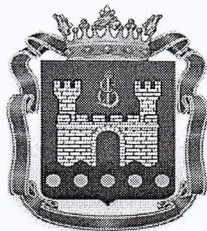


сг-1940



**ИМЕНЕМ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

Уставного Суда Калининградской области

по делу о соответствии Уставу (Основному Закону) Калининградской области отдельных положений пункта 4.1 Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа «Город Калининград», утвержденных Решением городского Совета депутатов Калининграда от 22 октября 2014 года № 319 «Об утверждении новой редакции Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа «Город Калининград»

город Калининград

26 ноября 2018 года

Уставный Суд Калининградской области в составе: председательствующего - председателя Ю.М. Сафонова, судей А.В. Кузнецова, В.М. Фролова,

с участием представителей:

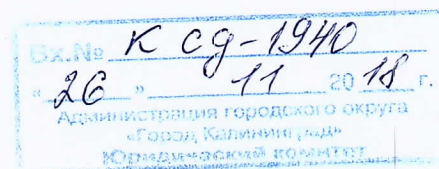
заявителя – депутата Калининградской областной Думы шестого созыва И.А. Ревина – С.И. Сеницыной, Д.А. Анучиной,

городского Совета депутатов Калининграда как органа, принявшего правовой акт, подлежащий проверке, - А.Э. Шидаковой,

главы городского округа «Город Калининград» как должностного лица, подписавшего правовой акт, положения которого подлежат проверке – П.И. Лахонина, А.В. Каушанского,

руководствуясь подпунктом 2 пункта 3 статьи 52 Устава (Основного Закона) Калининградской области, подпунктом 3 пункта 3 статьи 4, статьями 36, 83, 84, 85, 86 Уставного закона Калининградской области «Об Уставном Суде Калининградской области»,

рассмотрел в открытом судебном заседании дело о соответствии Уставу (Основному Закону) Калининградской области отдельных положений пункта 4.1 Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа «Город Калининград», утвержденных Решением городского Совета депутатов Калининграда от 22 октября 2014 года № 319 «Об утверждении новой редакции Правил установки и



эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа «Город Калининград».

Поводом к рассмотрению дела явилось обращение депутатов Калининградской областной Думы шестого созыва И.А. Ревина и Е.А. Королёвой о соответствии Уставу (Основному Закону) Калининградской области отдельных положений пункта 4.1 Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа «Город Калининград» (далее – Правила установки и эксплуатации рекламных конструкций), утвержденных Решением городского Совета депутатов Калининграда от 22 октября 2014 года № 319 «Об утверждении новой редакции Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа «Город Калининград» (далее – Решение № 319).

Основанием к рассмотрению дела явилась обнаружившаяся неопределенность в вопросе о том, соответствуют ли Уставу (Основному Закону) Калининградской области оспариваемые заявителями положения.

Заслушав сообщение судьи-докладчика Ю.М. Сафонова, объяснения представителей сторон: С.И. Сеницыной, Д.А. Анучиной, А.Э. Шидаковой, П.И. Лахонина, А.В. Каушанского, исследовав представленные документы и иные материалы, Уставный Суд Калининградской области

УСТАНОВИЛ:

1. В Уставный Суд 17 мая 2018 года поступило обращение в форме запроса от депутатов Калининградской областной Думы шестого созыва И.А. Ревина и Е.А. Королёвой (далее – заявители). 5 июня и 11 октября 2018 года заявителями представлены уточнения к обращению.

Заявители просят признать не соответствующими Уставу (Основному Закону) Калининградской области отдельные положения пункта 4.1 Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций, утвержденных Решением № 319.

Заявители пояснили, что в соответствии с пунктом 4.1 Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций, нарушением внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа являются следующие случаи:

- рекламная конструкция изменяет собой архитектуру здания (загораживает архитектурные элементы, лепнину, переплеты, колонны, барельефы, оконные и дверные проемы, арки, колоннады, балюстрады, эркеры и т.п.);

- рекламная конструкция в виде настенного панно размещается на фасаде многоквартирного жилого дома;

- рекламная конструкция размещается на кровле многоквартирного или индивидуального жилого дома; на земельных участках жилой (индивидуальной и многоквартирной) застройки, в том числе земельных

участках для многоквартирного и индивидуального жилищного строительства, для ведения личного подсобного хозяйства, для обслуживания жилой застройки;

- рекламная конструкция размещается выше уровня перекрытия первого этажа многоквартирного жилого дома;

- рекламная конструкция с габаритным размером информационного поля более чем 10 кв. м размещается на территории АЗС (автозаправочной станции);

- рекламная конструкция размещается на ограждении (заборе), перилах, декоративных решетках, иных ограждающих конструкциях, за исключением строительных;

- рекламная конструкция размещается на фасаде объекта культурного наследия либо в его охранной зоне;

- размещается рекламная конструкция типов и размеров, не предусмотренных разделом 2 настоящих Правил.

Заявители полагают, что обнаруживается неопределенность в вопросе о том, является ли нарушением внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа размещение рекламной конструкции в виде настенного панно на фасаде многоквартирного жилого дома; размещение рекламной конструкции выше уровня перекрытия первого этажа многоквартирного жилого дома.

Иные положения пункта 4.1 Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций заявителями не оспариваются.

Обосновывая свою правовую позицию, заявители ссылаются на нормы Федерального закона от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (далее – Федеральный закон № 131-ФЗ) о компетенции органов местного самоуправления по решению вопросов местного значения (часть 2 статьи 4, часть 4 статьи 7, пункт 26.1 части 1 статьи 16), а также на отдельные положения статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон № 38-ФЗ), согласно которой органы местного самоуправления муниципальных районов или городских округов вправе утверждать схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности (часть 5.8), а также принимать решения об отказе в выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции исключительно по основаниям указанной статьи, в том числе в случаях: несоответствия установки рекламной конструкции в заявленном месте схеме размещения рекламных конструкций (в случае, если место установки рекламной конструкции в соответствии с частью 5.8 настоящей статьи определяется схемой размещения рекламных конструкций) (пункт 2 части 15); нарушения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселения или

городского округа (пункт 4 части 15). Органы местного самоуправления муниципальных районов или органы местного самоуправления городских округов вправе определять типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего муниципального образования или части его территории, а также требования к таким рекламным конструкциям с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов (пункт 4 части 15).

Руководствуясь своей позицией, изложенной в обращении, и требованиями Уставного закона Калининградской области «Об Уставном Суде Калининградской области», заявители просят признать отдельные положения пункта 4.1 Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций, утвержденных Решением № 319, в той мере, в какой нарушениями внешнего архитектурного облика является установка рекламной конструкции в виде настенного панно на фасаде многоквартирного жилого дома, а также установка рекламной конструкции выше уровня перекрытия первого этажа многоквартирного дома не соответствующими пункту 1 статьи 1, подпункту 8 пункта 1 статьи 7, пункту 1 статьи 43, статье 56, пункту 3 статьи 59 Устава (Основного Закона) Калининградской области.

В ходе судебного заседания представители заявителя И.А. Ревина С.И. Сеницына и Д.А. Анучина подтвердили правовую позицию и требования, изложенные в обращении.

Представитель городского Совета депутатов Калининграда А.Э. Шидакова в ходе судебного заседания поддержала позицию, изложенную в письменном отзыве в Уставный Суд, согласно которой пункт 4.1 Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций, утвержденных Решением № 319, не противоречит Уставу (Основному Закону) Калининградской области.

Полагает, что Решение № 319 принято городским Советом депутатов Калининграда в пределах собственных полномочий. Отметила, что определение случаев нарушения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки муниципального образования возложены на городской Совет депутатов Калининграда в рамках полномочия представительных органов местного самоуправления по благоустройству территории муниципального образования, регламентируемого статьей 45.1 Федерального закона № 131-ФЗ.

Считает, что установление таких нарушений архитектурного облика, как «размещение рекламной конструкции в виде настенного панно на фасаде многоквартирного жилого дома», «размещение рекламной конструкции выше уровня перекрытия первого этажа многоквартирного жилого дома» не нарушает положений действующего законодательства, а также прав и законных интересов жителей городского округа.

Представитель главы городского округа «Город Калининград» П.И. Лахонин поддержал позицию, изложенную в письменном отзыве в Уставный Суд.

Считает, что оспариваемое Решение № 319 принято представительным органом местного самоуправления в пределах компетенции, в соответствии с нормативными правовыми документами, обладающими большей юридической силой, и не нарушает статью 59 Устава (Основного Закона) Калининградской области. Отметил, что отношения в сфере рекламы, регулируемые Федеральным законом № 38-ФЗ, по своей природе являются гражданско-правовыми, поскольку они возникают при осуществлении предпринимательской деятельности и в соответствии со статьей 2 Гражданского кодекса Российской Федерации должны регулироваться гражданским законодательством. Законодательство о рекламе призвано регулировать именно те отношения, которые возникают в процессе производства, размещения и распространения рекламы. Органы же местного самоуправления городских округов вправе определять типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего муниципального образования или части его территории, а также требования к таким рекламным конструкциям с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов.

В соответствии со статьей 70 Уставного закона Калининградской области «Об Уставном Суде Калининградской области» Уставный Суд принимает постановление по делу только по предмету, указанному в обращении, и лишь в отношении той части акта, легитимность которой подвергается сомнению. При принятии решения Уставный Суд не связан основаниями и доводами, изложенными в обращении.

Таким образом, предметом рассмотрения по настоящему делу является проверка соответствия Уставу (Основному Закону) Калининградской области отдельных положений пункта 4.1 Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций, утвержденных Решением № 319, в той части, которая предусматривает, что нарушениями внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа является установка рекламной конструкции в виде настенного панно на фасаде многоквартирного жилого дома, а также установка рекламной конструкции выше уровня перекрытия первого этажа многоквартирного жилого дома.

2. В соответствии с частью 1 статьи 27 Федерального конституционного закона «О судебной системе Российской Федерации», подпунктом 2 пункта 3 статьи 52 Устава (Основного Закона) Калининградской области, подпунктом 3 пункта 3 статьи 4 Уставного закона Калининградской области «Об Уставном Суде Калининградской области» Уставный Суд рассматривает дела о соответствии Уставу (Основному Закону) Калининградской области нормативных правовых актов органов местного самоуправления Калининградской области.

На основании положений подпункта 2 пункта 3 статьи 52, пункта 3 статьи 59 Устава (Основного Закона) Калининградской области Уставный Суд осуществляет проверку нормативных правовых актов органов местного самоуправления Калининградской области на соответствие Уставу (Основному Закону) Калининградской области, исходя из соответствия или противоречия их положений Конституции Российской Федерации, законодательству Российской Федерации, непосредственно Уставу (Основному Закону) Калининградской области, а также уставным законам Калининградской области, законам Калининградской области и иным нормативным правовым актам Калининградской области.

Исходя из изложенного, Уставный Суд вправе осуществлять проверку оспариваемых положений пункта 4.1 Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций, утвержденных Решением № 319, на соответствие Уставу (Основному Закону) Калининградской области.

3. В силу положений статьи 56 Устава (Основного Закона) Калининградской области в Калининградской области в соответствии с Конституцией Российской Федерации и федеральными законами признается, гарантируется и осуществляется местное самоуправление. Местное самоуправление в Калининградской области осуществляется в соответствии с общими принципами организации местного самоуправления, установленными федеральным законом.

Общие, правовые, территориальные, организационные и экономические принципы местного самоуправления установлены Федеральным законом № 131-ФЗ. Согласно части 4 статьи 7 Федерального закона № 131-ФЗ муниципальные правовые акты не должны противоречить Конституции Российской Федерации, федеральным конституционным законам, данному Федеральному закону, другим федеральным законам и иным нормативным правовым актам Российской Федерации, а также конституциям (уставам), законам, иным нормативным правовым актам субъектов Российской Федерации.

Как следует из пункта 3 статьи 59 Устава (Основного Закона) Калининградской области, органы местного самоуправления обеспечивают соответствие уставов муниципальных образований, муниципальных правовых актов Конституции Российской Федерации, законодательству Российской Федерации, Уставу (Основному Закону) Калининградской области, уставным законам Калининградской области, законам Калининградской области и иным нормативным правовым актам Калининградской области.

Таким образом, положения принимаемых органами местного самоуправления нормативных правовых актов не могут противоречить законодательству Российской Федерации, Уставу (Основному Закону) Калининградской области.

3.1. На основании части 1 статьи 131 Конституции Российской Федерации органы местного самоуправления самостоятельно управляют

муниципальной собственностью, формируют, утверждают и исполняют местный бюджет, устанавливают местные налоги и сборы, осуществляют охрану общественного порядка, а также решают иные вопросы местного значения.

Статьей 16 Федерального закона № 131-ФЗ установлен перечень вопросов местного значения городского округа, к которым отнесены, в том числе: утверждение схемы размещения рекламных конструкций, выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории городского округа, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже самовольно установленных рекламных конструкций на территории городского округа, осуществляемые в соответствии с Федеральным законом «О рекламе» (пункт 26.1 части 1); утверждение правил благоустройства территории городского округа, осуществление контроля за их соблюдением, организация благоустройства территории городского округа в соответствии с указанными правилами, а также организация использования, охраны, защиты, воспроизводства городских лесов, лесов особо охраняемых природных территорий, расположенных в границах городского округа (пункт 25 часть 1). При этом утверждение правил благоустройства территории муниципального образования в соответствии с Федеральным законом № 131-ФЗ в редакции Федерального закона от 29 декабря 2017 года № 463-ФЗ входит в исключительную компетенцию представительного органа муниципального образования (пункт 11 части 10 статьи 35).

Содержание правил благоустройства территории муниципального образования регламентируется статьей 45.1 Федерального закона № 131-ФЗ.

Согласно положениям части 2 указанной статьи правила благоустройства территории муниципального образования могут регулировать вопросы, в частности, внешнего вида фасадов и ограждающих конструкций зданий, строений, сооружений.

В рамках решения вопросов местного значения городской Совет депутатов Калининграда Решением от 20 мая 2015 года № 161 «Об утверждении Правил благоустройства территории городского округа «Город Калининград» утвердил Правила благоустройства территории городского округа «Город Калининград» (далее – Правила благоустройства), которые устанавливают единые требования к обеспечению надлежащего содержания городских территорий, содержания зеленых насаждений на территории городского округа «Город Калининград» и являются обязательными для исполнения юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями и гражданами (пункт 1.2). Согласно пункту 2.7.9 главы 2 Правил благоустройства объектами, в отношении которых осуществляется деятельность по благоустройству, являются, в том числе фасады зданий и сооружений.

Заявителями оспаривается пункт 4.1 Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций, устанавливающий отдельные случаи нарушения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа.

Вместе с тем необходимо отметить, что федеральный законодатель не установил объективные критерии и признаки, характеризующие внешний архитектурный облик сложившейся застройки поселения. По смыслу Федерального закона от 17 ноября 1995 года № 169-ФЗ «Об архитектурной деятельности в Российской Федерации» (далее - Федеральный закон «Об архитектурной деятельности в Российской Федерации») «внешний архитектурный облик включает в себя пространственные, эстетические и иные характеристики исходя из замысла архитектурного объекта (форма, цветовое решение, устройство и оборудование входа, устройство крыши, козырьков, навесов и непосредственно архитектурного объекта, а также пространство и вид, которые будут украшать этот объект)».

Анализируя вышеуказанные положения Федерального закона № 131-ФЗ и Федерального закона «Об архитектурной деятельности в Российской Федерации», Уставный Суд приходит к мнению, что городской Совет депутатов Калининграда в рамках полномочий, предоставленных ему Федеральным законом № 131-ФЗ, вправе утверждать правила благоустройства территории местного самоуправления, содержащие критерии и признаки, характеризующие внешний архитектурный облик сложившейся застройки городского округа.

Так, под архитектурным обликом здания согласно пункту 2.40 Правил понимается совокупность внешних конструктивных и декоративных свойств объекта, оказывающих влияние на восприятие окружающей застройки, как результат архитектурных, строительных работ по созданию законченного образа здания (сооружения). Архитектурный облик объекта складывается из колористического решения внешних поверхностей стен объекта, конструктивных решений внешних элементов: архитектурных деталей, витражей, выносных витрин, входных групп, окон, мест размещения рекламных конструкций, мест и размеров размещения элементов для фирменного (корпоративного) стиля, габаритных размеров объекта.

Учитывая, что места размещения рекламных конструкций согласно Правилам благоустройства территории городского округа, утвержденных в рамках решения вопросов местного значения, являются элементом внешнего архитектурного облика объекта, они подлежат регламентированию в рамках благоустройства территории городского округа «Город Калининград».

Целью такой регламентации является повышение комфортности условий проживания граждан, поддержание и улучшение эстетического состояния территории муниципального образования посредством предъявления требований к состоянию общественных пространств, состоянию и облику зданий, находящихся на территории муниципального образования. К

аналогичным выводам пришел Верховный Суд Российской Федерации (апелляционное определение от 1 августа 2018 года № 41-АПГ18-10).

3.2. Утверждение Решением № 319 Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций является следствием реализации предоставленного федеральным законодательством представителю органу местного самоуправления полномочий по установлению единых для городского округа порядка и требований к проектированию рекламных конструкций, оформлению разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории городского округа, а также контролю за соблюдением этих Правил на территории городского округа «Город Калининград» (ст.ст.15,19 Федерального закона № 38-ФЗ).

В пункте 4.1 Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций, утвержденных Решением № 319, определено, что «рекламные конструкции при их установке и эксплуатации на территории городского округа, зданиях, сооружениях и иных объектах не должны нарушать внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа (прилегающих улиц, площадей, зданий и сооружений), должны вписываться в элементы архитектуры, внешнего благоустройства территории, а также элементы озеленения и цветочного оформления городского округа «Город Калининград». Нарушением внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа являются, в частности: размещение рекламной конструкции в виде настенного панно на фасаде многоквартирного жилого дома, а также размещение рекламной конструкции выше уровня перекрытия первого этажа многоквартирного жилого дома».

В обоснование своей правовой позиции заявителя ссылаются на нормы статьи 19 Федерального закона № 38-ФЗ и полагают, что закрепив в пункте 4.1 Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций положение о том, что нарушением внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа являются, в том числе размещение рекламной конструкции в виде настенного панно на фасаде многоквартирного жилого дома, а также размещение рекламной конструкции выше уровня перекрытия первого этажа многоквартирного жилого дома, городской Совет депутатов Калининграда превысил свои полномочия.

Согласно статье 1 Федерального закона № 38-ФЗ его целями являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Проанализировав содержание указанной нормы, Уставный Суд приходит к выводу, что отношения в сфере рекламы, регулируемые

указанным Федеральным законом, по своей природе, являются гражданско-правовыми, поскольку они возникают при осуществлении предпринимательской деятельности и в силу абзаца 3 пункта 1 статьи 2 Гражданского кодекса Российской Федерации, согласно которому гражданское законодательство регулирует отношения между лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, или с их участием, исходя из того, что предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, должны регулироваться гражданским законодательством. Законодательство о рекламе призвано регулировать именно те отношения, которые возникают в процессе производства, размещения и распространения рекламы.

Вопросы наружной рекламы и установки рекламных конструкций урегулированы статьей 19 указанного Закона, которая предусматривает, что установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются ее владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества (пункт 5), а также содержит нормы о полномочиях органов местного самоуправления в названной области общественных отношений.

К таким полномочиям относится, в частности: утверждение схем размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности (пункт 5.8), выдача разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и предписаний о демонтаже в случае установки и (или) эксплуатации рекламной конструкции без разрешения (пункт 9), определение типов и видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего муниципального образования или части его территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов (подпункт 4 пункта 15).

Таким образом, федеральный законодатель, устанавливая в статье 19 Федерального закона № 38-ФЗ требования к распространению наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного размещения, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений одновременно предоставляет право органам местного самоуправления муниципальных районов или органам местного самоуправления городских округов определять типы и виды рекламных

конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего муниципального образования или части его территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов.

Как указал Конституционный Суд Российской Федерации, отказывая в принятии к рассмотрению жалобы общества с ограниченной ответственностью «Интроник» на нарушение конституционных прав и свобод положениями пункта 4 части 15 статьи 19 Федерального закона «О рекламе», положения пункта 4 части 15 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» во взаимосвязи с другими положениями данного Федерального закона (статьи 1, частей 4 и 5.8, пункта 4 части 20 статьи 19 и др.), а также с положениями Федерального закона от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (в том числе части 2 его статьи 1, пунктов 25 и 26.1 части 1 статьи 16) направлены на обеспечение баланса свободы предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности и интересов населения соответствующего муниципального образования при решении вопросов местного значения через органы местного самоуправления с учетом исторических и иных местных традиций и не могут рассматриваться как нарушающие конституционные права заявителя в указанном им аспекте (Определение от 16 июля 2015 года № 1715-О).

Более того, как указывалось ранее, вопросы благоустройства территории муниципального образования, в том числе регулирование внешнего вида фасадов и ограждающих конструкций зданий, строений, сооружений, являются вопросами местного значения (часть 2 статьи 45.1 Федерального закона № 131-ФЗ) и Федеральным законом № 38-ФЗ не регулируются.

Таким образом, городской Совет депутатов Калининграда вправе был определять в оспариваемом нормативном правовом акте вопросы соответствия или несоответствия рекламных конструкций внешнему архитектурному облику сложившейся застройки городского округа, а также устанавливать конкретные случаи нарушения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа.

На основании изложенного Уставный Суд приходит к выводу, что отдельные положения пункта 4.1 Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа «Город Калининград», утвержденных Решением городского Совета депутатов Калининграда от 22 октября 2014 года № 319 «Об утверждении новой редакции Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа «Город Калининград», в той части, которая предусматривает, что нарушениями внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа является установка рекламной

конструкции в виде настенного панно на фасаде многоквартирного жилого дома, а также установка рекламной конструкции выше уровня перекрытия первого этажа многоквартирного жилого дома, не противоречит требованиям федерального законодательства, и не находит оснований для признания оспариваемых положений не соответствующими Уставу (Основному Закону) Калининградской области.

На основании изложенного и руководствуясь подпунктом 3 пункта 3 статьи 4, статьями 68, 69, 70, 71, 73, 75, 76, 86 Уставного закона Калининградской области «Об Уставном Суде Калининградской области», Уставный Суд Калининградской области

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать отдельные положения пункта 4.1 Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа «Город Калининград», утвержденных Решением городского Совета депутатов Калининграда от 22 октября 2014 года № 319 «Об утверждении новой редакции Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа «Город Калининград», в той части, которая предусматривает, что нарушениями внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа является установка рекламной конструкции в виде настенного панно на фасаде многоквартирного жилого дома, а также установка рекламной конструкции выше уровня перекрытия первого этажа многоквартирного жилого дома, соответствующими Уставу (Основному Закону) Калининградской области .

2. Настоящее Постановление окончательно, обжалованию не подлежит и вступает в силу немедленно со дня провозглашения.

3. Настоящее Постановление подлежит опубликованию в порядке, установленном законодательством Калининградской области.

№ 9-П



Уставный Суд
Калининградской области