



Государственный комитет по имуществу Республики Беларусь

Разъяснения о применении норм, предусматривающих поддержку отечественных производителей путем предоставления им в аренду торговых площадей без проведения аукциона и применения к арендной ставке коэффициента спроса, в размере, не превышающем 1

В соответствии с частью третьей пункта 5 Положения о порядке сдачи в аренду (передачи в безвозмездное пользование) недвижимого имущества, находящегося в собственности Республики Беларусь, утвержденного Указом Президента Республики Беларусь от 16 мая 2023 г. № 138 "Об аренде и безвозмездном пользовании имуществом" (далее – Указ № 138), заключение договоров аренды зданий и изолированных помещений, находящихся в собственности Республики Беларусь, без проведения аукциона осуществляется в случаях сдачи в аренду **отечественному производителю для реализации продукции собственного производства** либо сдачи в аренду **для размещения фирменного магазина отечественного производителя**.

Согласно подпункту 7.2 пункта 7 Положения о порядке определения размера арендной платы при сдаче в аренду недвижимого имущества (далее – Положение), утвержденного Указом № 138, при расчете размера арендной платы при сдаче в аренду недвижимого имущества, находящегося в государственной собственности, а также собственности хозяйственных обществ, более 50 процентов акций (долей в уставных фондах) которых находится в государственной собственности применяются коэффициенты спроса от 0,3 до 3 включительно, устанавливаемые арендодателем в зависимости от спроса на недвижимое имущество, его технического состояния, а также коммерческой выгоды от сдачи в аренду и (или) использования арендуемого имущества (далее – коэффициент спроса).

При сдаче в аренду торговых площадей **отечественным производителям для реализации продукции собственного производства** либо **размещения фирменного магазина отечественного производителя** применяется коэффициент спроса в размере, не превышающем 1.

Министерством антимонопольного регулирования и торговли (далее – МАРТ) выражено мнение, что под **отечественным производителем** можно понимать юридическое лицо либо индивидуального предпринимателя, которые зарегистрированы в Республике Беларусь и осуществляют деятельность по производству товаров для реализации потребителям в Республике Беларусь и (или) за ее пределами.

Положением об отнесении продукции (работ, услуг) к продукции (работам, услугам) собственного производства, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 17 декабря 2001 г. № 1817, и Положением о порядке выдачи сертификатов продукции (работ, услуг) собственного производства, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 20 октября 2010 г. № 1520, определены условия и критерии, при соблюдении которых юридическое лицо или индивидуальный предприниматель признается **производителем**, а произведенная им продукция относится к **продукции собственного производства**, а также установлен общий порядок выдачи сертификатов продукции собственного производства.

Вопросы отнесения произведенной продукции к продукции собственного производства относятся к компетенции Белорусской торгово-промышленной палаты (далее – БелТПП).

Подтверждением продажи продукции собственного производства может служить **сертификат продукции собственного производства**, выданный БелТПП, ее унитарными предприятиями, их представительствами и филиалами.

Вместе с тем, возможно применение коэффициента спроса в размере, не превышающем 1, при расчете размера арендной платы за торговые площади, арендуемые отечественным производителем, в случае реализации им также иной продукции помимо продукции собственного производства.

Так, в целях применения коэффициента спроса в размере, не превышающем 1, определение доли продукции собственного производства в общем объеме реализуемых отечественным производителем товаров следует осуществлять по аналогии с требованием об удельном весе количества разновидностей товаров производителя, создавшего фирменный магазин.

Согласно абзацу пятому пункта 2 Положения о порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 22 июля 2014 г. № 703, **фирменный магазин** – магазин, созданный юридическим лицом, индивидуальным предпринимателем, являющимися производителями товаров, либо субъектом торговли, получившим право продажи товаров конкретного производителя (производителей) с использованием товарного знака (товарных знаков) или фирменного наименования этого производителя (фирменных наименований этих производителей), в том числе на условиях договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга), в котором удельный вес количества разновидностей товаров этого производителя (производителей) составляет не менее 75 процентов – для непродовольственных магазинов и не менее 50 процентов – для продовольственных магазинов в общем количестве разновидностей товаров, находящихся в продаже в этом магазине.

При этом, по мнению МАРТ, если юридическое лицо входит в состав холдинга, созданного в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь, в котором поименован его состав, с

передачей этому юридическому лицу соответствующих гражданских прав, то магазин такого юридического лица также может быть отнесен к фирменному магазину, созданному производителем товаров. При этом заключение дополнительных договоров между участниками холдинга не требуется.

Данный удельный вес количества разновидностей должен поддерживаться в фирменном магазине на постоянной основе. Соответственно, оставшаяся часть разновидностей товаров (не более 25 процентов – для непродовольственных магазинов и не более 50 процентов – для продовольственных магазинов в общем количестве разновидностей товаров), находящихся в продаже в фирменном магазине, может быть произведена иными производителями.

Таким образом, в случае сдачи в аренду торговых площадей субъекту торговли, получившему право продажи товаров конкретного производителя (производителей) с использованием товарного знака (товарных знаков) или фирменного наименования этого производителя (фирменных наименований этих производителей), в том числе на условиях договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга), при размещении фирменного магазина отечественного производителя применяется коэффициент спроса в размере, не превышающем 1.

Обязанность по поддержанию количества разновидностей товаров в упомянутом размере может быть закреплена в договоре аренды либо арендатором может быть представлено письменное обязательство по поддержанию ассортиментного перечня в необходимой пропорции, оформленное в виде отдельного документа, на протяжении срока действия договора.

Согласно подпункту 1.30 пункта 1 Закона Республики Беларусь от 8 января 2014 г. № 128-З "О государственном регулировании торговли и общественного питания" (далее – Закон № 128-З) **торговая площадь** – площадь торгового зала (торговых залов) магазина, павильона.

Торговый зал – часть магазина, павильона, предназначенная для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания и прохода покупателей, проведения денежных расчетов с ними (подпункт 1.34 пункта 1 Закона № 128-З).

Магазин – стационарный торговый объект, имеющий торговый зал (торговые залы) (подпункт 1.9 пункта 1 Закона № 128-З).

Павильон – нестационарный торговый объект, представляющий собой конструкцию закрытого типа, имеющую торговый зал. Павильон может быть расположен в капитальном строении (здании, сооружении) (пункт 3 приложения 1 к постановлению Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 7 апреля 2021 г. № 23).

Торговый объект – капитальное строение (здание, сооружение), изолированное помещение или их части либо временная конструкция, не являющаяся капитальным строением (зданием, сооружением), изолированным помещением или их частями, оснащенные торговым и иным

оборудованием для продажи товаров, а также передвижной торговый объект и передвижные средства разносной торговли (подпункт 1.35 пункта 1 Закона № 128-З).

С учетом изложенного для целей применения коэффициента спроса в размере, не превышающем 1, под **торговой площадью** следует понимать объект недвижимого имущества, его часть, оснащенный торговым и иным оборудованием для продажи товаров, включающий площади, предназначенные для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания и прохода покупателей, проведения денежных расчетов с ними, размещения административного персонала, складов для хранения реализуемой продукции и иных вспомогательных и подсобных помещений, обеспечивающих функционирование торгового объекта.

Вы можете найти эту страницу по следующему адресу:

http://www.gki.gov.by/ru/questions_answers-arenda/view/razjjasnenija-o-primenenii-norm-predusmatrivajuschix-podderzhku-otchestvennyx-proizvoditelej-putem-10953/