

ФЕДЕРАЛЬНОЕ СОБРАНИЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
КОМИТЕТ СОВЕТА ФЕДЕРАЦИИ
ПО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКЕ

103426, Москва, Б.Дмитровка, 26

28 марта 2015 г.

№ *3.6-03/276*

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по Федеральному закону

**"О внесении изменений в статью 19 Федерального закона
"О рекламе" и Федеральный закон "Об объектах культурного
наследия (памятниках истории и культуры)
народов Российской Федерации"**

Комитет Совета Федерации по экономической политике рассмотрел Федеральный закон "О внесении изменений в статью 19 Федерального закона "О рекламе" и Федеральный закон "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации" (далее - Федеральный закон), принятый Государственной Думой Федерального Собрания Российской Федерации 27 февраля 2015 года (проект № 512122-6), и отмечает следующее.

Федеральный закон вносит изменения в статью 19 "Наружная реклама и установка рекламных конструкций" Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе" и в Федеральный закон от 25 июня 2002 года № 73-ФЗ "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации", направленные на ограничение распространения наружной рекламы на объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации.

Федеральный закон устанавливает прямой запрет на распространение наружной рекламы на объектах культурного наследия, включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации (далее - объекты культурного наследия), и их территориях, за исключением территорий достопримечательных мест.

Указанное требование не применяется в отношении распространения наружной рекламы на объектах культурного наследия, их территориях, содержащей исключительно информацию о театрально-зрелищных, культурно-просветительных и зрелищно-развлекательных мероприятиях, а также информацию об указанных мероприятиях и одновременным упоминанием об определённом лице как о спонсоре конкретного мероприятия при условии, если такому упоминанию отведено не более десяти процентов рекламной площади.

Федеральный закон содержит переходное положение, согласно которому разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их территориях, выданные до дня вступления в силу настоящего Федерального закона, действуют до истечения срока их действия.

Вступление в силу норм Федерального закона будет содействовать сохранению исторического облика зданий и сооружений, отнесенных к памятникам истории и культуры народов Российской Федерации, и, одновременно, не устанавливать излишние ограничения для субъектов предпринимательской деятельности.

Комитет Совета Федерации по науке, образованию и культуре и Комитет Совета Федерации по федеративному устройству, региональной политике, местному самоуправлению и делам Севера поддерживают Федеральный закон.

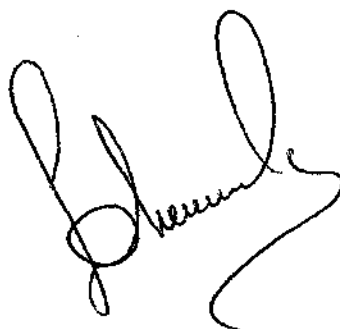
Заключение Правового управления Аппарата Совета Федерации по Федеральному закону положительное.

Федеральный закон не подлежит обязательному рассмотрению в Совете Федерации, поскольку не содержит вопросов, предусмотренных статьей 106 Конституции Российской Федерации.

В результате проведения антикоррупционной экспертизы текста закона, предусмотренной статьей 27 Регламента Совета Федерации, коррупциогенные факторы не выявлены.

Учитывая вышеизложенное, Комитет Совета Федерации по экономической политике рекомендует Совету Федерации Федерального Собрания Российской Федерации одобрить Федеральный закон "О внесении изменений в статью 19 Федерального закона "О рекламе" и Федеральный закон "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации".

Председатель Комитета



Ю.В. Неёлов