

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СЕДЬМОГО СОЗЫВА

**ВЫПИСКА ИЗ ПРОТОКОЛА от 24.10.2017 № 76
ЗАСЕДАНИЯ СОВЕТА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ**

" 24 " октября 2017 г.

83. О проекте федерального закона № 795702-6 "О внесении изменений в статью 19 Федерального закона "О рекламе" (в части распространения наружной рекламы) - внесен Московской областной Думой

Принято решение:

1. В соответствии с частью 8 статьи 112 Регламента Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации направить измененный текст указанного проекта федерального закона Президенту Российской Федерации, в комитеты, комиссию Государственной Думы, фракции в Государственной Думе, Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, Правительство Российской Федерации, Счетную палату Российской Федерации, Общественную палату Российской Федерации, законодательные (представительные) и высшие исполнительные органы государственной власти субъектов Российской Федерации для подготовки отзывов, предложений и замечаний, а также на заключение в Правовое управление Аппарата Государственной Думы.

Отзывы, предложения и замечания направить в Комитет Государственной Думы по экономической политике, промышленности, инновационному развитию и предпринимательству до 24 ноября 2017 года.

2. Комитету Государственной Думы по экономической политике, промышленности, инновационному развитию и предпринимательству с учетом поступивших отзывов, предложений и замечаний подготовить указанный проект федерального закона к рассмотрению Государственной Думой.

3. Включить указанный проект федерального закона в примерную программу законопроектной работы Государственной Думы в период осенней сессии 2017 года (декабрь).

Председатель Государственной
Думы
Федерального Собрания
Российской Федерации



В.В.Володин

Законодательное Собрание
Приморского края
Управление делопроизводства и
ведения электронного документооборота
Входящий № 16/4335
Дата: 02.11.2017 Время: 16:32



МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТНАЯ ДУМА

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

12.10.2017 № 29/32-П

О внесении изменений в постановление Московской областной Думы от 14.05.2015 № 20/127-П «О законодательной инициативе Московской областной Думы по проекту федерального закона «О внесении изменения в статью 19 Федерального закона «О рекламе»

Московская областная Дума постановила:

1. Внести в постановление Московской областной Думы от 14.05.2015 № 20/127-П «О законодательной инициативе Московской областной Думы по проекту федерального закона «О внесении изменения в статью 19 Федерального закона «О рекламе» следующие изменения:

- 1) в наименовании слово «изменения» заменить словом «изменений»;
- 2) пункт 1 изложить в следующей редакции:

«1. Внести на рассмотрение Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации в порядке законодательной инициативы проект федерального закона «О внесении изменений в статью 19 Федерального закона «О рекламе», доработанный с учетом замечаний, поступивших от Правительства Российской Федерации. (Прилагается.)»;

- 3) пункт 2 изложить в следующей редакции:

«2. Назначить официальным представителем Московской областной Думы при рассмотрении в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации проекта федерального закона «О внесении изменений

в статью 19 Федерального закона «О рекламе» Керселяна С.А. – депутата Московской областной Думы, председателя Комитета по вопросам аграрной политики и потребительского рынка.».

2. Направить настоящее постановление в Государственную Думу Федерального Собрания Российской Федерации.

3. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на заместителя Председателя Московской областной Думы Черемисова К.Н.

**Председатель
Московской областной Думы**



И.Ю. Брынцалов

Вносится Московской
областной Думой

Проект

№ 95Х02-6

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в статью 19 Федерального закона

«О рекламе»

Внести в часть 5⁶ статьи 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; 2015, № 10, ст. 1420) следующие изменения:

1) заменить слова «по истечении» словами «не ранее чем за сто восемьдесят календарных дней до истечения»;

2) дополнить абзацем вторым следующего содержания:

«Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции вступает в силу после истечения срока действия ранее заключенного договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции».

Президент

Российской Федерации



ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

**к проекту федерального закона «О внесении изменений в статью 19
Федерального закона «О рекламе»**

Проект федерального закона «О внесении изменений в статью 19 Федерального закона «О рекламе» (далее – законопроект) разработан в целях установления порядка заблаговременного проведения конкурсных процедур по размещению рекламной конструкции при окончании срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Частью 5⁶ статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») предусмотрено, что аукцион или конкурс на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, которое находится в государственной или муниципальной собственности и на котором на основании договора между соответственно органом государственной власти, органом местного самоуправления и владельцем рекламной конструкции установлена рекламная конструкция, проводятся по истечении срока действия договора на установку и эксплуатацию такой конструкции.

Вместе с тем, установка и эксплуатация рекламной конструкции допускается только при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, которое выдается на каждую рекламную конструкцию на срок действия соответствующего договора, и в противном случае такая рекламная конструкция подлежит демонтажу в течение месяца со дня выдачи предписания органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа о демонтаже рекламной конструкции (части 9, 10, 17 и 21 статьи 19 Федерального закона «О рекламе»).

При демонтаже рекламной конструкции добросовестным владельцем и дальнейшей победы его на торгах на право заключения договора на установку и размещение рекламной конструкции на прежнем месте, он несет необоснованные убытки.

При этом, согласно части 14 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» новое разрешение может быть выдано фактически после окончания истечения срока ранее заключенного договора (в течении двух месяцев со дня приема от заявителя необходимых документов), в связи с чем сложилась практика, что после окончания срока договора на установку и размещение рекламной конструкции до момента проведения новых торгов рекламная конструкция зачастую размещается без разрешающих документов, в связи с организацией и проведением конкурсной процедуры органами местного самоуправления.

Также в соответствии с правовыми нормами, установленными ст. 14.37 Кодексом об административных правонарушениях Российской

Федерации при нарушении требований к установке и (или) эксплуатации рекламной конструкции предусмотрено наложение административного штрафа на владельца рекламной продукции. Данный факт усугубляет правовое положение хозяйствующих субъектов гражданских правоотношений в сфере рекламы.

В связи с этим законопроектом предлагается установить, что торги на право заключения договора на установку и размещение рекламной конструкции проводятся не ранее, чем за 180 календарных дней до истечения срока действия договора, тем самым предоставив организатору торгов самостоятельно определить срок проведения торгов в указанных временных отрезках.

Кроме того, законопроектом предлагается предусмотреть, что новый договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции вступает в силу после истечения срока действия ранее заключенного договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

В результате первичной антикоррупционной экспертизы законопроекта положений, способствующих созданию условий для проявления коррупции, не выявлено.



ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ
к проекту федерального закона «О внесении изменений в статью 19
Федерального закона «О рекламе»

Принятие проекта федерального закона «О внесении изменений в статью 19 Федерального закона «О рекламе» не потребует дополнительных расходов за счет средств федерального бюджета.



ПЕРЕЧЕНЬ

актов федерального законодательства, 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»

Принятие проекта федерального закона «О внесении изменений в статью 19 Федерального закона «О рекламе» не потребует признания утратившими силу, приостановления, изменения или принятия иных федеральных законов.



**ПРАВИТЕЛЬСТВО
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Государственная Дума
Федерального Собрания
Российской Федерации

« 01 » октября 2015 г.

№ 6483п-П13

МОСКВА

На № 2.3.3-17/844 от 17 июня 2015 г.

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ОТЗЫВ

**на проект федерального закона № 795702-6 "О внесении
изменения в статью 19 Федерального закона "О рекламе",
внесенный Московской областной Думой**

В Правительстве Российской Федерации рассмотрен представленный проект федерального закона.

Законопроектом предлагается внести изменение в статью 19 Федерального закона "О рекламе", предусмотрев возможность проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции не позднее чем за шестьдесят календарных дней до истечения срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Вместе с тем установление в законопроекте предельного срока не позднее чем за 60 календарных дней до истечения срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции необоснованно ограничивает возможность органа государственной власти, органа местного самоуправления провести торги после его истечения.

Учитывая различные обстоятельства, существующие на момент проведения торгов и затрудняющие определение оптимального периода времени, необходимого для организации и проведения торгов,

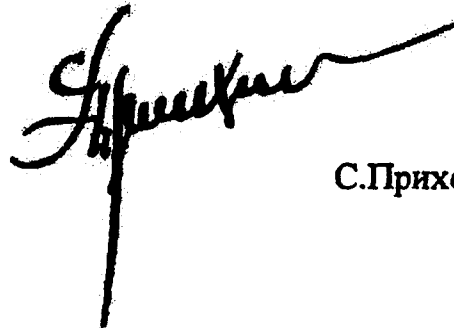


и долгосрочность договоров, заключенных на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, целесообразно предусмотреть в законопроекте временной отрезок, приближенный к дате истечения заключенного договора (не ранее полугода или одного года), предоставив организатору торгов самостоятельно определить срок проведения торгов.

Кроме того, в законопроекте необходимо предусмотреть, что новый договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции вступает в силу после истечения срока действия ранее заключенного договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Учитывая изложенное, Правительство Российской Федерации поддерживает представленный законопроект при условии его доработки с учетом указанных замечаний до рассмотрения в первом чтении.

Заместитель Председателя
Правительства Российской Федерации -
Руководитель Аппарата Правительства
Российской Федерации



С.Приходько

