



ДЕРЖАВНА РЕГУЛЯТОРНА СЛУЖБА УКРАЇНИ

вул. Арсенальна, 9/11, м. Київ, 01011, тел./факс (044) 239-76-40

E-mail: inform@drs.gov.ua, Сайт: www.drs.gov.ua, код згідно з ЄДРПОУ 39582357

від _____ № _____ на № _____ від _____ 20__ р.

Дніпровська міська рада
Дніпропетровської області
просп. Дмитра Яворницького, 75,
м. Дніпро,
Дніпропетровська область, 49000

*Стосовно пропозицій щодо
удосконалення проекту регуляторного акта*

Державна регуляторна служба України відповідно до Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» (далі – Закон) та постанови Кабінету Міністрів України від 23.09.2014 № 634 «Про порядок підготовки пропозицій щодо удосконалення проектів регуляторних актів, які розробляються органами місцевого самоврядування» розглянула проект рішення Дніпровської міської ради Дніпропетровської області «Про затвердження Порядку оплати за розміщення реклами на транспорті та в ліфтах житлових будинків комунальної власності у місті Дніпрі» (далі – проект рішення) та документи, що надані до нього листом Дніпровської міської ради Дніпропетровської області від 24.01.2020 № 6/10-61.

За результатами проведеного аналізу проекту рішення, експертного висновку постійної комісії міської ради з питань комунальної власності, енергозбереження та законності, а також аналізу регуляторного впливу до проекту рішення на відповідність вимогам статті 4 Закону, повідомляємо.

Проектом рішення передбачається затвердити Порядок оплати за розміщення реклами на транспорті та в ліфтах житлових будинків комунальної власності у місті Дніпрі (далі – проект Порядку).

Згідно із абзацом другим пункту 1 проект Порядку визначає порядок оплати за розміщення реклами (реklamних засобів) на території та об'єктах транспорту комунальної власності загального користування (у тому числі зупиночні комплекси), метрополітену, зовнішній та внутрішній поверхнях транспортних засобів та споруд підприємств транспорту загального користування та метрополітену, на внутрішніх поверхнях кабін ліфтів житлових будинків комунальної власності міста, що не відповідає вимогам чинного законодавства, зокрема в такому.



Державна регуляторна служба України

ВІХ №1143/0/20-20 від 21.02.2020

Грек Катерина Анатоліївна



Засади рекламної діяльності в Україні, регулювання відносин, які виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами, встановлені Законом України «Про рекламу» (далі – Закон про рекламу).

Згідно із статтею 1 Закону про рекламу:

- внутрішня реклама – реклама, що розміщується всередині будинків, споруд, у тому числі в кінотеатрах і театрах під час, до і після демонстрації кінофільмів та вистав, концертів, а також під час спортивних змагань, що проходять у закритих приміщеннях, крім місць торгівлі (у тому числі буфетів, кіосків, яток), де може розміщуватись інформація про товари, що безпосередньо в цих місцях продаються;

- зовнішня реклама – реклама, що розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях – рекламоносіях, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг;

- реклама на транспорті – реклама, що розміщується на території підприємств транспорту загального користування, метрополітену, зовнішній та внутрішній поверхнях транспортних засобів та споруд підприємств транспорту загального користування і метрополітену.

Частиною першою статті 16 Закону про рекламу встановлено, що розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах проводиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад, а поза межами населених пунктів – на підставі дозволів, що надаються обласними державними адміністраціями, а на території Автономної Республіки Крим – Радою міністрів Автономної Республіки Крим, в порядку, встановленому цими органами на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України.

Типові правила розміщення зовнішньої реклами затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 (далі – Правила № 2067).

Пунктом 1 Правил № 2067 визначено, що відносини, які виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами у населених пунктах, та визначають порядок надання дозволів на розміщення такої реклами регулюють ці правила.

Пунктом 32 Правил № 2067 визначено, що плата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності, встановлюється у порядку, визначеному органами місцевого самоврядування, а місцем, що перебуває у державній або приватній власності, – на договірних засадах з його власником або уповноваженим ним органом (особою).

Абзацом першим пункту 1 проекту Порядку визначено, що проект Порядку розроблено відповідно до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» (далі – Закон про місцеве самоврядування), Закону про рекламу та на підставі Правил № 2067.

Проте, ані Законом про рекламу, ані Правилами № 2067, ані Законом про місцеве самоврядування не встановлені повноваження органів місцевого самоврядування визначати порядок оплати за розміщення реклами (реklamних засобів) на території та об'єктах транспорту комунальної власності загального

користування (у тому числі зупиночні комплекси), метрополітену, зовнішній та внутрішніх поверхнях транспортних засобів та споруд підприємств транспорту загального користування та метрополітену, на внутрішніх поверхнях кабін ліфтів житлових будинків комунальної власності міста.

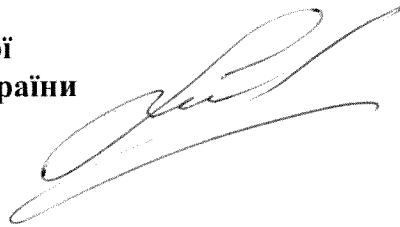
Виходячи з вищезазначеного, правові підстави щодо прийняття рішень органами місцевого самоврядування про затвердження порядків оплати за розміщення реклами на транспорті та в ліфтах житлових будинків комунальної власності на сьогодні відсутні.

Відповідно до вимог частини другої статті 19 Конституції України органи державної влади та органи місцевого самоврядування, їх посадові особи зобов'язані діяти лише на підставі, в межах повноважень та у спосіб, що передбачені Конституцією та законами України.

Підсумовуючи наведене вище, проект рішення Дніпровської міської ради Дніпропетровської області «Про затвердження Порядку оплати за розміщення реклами на транспорті та в ліфтах житлових будинків комунальної власності у місті Дніпрі» не узгоджується з вимогами статті 4 Закону, зокрема з принципами адекватності – відповідність форм та рівня державного регулювання господарських відносин потребі у вирішенні існуючої проблеми та ринковим вимогам з урахуванням усіх прийнятних альтернатив, та доцільності – обґрунтована необхідність державного регулювання господарських відносин з метою вирішення існуючої проблеми.

Про результати розгляду цього листа пропонуємо поінформувати Державну регуляторну службу України.

**Т. в. о. Голови Державної
регуляторної служби України**



Олег МІРОШНІЧЕНКО

