



ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СЕДЬМОГО СОЗЫВА

ПОСТАНОВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ

**О проекте федерального закона № 18549-7
«О внесении изменений в статью 19 Федерального закона
«О рекламе» и Кодекс Российской Федерации
об административных правонарушениях»**

Государственная Дума Федерального Собрания Российской
Федерации **п о с т а н о в л я е т**:

1. Принять в первом чтении проект федерального закона
№ 18549-7 «О внесении изменений в статью 19 Федерального закона «О
рекламе» и Кодекс Российской Федерации об административных
правонарушениях», внесенный Правительством Российской Федерации.

2. Направить указанный законопроект Президенту Российской
Федерации, в Совет Федерации Федерального Собрания Российской
Федерации, комитеты и комиссии Государственной Думы, во фракции в

Законодательное Собрание
Приморского края
Управление делопроизводства и
ведения электронного документооборота
Входящий № 16/612
Дата: 22.02.2017 Время: 13:43

Государственной Думе, в Правительство Российской Федерации, законодательные (представительные) органы государственной власти субъектов Российской Федерации.

Установить, что поправки к указанному законопроекту направляются в Комитет Государственной Думы по экономической политике, промышленности, инновационному развитию и предпринимательству в тридцатидневный срок со дня принятия настоящего Постановления.

3. Комитету Государственной Думы по экономической политике, промышленности, инновационному развитию и предпринимательству доработать указанный законопроект с учетом поступивших поправок и внести его на рассмотрение Государственной Думы во втором чтении.

4. Настоящее Постановление вступает в силу со дня его принятия.

Председатель Государственной
Федерального Собрания
Российской Федерации



В.В.Володин

Москва

15 февраля 2017 года

№ 943-7 ГД

Вносится Правительством
Российской Федерации

Проект
№-18549-7

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в статью 19 Федерального закона "О рекламе" и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях

Статья 1

Внести в статью 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2007, № 30, ст. 3807; 2009, № 39, ст. 4542; 2011, № 27, ст. 3880; 2012, № 31, ст. 4322; 2013, № 19, ст. 2325; 2014, № 30, ст. 4265) следующие изменения:

1) первое предложение части 5 после слов "по договору" дополнить словами "на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, заключаемому";

2) часть 5¹ изложить в следующей редакции:

"5¹. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной или муниципальной

собственности, осуществляется путем проведения торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых органами государственной власти, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в соответствии с законодательством Российской Федерации. Форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти или представительными органами муниципальных образований. Порядок проведения торгов (конкурса или аукциона) устанавливается Правительством Российской Федерации. Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в государственной собственности, муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности (далее - торги в сфере наружной рекламы), после утверждения в соответствии с частью 5⁸ настоящей статьи схем размещения рекламных конструкций проводятся органом государственной власти, органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа либо уполномоченной ими организацией (далее -

организатор торгов) только в отношении мест установки рекламных конструкций, указанных в таких схемах.

Организатор торгов размещает извещение о проведении торгов в сфере наружной рекламы не менее чем за тридцать дней до даты их проведения на официальном сайте Российской Федерации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для размещения информации о проведении торгов, определенном Правительством Российской Федерации (далее - официальный сайт торгов), а также на официальном сайте организатора торгов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" в порядке, определенном федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации.

Информация о результатах торгов в сфере наружной рекламы размещается в течение десяти дней со дня их проведения на официальном сайте торгов, а также на официальном сайте организатора торгов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" в порядке, определенном федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации. Не допускается заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции ранее чем через десять дней и

позднее чем через двадцать дней со дня размещения информации о результатах торгов в сфере наружной рекламы на официальном сайте торгов, а также на официальном сайте организатора торгов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" в порядке, определенном федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации.

Организатор торгов обязан в течение календарного года выставить на торги в сфере наружной рекламы для субъектов малого и среднего предпринимательства (далее - специализированные торги в сфере наружной рекламы) не менее чем двадцать процентов общего количества мест установки рекламных конструкций каждого типа (вида), права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на которых выставляются им в течение текущего календарного года на торги в сфере наружной рекламы (далее - специализированные места). Организатор торгов вправе установить иную долю (иной процент) специализированных мест, но не менее доли, указанной в настоящем абзаце. Органы местного самоуправления муниципальных районов или городских округов осуществляют предварительное согласование установления иной доли (иного процента) специализированных мест с уполномоченным органом исполнительной

власти соответствующего субъекта Российской Федерации в порядке, установленном высшим исполнительным органом государственной власти этого субъекта Российской Федерации.

Места для установки и эксплуатации рекламных конструкций перестают классифицироваться как специализированные по истечении срока действия договора на установку и эксплуатацию таких рекламных конструкций, заключенного по итогам специализированных торгов в сфере наружной рекламы.

Орган государственной власти, орган местного самоуправления муниципального района или орган местного самоуправления городского округа осуществляет отбор специализированных мест на недискриминационной основе, учитывая, что специализированные места должны быть сопоставимы с местами, права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на которых выставляются на торги, не относящиеся к специализированным торгам в сфере наружной рекламы, в том числе по их территориальному размещению, а также по типу и виду рекламных конструкций.

Участниками специализированных торгов в сфере наружной рекламы могут быть только субъекты малого и среднего предпринимательства. Участники специализированных торгов в сфере

наружной рекламы указывают в заявках на участие в специализированных торгах в сфере наружной рекламы свою принадлежность к субъектам малого или среднего предпринимательства, организатор торгов проверяет включение таких лиц в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. При проведении специализированных торгов в сфере наружной рекламы на повышение стартовая цена каждого лота в расчете на один год срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции не должна превышать одной тысячной размера предельного значения выручки от реализации товаров (работ, услуг), установленного Правительством Российской Федерации для малых предприятий (для городов федерального значения Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя - двух тысячных размера указанного предельного значения) в целях отнесения хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств, производственных кооперативов, сельскохозяйственных потребительских кооперативов, крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей к субъектам малого и среднего предпринимательства. При проведении специализированных торгов в сфере наружной рекламы на понижение либо на понижение с возможностью последующего повышения стартовая цена каждого лота определяется организатором

торгов, а предельная цена каждого лота, при которой специализированные торги в сфере наружной рекламы признаются несостоявшимися или начиная с которой такие торги проводятся на повышение, в расчете на один год срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции не должна превышать одной тысячной размера предельного значения выручки от реализации товаров (работ, услуг), установленного Правительством Российской Федерации для малых предприятий (для городов федерального значения Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя - двух тысячных размера указанного предельного значения) в целях отнесения хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств, производственных кооперативов, сельскохозяйственных потребительских кооперативов, крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей к субъектам малого и среднего предпринимательства.

В случае, если на участие в специализированных торгах в сфере наружной рекламы были поданы хотя бы две заявки, однако такие торги не состоялись, были отменены организатором торгов либо аннулированы в соответствии с законодательством Российской Федерации, места, права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на которых выставлялись на указанных торгах, не

учитываются в общем количестве специализированных мест, права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на которых выставлены на специализированные торги в сфере наружной рекламы организатором торгов в течение календарного года.

По итогам года организатор торгов обязан составить отчет о количестве специализированных мест, права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на которых выставлены им в течение текущего года на специализированные торги в сфере наружной рекламы, и до 1 апреля года, следующего за отчетным годом, разместить такой отчет на официальном сайте торгов, а также на официальном сайте организатора торгов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". В такой отчет организатор торгов включает информацию о заключенных договорах с субъектами малого и среднего предпринимательства, стартовой цене каждого лота, об итоговой цене каждого лота, о количестве допущенных к участию в таких торгах по каждому лоту участников, количестве рекламных конструкций в каждом лоте, а также о несостоявшихся, отмененных или аннулированных специализированных торгах в сфере наружной рекламы.

Порядок подготовки отчета о количестве специализированных мест, права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на которых выставлены организатором торгов в течение года на специализированные торги в сфере наружной рекламы, размещения этого отчета на официальном сайте торгов и на официальном сайте организатора торгов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и его форма устанавливаются Правительством Российской Федерации.

Лицо, намеревающееся принять участие в торгах в сфере наружной рекламы, обязано до даты их проведения осуществить раскрытие информации о своих аффилированных лицах в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.

Для целей применения настоящего Федерального закона под аффилированными лицами понимаются аффилированные лица в соответствии с антимонопольным законодательством Российской Федерации, а также физическое лицо, которое прямо или косвенно (через третьих лиц) владеет (имеет преобладающее участие более двадцати процентов в капитале) юридическим лицом либо имеет возможность прямо или косвенно контролировать действия юридического лица.

Лицо не допускается к торгам в сфере наружной рекламы в следующих случаях:

лицо нарушило положения настоящей статьи о раскрытии информации о своих аффилированных лицах до даты проведения торгов;

лицо не включено в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства - в случае подачи заявки на участие в специализированных торгах в сфере наружной рекламы;

лицо аффилировано с иным лицом, которому выдано разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на территории муниципального образования, где проводятся торги в сфере наружной рекламы (для городов федерального значения Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя - на территории города федерального значения), - в случае подачи заявки на участие в специализированных торгах в сфере наружной рекламы.

Если с лицом, представившим недостоверную информацию о своих аффилированных лицах, по итогам проведения торгов в сфере наружной рекламы заключен договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, этот договор признается ничтожным в соответствии с законодательством Российской Федерации.";

3) часть 5⁶ изложить в следующей редакции:

"5⁶. Торги в сфере наружной рекламы, включая специализированные торги в сфере наружной рекламы, проводятся не ранее чем за шесть месяцев до истечения действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, при этом такой договор вступает в силу только по истечении срока действия ранее заключенного договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на этом земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной или муниципальной собственности.";

4) в части 5⁸:

а) первое предложение изложить в следующей редакции:

"5⁸. Установка и эксплуатация рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, осуществляется на основании схем размещения рекламных конструкций.";

б) после первого предложения дополнить предложением следующего содержания: "Схемы размещения рекламных конструкций утверждаются нормативным правовым актом представительного органа муниципального образования, а при размещении рекламных конструкций

на территории городов федерального значения Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя - в порядке, установленном высшим исполнительным органом государственной власти соответствующего субъекта Российской Федерации.";

в) пятое предложение дополнить словами "не менее чем за три месяца до даты объявления о проведении торгов";

5) дополнить частью 5⁹ следующего содержания:

"5⁹. Информация об условиях договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в государственной собственности, муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, заключенного в отношении мест установки рекламных конструкций, указанных в схеме размещения рекламных конструкций, размещается в порядке, определенном федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации, в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" на сайте органа местного самоуправления муниципального района или городского округа,

утвердивших такую схему, а в отношении земельных участков, зданий или иного недвижимого имущества, находящихся в государственной или муниципальной собственности и расположенных в городах федерального значения Москве, Санкт-Петербурге и Севастополе, - на сайте органа государственной власти города федерального значения Москвы, Санкт-Петербурга или Севастополя.";

6) часть 9 дополнить абзацем следующего содержания:

"Субъект малого или среднего предпринимательства, которому выдано разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на специализированном месте, не вправе передавать права на ее установку и эксплуатацию третьим лицам (включая своих аффилированных лиц), в том числе продавать рекламную конструкцию, сдавать рекламную конструкцию в аренду, вносить ее в качестве вклада по договору простого товарищества, заключать договоры доверительного управления.";

7) дополнить частью 9⁴ следующего содержания:

"9⁴. Лицо, осуществившее раскрытие информации о своих аффилированных лицах, обязано осуществлять раскрытие информации обо всех изменениях в информации о своих аффилированных лицах в порядке, определенном Правительством Российской Федерации.";

8) пункт 2 части 11 изложить в следующей редакции:

"2) договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, заключенный с собственником или иным указанным в частях 5, 6 и 7 настоящей статьи законным владельцем соответствующего недвижимого имущества, если заявитель не является собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества. В случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции необходимо использование общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, к договору, заключенному с лицом, уполномоченным общим собранием собственников помещений в многоквартирном доме, прилагается протокол общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме, подтверждающий полномочия указанного лица, а также определяющий условия использования общего имущества в многоквартирном доме. В случае, если соответствующее недвижимое имущество находится в государственной или муниципальной собственности и заявитель не представил договор по собственной инициативе, орган местного самоуправления муниципального района или орган местного самоуправления городского округа запрашивает такой договор в уполномоченном органе.";

9) часть 15 дополнить пунктом 7 следующего содержания:

"7) отсутствие сведений о владельце рекламной конструкции в едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства - в случае подачи заявления на выдачу разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на специализированном месте.";

10) в части 17:

а) третье предложение после слов "владелец рекламной конструкции," дополнить словами "отнесение или неотнесение его к субъектам малого и среднего предпринимательства,", после слов "информационного поля" дополнить словами "(информационных полей)";

б) дополнить абзацем следующего содержания:

"Информация о разрешениях, срок действия которых не истек, указанная в предложении третьем настоящей части, является общедоступной и подлежит опубликованию в порядке, установленном для официального опубликования муниципальных правовых актов, а также размещению на официальных сайтах органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".";

11) в части 24 слова "Москвы и Санкт-Петербурга" заменить словами "Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя".

Статья 2

Внести в статью 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (Собрание законодательства Российской Федерации, 2002, № 1, ст. 1; 2003, № 27, ст. 2717; 2004, № 31, ст. 3229; № 34, ст. 3533; 2005, № 1, ст. 13, 45, 1077; № 19, ст. 1752; № 27, ст. 2721; № 30, ст. 3131; № 50, ст. 5247; 2006, № 18, ст. 1907; № 45, ст. 4641; № 52, ст. 5498; 2007, № 16, ст. 1825; № 31, ст. 4007; 2008, № 30, ст. 3604; № 49, ст. 5745; № 52, ст. 6236; 2009, № 7, ст. 777; № 29, ст. 3597; № 48, ст. 5711, 5724; № 52, ст. 6412; 2010, № 1, ст. 1; № 30, ст. 4002, 4006, 4007; № 31, ст. 4158, 4164, 4193; № 50, ст. 7346; 2011, № 1, ст. 10, 23; № 15, ст. 2039; № 19, ст. 2715; № 23, ст. 3260; № 30, ст. 4585, 4601; № 46, ст. 6406; № 48, ст. 6728; № 49, ст. 7025; № 50, ст. 7342, 7351; 2012, № 6, ст. 621; № 10, ст. 1166; № 24, ст. 3069; № 31, ст. 4322; № 49, ст. 6757; № 53, ст. 7577; 2013, № 19, ст. 2325; № 23, ст. 2871; № 26, ст. 3207; № 27, ст. 3470; № 30, ст. 4029, 4030 - 4033, 4034, 4040, 4044; № 31, ст. 4191; № 43, ст. 5444, 5445, 5452; № 44, ст. 5643; № 49, ст. 6327; № 51, ст. 6685; № 52, ст. 6986; 2014, № 11, ст. 1096; № 19, ст. 2302, 2324; № 30, ст. 4218, 4228; № 42, ст. 5615; № 52, ст. 7549, 7557; 2015, № 1, ст. 74, 83; № 29, ст. 4374, 4376; № 41, ст. 5629; № 45, ст. 6208; 2016, № 1, ст. 11, 63; № 18, ст. 2514) следующие изменения:

1) в абзаце первом части 1 слова "частями 2 - 6" заменить словами "частями 2 - 10";

2) дополнить частями 7 - 10 следующего содержания:

"7. Установление организатором торгов (конкурса или аукциона) на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции для субъектов малого и среднего предпринимательства стартовой или предельной цены каждого лота в размере, превышающем размер, установленный законодательством о рекламе, при проведении торгов на повышение или понижение -

влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от тридцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей.

8. Выставление организатором торгов (конкурса или аукциона) на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на торги для субъектов малого и среднего предпринимательства мест установки рекламных конструкций каждого типа (вида), права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на которых выставляются им на торги, в течение календарного года в количестве меньше количества, предусмотренного законодательством о рекламе, -

влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от сорока тысяч до пятидесяти тысяч рублей.

9. Нарушение организатором торгов (конкурса или аукциона) на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции сроков, предусмотренных законодательством о рекламе для размещения извещения о проведении торгов, информации о результатах торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, а также для подготовки и размещения отчета о количестве мест, права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на которых выставлены на торги для субъектов малого и среднего предпринимательства, -

влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от сорока тысяч до пятидесяти тысяч рублей.

10. Допуск организатором торгов (конкурса или аукциона) на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции к торгам лица, в отношении которого законодательством о рекламе предусмотрены основания для отказа в его допуске к торгам, а равно заключение по итогам торгов договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с таким лицом -

влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от сорока тысяч до пятидесяти тысяч рублей."

Статья 3

1. До определения Правительством Российской Федерации официального сайта торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в государственной собственности, муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности (далее - торги), информация, размещение которой предусматривается абзацами вторым, третьим, восьмым и девятым части 5¹ статьи 19 Федерального закона "О рекламе" в редакции настоящего Федерального закона, размещается только на официальном сайте органа государственной власти, органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа либо уполномоченной ими организации, проводящих торги, в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

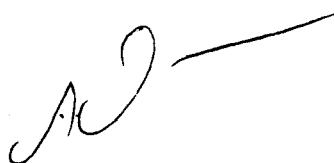
2. До определения Правительством Российской Федерации официального сайта торгов не допускается заключение договора, указанного в части 5¹ статьи 19 Федерального закона "О рекламе", ранее чем через десять дней и позднее чем через двадцать дней со дня размещения информации о результатах торгов на официальном сайте организатора торгов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Статья 4

1. Настоящий Федеральный закон вступает в силу по истечении шести месяцев со дня его официального опубликования.

2. Положения настоящего Федерального закона не распространяются на торги, информация о которых была размещена до даты вступления его в силу.

Президент
Российской Федерации



ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

к проекту федерального закона "О внесении изменений в статью 19 Федерального закона "О рекламе" и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях"

Проект федерального закона "О внесении изменений в статью 19 Федерального закона "О рекламе" и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" (далее - законопроект) предлагает изменения в положения Федерального закона "О рекламе", содержащие требования к порядку распространения наружной рекламы, заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в целях поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере наружной рекламы.

Законопроект разработан во исполнение поручения Правительства Российской Федерации от 6 марта 2013 г. № ИШ-П13-6366. Законопроект соответствует положениям Договора о Евразийском экономическом союзе, а также положениям иным международных договоров Российской Федерации.

В настоящее время в сфере распространения наружной рекламы субъекты малого и среднего предпринимательства принимают участие в торгах на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций "на равных" с субъектами крупного предпринимательства, не получая какой-либо поддержки со стороны государства, что в большинстве случаев приводит к невозможности им выиграть торги на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций и, соответственно, к исчезновению субъектов малого и среднего предпринимательства из сферы распространения наружной рекламы.

Законопроект направлен на поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере распространения наружной рекламы, тем самым создавая благоприятные условия для развития бизнеса на уровне субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, формирования условий благоприятного инвестиционного климата для субъектов малого и среднего предпринимательства.

Кроме того, законопроект создает условия для повышения "прозрачности" условий ведения предпринимательской деятельности и государственного регулирования в сфере распространения наружной рекламы посредством введения норм, направленных на раскрытие информации об аффилированных лицах в сфере распространения наружной рекламы, а также о

заключенных договорах и выданных разрешениях на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

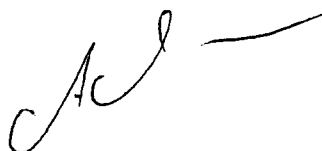
Законопроект устанавливает минимальную долю рекламных конструкций каждого типа (вида), владельцы которых должны относиться к субъектам малого и среднего предпринимательства (не менее 20% от каждого типа (вида)). При этом в указанных случаях орган местного самоуправления по согласованию с уполномоченным органом исполнительной власти соответствующего субъекта Российской Федерации вправе установить иную минимальную долю, но не менее уже установленной Федеральным законом "О рекламе".

Кроме того, законопроектом предусматривается установление административной ответственности должностных лиц организаторов торгов за нарушение требований законодательства Российской Федерации к их проведению.



ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ
к проекту федерального закона "О внесении изменений в статью 19
Федерального закона "О рекламе" и Кодекс Российской Федерации
об административных правонарушениях"

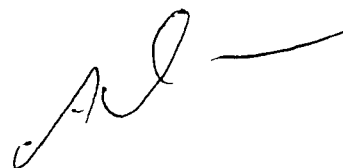
Принятие проекта федерального закона "О внесении изменений в статью 19 Федерального закона "О рекламе" и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" не потребует дополнительных расходов средств федерального бюджета.

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized cursive letters followed by a horizontal line.

П Е Р Е Ч Е Н Ь

федеральных законов, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием Федерального закона "О внесении изменений в статью 19 Федерального закона "О рекламе" и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях"

В связи с принятием проекта федерального закона "О внесении изменений в статью 19 Федерального закона "О рекламе" и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" не потребуется признания утратившими силу, приостановления, изменения или принятия федеральных законов.



П Е Р Е Ч Е Н Ь

нормативных правовых актов Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием проекта федерального закона "О внесении изменений в статью 19 Федерального закона "О рекламе" и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях"

№ п/п	Федеральный закон, предусматривающий разработку и принятие акта	Структурная единица федерального закона, предусматривающего разработку и принятие акта	Норма федерального закона, предусматривающая разработку и принятие акта	Вид акта	Предполагаемое наименование проекта акта	Срок внесения в Правительство Российской Федерации проекта акта или принятия ведомственного акта	Ответственный федеральный орган исполнительной власти
----------	---	--	---	----------	--	--	---

Акты Правительства Российской Федерации

1.	Федеральный закон "О внесении изменений в статью 19 Федерального закона "О рекламе" и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях"	Абзац седьмой статьи 1	Организатор торгов размещает извещение о проведении торгов в сфере наружной рекламы не менее чем за тридцать дней до даты их проведения на официальном сайте Российской Федерации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для размещения информации о проведении торгов, определенном Правительством	постановление Правительства Российской Федерации	"Об утверждении официального сайта Российской Федерации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для размещения информации о проведении торгов в сфере наружной рекламы"	В течении трех месяцев с момента его официального опубликования	Минэкономразвития России
----	--	------------------------	---	--	--	---	--------------------------

№ п/п	Федеральный закон, предусматривающий разработку и принятие акта	Структурная единица федерального закона, предусматривающего разработку и принятие акта	Норма федерального закона, предусматривающая разработку и принятие акта	Вид акта	Предполагаемое наименование проекта акта	Срок внесения в Правительство Российской Федерации проекта акта или принятия ведомствен- ного акта	Ответственный федеральный орган исполнительной власти
----------	--	--	--	----------	--	--	--

Российской Федерации (далее - официальный сайт торгов), а также на официальном сайте организатора торгов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" в порядке, определенном федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации. Организатор торгов размещает извещение о проведении торгов в сфере наружной рекламы не менее чем за тридцать дней до даты их проведения на официальном сайте Российской Федерации в информационно-телекоммуникационной

№ п/п	Федеральный закон, предусматривающий разработку и принятие акта	Структурная единица федерального закона, предусматривающего разработку и принятие акта	Норма федерального закона, предусматривающая разработку и принятие акта	Вид акта	Предполагаемое наименование проекта акта	Срок внесения в Правительство Российской Федерации проекта акта или принятия ведомствен- ного акта	Ответственный федеральный орган исполнительной власти
			сети "Интернет" для размещения информации о проведении торгов, определенном Правительством Российской Федерации (далее - официальный сайт торгов), а также на официальном сайте организатора торгов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" в порядке, определенном федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации.				
2.	Федеральный закон "О внесении изменений в статью 19 Федерального	Абзац пятый статьи 1	Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании	постановление Правительства Российской Федерации	"Об утверждении Порядка проведения торгов (конкурса или	В течении четырех месяцев с момента его	ФАС России

№ п/п	Федеральный закон, предусматривающий разработку и принятие акта	Структурная единица федерального закона, предусмат- ривающего разработку и принятие акта	Норма федерального закона, предусматривающая разработку и принятие акта	Вид акта	Предполагаемое наименование проекта акта	Срок внесения в Правительство Российской Федерации проекта акта или принятия ведомствен- ного акта	Ответственный федеральный орган исполнительной власти
	закона "О рекламе" и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях"		или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется путем проведения торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых органами государственной власти, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в соответствии с законодательством Российской Федерации. Форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти или представительными органами муниципальных образований. Порядок		аукциона) на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной или муници- пальной собственности"	официального опубликования	

№ п/п	Федеральный закон, предусматривающий разработку и принятие акта	Структурная единица федерального закона, предусмат- ривающего разработку и принятие акта	Норма федерального закона, предусматривающая разработку и принятие акта	Вид акта	Предполагаемое наименование проекта акта	Срок внесения в Правительство Российской Федерации проекта акта или принятия ведомствен- ного акта	Ответственный федеральный орган исполнительной власти
----------	--	---	--	----------	--	--	--

проведения торгов
 (конкурса или аукциона)
 устанавливается
 Правительством
 Российской Федерации.
 Торги на право заключения
 договора на установку и
 эксплуатацию рекламной
 конструкции на земельном
 участке, который
 находится в государ-
 ственной собственности,
 муниципальной собствен-
 ности или государственная
 собственность на который
 не разграничена, а также на
 здании или ином
 недвижимом имуществе,
 находящихся в собствен-
 ности субъектов
 Российской Федерации или
 муниципальной
 собственности (далее -
 торги в сфере наружной

№ п/п	Федеральный закон, предусматривающий разработку и принятие акта	Структурная единица федерального закона, предусмат- ривающего разработку и принятие акта	Норма федерального закона, предусматривающая разработку и принятие акта	Вид акта	Предполагаемое наименование проекта акта	Срок внесения в Правительство Российской Федерации проекта акта или принятия ведомствен- ного акта	Ответственный федеральный орган исполнительной власти
----------	--	---	--	----------	--	--	--

рекламы), после утверждения в соответствии с частью 5⁸ настоящей статьи схем размещения рекламных конструкций проводятся органом государственной власти, органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа либо уполномоченной ими организацией (далее - организатор торгов) только в отношении мест установки рекламных конструкций, указанных в данных схемах.

№ п/п	Федеральный закон, предусматривающий разработку и принятие акта	Структурная единица федерального закона, предусмат- ривающего разработку и принятие акта	Норма федерального закона, предусматривающая разработку и принятие акта	Вид акта	Предполагаемое наименование проекта акта	Срок внесения в Правительство Российской Федерации проекта акта или принятия ведомствен- ного акта	Ответственный федеральный орган исполнительной власти
3.	Федеральный закон "О внесении изменений в статью 19 Федерального закона "О рекламе" и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях "	Абзац пятнадцатый статьи 1	Порядок подготовки отчета о количестве специализированных мест, права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на которых выставлены организатором торгов в течение года на торги, и размещения этого отчета на официальном сайте торгов и на официальном сайте организатора торгов в информационно- телекоммуникационной сети "Интернет", а также его форма устанавливаются Правительством Российской Федерации.	постановление Правительства Российской Федерации	"Об утверждении Порядка подготовки отчета о количестве специализированн ых мест, права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на которых выставлены организатором торгов в течение года на торги"	В течении четырех месяцев с момента его официального опубликования	ФАС России

№ п/п	Федеральный закон, предусматривающий разработку и принятие акта	Структурная единица федерального закона, предусмат- ривающего разработку и принятие акта	Норма федерального закона, предусматривающая разработку и принятие акта	Вид акта	Предполагаемое наименование проекта акта	Срок внесения в Правительство Российской Федерации проекта акта или принятия ведомствен- ного акта	Ответственный федеральный орган исполнительной власти
4.	Федеральный закон "О внесении изменений в статью 19 Федерального закона "О рекламе" и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях"	Абзац шестнадцатый статьи 1	Лицо, намеревающееся принять участие в торгах в сфере наружной рекламы, обязано до даты их проведения осуществить раскрытие информации о своих аффилированных лицах в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.	постановление Правительства Российской Федерации	"Об утверждении Порядка раскрытия лицом, намеревающимся принять участие в торгах в сфере наружной рекламы, информации о своих аффилированных лицах"	В течении четырех месяцев с момента его официального опубликования	ФАС России
Ведомственные акты федеральных органов исполнительной власти							
5.	Федеральный закон "О внесении изменений в статью 19 Федерального закона "О рекламе" и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях "	Абзац седьмой, восьмой статьи 1	Организатор торгов размещает извещение о проведении торгов в сфере наружной рекламы не менее чем за тридцать дней до даты их проведения на официальном сайте Российской Федерации в информационно- телекоммуникационной	Приказ Минэконом- развития России	"Об утверждении порядка размещения в сети "Интернет" извещения о проведении торгов в сфере наружной рекламы и информации о результатах	В течении четырех месяцев с момента его официального опубликования	Минэкономразвития России

№ п/п	Федеральный закон, предусматривающий разработку и принятие акта	Структурная единица федерального закона, предусмат- ривающего разработку и принятие акта	Норма федерального закона, предусматривающая разработку и принятие акта	Вид акта	Предполагаемое наименование проекта акта	Срок внесения в Правительство Российской Федерации проекта акта или принятия ведомствен- ного акта	Ответственный федеральный орган исполнительной власти
			сети "Интернет" для размещения информации о проведении торгов, определенном Правительством Российской Федерации (далее - официальный сайт торгов), а также на официальном сайте организатора торгов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" в порядке, определенном федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации. Организатор торгов размещает извещение о проведении торгов в сфере наружной рекламы не менее чем за тридцать дней		торгов, о заключенных по итогам таких торгов договорах"		

№ п/п	Федеральный закон, предусматривающий разработку и принятие акта	Структурная единица федерального закона, предусмат- ривающего разработку и принятие акта	Норма федерального закона, предусматривающая разработку и принятие акта	Вид акта	Предполагаемое наименование проекта акта	Срок внесения в Правительство Российской Федерации проекта акта или принятия ведомствен- ного акта	Ответственный федеральный орган исполнительной власти
----------	--	---	--	----------	--	--	--

до даты их проведения на официальном сайте Российской Федерации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для размещения информации о проведении торгов, определенном Правительством Российской Федерации (далее - официальный сайт торгов), а также на официальном сайте организатора торгов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" в порядке, определенном федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации.

№ п/п	Федеральный закон, предусматривающий разработку и принятие акта	Структурная единица федерального закона, предусмат- ривающего разработку и принятие акта	Норма федерального закона, предусматривающая разработку и принятие акта	Вид акта	Предполагаемое наименование проекта акта	Срок внесения в Правительство Российской Федерации проекта акта или принятия ведомствен- ного акта	Ответственный федеральный орган исполнительной власти
----------	--	---	--	----------	--	--	--

Информация о результатах торгов в сфере наружной рекламы размещается в течение десяти дней со дня их проведения на официальном сайте торгов, а также на официальном сайте организатора торгов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" в порядке, определенном федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации. Не допускается заключение договора, указанного в настоящей части, ранее чем через десять дней и позднее чем через двадцать дней со дня размещения информации о

№ п/п	Федеральный закон, предусматривающий разработку и принятие акта	Структурная единица федерального закона, предусмат- ривающего разработку и принятие акта	Норма федерального закона, предусматривающая разработку и принятие акта	Вид акта	Предполагаемое наименование проекта акта	Срок внесения в Правительство Российской Федерации проекта акта или принятия ведомствен- ного акта	Ответственный федеральный орган исполнительной власти
----------	--	---	--	----------	--	--	--

результатах торгов в сфере
наружной рекламы на
официальном сайте торгов,
а также на официальном
сайте организатора торгов
в информационно-
телекоммуникационной
сети "Интернет" в порядке,
определенном
федеральным органом
исполнительной власти,
уполномоченным
Правительством
Российской Федерации.

