

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ «ИНСТИТУТ  
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА И СРАВНИТЕЛЬНОГО ПРАВОВЕДЕНИЯ  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ» (ИЗИСП)

УТВЕРЖДАЮ

Первый заместитель директора  
д-р юрид. наук, профессор,  
заслуженный юрист  
Российской Федерации

И.И. Кучеров

«05» декабря 2022 г.

**ПРАВОВОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

по договору от «02» декабря 2022 г. № 21  
на выполнение научно-исследовательской работы по теме:

**ФОРМИРОВАНИЕ ПРАВОВЫХ ОСНОВ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ  
И КОНГРЕССНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

1 этап

Руководитель работ:

Заведующий отделом  
финансового, налогового  
и бюджетного законодательства  
д-р юрид. наук, профессор



Н.А. Поветкина

Москва 2022

## СПИСОК ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

Руководитель работ:  
Заведующий отделом финансового,  
налогового  
и бюджетного законодательства  
д-р юрид. наук, профессор



Н.А. Поветкина

Исполнители:

Главный научный сотрудник  
отдела финансового, налогового  
и бюджетного законодательства  
д-р юрид. наук



И.А. Хаванова

Ведущий научный сотрудник  
отдела гражданского  
законодательства и процесса  
канд. юрид. наук



С.А. Чеховская

Старший научный сотрудник  
отдела финансового, налогового  
и бюджетного законодательства  
к-т юрид. наук, доцент



Ю.В. Леднева

Старший научный сотрудник  
отдела финансового, налогового  
и бюджетного законодательства  
к-т юрид. наук



Е.В. Рябова

Доцент кафедры правового  
обеспечения публичных финансов  
к-т юрид. наук



Н.Е. Абрамова

Младший научный сотрудник  
отдела финансового, налогового  
и бюджетного законодательства



Н.С. Воробьев

Старший специалист отдела  
финансового, налогового  
и бюджетного законодательства



К.П. Воронина

**Обоснование целесообразности принятия федерального закона о выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в целях обеспечения единства законодательного регулирования в этой сфере, включающее в себя определение механизмов защиты отрасли в условиях геополитических изменений и санкционных ограничений, закрепление стимулирующих мер поддержки выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, основных принципов государственной политики в этой области, а также предмет регулирования конгрессно-выставочной отрасли; значение, которое будут иметь законопроекты для развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, правовой системы и общества в целом**

Выставки, ярмарки и конгрессы (далее по тексту - также мероприятия, виды деятельности) сопровождают весь путь развития российского государства с древних времен до настоящего времени и являются не только эффективным, но и доступным средством развития экономики, в том числе популяризации новых товаров, развития предпринимательской активности, формирования потребительской культуры населения, поддержки отечественного производства, а также сохранения национальных традиций; служат достижению исследовательских целей за счет обмена опытом с ведущими специалистами в соответствующей отрасли экономики. Кроме этого, данные мероприятия являются доступной площадкой как для реализации комплекса маркетинговых функций, так и местом личного взаимодействия и коммуникации значительного объема заинтересованных лиц.

Именно выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность способствует развитию экономического потенциала конкретной территории и формирующихся инновационных высокотехнологичных кластеров, расширяя доступ к инновациям, технологиям, ноу-хау, специализированным услугам, совместным кооперационным проектам. Важным аспектом

выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности также является ее социально-экономическая направленность, обеспечивающая повышение деловой активности в регионах, развитие региональных экономик, эффективное рыночное позиционирование территорий, создание новых рабочих мест и постоянную занятость населения в инфраструктуре региона.

Участие в выставках, ярмарках и конгрессах создает для делового сообщества мира и страны возможности получения достоверного знания о реальной картине мира, для непосредственного знакомства с нашей страной, формирует у иностранных и отечественных участников позитивный имидж и высокую деловую и научную репутацию России. Создаются возможности для общения самых разных социальных групп, развития общественной инициативы, возрождения и трансляции национальных традиций, роста патриотизма и гордости за свою страну, а значит - для сохранения конституционно-значимых ценностей.

Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность в условиях глобальных процессов технологизации и цифровизации обеспечивает и облекает в цивилизованные формы потребность людей в общении, удовлетворяет потребность людей в событиях и впечатлениях, создавая для этого возможности.

Данные мероприятия способствуют продвижению товаров и услуг не только на отечественный, но и мировые рынки, стимулируют экспорт. Например, по данным исследования Российского союза выставок и ярмарок (далее – РСВЯ), конгрессно-выставочные мероприятия генерируют около 3,2 трлн. рублей или 3% ВВП России, а объем конгрессно-выставочной деятельности (далее – КВД) России оценивается в 203 млрд. руб. Доля России на мировом рынке международных конгрессных мероприятий, по официальным оценкам, составляет пока менее 1%, а в мировой торговле Россия занимает долю примерно в 3%.

Данные цифры свидетельствуют о необходимости и возможности конгрессного сектора вырасти до масштабов, сопоставимых с событийными рынками ведущих в отрасли зарубежных стран.

Правовое регулирование указанных видов деятельности достаточно разрозненно и включает в себя более 40 актов разной отраслевой принадлежности, в которых не учитывается специфика выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Так, некоторые нормы, регулирующие деятельность ярмарок, можно найти в Федеральном законе от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», однако данный акт определяет ярмарочные мероприятия как торговые площадки и не учитывает того, что они могут проводиться, в том числе с культурно-познавательной целью и являться комплексным мероприятием, выходящим далеко за сферу торговли. Кроме того в данном акте не формулируются положений о государственной политике и гарантиях в отношении выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий, что снижает его значение, кроме того как уже выше отмечалась цели и задачи развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности выходят за пределы целей поддержания торговли, а значит сохранение регулирования в рамках этого закона ограничит развитие тех направлений, которые с ней не связаны.

Многообразие же организационно-распорядительных актов без наличия единых принципов государственного регулирования, учитывающих особенности осуществления выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, приводит к проблемам, обусловленным регулированием «по аналогии», что создает нормативные, административные и иные барьеры представителям отрасли для эффективного выполнения поставленных социальных задач и развития отрасли, что свидетельствует о формировании негативных тенденций в функционировании консолидирующих начал

данных видов деятельности, что является предпосылкой возникновения дополнительных вызовов и угроз в период глобальных потрясений.

В настоящее время в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности действуют следующие акты, направленные на формирование различных мер для развития отрасли: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 16.07.2022 N 1957-р «Об утверждении Плана мероприятий по реализации мер поддержки и стратегического развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации до 2025 года», Постановление от 28 марта 2019 г. № 342 «О государственной поддержке акционерного общества «Российский экспортный центр», г. Москва, Постановление Правительства Российской Федерации от 28 декабря 2020 г. № 2316 «О государственной поддержке российских организаций и индивидуальных предпринимателей в целях возмещения части затрат, связанных с участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях»; Постановление Правительства Российской Федерации от 2 июня 2007 г. № 339 «Об утверждении положения о проведении международных выставок образцов продукции военного назначения на территории Российской Федерации и об участии российских организаций в таких выставках на территориях иностранных государств», Постановление Правительства Российской Федерации от 20 июля 2019 г. № 940 «Об освобождении от предоставления обеспечения исполнения обязанности по уплате таможенных пошлин, налогов в отношении иностранных товаров, ввозимых на территорию Российской Федерации для экспонирования и показа (демонстрации в действии) на международных выставках образцов продукции военного назначения на территории Российской Федерации, а также предназначенных для использования при организации и проведении указанных выставок», однако единых принципов государственной политики выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации не выработано, что существенно затрудняет развитие отрасли, а также не способствует развитию

государственно-частного партнерства в этой сфере в виду отсутствия очерченных гарантий.

В связи с этим перед Российской Федерацией стоят задачи по формированию отрасли выставочно-ярмарочных и конгрессных услуг отвечающей требованиям международных стандартов по техническому уровню и качеству выставочных услуг, способствующей обеспечению социально-экономического роста. Вместе с тем статистика свидетельствует о рецессии в отрасли.

Таб.1 Данные из статистического обзора выставок Российского союза выставок и ярмарок:

Показатели	2015	2016	2017	2018	2019	2021
Число организаторов выставок-членов РСВЯ	57	55	57	47	56	48
Число выставочных мероприятий	843	776	705	623	644	369
Выставочная площадь нетто, кв.м.	1 809 187	1 620 975	1 862 729	1 588 719	1 713 488	1 102 572
Общее число экспонентов	99 985	90 729	93 319	86 077	87 862	36 782
отечественных	80 489	73 103	74 611	66 528	68 363	33 145
иностраннх	19 496	17 626	18 708	19 549	19 499	3 637
Число посетителей, млн.	7,4	7,6	7,4	7,9	7,4	4,5
Число стран	118	117	120	98	118	97

Очевидно, что статистика 2021 года связана с последствиями COVID-19, однако можно наблюдать, что такая тенденция стала прослеживаться раньше.

Вместе с тем именно период пандемии показал, что существует насущная потребность в обособлении ярмарочно-выставочных мероприятий и конгрессной деятельности, поскольку отнесение их к виду массовых мероприятий и применение ограничений существенно ослабило экономику отрасли. Указанные ограничения не соответствовали тому уровню безопасности, который уже демонстрируют участники данной хозяйственной деятельности.

Ошибочным является и рассмотрение выставок и ярмарок исключительно в контексте торговой деятельности, поскольку выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность имеет свою уникальную специфику, способствующую возрождению национальных традиций, традиции личного общения, духовного обогащения, обмена профессиональным опытом, традиций мультикультурного взаимодействия, патриотического воспитания, что обеспечивает развитие Российской Федерации и ее многонационального народа. Таким образом, вышеизложенное, а также происходящее в настоящее время санкционное давление на экономику Российской Федерации со стороны недружественных стран, усиливает значение правового регулирования для того, чтобы предвосхитить дальнейшее падение привлекательности отрасли и обеспечить ей своевременную и достаточную государственную поддержку.

Специальное правовое регулирования в настоящее время видится весьма востребованным и своевременным за счет того, что: во-первых, обеспечит координацию государства и бизнеса, во-вторых, создаст необходимые условия для обособления такой деятельности, обеспечив закрепление понятийного аппарата, чтобы исключить необоснованные ограничения работы, а в-третьих, создаст стандарт безопасности мероприятий, сформулировав к ним конкретные требования, которым должны будут соответствовать все участники, что также пойдет на пользу развитию не только этой, но также смежных с ней отраслей .

Таким образом, в целях развития отрасли требуется принятие комплексного (систематизирующего) законодательного акта, предметом которого будут являться отношения, возникающие между юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями, органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления при формировании и реализации мер, направленных на развитие выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации, а также

формирующим требования к участникам такой деятельности, включая профессиональные, безопасности мероприятий, механизмы самоорганизации в отрасли, способы сохранения и поддержания интересов к проводимым мероприятиям и их планированию, механизмов обеспечения формирования территориальной доступности инфраструктуры выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

В правовой системе Российской Федерации уже существуют примеры федеральных законов основной идеей которых является создание основ для регулирования деятельности, имеющей важное государственное значение. Целью такого акта является, прежде всего, формулирование основ государственной политики, а также мер государственной поддержки и гарантий, направленных на развитие этой отрасли. В качестве иллюстрации можно привести следующие акты - Федеральный закон от 31.12.2014 № 488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации», Федеральный закон от 29.12.2006 № 264-ФЗ «О развитии сельского хозяйства», Федеральный закон от 06.01.1999 № 7-ФЗ «О народных художественных промыслах» и другие.

Разработка нормативного правового акта не всегда осуществляется с целью регламентации уже сложившихся отношений, в некоторых случаях задача государства видится в издании акта, который станет триггером развития общественных отношений, поэтому отсутствие ярких противоречий не свидетельствует о том, что существующего правового регулирования достаточно, напротив в отсутствии стабильного роста это скорее показывает об опасениях осуществлять деятельность, статус которой не выделен и не конкретизирован. Осуществление деятельности в отсутствии комплексного регулирования как правило сопряжено с множеством рисков, возникающих в связи с необходимостью использования аналогий, которые не всегда учитывают специфику деятельности, а значит не каждый инвестор сможет решиться сделать выбор в пользу такого направления для инвестирования.

В связи с этим верным видится включение в содержание отдельного федерального закона норм, определяющих порядок осуществления выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, включая требования к профессиональному обучению специалистов, стандартов безопасности проводимых мероприятий, условий для формирования территориальной доступности и вовлеченности населения в данные мероприятия и др.

Развитие правового регулирования сферы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в форме самостоятельного системного акта также будет способствовать реализации Указа Президента Российской Федерации «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» от 21 июля 2020 г. № 474; национального проекта «Международная кооперация и экспорт», утвержденного президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам от 24 декабря 2018 г. № 16; государственной программы «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности», утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 328; целей Стратегии развития туризма в Российской Федерации, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации на период до 2035 года от 20 сентября 2019 г. № 2129-р; национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», утвержденный президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам от 24 декабря 2018 г. № 16 и др.

Участниками системы координации конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации являются федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, система торгово-промышленных палат в Российской Федерации, Российский союз выставок и ярмарок, Ассоциация «Национальное конгресс-бюро», Российский союз промышленников и предпринимателей, Фонд «Росконгресс», юридические и физические лица, занятые в отрасли.

В отсутствии международной конкуренции целесообразной видится предоставление возможности рынку самостоятельно оценить инвестиционную привлекательность выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, однако такое время уже прошло, уже сформировались сильные участники, которые получают большую часть мировой деятельности в этой сфере, кроме того можно наблюдать усиление такой конкуренции между представителями стран, а значит недостаточное внимание к развитию отрасли приведет к утрате уже занятых позиций и не достижению целей развития, а также потере самостоятельности, зависимости от иностранных площадок. Санкционное давление со стороны недружественных стран усиливает значение таких мероприятий не только для целей восстановления экономики, развития промышленности, но и для целей формирования гражданского общества.

Потребность в принятии специального закона обусловлена также необходимостью законодательного определения направлений государственной политики на перспективу для того, чтобы занятые в этой сфере предприниматели и потенциальные инвесторы, с учетом этих законодательно закрепленных направлений, могли стабильно, устойчиво и планомерно развивать отрасль.

Зарубежный опыт также свидетельствует о том, что комплексной регулирование выставочно-ярмарочной деятельности стало ответом на экономические вызовы и послужило становлением конкурентоспособной отрасли деятельности.

Например, Франция является одной из ведущих стран в данной сфере, при этом комплексный акт в этой стране появился в 1945 году, что, несомненно, свидетельствует о понимании значимости такого регулирования для восстановления экономических и культурных отношений во времена больших потрясений.

В Италии также происходит постоянная трансформация регулирования выставочно-ярмарочной деятельности с формированием единого нормативного правового акта.

При этом не все страны выбирают путь издания единого общегосударственного акта, однако соответствующие положения формируются в рамках действующего правового регулирования, имеющего отношение к торговой деятельности, однако во всех рассмотренных странах (см. Приложение 2) подчеркивается важное значение указанной деятельности. Особо следует подчеркнуть, что отсутствие отдельного акта может быть обусловлено сложившимися традициями юридической техники, а также опытом развития правового регулирования торговли, что не всегда может быть реципировано в другую правовую традицию.

Изложенное позволяет сделать следующий вывод о том, что принятие специального федерального закона «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности» станет основой отраслевого регулирования и дальнейшего развития нормативного материала.

Принятие данного проекта федерального закона позволит решить следующие задачи:

- создать нормативные основы для развития механизмов сотрудничества государственных структур, общественных организаций и участников выставочно-ярмарочной и конгрессной отрасли, между исполнительной властью субъектов Российской Федерации и участниками выставочно-ярмарочной и конгрессной отрасли;

- углубить интеграционные процессы между участниками выставочно-ярмарочного и конгрессного рынка, инвесторами, экспертами, способствующие развитию выставочно-ярмарочной и конгрессной отрасли Российской Федерации и увеличению ее вклада в ВВП;

- создать нормативную основу для осуществления государственной поддержки отрасли и стимулирования участия российских производителей в

конгрессно-выставочных мероприятиях, проводимых в Российской Федерации и за рубежом;

- обеспечить развитие выставочно-ярмарочной и конгрессной инфраструктуры в Российской Федерации, отвечающей требованиям международных стандартов;

- создать предпосылки для развития территорий за счет формирования и реализации государственной политики продвижения событийного потенциала Российской Федерации;

- повысить качество услуг, предоставляемых участниками отрасли через механизмы стандартизации; внедрение международных стандартов качества для выставочно-ярмарочной и конгрессной отрасли;

- обеспечить развитие системы образования и повышения квалификации в выставочно-ярмарочной и конгрессной отрасли;

- создать условия для расширения использования цифровых технологий в выставочно-ярмарочной и конгрессной отрасли;

- сформировать условия для привлечения и организацию в Российской Федерации международных выставок, форумов, конгрессов, конференций, симпозиумов и прочих деловых встреч, имеющих значение для экономики Российской Федерации;

- сформировать нормативно закреплённые правила, формирующие прозрачную информационную среду и улучшающие информационный обмен между участниками выставочно-ярмарочной и конгрессной отрасли, а также между участниками отрасли и профильными государственными органами.

Планируемым самостоятельным предметом регулирования являются общественные отношения, возникающие между органами государственной власти и местного самоуправления и субъектами выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности при осуществлении различных мер государственного воздействия на субъектов выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. Меры государственного воздействия на субъектов выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности могут носить

различный характер: это могут быть как меры экономического стимулирования, так и меры государственного регулирования (императивные предписания и запреты). При этом государство может воздействовать на выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности как непосредственно (через государственные органы), так и опосредованно (через организации инфраструктуры поддержки выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности).

Предполагается, что федеральный закон, прежде всего будет включать в себя разделы, в которых будут:

1) сформулированы определения ключевых понятий в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. При выработке понятий, используемых в проекте, будет учитываться, что основной целью введения того или иного понятия является не только использование его при определении мер стимулирования, но и дальнейшая возможность использования при администрировании налоговых льгот, предоставлении субсидий и осуществлении иных мер государственной поддержки. Тем самым закон поможет четко определить круг субъектов, на который будут распространяться соответствующие законодательные требования и меры государственной поддержки. Особое значение закон будет приобретать по мере развития цифровых форм осуществления выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, когда будет необходимо проводить правовую квалификацию возникающих отношений в цифровой среде как выставочно-ярмарочное или конгрессное мероприятие;

2) цели, задачи и принципы государственной политики в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;

3) полномочий субъектов общественных отношений, возникающих при формировании и реализации политики в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;

4) особенностей применения мер финансовой, информационной, консультационной поддержки, организационной поддержки в области

научно-технической и инновационной деятельности, поддержки в области развития кадрового потенциала, поддержки внешнеэкономической деятельности, иных видов государственной поддержки в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;

5) территориальных аспектов развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;

6) регулирование специализированных выставочных мероприятий, позволяющих защитить конгрессно-выставочные мероприятия от действия актов, не учитывающих специфики;

7) положения, касающиеся прав и обязанностей участников выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности (проект структуры Федерального закона представлен в Приложении 1);

8) упрощение таможенного регулирования в отношении товаров, специально ввозимых для демонстрации на выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях и продаваемых на них.

В существующих условиях разработка специального федерального закона «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации», станет основой для определения принципов современной государственной политики в этой сфере, создания единого правового пространства и реализации ключевых направлений развития отрасли, способствующих выполнению принятых государственных программ, систематизирует меры стимулирования данной деятельности, сформирует единые правовые подходы к регулированию и (или) реализации данного вида деятельности в субъектах Российской Федерации и на местном уровне, определит полномочия государственных органов и органов местного самоуправления при их реализации, обеспечит построение понятной участникам системы правового регулирования, снизит административные барьеры, станет стимулом для развития территорий Российской Федерации.

Принятие данного нормативного правового акта в целях создания системного регулирования повлечет необходимость внесения изменений в

отдельные федеральные законы, регулирующие смежные отношения. Так, например, финансовые аспекты мер государственной поддержки потребуют внесения изменений в часть 2 Налогового кодекса Российской Федерации. Особенности проведения отдельных мероприятий потребуют внесения изменений в Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» и др. (проект перечня федеральных законов, в которые будут вноситься изменения представлен в Приложении 3).

Подводя итоги изложенному необходимо подчеркнуть значимость создания специального федерального закона, самостоятельным предметом которого станут общественные отношения, возникающие между юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями, органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления при формировании и реализации мер, направленных на развитие выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации, а также формирующим требования к участникам такой деятельности, включая профессиональные, безопасности мероприятий, механизмы самоорганизации в отрасли, способы сохранения и поддержания интересов к проводимым мероприятиям и их планированию, механизмов обеспечения формирования территориальной доступности инфраструктуры выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. Указанный предмет правового регулирования является самостоятельным.

При этом создание такого регулирования потребует его соотнесения с актами, под действие которых подпадает в настоящее время выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность, чтобы исключить возможные противоречия и коллизии, что позволит создать системное правовое регулирование, которое станет основой для развития отрасли, базисом для

создания новых уникальных мер взаимодействия государства, общества и предпринимателя.

## **Общая характеристика и оценка состояния правового регулирования общественных отношений в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности**

Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность выступает одним из стратегических инструментов повышения конкурентоспособности Российской Федерации на международной арене, способствует повышению инвестиционной привлекательности государства. Вместе с тем данная деятельность вносит весомый вклад в социально-экономическое развитие регионов Российской Федерации.

На современном этапе большое внимание в государственной политике уделяется импортозамещению в условиях актуальных геополитических преобразований, что, безусловно, оказывает значительное влияние на реализацию выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Современные выставки, ярмарки и конгрессы – это не только весьма эффективное средство сбыта и представления продукции, также это значимый инструмент коммуникации, обмена информацией, а также изучения рынка. Это система профессиональных информационных, рекламных, технических, хозяйственных, экономических, технологических и управленческих действий многочисленных сторон, участников данных мероприятий. Новые форматы, технологий и инструменты организации выставок, ярмарок и конгрессов определяют необходимость совершенствования нормативного правового регулирования выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

В настоящее время на федеральном уровне отсутствует единый нормативный правовой акт, регламентирующий выставочно-ярмарочную и конгрессную деятельность. Важно подчеркнуть, что далеко не во всех государствах действуют специальные законы, регламентирующие выставочно-ярмарочную деятельность. Так, к странам, имеющим такие законы можно отнести Испанию, Италию, США и некоторые другие страны.

Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность осуществляется в соответствии с Конституцией Российской Федерации<sup>1</sup>, международными договорами Российской Федерации. Различные аспекты выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности регулируются законодательными актами общего характера, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации, а также нормативными правовыми документами органов государственной власти Российской Федерации и органов власти субъектов Российской Федерации.

К международным договорам, регулирующим общественные отношения в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, участницей которых является Российская Федерация, относятся: Парижская конвенция о международных выставках (1928 год)<sup>2</sup>, Соглашение с государствами - участниками СНГ «О развитии выставочно-ярмарочной деятельности в СНГ» от 26 мая 1995 года<sup>3</sup>, Таможенная конвенция о карнете АТА для временного ввоза товаров (Брюссель, 1961 год)<sup>4</sup>, Конвенция о временном ввозе (Стамбул, 1990 г.)<sup>5</sup>, Соглашение о взаимодействии в области рекламно-выставочной деятельности в сфере военно-экономического сотрудничества между государствами - членами Организации Договора о коллективной безопасности (Душанбе, 2007 г.)<sup>6</sup>, а также двусторонние соглашения Российской Федерации о торгово-экономическом, научно-

---

<sup>1</sup> Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01 июля 2020 года) // Официальный интернет-портал правовой информации [www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru).

<sup>2</sup> Конвенция о международных выставках (Париж, 22 ноября 1928 г.) // Сборник действующих договоров, соглашений и конвенций, заключенных СССР с иностранными государствами. Вып. IX.- М., 1938. С. 181 - 196.

<sup>3</sup> Соглашение о развитии выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Содружестве Независимых Государств (Минск, 26 мая 1995 г.) // Бюллетень международных договоров. 2008. № 3. С. 11 - 15.

<sup>4</sup> Таможенная конвенция о карнете А.Т.А. для временного ввоза товаров (Конвенция А.Т.А.) (Брюссель, 06 декабря 1961 г.) // Таможенные ведомости. № 1, 1996.

<sup>5</sup> Конвенция о временном ввозе (Стамбул, 26 июня 1990 г.) // Таможенные ведомости. № 2, 1996.

<sup>6</sup> Соглашение о взаимодействии в области рекламно-выставочной деятельности в сфере военно-экономического сотрудничества между государствами-членами Организации Договора о коллективной безопасности // Бюллетень международных договоров. 2011. № 12. С. 9 - 12.

техническом и культурном сотрудничестве с иностранными государствами, содержащие отдельные положения, касающиеся выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

К числу нормативных правовых актов общего характера следует отнести такие кодифицированные акты как Гражданский кодекс Российской Федерации, Налоговый кодекс Российской Федерации, Таможенный кодекс Евразийского экономического союза.

В ГК РФ закрепляются общие нормы, которые актуальны и для осуществления выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, такие как регистрация юридических лиц, правила проведения публичных мероприятий и т.д., но есть и отдельные нормы, посвященные рассматриваемой деятельности.

Так, в пункте 2 статьи 1484 ГК РФ<sup>7</sup> закреплено, что исключительное право на товарный знак может быть осуществлено для индивидуализации товаров, работ или услуг, в отношении которых товарный знак зарегистрирован, в частности путем размещения товарного знака на товарах, в том числе на этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, *продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках* или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, либо хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию Российской Федерации».

Также в пункте 2 статьи 1519 части 4 Гражданского кодекса Российской Федерации закреплено, что использованием географического указания считается, в частности, размещение этого географического указания на товарах, этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, *продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках* или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории

---

<sup>7</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18 декабря 2006 года № 230-ФЗ (в ред. от 07 октября 2022 года, № 386-ФЗ) // СЗ РФ. 2006. № 52 (1 ч.), ст. 5496; 2022. СЗ РФ. 2022. № 41, ст. 6948.

Российской Федерации, либо хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию Российской Федерации».

Также статья 1495 ГК РФ предусматривает конвенционный и выставочный приоритет товарного знака. Данная норма введена в ГК РФ ввиду присоединения Российской Федерации к Парижской конвенции по охране промышленной собственности 1883 года. Статья 11 названной Конвенции предусматривает для стран-участниц предоставления «временной охраны патентоспособных изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, а также товарных знаков для продуктов, экспонируемых на официальных или официально признанных международных выставках, организованных на территории одной из этих стран», таким образом, демонстрация новинок на выставках становится безопасной. Важно отметить, что глава 72 ГК РФ «Патентное право» также содержит себе нормы в отношении выставок. До введение в действие части 4 ГК РФ обозначенные общественные отношения регулировались Патентным законом Российской Федерации от 23 сентября 1992 года № 3517-1<sup>8</sup>.

Следующим значимым кодифицированным нормативным правовым актом, регулирующим общие вопросы, выступает Налоговый кодекс Российской Федерации (далее – НК РФ)<sup>9</sup>.

Глава 25 НК РФ посвящена правовой регламентации налога на прибыль организаций. В подпункте 28 пункта 1 статьи 264 главы 25 НК РФ закреплено, что к прочим расходам, связанным с производством и реализацией, относятся расходы на рекламу производимых (приобретенных) и (или) реализуемых товаров (работ, услуг), деятельности налогоплательщика, товарного знака и знака обслуживания, включая *участие в выставках и ярмарках*, с учетом положений пункта 4 статьи 265 Налогового кодекса Российской Федерации.

---

<sup>8</sup> Патентный закон Российской Федерации от 23 сентября 1992 года № 3517-1 (утратил силу) // Рос. газета.1992, № 225.

<sup>9</sup> Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05 августа 2000 года № 117-ФЗ (в ред. от 21 ноября 2022 года, 443-ФЗ) // СЗ РФ. 2000. № 32, ст. 3340; 2022. № 48, ст. 8310.

Необходимо отметить, что, несмотря на важность и необходимость развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, в НК РФ на настоящий момент отсутствуют какие-либо налоговые преференции для субъектов, осуществляющих такую деятельность. Думается, что установление определенных налоговых льгот может стать импульсом для более динамичного развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации.

Еще одним значимым кодифицированным нормативным правовым актом является Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (далее – ТК ЕАЭС)<sup>10</sup> В статье 253 ТК ЕАЭС предусматривается специальная таможенная процедура в отношении товаров, перемещаемых через таможенную границу Союза иностранных товаров, *предназначенных для организации и проведения официальных международных выставок*, характеристики которых определяются Комиссией. Товары, не относящиеся к этой категории товаров, определяются Комиссией.

В соответствии с пунктом 15 Решения Комиссии Таможенного союза от 20 мая 2010 года № 329 иностранные товары, перемещаемые через таможенную границу Союза и предназначенные для организации и проведения официальных международных выставок, помещаются под специальную таможенную процедуру без уплаты таможенных пошлин, налогов и без применения мер технического регулирования.

Для целей применения настоящего пункта под официальной международной выставкой понимается выставка: решение о проведении которой принято правительством государства-члена и организаторами которой выступают орган государственной власти государства-члена или организация, уполномоченные правительством государства-члена на организацию и проведение официальной международной выставки (далее в настоящем пункте - уполномоченный орган (организация));

---

<sup>10</sup> Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (в ред. от 29 мая 2019 года) (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) // Официальный сайт Евразийского экономического союза <http://www.eaeunion.org/>

продолжительностью не менее 3 недель, но не более 6 месяцев; нехудожественная; проводимая не с целью продажи товаров в ходе ее проведения<sup>11</sup>.

Помимо кодифицированных нормативных правовых актов, нормы, регулирующие выставочно-ярмарочную и конгрессную деятельность, содержатся в федеральных законах.

Требования к организации ярмарок и продажи товаров (выполнения работ, оказании услуг) на них закреплены в статье 11 Федерального закона от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»<sup>12</sup>.

Так, пунктом 1 данной статьи устанавливается, что ярмарки организуются органами государственной власти, органами местного самоуправления, юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями (далее - организатор ярмарки). Организация ярмарок и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на них осуществляется в порядке, установленном нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации, на территориях которых такие ярмарки организуются. В случае, если организатором ярмарки является федеральный орган государственной власти, порядок организации ярмарки и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на ней устанавливается организатором ярмарки с учетом положений настоящей статьи.

Из рассматриваемой статьи можно сделать вывод о том, что в Российской Федерации действует трехуровневая система правового регулирования проведения ярмарок (регулируется вышеназванным

---

<sup>11</sup> Решение Комиссии Таможенного союза от 20 мая 2010 года № 329 (в ред. от 15 апреля 2022 года) «О перечне категорий товаров, в отношении которых может быть установлена специальная таможенная процедура, и условий их помещения под такую таможенную процедуру» // Официальный сайт Комиссии Таможенного союза <http://www.tsouz.ru/>

<sup>12</sup> Федеральный закон от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ (в ред. от 14 июля 2022 года, 352-ФЗ) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2010. № 1, ст. 2; 2022, № 29 (ч. III), ст. 5319.

федеральным законом, нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации и муниципальных образований).

Важно отметить, что в соответствии со статьей 9 Закона Российской Федерации от 07 февраля 1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей»<sup>13</sup> информация об изготовителе (исполнителе, продавце, владельце агрегатора) должна быть доведена до сведения потребителей также при осуществлении торговли, бытового и иных видов обслуживания потребителей во временных помещениях, на ярмарках, с лотков и в других случаях, если торговля, бытовое и иные виды обслуживания потребителей осуществляются вне постоянного места нахождения продавца (исполнителя). Стоит заострить внимание на том факте, что рассматриваемая норма не включает в себя ярмарки, но не включает выставки. Думается, что посетители выставок также должны иметь доступ к соответствующей информации.

Содействие в организации ярмарок, выставок и деловых конгрессов в соответствии с действующим законодательством можно рассматривать в качестве мер государственной поддержки.

Так, в соответствии с подпунктом 2 пункта 2 статьи 13 Федерального закона от 31 декабря 2014 года № 488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации»<sup>14</sup> предоставление информационно-консультационной поддержки субъектам деятельности в сфере промышленности органами государственной власти, органами местного самоуправления может осуществляться в виде организации *проведения выставок, ярмарок, конференций* (в том числе международных) или содействия в их проведении.

А также в соответствии с подпунктом 6 пункта 5 статьи 24.1 Федерального закона от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и

---

<sup>13</sup> Закон РФ от 07 февраля 1992 года № 2300-1 (в ред. от 05 декабря 2022 года, № 478-ФЗ) «О защите прав потребителей» // СЗ РФ. 1996. № 3, ст. 140; Рос. газета. 2022. № 278.

<sup>14</sup> Федеральный закон от 31 декабря 2014 года № 488-ФЗ (в ред. от 05 декабря 2022 года, № 496-ФЗ) «О промышленной политике в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2015. № 1 (ч. I), ст. 41; Рос. газета. 2022. № 278.

среднего предпринимательства в Российской Федерации»<sup>15</sup> оказание поддержки социальным предприятиям может осуществляться в виде содействия в развитии межрегионального сотрудничества, поиске деловых партнеров, в том числе путем проведения ярмарок, деловых конгрессов, выставок, а также обеспечения участия социальных предприятий в указанных мероприятиях на территориях субъектов Российской Федерации и на территориях муниципальных образований. Вместе с тем, стоит отметить, что для субъектов малого и среднего предпринимательства законодательно не закреплены меры государственной поддержки ввиду участия в выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. Думается, что с учетом усложнившейся экономической ситуации ввиду усиливающегося санкционного давления недружественных стран по отношению к Российской Федерации, в целях поддержки внутренней политики по импортозамещению необходимо законодательно закрепить на федеральном уровне дополнительные меры государственной поддержки для субъектов малого и среднего предпринимательства, продвигающих национальную продукцию на ярмарках либо презентующих ее на конгрессно-выставочных мероприятиях.

В Федеральном законе от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»<sup>16</sup> единственное упоминание о ярмарках и выставках встречается в дефиниции «продвижение туристского продукта», содержащейся в статье 1.

Думается, что развитию туризма в Российской Федерации, в том числе делового туризма, может послужить государственная поддержка проведения конгрессно-выставочных мероприятий, а также законодательное закрепление упрощенной процедуры въезда иностранных граждан для участия в таких

---

<sup>15</sup> Федеральный закон от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ (в ред. от 04 ноября 2022 года, № 418-ФЗ) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2007. № 31, ст. 4006; 2022. № 45, ст. 7663.

<sup>16</sup> Федеральный закон от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ (в ред. от 28 мая 2022 года, № 148-ФЗ) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // СЗ РФ. 1996. № 49, ст. 5491; 2022. № 22, ст. 3541.

мероприятиях. На сегодняшний день действующее законодательство таких норм не содержит.

Вместе с тем действующее законодательство включает в себя некоторые ограничительные меры. Так, в соответствии с пунктом 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»<sup>17</sup> предусматривает что «Реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. Реклама вина, крепленого вина и игристого вина, произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания, а также на специализированных ярмарках винодельческой продукции (специализированный раздел ярмарки пищевой промышленности и сопутствующих товаров)». В свою очередь в Федеральном законе от 22 ноября 1995 года № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции»<sup>18</sup> регламентируется проведение специализированной ярмарки винодельческой продукции.

В подпункте 22 пункта 1 статьи 47 Федерального закона от 03 августа 2018 года № 289-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» закреплено, что таможенные сборы за таможенные операции не

---

<sup>17</sup> Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ (в ред. от 05 декабря 2022 года, № 478-ФЗ) «О рекламе» // СЗ РФ. 2006. № 12, ст. 1232; Рос. газета. 2022. № 278,

<sup>18</sup> Федеральный закон от 22 ноября 1995 года № 171-ФЗ (в ред. от 26 марта 2022 года, № 74-ФЗ) «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» // СЗ РФ. 1995. № 48, ст. 4553; 2022. № 13, ст. 1963.

взимаются в отношении товаров, ввозимых в Российскую Федерацию и вывозимых из Российской Федерации в целях демонстрации при проведении *выставочно-конгрессных мероприятий с иностранным участием*, авиационно-космических салонов и иных подобных мероприятий по решению Правительства Российской Федерации.

В пункте 6 статьи 19 Федерального закона от 18 июля 1999 года № 183-ФЗ «Об экспортном контроле» установлено следующее: «Временный вывоз из Российской Федерации контролируемых товаров и технологий без передачи таких товаров и технологий (в том числе прав на них) иностранному лицу, в частности *для демонстрации на выставках* или в целях использования для собственных нужд, может осуществляться без лицензий при условии, что такие товары и технологии будут оставаться под непосредственным контролем российского участника внешнеэкономической деятельности, осуществляющего их временный вывоз из Российской Федерации, и будут возвращены в Российскую Федерацию в установленные сроки. Решение о временном вывозе из Российской Федерации контролируемых товаров и технологий принимается межведомственным координационным органом по экспортному контролю в порядке, установленном Правительством Российской Федерации»<sup>19</sup>.

Отдельные положения статей 14, 19, 23 Федерального закона от 10 декабря 2003 года № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле» касаются международных выставок<sup>20</sup>.

В научной литературе отмечается, что важной частью выставок являются сопутствующие мероприятия научно-технического характера, в том числе конгрессы, симпозиумы, семинары, конференции, презентации,

---

<sup>19</sup> Федеральный закон от 18 июля 1999 года № 183-ФЗ (в ред. от 26 марта 2022 года, № 73-ФЗ) «Об экспортном контроле» // СЗ РФ. 1999. № 30, ст. 3774; 2022. № 13, ст. 1962.

<sup>20</sup> Федеральный закон от 10 декабря 2003 года № 173-ФЗ (в ред. от 05 декабря 2022 года, 511-ФЗ) «О валютном регулировании и валютном контроле» // СЗ РФ. 2003. № 50, ст. 4859; Рос. газета. 2022. № 279.

конкурсы и прочее<sup>21</sup>. Это также фрагментарно отражено в действующем законодательстве. Так, в соответствии со статьей 46 Федерального закона от 08 декабря 2003 года № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности»<sup>22</sup> Правительство Российской Федерации и органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации в рамках своей компетенции осуществляют *организацию торговых выставок и ярмарок, специализированных симпозиумов и конференций и участие в них*.

На основании подпункта 5 пункта 6 статьи 46.1 рассматриваемого Федерального закона, акционерное общество «Российский экспортный центр» в порядке<sup>23</sup>, установленном Правительством Российской Федерации оказывает содействие продвижению за рубежом промышленной продукции (товаров, работ, услуг), включая *содействие выставочной, ярмарочной, маркетинговой и иной деятельности, во взаимодействии с уполномоченными федеральными органами исполнительной власти Российской Федерации и органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации*.

В законе Российской Федерации от 07 июля 1993 года № 5340-1 «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации» в статье 12 в качестве одного из прав торгово-промышленных палат закреплено право на организацию *выставок, ярмарок и конгрессов*, в том числе международных, а

---

<sup>21</sup> Трунцевский Ю.В., Козлов А.А. Охрана и защита прав на средства индивидуализации товаров. М.: Юристъ, 2006. // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

<sup>22</sup> Федеральный закон от 08 декабря 2003 года № 164-ФЗ (в ред. от 14 июля 2022 года, 353-ФЗ) «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» // СЗ Российской Федерации. 2003. № 50, ст. 4850; 2022. № 29 (ч. III), ст. 5320.

<sup>23</sup> Постановление Правительства РФ от 05 февраля 2016 года № 71 (в ред. от 26 сентября 2022 года, № 1689) «Об утверждении Правил осуществления акционерным обществом «Российский экспортный центр» деятельности по поддержке экспорта и импорта, а также взаимодействия с федеральными органами исполнительной власти, органами валютного контроля, уполномоченными Правительством Российской Федерации, и Государственной корпорацией по атомной энергии «Росатом» // СЗ РФ. 2016. № 7, ст. 981; 2022. № 40, ст. 6817.

также на обеспечение подготовки и проведения выставок российских товаров за рубежом<sup>24</sup>.

Также в Основах законодательства Российской Федерации о культуре от 09 октября 1992 года № 3612-1<sup>25</sup> в абзаце 5 статьи 21 закреплено право национальных культурных центров, национальных обществ и землячеств проводить фестивали, *выставки* и другие аналогичные мероприятия. Из законодательно приведенного перечня мероприятий явствует, что конгрессные мероприятия национальные культурные центры, национальные общества и землячества проводить не вправе.

В Федеральном законе от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»<sup>26</sup> в рамках международного сотрудничества в статье 105 закреплено участие организаций, входящих в систему образования «в деятельности международных организаций и проведении международных образовательных, научно-исследовательских и научно-технических проектов, *конгрессов...*». Вместе с тем, в Федеральном законе от 23 августа 1996 года № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике»<sup>27</sup>, а также в Федеральном законе от 30 декабря 2020 года № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации»<sup>28</sup> отсутствуют нормы, регламентирующие проведение конгрессов или участие в них.

---

<sup>24</sup> Закон РФ от 07 июля 1993 года № 5340-1 (в ред. от 01 мая 2022 года, № 133-ФЗ) «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации» // Рос. газета. 1993. № 154; 2022. № 98.

<sup>25</sup> Основы законодательства Российской Федерации о культуре (утв. ВС РФ 09 октября 1992 года № 3612-1) (в ред. от 30 апреля 2021 года, № 114-ФЗ ) // Рос. газета. 1992. № 248; СЗ РФ. 2021. № 18, ст. 3058.

<sup>26</sup> Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ (в ред. от 05 декабря 2022 года, № 498-ФЗ) «Об образовании в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2012. № 53 (ч. 1), ст. 7598; Рос. газета. 2022. № 279.

<sup>27</sup> Федеральный закон от 23 августа 1996 года № 127-ФЗ (в ред. от 07 октября 2022 года, № 397-ФЗ) «О науке и государственной научно-технической политике» // СЗ РФ. 1996. № 35, ст. 4137; 2022. № 41, ст. 6959.

<sup>28</sup> Федеральный закон от 30 декабря 2020 года № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2021. № 1 (ч. I), ст. 28;

Отдельные нормы, регламентирующие общественные отношения в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности содержатся и в иных федеральных законах. Однако проанализировав целый ряд федеральных законов, фрагментарно регламентирующих общественные отношения в области выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности можно прийти к выводу о том, что действующее законодательство является несовершенным, имеет некоторые пробелы и недочеты.

Помимо федеральных законов в рассматриваемой сфере на федеральном уровне существует целый пласт подзаконных актов.

Важнейшую роль, безусловно, играют указы Президента Российской Федерации. Например, Указ Президента РФ от 10 сентября 2005 года № 1062 «Вопросы военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами»<sup>29</sup> регламентирует порядок подготовки и проведения выставок продукции военного назначения, а также участия российских и иностранных организаций в таких выставках. Указом Президента РФ от 06 сентября 2008 года № 1315 «О некоторых вопросах государственного управления в области международного сотрудничества»<sup>30</sup> утверждено «Положение о Федеральном агентстве по делам Содружества Независимых Государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству» в полномочия которого в соответствии с подпунктом 24 пункта 6 входит организация конгрессов, конференций, семинаров, выставок и другие мероприятий в установленной сфере деятельности. На настоящий момент действует и ряд иных указов Президента Российской Федерации.

В правовом регулировании рассматриваемой деятельности важное значение имеют распоряжения и постановления Правительства Российской

---

<sup>29</sup> Указ Президента РФ от 10 сентября 2005 года № 1062 (в ред. от 30 мая 2022 года, № 249) «Вопросы военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами» // СЗ РФ. 2005. № 38, ст. 3800; 2021. № 18, ст. 3126.

<sup>30</sup> Указ Президента РФ от 06 сентября 2008 года № 1315 (в ред. от 26 мая 2022 года, № 313) «О некоторых вопросах государственного управления в области международного сотрудничества» // СЗ РФ. 2008. № 37, ст. 4181; 2022. № 22, ст. 3638.

Федерации. К таким представляется возможным отнести Распоряжение Правительства РФ от 16 июля 2022 года № 1957-р «Об утверждении Плана мероприятий по реализации мер поддержки и стратегического развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации до 2025 года»<sup>31</sup>; Распоряжение Правительства РФ от 15.04.2021 N 996-р «Об утверждении Единого плана мероприятий по реализации Основ государственной политики Российской Федерации в Арктике на период до 2035 года и Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года»<sup>32</sup>, в обозначенные меры входит развитие конгрессно-выставочной и деловой инфраструктуры г. Мурманска в целях реализации конкурентных преимуществ Российской Федерации в сфере международного сотрудничества и делового туризма в Арктике. Данные обстоятельства еще раз подчеркивают важность и значимость конгрессно-выставочной деятельности для развития Российской Федерации и ее регионов.

Если рассматривать постановления Правительства Российской Федерации, то стоит остановиться на подзаконных актах, устанавливающих меры государственной поддержки и стимулирования.

В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 14 августа 2019 года № 1043 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета Фонду инфраструктурных и образовательных программ на развитие nanoиндустрии с помощью инфраструктурных и

---

<sup>31</sup> Распоряжение Правительства РФ от 16 июля 2022 года № 1957-р «Об утверждении Плана мероприятий по реализации мер поддержки и стратегического развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации до 2025 года» // СЗ РФ. 2022. № 31, ст. 5731.

<sup>32</sup> Распоряжение Правительства РФ от 15 апреля 2021 года № 996-р (в ред. от 13 мая 2022 года, № 1158-р) «Об утверждении Единого плана мероприятий по реализации Основ государственной политики Российской Федерации в Арктике на период до 2035 года и Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года» // СЗ РФ. 2021. № 17, ст. 3022; 2022. № 21, ст. 3484.

образовательных программ»<sup>33</sup> на основании подпункта «ж» пункта 2 Положения соответствующая субсидия может быть предоставлена в том числе на обеспечение участия Фонда, инфраструктурных центров и поддержанных ими малых инновационных компаний (стартапов) в форумах и конгрессно-выставочных мероприятиях.

Кроме того, Постановлением Правительства РФ от 06 февраля 2021 года № 130 «Об утверждении Правил предоставления из федерального бюджета грантов в форме субсидий юридическим лицам в рамках реализации отдельных мероприятий государственной программы Российской Федерации «Развитие образования», о внесении изменений в государственную программу Российской Федерации «Развитие образования» и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации и отдельных положений некоторых актов Правительства Российской Федерации»<sup>34</sup> утверждены Правила в пункте 2 которых закреплено, что предоставление грантов осуществляется в целях проведения конгрессно-выставочных и презентационных мероприятий, направленных на распространение русского языка, российского образования и культуры.

Постановление Правительства РФ от 08 мая 2019 года № 572 «Об учреждении Всероссийской премии в области международной кооперации и экспорта «Экспортер года» и проведении Международного экспортного форума «Сделано в России»<sup>35</sup> регламентирует проведение международного

---

<sup>33</sup> Постановление Правительства РФ от 14 августа 2019 года № 1043 (в ред. от 09 июля 2022 года, № 1046) «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета Фонду инфраструктурных и образовательных программ на развитие nanoиндустрии с помощью инфраструктурных и образовательных программ» // СЗ РФ. 2019. № 33, ст. 4828; 2022. № 24, ст. 4070.

<sup>34</sup> Постановление Правительства РФ от 06 февраля 2021 года № 130 «Об утверждении Правил предоставления из федерального бюджета грантов в форме субсидий юридическим лицам в рамках реализации отдельных мероприятий государственной программы Российской Федерации «Развитие образования», о внесении изменений в государственную программу Российской Федерации «Развитие образования» и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации и отдельных положений некоторых актов Правительства Российской Федерации» // СЗ РФ. 2021. № 7, ст. 1134.

<sup>35</sup> Постановление Правительства РФ от 08 мая 2019 года № 572 (в ред. от 12 апреля 2022 года, № 644) «Об учреждении Всероссийской премии в области международной

экспортного форума «Сделано в России», являющегося ежегодным международным конгрессным мероприятием, направленным на содействие развитию экспорта несырьевых неэнергетических товаров, работ, услуг, а также результатов интеллектуальной деятельности.

Важно заострить внимание на том, что в отличие от федеральных законов, где большое количество нормативных правовых актов лишь точечно регулируют общественные отношения, возникающие ввиду реализации выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, достаточно весомое количество актов Правительства Российской Федерации, регулирующих рассматриваемую сферу общественных отношений более детально.

В качестве обозначенных актов можно назвать Постановление Правительства РФ от 28 марта 2019 года № 342 «О государственной поддержке акционерного общества «Российский экспортный центр», г. Москва, в целях развития инфраструктуры повышения международной конкурентоспособности»<sup>36</sup>; Постановление Правительства РФ от 28 декабря 2020 года № 2316 «О государственной поддержке российских организаций и индивидуальных предпринимателей в целях возмещения части затрат, связанных с участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях»<sup>37</sup>; Постановление Правительства РФ от 02 июня 2007 года № 339 «Об утверждении Положения о проведении международных выставок образцов продукции военного назначения на территории Российской Федерации и об участии российских организаций в таких выставках на

---

кооперации и экспорта «Экспортер года» и проведении Международного экспортного форума «Сделано в России» // СЗ РФ. 2019. № 20, ст. 2442; 2022. № 16, ст. 2685.

<sup>36</sup> Постановление Правительства РФ от 28 марта 2019 года № 342 (в ред. от 04 июля 2022 года, № 1204) «О государственной поддержке акционерного общества «Российский экспортный центр», г. Москва, в целях развития инфраструктуры повышения международной конкурентоспособности» // СЗ РФ. 2019. № 14 (ч. I), ст. 1532; 2022. № 28, ст. 5119.

<sup>37</sup> Постановление Правительства РФ от 28 декабря 2020 года № 2316 (в ред. от 04 июля 2022 года, №1204) «О государственной поддержке российских организаций и индивидуальных предпринимателей в целях возмещения части затрат, связанных с участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях» // СЗ РФ. 2021. № 1 (ч. II), ст. 169; 2022. № 28, ст. 5119.

территориях иностранных государств»<sup>38</sup>; Постановление Правительства РФ от 20 июля 2019 года № 940 «Об освобождении от предоставления обеспечения исполнения обязанности по уплате таможенных пошлин, налогов в отношении иностранных товаров, ввозимых на территорию Российской Федерации для экспонирования и показа (демонстрации в действии) на международных выставках образцов продукции военного назначения на территории Российской Федерации, а также предназначенных для использования при организации и проведении указанных выставок»<sup>39</sup>.

На территории Российской Федерации в настоящий момент действуют и иные акты Правительства Российской Федерации, регулирующие отдельные вопросы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности<sup>40</sup>. Важно еще раз подчеркнуть, что на федеральном уровне существует целый пласт нормативных правовых актов – всего более 40. Данные обстоятельства свидетельствуют об отсутствии системности в действующем законодательстве, регламентирующем общественные отношения, складывающиеся по поводу осуществления выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Как было отмечено ранее, в соответствии с пунктом 1 Федерального закона от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» организация ярмарок и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на них

---

<sup>38</sup> Постановление Правительства РФ от 02 июня 2007 года № 339 (в ред. от 15 июля 2021 года, № 1210) «Об утверждении Положения о проведении международных выставок образцов продукции военного назначения на территории Российской Федерации и об участии российских организаций в таких выставках на территориях иностранных государств» // СЗ РФ. 2007. № 24, ст. 2911; 2021. № 30, ст. 5787.

<sup>39</sup> Постановление Правительства РФ от 20 июля 2019 года № 940 «Об освобождении от предоставления обеспечения исполнения обязанности по уплате таможенных пошлин, налогов в отношении иностранных товаров, ввозимых на территорию Российской Федерации для экспонирования и показа (демонстрации в действии) на международных выставках образцов продукции военного назначения на территории Российской Федерации, а также предназначенных для использования при организации и проведении указанных выставок» // СЗ РФ. 2019. № 30, ст. 4324.

<sup>40</sup> См., например, Постановление Правительства РФ от 12.03.2022 N 353 (в ред. от 15 октября 2022 года, № 1839) «Об особенностях разрешительной деятельности в Российской Федерации в 2022 и 2023 годах» // СЗ РФ. 2022. № 12, ст. 1839; № 43, ст. 7400.

осуществляется в порядке, установленном нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации, на территориях которых такие ярмарки организуются.

Так, отдельные законы, регламентирующие выставочно-ярмарочную и конгрессную деятельность на определенной территории имеются во многих субъектах Российской Федерации. К таким законам можно отнести Закон Белгородской области от 04 июня 2007 № 117 «О розничных рынках и организации ярмарок и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на них на территории Белгородской области»<sup>41</sup>; Закон Тульской области от 05 июня 2007 года № 823-ЗТО «О регулировании отношений, связанных с организацией розничных рынков и ярмарок в Тульской области»<sup>42</sup>; Закон Санкт-Петербурга от 10 мая 2011 года № 223-55 «О порядке организации ярмарок и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на ярмарках на территории Санкт-Петербурга»<sup>43</sup>; Закон Краснодарского края от 01 марта 2011 года № 2195-КЗ «Об организации деятельности розничных рынков, ярмарок и агропромышленных выставок-ярмарок на территории Краснодарского края»<sup>44</sup>; Закон Кабардино-Балкарской Республики от 01

---

<sup>41</sup> Закон Белгородской области от 04 июня 2007 года № 117 (в ред. от 28 марта 2016, № 64) «О розничных рынках и организации ярмарок и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на них на территории Белгородской области» // Белгородские известия 2007. № 91; 2016. № 47.

<sup>42</sup> Закон Тульской области от 05 июня 2007 года № 823-ЗТО (в ред. от 02 февраля 2015 года, № 2255-ЗТО) «О регулировании отношений, связанных с организацией розничных рынков и ярмарок в Тульской области» // Тульские известия. 2007. № 106; Официальный интернет-портал правовой информации [www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru).

<sup>43</sup> Закон Санкт-Петербурга от 10 мая 2011 года № 223-55 (в ред. от 23 сентября 2022 года, № 460-79) «О порядке организации ярмарок и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на ярмарках на территории Санкт-Петербурга» // Санкт-Петербургские ведомости. 2011, № 91; Официальный интернет-портал правовой информации [www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru).

<sup>44</sup> Закон Краснодарского края от 01 марта 2011 года № 2195-КЗ (в ред. от 14 июня 2022 года, № 4704-КЗ) «Об организации деятельности розничных рынков, ярмарок и агропромышленных выставок-ярмарок на территории Краснодарского края» // Кубанские новости. 2011, № 35; Официальный интернет-портал правовой информации [www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru).

июля 2010 года № 51-РЗ «Об организации деятельности ярмарок»<sup>45</sup>; Закон ХМАО - Югры от 20 июля 2007 года № 102-оз «Об организации деятельности ярмарок на территории Ханты-Мансийского автономного округа – Югры»<sup>46</sup>; Закон Республики Бурятия от 13 октября 2010 года № 1587-IV «Об организации деятельности ярмарок на территории Республики Бурятия»<sup>47</sup>; Закон ЕАО от 01 ноября 2019 года № 484-ОЗ «О некоторых вопросах организации ярмарок и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на них на территории Еврейской автономной области»<sup>48</sup>; Закон Санкт-Петербурга от 28 декабря 2012 № 741-126 «О туристской деятельности в Санкт-Петербурге»<sup>49</sup>; Закон Санкт-Петербурга от 14 июля 1995 № 81-11 «О налоговых льготах»<sup>50</sup> и многих других законах субъектов Российской Федерации. Важно заметить, что законы субъектов Российской Федерации, регулирующие ярмарочную деятельность есть не в каждом регионе.

Вместе с тем, помимо законов субъектов Российской Федерации особо важное значение в правовом регулировании общественных отношений, связанных с осуществлением выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в регионах имеют постановления правительства субъекта

---

<sup>45</sup> Закон Кабардино-Балкарской Республики от 01 июня 2010 года № 51-РЗ (в ред. от 27 июля 2020 года, № 24-РЗ) «Об организации деятельности ярмарок» // Официальная Кабардино-Балкария. 2010. № 26; 2020. № 30.

<sup>46</sup> Закон ХМАО - Югры от 20 июля 2007 года № 102-оз (в ред. от 29 сентября 2022 года, № 82-оз) «Об организации деятельности ярмарок на территории Ханты-Мансийского автономного округа – Югры» // Новости Югры. 2007. № 123; 2022. № 117.

<sup>47</sup> Закон Республики Бурятия от 13 октября 2010 года № 1587-IV (в ред. от 14 ноября 2014 года, № 775-V) «Об организации деятельности ярмарок на территории Республики Бурятия» // Бурятия. 2010. № 189; 2014. № 153.

<sup>48</sup> Закон ЕАО от 01 ноября 2019 года № 484-ОЗ «О некоторых вопросах организации ярмарок и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на них на территории Еврейской автономной области» // Официальный интернет-портал правовой информации [www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru).

<sup>49</sup> Закон Санкт-Петербурга от 28 декабря 2012 № 741-126 (в ред. от 21 декабря 2022) «О туристской деятельности в Санкт-Петербурге» // Вестник Законодательного Собрания Санкт-Петербурга, № 1, 21.01.2013

<sup>50</sup> Закон Санкт-Петербурга от 14 июля 1995 № 81-11 (в ред. от 10 ноября 2022) «О налоговых льготах» // Вестник Законодательного Собрания Санкт-Петербурга, № 10, 1995

Российской Федерации<sup>51</sup>, а также акты иных исполнительных органов власти<sup>52</sup>.

Так, в отдельную группу необходимо выделить нормативные правовые акты регионального уровня, регулирующие предоставление субсидий на осуществление ярмарочной деятельности: Постановление Администрации Костромской области от 15 марта 2016 года № 72-а «О порядке предоставления субсидий из областного бюджета организациям, индивидуальным предпринимателям, крестьянским (фермерским) хозяйствам на возмещение части затрат на участие в выставках и (или) ярмарках»<sup>53</sup>; Постановление Правительства Ленинградской области от 18 июля 2016 года № 253 «Об утверждении Порядка определения объема и предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области организациям,

---

<sup>51</sup> См., например, Постановление Правительства РБ от 10 октября 2011 года № 353 (в ред. от 09 июля 2018 года, № 321) «Об утверждении Порядка участия органов исполнительной власти и организаций Республики Башкортостан в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях» // Ведомости Государственного Собрания - Курултая, Президента и Правительства Республики Башкортостан. 2011. № 21(363), ст. 1619; 2018. № 24 (606), ст. 926; Постановление Правительства Карачаево-Черкесской Республики от 06 августа 2007 года № 308 «О поддержке выставочно-ярмарочной деятельности, участия в международных, межрегиональных, межрайонных выставках, ярмарках» // День Республики. 2007. № 152-153 (17259); Постановление Правительства Кировской области от 05 июля 2005 года № 38/164 (в ред. от 28 июля 2020 года, № 410-П) «О межведомственной комиссии по организации выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Кировской области» // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>; Постановление Правительства Ивановской области от 23 ноября 2012 года № 490-п (в ред. от 27 июля 2022 года, № 385-П) «Об утверждении Регламента организации подготовки и проведения мероприятий в сфере международных и внешнеэкономических связей Правительства Ивановской области и исполнительных органов государственной власти Ивановской области, а также выставочно-ярмарочных мероприятий в субъектах Российской Федерации и за рубежом» // Собрание законодательства Ивановской области. 2012, № 47(616); Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>.

<sup>52</sup> См., например, Постановление Администрации Новгородской области от 30 января 2001 года № 45 (в ред. от 18 января 2007 года, №9) «О выставочно-ярмарочной деятельности» // Документ опубликован не был. Доступ из СПС «КонсультантПлюс»; Постановление Кабинета Министров ЧР от 13 апреля 2001 года № 76 (в ред. от 14 апреля 2021 года, № 136) «О Совете по выставочно-ярмарочной деятельности» // Собрание законодательства ЧР. 2001, № 5-6, ст. 227; Вести Чувашии. 2021. № 16.

<sup>53</sup> Постановление Администрации Костромской области от 15 марта 2016 года № 72-а (в ред. от 01 августа 2022 года, № 369-а) «О порядке предоставления субсидий из областного бюджета организациям, индивидуальным предпринимателям, крестьянским (фермерским) хозяйствам на возмещение части затрат на участие в выставках и (или) ярмарках» // Официальный интернет-портал правовой информации [www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru)

образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, для возмещения части затрат, связанных с организацией и проведением ярмарок, фестивалей, районных праздников и др., а также с организацией участия субъектов малого и среднего предпринимательства в ярмарочно-выставочных мероприятиях в рамках подпрограммы «Развитие малого, среднего предпринимательства и потребительского рынка Ленинградской области» государственной программы Ленинградской области «Стимулирование экономической активности Ленинградской области»<sup>54</sup>; Постановление Правительства РК от 15 июля 2022 года № 352 «О распределении субсидий из республиканского бюджета Республики Коми бюджетам муниципальных образований в Республике Коми на софинансирование расходных обязательств, возникающих при выполнении полномочий органов местного самоуправления в Республике Коми в области торговли в части организаций ярмарок, на 2022 год»<sup>55</sup>; Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 14 ноября 2017 № 936 «О государственной программе Санкт-Петербурга «Развитие сферы туризма в Санкт-Петербурге»<sup>56</sup>.

---

<sup>54</sup> Постановление Правительства Ленинградской области от 18 июля 2016 года № 253 (в ред. от 28 декабря 2021 года) «Об утверждении Порядка определения объема и предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, для возмещения части затрат, связанных с организацией и проведением ярмарок, фестивалей, районных праздников и др., а также с организацией участия субъектов малого и среднего предпринимательства в ярмарочно-выставочных мероприятиях в рамках подпрограммы «Развитие малого, среднего предпринимательства и потребительского рынка Ленинградской области» государственной программы Ленинградской области «Стимулирование экономической активности Ленинградской области» // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>

<sup>55</sup> Постановление Правительства РК от 15 июля 2022 года № 35 «О распределении субсидий из республиканского бюджета Республики Коми бюджетам муниципальных образований в Республике Коми на софинансирование расходных обязательств, возникающих при выполнении полномочий органов местного самоуправления в Республике Коми в области торговли в части организаций ярмарок, на 2022 год» // Официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru>.

<sup>56</sup> Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 14 ноября 2017 № 936 «О государственной программе Санкт-Петербурга «Развитие сферы туризма в Санкт-Петербурге» // Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга <http://www.gov.spb.ru>.

Таким образом, на региональном уровне имеют место как законы субъектов Российской Федерации, так и подзаконные акты, регулирующие вопросы выставочно-ярмарочной деятельности. В настоящий момент точное количество таких актов назвать весьма затруднительно.

Если рассматривать нормативные правовые акты на муниципальном уровне, регулирующие выставочно-ярмарочную деятельность, то можно привести следующие примеры: Постановление Местной администрации сельского поселения Эльбрус Эльбрусского муниципального района КБР от 21 июня 2022 года № 99 «Об утверждении Положения об организации ярмарок на территории сельского поселения Эльбрус»<sup>57</sup>; Постановление Администрации Чухломского муниципального района Костромской области от 15 ноября 2012 года № 573-а «О порядке организации деятельности ярмарки на территории Чухломского муниципального района»<sup>58</sup>; Постановление администрации Серебряно-Прудского муниципального района МО от 27 ноября 2013 года № 1521 «Об утверждении Порядка организации ярмарок на территории Серебряно-Прудского муниципального района Московской области и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на них»<sup>59</sup>; Постановление администрации Савинского муниципального района от 17 апреля 2017 года № 233-п «Об утверждении Порядка организации ярмарок на территории Савинского муниципального района Ивановской области и продажи товаров

---

<sup>57</sup> Постановление Местной администрации сельского поселения Эльбрус Эльбрусского муниципального района КБР от 21 июня 2022 года № 99 «Об утверждении Положения об организации ярмарок на территории сельского поселения Эльбрус» // Эльбрусские новости. 2022. № 78-80.

<sup>58</sup> Постановление Администрации Чухломского муниципального района Костромской области от 15 ноября 2012 года № 573-а «О порядке организации деятельности ярмарки на территории Чухломского муниципального района» // Вестник муниципального района. 2012. № 31.

<sup>59</sup> Постановление администрации Серебряно-Прудского муниципального района МО от 27 ноября 2013 года № 1521 «Об утверждении Порядка организации ярмарок на территории Серебряно-Прудского муниципального района Московской области и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на них» // Серебряно-Прудский вестник. 2013. № 47.

(выполнения работ, оказания услуг) на них»<sup>60</sup>; Постановление Администрации Елизовского муниципального района Камчатского края от 31 октября 2022 года № 1778 «О Порядке организации и проведении предновогодней выставки-ярмарки «Новогодняя корзинка – 2022»<sup>61</sup>. Важно отметить, что на территориях великого множества муниципальных образований действуют нормативные правовые акты, изданные органами местного самоуправления, в этой связи назвать их точное число на настоящий момент не представляется возможным.

Необходимо отметить, что обилие нормативного правового регулирования на разных уровнях неизбежно приводит к неточностям и несогласованности. Также важно обратить внимание на расхождения в терминологии. Так, проведенная оценка нормативных правовых актов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований позволил сделать вывод о том, что разрешительные документы на получение торговых мест имеют различные наименования: договор о предоставлении торгового места,<sup>62</sup> разрешение на участие в ярмарке<sup>63</sup>, разрешение на предоставление

---

<sup>60</sup> Постановление администрации Савинского муниципального района от 17 апреля 2017 года № 233-п «Об утверждении Порядка организации ярмарок на территории Савинского муниципального района Ивановской области и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на них» // Документ опубликован не был. Доступ из СПС «КонсультантПлюс»

<sup>61</sup> Постановление Администрации Елизовского муниципального района Камчатского края от 31 октября 2022 года № 1778 «О Порядке организации и проведении предновогодней выставки-ярмарки «Новогодняя корзинка – 2022» // Елизовский вестник. 2022. № 43.

<sup>62</sup> Постановление администрации Можайского муниципального района МО от 23 декабря 2013 года № 4273-П «Об организации деятельности ярмарок на территории Можайского муниципального района»

(вместе с «Порядком организации деятельности ярмарок на территории Можайского муниципального района») // Новая жизнь.. 2013. № 99 (спецвыпуск).

<sup>63</sup> Постановление Правительства Кемеровской области - Кузбасса от 18 ноября 2019 года № 664 (в ред. от 15 сентября 2022 года, № 625) «О порядке организации ярмарок и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на них, за исключением случаев, когда организатором ярмарки является федеральный орган государственной власти, и требованиях к организации продажи товаров (в том числе товаров, подлежащих продаже на ярмарках соответствующих типов и включению в соответствующий перечень) и выполнения работ, оказания услуг на ярмарках» // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>

места на ярмарке<sup>64</sup>. Думается, что необходимо унифицировать название приведенных разрешительных документов.

Подводя итог необходимо отметить, что, выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность в нынешних непростых условиях может являться важным инструментом государственной политики в области развития национальной экономики. Выставки направлены на то, чтобы помогать модернизации промышленности, чтобы привлекать современные технологии в производство, а также на то, чтобы оказывать услуги населению. Выставки, ярмарки и конгрессы имеют значимый общественный отклик, способствуют развитию социально-экономической сферы, дают возможность расширить торговлю, увеличить численность рабочих мест, привлечь дополнительные инвестиции, сформировать нужное информационное поле, и, как следствие, принести дополнительный доход в бюджет, что является одной из важнейших целей государства в период экономической нестабильности.

Несмотря на колоссальное количество нормативных правовых актов, на настоящий момент отсутствуют единые принципы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, данные обстоятельства значительно замедляют развитие данной отрасли.

Рассматриваемые общественные отношения нормативно закреплены на трех уровнях: федеральном, региональном и местном. Проведенная оценка нормативного правового регулирования позволяет сделать вывод о наличии неточностей, несогласованностей и разночтений в законодательстве. Нет единства норм, отсутствует системность правового регулирования, что как следствие, ведет к хаосу в правоприменительной практике. Очевидна необходимость консолидации норм, разработки единого терминологического аппарата.

---

<sup>64</sup> Постановление Правительства Тюменской области от 27 декабря 2013 года № 600-п (в ред. от 06 октября 2022 года, № 722-п) «Об утверждении Порядка организации ярмарок и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на них в Тюменской области» // Тюменская область сегодня. 2013. № 241; Официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru>.

Проблемы правового регулирования выставочно-ярмарочных и конгрессных отношений свидетельствуют о необходимости дальнейшего совершенствования законодательства. Комплексное решение проблемных вопросов правового регулирования организации и проведения выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий в Российской Федерации возможно посредством разработки и принятия единого законодательного акта, регламентирующего отношения, возникающие между юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями, органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления при формировании и реализации мер, направленных на развитие выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации.

В современных условиях разработка Федерального закона «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации», будет выступать базой для реализации важнейших направлений развития отрасли. Принятие федерального закона позволит достичь целей государственных программ, будет способствовать систематизации мер государственной поддержки и стимулирования выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. Принятие данного федерального закона также положительно скажется на привлекательности Российской Федерации для иностранных инвесторов из дружественных государств, а также на деловом климате внутри страны.

## **Приложение 1 ПРОЕКТ структуры ФЗ**

### **Федеральный закон от... 2023г. № - ФЗ «О выставочно – ярмарочной и конгрессной деятельности»**

#### **Преамбула**

*Формулируем цель принятия закона:*

*Например:*

*В целях создания условий для развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, выполнения государственных программ путем формирования открытой, социально-ответственной отрасли хозяйствования настоящим Федеральным законом определяются правовые, экономические и организационные основы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.*

#### **ГЛАВА 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

##### **Статья 1. Предмет регулирования настоящего федерального закона**

*Отношения по государственной поддержке между участниками отрасли и государственными органами*

*Отношения между субъектами отрасли, формирующиеся на основе конкурентных начал*

##### **Статья 2. Правовое регулирование отношений в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности**

*Система нормативных правовых актов, регулирующих выставочно-ярмарочную и конгрессную деятельность – общее описание, включающее данный федеральный закон и другие нормативные правовые акты, возможные ограничения, изъятия из предмета*

### **Статья 3. Международные договоры Российской Федерации в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности**

**Статья 4. Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе** *(список составлен на основе стратегии, но он будет пополняться и уточняться исходя из смыслового наполнения основного текста закона, при формулировании важно соотносить с ОКВЭД или иметь ввиду необходимость формирования непротиворечивого регулирования, сюда можно добавить и другие типы мероприятий)*

#### 1. Понятия для целей настоящего закона

Конгрессно-выставочная отрасль

Выставочная отрасль (выставочно-ярмарочная отрасль) –

Конгрессная отрасль (индустрия встреч, отрасль деловых мероприятий)

Отрасль специальных мероприятий –

Выставочное мероприятие (выставочно-ярмарочное мероприятие) –

Конгрессное мероприятие -

Ярмарка –

Выставочный аудит –

Выставочная деятельность -

Конгрессная деятельность –

Инфраструктура конгрессно-выставочной деятельности –

Объекты конгрессно-выставочной деятельности –

Поддержка выставочных, конгрессных мероприятий –

Регулирование конгрессно-выставочной деятельности –

Координация конгрессно-выставочной деятельности –

Конгрессно-выставочные услуги –

Участники рынка конгрессно-выставочных услуг (субъекты) –

Управленческо-информационная конгрессно-выставочная инфраструктура –

- Корпоративные мероприятия;
- Комплексные мультиформатные мероприятия;
- Омниканальные события.

2. Возможные соотношения с понятиями других законов, например, в сфере инвестиций.

**Статья 5. Основные принципы законодательства о выставочно-ярмарочной, и конгрессной деятельности // Цели, задачи и принципы государственной политики в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности**

1. Либо формулируем принципы законодательства, либо определяем цели задачи и принципы государственной политики, а также субъектный состав ее формирующий.

**Статья 7. Участники отношений в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности**

**1. Общие участники физические и юридические лица**

- Организаторы;
- Операторы;
- Площадки;
- Участники и экспоненты;
- Посетители;
- Сервисные компании;
- Инвесторы;
- СМИ;

**2. Специализированные участники**

- Саморегулируемые организации (ТПП, РСПП, НКБ, РСВЯ, СРО);
- Отраслевые ассоциации;
- Коммуникационные холдинги (события, сми, экосистемы).

3. Отсылка к компетенциям гос.органов, если это будет необходимо зависит от содержания статьи 5

Можно отдельную статью о координирующих и саморегулируемых организациях // также в государственную политику добавить поддержку их деятельности и в основные формы и направления государственной поддержки

- профессиональные союзы участников рынка конгрессов и выставок
- ассоциации
- в субъектах федерации конгрессно-выставочных бюро
- Др.

## **ГЛАВА 2. МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ И КОНГРЕССНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

### **Статья 8. Направления и формы государственной поддержки выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности**

#### **Статья 9. Полномочия**

- Федеральные органы власти;
  - Субъекты РФ;
  - Органы местного самоуправления.
  - участие органов власти в подготовке площадок
- формирование требований к поддерживаемым субъектам:
- Независимая экспертиза и аудит (с указанием механизмов);
  - Рейтинги;
  - Знаки поддержки: РСВЯ, ТПП, РСПП, UFI, ICCA;
  - Опыт и компетенции;

- Возможность участия отрасли в создании ключевых актов (*не все это может быть включено в этот закон, поэтому возможно общее формулирование в качестве форм и методов*) :

Федеральные и региональные целевые программы (ФЦП) развития отрасли;

- Стратегия развития отрасли, статус, порядок и сроки утверждения;
- цели национального развития, национальные проекты
- статистика и оквэд;
- бюджетные классификаторы и статьи финансирования;
- стандарты для мероприятий, организаторов, площадок;
- классификаторы профессий, квалификаций, образования;
- **событийные паспорта** и рейтинги регионов, реестры мероприятий

#### **Статья 10. Государственная поддержка в сфере повышения количества проводимых мероприятий**

Мероприятия федерального и регионального значения:

- субсидии и заказные мероприятия, участие органов власти;
- нормативы на количество тематики мероприятий для органов власти отраслевых тематик, международного, федерального и регионального значения с охватом юридических и физических лиц;
  - вкрапления в другие законы 100 мер;
  - территориально-отраслевая матрица **событий** с поддержкой списка приоритетных федеральных и региональных мероприятий;
  - реализация программ развития опережающего импорта с интеграцией с платформами импортозамещения;
  - др.
- Развитие форматов международных выставок-ярмарок с возможностью покупки продукции с отсрочкой таможенных пошлин при временном ввозе.

Учреждение новых мировых конгрессов и выставок по отраслевым тематикам.

Учреждение проведения Всемирного экспо в России.

2.1.2. Создание коммуникационных холдингов и экосистем.

*(указанные пункты можно будет обозначить общим порядком как направления или требования, а некоторые могут стать основой для включения соответствующих предложений в закон-спутник (законы), или формирование отдельных статей - например проведение всемирного экспо в России)*

## **Статья 11. Иные меры государственной поддержки**

*Стимулирование спроса на участие со стороны экспонентов, участников конгрессов и посетителей.*

- конкурентные переговоры и другие форматы, заменяющие конкурсные процедуры на примере 223 закона и подобные формы;
- защита приоритетного права при демонстрации выставочных образцов;
- признание дипломов победителей конкурсов на мероприятиях в качестве подтверждения квалификации в тендерных закупках;
- субсидии посетителям мероприятий типа Пушкинской карты;
- Туристический кэшбэк на деловой туризм;
- субсидии участникам, возврат налогов;
- экспо айди;
- экспо такс фри;
- финансирование байерских программ;
- поддержка экспортеров в участии в российских и региональных выставках;
- Реклама ликеро-водочной продукции, медицинских и IT мероприятий
- др.

*(все это необходимо согласовывать с атками другой отраслевой принадлежности, поэтому возможно, что эта статья уйдет, но будет в принципах про необходимость такого учета)*

### **ГЛАВА 3. ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНАЯ И КОНГРЕССНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

**Статья 12.** можно: по отдельным видам мероприятий, по особенностям мероприятий, планирование мероприятий, реестры и прочее

*ранее в мерах поддержки говорилось о различных действиях, связанных с организацией и самоорганизацией, в этой главе можно раскрыть это подробнее в части конкретных правил, а в мерах поддержки указать только на стремление к тому, чтобы эта система работала*

*В предыдущем проекте закона были конкретные меры регулирования по отдельным видам мероприятий в целях исключения из общего регулирования и создания конкретики, представляется, что это хороший вариант, но надо от участников рынка получить, что кроме алкоголя и медицины они хотели бы урегулировать, кроме того, не получится оставить ярмарки в законе о торговле в пояснительной записке мы пишем, что им там не совсем место и нужно специальное регулирование. Таким образом, в этом разделе должны быть статьи отдельно по выставкам, отдельно по ярмаркам, отдельно по конгрессам, с особенностями проведения каждого мероприятия или исключениями из общего регулирования, установленного в других законах, чтобы на этом основании их можно было скорректировать.*

Статья !!!

ответственность за нарушение настоящего федерального закона

### **ГЛАВА 4. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Порядок вступления в силу, переходные положения.

Президент Российской Федерации

В.В. Путин

## **Приложение 2. Зарубежный опыт регулирования выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности**

### **Великобритания**

Общее регулирование конгрессов и выставочной деятельности отсутствует. Правовое регулирование осуществляется на местном уровне.

### **Национальные меры государственной поддержки**

Британские предприятия, которые занимаются экспортом, могут подать заявку на получение мер государственной поддержки в рамках государственной программы по поддержке выставочной деятельности (UK Tradeshow Program):

образовательная поддержка - в целях участия или посещения зарубежных торговых выставок и конференции, включенные в официальный перечень;

финансовая поддержка – в целях получения грантов в размере 2000 или 4000 фунтов стерлингов для покрытия следующих расходов:

- стоимость выставочной площади;
- расходы на стенд (включая проектирование, строительство и оформление стенда);
- плата за конференцию, расходы на подготовку рекламных материалов конференции (при необходимости);

Критерии участия в программе для экспонентов:

- компания выставляется впервые или стремится выйти на новые рынки;
- имеет годовой оборот от 250 000 до 5 миллионов фунтов стерлингов;
- отсутствует обязательство посетить мероприятие до подачи заявки на поддержку;
- компания активно исследует экспортные возможности для собственного бизнеса.

Программой также предусмотрены такие меры поддержки как:

- индивидуальный брифинг перед мероприятием;

- кураторский тур по зарубежной выставке;
- взносы на участие в выставках, проезд или проживание в размере 200 фунтов стерлингов для европейских выставок или 500 фунтов стерлингов для выставок за пределами Европы.

Компания, претендующая на получение меры государственной поддержки, должна иметь регистрацию в Великобритании как НДС-плательщик.

Компании-претенденты должны быть малыми и средними предприятиями (МСП) (менее 250 сотрудников), базирующимися в Великобритании (за исключением острова Мэн или Нормандских островов), а также:

- продавать товары или услуги, которые в значительной степени происходят из Великобритании, или
- добавить значительную ценность продукту или услуге небританского происхождения (добавочная стоимость продукта в Великобритании).

Помимо вышеперечисленных условий, для финансовой поддержки необходимо:

- не получать какие-либо выплаты по другой программы или органа на сопоставимые расходы, компенсируемые в рамках Программы торговых выставок в Великобритании;
- не получать государственной помощи, превышающей пределы, указанные ниже:

- если бизнес осуществляется в Великобритании и правила государственной помощи в соответствии с Протоколом Северной Ирландии не применяются - 325 000 SDR (примерно 332 000 фунтов стерлингов);

- если компания подпадает под действие Протокола Северной Ирландии о правилах государственной помощи - 200 000 евро, за исключением предприятий в секторах, указанных ниже.

В некоторых секторах установлен пониженный предел государственной помощи, обусловленный правилами государственной помощи Протокола Северной Ирландии:

- 20 000 евро для рыболовства и аквакультуры;
- 30 000 евро для первичного производства сельскохозяйственной продукции.

Финансовая поддержка Британской программы торговых выставок представляет собой государственную помощь или субсидию получателям.

## **Италия**

### **ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЙ ДЕКРЕТ от 31 марта 1998 г., н. 114**

**Реформа правил, касающихся сектора торговли, в соответствии с пунктом 4 статьи 4 закона от 15 марта 1997 г., н. 59. (ГУ № 95 от 24-4-1998 г. - Обыкновенное приложение № 80)**

В Италии правовое регулирование торговых мероприятий массового характера, таких как выставки, фестивали, ярмарки и иные подобные формы имеет давнюю историю, первые нормативные правовые акты, регулировавшие проведение отдельных мероприятий, относятся еще к королевскому периоду истории (XIX-нач. XX века). В 1972 году был принят президентский декрет, №7 от 15.01.1972 «О передаче регионам с обычным статусом функций государственного управления в области ярмарок и рынков и связанного с ними персонала». В соответствии с указанным документом соответствующие административные функции в вопросах ярмарок и рынков передавались регионам с обычным статусом (но не автономным). В частности, произошла передача функций, касающихся:

- а) ярмарок: местных, областных, межобластных, национальных, а также отдельных международных;
- б) сельскохозяйственных, промышленных и коммерческих выставок и смотров, за исключением международных и универсальных;

в) выставок и художественных показов, организованных с целью купли-продажи выставленных работ;

г) рынков оптовой закупки продукции (фрукты и овощи; мясные и рыбные продукты).

Следующим шагом в совершенствовании правового регулирования деятельности в сфере проведения публичных торговых мероприятий, стало принятие декрет-закона от 31.03.1998 №144 «О реформе правил, касающихся сектора торговли, в соответствии с пунктом 4 статьи 4 закона от 15 марта 1997 г., №. 59» - так называемый Декрет Берсани, в соответствии с которым были установлены единые правила проведения массовых торговых мероприятий в различных регионах Италии. Этот декрет называется также «Едиными основами в сфере коммерции и выставок», так как устанавливает принципы и унифицирует требования к организации и порядку проведения таких мероприятий.

Ст. 1 Декрета определяет цель внедрения и объект регулирования – установление общих принципов и правил об осуществлении коммерческой деятельности. Регулирование торговли преследует следующие цели:

а) повышение прозрачности рынка, защиту конкуренции, свободы предпринимательства и свободного движения товаров;

б) защиту прав потребителей с особым вниманием к информированию, возможности доставки, и др. сервисам, ассортименту и сохранности товаров;

в) эффективность, модернизация и развитие национальной сети распространения товаров, а также технологическая эволюция товарного предложения, ценовое регулирование;

г) плюрализм и сохранение баланса между различными типами структуры распределения товаров и различных форм продажи, с особым вниманием к роли малых и средних предприятий;

е) улучшение и защита коммерческого обслуживания в городских, сельских, горных и островных районах.

Декрет основывается на действии статьи 76 итальянской конституции, которая закрепляет за правительством осуществление законодательной функции в форме определения руководящих принципов и критериев и только в течение ограниченного времени и для определенных объектов. Применительно к рассматриваемому вопросу, правительство наделяется правом переопределять, переупорядочивать и рационализировать общие принципы, относящиеся к хозяйственной деятельности и деятельности промышленности, в частности, в отношении поддержки и развития действующих компаний в промышленности, торговле, ремеслах, агропромышленном комплексе и в сфере производственных услуг. В том числе – с целью обеспечения единообразия и сплоченности политики Европейского Союза, включая интервенции в депрессивных районах национальной территории, прикладные исследования, технологические инновации, продвижение интернационализации и конкурентоспособности компаний на мировом рынке и продвижение рационализации торговой сети, а также в отношении целей сдерживания цен и эффективного распределения.

Таким образом декрет действует в первую очередь как некая основа, с учетом которой регионы принимают собственное правовое регулирование в рассматриваемой сфере.

Декрет устанавливает для региональных властей обязанности по планированию распределительной сети в сфере торговли. Для этого вводится обязанность регионов в течение одного года со дня опубликования Декрета определить общие принципы организации коммерческой деятельности, преследующие цели:

а) способствовать созданию распределительной сети, которая, в связи с другими сервисными функциями, обеспечит наилучшую производительность системы и качество услуг, которые должны быть оказаны потребителю;

б) обеспечить при указании целей присутствия и развитие масштабных (крупных) структур продаж, соблюдение принципа свободной конкуренции, способствует сбалансированному развитию различных видов дистрибуции;

в) снизить территориальное и экологическое воздействие коммерческих структур с особым учетом таких факторов, как мобильность, трафик и загрязнение окружающей среды и улучшить функционирование коммерции с целью редевелопмента городской среды, в особенности - в отношении неблагополучных городских кварталов, с целью восстановить среду, подходящую для развития торговли;

г) охранять и реконструировать исторические центры. за счет сохранения морфологических характеристик урегулирования и соблюдения ограничений, касающихся защиты художественного и экологического наследия;

д) охранять и реконструировать распределительную сеть в горных, сельских и островных районах, а также создавать многофункциональные коммерческие услуги и в целях содействия техническому обслуживанию и реконструкции торговой сети;

е) способствовать увеличению интенсивности коммерческих расчетов малых и средних предприятий, уже работающих в области торговли, а также в целях сохранения уровня занятости;

ж) обеспечить, используя объединения и торговые, промышленные, ремесленные и сельскохозяйственные палаты, скоординированный мониторинг в отношении размера и эффективности торговой сети, а также всей производственной цепочки, включая этапы производства, преобразования, маркетинга и распространения товаров и услуг через учреждение специальных наблюдателей, в которых также участвуют представители органов местного самоуправления, организаций потребителей, представительских объединений (компаний промышленного и кустарного производства товаров и услуг), торговые компании.

Декрет закрепляет нормативные определения, например, под торговлей в общественных местах понимается деятельность по реализации розничной торговли товарами, продуктами питания и напитками которая осуществляется на территориях общего пользования, в том числе находящимися в государственной собственности, включая приморские территории, или на частных территориях, в отношении которых муниципалитет имеет доступ, специально для этой деятельности оборудованных или нет, крытых или закрытых. Под местами общего пользования понимаются в том числе улицы, каналы, площади, в том числе - находящиеся в частной собственности, обремененные общественными сервитутами (или иными сходными обременениями) для прохода или любая другая территория любого характера, предназначенная для всеобщего использования.

Под парковкой подразумевается часть общественной или частной территории, к которой муниципалитет имеет доступ, передаваемая оператору, уполномоченному осуществлять коммерческую деятельность.

Под рынком – декрет понимает общественную или частную территорию, к которой муниципалитет имеет доступ, состоящую из нескольких парковочных мест, оборудованных или нет, и предназначенных для осуществления деятельности в один или несколько дней недели или месяца для осуществления комплексного предложения товаров в розницу, обращения с продуктами питания и напитками, предоставления общественных услуг.

Под ярмаркой понимается событие, имеющее массовый характер, в устанавливаемые отдельно дни, проводящееся на общественных или частных территориях, к которым муниципалитет имеет доступ, операторами торговли, уполномоченными осуществлять торговлю в общественных местах, по особым случаям или праздникам.

Присутствие – присутствие оператора торговли на рынке или выставке, в процессе которого он осуществляет торговую деятельность.

Декрет дает определение способам осуществления торговой деятельности в общественных местах, которая может осуществляться как на основании концессии, выдаваемой оператору торговли сроком на десять лет (в таком случае это оформляется концессией на занятие конкретного участка/места/территории), так и в порядке передвижной торговли.

Помимо прочего, декрет закрепляет за регионами обязанность устанавливать методы организации, продолжительность и предметы входящие в курсы профессиональной подготовки (курсов), путем взаимодействия на договорной основе с действующими в сфере подготовки предпринимателей субъектами. Это - торговые палаты, организации и объединения предпринимателей из различных отраслей. Внедряемые регионами профессиональные образовательные курсы имеет своей целью изложение предметов, касающихся здоровья, безопасности потребителей и надлежащее их информирование. Он также обеспечивает освоение предметов, которые касаются аспектов, связанных с сохранением, переработкой и обработкой пищевых продуктов, как свежих, так и длительного хранения.

Реформа торговли, запущенная законодательным декретом № 114/98 представляет собой интересный пример разрыва с традиционным, существенно централизованным и обязательным отраслевым регулированием. Декрет ввел каскадную систему стандартизации, что с одной стороны, может привести формированию так называемого «торгового федерализма», с другой, создал почву для формирования существенных различий в правовом регулировании на региональном и местном уровне. Еще до принятия Декрета был проведен кластерный анализ, который позволил составить карту итальянских регионов с точки зрения либерализма по отношению к потенциальным участникам коммерческого сектора, а не к уже действующим компаниям. Впоследствии эти разделы были сопоставлены с картой итальянских регионов с точки зрения современности и развитости системы распределения.

Основные полученные результаты заключались в следующем:

- поведенческое разнообразие регионов - с точки зрения регулирования
- кажется ниже, чем можно было бы ожидать;
- варианты регионального регулирования позволили предоставить значительную степень свободы уже существующим субъектам экономической деятельности, и не благоприятствовать доступу новых таких субъектов;
- уровень модернизации региональной торговли во многом повлиял на поведение многих регионов, которые предпочли занять относительно протекционистские позиции, чтобы не менять радикально существующую, унаследованную от прошлого структуру.

Декрет 114/98 характеризуется широким делегированием полномочий на региональном уровне и открытостью к реальным нормативным актам, он регулирует, но только в очень общем виде, регулирующие инструменты как таковые и процедуры, оставляя широкую свободу действий регионам и муниципалитетам, которые в конечном итоге имеют выбор между либеральным подходом и более протекционистским.

В сложившейся структуре нет недостатка в положительных аспектах: исследователи говорили об уважении к значению местной автономии (Варальдо, 1998)<sup>65</sup>, о большей близости и легитимности институциональных партнеров по отношению к отраслевым операторам (Берсани, 1999<sup>66</sup>), о позитивной диалектике центра и периферии (Марджини, 1999)<sup>67</sup> или возможность моделировать структуру распределения на территории (Billé, 1999)<sup>68</sup>. Однако, те же самые исследователи отмечали и негативные аспекты. Так, например, выделяют опасность партикуляризма: так называемый

---

<sup>65</sup> Varaldo R., (1998), «La disciplina del commercio tra liberalizzazione e regolamentazione», Rivista trimestrale di diritto pubblico: 983-1113.

<sup>66</sup> Bersani P., (1999), «Lo stato di attuazione della riforma del commercio», Disciplina del commercio: 381-389.

<sup>67</sup> Margini M., (1999), «La concertazione nell'attuazione del decreto Bersani. Un breve intervento», Disciplina del commercio, (2): 390-393.

<sup>68</sup> Billé S., (1999), «La riforma del commercio: alcune questioni ancora aperte», Disciplina del commercio: 403-421.

коммерческий федерализм, который вводит декрет, приведет к неравномерному балансу интересов. Федерализм в торговле, как и везде, запускает центробежные силы, которые будет очень трудно обуздать» (Pellegrini, 1998)<sup>69</sup>. В процессе разработки декрета, Управление по вопросам конкуренции и рынка обращало внимание на то, что с точки зрения конкуренции это может привести к ограничению числа операторов, усилению входных барьеров, а также к предварительному созданию рыночных структур, также в ущерб некоторым категориям компаний.

Вторым важнейшим актом, регулирующим деятельность массовых мероприятий, является Рамочный закон «О выставочной сфере» от 11.01.2001 №7, регулирующий вопросы проведения выставок и сходных с ними массовых мероприятий.

Статья 2 указанного закона подчеркивает, что выставочная система актуальна для продвижения экономической деятельности, повышения ценности производственных систем, развития коммерческих отношений, международного сотрудничества и технического прогресса, а также на благо потребителя. Закон закрепляет принцип бесплатности выставочной деятельности, что гарантирует свободную конкуренцию, прозрачность и свободу предпринимательства, а также защиту равных условий доступа к структурам, а также адекватное качество услуг, оказываемых экспонентам и пользователям, а также обеспечение координации официальных мероприятий, обнародование данных и информации, относящихся к ним.

Закон дает нормативное определение выставкам, общим ярмаркам, ярмаркам-выставкам, экспонентам, выставочным кварталам; закрепляет классификацию выставок, закрепляет ряд исключений, на которые не распространяется действие закона. Так, под «выставками» понимается коммерческая деятельность, осуществляемая в обычном порядке в рамках частного права и в конкурентной сфере для презентации и продвижения или

---

<sup>69</sup> Pellegrini L., (1999), «Concorrenza e regolamentazione: la distribuzione commerciale», Atti del Convegno “Concorrenza e regolazione” organizzato dall’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, Roma, 22-23 novembre.

маркетинга, ограниченных во времени и в подходящих выставочных комплексах, товаров и услуг, предназначенных для посетителей-дженериков и профессиональных операторов в задействованный сектор или секторы экономики.

Среди выставок можно выделить следующие виды: 1) «общие ярмарки», без ограничений по продуктам, открытые для публики, направленные на презентацию и возможную продажу, даже с немедленной доставкой, выставленных товаров и услуг; 2) «специализированные ярмарки», ограниченные одним или несколькими однородными или связанными товарными секторами, зарезервированные для профессиональных операторов, направленные на презентацию и продвижение выставленных товаров и услуг, с торгами только на выборочной основе и с возможным доступом публики в качестве посетителя; 3) «ярмарки-выставки», ограниченные одним или несколькими однородными или связанными товарными секторами, открытые для широкой публики или профессиональных операторов, направленные на продвижение или даже продажу выставленных товаров;

Торговые ярмарки классифицируются как имеющие международное, национальное, региональное и местное значение в зависимости от степени представительства сектора или секторов экономики, на которые направлено мероприятие, программы и целей инициативы, происхождения экспонентов и посетители.

Признание или подтверждение классификации возлагается на а) Министерство промышленности, торговли и ремесел и Техническо-консультативный комитет Правительства, для торговой ярмарки международного значения; б) регионы и автономные провинции, в отношении мероприятий национального или регионального значения; в) муниципалитетов, для мероприятия местного значения.

Классификация необходима для составления годового национального календаря массовых мероприятий, который Министерство промышленности,

торговли и ремесел составляет на основании разрешений, выданных на соответствующем уровне. Официальный календарь помимо основной функции информирования служит для сверки дат проведения различных мероприятий, чтобы избежать совпадения между национальными и международными мероприятиями в одной и той же отрасли.

### **Маврикий**

Общее правовое регулирование ярмарочной деятельности осуществляется на подзаконном уровне – Регламентом Министерства промышленности, коммерции и защиты прав потребителей о защите прав потребителей (о контроле ярмарок) 2016 г. (Consumer Protection (Control of Fairs) Regulations 2016).

Согласно Регламенту в понятие «ярмарка» включаются книжная ярмарка, международная книжная ярмарка, промышленная выставка, бизнес-салон, международный индустриально-деловой салон, торговая ярмарка или международная торговая ярмарка, организованная на период не менее одного дня и не более 10 дней;

В целях правового регулирования Регламентом в понятие «ярмарка» и не включаются -

- ярмарка образования, ярмарка вакансий или рыночная ярмарка, однодневная ярмарка, организованная в целях сбора средств, образовательной, государственной, негосударственной или благотворительной организацией;

- ярмарка, организованная в национальных интересах, или которая имеет национальное значение или характер;

- распродажа.

Проведение ярмарок осуществляется на основе разрешений, выданного Постоянным секретарем (Permanent Secretary).

Лицо, желающее провести ярмарку, должно не менее чем за 2 месяца до предполагаемого первого дня ярмарки подать заявку Постоянному секретарю по установленной форме.

Заявка отклоняется в случаях:

- проведения ярмарки в месяцы отличные от января, февраля, апреля, июня, августа и октября;
- подачи заявки от лица, намеревающегося провести ярмарку более одного раза в месяц или более двух раз в год;
- проведения ярмарки на спортивной площадке, на территории парковки или в парке;
- проведения ярмарки на расстоянии менее 200 метров от больницы, места отправления культа или других мест, определенных Постоянным секретарем;
- проведения ярмарки на расстоянии менее 200 метров до школы, кроме выходных дней и периода школьных каникул;
- если ярмарка предполагает участие нерезидентов при отсутствии предварительного письменного согласия из канцелярии премьер-министра;
- в случае представления товаров для здоровья при отсутствии предварительного письменного разрешения министра здравоохранения;
- в случае, если заявителем были допущены нарушения в рамках предыдущих ярмарок.

При положительном результате рассмотрения заявки организатор ярмарки уплачивает взнос.

Каждый участник во время ярмарки –

- устанавливает продажную цену товаров и услуг; а также выдает серийно пронумерованные квитанции в случае продажи по цене свыше 500 рупий.

Каждый организатор должен в течение 15 дней после проведения ярмарки представить в Службу внутренних доходов Маврикия декларацию по установленной форме.

Любое лицо, которое –

- проводит ярмарку без получения разрешения Постоянного секретаря;
  - проводит ярмарку с религиозным подтекстом;
  - допускает любую рекламу с религиозным подтекстом;
  - рекламирует ярмарку, не получив предварительного разрешения Постоянного Секретаря;
  - во время ярмарки не проставляет продажную цену товара и услуги;
  - во время ярмарки не выпускает серийные номера квитанции от продаж свыше 500 рупий;
  - в течение 15 дней после проведения мероприятия не подало декларацию в Службу внутренних доходов Маврикия;
  - предоставляет ложную или вводящую в заблуждение информацию;
  - нарушает любые условия своего разрешения на проведение ярмарки;
- или же иным образом противоречит установленным правилам подлежит наказанию в виде штрафа до 100 000 рупий и к лишению свободы на срок до 3 лет.

Разрешение не может быть выдано лицу, осужденному за преступление, предусмотренное настоящим Регламентом.

Регламентом (First Schedule) установлен список товаров, допустимых к продаже на ярмарках, сгруппированных по категориям, включая товары для кухни, ювелирные изделия, строительная техника и проч.

Регламентом (Third Schedule) установлены тарифы по взносам за проведением ярмарок. Градация тарифов осуществлена в зависимости от участия в ярмарке только местных организаций, местных и иностранных организаций, только иностранных организаций, а также в зависимости от типа ярмарки (книжная ярмарка, бизнес-салон, международная книжная ярмарка, торговая ярмарка или международная торговая ярмарка).

Регламентом (Fourth Schedule) установлены правила и условия проведения ярмарок.

Закрепляется обязанность каждого организатора и участника по соблюдению законов в области защиты прав потребителей, и Закона о добросовестной торговле.

Площадь каждого стенда (ярмарочного места) должна быть не менее 9 квадратных метров, а пространство для посетителей - не менее 2 метров между двумя ярмарочными местами.

Каждый стенд должен быть занят не более чем одним участником и ни при каких обстоятельствах не может быть сдано в субаренду какому-либо лицу, компании или объединению, отличному от участника, указанного в заявке.

Организатор обязан обеспечить место у входа в помещение ярмарки для размещения представителя Министерства по работе с потребителями, для работы Службы внутренних доходов и любых других контрольных и правоохранительных органов, а также для работы с потребителями по рассмотрению жалоб.

Организатор должен предоставить идентификационный бейдж каждому участнику с фотографией участника и указанием его имени и номера места. Образец идентификационного бейджа должен быть представлен в Министерство не менее чем за 2 недели до начала ярмарки.

Организатор выдает серийно пронумерованные входные билеты и обязан сохранять корешок на срок не более 5 лет.

Полное имя, адрес, номер ИНН (где применимо) и регистрационный номер участника, а также номер паспорта иностранного участника должны быть представлены в Министерство организатором не менее чем за 2 месяца до проведения ярмарки.

Организатор прикрепляет доверенность, выданную Министерством, на видное место в помещении, где проводится ярмарка.

Организатор должен прикрепить именную табличку для каждого участника перед его кабиной.

Организатор или его должным образом уполномоченный представитель должен находиться в течение всего времени работы ярмарки в помещении, где проводится ярмарка.

Постоянный секретарь может, в зависимости от типа проводимой ярмарки, издавать такие другие условия, которые он может определить.

## **США**

Общая нормативная правовая регламентация – **Кодекс коммерции и торговли (15 U.S. Code § 4724)**.

Предмет регламентации – международные выставки в целях стимулирования экспорта.

Статья 4724 закрепляет полномочия министра торговли по применению мер государственной поддержки в целях содействия экспорту предприятиями Соединенных Штатов в проведении торговых выставок в Соединенных Штатах, на рамках которых собираются представители предприятий Соединенных Штатов, стремящиеся экспортировать товары или услуги, произведенные в Соединенных Штатах, и представители иностранных компаний или правительств иностранных стран, стремящиеся купить товары или услуги у предприятий в Соединенных Штатах.

Получателями мер государственной поддержки в целях содействия проведения международных выставок могут быть:

- (1) некоммерческие отраслевые организации,
- (2) торговые ассоциации,
- (3) зоны внешней торговли и
- (4) частные отраслевые компании или группы компаний в случаях, когда ни одна организация, описанная в пунктах (1), (2) или (3), не представляет эту отрасль.

Министр торговли, по согласованию с администратором Управления по делам малого бизнеса, прилагает особые усилия для облегчения участия в

международных выставках малых предприятий и компаний, впервые занимающихся экспортом.

Мера государственной поддержки – выделение бюджетных средств в следующих целях:

(1) определение потенциальных участников для организаторов выставок,

(2) предоставление информации о выставках потенциальным участникам,

(3) предоставление языковых услуг для участников, и

(4) предоставление информации о торговых выставках малым предприятиям и компаниям, начинающим экспортировать товары.

В целях правового регулирования мер государственной поддержки по предприятиями США понимаются:

(а) гражданин США;

(б) корпорация, товарищество или другая ассоциация, созданная в соответствии с законодательством Соединенных Штатов или любого штата (включая округ Колумбия или любое содружество, территорию или владение Соединенных Штатов); или же

(в) иностранная корпорация, товарищество или другая ассоциация, более 95 процентов которой принадлежат лицам, описанным в подпунктах (а) и (б).

**Таможенный кодекс США (19 U.S.Code)**, часть 147 регулирует ввоз товаров, предназначенных для выставки или использования при строительстве, установке или обслуживании иностранных экспонатов на торговых ярмарках, которые были определены министром торговли. Он также содержит положения, касающиеся таможенного надзора за товарами и распоряжения товарами после закрытия ярмарки. Ввоз предметов, которые могут быть ввезены беспошлинно в соответствии с другими положениями настоящей главы, может регулироваться этими положениями, а не положениями настоящей части (*Закон о торговых выставках*

*инкорпорирован в Таможенный кодекс США - the Trade Fair Act of 1959. (Secs. 2-7, 73 Stat. 18, 19; 19 U.S.C. 1751-1756.)).*

Любой предмет, ввезенный или ввезенный в Соединенные Штаты, может быть передан под залог в соответствии с положениями части 147 с целью демонстрации на ярмарке или для использования при строительстве, установке или обслуживании иностранных экспонатов на ярмарке при отсутствии пошлины или в случае, если внутренних подоходный налог уплачен, при этом предмет:

(1) находится под режимом зоны внешней торговли; или же

(2) ввозится для выставки в соответствии с главой 98, подраздел XII, Гармонизированной тарифной сетки Соединенных Штатов; или же

(3) находится на постоянном таможенном хранении, включая, помимо прочего, предметы:

(i) импортированы или ввезены в Соединенные Штаты с целью прямого ввоза на конкретную ярмарку;

(ii) На таможенных складах временного хранения;

(iii) не ввозимые в соответствии с таможенным законодательством и содержащиеся в общем порядке до ввоза или вывоза;

(iv) На выставке на другой ярмарке, организованной министром торговли.

Оператор ярмарки вносит залог по Таможенной форме 301, содержащей условия залога в размере, установленном руководителем порта. Заранее оцененные убытки оцениваются директором порта под залог, если обязательные платежи в соответствии с §§ 147.33, 147.41 или 147.43 не выплачиваются по требованию.

Все фактические и необходимые сборы за труд, услуги и другие расходы в связи с ввозом, осмотром, оценкой, хранением, оставлением, уничтожением или выпуском предметов, ввозимых в соответствии с положениями части 147, вместе с необходимыми сборами на заработную плату таможенников. должностные лица и служащие в связи с учетом,

хранением и надзором за такими предметами возмещаются оператором ярмарки правительству, оплата должна быть произведена в таможенному органу либо в порту въезда, либо в электронном виде в порту по требованию директора или директора Центра, поданному до 19 января 2017 г., или по требованию директора Центра, поданному 19 января 2017 г. или позднее, о внесении депозита (залога), из которых произведена выплата.

Предметы для ярмарки, поступившие в соответствии с частью 147, не могут быть вывезены из помещений ярмарки или иным образом уничтожены, кроме как в соответствии с частью 147. Организатор ярмарки несет ответственность за уплату любых неуплаченных пошлин, налогов, сборов, сборов или взысканий, причитающихся с любого предмета, вывезенного из помещений ярмарки или уничтоженного вопреки положениям части 147, включая любой предмет, утерянный или украденный, независимо от наличия вины. Оплата производится по требованию директора Центра в таможенном органе либо в порту въезда, либо в электронном виде.

Статья 147.11 закрепляет, что все товары для ярмарки ввозятся на территорию порта от имени оператора ярмарки, который для таможенных целей считается единственным грузополучателем товаров, ввозимых в соответствии с законом, и несет ответственность перед правительством за все пошлины и сборы.

Ввозимые в соответствии с настоящим подпунктом предметы, прибывающие в порты, отличные от порта проведения ярмарки, принимаются к немедленной перевозке без оценки в последний порт.

Предметы должны быть внесены по прибытии в порт ярмарки на специальной форме въезда в соответствии с установленной статьей 147.11 формой.

**В налоговых целях** на подзаконном уровне федеральными органами исполнительной власти разработаны регулятивные положения.

Регламент § 1.513-3 Электронного кодекса нормативных правовых актов (регламентов) федеральных органов исполнительной власти (26 CFR §

1.513-3) закрепляет положения о подоходном налогообложении квалифицированных конгрессов и торговых выставок.

Статьей 513(d) Кодекса внутренних доходов и § 1.513-3(b) предусматривают, что проведение конгрессов и торговых выставок, проводимых квалифицированной организацией в связи с квалифицированными конвенциями или торговыми выставками, не будет рассматриваться как «несвязанная» торговля или иная экономическая деятельность, то есть торговая и иная экономическая деятельность, осуществляемая некоммерческими организациями и не относящаяся к основному виду их деятельности (благотворительной, образовательной и проч.). Следовательно, доход от квалифицированных конгрессов и торговых выставок, полученный соответствующей организацией, которая спонсирует квалифицированный конгресс или торговую выставку, не будет подпадать под регулирование статьи 511 Кодекса внутренних доходов, регулирующей налогообложение доходов от предпринимательской деятельности благотворительных и иных некоммерческих организаций.

Положение 1.513-3(c) устанавливает признаки квалифицированной организации и квалифицированного конгресса или торговой выставки. Квалифицированные конгрессы и торговые выставки, проводимые организациями, освобожденными от налогообложения в соответствии с разделом 501(c)(5) или 501(c)(6) Кодекса внутренних доходов, не являются «несвязанной» торговлей или иной предпринимательской деятельностью, если:

мероприятия предназначены для привлечения людей на выставку с целью демонстрации или стимулирования интереса к продукции отрасли и спроса на нее или для информирования лиц, занятых в отрасли, о новых продуктах или вопросах, влияющих на отрасль; а также

мероприятие спонсируется организацией по разделу 501(c)(5) или 501(c)(6), которая регулярно проводит торговые выставки в качестве одной из своих основных целей, освобожденных от уплаты налогов.

Доходы, полученные от проведения таких выставочных и конгрессных мероприятий, освобождаются от налогообложения.

Выставки, предназначенные просто для объединения покупателей и продавцов, а не в связи с ежегодной встречей или для стимулирования спроса на продукцию отрасли в целом, не подпадают под это исключение.

Положение 1.513-3(d) касается учета доходов, полученных от определенных видов деятельности, включая аренду выставочных площадей на квалифицированных конгрессах или торговых выставках, где разрешена деятельность по продаже, а также порядок обращения с экспонатами поставщиков на квалифицированных конгрессах и торговых выставках.

Конгресс или торговая выставка, как определено в статье 513(d)(3)(A) Кодекса внутренних доходов и положением 1.513-3(c)(4), не будут считаться «несвязанной» торговлей или бизнесом, если они проводятся квалифицированной организацией, признаки которой установлены статьей 513(d)(3)(C) и положением 1.513-3(c)(1), в связи с проведением квалифицированного конгресса или торговой выставки, как определено в статье 513(d)(3)(B) и положении 1.513-3(c)(2), и финансируются соответствующей организацией. Такая деятельность является квалифицированным конгрессом или торговой выставкой. Конгресс или торговая выставка, проводимая организацией, описанной в статье 501(c) (5) или (6), но не подпадающей под эту категорию, будет считаться несвязанной торговлей или бизнесом и облагаться корпоративным налогом.

В соответствии с положением статьи 513(d)(3)(C) Кодекса внутренних доходов квалифицированной организацией является организация, которая:

(a) признаки которой установлены положениями статьи 501(c) (5) или (6), то есть является некоммерческой организацией и относящейся к категории бизнес-лиги, торговой палаты, совета по недвижимости, торгового совета или профессиональной футбольной лиги, либо к категории профсоюза, сельскохозяйственной или садоводческой организации, отстаивающей интересы лиц, занимающихся животноводством, сбором

урожая или водных ресурсов, выращиванием полезных или декоративных растений или аналогичными занятиями. В целях освобождения от уплаты налога такие организации должны отвечать требованиям: чистая прибыль организации не может быть использована в пользу какого-либо члена организации; а также целью организации должно быть улучшение условий труда тех, кто занимается трудом, сельским хозяйством или садоводством, повышением качества их продукции и развитие более высокой степени эффективности в соответствующих сферах;

(б) регулярно проводит в целях достижения уставных целей конгрессы или торговые выставки.

Квалифицированный конгресс или торговая выставка означает выставку, отвечающую следующим требованиям:

(а) проводится квалифицированной организацией;

(б) по крайней мере, одной из целей финансирующей мероприятие организации при проведении выставки является обучение ее членов или продвижение и стимулирование интереса и спроса на продукты или услуги отрасли (или ее сегмента) членов квалификационной организации; а также

(в) выставка предназначена для достижения этой цели за счет характера значительной части экспонатов или характера конференции и семинаров, проводимых на конгрессе или в рамках выставки.

Для целей налогообложения термин «выставка» включает в себя международное, национальное, государственное, региональное или местное собрание, ежегодное собрание или выставку.

Для целей налогообложения деятельность по проведению конгрессов и торговых выставок означает любую деятельность, традиционно осуществляемую на выставках. Она включает, но не ограничивается:

(а) мероприятия, направленные на представителей отрасли в целом и представителей общественности для ознакомления с отраслевыми продуктами или услугами, демонстрируемыми на выставке членами

организатора, и стимулирования интереса и спроса на такие продукты или услуги;

(б) Мероприятия, направленные на информирование работников отрасли о новых продуктах или услугах или о новых правилах и положениях, влияющих на отрасль; а также

(с) услуги сопроводительного характера, такие как предоставление закусок, которые традиционно проводятся на таких представлениях.

Аренда выставочных площадей экспонентам (включая экспонентов, являющихся поставщиками) на квалифицированной торговой выставке или на квалифицированном конгрессе не будет считаться «несвязанной» торговлей или бизнесом, даже если экспонентам, арендующим площадь, разрешено продавать или запрашивать заказы.

Экспонат поставщика – это экспонат, на котором экспонент демонстрирует товары или услуги, которые поставляются членам соответствующей организации, а не ими, в ходе ведения собственных торгов или бизнеса таких членов.

#### Пример 1.

Х, организация, описанная в разделе 501(с)(6), была создана для продвижения строительной отрасли. В его состав входят производители тяжелой строительной техники, многие из которых имеют в собственности, владеют на праве лизинга или арендуют один или несколько компьютеров, произведенных различными производителями компьютеров. Х является квалифицированной организацией в соответствии с разделом 513(d)(3)(С), которая регулярно проводит ежегодные собрания. На этой встрече обсуждаются национальная отраслевая кампания продаж и методы потребительского кредитования тяжелой строительной техники. Кроме того, на выставке представлена новая строительная техника, разработанная для использования в промышленности, а представители различных производителей представляют свою технику. В этой части конференции принимают участие как члены, так и нечлены организации. Кроме того,

производители компьютеров присутствуют для обучения членов организации X. Хотя этот аспект конференции является выставкой поставщика, доход, полученный от такой деятельности X, не будет представлять собой облагаемый доход от «несвязанной» коммерческой деятельности, поскольку эта деятельность осуществляется в рамках квалифицированной торговой выставки в соответствии с положениями Регламента 1.513-3(с).

#### Пример 2.

Предположим те же факты, что и в Примере 1, но при этом выставляются только товары или услуги поставщиков - производителей компьютеров. Продажа и прием заказов разрешены. Экспонаты участников не сохраняются. Сама по себе эта выставка поставщиков будет представлять собой выставку поставщиков, а не квалифицированный конгресс или торговую выставку. Однако в этой ситуации сдача выставочных площадей поставщикам не может быть признана «несвязанной» торговлей или иной коммерческой деятельностью. Выставка (ежегодная встреча) является квалифицированным конгрессом или торговой выставкой, поскольку одной из ее целей является продвижение и стимулирование интереса и спроса на продукты или услуги отрасли посредством ежегодной встречи.

#### Пример 3.

Y является организацией, описанной в разделе 501(с)(6). Организация проводит ежегодную выставку, на которой ее члены демонстрируют свои продукты и услуги, чтобы повысить общественный интерес к сфере деятельности. Потенциальные клиенты приглашаются на выставку, разрешены продажи и прием заказов. Организация обеспечивает безопасность выставочного объекта, берет на себя планирование и руководство выставкой, а также содержит экспонаты, предназначенные для продвижения направления бизнеса в целом. Выставка является квалифицированным конгрессом или торговой выставкой. Предоставление выставочных площадей отдельным членам является квалифицированной

выставочной деятельностью и не является «несвязанной» торговлей или коммерческой деятельностью.

#### Пример 4.

Z — организация, описанная в разделе 501(c)(6), которая спонсирует ежегодную выставку. В качестве единственного вида деятельности на выставке поставщики членов Z демонстрируют свои продукты и услуги с целью стимулирования продажи своей продукции. Продажа и прием заказов разрешены. Выставка является выставкой поставщиков и не соответствует определению квалифицированной выставки, поскольку не удовлетворяет ни одному из трех альтернативных оснований для квалификации. Во-первых, выставка не стимулирует интерес к продуктам участников за счет характера экспонатов продуктов, поскольку представлены только продукты поставщиков, а не участников. Во-вторых, выставка не стимулирует интерес к продуктам участников через конференции или семинары, поскольку на выставке такие конференции не проводятся. В-третьих, выставка не соответствует определению квалифицированной выставки на основе образовательной деятельности, поскольку выставка продукции поставщиков предназначена в первую очередь для стимулирования интереса и продажи продукции поставщиков. Таким образом, предоставление организацией выставочных площадей не является квалифицированной конгрессной или выставочной деятельностью. Доход, полученный от сдачи в аренду выставочных площадей поставщикам, будет считаться несвязанной деятельностью, в результате которой возникает налогооблагаемый доход в соответствии со статьей 512 Кодекса внутренних доходов.

#### **Пример правового регулирования торгово-выставочной деятельности в городе Портсмут**

Правовое регулирование осуществляется самостоятельным разделом 370 Части второй Кодекса города Портсмут «Торговые выставки» (статьи 370-1 – 370-8).

В соответствии с разделом 370-1 под торговой выставкой (trade show) понимается любое мероприятие, на котором производители, оптовые и/или розничные продавцы собираются, чтобы продемонстрировать или выставить свои товары и товары для продвижения и продажи широкой публике, включая, помимо прочего, художественные выставки, выставки лодок, выставки антиквариата и подобные мероприятия. Это не должно включать рекламу или продажу товаров, которые имеют место только в связи с проведением другого мероприятия, такого как ярмарка, фестиваль или другое развлечение, основной целью которого не является реклама и продажа товаров.

Ни одно лицо, компания или корпорация не может проводить торговую выставку в городе Портсмут без предварительного получения лицензии, выданной городским советом.

Любое лицо, компания или корпорация, которым будет предоставлена лицензия, должны до ее выдачи уплатить городскому секретарю за использование пространства города сбор в размере 10 долларов США за каждого экспонента, но не превышающий общую сумму в 100 долларов США за мероприятие; при этом плата не взимается с любых должным образом организованных и зарегистрированных религиозных и благотворительных обществ и добровольных пожарных организаций с целью продвижения своей религиозной, благотворительной или противопожарной деятельности.

Плата уплачивается в бюджет города на счет казначейства.

В качестве предварительного условия выдачи лицензии Совет может регулировать часы выставки, средства входа и выхода, количество сотрудников общественной безопасности (полиции и/или пожарных), необходимых для защиты публики, и другие подобные вопросы, насколько это может быть разумно и необходимо для защиты здоровья населения, благосостояния и нравственности. Совет может делегировать полномочия по регулированию дорожного движения, полиции и пожарной охраны

городскому администратору. Лицензиат должен до выдачи лицензии внести в город сумму, достаточную для возмещения городу расходов на должностных лиц, необходимых для поддержания порядка на мероприятии.

Никакая лицензия не может быть выдана до тех пор, пока помещения, которые будут использоваться, не будут проверены начальником пожарной охраны и инспектором по строительству, и каждый из них подаст в лицензирующий орган сертификаты, требуемые R.I.G.L. § 5-22-13 или любые поправки к нему. Плата в размере 10 долларов США должна быть оплачена лицензиатом до выдачи лицензии для покрытия расходов на инспекцию Строительным инспектором.

### **Франция**

Во Франции существует специальный акт ордонанс от 11 сентября 1945 г «О выставках и ярмарках» (Arrêté du 26 septembre 1945 portant réglementation des foires et salons: application de l'ordonnance du 11 septembre 1945), с последующими изменениями (указ от 10 октября 1969 г. с изменениями, внесенными указом от 14 января 1980 г. и указом от 7 мая 1988 г., указом от 7 апреля 1970 г. и 20 февраля 1976 г. с изменениями, внесенными указом от 20 апреля 1984 г.)

Ряд положений содержит Коммерческий кодекс в редакции от 28.03.2007 в статье R762-4, который в частности закрепляет правило, согласно которому коммерческими мероприятиями, которые должны быть заявлены выставочным центром в рамках годовой программы, являются:

а) торговые выставки в соответствии со статьей L762-2, закрепившей следующее определение выставки.

Выставка — это коммерческое мероприятие, посвященное продвижению товаров и услуг, открытое для посетителей, которым может быть предоставлен платный или бесплатный доступ. На выставке предлагаются к продаже только товары, предназначенные для личного пользования покупателя, стоимость которых не превышает предела,

установленного декретом. Организация любой торговой выставки возможно по предварительному заявлению в компетентный административный орган;

б) коммерческие мероприятия, обычно называемые «выставками», открытые для публики и на которых группа физических или юридических лиц, принадлежащих к профессиональной отрасли или группе профессиональных отраслей, коллективно и временно демонстрирует товары или предлагают услуги из исчерпывающего списка товаров или услуг, определенных организатором, которые могут быть предметом прямой продажи с изъятием товара или заключением договора на оказание услуг;

в) коммерческие мероприятия, обычно именуемые «ярмарками», на которых группа физических или юридических лиц коллективно и временно демонстрирует товары или предлагает услуги, которые могут быть предметом прямой продажи, с вывозом товаров или выполнением договора на оказание услуг.

В соответствии со статьей R762-5 оператор зарегистрированного выставочного центра на каждый календарный год отправляет декларацию о годовой программе коммерческих мероприятий, как определено в статье R. 762-4, проводимых в его парке, префекту отдела учреждения этого парка, до 1 октября года, предшествующего проведению коммерческих мероприятий, перечисленных в настоящей программе.

Согласно статье R762-6 если файл декларации о годовой программе заполнен, префект отправляет квитанцию об объявлении в электронном виде оператору выставочного центра в течение одного месяца с момента получения этого файла. Если файл неполный, префект уведомляет заинтересованную сторону о списке недостающих реквизитов в течение пятнадцати дней с момента получения файла. При отсутствии получения недостающей информации декларация может быть предметом приема декларации только для событий, по которым файл заполнен полностью.

Оператор парка объявляет основные характеристики каждого коммерческого мероприятия, которые он получает от своего организатора.

Перечень этих признаков определяется приказом министра торговли. Если мероприятие проводилось ранее, его количественные характеристики удостоверяются в соответствии с правилами, установленными приказом министра торговли.

Объявление годовой программы передается оператором выставочного центра в электронном виде, что влечет выдачу подтверждения получения в электронном виде. Префект обеспечивает безопасность передачи в соответствии со статьей 1366 Гражданского кодекса. Оператор парка отправляет копию этой квитанции в электронном виде организаторам мероприятий, на которые распространяется годовая декларация.

В соответствии со статьей R762-7 любое изменение годовой программы или основных характеристик событий, фигурирующих в ней, подлежит немедленному заявлению об изменении префекту на условиях, идентичных первоначальной процедуре объявления годовой программы.

Статья R762-8 закрепляет, что первое объявление годовой программы может быть сделано одновременно с подачей заявки на регистрацию выставочного центра.

Статья R762-9 устанавливает, что в случае, если полная декларация не подана в сроки, предусмотренные статьей R762-5, коммерческие мероприятия, проводимые в парке, в зависимости от обстоятельств, подпадают под режим декларации, предусмотренный в статьях R762-5 и R762-12. В этом случае оператор выставочного центра до 1 ноября года, предшествующего проведению коммерческих мероприятий, уведомляет организаторов в электронном виде о тех, по которым не получено подтверждение о получении декларации.

В соответствии со статьей R762-10 организатор выставки, отвечающей признакам, установленным в статье L762-2 и которая не проводится в зарегистрированном выставочном центре, направляет предварительное заявление в электронном виде префекту отдела, в котором проводится мероприятие, не менее чем за два месяца до его начала.

Декларант дает основные характеристики мероприятия. Перечень этих признаков определяется приказом министра торговли. Если мероприятие проводилось ранее, его количественные характеристики удостоверяются на условиях, установленных приказом министра торговли.

Префект выдает квитанцию о декларации в электронном виде в течение максимум пятнадцати дней с момента получения полного файла этой декларации. Если декларация неполная, он уведомляет заинтересованную сторону о перечне недостающих элементов в течение пятнадцати дней с момента получения.

При отсутствии производства недостающих дополнительных элементов в течение десяти дней с момента настоящего уведомления декларирование не может быть предметом получения декларации.

Статья R762-11 закрепляет, что при изменении одного из элементов первоначальной декларации до или во время проведения мероприятия декларация подается немедленно префекту ведомства на условиях, установленных приказом министра, ответственного за торговлю.

Приказ министра торговли определяет порядок, в соответствии с которым формальности, предусмотренные настоящей главой, выполняются в электронной форме. Этот приказ предусматривает создание для этой цели системы телесервиса (статья R762-12).

Статья R762-13 устанавливает максимальную стоимость товаров, которые могут быть предложены для продажи на месте для личного пользования покупателя по случаю торговой ярмарки, как определено статьей L762-2, которая составляет 80 евро, включая все налоги.

На основании статьи R762-14 коммерческие мероприятия, объявленные в соответствии с условиями, предусмотренными в статьях R762-5 - R762-12, рекламируются администрацией и в электронном виде на условиях, установленных приказом министра, ответственного за торговлю.

## **Швейцария**

В Швейцарии временная торговая деятельность регулируется федеральным законом о передвижной торговле от 23 марта 2001 г. №943.1

Закон регулирует торговую деятельность операторов передвижной торговли, закрепляет гарантии прав на осуществление такого вида торговли на всей территории Конфедерации, устанавливает минимальные требования, предъявляемые к операторам передвижной торговли, закрепляет минимальные требования для защиты прав населения при осуществлении торговой деятельности.

Во исполнение указанного выше федерального закона Федеральным советом Швейцарии было принято Распоряжение «О передвижной торговле» от 04.09.2022 г., №943.11 в котором закрепляются следующие основные понятия, относящиеся к предмету регулирования:

- мобильные продавцы: физические лица, предлагающие товары или услуги по смыслу пункта а или б пункта 1 статьи 2 федерального закона;

- мобильная торговая точка с ограниченным сроком действия: предложение товаров с ограниченным сроком действия за пределами постоянных коммерческих помещений;

- операторы стенда: физические или юридические лица, которые, профессионально и в нестационарных местах развлекают публику, предоставляя им возможности пользования собственной развлекательной инфраструктурой;

- цирковые предприниматели: физические или юридические лица, которые на профессиональной основе и в неустановленных местах развлекают публику, предлагая их вниманию развлекательную программу;

- установки: машины или мобильные конструкции, предназначенные или подходящие для многократной сборки и разборки для целей, описанных в предыдущих пунктах;

- реестр проверок: реестр, оцененный и составленный независимым швейцарским или иностранным органом по оценке соответствия, содержащий все необходимые данные об эксплуатации и истории установки,

такие как планы строительства, сертификаты производителя, расчеты, технические документы, процедуры контроля проверяющим органом и действующее разрешение.

Все авторизации и разрешения в отношении мероприятий, регулируемых рассматриваемым законом отнесены федеральным законом на кантональный уровень, регион рассматривает заявки на проведение массовых торгово-выставочных и развлекательных мероприятий, заявки на участие в них и выдает соответствующие разрешения.

Отдельные виды мероприятий не требуют получения разрешения со стороны кантональных властей, к таким мероприятиям отнесены:

- ограниченные по времени работы передвижные торговые точки и торговля на открытом пространстве в рамках которой операторы торговли предлагают к продаже газеты, журналы, продукты питания, предназначенные для немедленного употребления, или сельскохозяйственную продукцию, поступающую непосредственно с собственного поля и собранную лично, за исключением срезанных цветов;

- деятельность уличных художников или уличных музыкантов;

- деятельность вне постоянных коммерческих помещений, в помещениях, отведенных компетентным органом, и во время ограниченного по времени публичного мероприятия (базар, ярмарка, городской, сельский или районный праздник);

- деятельность в закрытом помещении, в рамках выставки или ярмарки, направленная на продвижение товара или услуги.

Статья 12 Закона закрепляет за кантонами полномочия по взиманию плат за выдачу, продление и отзыв лицензии (разрешения) на проведение и на участие в массовых торговых, торгово-выставочных и развлекательных мероприятиях. Размер платы определяется и устанавливается Федеральным советом.

Таким образом, анализ зарубежного опыта позволил выявить различные подходы к правовому регулированию выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

**I. В зависимости от степени централизации (децентрализации) правового регулирования выставочно-ярмарочной деятельности в стране выделяется:**

1. Централизованный подход – реализуется путем формирования национального правового регулирования, включая установление рамочных требований к проведению торговых выставок и ярмарок (Италия, Франция, Германия, США, Маврикий). В рамках централизованного подхода может быть принят самостоятельный законодательный акт о выставочно-ярмарочной деятельности (Италия) либо, чаще всего, положения о выставочно-ярмарочной деятельности включаются в законодательный акт, регулирующий торговую деятельность (Германия, США, Франция). Возможно общенациональное подзаконное правовое регулирование (Маврикий). При этом степень детализации правовой регламентации может быть различной: положения национального законодательного акта могут (1) затрагивать детальные вопросы процедуры выдачи разрешений с учетом территориального расположения выставок и ярмарок, подачи заявки и формирования национального календарного плана выставочно-ярмарочной деятельности – Маврикий, Франция – такие государства демонстрируют высокую степень правовой централизации, либо (2) лишь определять квалифицирующие признаки торговой выставки, ярмарки и прочих специализированных мероприятий в целях определения правового статуса организаторов таких мероприятий и дальнейшей правовой регламентации в рамках иных отраслей законодательства (законодательство, регламентирующее вопросы соблюдения и защиты прав потребителей, контрактное право, авторское право и проч.) и закреплением полномочий по детальному регулированию за субнациональными государственными органами или органами местного самоуправления – такое регулирование

наблюдается, к примеру, в Германии, Италии, США – такие страны демонстрируют сниженную степень правовой централизации, сохраняя за субнациональными органами публичной власти полномочия по детальному регулированию выставочно-ярмарочной деятельности на соответствующей территории. Если в первом случае централизация правового регулирования проводится в целях единого регулирования соответствующего вида экономической деятельности, то есть проведения общей политики в данной сфере (Франция), то во втором случае – в целях проведения политики, сопряженной с выставочно-ярмарочной деятельностью (налогообложение, меры государственной поддержки в целях развития экспорта) (США, Германия), либо в целях формирования национального календарного плана проведения торговых выставок и ярмарок (Италия). Вопросы обеспечения общественной безопасности и уплаты обязательных платежей за проведение мероприятия, как правило, регламентируются территориальными органами публичной власти.

2. Децентрализованный подход – отсутствует единое общенациональное регулирование выставочно-ярмарочной деятельности - Объединенное королевство Великобритании и Северной Ирландии. Однако данный подход не исключает возможность нормативного закрепления понятий «выставка», «ярмарка» или «конгресс» на общенациональном уровне в целях налогообложения или оказания мер государственной поддержки организаторам и участникам.

**II. В зависимости от предмета национального регулирования, обусловленного характером государственной политики в области торговой и промышленной деятельности выделяется два подхода:**

1. Предметом национального правового регулирования является исключительно ярмарочно-выставочная деятельность международного характера, направленная на стимулирование экспортной деятельности. Закрепление законодательных признаков организатора или участника выставки или ярмарки осуществляется в таком случае в целях правовой

идентификации и адресного оказания мер государственной поддержки (США, Великобритания);

2. Предметом национального правового регулирования является выставочно-ярмарочная деятельность и национального, и международного характера (Франция, Италия, Германия, Маврикий).

**II. В зависимости от степени детализации общенациональное правовое регулирование выставочно-ярмарочной деятельности, при его наличии, может быть:**

1. с высокой степенью детализации. Высокую степень национального правового регулирования выставочно-ярмарочной деятельности демонстрирует Франция. Коммерческий кодекс Франции не только определяет квалификационные признаки выставок и ярмарок, но и детально прописывает процедуру выдачи разрешения на проведение мероприятия и процедуру декларирования всех торговых мероприятий со стороны оператора парка, в котором проводится ярмарка, оператора выставочного центра либо самого организатора мероприятия в случае отсутствия оператора парка или выставочного центра. Помимо этого, положения Коммерческого кодекса Франции устанавливают предельную цену продажи товаров на ярмарках для личного пользования.

2. со средней степенью детализации – Италия. Рамочный закон о выставочно-ярмарочной деятельности устанавливает квалификационные признаки мероприятий соответствующих видов, закрепляет полномочие по отождествлению нормативно установленных квалификационных признаков с фактическими и устанавливает процедуру формирования национального годового плана выставок и ярмарок в целях «разведения» тематически идентичных мероприятий во времени.

3. с низкой степенью детализации – Германия. В Германии фактически выставочно-ярмарочная деятельность регулируется самим «рынком».

**Проект Перечня федеральных законов, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием проекта федерального закона**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18 декабря 2006 года № 230-ФЗ (в ред. от 07 октября 2022 года, № 386-ФЗ) // СЗ РФ. 2006. № 52 (1 ч.), ст. 5496; 2022. СЗ РФ. 2022. № 41, ст. 6948.

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05 августа 2000 года № 117-ФЗ (в ред. от 21 ноября 2022 года, 443-ФЗ) // СЗ РФ. 2000. № 32, ст. 3340; 2022. № 48, ст. 8310.

3. Федеральный закон от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ (в ред. от 14 июля 2022 года, 352-ФЗ) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2010. № 1, ст. 2; 2022, № 29 (ч. III), ст. 5319.

4. Закон РФ от 07 февраля 1992 года № 2300-1 (в ред. от 05 декабря 2022 года, № 478-ФЗ) «О защите прав потребителей» // СЗ РФ. 1996. № 3, ст. 140; Рос. газета. 2022. № 278.

5. Федеральный закон от 31 декабря 2014 года № 488-ФЗ (в ред. от 05 декабря 2022 года, № 496-ФЗ) «О промышленной политике в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2015. № 1 (ч. I), ст. 41; Рос. газета. 2022. № 278.

6. Федеральный закон от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ (в ред. от 04 ноября 2022 года, № 418-ФЗ) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2007. № 31, ст. 4006; 2022. № 45, ст. 7663.

7. Федеральный закон от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ (в ред. от 28 мая 2022 года, № 148-ФЗ) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // СЗ РФ. 1996. № 49, ст. 5491; 2022. № 22, ст. 3541.

8. Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ (в ред. от 05 декабря 2022 года, № 478-ФЗ) «О рекламе» // СЗ РФ. 2006. № 12, ст. 1232; Рос. газета. 2022. № 278,

9. Федеральный закон от 22 ноября 1995 года № 171-ФЗ (в ред. от 26 марта 2022 года, № 74-ФЗ) «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» // СЗ РФ. 1995. № 48, ст. 4553; 2022. № 13, ст. 1963.

10. Федеральный закон от 18 июля 1999 года № 183-ФЗ (в ред. от 26 марта 2022 года, № 73-ФЗ) «Об экспортном контроле» // СЗ РФ. 1999. № 30, ст. 3774; 2022. № 13, ст. 1962.

11. Федеральный закон от 10 декабря 2003 года № 173-ФЗ (в ред. от 05 декабря 2022 года, 511-ФЗ) «О валютном регулировании и валютном контроле» // СЗ РФ. 2003. № 50, ст. 4859; Рос. газета. 2022. № 279.

12. Федеральный закон от 08 декабря 2003 года № 164-ФЗ (в ред. от 14 июля 2022 года, 353-ФЗ) «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» // СЗ Российской Федерации. 2003. № 50, ст. 4850; 2022. № 29 (ч. III), ст. 5320.

13. Закон РФ от 07 июля 1993 года № 5340-1 (в ред. от 01 мая 2022 года, № 133-ФЗ) «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации» // Рос. газета. 1993. № 154; 2022. № 98.

14. Основы законодательства Российской Федерации о культуре (утв. ВС РФ 09 октября 1992 года № 3612-1) (в ред. от 30 апреля 2021 года, № 114-ФЗ ) // Рос. газета. 1992. № 248; СЗ РФ. 2021. № 18, ст. 3058.

15. Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ (в ред. от 05 декабря 2022 года, № 498-ФЗ) «Об образовании в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2012. № 53 (ч. 1), ст. 7598; Рос. газета. 2022. № 279.

16. Федеральный закон от 23 августа 1996 года № 127-ФЗ (в ред. от 07 октября 2022 года, № 397-ФЗ) «О науке и государственной научно-технической политике» // СЗ РФ. 1996. № 35, ст. 4137; 2022. № 41, ст. 6959.

17. Федеральный закон от 30 декабря 2020 года № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2021. № 1 (ч. I), ст. 28.