



# АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

## РІШЕННЯ

01 червня 2021 р.

Київ

№ 304-р

Про результати розгляду  
справи про державну допомогу  
№ 500-26.15/92-20-ДД

За результатами розгляду повідомлення про нову державну допомогу Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) за реєстраційним номером у базі даних 43461 (вх. № 1758-ПДД/1 від 18.09.2020), розпорядженням державного уповноваженого Антимонопольного комітету України від 02.12.2020 № 06/342-р розпочато розгляд справи про державну допомогу № 500-26.15/92-20-ДД для проведення поглибленого аналізу допустимості державної допомоги для конкуренції.

Антимонопольний комітет України (далі – Комітет), розглянувши матеріали справи про державну допомогу № 500-26.15/92-20-ДД та подання Департаменту моніторингу і контролю державної допомоги про попередні висновки розгляду справи від 27.05.2021 № 500-26.15/92-20-ДД/259-спр,

### **ВСТАНОВИВ:**

#### **1. ПОРЯДОК РОЗГЛЯДУ СПРАВИ**

- (1) Управлінням з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) відповідно до статті 9 Закону України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» подано до Антимонопольного комітету України (далі – Комітет) повідомлення про нову державну допомогу за реєстраційним номером у базі даних 43461 (вх. № 1758-ПДД/1 від 18.09.2020).
- (2) Повідомлення було прийнято до розгляду 02.10.2020.
- (3) За результатами розгляду повідомлення про нову державну допомогу розпорядженням державного уповноваженого Антимонопольного комітету України від 02.12.2020 № 06/342-р розпочато розгляд справи № 500-26.15/92-20-ДД про державну допомогу для проведення поглибленого аналізу допустимості державної допомоги для конкуренції.
- (4) Листом від 16.04.2021 № 500-29/06-5940 Комітетом було надіслано запит на надання додаткової інформації до Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).
- (5) Листами від 11.05.2021 № 076-1327 (вх. № 5-01/6592 від 18.05.2021) та від 17.05.2021 № 076-1383 (вх. № 5-06/6776 від 20.05.2021) Управлінням з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) надано додаткову інформацію (далі – Лист).

- (6) Комітетом листом від 27.05.2021 № 500-29/06-7970 направлено Управлінню з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) подання про попередні висновки у справі від 27.05.2021 № 500-26.15/92-20-ДД/259-спр.
- (7) Листом від 28.05.2021 № 076-1813 (вх. № 5-06/7237 від 28.05.2021) Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) повідомило про відсутність зауважень та пропозицій до подання про попередні висновки від 27.05.2021 № 500-26.15/92-20-ДД/259-спр у справі № 500-26.15/92-20-ДД.

## **2. ВІДОМОСТІ ТА ІНФОРМАЦІЯ ВІД НАДАВАЧА**

### **2.1. Надавач підтримки**

- (8) Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) (далі – Управління, Надавач) (01044, м. Київ, вул. Хрещатик, 36, ідентифікаційний код юридичної особи 41348526).

### **2.2. Отримувач підтримки**

- (9) Комунальне підприємство виконавчого органу Київради (Київської міської державної адміністрації) «Київреклама» (далі – КП «Київреклама», Отримувач, Підприємство) (04070, м. Київ, вул. Боричів узвіз, 8, ідентифікаційний код юридичної особи 26199714).
- (10) Відповідно до Статуту КП «Київреклама», затвердженого розпорядженням Київської міської державної адміністрації від 31.01.2007 № 83 (у редакції розпорядження від 20.11.2017 № 1456) (далі – Статут), Підприємство засноване на комунальній власності територіальної громади міста Києва та входить до сфери управління виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), безпосередньо підпорядковується Управлінню з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).
- (11) У пункті, 4.1 Статуту передбачено, що основною метою Підприємства є провадження діяльності у сфері розміщення засобів зовнішньої реклами та реклами на транспорті комунальної власності міста Києва, а також діяльності у сфері впорядкування і створення комплексного благоустрою під час розміщення та розповсюдження реклами на території міста Києва й одержання прибутку.
- (12) Згідно з пунктом 4.2 Статуту предметом діяльності Підприємства є, зокрема:
- обстеження місць розміщення та облік зовнішньої реклами, реклами на транспорті комунальної власності територіальної громади міста Києва й надання матеріалів та інформації за результатами таких обстежень Управлінню з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації);
  - організація виготовлення друкованої продукції та розповсюдження соціальної реклами, інформації соціального спрямування за дорученням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації);
  - організація демонтажу (монтажу) або проведення власними силами та засобами демонтажу самовільно встановлених чи встановлених із порушенням законодавства рекламних засобів (спеціальних конструкцій) та вивісок у встановленому порядку.

### **2.3. Мета (ціль) державної підтримки**

(13) Забезпечення розвитку столичного регіону шляхом дієвої реалізації права та спроможності органів місцевого самоврядування в межах закону щодо здійснення регулювання та управління суттєвою часткою публічних справ, під власну відповідальність, в інтересах місцевого населення через підприємство комунальної власності територіальної громади шляхом фінансування правових, економічних, соціальних та організаційних засад благоустрою населених пунктів, спрямованих на створення умов, сприятливих для життєдіяльності людини відповідно до Європейської хартії місцевого самоврядування, Конституції України, Законів України «Про місцеве самоврядування в Україні» та «Про благоустрій населених пунктів».

### **2.4. Очікуваний результат**

(14) Сприяння соціальному розвитку столиці та покращення рівня життя мешканців шляхом звільнення території міста від самовільно встановлених або встановлених із порушеннями рекламних засобів шляхом демонтажу з місця встановлення; забезпечення тимчасового зберігання демонтованих самовільно встановлених рекламних засобів; забезпечення на постійній основі обстеження міста Києва з метою виявлення самовільно встановлених рекламних засобів, засобів, встановлених із порушенням, та складання актів обстеження; інформування громадськості щодо важливих соціально значущих подій.

### **2.5. Форма державної підтримки**

(15) Субсидії та поточні трансферти підприємствам (установам, організаціям), капітальні трансферти.

### **2.6. Підстави для надання державної підтримки**

(16) Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні».

Закон України «Про столицю України – місто-герой Київ».

Розпорядження Київської міської ради від 05.02.2019 № 207 «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами в місті Києві та Порядку погодження розміщення реклами на транспорті комунальної власності територіальної громади міста Києва».

### **2.7. Тривалість державної підтримки**

(17) З 01.01.2020 по 31.12.2022.

### **2.8. Загальний обсяг державної підтримки**

(18) 148 550 507 грн.

### **2.9. Інформація щодо умов надання державної підтримки**

(19) Розпорядженням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 05 лютого 2019 року № 207, зареєстрованим у Головному територіальному управлінні юстиції у місті Києві 25 лютого 2019 року за № 34/2211,

затверджено Порядок розміщення зовнішньої реклами в місті Києві (далі – Порядок). Це розпорядження чинне з 01 липня 2019 року.

Зазначений Порядок розроблено, зокрема, на підставі норм Законів України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про рекламу», «Про благоустрій населених пунктів», постанов Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами», від 30 червня 1998 року № 990 «Про затвердження Порядку виробництва і розповсюдження соціальної рекламної інформації органів виконавчої влади», з метою впорядкування розміщення реклами в місті Києві.

(20) Відповідно до пункту 1.7 Порядку робочим органом з питань регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами виступає Управління (далі – Робочий орган).

У пункті 1.10 Порядку встановлено, що Робочий орган, зокрема:

- реєструє та розглядає заяви розповсюджувачів зовнішньої реклами на надання дозволу, внесення змін у дозвіл, переоформлення дозволу, анулювання та продовження строку його дії;
- готує та подає в установленому порядку проекти розпоряджень виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) про надання або відмову в наданні дозволу, про анулювання, продовження або відмову у продовженні строку дії дозволу;
- видає дозволи на підставі розпоряджень виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) через адміністраторів;
- веде інформаційний банк даних місць розташування рекламних засобів (далі – РЗ), планує їх розміщення та надає в установленому порядку інформацію для оновлення даних публічного геопорталу Міської інформаційно-аналітичної системи забезпечення містобудівної діяльності «Містобудівний кадастр Києва»;
- за результатами здійснення контролю за додержанням вимог щодо розміщення зовнішньої реклами відповідно до цього Порядку звертається до розповсюджувача зовнішньої реклами з вимогою про усунення виявлених порушень у встановлений ним строк;
- укладає з розповсюджувачами зовнішньої реклами договори на право тимчасового користування місцем, що перебуває в комунальній власності територіальної громади міста Києва, для розміщення РЗ, здійснює контроль за правильністю нарахування та своєчасністю сплати за такими договорами;
- координує діяльність комунальних підприємств територіальної громади міста Києва з питань розміщення зовнішньої реклами;
- організовує та здійснює обстеження місць розміщення зовнішньої реклами, організовує їх інвентаризацію;
- у встановленому порядку приймає рішення про демонтаж РЗ та організовує проведення відповідних робіт;
- вирішує питання щодо розміщення соціальної реклами, в межах наданих повноважень.

(21) Згідно з пунктом 1.12 Порядку КП «Київреклама»:

- здійснює обстеження місць розміщення РЗ (в тому числі і місць, де планується їх розміщення) відповідно до виданих у встановленому порядку дозволів, погоджень, вимог їх розміщення та експлуатації, укладених договорів на право тимчасового користування місцями, складає акти обстежень та надає Робочому органу матеріали щодо осіб, які порушили вимоги, встановлені цим Порядком, та пропозиції з питань розміщення РЗ;

- організовує або здійснює демонтаж РЗ згідно з цим Порядком;
- забезпечує виготовлення друкованої продукції, розміщення соціальної реклами згідно з цим Порядком, за дорученням Київського міського голови;
- виконує інформаційно-обчислювальні функції щодо нарахування плати за право тимчасового користування місцями, що перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Києва, для розміщення РЗ за укладеними договорами, а також здійснює моніторинг за надходженням такої плати;
- здійснює облік демонтованих РЗ.

(22) Порядком також визначені умови виготовлення та розміщення *соціальної реклами*.

Так, відповідно до пункту 1.7 Порядку соціальна реклама – інформація з питань здорового способу життя, охорони здоров'я, охорони природи, збереження енергоресурсів, профілактики правопорушень, державного суверенітету, безпеки та оборони, патріотичного виховання, соціального захисту, безпеки населення, висвітлення загальнодержавних та загальноміських подій, заходів, свят та яка не носить комерційного характеру, спрямована на досягнення суспільно корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей, розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку.

У пункті 1.13 Порядку встановлено, що розміщення соціальної реклами здійснюється за заявою юридичних та фізичних осіб, їх об'єднань (далі - заявник).

На період розміщення соціальної реклами, за зверненням Робочого органу, розповсюджені зовнішньої реклами можуть надавати місця для розміщення такої реклами на строк, визначений дорученням Київського міського голови. Кількість та обсяг площ РЗ, на яких буде розміщуватися соціальна реклама, узгоджується Робочим органом та власниками РЗ.

Джерелами фінансування виготовлення друкованої продукції із соціальною рекламою, що розміщуються за замовленням структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), є кошти бюджету міста Києва.

Забезпечення фінансування виготовлення друкованої продукції із соціальною рекламою, заявником на розміщення якої не є виконавчий орган Київської міської ради (Київська міська державна адміністрація), покладається на замовників такої соціальної реклами.

Плата за тимчасове користування місцями, які перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Києва, для розміщення РЗ, на період розміщення соціальної реклами з власника РЗ не справляється.

(23) Відповідно до пункту 3.1 Порядку *демонтаж РЗ* (засобів та обладнання зовнішньої реклами) у цьому Порядку означає комплекс заходів, які передбачають відокремлення РЗ разом з основою (за можливості) від місця їх розташування та транспортування на спеціально відведені території для подальшого зберігання.

Демонтаж та подальше зберігання РЗ не передбачає переходу права власності на них до територіальної громади міста Києва, крім випадків, передбачених у пункті 3.16 цього Порядку.

У пункті 3.3 Порядку передбачено, що демонтаж РЗ здійснюється відповідно до цього Порядку в разі:

- виявлення самовільно встановлених РЗ;
- якщо строк дії дозволу закінчився і не був продовжений, або дозвіл було анульовано у встановленому порядку;
- якщо технічний стан РЗ створює загрозу життю або здоров'ю людей та/або заподіяння шкоди (майнової чи немайнової) третім особам;

- невідповідності технічних характеристик РЗ та/або місця його встановлення виданому дозволу, якщо такі невідповідності не усунуті розповсюджувачем зовнішньої реклами на вимогу Робочого органу;
- наявності заборгованості розповсюджувача реклами зі сплати коштів за право тимчасового користування місцем, що перебуває в комунальній власності територіальної громади міста Києва, для розміщення РЗ більш ніж за шість місяців; зміни містобудівної ситуації, у випадках, передбачених підпунктами 2.5.1 – 2.5.3 пункту 2.5 цього Порядку, за наявності розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) щодо проведення робіт із нового будівництва, реконструкції, реставрації, капітального ремонту об'єктів комунальної власності територіальної громади міста Києва та/або листа замовника будівництва щодо необхідності демонтажу РЗ, що перешкоджають проведенню відповідних робіт; користування місцем для розміщення РЗ, що перебуває в комунальній власності територіальної громади міста Києва, за відсутності укладеного договору на право тимчасового користування цим місцем.

Додаткові підстави для демонтажу можуть бути визначені в договорі на право тимчасового користування місцем.

У разі потреби демонтажу РЗ, Робочий орган складає перелік РЗ, що підлягають демонтажу, затверджує його наказом та направляє до КП «Київреклама» або балансоутримувача місця розташування для забезпечення його виконання. Прибирання самовільно розклеєних стікерів, постерів тощо здійснює балансоутримувач об'єктів без отримання наказу Робочого органу. Накази про демонтаж РЗ розміщуються на офіційному вебсайті Робочого органу.

У випадках, зазначених у пункті 3.3 цього Порядку, крім випадку, коли розповсюджувач зовнішньої реклами неможливо встановити, розповсюджувач зовнішньої реклами самостійно за власний рахунок в термін, вказаний у вимозі Робочого органу, здійснює демонтаж РЗ та проводить відновлення порушеного благоустрою на місці їх розміщення (встановлення). Демонтаж РЗ здійснюється без направлення вимоги, якщо розповсюджувач зовнішньої реклами або його адреса не встановлені.

Якщо розповсюджувач зовнішньої реклами самостійно не усунув виявлених порушень у термін, зазначений у вимозі, демонтаж РЗ здійснює КП «Київреклама», інші підрядні організації на підставі укладених із КП «Київреклама» договорів або балансоутримувач місця.

Організацію демонтажу або демонтаж здійснює КП «Київреклама» або балансоутримувач місця на підставі наказу Робочого органу відповідно до цього Порядку.

У пункті 3.12 Порядку встановлено, що компенсація витрат КП «Київреклама» або балансоутримувача місця покладається на розповсюджувача зовнішньої реклами, РЗ якого демонтовано, на підставі акта приймання-передачі виконаних робіт із демонтажу із зазначенням характеру робіт та їх вартості, що надається за заявою розповсюджувача зовнішньої реклами, та виставленого рахунка, який формується на підставі звіту про проведення демонтажних робіт.

Компенсація витрат здійснюється в строк, зазначений у рахунку. Компенсацію витрат КП «Київреклама» або балансоутримувача місця за зберігання демонтованого РЗ здійснює розповсюджувач зовнішньої реклами (за період із дати демонтажу РЗ по дату повернення РЗ включно) на підставі виставленого підприємством рахунка.

Отримані КП «Київреклама» кошти від розповсюджувача зовнішньої реклами як компенсація витрат, пов'язаних із демонтажем РЗ, їх транспортуванням та подальшим зберіганням, залишаються в розпорядженні КП «Київреклама» та спрямовуються на придбання основних засобів для забезпечення демонтажу РЗ, їх транспортування та зберігання.

Демонтаж РЗ проводиться без відшкодування витрат розповсюджувача реклами.

- (24) Виготовлення та розміщення соціальної реклами, а також проведення демонтажу, транспортування та зберігання демонтованих РЗ здійснюється на підставі зазначеного Порядку та відповідно до розділу XIV Правил благоустрою міста Києва, затверджених рішенням Київської міської ради від 15.11.2018 № 49/6100.
- (25) Як зазначено Надавачем у Листі, відповідно до Порядку КП «Київреклама» є єдиним підприємством у місті Києві, створеним виконавчим органом Київської міської ради як повноправним представником власника, для здійснення обстежень місць розміщення рекламних засобів та їх обліку, демонтажу рекламних засобів, установлених із порушеннями, на виконання наказів Управління з питань реклами, організації виготовлення друкованої продукції та розповсюдження соціальної реклами, інформації соціального спрямування за дорученням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), а також діяльності у сфері впорядкування і створення комплексного благоустрою під час розміщення та розповсюдження реклами на території міста Києва, яке без бюджетного фінансування не зможе провадити фінансово-господарську діяльність та виконувати покладені на нього функції й обов'язки, а також забезпечувати виконання повноважень органів місцевого самоврядування у сфері благоустрою під час розміщення рекламних засобів.

Суб'єктів господарювання, які здійснюють аналогічну з Підприємством діяльність щодо обстеження місць розміщення РЗ, не існує, оскільки місця розміщення рекламних засобів не належать власникам рекламних засобів і вони не мають обов'язків з їх утримання. Функцій, які здійснює КП «Київреклама», жоден суб'єкт господарювання не виконує.

Таких видів діяльності, як обстеження місць розміщення РЗ відповідно до виданих дозволів, погоджень, вимог до їх розміщення та експлуатації, складання актів обстежень, надання Робочому органу матеріалів щодо осіб, які порушили вимоги щодо розміщення РЗ, організація та здійснення демонтажу РЗ відповідно до наказів Робочого органу, забезпечення виготовлення друкованої продукції, розміщення соціальної реклами за дорученням Київського міського голови, інформаційно-обчислювальні функції щодо нарахування плати за право тимчасового користування місцями для розміщення РЗ за укладеними договорами, а також моніторинг за надходженням такої плати, облік демонтованих РЗ, інші суб'єкти господарювання не здійснюють.

Зазначені вище види робіт не є предметом діяльності інших учасників ринку зовнішньої реклами та реклами на транспорті комунальної власності, оскільки такі роботи їм не притаманні й економічної вигоди вони із цього не мають.

Діяльність Підприємства з обстеження місць розміщення РЗ, які встановлюються та експлуатуються з порушенням чинних нормативно-правових актів, демонтажу таких РЗ здійснюється не для комерційних цілей, а отже, на безоплатній основі.

- (26) Надавач також зазначає, що Підприємство друкованих матеріалів із сюжетами соціальної реклами самостійно не виготовляє та не розповсюджує їх.

Підприємство за результатами публічних закупівель через електронну систему «ProZorro» укладає відповідні договори зі спеціалізованими поліграфічними підприємствами, які й виготовляють відповідну поліграфічну продукцію. Згідно з укладеними договорами Підприємство 100 % фінансування перераховує підрядним організаціям.

(27) За інформацією Надавача, до 01.07.2019 відповідно до рішення Київської міської ради від 22.09.2011 № 37/6253 «Про затвердження Порядку розміщення реклами в м. Києві» КП «Київреклама» уклало з розповсюджувачами реклами договір на право тимчасового користування місцями для розміщення об'єктів зовнішньої реклами та реклами на транспорті; забезпечувало бухгалтерський супровід договору; перераховувало кошти, отримані від права тимчасового розміщення об'єктів зовнішньої реклами та реклами на транспорті, до цільового фонду спеціального фонду бюджету міста Києва.

Після 01.07.2019 Підприємство провадить діяльність згідно з розпорядженням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 05.02.2019 № 207 «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами в місті Києві та Порядку погодження розміщення реклами на транспорті комунальної власності територіальної громади міста Києва», відповідно до якого Підприємство не укладає договори та не отримує плату за право тимчасового користування місцями (для розміщення рекламних засобів), плата щомісячно перераховується розповсюджувачами реклами до бюджету міста Києва відповідно до договорів, укладених з Управлінням.

За дорученням Управління здійснює в межах своїх повноважень перевірку дотримання вимог Порядку, огляд та обстеження рекламних засобів на предмет відповідності їх місця розташування та типу схемі розміщення рекламоносіїв; ведення претензійно-позовної роботи; демонтаж, транспортування та зберігання демонтованих РЗ; виготовлення та розміщення соціальної реклами.

(28) Як зазначено в Повідомленні, єдиним джерелом фінансування КП «Київреклама» є бюджетне фінансування, отже, за рахунок державної підтримки покриватимуться всі витрати, пов'язані з виконанням статутної діяльності Підприємства.

Надавачем було наведено розподіл витрат, які покриваються за рахунок державної підтримки (у 2020 році), за основними видами діяльності, який зазначено в таблиці:

Назва статті витрат	Види діяльності Підприємства		
	обстеження місць розміщення РЗ (грн)	демонтаж РЗ, встановлених із порушеннями (грн)	забезпечення (закупівля) виготовлення друкованих матеріалів соціальної реклами (грн)
Постійні витрати			
Заробітна плата	3 530 424	8 689 577	612 500
Нарахування на заробітну плату	745 140	1 911 707	134 750
Паливо	110 000	792 075	
Обслуговування, ремонт та ТО автомобілів		700 000	
Страховання майна, автомобілів		378 000	
Запчастини та комплектувальні до автомобілів		223 000	



Послуги з надання інформації про місцезнаходження транспортного засобу		30 240	
Державний обов'язковий транспортний контроль		12 800	
Оформлення дозволів на участь у дорожньому русі великовагових і великогабаритних транспортних засобів		1 920	
Медичні послуги з огляду водіїв		96 000	
Ремонт відеореєстраторів		2 000	
Спецодяг, засоби індивідуального захисту		224 600	
Промислові альпіністські послуги		300 000	
Інструменти		120 000	
Витратні матеріали (круги, стропи, ремені, рим-болти)		60 000	
Обслуговування електроінструменту		15 000	
Випробування діелектричних засобів захисту та електроінструментів, поясів, драбин		1 000	
Послуги з навчання		71 000	
Проїзні квитки	126 500		
Проведення оцінки безхазяйних рекламних засобів, які зберігаються на складі		1 000 000	
Оренда складу		5 818 481	
Послуги з друку рекламної продукції			427 220
Всього	4 512 064	20 447 400	1 174 470

Інші видатки, які покриватимуться за рахунок державної підтримки, пов'язані із забезпеченням діяльності Підприємства, становлять 20 711 066 грн, зокрема:

- на оплату праці адміністративного та виробничого персоналу, нарахування на оплату праці адміністративного та виробничого персоналу;
- електропостачання, теплопостачання, водопостачання та водовідведення, вивезення твердих побутових відходів (сміття);
- послуги з програмного забезпечення;
- послуги з охорони приміщення;
- ліцензії на використання програми «Документообіг»;
- послуги із заправки та відновлення картриджів, тонерів;
- ремонт офісної техніки;
- оплата за користування мережею «Інтернет»;
- проведення фінансового аудиту;
- відправлення цінних листів, придбання марок;
- послуги страхування (будівлі);
- послуги з технічного обслуговування пожежної сигналізації, спостереження за пожежною сигналізацією;
- послуги з прибирання приміщень (клінінг);
- нотаріальні послуги;

- податок на землю;
- позови до суду (судовий збір);
- послуги з технічного обслуговування вогнегасників;
- мобільний зв'язок; послуги телефонного зв'язку;
- відрядження;
- витрати на пально-мастильні матеріали;
- придбання проїзних квитків;
- придбання комплектувальних для оргтехніки, господарчих товарів, операційної системи Windows 10 pro;
- придбання канцтоварів;
- придбання меблів (столів, крісел);
- придбання періодичних видань.

Також видатки на придбання предметів та матеріалів довгострокового користування зі спеціального фонду становлять 137 000 грн (кондиціонери, комутатор, оргтехніка).

(29) Як зазначено в Листі, розмір плати за проведений силами КП «Київреклама» демонтаж рекламних засобів на виконання наказів Управління встановлюється відповідно до Положення з планування, обліку і калькулювання собівартості демонтажних робіт, затвердженого наказом Підприємства від 05.04.2019 № 23, та за зберігання – відповідно до Положення з планування, обліку і калькулювання собівартості зберігання демонтованих рекламних конструкцій, затвердженого наказом Підприємства від 12.03.2015 № 12.

Компенсація за демонтаж та зберігання відбувається у випадку, коли власник РЗ звертається за поверненням демонтованої конструкції та сплачує виключно собівартість витрат Підприємства на основі виставлених рахунків, сформованих на підставі планової собівартості робіт.

Під час визначення розміру компенсації витрат на проведення демонтажу, транспортування та зберігання самовільно розміщеного рекламного засобу, що покладається на рекламорозповсюджувача (законного користувача) демонтованої рекламної конструкції, КП «Київреклама» керується плановою собівартістю робіт, розробленою на основі аналітичного нормування, що передбачає визначення допустимої величини витрат часу, матеріалів, палива та інших ресурсів для виконання робіт.

Визначена кошторисом сума витрат включає статистично-розраховану норму витрат на забезпечення проведення повного організаційно-технічного циклу демонтажних робіт у розрізі типів рекламних конструкцій, задіяної спеціальної техніки, необхідної для проведення демонтажу, виходячи зі встановлених нормативів витрат та із врахуванням технічних можливостей здійснення демонтажу однотипних рекламних конструкцій за одну робочу зміну.

Плата, отримана як компенсація витрат на демонтаж та зберігання, має цільове призначення відповідно до пункту 3.12 Порядку. Отримані КП «Київреклама» кошти від рекламорозповсюджувачів як компенсація витрат за демонтаж та зберігання, залишаються в розпорядженні КП «Київреклама» та спрямовуються на придбання основних засобів для забезпечення демонтажу РЗ.

Відповідно до Листа компенсація за демонтаж та зберігання відбувається у випадку, коли власник звертається за поверненням демонтованої конструкції та сплачує виключно собівартість понесених Підприємством витрат. Повернення становить приблизно 30 %

загальної кількості демонтованих конструкцій та не більше 10 % необхідного для Підприємства річного фінансування.

Додатково Надавач зазначає, що якщо Підприємство не в змозі демонтувати власними силами та засобами дахові та інші складні РЗ, до демонтажу залучаються професійні промислові альпіністи, які мають відповідні допуски на виконання подібних робіт.

У разі потреби виконання таких робіт здійснюються відповідні процедури закупівлі UA-2021-01-25-000231-с «Промислові альпіністські послуги» (код ДК021: 98190000-3 Інші послуги»).

Також Надавач зазначає, що кошти, отримані Підприємством у вигляді компенсації витрат на демонтаж, транспортування та зберігання рекламних засобів, враховуються під час розрахунку планового фінансування з місцевого бюджету та спрямовуються на придбання основних засобів для забезпечення демонтажів рекламних засобів, їх транспортування та зберігання, що пропорційно зменшує бюджетне фінансування.

Отже, видатки для забезпечення діяльності Підприємства плануються з урахуванням зазначених вище компенсаційних надходжень, а витрати на придбання основних засобів для забезпечення демонтажів рекламних засобів, їх транспортування та зберігання до видатків для забезпечення діяльності Підприємства не включаються.

- (30) Крім того, відповідно до пункту 1.12.4 Порядку КП «Київреклама» виконує інформаційно-обчислювальні функції щодо нарахування плати за право тимчасового користування місцями, що перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Києва, для розміщення РЗ за укладеними договорами, а також здійснює моніторинг за надходженням такої плати.

Відповідно до пункту 1.10.10 Порядку нарахування розміру плати, формування рахунків та контроль за правильністю нарахування та своєчасністю сплати за договорами тимчасового користування місцями для розміщення рекламних засобів здійснює структурний підрозділ виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) – Управління, тобто КП «Київреклама» функції із зазначених вище питань не делеговані.

- (31) Відповідно до Листа Підприємство не укладає жодних договорів на надання послуг на платній основі для юридичних чи фізичних осіб, тобто не надає платних послуг на замовлення третіх осіб.

Послуги, які Підприємство надає для громади міста Києва, є безкоштовними.

- (32) Наказом від 29.12.2017 № 92 «Про організацію бухгалтерського обліку та облікової політики в Комунальному підприємстві виконавчого органу Київради (Київської міської державної адміністрації) «Київреклама», погодженим начальником Управління (уповноваженим представником власника та головним розпорядником коштів), затверджено Положення про організацію бухгалтерського обліку та облікової політики в Комунальному підприємстві виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) «Київреклама» (далі – Положення).

Відповідно до пункту 1.4 Положення для синтетичного обліку господарських операцій застосовується План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджений наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999 № 291 (зі змінами), із застосуванням рахунків витрат класів 8 і 9.

У пункті 11.11.10 Положення визначено, що відповідно до Порядку розміщення зовнішньої реклами в м. Києві організація демонтажу здійснюється КП «Київреклама» на умовах, визначених цим Порядком.

Компенсація витрат КП «Київреклама», яке організувало демонтаж та подальше зберігання рекламних засобів, покладається на власника (законного користувача) демонтованого РЗ на підставі виставленого рахунка та акта компенсації витрат за демонтаж та зберігання, понесених Підприємством.

У разі здійснення демонтажу відділом із демонтажу Підприємства витрати, пов'язані з демонтажем РЗ, відображати на рахунку 949 «Інші операційні витрати» у тому звітному періоді, в якому вони були здійснені.

Витрати, пов'язані зі зберіганням демонтованих РЗ, відображати на рахунку 949 «Інші операційні витрати» у тому звітному періоді, в якому вони були здійснені.

Компенсація витрат за демонтаж РЗ та їх подальше зберігання здійснюється лише за умови існування ймовірності відшкодування понесених витрат та підтверджується актом компенсації витрат за демонтаж РЗ та їх зберігання, понесених Підприємством, та підписаним обома сторонами.

Нарахування доходу від демонтажу РЗ та подальшого їх зберігання здійснюється за кредитом рахунку 719 - «Інші доходи від операційної діяльності».

### **3. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ**

#### **3.1. Ознаки державної допомоги**

(33) Відповідно до пункту 1 частини першої статті 1 Закону України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» (далі – Закон) державна допомога суб'єктам господарювання (далі – державна допомога) – підтримка у будь-якій формі суб'єктів господарювання за рахунок ресурсів держави чи місцевих ресурсів, що спотворює або загрожує спотворенням економічної конкуренції, створюючи переваги для виробництва окремих видів товарів чи провадження окремих видів господарської діяльності.

(34) Отже, державна підтримка є державною допомогою, якщо одночасно виконуються такі умови:

- підтримка надається суб'єкту господарювання;
- державна підтримка здійснюється за рахунок ресурсів держави чи місцевих ресурсів;
- підтримка створює переваги для виробництва окремих видів товарів чи провадження окремих видів господарської діяльності;
- підтримка спотворює або загрожує спотворенням економічної конкуренції.

(35) Згідно з частиною першою статті 3 Закону дія цього Закону поширюється на будь-яку підтримку суб'єктів господарювання надавачами державної допомоги за рахунок ресурсів держави чи місцевих ресурсів для виробництва товарів або провадження окремих видів господарської діяльності.

(36) Відповідно до частини другої статті 1 Закону терміни «суб'єкт господарювання», «товар», «економічна конкуренція (конкуренція)» вживаються у Законі у значенні, наведеному в Законі України «Про захист економічної конкуренції».

### 3.2. Зовнішня реклама

- (37) Згідно зі статтею 1 Закону України «Про рекламу» зовнішня реклама – реклама, що розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях – рекламоносіях, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг.
- (38) Відповідно до статті 16 Закону України «Про рекламу» розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах проводиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад, а поза межами населених пунктів – на підставі дозволів, що надаються обласними державними адміністраціями, а на території Автономної Республіки Крим - Радою міністрів Автономної Республіки Крим, в порядку, встановленому цими органами на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України.
- (39) Відповідно до статті 30 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» до повноважень в галузі житлово-комунального господарства, побутового, торговельного обслуговування, громадського харчування, транспорту і зв'язку виконавчих органів сільських, селищних, міських рад належить, зокрема, надання дозволу в порядку, встановленому законодавством, на розміщення реклами.
- (40) У пункті 5 постанови Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» (далі – Типові правила розміщення зовнішньої реклами) визначено, що для регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами сільська, селищна, міська рада може утворювати відділ, управління, інший виконавчий орган або покласти відповідні функції на існуючий відділ, управління.
- (41) Відповідно до пункту 28 зазначеної постанови Кабінету Міністрів України відшкодування витрат, пов'язаних з демонтажем та монтажем рекламного засобу на новому місці, здійснюється відповідно до договору з власником місця розташування рекламного засобу.
- (42) У пункті 46 Типових правил розміщення зовнішньої реклами встановлено, що у разі порушення порядку розповсюдження та розміщення реклами уповноважена особа органу, який здійснює контроль за додержанням цих Правил, звертається до розповсюджувача зовнішньої реклами з вимогою усунення порушень у визначений строк.
- (43) Згідно з пунктом 49 Типових правил розміщення зовнішньої реклами демонтаж вивісок чи табличок, розміщених з порушенням вимог цих Правил, здійснюється у разі:
- припинення юридичної особи або припинення діяльності фізичної особи - підприємця;
  - невідповідності розміщення вивіски чи таблички вимогам щодо її розміщення, наданим у визначенні, та архітектурним вимогам, державним нормам, стандартам і правилам, санітарним нормам;
  - порушення благоустрою території;
  - розміщені вивіски чи таблички підлягають демонтажу за рахунок коштів юридичних осіб або фізичних осіб - підприємців, якими вони були встановлені.
- (44) Відповідно до статті 26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» до виключної компетенції сільських, селищних, міських рад належить, зокрема, встановлення відповідно до законодавства правил з питань благоустрою території

населеного пункту, забезпечення в ньому чистоти і порядку, торгівлі на ринках, додержання тиші в громадських місцях, за порушення яких передбачено адміністративну відповідальність.

### 3.3. Соціальна реклама

(45) Згідно зі статтею 1 Закону України «Про рекламу» **соціальна реклама** – інформація будь-якого виду, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення суспільно корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої **не має на меті отримання прибутку**.

(46) Відповідно до статті 12 Закону України «Про рекламу»:

- рекламодавцем соціальної реклами може бути будь-яка особа;
- соціальна реклама не повинна містити посилань на конкретний товар та/або його виробника, на рекламодавця (крім випадків, коли рекламодавцем є громадське об'єднання чи благодійна організація), на об'єкти права інтелектуальної власності, що належать виробнику товару або рекламодавцю соціальної реклами, крім реклами національних фільмів;
- на осіб, які безоплатно виробляють і розповсюджують соціальну рекламу, та на осіб, які передають свої майно і кошти іншим особам для виробництва і розповсюдження соціальної реклами, поширюються пільги, передбачені законодавством України для благодійної діяльності;
- засоби масової інформації – розповсюджувачі реклами, діяльність яких повністю або частково фінансується з державного або місцевих бюджетів, зобов'язані розміщувати соціальну рекламу державних органів та органів місцевого самоврядування, громадських організацій безкоштовно в обсязі не менше 5 відсотків ефірного часу, друкованої площі, відведених для реклами;
- засоби масової інформації – розповсюджувачі реклами, що повністю або частково фінансуються з державного або місцевих бюджетів, зобов'язані надавати пільги при розміщенні соціальної реклами, замовником якої є заклади освіти, культури, охорони здоров'я, які утримуються за рахунок державного або місцевих бюджетів, а також благодійні організації.

### 3.4. Сфера благоустрою

(47) Відповідно до частини другої статті 4 Закону України «Про благоустрій населених пунктів» дія цього Закону поширюється на відносини, що виникають у сфері благоустрою населених пунктів, і спрямовується на створення сприятливого для життєдіяльності людини довкілля, збереження і охорону навколишнього природного середовища, забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення.

(48) Згідно з підпунктом 7 пункту «а» частини першої статті 30 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» до власних (самоврядних) повноважень виконавчих органів сільських, селищних, міських рад належить, зокрема, організація благоустрою та здійснення контролю за станом благоустрою населених пунктів.

(49) Відповідно до частини першої статті 10 Закону України «Про благоустрій населених пунктів» до повноважень сільських, селищних і міських рад у сфері благоустрою населених пунктів, зокрема, належить:

- затвердження місцевих програм та заходів із благоустрою населених пунктів;
- затвердження правил благоустрою територій населених пунктів;

- створення в разі необхідності органів і служб для забезпечення здійснення спільно з іншими суб'єктами комунальної власності благоустрою населених пунктів, визначення повноважень цих органів (служб).

(50) Відповідно до статті 10 Закону України «Про благоустрій населених пунктів» до повноважень виконавчих органів сільських, селищних, міських рад, зокрема, належить здійснення самоврядного контролю за станом благоустрою та утримання територій населених пунктів, інженерних споруд та об'єктів, підприємств, установ та організацій.

(51) Статтею 15 Закону України «Про благоустрій населених пунктів» визначено, що:

- органи державної влади та органи місцевого самоврядування можуть утворювати підприємства для утримання об'єктів благоустрою державної та комунальної власності;
- підприємство та балансоутримувач забезпечують належне утримання і своєчасний ремонт об'єкта благоустрою власними силами або можуть на конкурсних засадах залучати для цього інші підприємства, установи та організації;
- орган державної влади або орган місцевого самоврядування з поданням підприємства чи балансоутримувача щорічно затверджує заходи з утримання та ремонту об'єкта благоустрою державної або комунальної власності на наступний рік та передбачає кошти на виконання цих заходів. Орган державної влади та орган місцевого самоврядування, підприємство та балансоутримувач несуть відповідальність за виконання затверджених заходів у повному обсязі.

(52) Відповідно до статті 16 Закону України «Про благоустрій населених пунктів» на об'єктах благоустрою забороняється, зокрема, самовільно встановлювати об'єкти зовнішньої реклами, торговельні лотки, павільйони, кіоски тощо.

(53) Відповідно до частини третьої статті 20 Закону України «Про благоустрій населених пунктів» фінансування місцевих програм з благоустрою населених пунктів проводиться за рахунок коштів відповідних місцевих бюджетів.

(54) Статтею 21 Закону України «Про благоустрій населених пунктів» встановлено, що елементами (частинами) об'єктів благоустрою є, зокрема, засоби та обладнання зовнішнього освітлення та зовнішньої реклами.

(55) Згідно зі статтею 22 Закону України «Про благоустрій населених пунктів» комплексним благоустроєм вважається проведення на визначеній території населеного пункту (мікрорайон, квартал, парк, бульвар, вулиця, провулок, узвіз тощо) комплексу робіт з улаштування (відновлення) покриття доріг і тротуарів, обладнання пристроями для безпеки руху, озеленення, забезпечення зовнішнього освітлення та зовнішньої реклами, встановлення малих архітектурних форм, здійснення інших заходів, спрямованих на поліпшення інженерно-технічного і санітарного стану території, покращання її естетичного вигляду.

## **4. ВИСНОВКИ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ РОЗГЛЯДУ СПРАВИ**

### **4.1. Визначення належності заходу підтримки до державної допомоги**

#### **4.1.1. Надання підтримки суб'єкту господарювання**

(56) Відповідно до статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» суб'єкт господарювання – юридична особа незалежно від організаційно-правової форми та форми власності чи фізична особа, що здійснює діяльність з виробництва, реалізації,

придбання товарів, іншу господарську діяльність, у тому числі яка здійснює контроль над іншою юридичною чи фізичною особою; група суб'єктів господарювання, якщо один або декілька з них здійснюють контроль над іншими.

- (57) Частиною першою статті 3 Господарського кодексу України визначено, що під господарською діяльністю у цьому Кодексі розуміється діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність.
- (58) Відповідно до Статуту основною метою Підприємства є провадження діяльності у сфері розміщення засобів зовнішньої реклами та реклами на транспорті комунальної власності міста Києва, а також діяльності у сфері впорядкування і створення комплексного благоустрою під час розміщення та розповсюдження реклами на території миська Києва й одержання прибутку.
- (59) Отже, КП «Київреклама», якому надається державна підтримка у формі субсидій, поточних та капітальних трансфертів із метою здійснення статутної діяльності, є **суб'єктом господарювання** у розумінні Закону України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання».

#### 4.1.2. Надання підтримки за рахунок місцевих ресурсів

- (60) У пункті 4 частини першої статті 1 Закону встановлено, що місцеві ресурси – рухоме і нерухоме майно, кошти місцевих бюджетів, інші кошти, земля, природні ресурси, що є у власності територіальних громад сіл, селищ, міст, районів у містах, об'єкти їх спільної власності, що перебувають в управлінні районних і обласних рад, майно, що належить Автономній Республіці Крим, управління яким здійснює Рада міністрів Автономної Республіки Крим.
- (61) Відповідно до інформації, наданої в Повідомленні, джерелами фінансування КП «Київреклама» є бюджет міста Києва. Підтримка надається у формі субсидій, поточних та капітальних трансфертів підприємствам (установам, організаціям). Бюджетні кошти виділяються Підприємству відповідно до бюджетних запитів, обсяг капітальних видатків визначається виходячи з пропозицій, наданих КП «Київреклама», з урахуванням запланованого обсягу робіт, кількості наявного обладнання та предметів довгострокового користування, ступеня їх фізичного й морального зношення.
- (62) Отже, фінансова підтримка КП «Київреклама» у формі субсидій, поточних та капітальних трансфертів підприємствам (установам, організаціям) здійснюється **за рахунок коштів місцевого бюджету, тобто за рахунок місцевих ресурсів** у розумінні Закону України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання».

#### 4.1.3. Створення переваг для виробництва окремих видів товарів чи провадження окремих видів господарської діяльності

- (63) Відповідно до статті 264 Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони (далі – Угода), сторони домовились, що вони застосовуватимуть статті 262, 263 (3) або 263 (4) Угоди з використанням як джерела тлумачення критеріїв, що впливають із застосування статей 106, 107 та 93 Договору про функціонування Європейського Союзу (далі – ДФЄС), зокрема відповідну судову практику Суду Європейського Союзу, а також відповідне вторинне законодавство,



рамкові положення, керівні принципи та інші чинні адміністративні акти Європейського Союзу.

- (64) Відповідно до пункту 66 Повідомлення Комісії щодо поняття державної допомоги, згідно зі статтею 107 (1) ДФЄС (далі – Повідомлення Комісії ЄС), перевагою вважається будь-яка економічна вигода, яка була б недоступною для суб'єкта господарювання за звичайних ринкових умов, тобто за відсутності втручання держави. При цьому будь-яка компенсація витрат, пов'язаних із виконанням нормативних обов'язків, передбачає надання переваги (пункт 69 зазначеного Повідомлення).
- (65) Відповідно до пункту 97 Повідомлення Комісії ЄС, у разі якщо операція проводилась із застосуванням процедури торгів або на рівних умовах, це є прямим і конкретним доказом її відповідності ринковим умовам.
- (66) При цьому процедура торгів має бути конкурентною, щоб усі зацікавлені учасники, які відповідають умовам, могли взяти участь у процесі, прозорою, щоб усі зацікавлені учасники мали право на отримання належної інформації на кожному етапі процедури торгів, та недискримінаційною.
- (67) За інформацією Надавача, конкурсного відбору не проводилося та він є недоцільним, оскільки КП «Київреклама» створено виконавчим органом Київської міської ради для здійснення обстежень місць розміщення рекламних засобів та їх обліку, демонтажу рекламних засобів, установлених із порушеннями, організації виготовлення друкованої продукції та розповсюдження соціальної реклами, інформації соціального спрямування за дорученням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), а також діяльності у сфері впорядкування і створення комплексного благоустрою під час розміщення та розповсюдження реклами на території міста Києва.
- (68) Отже, Надавачем не надано достатніх доказів того, що державна підтримка на покриття витрат Підприємства зі здійснення основної діяльності визначена на мінімально можливому рівні, тобто що за звичайних ринкових умов, зокрема під час вибору Отримувача за конкурентною процедурою, витрати місцевого бюджету не були б меншими за ті, які мають бути використані для забезпечення діяльності Отримувача.
- (69) Отже, надання державної підтримки КП «Київреклама», у частині покриття витрат Підприємства зі здійснення основної діяльності (обстежень місць розміщення рекламних засобів та їх обліку, демонтаж рекламних засобів, установлених із порушеннями, та їх зберігання) та на придбання основних засобів довгострокового використання (матеріали / техніку / інвентар), що залишаться на балансі та в користуванні КП «Київреклама», **не виключає створення переваг** для виробництва окремих видів товарів чи провадження окремих видів господарської діяльності.
- (70) Водночас, відповідно до інформації Надавача Підприємство самостійно не виготовляє друкованих матеріалів із сюжетами соціальної реклами та не здійснює розповсюдження такої реклами, а лише укладає договори з підрядними організаціями (спеціалізованими поліграфічними підприємствами), що обираються відповідно до вимог Закону України «Про публічні закупівлі» з використанням електронної системи закупівель «ProZorro». Згідно з укладеними договорами 100 % коштів перераховуються підрядним організаціям.
- (71) Отже, Надавачем обґрунтовано, що державна підтримка на забезпечення (закупівлю) виготовлених друкованих матеріалів соціальної реклами, які виготовляють підрядні організації, визначена на мінімально можливому рівні, тобто за звичайних ринкових умов, з огляду на те, що для їх закупівлі буде проведено процедуру торгів, яка є конкурентною (усі зацікавлені учасники, які відповідають умовам, можуть взяти участь у

процесі), прозорою (усі зацікавлені учасники мають право на отримання належної інформації на кожному етапі процедури торгів), недискримінаційною (у випадку наявності підстав вважати її дискримінаційною кожен учасник має право подати скаргу до органу оскарження з метою захисту своїх прав та охоронюваних законом інтересів), що, у свою чергу, **виключає створення переваг** для виробництва тих видів товарів (робіт, матеріалів), які будуть закуповуватись через систему «ProZorro».

#### 4.1.4. Спотворення або загроза спотворення економічної конкуренції

(72) Згідно зі статтею 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» економічна конкуренція (конкуренція) – змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку. Ринком, у свою чергу, є сферою обороту товару (взаємозамінних товарів), на який протягом певного часу і в межах певної території є попит і пропозиція.

(73) Під господарською діяльністю у статті 3 Господарського кодексу України розуміється діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність.

(74) Отже, для того щоб мати вплив на економічну конкуренцію (спотворювати або загрожувати спотворенням конкуренції), допомога суб'єктові господарювання повинна стосуватися діяльності такого суб'єкта щодо виробництва товару (виконання робіт, надання послуг), який має вартісний характер і цінову визначеність та бере участь у господарському обороті на ринку.

(75) За інформацією від Надавача, КП «Київреклама» – єдине підприємство на території міста Києва, створене виконавчим органом Київської міської ради для здійснення обстежень місць розміщення рекламних засобів та їх обліку, демонтажу рекламних засобів, встановлених із порушеннями, організації виготовлення друкованої продукції та розповсюдження соціальної реклами, інформації соціального спрямування за дорученням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), а також діяльності у сфері впорядкування і створення комплексного благоустрою під час розміщення та розповсюдження реклами на території міста Києва.

Зазначені вище види робіт не є предметом діяльності інших учасників ринку зовнішньої реклами та реклами на транспорті комунальної власності, оскільки такі роботи їм не притаманні й економічної вигоди вони не мають.

Діяльність Підприємства з обстеження місць розміщення РЗ, які встановлюються та експлуатуються з порушенням чинних нормативно-правових актів, демонтаж таких РЗ здійснюються не для комерційних цілей та на безоплатній основі.

(76) Отже, фінансування КП «Київреклама» у формі субсидії, поточних та капітальних трансфертів, що спрямовується на реалізацію Підприємством заходів з обстеження місць розміщення рекламних засобів та їх обліку, демонтажу рекламних засобів, установлених із порушеннями, та їх зберігання, організації виготовлення друкованої продукції та розповсюдження соціальної реклами, що є безкоштовними для населення, не реалізуються на ринку, у розумінні Закону України «Про захист економічної конкуренції», не беруть участі в господарському обороті, отже, державна підтримка Підприємства **не загрожуватиме спотворенням економічної конкуренції**.

#### 4.1.5. Віднесення повідомленої фінансової підтримки до державної допомоги

(77) Враховуючи викладене, підтримка, яку надає Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) комунальному підприємству виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) «Київреклама» у формі субсидії, поточних та капітальних трансфертів підприємствам (установам, організаціям) з метою реалізації Підприємством заходів з обстеження місць розміщення рекламних засобів та їх обліку, демонтажу рекламних засобів, установлених із порушеннями, та їх зберігання, організації виготовлення друкованої продукції та розповсюдження соціальної реклами в період з 01.01.2020 по 31.12.2022 обсягом 148 550 507 грн, **не є державною допомогою** відповідно до Закону України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання».

#### 5. ЗАСТЕРЕЖЕННЯ

(78) Разом із тим слід зазначити, що:

- фінансування КП «Київреклама» повинно спрямовуватися лише на заходи з обстеження місць розміщення рекламних засобів та їх обліку, демонтажу рекламних засобів, установлених із порушеннями, організації виготовлення друкованої продукції та розповсюдження соціальної реклами, і в жодному разі не повинно покривати витрати на здійснення платної діяльності;
- надавач підтримки має забезпечити постійний контроль за обліком доходів, витрат та видатків за видами діяльності та за джерелами фінансування отримувача підтримки, окремо в розрізі синтетичних та аналітичних рахунків;
- КП «Київреклама» повинно проводити конкурсні торги через систему «ProZorro», відповідно до Закону України «Про публічні закупівлі», з метою закупівлі товарів / робіт / послуг, на які виділяється державна підтримка;
- надавач підтримки має забезпечити чіткий механізм виокремлення та розрахунку компенсації витрат КП «Київреклама», яке організовувало демонтаж та подальше зберігання рекламних засобів, від державного фінансування, з метою уникнення подвійного субсидювання цих витрат та надмірної компенсації, шляхом внесення змін до розпорядження Київської міської ради від 05.02.2019 № 207. Перехресне субсидювання цих витрат КП «Київреклама» та надмірна компенсація можуть містити ознаки державної допомоги.

(79) У разі недотримання застережень, зазначених у пункті 78 цього рішення, державна підтримка КП «Київреклама», що надається з метою реалізації заходів з обстеження місць розміщення рекламних засобів та їх обліку, демонтажу рекламних засобів, установлених із порушеннями, та їх зберігання, організації виготовлення друкованої продукції та розповсюдження соціальної реклами, може містити ознаки державної допомоги.

(80) Наведені в цьому рішенні обґрунтування та висновки застосовуються виключно для цілей застосування положень Закону України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» та не охоплюють правовідносин, що регулюються Законом України «Про захист економічної конкуренції».

(81) Листом від 28.05.2021 № 076-1813 (вх. № 5-06/7237 від 28.05.2021) Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) повідомило, що вважає попередні висновки у справі обґрунтованими, та зазначило про відсутність зауважень чи заперечень до подання про попередні висновки від 27.05.2021 № 500-26.15/92-20-ДД/259-спр у справі № 500-26.15/92-20-ДД.

Враховуючи викладене, керуючись статтями 7 і 16 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтями 8 і 10 Закону України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» та пунктом 14 розділу IV Порядку подання та оформлення повідомлень про нову державну допомогу та про внесення змін до умов чинної державної допомоги, затвердженого розпорядженням Антимонопольного комітету України від 04 березня 2017 року № 2-рп, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 04 квітня 2016 року за № 501/28631 (із змінами, внесеними розпорядженням Антимонопольного комітету України від 13 вересня 2018 року № 18-рп, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 27 листопада 2018 року за № 1337/32789), на підставі інформації, наданої Управлінням з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), Антимонопольний комітет України

### ПОСТАНОВИВ:

Визнати, що підтримка, яку надає Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) комунальному підприємству виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) «Київреклама», відповідно до розпорядження Київської міської ради від 05.02.2019 № 207 «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами в місті Києві та Порядку погодження розміщення реклами на транспорті комунальної власності територіальної громади міста Києва», у формі субсидії, поточних та капітальних трансфертів підприємствам (установам, організаціям) з метою реалізації заходів з обстеження місць розміщення рекламних засобів та їх обліку, демонтажу рекламних засобів, установлених із порушеннями, та їх зберігання, організації виготовлення друкованої продукції та розповсюдження соціальної реклами в період з 01.01.2020 по 31.12.2022 обсягом 148 550 507 (сто сорок вісім мільйонів п'ятсот п'ятдесят тисяч п'ятсот сім) гривень, **не є державною допомогою** відповідно до Закону України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання».

Відповідно до частини десятої статті 11 Закону України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» Антимонопольний комітет України може відкликати прийняте ним рішення, якщо воно прийнято на підставі недостовірної інформації, що призвело до прийняття необґрунтованого рішення, та прийняти нове рішення у порядку, встановленому цією статтею.

Голова Комітету

О. ПІЩАНСЬКА