

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в статью 19 Федерального закона «О рекламе» и статьи 34, 35 Федерального закона «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (в связи с ограничением распространения наружной рекламы)

Статья 1.

Внести в Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; № 52, ст. 5497; 2007, № 7, ст. 839; № 16, ст. 1828; № 23, ст. 3255; 2011, № 30 (ч. 1), ст. 4600; 2012, № 31, ст. 4322) следующие изменения:

1) статью 19 дополнить частью 3.1. следующего содержания:

«3.1. Не допускается размещение рекламных конструкций, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах памятников и ансамблей – объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации федерального, регионального и местного (муниципального) значения, включая объекты, обладающие признаками объекта культурного наследия в соответствии с законодательством Российской Федерации об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании с момента становления их объектами историко-культурной экспертизы, выявленных объектов культурного наследия, объектов культурного наследия, включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, особо ценных объектов культурного наследия

народов Российской Федерации, объектов культурного наследия, рекомендованных Российской Федерацией для внесения в Список всемирного наследия, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Требование настоящего пункта не распространяются на объекты рекламирования в случае, если такими объектами являются театрально-зрелищные, культурно-просветительные и зрелищно-развлекательные мероприятия, которые проводятся на территории объектов культурного наследия, перечисленных в настоящем пункте.»

2) пункт 5 части 15 статьи 19 после слов «охране и использовании» дополнить словами «, размещение рекламных конструкций, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах памятников и ансамблей».

Статья 2.

Внести в Федеральный закон от 25 июня 2002 года № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2002, № 26, ст. 2519; 2004, № 35, ст. 3607; 2006, № 1, ст.10; 2006, № 52 (1 ч.), ст. 5498; 2007, № 1, ст. 21; 2007, № 27, ст. 3213; 2007, № 43, ст. 5084; № 46, ст. 5554; 2008, № 20, ст. 2251; № 29 (ч. 1), ст. 3418; № 30 (ч. 2), ст. 3616; 2010, № 43, ст. 5450, № 49, ст. 6424; 2011, № 30 (ч. 1), ст. 4563; № 47, ст. 6606; № 49 (ч. 1), ст. 7015; № 49 (ч. 1), ст. 7026; 2012, № 31, ст. 4322) следующие изменения:

2) абзац первый части 2 статьи 34 после слов: «запрещающий» дополнить словами: «размещение рекламных конструкций,»;

3) часть 2 статьи 35 после слов: «иных работ» дополнить словами: «, в том числе размещение рекламных конструкций,».

Статья 3.

1. Настоящий Федеральный закон вступает в силу по истечении одного месяца со дня его официального опубликования.

2. Разрешения на установку рекламных конструкций на объектах культурного наследия и их территориях, а также в зонах охраны объектов культурного наследия, выданные в соответствии с порядком, установленным статьей 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», и действующие на день вступления в силу настоящего Федерального закона, сохраняют свое действие.

Президент
Российской Федерации

Пояснительная записка

«Сведения о расчетах, обоснованиях и прогнозах последствий реализации предлагаемых решений, имеющие значение для оценки регулирующего воздействия проекта федерального закона «О внесении изменений в статью 19 Федерального закона «О рекламе» и статьи 34, 35 Федерального закона «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации»

1. Краткое описание предлагаемого нового правового регулирования.

Проект федерального закона разработан в целях ограничения распространения наружной рекламы на объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации.

Поскольку предметом правового регулирования являются отношения в сфере рекламы законопроектом предлагается внесение изменений в указанный закон. Согласно статье 4 Федерального закона от 13 марта 2006 года «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы, могут регулироваться только федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации и нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации.

Требования к распространению наружной рекламы посредством использования рекламных конструкций установлены в статье 19 Закона о рекламе.

В силу части 9 статьи 19 Закона о рекламе установка рекламной конструкции допускается при наличии соответствующего разрешения, выдаваемого органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществить установку рекламной конструкции.

В соответствии с пунктом 5 части 15 статьи 19 Закона о рекламе среди причин отказа в выдаче разрешения на установку рекламной конструкции является нарушение требований законодательства Российской Федерации об

объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании.

Федеральный закон от 25 июня 2002 года № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (далее – Закон об объектах культурного наследия) не содержит прямых требований к размещению рекламы на объектах культурного наследия.

Вместе с тем Закон об объектах культурного наследия содержит нормы, направленные на ограничение размещения наружной рекламы на территориях объектов культурного наследия.

Так, в статье 52 устанавливается требование обеспечения неизменности облика и интерьера объекта культурного наследия, статьей 34 предусматривается установление на сопряженной с объектами территории зон охраны, в пределах которых ограничивается или запрещается хозяйственная деятельность и строительство, в соответствии со статьей 60 градостроительная деятельность в историческом поселении подлежит особому регулированию, которое осуществляется посредством проведения комплекса мероприятий по охране объектов культурного наследия и включает в себя, в том числе, разработку градостроительных регламентов, касающихся запрета или ограничения размещения рекламы.

Законопроект направлен на установление прямых норм, обеспечивающих сохранение внешнего облика объекта культурного наследия при размещении рекламных конструкций.

Законопроектом предусматривается установление прямого запрета на распространение наружной рекламы на конструктивных элементах памятников, в том числе входящих в ансамбли, федерального, регионального и местного (муниципального) значения, в том числе выявленных объектах, посредством дополнения статьи 19 Закона о рекламе новой частью 3.1.

Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе установлена в статье 38 указанного закона.

Представляется целесообразным сохранить действующее правовое регулирование по ограничению размещения рекламных конструкций на территории объектов культурного наследия. Изменениями в статьи 34, 35 Закона об объектах культурного наследия предлагается лишь конкретизировать такие ограничения в части размещения рекламных конструкций.

2. Проблема, на решение которой направлено новое правовое регулирование, оценка негативных эффектов, порождаемых наличием данной проблемы.

Размещение рекламных конструкций на конструктивных элементах указанных выше построек, зданий и сооружений приводит к изменению облика объекта культурного наследия, влияет на устойчивость и сохранность объектов. Отсутствие прямого запрета установки наружной рекламы на конструкциях объектов культурного наследия приводит к необходимости органам местного самоуправления муниципального района или органам местного самоуправления городского округа мотивированно доказывать (зачастую в ходе судебного процесса) законность принятия решения об отказе в выдаче разрешения на установку рекламной конструкции на объекте культурного наследия. При этом однозначной судебной практики в пользу законности принятых решений не сложилось.

3. Цели предлагаемого регулирования и их соответствие принципам правового регулирования, программным документам Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации.

Настоящий проект закона направлен на сохранение исторического облика зданий и сооружений, отнесенных к памятникам истории и культуры народов Российской Федерации, и вместе с тем не устанавливает излишние ограничения для субъектов предпринимательской деятельности.

4. Новые полномочия, функции, обязанности и права органов государственной власти, органов местного самоуправления или изменение порядка их реализации.

Введение предложенных законопроектом изменений не потребует наделения новыми полномочиями, функциями и правами органов государственной власти, органов местного самоуправления или порядка их реализации.

5. Оценка расходов бюджетов бюджетной системы Российской Федерации на организацию и исполнение новых полномочий, функций, обязанностей и реализацию прав или на изменение порядка их реализации.

Реализация законопроекта не потребует дополнительных расходов за счет средств федерального бюджета и бюджетов субъектов Российской Федерации.

6. Новые обязанности субъектов предпринимательской и иной деятельности или изменение содержания существующих обязанностей.

Внесение предложенных законопроектом изменений в федеральные законы устанавливает новое ограничение прав субъектов гражданских правоотношений. В статье 3 законопроекта предусматриваются переходные положения относительно выданных разрешений на размещение рекламных конструкций (в соответствии со статьей 19 Закона о рекламе договор на установку рекламной конструкции заключается на срок до 5 лет).

7. Основные группы субъектов, чьи интересы будут затронуты новым правовым регулированием.

Данный законопроект затронет интересы представителей рекламного сообщества (субъектов предпринимательской и иной деятельности), осуществляющих деятельность по распространению наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, и иных технических средств стабильного территориального размещения,

а также пользователей объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) **8. Оценка расходов субъектов, осуществляющих предпринимательскую и иную деятельность, связанных с необходимостью соблюдать закрепляемые за ними обязанности, либо с изменением содержания таких обязанностей.**

Возложение предлагаемых законопроектом обязанностей не повлечет расходов субъектов, осуществляющих предпринимательскую и иную деятельность.

9. Риски невозможности решения проблемы предложенным способом, риски непредвиденных негативных последствий

Продолжение размещения рекламных конструкций, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах объектов культурного наследия, приведёт к изменению облика таких объектов, а также повлияет на их устойчивость и сохранность.

10. Сведения о результатах консультаций с субъектами предпринимательской и иной деятельности.

Законопроект не требует консультаций с субъектами предпринимательской и иной деятельности.

11. Иные сведения, позволяющие оценить обоснованность вводимых административных и иных ограничений и обязанностей для субъектов предпринимательской и иной деятельности, обоснованность расходов субъектов предпринимательской и иной деятельности и бюджетов всех уровней бюджетной системы Российской Федерации, возникновению которых способствуют положения проекта акта.

Не имеются.