



РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в статьи 19 и 33 Федерального закона «О рекламе»

Принят Государственной Думой
Одобен Советом Федерации

6 июля 2007 года
11 июля 2007 года

Статья 1

Внести в Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232) следующие изменения:

1) в статье 19:

а) часть 1 дополнить предложением следующего содержания:
«Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.»;

б) часть 2 дополнить словами «, социальной рекламы»;

в) часть 5 дополнить предложениями следующего содержания:
«Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается на срок пять лет, за исключением договора на установку и эксплуатацию

временной рекламной конструкции, который может быть заключен на срок не более чем двенадцать месяцев. По окончании срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции обязательства сторон по договору прекращаются. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется в соответствии с нормами настоящего Федерального закона и гражданского законодательства.»;

г) дополнить частями 5¹ – 5⁷ следующего содержания:

«5¹. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется на основе 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.

5². Участником торгов (в форме аукциона или конкурса) не вправе быть лицо, занимающее преимущественное положение в сфере распространения наружной рекламы на момент подачи заявки на участие в торгах. Если по результатам проведения аукциона или конкурса лицо приобретает преимущественное положение, данные результаты являются недействительными.

5³. Преимущественным положением лица в сфере распространения наружной рекламы на территории муниципального района или городского округа, территориях городов федерального значения Москвы и Санкт-Петербурга признается положение лица, при котором его доля в этой сфере на указанных территориях превышает тридцать пять процентов (за исключением случаев, если на территории муниципального района или городского округа установлено не более чем десять рекламных конструкций). Доля лица в сфере распространения наружной рекламы определяется как отношение общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы лицу и его аффилированным лицам на соответствующей территории, к общей площади информационных полей всех рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы на этой территории. Для целей настоящей статьи под информационным полем рекламной конструкции понимается часть рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы.

5⁴. При определении общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы одному лицу, учитываются площади информационных полей временных рекламных конструкций. Временными рекламными конструкциями признаются рекламные конструкции, срок размещения которых обусловлен их функциональным назначением и местом установки (строительные сетки, ограждения строительных площадок, мест торговли и иных подобных мест,

другие аналогичные технические средства) и составляет не более чем двенадцать месяцев.

5⁵. Для участия в торгах (аукционе или конкурсе) лицо обязано предоставить соответственно в орган государственной власти, орган местного самоуправления информацию об общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы этому лицу и его аффилированным лицам на соответствующей территории.

5⁶. 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, проводится по истечении срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

5⁷. В случае, если к участию в аукционе или конкурсе допущен один участник, аукцион или конкурс признается несостоявшимся. При соблюдении требований, установленных частями 5² – 5⁵ настоящей статьи, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с лицом, которое являлось единственным участником аукциона или конкурса.»;

д) часть 6 дополнить словами «, при наличии согласия такого собственника и с соблюдением требований, установленных частями 5¹ – 5⁵ настоящей статьи»;

е) дополнить частями 9¹ – 9³ следующего содержания:

«9¹. Разрешение на установку рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе независимо от формы собственности недвижимого имущества выдается лицу, не занимающему преимущественного положения в сфере распространения наружной рекламы в соответствии с частями 5³ и 5⁴ настоящей статьи.

9². Разрешения, выданные органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа с нарушением требований частей 5¹, 5², 5⁵– 5⁷ и 9¹ настоящей статьи, подлежат аннулированию на основании предписания антимонопольного органа.

9³. Лицо, которому выдано разрешение на установку рекламной конструкции, обязано уведомлять орган местного самоуправления, выдавший такое разрешение, обо всех фактах возникновения у третьих лиц прав в отношении этой рекламной конструкции (сдача рекламной конструкции в аренду, внесение рекламной конструкции в качестве вклада по договору простого товарищества, заключение договора доверительного управления, иные факты).»;

ж) часть 15 дополнить пунктом 6 следующего содержания:

«б) нарушение требований, установленных частями 5¹ – 5⁷ и 9¹ настоящей статьи.»;

з) в части 17 слова «сроком на пять лет» заменить словами «на каждую рекламную конструкцию на срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции», дополнить предложением следующего содержания: «В разрешении указываются владелец рекламной конструкции, собственник земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, тип рекламной конструкции, площадь ее информационного поля, место установки рекламной конструкции, срок действия разрешения, орган, выдавший разрешение, номер и дата его выдачи, иные сведения.»;

и) в части 18:

пункт 4 дополнить словами «, социальной рекламы»;

дополнить пунктами 5 и 6 следующего содержания:

«5) в случае, если разрешение выдано лицу, заключившему договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с нарушением требований, установленных частями 5¹ – 5⁷ настоящей статьи, либо результаты аукциона или конкурса признаны недействительными в соответствии с законодательством Российской Федерации;

б) в случае нарушения требований, установленных частями 9¹ и 9³ настоящей статьи.»;

к) часть 20 дополнить пунктом 6 следующего содержания:

«6) возникновения преимущественного положения в соответствии с частями 5³ и 5⁴ настоящей статьи – по иску антимонопольного органа.»;

л) часть 21 дополнить словами «и удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции, в течение трех дней»;

м) дополнить частью 22¹ следующего содержания:

«22¹. При невыполнении обязанности по удалению размещенной на рекламной конструкции информации в случае аннулирования разрешения или признания его недействительным собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, осуществляет удаление этой информации за свой счет. По требованию собственника или иного законного владельца такого недвижимого имущества владелец рекламной конструкции обязан возместить ему разумные расходы, понесенные в связи с удалением этой информации.»;

2) часть 2 статьи 33 дополнить пунктом 9 следующего содержания:

«9) выдавать органам местного самоуправления муниципального района или органам местного самоуправления городского округа обязательные для исполнения предписания об аннулировании разрешения на установку рекламной конструкции.».

Статья 2

1. Настоящий Федеральный закон вступает в силу со дня его официального опубликования, за исключением абзацев второго, третьего,

шестого - восьмого подпункта «г», абзацев второго и третьего подпункта «е», подпунктов «ж» и «и» пункта 1 статьи 1 настоящего Федерального закона.

2. Абзацы второй, третий, шестой - восьмой подпункта «г», абзацы второй и третий подпункта «е», подпункты «ж» и «и» пункта 1 статьи 1 настоящего Федерального закона вступают в силу с 1 июля 2008 года.

3. Заключенные до дня вступления в силу настоящего Федерального закона договоры на установку и эксплуатацию рекламной конструкции признаются действующими, но не более чем в течение пяти лет со дня вступления в силу настоящего Федерального закона.

4. Разрешения на установку рекламных конструкций, выданные до дня вступления в силу настоящего Федерального закона, могут быть аннулированы только в случаях и по основаниям, которые действовали на момент выдачи разрешения.



Президент
Российской Федерации В.Путин

Москва, Кремль
21 июля 2007 года
№ 193-ФЗ