

МИНИСТЕРСТВО АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И
ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

« 4 » декабря 2020 г. № 10-19/1712 к 1 04-09 / 6949

О некоторых вопросах размещения средств наружной рекламы на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны

На основании пункта 2 статьи 69 Закона Республики Беларусь от 17 июля 2018 г. № 130-З «О нормативных правовых актах» (далее – Закон № 130-З), абзацев третьего и десятого статьи 13 и статьи 110 Кодекса Республики Беларусь о культуре (далее – Кодекс), статьи 8 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе» (далее – Закон), пункта 4 постановления Совета Министров Республики Беларусь от 12 ноября 2007 г. № 1497 «О реализации Закона Республики Беларусь «О рекламе», подпункта 5.1 пункта 5 и подпункта 6.51 пункта 6 Положения о Министерстве антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 6 сентября 2016 г. № 702, пункта 1, подпункта 4.1 пункта 4, подпунктов 5.12 и 5.112 пункта 5 Положения о Министерстве культуры, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 17 января 2017 г. № 40, в связи с поступающими обращениями по вопросам осуществления административных процедур по выдаче, продлению действия и переоформлению разрешений на размещение средств наружной рекламы на недвижимых материальных историко-культурных ценностях (далее – ИКЦ), их территориях и в зонах их охраны Министерство антимонопольного регулирования и торговли и Министерство культуры разъясняют следующее.

Согласно пункту 3 статьи 110 Кодекса, вступившего в силу 3 февраля 2017 г., средства наружной рекламы, размещаемые на ИКЦ, их территориях и в зонах их охраны, не должны создавать препятствия для визуального восприятия объемно-пространственных особенностей, элементов и деталей архитектурного декора этих ИКЦ. На памятниках архитектуры средства наружной рекламы должны размещаться, как правило, отдельными буквами, знаками и (или) иными изображениями.

Аналогичные нормы предусмотрены частями второй и третьей пункта 7 Положения о порядке размещения средств наружной рекламы,

утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 12 ноября 2007 г. № 1497 (далее – Положение), также вступившими в силу 3 февраля 2017 г.

Порядок осуществления административных процедур по выдаче, продлению действия и переоформлению разрешения на размещение средства наружной рекламы на ИКЦ, их территориях или в зонах их охраны (далее, если не установлено иное, – разрешение) регулируется:

подпунктом 4.6 пункта 4 Декрета Президента Республики Беларусь от 23 ноября 2017 г. № 7 «О развитии предпринимательства» (далее – Декрет № 7);

пунктом 3 статьи 110 Кодекса;

пунктом 2 статьи 13 Закона;

Законом Республики Беларусь от 28 октября 2008 г. № 433-3 «Об основах административных процедур» (далее – Закон об основах административных процедур);

Положением;

пунктами 9.11 и 9.12 единого перечня административных процедур, осуществляемых государственными органами и иными организациями в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 17 февраля 2012 г. № 156 (далее – единый перечень административных процедур);

постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 13 января 2017 г. № 25 «О некоторых мерах по реализации Кодекса Республики Беларусь о культуре» (далее – постановление № 25).

Для осуществления **административной процедуры по выдаче разрешения** заявитель – владелец средства наружной рекламы (далее – рекламодатель) подает в местный исполнительный и распорядительный орган заявление и документы, исчерпывающий перечень которых предусмотрен подпунктом 9.11.1 пункта 9.11 единого перечня административных процедур.

Местный исполнительный и распорядительный орган в рамках данной административной процедуры осуществляет действия, предусмотренные пунктами 9 – 19 Положения, в том числе направляет эскиз средства наружной рекламы, планируемого к размещению на ИКЦ категории «0», «1», «2», без категории, на их территории или в зонах их охраны, в Министерство культуры (*с указанием вида административной процедуры в сопроводительном письме*) для рассмотрения на предмет соответствия требованиям Кодекса и иного законодательства о культуре. Министерством культуры в установленные сроки осуществляется

согласование такого эскиза или выдается письменный мотивированный отказ в таком согласовании.

Средства наружной рекламы, планируемые к размещению на ИКЦ категории «3», на их территориях или в зонах их охраны, оцениваются на предмет соответствия требованиям Кодекса и иного законодательства о культуре органом управления архитектурной, градостроительной и строительной деятельностью местного исполнительного и распорядительного органа при согласовании паспортов средств наружной рекламы в ходе осуществления указанной административной процедуры.

Обращаем внимание, что требования к размещению средств наружной рекламы на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, установленные статьей 110 Кодекса, распространяются на все недвижимые материальные историко-культурные ценности, независимо от их категории.

Справочно:

В случае, если памятник архитектуры, имеющий категорию «3», расположен на территории комплексных историко-культурных ценностей, имеющих категорию «2» и выше (например, «исторический центр города», «застройка улицы или квартала»), то эскиз средства наружной рекламы, размещаемый на таком объекте наследия, как и на всей территории «исторического центра» или «застройки улицы», подлежит согласованию с Министерством культуры.

Основания отказа в осуществлении административной процедуры по выдаче разрешения предусмотрены пунктом 18 Положения, а сроки осуществления данной административной процедуры и сроки действия разрешения – подпунктом 9.11.1 пункта 9.11 единого перечня административных процедур.

Административная процедура по продлению действия разрешения осуществляется в случае подачи рекламодателем в местный исполнительный и распорядительный орган заявления и документов, исчерпывающий перечень которых предусмотрен подпунктом 9.11.2 пункта 9.11 единого перечня административных процедур, до окончания срока действия разрешения – не ранее чем за 2 месяца и не позднее чем за 20 дней до его окончания.

Основания отказа в осуществлении административной процедуры по продлению действия разрешения предусмотрены пунктом 39⁵ Положения, сроки осуществления данной административной процедуры – абзацем третьим подпункта 4.6 пункта 4 Декрета № 7, а сроки действия разрешения – подпунктом 9.11.2 пункта 9.11 единого перечня административных процедур.

Административная процедура по переоформлению разрешения осуществляется при наступлении оснований, исчерпывающий перечень которых предусмотрен пунктом 23 Положения, а именно:

требование законодательства об изменении и (или) дополнении информации, содержащейся в разрешении, если иное не предусмотрено законодательством;

передача права собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления на средство наружной рекламы иному лицу;

реорганизация рекламодателя в форме слияния, преобразования, разделения или выделения, если в результате такой реорганизации право владения, пользования и распоряжения средством наружной рекламы переходит к другому лицу.

Данная административная процедура осуществляется при подаче рекламодателем в местный исполнительный и распорядительный орган заявления и документов, исчерпывающий перечень которых предусмотрен пунктом 9.12 единого перечня административных процедур, в сроки, предусмотренные абзацем третьим подпункта 4.6 пункта 4 Декрета № 7.

Исходя из поступающих обращений, требует отдельного разъяснения вопрос о порядке размещения средств наружной рекламы, разрешения на которые были выданы до вступления в силу Кодекса (до 3 февраля 2017 г.).

Внешние характеристики таких средств наружной рекламы не всегда соответствуют требованиям пункта 3 статьи 110 Кодекса и частям второй и третьей пункта 7 Положения.

Справочно:

В соответствии со статьей 67 Закона Республики Беларусь от 10 января 2000 г. № 361-3 «О нормативных правовых актах Республики Беларусь», действовавшего на момент вступления в силу Кодекса (аналогичные требования предусмотрены статьей 66 действующего Закона № 130-3), нормативный правовой акт не имеет обратной силы, то есть не распространяет свое действие на отношения, возникшие до его вступления в силу, за исключением случаев, когда он смягчает или отменяет ответственность граждан и юридических лиц. Нормативные правовые акты, возлагающие дополнительные (увеличенные) по сравнению с ранее существовавшими обязанности или ограничивающие в правах либо лишаящие имеющихся прав, не имеют обратной силы, если иное не предусмотрено законодательными актами.

Для этих целей пунктом 4 постановления № 25 предусмотрены переходные положения, согласно которым разрешения, выданные до вступления в силу данного постановления, являются действительными без переоформления до истечения срока их действия.

Дальнейшие действия рекламодателя после истечения срока ранее выданного разрешения законодательством, принятым во исполнение Кодекса, не определены.

В соответствии с Положением рекламодатель имеет право:

до окончания срока действия разрешения (не ранее чем за 2 месяца и не позднее чем за 20 дней до его окончания) обратиться в местный исполнительный и распорядительный орган с заявлением о продлении действия разрешения;

по истечении вышеуказанного срока обратиться в местный исполнительный и распорядительный орган в рамках пункта 9 Положения с заявлением о выдаче нового разрешения. При этом в ходе осуществления административной процедуры по выдаче разрешения документы на средство наружной рекламы, планируемое к размещению на ИКЦ, их территории или в зонах их охраны, будут рассматриваться Министерством культуры или органом управления архитектурной, градостроительной и строительной деятельностью местного исполнительного и распорядительного органа на предмет соответствия требованиям Кодекса и иного законодательства о культуре в порядке, о котором изложено выше (эскиз средства наружной рекламы – Министерством культуры, паспорт средства наружной рекламы – органом управления архитектурной, градостроительной и строительной деятельностью местного исполнительного и распорядительного органа).

В то же время предусмотренные законодательством требования, на основании которых осуществляется административная процедура по продлению действия разрешения, не позволяют оценить соответствие средства наружной рекламы нормам Кодекса.

Так, Положением не предусматривается направление эскиза средства наружной рекламы на согласование в Министерство культуры в ходе осуществления административной процедуры по продлению действия разрешения (сделать это по собственной инициативе местный исполнительный и распорядительный орган не может в силу коротких сроков осуществления административной процедуры, предусмотренных абзацем третьим подпункта 4.6 пункта 4 Декрета №7, – 5 рабочих дней).

Эскиз средства наружной рекламы, согласованный Министерством культуры, не предусматривается к предоставлению рекламодателем в местный исполнительный и распорядительный орган в соответствии с подпунктом 9.11.2 пункта 9.11 единого перечня административных процедур.

По мнению Генеральной прокуратуры Республики Беларусь, сложившаяся за последние годы на основании вышеизложенных требований законодательства практика обустройства средств наружной рекламы создала условия, препятствующие полноценному эстетическому восприятию памятников архитектуры и ухудшающие туристическую

привлекательность историко-культурных ценностей. В этой связи предлагается осуществить корректировку единого перечня административных процедур и Положения, а также при необходимости внести изменения в иные нормы законодательства, регулирующие вопросы размещения средств наружной рекламы на ИКЦ.

До момента внесения изменений в законодательство во избежание дальнейшего формирования условий, препятствующих полноценному эстетическому восприятию памятников архитектуры и ухудшающих туристическую привлекательность историко-культурных ценностей, полагаем необходимым обратить внимание на следующее.

Закон об основах административных процедур не запрещает на стадии принятия решения о продлении действия разрешения предоставлять эскиз средства наружной рекламы рекламодателем по собственной инициативе.

Полагаем, что местные исполнительные и распорядительные органы не лишены права предлагать заявителям в добровольном порядке предоставить согласованный Министерством культуры эскиз средства наружной рекламы (при этом отказ заявителя от предоставления такого документа не является основанием для отказа в осуществлении административной процедуры), а также производить фиксацию фактического внешнего вида средства наружной рекламы.

Согласно пункту 39⁵ Положения одним из оснований для отказа в продлении действия разрешения является непредоставление местным исполнительным и распорядительным органом в качестве собственника заявителю права на размещение рекламы на объекте коммунальной собственности (а также непредоставление рекламодателем в местный исполнительный и распорядительный орган документа о согласии собственника объекта республиканской или частной собственности (его уполномоченного лица) на размещение средства наружной рекламы на таком объекте в соответствии с подпунктом 9.11.2 пункта 9.11 единого перечня административных процедур).

Таким образом, **действие разрешения не может быть продлено в случае отсутствия согласия собственника** места размещения средства наружной рекламы или его уполномоченного лица (далее – собственник) на дальнейшее размещение средства наружной рекламы.

Собственник в обоснование своего отказа вправе сослаться, к примеру, на несоблюдение:

требований пункта 3 статьи 110 Кодекса или части второй пункта 7 Положения – в случае, если, по мнению собственника, средство наружной рекламы, размещаемое на ИКЦ, его территории или в зоне его охраны, создает препятствие для визуального восприятия объемно-

пространственных особенностей, элементов и деталей архитектурного декора ИКЦ;

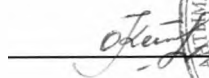
требований части первой пункта 7 Положения, в том числе абзаца второго, согласно которому средство наружной рекламы не должно ухудшать архитектурный облик здания (сооружения), – в случае, если, по мнению собственника, за время размещения средства наружной рекламы, произошло такое ухудшение.

Если в качестве собственника выступает местный исполнительный и распорядительный орган, мнение собственника о несоблюдении требований вышеуказанных актов законодательства может быть основано на выводах органа управления архитектурной, градостроительной и строительной деятельностью местного исполнительного и распорядительного органа.

Справочно:

Полагаем, что орган управления архитектурной, градостроительной и строительной деятельностью местного исполнительного и распорядительного органа при подготовке вышеуказанных выводов вправе руководствоваться подходами (критериями), которые используются им при согласовании паспортов средств наружной рекламы на предмет соответствия средств наружной рекламы, планируемых к размещению на ИКЦ категории «З», на их территориях или в зонах их охраны, требованиям законодательства (в ходе осуществления административной процедуры по выдаче разрешения).

Заместитель Министра
антимонопольного регулирования
и торговли Республики Беларусь



О.В.Константинович

Заместитель Министра
культуры Республики Беларусь



В.И.Громада