

Письмо Минпромторга РФ от 05.06.2020 года N EB-39218/15 – Письмо Минсельхоза РФ от 05.06.2020 N 01-10-23/8601 – О содействии в сбыте продукции малых сельскохозяйственных товаропроизводителей – Действующая первая редакция

В целях расширения возможностей для сбыта продукции малых сельскохозяйственных товаропроизводителей Министерство промышленности и торговли РФ и Министерство сельского хозяйства РФ направляют следующие рекомендации.

1. Торговля на землях сельскохозяйственного назначения

От сельскохозяйственных товаропроизводителей поступает информация о наличии проблем в некоторых регионах при осуществлении розничной торговли произведенной продукцией на землях сельскохозяйственного назначения.

При этом Градостроительным кодексом РФ установлено, что при разработке правил землепользования и застройки территорий муниципальных образований органами местного самоуправления устанавливаются в том числе вспомогательные виды разрешенного использования земельных участков и объектов капитального строительства, допустимые только в качестве дополнительных по отношению к основным видам разрешенного использования.

Так, правила землепользования и застройки ряда муниципальных образований предусматривают для зон сельскохозяйственного производства вспомогательные виды, в том числе включающие такой вид как "магазины", позволяющий осуществлять продажу товаров сельскохозяйственного назначения.

Таким образом, действующим законодательством предусмотрена возможность размещения торговых объектов (магазинов, павильонов, киосков и других) вспомогательного типа на землях сельскохозяйственного назначения.

Просим довести указанную информацию до органов местного самоуправления муниципальных образований вашего субъекта РФ с целью создания условий для сбыта произведенной продукции на землях сельскохозяйственного назначения.

2. Продвижение продукции малых сельскохозяйственных товаропроизводителей

Также сообщаем, что в соответствии со статьей 10 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" рекламодателями социальной рекламы могут выступать органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления.

При этом заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламораспространителя в пределах пяти процентов годового объема распространяемой им рекламы (в том числе общего времени рекламы, распространяемой в теле- и радиопрограммах, общей рекламной площади печатного издания, общей рекламной площади рекламных конструкций).

В целях увеличения реализации сельскохозяйственной продукции локальных микро- и малых сельскохозяйственных товаропроизводителей, увеличения уровня потребления фермерской и кооперативной продукции, произведенной в субъекте РФ, рекомендуем при осуществлении закупок работ, услуг на производство и распространение социальной рекламы в соответствии с законодательством РФ о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, определить долю социальной рекламы продукции местных малых форм хозяйствования – производителей сельскохозяйственной продукции в объеме не менее 20% объема социальной рекламы.