

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до проєкту Закону України “Про внесення змін до деяких законів України щодо заборони розміщення рекламоносіїв поза межами населених пунктів у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування та над нею”

1. Мета

Метою проєкту акта є покращення естетичного сприйняття автомобільної дороги, як цілісного лінійного комплексу, призначеного для безперервного, безпечного та зручного руху транспортних засобів, зокрема шляхом заборони розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування та над нею, що сприятиме імплементації українського законодавства до міжнародних норм у сфері безпеки дорожнього руху та пришвидшить інтеграцію доріг до міжнародної транспортної мережі.

2. Обґрунтування необхідності прийняття акта

Видача дозволів на розміщення зовнішньої реклами у межах смуги відведення автомобільних доріг відповідно до абзаців першого та третього статті 16 Закону України «Про рекламу», належить до повноважень обласних державних адміністрацій, а оформлення зазначених дозволів здійснюється за участю центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері дорожнього господарства та управління автомобільними дорогами.

При цьому в Законі України «Про рекламу» не визначена процедура участі центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері дорожнього господарства та управління автомобільними дорогами.

Зазначені норми статті 16 Закону України «Про рекламу» не узгоджується з нормами абзацу третього статті 9 Закону України «Про автомобільні дороги».

Відповідно до абзацу першого статті 9 Закону України «Про автомобільні дороги» рекламоносії не є складовими автомобільних доріг загального користування, а їх розміщення відповідно до абзацу третього статті 9 Закону України «Про автомобільні дороги» у межах смуги відведення без дозволу власників доріг, органів, що здійснюють управління автомобільними дорогами, забороняється.

Відповідно до норм статті 26 Закону України «Про рекламу» контроль за дотриманням законодавства про рекламу не належить до повноважень центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері дорожнього господарства та управління автомобільними дорогами та обласних державних адміністрацій.

Зазначене дозволило суб'єктам господарювання, що здійснюють діяльність у сфері рекламного бізнесу розміщувати рекламоносії в межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування безконтрольно, що створює перешкоди для експлуатаційного утримання узбіч, призводить до погіршення естетичного сприйняття автомобільної дороги, як цілісного лінійного комплексу, призначеного для безперервного, безпечного та комфортного руху транспортних засобів та суттєво перевантажує інформаційне сприйняття водіями дорожньої обстановки.

За даними Служб відновлення та розвитку інфраструктури в областях у смугах відведення автомобільних доріг загального користування встановлено понад 6,7 тис. штук рекламоносіїв, з яких на дорогах державного значення 6,3 тис. штук (із них на дорогах міжнародного значення - 3,7 тис. штук або 59 відсотків, на дорогах національного значення - 1,6 тис. штук або 25 відсотків, на дорогах регіонального та територіального значення по 0,5 тис. штук або по 8 відсотків відповідно) та понад 0,4 тис. штук - на дорогах місцевого значення.

Значна частина рекламоносіїв, зокрема на під'їздах до міста Києва та обласних центрів, розміщена з порушенням вимог частин 2 та 3 статті 16 Закону України "Про рекламу".

При цьому практично всі рекламоносії розташовані на відстані менше 5 метрів від краю проїжджої частини, на опорах відсутня вертикальна дорожня розмітка, не забезпечується нормативна видимість дорожніх знаків, світлофорів, перехресть та примикань доріг, пішохідних переходів.

Понад 50 відсотків зазначених рекламоносіїв не мають відповідного дозволів, отримання яких визначено статтею 16 Закону України "Про рекламу".

Конвенцією про дорожній рух (Відень, 08.11.1968) (підпункт ii) пункт d) стаття 4) та Конвенцією про дорожні знаки й сигнали (Відень, 08.11.1968) (стаття 4) визначено, що договірні сторони зобов'язуються вжити заходів, що забороняють розміщувати плакати, афіші, наносити розмітку й установлювати пристрої, які або можуть бути прийняті за сигнальні знаки або інші технічні засоби регулювання руху, або зменшувати їхню видимість або ефективність, або засліплювати водіїв та відволікати їхню увагу, створюючи тим самим небезпеку для дорожнього руху.

В Європейській угоді про міжнародні автомагістралі (Женева, 15.11.1975) (пункт VII.4 розділу VII "Ландшафт" додатку II) зазначено, що з метою безпеки і естетичних вимог по сторонах міжнародних доріг забороняється розміщення рекламних щитів.

У пункті 15.3.2.3 "Розміщення рекламоносіїв" пункту 15.3 глави 15 "Реклама і безпека дорожнього руху" Зведеної резолюції про дорожній рух, прийнятої на засіданні Робочої групи по безпеці дорожнього руху Комітету по внутрішньому транспорту Європейської економічної комісії Економічної і

Соціальної Ради Організації Об'єднаних Націй, що відбулось 14.08.2009 (ECE/TRANS/WP.1/123), серед іншого:

у Загальних правилах зазначено, що “розміщення рекламоносіїв в межах смуги відведення доріг і над нею необхідно забороняти”;

у пункту і) “Автомагістралі і подібні дороги” Правил, обумовлених типом інфраструктури зазначено, що “За межами населеного пункту розміщення рекламоносіїв і рекламних вивісок переважно слід забороняти з обох сторін автомагістралі або дороги подібного типу по змісту пункту 4 статті 25 Конвенції про дорожній рух 1968 року, якщо вони знаходяться в полі зору водіїв, або в іншому випадку, на відстані менше 200 метрів (або іншій відстані, визначеному національним законодавством), вимірюваному від зовнішнього краю проїзної частини” (пункт а);

у пункту ii) “Інші дороги” Правил, обумовлених типом інфраструктури зазначено, що “За межами населеного пункту розміщення рекламоносіїв і рекламних вивісок необхідно забороняти з обох сторін дороги на мінімальній відстані, виміряній від зовнішнього краю проїзної частини, яку необхідно визначати в національному законодавстві.”

Досвід розвинених країн Європи, зокрема, Німеччини, Австрії, Словенії, Польщі, Чехії та інших свідчить, що відсутність на автомобільних дорогах рекламоносіїв забезпечує комфорт та безпеку дорожнього руху.

Наявність рекламоносіїв у смузі відведення автомобільних доріг загального користування є також одним із факторів, що не забезпечує інтеграцію автомобільних доріг загального користування до європейської транспортної системи.

3. Основні положення проекту акта

Проектом акта пропонується внесення змін та доповнень до статті 16 Закону України “Про рекламу” та статті 38 Закону України “Про автомобільні дороги” щодо заборони розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування та над нею.

Цей Закон набирає чинності з дня його опублікування, та вводиться в дію через шість місяців після припинення або скасування дії воєнного стану.

Дозволи на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування, строк дії яких закінчується у період дії воєнного стану, вважаються такими, дію яких продовжено надані відповідно до Закону України «Про рекламу» до набрання чинності цим Законом, діють на період дії воєнного стану та до кінця календарного року, в якому припинено або скасовано воєнний

стан, але не менше трьох місяців з дня його припинення чи скасування. до завершення строку, визначеного у них.

4. Правові аспекти

У даній сфері суспільних відносин діють такі нормативно-правові акти:

Господарський кодекс України;

Закон України “Про рекламу”;

Закон України “Про автомобільні дороги”;

Закон України “Про дорожній рух”;

Закон України “Про транспорт”;

Конвенція по дорожній рух (Відень, 08.11.1968);

Конвенція про дорожні знаки й сигнали (Відень, 08.11.1968);

Європейська Угода про міжнародні автомагістралі від 15.11.1975;

постанова Кабінету Міністрів України від 23.12.2003 № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами»;

постанова Кабінету Міністрів України від 05.12.2012 № 1135 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів».

5. Фінансово-економічне обґрунтування

Реалізація проекту акта не потребує фінансування з державного чи місцевих бюджетів.

6. Позиція заінтересованих органів

Відповідно до Порядку проведення консультацій з громадськістю з питань формування та реалізації державної політики, затвердженого постановою Кабінету Міністрів від 03.11.2010 № 996 “Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики” буде проведено публічне громадське обговорення проекту акта у формі електронних консультацій.

Оприлюднення та звіт за результатами публічного громадського обговорення буде розміщено на офіційному вебсайті Агентства відновлення та розвитку інфраструктури України (розділ «Громадськості»; підрозділ «Громадське обговорення»).

Проект акта буде надано для розгляду та погодження до Міністерства цифрової трансформації України, Міністерства економіки України, Міністерства фінансів України, Міністерства внутрішніх справ України, Національної поліції України.

Проект акта не стосується питань функціонування місцевого самоврядування, прав та інтересів територіальних громад, місцевого та регіонального розвитку, соціально-трудової сфери, прав осіб з інвалідністю, функціонування і застосування української мови як державної.

Проект акта не стосується сфери наукової та науково-технічної діяльності.

7. Оцінка відповідності

У проекті акта відсутні положень, що:
 стосуються зобов'язань України у сфері європейської інтеграції;
 стосуються прав та свобод, гарантованих Конвенцією про захист прав людини і основоположних свобод;
 впливають на забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків;
 містять ризики вчинення корупційних правопорушень та правопорушень, пов'язаних з корупцією;
 створюють підстави для дискримінації.

Громадська антикорупційна, громадська антидискримінаційна та громадська гендерно-правова експертизи не проводилися.

Проект акта буде надіслано до Національного агентства з питань запобігання корупції для визначення необхідності проведення антикорупційної експертизи.

8. Прогноз результатів

Реалізація акта позитивно вплине на розвиток автомобільних доріг загального користування та їх інтеграцію в європейську мережу доріг, на безпеку дорожнього руху, а також на суб'єктів господарювання – власників рекламоносіїв, які розміщують зовнішню рекламу на автомобільних дорогах загального користування поза межами населених пунктів у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування.

Вплив реалізації акта на інтереси заінтересованих сторін:

Заінтересована сторона	Вплив реалізації акта на заінтересовану сторону	Пояснення очікуваного впливу
Органи управління автомобільними дорогами загального користування	Покращення естетичного сприйняття автомобільної дороги, як цілісного лінійного комплексу, призначеного для безперервного, безпечного та зручного руху транспортних	Відсутність зовнішньої реклами у смугах відведення автомобільних доріг загального користування сприятиме створенню умов для інтеграції

	засобів. Імплементация українського законодавства до міжнародних норм у сфері безпеки дорожнього руху	автомобільних доріг загального користування до європейської мережі
Водії транспортних засобів, які рухаються автомобільними дорогами загального користування	Зменшення інформаційного навантаження та поліпшення психофізіологічне сприйняття доріг	Відсутність зовнішньої реклами дасть змогу водіям транспортних засобів своєчасно реагувати на зміну дорожньої обстановки та організацію дорожнього руху
Суб'єкти господарювання – власники рекламоносіїв, які розміщують зовнішню рекламу на поза межами населених пунктів у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування	Припинення строку дії дозволів на розміщення зовнішньої реклами призведе до незначного перерозподілу ринку зовнішньої реклами з акцентом на розширення її мережі на вулиці і дороги міст та інших населених пунктів	Перенесення рекламоносіїв на вулиці і дороги міст та інших населених пунктів потребуватиме отримання дозволів на їх розміщення відповідно до частини 1 статті 16 Закону України “Про рекламу”

Голова Державного агентства
відновлення та розвитку
інфраструктури України

Сергій СУХОМЛИН

«___» _____ 202_ р.