**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

**до проекту Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо розміщення зовнішньої реклами»**

1. **Обґрунтування необхідності прийняття Закону**

Розробка проекту Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо розміщення зовнішньої реклами» (далі – законопроект) зумовлена необхідністю створення користувачам автомобільних доріг загального користування, в першу чергу – водіям, комфортних та безпечних умов руху.

На сьогодні вздовж українських доріг загального користування встановлено більш ніж 6 тис. засобів зовнішньої реклами, з яких майже 4 тис. – вздовж доріг міжнародного значення. При цьому більше половини з них встановлено з порушенням чинних нормативно-правових актів.

Засоби зовнішньої реклами не відносяться до складових автомобільних доріг загального користування (стаття 9 Закону України «Про автомобільні дороги»), а їх розміщення в межах смуги відведення доріг, особливо на основних під’їздах до значних міст та обласних центрів, призводить до інформаційного перевантаження дорожньої обстановки, відволікання уваги та додаткової фіксації погляду водіїв, що збільшує час їхньої реакції під час керування автомобілем.

Законом України «Про рекламу» встановлений вичерпний і єдиний перелік щодо заборони розміщення засобів зовнішньої реклами поза населеними пунктами - не ближче 5 метрів від краю проїзної частини.

При цьому, по-перше - зовнішня реклама, незалежно від бажання водія, відволікає на декілька секунд його увагу від дорожньої обстановки та технічних засобів організації дорожнього руху, що може спричинити дорожньо-транспортну пригоду, по-друге – засоби зовнішньої реклами, що розміщені на узбіччях доріг створюють перешкоди дорожнім механізмам, особливо в зимовий період, що в свою чергу не забезпечує належне утримання проїзної частини та узбіч автомобільних доріг.

Різноманітні незалежні опитування українських водіїв щодо їх ставлення до зовнішньої реклами, встановленої вздовж автомобільних доріг засвідчують, що зовнішня реклама відволікає від керування автомобілем близько 34% респондентів, 22% вказали, що зовнішня реклама заважає сприйняттю дорожніх знаків, 18% її не помічають, інші 26% зазначили, що зовнішня реклама засліплює вночі та, що вздовж доріг потрібно встановлювати інформацію виключно з питань безпеки дорожнього руху.

Досвід розвинених країн Європи, таких як Німеччина, Австрія, Словенія, Польща, Чехія та інших свідчить, що відсутність на автомобільних дорогах засобів зовнішньої реклами забезпечує комфортний та безпечний рух, що сприяє зменшенню кількості дорожніх пригод.

Аспекти застосування дорожньої інформації чітко обговорені й обмежені рамками Конвенції по дорожній рух (Відень, 8 листопада 1968 року) та Конвенції про дорожні знаки й сигнали (Відень, 8 листопада 1968 року), де зазначено, 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 пункті четвертому розділу VII Європейської угоди про міжнародні автомагістралі (Женева, від 15 листопада 1975 року), до якої Українська РСР приєдналась у 1982 році (постанова Ради Міністрів УРСР від 09.11.1982 року № 537), зазначено, що **з метою безпеки і естетичних вимог по сторонах міжнародних доріг забороняється розміщення рекламних щитів**.

На засіданні Робочої групи по безпеці дорожнього руху Економічної і Соціальної Ради Організації об’єднаних націй, що відбулось 19-22 жовтня 2007 року прийнято «Правила, обусловленные типом дороги» де вказано у пункті i) Автомагистрали и скоростные дороги – «**За пределами населенных пунктов размещение рекламоносителей и рекламных вывесок должно быть запрещено с обеих сторон автомагистрали или скоростной дороги на расстоянии менее [200] метров, измеренном от наружного края проезжей части**».

Підпунктом А) пункту 15.2.2.3 «Розміщення рекламоносіїв» перегляду зведеної резолюції про дорожній рух (СР.1), прийнятій на засіданні Робочої групи по безпеці дорожнього руху Комітету по внутрішньому транспорту Економічної і Соціальної Ради Організації об’єднаних націй, що відбулось 22 серпня 2006 року зазначено, що «**размещение рекламоносителей в полосе отвода дорог общего пользования должно быть запрещено**».

У підпункті іі) b) пункту 15.3.2.3 «Розміщення рекламоносіїв» зведеної резолюції про дорожній рух, прийнятій на засіданні Робочої групи по безпеці дорожнього руху Комітету по внутрішньому транспорту Економічної і Соціальної Ради Організації об’єднаних націй, що відбулось 14 серпня 2009 року зазначено, що за «**пределами городской зоны размещение рекламоносителей и рекламных вывесок следует запрещать с обеих сторон дороги на минимальном расстоянии, измеренном от наружного края проезжей части, которое следует определять в национальном законодательстве**».

Крім того, засилля великоформатних засобів зовнішньої реклама вздовж вулиць і доріг в населених пунктах також негативно впливає на сприйняття водіями дорожньої обстановки та відволікає від керування транспортними засобами, створює передумови до виникнення дорожньо-транспортних пригод.

 До того ж, велика кількість зовнішньої реклами псує благоустрій та естетичний вигляд населених пунктів.

1. **Цілі і завдання акта**

Ціллю прийняття законопроекту є забезпечення безпечних та комфортних умов дорожнього руху.

Забезпечення належного естетичного рівня автомобільних доріг загального користування та проїжджих частин вулиць і доріг у населених пунктах , а також - зменшення впливу відволікаючого фактору, який чинить зовнішня реклама на водіїв, задля покращення безпеки руху.

1. **Загальна характеристика і основні положення проекту акта**

Пропонований законопроект запроваджує заборону на розміщення зовнішньої реклами у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування.

Крім того, впроваджується норма про те, що засоби зовнішньої реклами повинні розміщуватись не менш як за 200 метрів від смуги відведення автомобільних доріг загального користування та не менш як за 1000 метрів один від одного, а у населених пунктах – не менш як за 50 метрів від проїжджої частини вулиць і доріг та не менш як за 500 метрів один від одного.

Також, запропонованим законопроектом запроваджується норма про те, що у населених пунктах розмір рекламного поля зовнішньої реклами не повинен перевищувати 1,2 метри х 1,8 метри.

1. **Правові аспекти**

Законопроектом передбачається внесення змін до Законів України «Про рекламу» та «Про автомобільні дороги» в частині заборони розміщення зовнішньої реклами у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування та .

У цій сфері державного регулювання діють такі нормативно-правові акти:

*Закон України «Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу»;*

Закон України «Про рекламу»;

Закон України «Про автомобільні дороги»;

Конвенції про дорожній рух (Відень, 8 листопада 1968 року);

Конвенції про дорожні знаки й сигнали (Відень, 8 листопада 1968 року);

«Европейское соглашение о международных автомагистралях от 15 ноября 1975 года».

1. **Фінансово-економічне обґрунтування**

Реалізація законопроекту не потребує додаткових витрат з Державного бюджету України.

### Прогноз результатів

Реалізація законопроекту, у разі його прийняття як закону, дозволить забезпечити безпечні та комфортні умови руху автомобільними дорогами загального користування, а також – проїжджими частинами вулиць і доріг у населених пунктах. Сприятиме покращенню естетичного вигляду доріг та вулиць у населених пунктах та за їх межами.

**Народний депутат України В.В. Крейденко**