

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

«О выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности»

Глава I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.

Статья 1. Предмет, цели и принципы правового регулирования выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности

1. Настоящий Федеральный закон определяет правовые основы регулирования выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации, регулирует отношения, возникающие между субъектами выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности, органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления при формировании и реализации политики в области выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации.

2. Целями настоящего Федерального закона являются:

создание благоприятных условий для осуществления и развития выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности, как на национальном, так и межгосударственном уровнях,

укрепление и расширение торгово-экономических связей на внутреннем и внешних рынках,

поддержание информационного экономического пространства, обеспечивающего установление деловых контактов для продвижения российских товаров (работ, услуг) и привлечение инвестиций в российскую экономику;

обеспечение технологического, научного, культурного, информационного, гражданского, идеологического суверенитета через развитие отрасли, предоставляющее организованное содержательное живое общение основных групп общества, определяющих ключевые направления развития Российской Федерации.

3. Настоящий Федеральный закон основывается на следующих принципах:

- единство нормативной правовой базы в области выставочной, ярмарочной, конгрессной и на всей территории Российской Федерации;
- сочетание государственного регулирования отношений в области выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности с саморегулированием таких отношений субъектами выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности;
- установление государственных гарантий прав субъектов выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности в области выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности;
- соблюдение международных договоров Российской Федерации в области выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности;
- содействие развитию выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности;
- взаимодействие федерального органа исполнительной власти в области выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления с субъектами выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности.

Статья 2. Законодательство Российской Федерации о выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности

1. Законодательство Российской Федерации о выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации состоит из настоящего Федерального закона и принимаемых в соответствии с ним других нормативных правовых актов Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления.

2. Содержащиеся в других законах и нормативных правовых актах нормы, регулирующие выставочную, ярмарочную и конгрессную деятельность, не должны противоречить настоящему Федеральному закону.

3. Если международным договором Российской Федерации установлены иные правила, чем те, которые предусмотрены настоящим Федеральным законом, применяются правила международного договора Российской Федерации.

Статья 3. Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе

1. В настоящем Федеральном законе используются следующие основные понятия:

"выставка (выставочное мероприятие)" – мероприятие, на котором демонстрируются и получают распространение товары, услуги и (или) информация и которое проходит в четко установленные сроки и в определенном месте, информация о котором доведена до неопределенного круга лиц. Не является массовым мероприятием;

"выставочная деятельность" – деятельность в сфере выставочных услуг, осуществляемая для содействия становлению и развитию отношений торгово-экономического, научно-технического и инвестиционного сотрудничества бизнес-сообщества, регионов и государств;

"выставочная организация" – юридическое лицо, в уставе которого выставочная деятельность определена как основной или дополнительный вид деятельности или физическое лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность;

"классификация выставочных, ярмарочных, конгрессных мероприятий" – распределение выставок, ярмарок и (или) конгрессов по группам по общему признаку;

"конгрессная деятельность" – предпринимательская деятельность, направленная на создание благоприятных условий для персонифицированного обмена информацией, деловых и научных контактов с целью установления и развития отношений между изготовителями товаров, поставщиками услуг и потребителями товаров и услуг, осуществляемая в процессе организации и проведения конгрессных мероприятий;

"конгрессное бюро (конгресс-бюро)" – некоммерческая маркетинговая организация, официально представляющая город, регион или страну на рынке конгрессных услуг с целью привлечения конгрессных мероприятий в свой город и

(или) регион и оказывающая информационные и консультационные услуги организаторам конгрессных мероприятий;

"конгрессное мероприятие" – организованные встречи представителей стран, отраслей, профессий или учреждений, организаций для обмена знаниями и опытом, поиска необходимых решений, проводимые самостоятельно или сопровождаемые выставочно-ярмарочными мероприятиями. Не является массовым мероприятием;

"конгрессно-выставочное мероприятие" – мероприятие смешанного формата, содержащее в себе выставку и конгрессное мероприятие. Данный тип мероприятия не является массовым;

"организатор (устроитель) конгрессных мероприятий" – субъект, который организует конгресс и осуществляет управление конгрессным мероприятием;

"организатор (устроитель) ярмарочного мероприятия" – субъект, который организует и осуществляет руководство ярмарочным мероприятием;

"организатор выставки (заказчик)" – субъект, который организует выставку и осуществляет управление выставкой;

"генеральный застройщик" – организация, уполномоченная собственником оператором выставочной площадки, имеющая эксклюзивное право на выполнение (оказание) определенного перечня работ(услуг) на территории отведенной для проведения выставочного или конгрессного мероприятия;

"застройщик выставочных стендов" – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, прошедший аттестацию в уполномоченной организации и заключивший с устроителем/экспонентом договор на выполнение работ/оказание услуг по монтажу/демонтажу, художественному оформлению и техническому оснащению мероприятия/стенда; и несущий персональную ответственность за результаты ненадлежащего выполнения ими работ (оказания услуг);

"официальная выставка" – выставочное мероприятие, организованное федеральными органами государственной власти или органами власти субъектов Российской Федерации;

"поддержка выставочных, ярмарочных, конгрессных мероприятий" – совокупность мер, обеспечивающих официальную поддержку выставочных, ярмарочных и конгрессных мероприятий и содействие предпринимателям, товаропроизводителям и экспортерам в продвижении продукции, товаров и услуг на внутреннем и зарубежном рынке;

"регулирование выставочной, ярмарочной или конгрессной деятельности" – воздействие на выставочную, ярмарочную или конгрессную деятельность и всех ее участников в соответствии с нормативно-правовыми актами для упорядочения процессов, происходящих в выставочной деятельности, и действий участвующих в ней лиц, а также принятие нормативных правовых актов в этих целях;

"собственник объекта, предназначенного для проведения выставочных, ярмарочных, конгрессных мероприятий" – юридическое или физическое лицо, имеющее в собственности специальную территорию с расположенными на ней зданиями и (или) сооружениями, используемыми для проведения выставок, ярмарок и конгрессов;

"субъект выставочной, ярмарочной или конгрессной деятельности (участники рынка выставочных, ярмарочных и конгрессных услуг)" – юридическое или физическое лицо, участвующее в выставочной, ярмарочной и (или) конгрессной деятельности;

"участник выставочного, ярмарочного, конгрессного мероприятия" – юридическое или физическое лицо, зарегистрированное в качестве участника выставочного, ярмарочного или конгрессного мероприятия и использующее выставочные услуги любых видов;

"экспонент" – субъект, который демонстрирует товары и/или услуги, согласованные с организатором выставки, по теме выставки, привлекая для этого собственный или нанятый им персонал;

"ярмарочная деятельность" – деятельность в сфере ярмарочных услуг, осуществляемая для содействия становлению и развитию отношений торгово-экономического, научно-технического и инвестиционного сотрудничества;

"ярмарочное мероприятие (ярмарка)" – мероприятие, на котором демонстрируются и получают распространение товары, услуги и (или) информация и которое проходит в четко установленные сроки и в определенном месте, информация о котором доведена до неопределенного круга лиц;

"выставочная, ярмарочная и конгрессная инфраструктура" – комплекс взаимосвязанных обслуживающих структур или объектов, предназначенных для проведения выставочных, ярмарочных и конгрессных мероприятий;

"выставочный стенд" – временный, быстро возводимый объект, используемый для проведения выставочно-конгрессных мероприятий в целях демонстрации товаров и/или услуг экспонента, смонтированный из конструкций, обеспечивающих быстрое возведение с последующим демонтажом, включающий оборудование различного назначения и художественно-декоративные элементы; возводится без проведения и обустройства фундамента, земельных, кровельных работ и капитальных сооружений.

Статья 4. Участники отношений, регулируемых настоящим Федеральным законом (субъекты отрасли).

К участникам отношений (субъектам) в сфере выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности Российской Федерации относятся:

1. Организатор (устроитель) выставочных, ярмарочных, конгрессных мероприятий. Организаторами (устроителями) выставочных, ярмарочных, конгрессных мероприятий могут выступать:

1) федеральные органы законодательной и исполнительной власти, органы законодательной и исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, при организации официальных выставочных, ярмарочных, конгрессных мероприятий;

2) негосударственные общественные объединения, представляющие интересы деловых кругов (предпринимателей);

- 3) профессиональные объединения в области выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности;
 - 4) отраслевые объединения предпринимателей;
 - 5) выставочные, конгрессные организации;
 - б) конгрессные бюро;
 - 7) прочие организации, относящиеся к деятельности по организации выставок, ярмарок и конгрессов;
 - 8) индивидуальные предприниматели.
2. Собственники конгрессно-выставочных центров, и иных площадок, предназначенных для проведения выставочных, ярмарочных, конгрессных мероприятий;
3. Операторы;
4. Экспоненты/соэкспоненты;
5. Выставочные застройщики;
6. Посетители, разделяющиеся на следующие категории:
- а) посетители-специалисты;
 - б) частные посетители;
 - в) приглашенные посетители;
 - г) иностранные (международные) посетители;
7. Участники ярмарочного мероприятия:
- а) посетители ярмарочного мероприятия;
 - б) продавцы (экспоненты) на ярмарочном мероприятии.

ГЛАВА II. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ВЫСТАВОЧНОЙ, ЯРМАРОЧНОЙ И КОНГРЕССНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Статья 5. Принципы государственной политики.

Государство, признавая выставочную, ярмарочную, конгрессную деятельность одной из приоритетных отраслей экономики Российской Федерации, содействует выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности и создает благоприятные условия для ее развития;

поддерживает приоритетные направления выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности в соответствии с определенными Государством национальными целями и задачами;

формирует представление о Российской Федерации как стране, благоприятной для выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности;

осуществляет поддержку и защиту российских участников (субъектов) выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности и их объединений.

Приоритетными направлениями государственного регулирования выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности являются поддержка и развитие выставочной, ярмарочной, конгрессной индустрии.

Государственное регулирование выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности в Российской Федерации осуществляется путем:

нормативного правового регулирования в сфере выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности;

разработки и реализации федеральных, отраслевых целевых и региональных программ развития выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности и государственных мер поддержки;

содействия в продвижении выставочных, ярмарочных, конгрессных услуг на внутреннем и внешнем рынках;

содействия кадровому обеспечению в сфере выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности;

создания благоприятных условий для развития выставочной, ярмарочной, конгрессной инфраструктуры;

взаимодействия с иностранными государствами и международными организациями в сфере выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности, в том числе через представительства уполномоченного Правительством Российской Федерации федерального органа исполнительной власти за пределами Российской Федерации.

Государственное регулирование выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности в Российской Федерации осуществляется уполномоченным

Правительством Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти.

Статья 6. Полномочия органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления в сфере поддержки и развития выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности

1. В сфере поддержки и развития выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности Правительство Российской Федерации:

осуществляет выработку и реализацию государственной политики в сфере выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности, в том числе формирование правовых основ единого рынка в Российской Федерации;

определяет приоритетные направления развития данных видов деятельности в Российской Федерации;

разрабатывает, утверждает (одобряет) и реализует документы стратегического планирования в сфере выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности, отнесенных к ведению Российской Федерации;

создает и обеспечивает благоприятные условия для развития выставочной, ярмарочной и конгрессной индустрии в Российской Федерации;

утверждает национальные стандарты Российской Федерации в сфере выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности, а также профессиональные стандарты;

обеспечивает безопасность при ведении выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности;

защищает права и законные интересы субъектов выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности;

принимает в пределах своей компетенции нормативные правовые акты по вопросам регулирования выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности.

2. Органы государственной власти субъектов Российской Федерации в сфере поддержки и развития выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности:

осуществляют определение основных задач и приоритетных направлений развития в сфере выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности в субъекте Российской Федерации;

реализуют меры по популяризации, продвижению и развитию выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности в субъектах Российской Федерации;

разрабатывают, утверждают (одобряют) и реализуют документы стратегического планирования в сфере выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности по вопросам, отнесенным к полномочиям субъектов Российской Федерации;

создают благоприятные условия для развития выставочной, ярмарочной и конгрессной индустрии в субъекте Российской Федерации;

совершенствуют материально-техническую базу и инфраструктуру выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности, в том числе с применением механизмов государственно-частного партнерства;

принимают в пределах своей компетенции нормативные правовые акты по вопросам регулирования выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности.

3. Органы местного самоуправления в сфере поддержки и развития выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности:

осуществляют создание благоприятных условий для развития выставочной, ярмарочной и конгрессной индустрии на территории муниципального образования;

создают условия доступности объектов выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности; осуществляют взаимодействие с органами государственной власти субъектов Российской Федерации в целях развития и повышения эффективности ведения выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности на территории муниципального образования;

принимают в пределах своей компетенции нормативные правовые акты по вопросам регулирования выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности.

Статья 7. Программы развития выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности.

1. С целью решения долгосрочных задач и реализации крупномасштабных проектов в области выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности разрабатываются и утверждаются федеральные и региональные целевые программы, как эффективный инструмент реализации государственной политики и решения стратегических задач развития экономики и социальной сферы.

Разработка федеральных и региональных целевых программ осуществляется при совместном участии отраслевых объединений.

Порядок разработки и реализация федеральных целевых программ направленных на развитие выставочной, ярмарочной и конгрессной отрасли определяется Правительством Российской Федерации.

Порядок разработки и реализация региональных целевых программ направленных определяется субъектом Российской Федерации.

2. С целью развития отрасли уполномоченным Правительством Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти совместно с отраслевым сообществом разрабатывается и утверждается Правительством Российской Федерации Стратегия развития отрасли и План реализации (дорожная карта) сроком на 5 лет.

Уполномоченным Правительством Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти осуществляется контроль исполнения положений Стратегии и плана ее реализации.

О ходе выполнения Плана (дорожной карты) уполномоченный Правительством Российской Федерации федеральный орган исполнительной власти во взаимодействии с отраслевым сообществом готовит доклады в Правительство Российской Федерации.

Статья 8. Государственная поддержка субъектов выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности и формы ее предоставления.

1. В целях обеспечения развития выставочной, ярмарочной и конгрессной индустрии, увеличения количества и качества проводимых мероприятий в Российской Федерации реализуются меры государственной поддержки.

2. Государственная поддержка субъектам выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности осуществляется по следующим направлениям:

1) предоставление льгот или установление понижающих ставок по налогам и сборам; установление льготных ставок арендной платы за пользование земельными участками, находящимися в собственности Российской Федерации и субъектов Российской Федерации;

2) предоставление субсидий и компенсаций;

3) реализация механизмов государственно-частного партнерства;

4) обеспечение доступности кредитных ресурсов для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, реализующих инвестиционные проекты по созданию (строительству), реконструкции или модернизации объектов выставочной, ярмарочной и конгрессной инфраструктуры;

5) поддержка общественных и предпринимательских инициатив (предложений) о реализации проектов, повышающих конкурентоспособность выставочных, ярмарочных и конгрессных услуг;

6) поддержка операторов мероприятий, обеспечивающих прирост количества посетивших Российскую Федерацию иностранных участников;

7) обеспечение подготовки и переподготовка специалистов в сфере выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности;

8) предоставление консультационной помощи субъектам выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности;

9) финансовое обеспечение участия и затрат организаций в участие в международных мероприятиях за рубежом;

10) иные направления государственной поддержки в сфере выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности в соответствии с законодательством Российской Федерации.

3. Порядок и условия предоставления государственной поддержки субъектам выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности устанавливаются Правительством Российской Федерации.

4. Приоритетным правом получения субсидий и компенсаций пользуются субъекты малого и среднего предпринимательства.

Глава III. ВЫСТАВОЧНЫЕ, ЯРМАРОЧНЫЕ И КОНГРЕССНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

Статья 9. Классификация выставочных, ярмарочных и конгрессных мероприятий и требования к ним

1. Выставочные мероприятия классифицируются в соответствии с настоящим Федеральным законом по следующим основным признакам:

1) в зависимости от их значимости (всемирная, федеральная или федерального значения, межрегиональная, региональная, местная);

2) по отраслевому признаку (для широкой публики, многоотраслевая или общепромышленная, торговая (выставка-ярмарка), специализированная);

3) в зависимости от географического состава экспонентов (международная, национальная, с международным участием);

4) по времени функционирования (постоянно действующая, временно действующая, долгосрочная, краткосрочная);

5) по формату (очная, виртуальная, гибридная);

6) по целевой аудитории посетителей.

2. Официально признанная международная выставка не входит в классификацию и определяется как выставочное мероприятие, отвечающее следующим требованиям:

1) мероприятием получено одобрение всемирной ассоциации выставочной индустрии или иной организации объединяющей организации в области

выставочной деятельности;

2) мероприятие проходит при поддержке федеральных органов государственной власти или органов государственной власти субъектов Российской Федерации, а также общественных организаций и/или профессиональных объединений предпринимателей.

3) мероприятие соответствует требованиям международных стандартов в области выставочной деятельности в части определения статуса мероприятия как международного.

3. Конгрессные мероприятия классифицируются в соответствии с настоящим Федеральным законом по пяти основным признакам:

1) в зависимости от типа мероприятия (конгресс, съезд, форум, саммит, ассамблея, конференция, симпозиум, совещание, семинар, коллоквиум, круглый стол, биржа деловых контактов, деловой завтрак);

2) в зависимости от числа участников (крупного масштаба – более 1000 участников, среднего масштаба – 250-1000 участников, малого масштаба – менее 250 участников);

3) в зависимости от тематической принадлежности (политические, деловые, научные и научно-практические, корпоративные);

4) по территориальному признаку (мировые или международные, с международным участием, национальные, региональные, муниципальные);

5) по формату участия (с очным участием, виртуальные, гибридные);

4. Ярмарочные мероприятия классифицируются в соответствии с настоящим Федеральным законом по пяти основным признакам:

1) по территориальному признаку (муниципальные, региональные, межрегиональные, национальные, международные);

2) по времени функционирования (постоянно действующие, сезонные, выходного дня, тематические и праздничные);

3) по типам реализуемых товаров (специализированные, универсальные);

4) в зависимости от периодичности проведения (регулярные, разовые);

5) по месту проведения (на закрытых площадях, на открытых площадях).

5. Выставочные и конгрессные мероприятия, рассматриваемые в рамках настоящего Федерального закона не относятся к массовым мероприятиям.

6. При проведении выставочных, ярмарочных и конгрессных мероприятий обеспечивается соблюдение всех установленных требований по безопасности, в том числе санитарно-эпидемиологических, ветеринарных правил, требований пожарной безопасности.

Не допускается проведение ярмарочных мероприятий в детских, оздоровительных и медицинских организациях и учреждениях, а также на территориях детских и спортивных площадок и розничных рынков.

Дополнительные требования к проведению выставочных, ярмарочных и конгрессных мероприятий могут устанавливаться органом государственной власти субъекта Российской Федерации.

Статья 10. Организация и проведение выставочных, ярмарочных и конгрессных мероприятий

1. Организаторы (устроители) выставочных, ярмарочных и конгрессных мероприятий определяют условия их проведения, несут ответственность за организацию и проведение таких мероприятий, имеют право приостанавливать и прекращать такие мероприятия, изменять время их проведения, а также при проведении выставочных мероприятий обеспечивают совместно с собственниками, пользователями объектов выставочных мероприятий меры по обеспечению антитеррористической защищенности, общественного порядка, пожарной и общественной безопасности,

2. Права, обязанности и ответственность экспонентов, участников и посетителей при проведении выставочных, ярмарочных и конгрессных мероприятий устанавливаются в соответствии с настоящим Федеральным законом, другими нормативно-правовыми актами и соответствующими правилами проведения выставочных, ярмарочных и конгрессных мероприятий, утвержденных организатором (устроителем) таких мероприятий.

3. Организаторам (устроителям) выставочных, ярмарочных и конгрессных мероприятия принадлежат исключительные права на использование наименования такого мероприятия и его символики. Права на размещение рекламы товаров, работ и услуг в месте проведения мероприятия принадлежат исключительно организаторам (устроителям) такого мероприятия.

4. Организаторы (устроители) выставочных, ярмарочных и конгрессных мероприятий совместно с собственниками объектов выставочной, ярмарочной и конгрессной инфраструктуры устанавливают требования к распространению (в том числе продаже) входных билетов на такие мероприятия.

Статья 11. Обеспечение добросовестной конкуренции в связи с организацией и проведением выставочных, ярмарочных и конгрессных мероприятий

Выставочные организации, при осуществлении выставочной деятельности, должны руководствоваться Федеральным законом «О защите конкуренции», в своей деятельности должны конкурировать добросовестно, не допускать дискредитации других выставочных организаций путём распространения в любой форме неправдивых, неточных или искаженных сведений о них, которые наносят или могут нанести вред их деловой репутации.

Статья 12. Критерии поддержки выставочных, ярмарочных и конгрессных мероприятий

Поддержка субъектов выставочной, ярмарочной, конгрессной индустрии определяется по установленным нормам (критериям), которые формируют органы государственной власти, субъектов РФ и местного самоуправления во взаимодействии с отраслевым сообществом.

Критерии государственной поддержки выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности в Российской Федерации определяются:

- 1) для площадок и организаторов:
 - наличием материально-технической базы;

- размерами имеющихся или используемых площадей;
- тематикой и количеством мероприятий, проводимых за год;
- географией проведения выездных мероприятий;
- годом учреждения и сроком активной деятельности;
- членством в отраслевых российских и международных организациях;
- наградами и призами, отзывами в прессе, сети Интернет, соц.сетях.

2) для мероприятий:

- результатами независимых экспертиз и аудита;
- знаками поддержки;
- участием регулирующих организаций в принятии решений.

Статья 13. Особенности проведения ярмарочные мероприятия.

Особенности осуществления ярмарочной деятельности, связанные с проведением торговых ярмарок, ярмарок выходного дня устанавливаются в соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 28.12.2009 г. №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации.

Статья 14. Особенности проведения специализированных выставочных мероприятий

1. Проведение специализированных выставок алкогольной продукции (специализированных разделов алкогольной продукции межотраслевых выставок)

При проведении специализированных выставок алкогольной продукции (специализированных разделов алкогольной продукции межотраслевых выставок) хранение на территории выставочного комплекса алкогольной продукции, предназначенной для использования на таких выставках в качестве образцов, не требует лицензирования.

При проведении специализированных выставок алкогольной продукции (специализированных разделов алкогольной продукции межотраслевых выставок) разрешается реклама алкогольной продукции (включая проведение дегустаций, мастер-классов, раздачу образцов алкогольной продукции и т.п.).

Реклама алкогольной продукции при проведении выставок не должна размещаться за пределами территории, на которой проводится выставка.

В части, не предусмотренной настоящей статьей, реклама алкогольной продукции при проведении выставки должна соответствовать требованиям Федерального закона «О рекламе».

При проведении специализированных выставок алкогольной продукции (специализированных разделов алкогольной продукции межотраслевых выставок) собственники выставочного комплекса и организаторы (устроители) выставочных мероприятий обязаны не допускать в места проведения указанных выставок, лиц, не достигших возраста, установленного законодательством, с которого не допускается употребление алкогольной продукции.

2. Проведение специализированных выставок по медицинской тематике

При проведении выставок по медицинской тематике допускается реклама медицинских товаров и услуг, в том числе путем проведения медицинских процедур, при этом:

при проведении медицинских процедур, осуществляемых в качестве рекламы, экспоненты обязаны обеспечить необходимые, в соответствии с требованиями действующего законодательства, условия их проведения;

экспоненты обязаны допускать к проведению медицинских процедур только лиц, имеющих соответствующую квалификацию, подтвержденную документально.

Глава IV. ИНФРАСТРУКТУРА И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА

Статья 15. Объекты инфраструктуры.

К объектам инфраструктуры могут быть отнесены земельные участки, здания, сооружения.

1. К специализированным объектам выставочной недвижимости относятся:

выставочный комплекс (выставочный центр) – специальная территория с расположенными на ней зданиями и/или сооружениями, используемыми для проведения выставочных мероприятий.

выставочный центр – место проведения выставок;

павильон (выставочный) – составной элемент выставочного комплекса, т.е. структурная составляющая;

выставочный зал – составная часть павильона;

мобильный павильон – быстровозводимое сооружение, оснащенное необходимым техническим оборудованием.

Выставочные мероприятия могут проводиться:

- в стационарных закрытых помещениях – выставочных павильонах;

- во временных зданиях и сооружениях, возведенных специально для проведения выставочных мероприятий;

- на открытой территории выставочного комплекса (центра) – открытая площадь территории выставочного комплекса (центра), используемая для проведения выставочных мероприятий;

- на открытой уличной территории – открытая территория, принадлежащая городскому и/или сельскому поселению, отвечающая требованиям для проведения мероприятия;

- в иных стационарных помещениях, инфраструктура, которых позволяет разместить необходимое, плановое количество людей для проведения выставочного мероприятия и отвечающих требованиям по безопасности в соответствии с нормативными актами Российской Федерации.

2. К специализированным объектам конгрессной инфраструктуры относятся:

конгрессный центр – здание или комплекс зданий, спроектированных и построенных специально для проведения конгрессных мероприятий различного масштаба и формата;

конгрессно-выставочный комплекс - комплекс зданий, включающий в себя помещения для проведения конгрессных и/или выставочных мероприятий;

конгрессно-гостиничный комплекс – комплекс зданий, который включает в себя конгресс-центр и гостиницу для размещения участников конгрессных мероприятий;

конгресс-отель – гостиница, располагающая помещениями для проведения конгрессных мероприятий или конгрессных мероприятий с выставочной частью и оказывающая полный комплекс конгрессных услуг;

бизнес-центр – объект коммерческой недвижимости, имеющий в своем составе помещения, пригодные для проведения конгрессных мероприятий;

деловой центр – помещение в отеле (гостинице) или центре для проведения деловых встреч, оборудованное различной техникой;

конференц-зал – помещение, расположенное внутри объекта конгрессной недвижимости или временно сооружаемого объекта и используемое для проведения конгрессного мероприятия;

пресс-зал - помещение, расположенное внутри объекта конгрессной недвижимости или временно сооружаемого объекта и специально оборудованное для проведения пресс-конференций и работы представителей прессы.

Комнаты для переговоров и мероприятий; комнаты для деловых встреч – комнаты и другие помещения, предназначенные для проведения деловых встреч, банкетов, выставок и других коллективных мероприятий.

Объектами конгрессной инфраструктуры могут быть:

- постоянные здания и сооружения, предусмотренные при проектировании конгрессно-выставочных центров, используемые для проведения конгрессных мероприятий;

- временные здания и временные сооружения;

- вспомогательные элементы: движимое имущество, используемое для подготовки и проведения конгрессных мероприятий;

- иные стационарные помещения, инфраструктура, которых позволяет разместить необходимое, плановое количество людей для проведения

конгрессного мероприятия и отвечающие требованиям по безопасности в соответствии с нормативными актами Российской Федерации.

Статья 16. Развитие инфраструктуры и материально-технической базы

1. Развитие материально-технической базы при участии государства.

Развитие материально-технической базы и конгрессно-выставочной инфраструктуры в Российской Федерации осуществляется на принципах государственно-частного партнерства в форме концессионных соглашений и арендных договоров по управлению объектами инфраструктуры выставочной, конгрессной деятельности, в том числе использование имеющихся и создаваемых выставочных и конгрессных площадей на основе инвестиционных проектов.

Особенности государственно-частного партнерства в выставочной и конгрессной деятельности определяются Правительством Российской Федерации.

2. Нормативы наличия инфраструктуры и обеспеченности.

Развитие материально-технической базы руководствуется определением потребностей субъектов Российской Федерации в развитии инфраструктуры выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности (строительство, реконструкция, модернизация) на основе оценки бюджетной и социально-экономической эффективности выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности, экономического анализа производственного и логистического потенциала региона.

3. Поддержка инвесторов для развития инфраструктуры.

С целью привлечения инвесторов для развития конгрессно-выставочной инфраструктуры органами субъектов РФ и органами местного самоуправления разрабатываются и внедряются программы стимулирования организаций-инвесторов по строительству и реконструкции конгрессно-выставочных центров в виде освобождения организаций от налога на имущество на 5 лет и более с момента введения в эксплуатацию на территории субъекта РФ, а также получению льготного финансирования для строительства новых павильонов и иных

сооружений, предназначенных для проведения выставочных, ярмарочных, конгрессных мероприятий.

4. Поддержка организаций, осуществляющих реконструкцию и (или) модернизацию объектов выставочной, ярмарочной и конгрессной инфраструктуры.

Организациям, осуществляющим выставочную, ярмарочную, конгрессную деятельность, предоставляются субсидии на возмещение части прямых понесенных затрат на реконструкцию и (или) модернизацию объектов выставочной и конгрессной инфраструктуры, находящейся в их владении и распоряжении, которые используются для проведения выставок, конгрессов, ярмарок и других деловых мероприятий:

- субсидирование затрат на развитие инфраструктуры объектов конгрессно-выставочной деятельности (модернизация сетей, увеличение мощностей, газификация);

- субсидирование затрат на закупку высокотехнологичного оборудования, в том числе не производящегося в Российской Федерации.

Глава V. ОБЪЕДИНЕНИЯ СУБЪЕКТОВ ВЫСТАВОЧНОЙ, ЯРМАРОЧНОЙ И КОНГРЕССНОЙ ОТРАСЛИ

Статья 17. Профессиональные объединения

1. Профессиональное объединение в сфере выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности является некоммерческой организацией, созданной в форме ассоциации (союза), действующей в целях обеспечения взаимодействия субъектов отрасли, координации их предпринимательской деятельности, представления и защиты общих профессиональных интересов, установления правил профессиональной деятельности при осуществлении такой деятельности.

2. Профессиональное объединение осуществляет следующие функции:

1) представляет и защищает в органах государственной власти, органах местного самоуправления, иных органах и организациях интересы, связанные с осуществлением членами профессионального объединения деятельности;

2) обеспечивает взаимодействие своих членов при осуществлении ими выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности, разрабатывает и устанавливает обязательные для профессионального объединения и его членов правила профессиональной деятельности и контролирует их соблюдение;

3) формирует предложения отраслевого сообщества по совершенствованию нормативно-правовой базы в сфере выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности и развитию отрасли.

3. В члены профессионального объединения могут быть приняты юридическое лицо и индивидуальный предприниматель при условии соответствия таких юридических лиц и индивидуальных предпринимателей требованиям, установленным профессиональным объединением к своим членам.

Профессиональным объединением разрабатываются правила, обязательные для данного объединения и его членов.

Статья 18. Конгрессное бюро

1. Конгрессное бюро (национальное, региональное) создается в форме некоммерческой организации с целью формирования и продвижения позитивного образа города, региона, субъекта федерации, Российской Федерации в целом как территории с благоприятным деловым и инвестиционным климатом, через развитие и поддержку конгрессной деятельности, участие в профильных международных ассоциациях и союзах, привлечение значимых международных деловых мероприятий в город, субъект Российской Федерации, Российскую Федерацию.

2. Конгрессное бюро (национальное, региональное) обладает всеми правами, предусмотренными действующим законодательством Российской Федерации, а также следующими правами:

1) реализовывать комплекс мер, направленных на развитие конгрессной отрасли в городе, регионе, субъекте федерации, Российской Федерации в целом;

2) продвигать город, регион, субъект федерации, Российскую Федерацию в целом как направления для организации деловых мероприятий на международном рынке;

- 3) повышать образовательный уровень участников региональной (национальной) конгрессной отрасли;
- 4) оказывать содействие региональным (национальным) участникам конгрессной отрасли в выходе на международный рынок;
- 5) привлекать в город, регион, субъект федерации, Российскую Федерацию в целом крупные деловые конгрессные мероприятия;
- 6) представлять город, регион, Российскую Федерацию в целом на уровне крупнейших туристических ассоциаций и ассоциаций конгрессной отрасли;
- 7) организовывать сбор статистики о конгрессной отрасли и формировать отчетность;
- 8) оценивать и аккредитовывать компании, являющиеся поставщиками услуг для организации деловых мероприятий.

3. Права, обязанности и ответственность Конгрессного бюро устанавливаются в соответствии с Федеральным законом от 12.01.1996 №7-ФЗ «О некоммерческих организациях» и действующим законодательством Российской Федерации.

Глава VI. ВЫСТАВОЧНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО

(находится в проработке у СРО Союз выставочных застройщиков)

1. Застройка выставочных стендов включает в себя комплекс работ по производству, монтажу и демонтажу выставочных стендов.
2. Производство выставочных стендов – подготовительный этап по производству конструкций, художественных и декоративных элементов стенда вне выставочных площадей.
3. Монтаж выставочных стендов – комплекс работ по монтажу (возведению), художественному и декоративному оформлению стендов или конструктивно-художественных объектов; комплектация их необходимым техническим оборудованием в установленное организатором мероприятия время.
4. Демонтаж выставочных стендов – комплекс работ по демонтажу (разбору) на выставочной площади стендов, экспозиций и конструктивно-художественных объектов в установленное организатором мероприятия время.

Глава VII. ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ ОТРАСЛИ

Статья __. Основные направления государственной политики в области подготовки кадров для отрасли.

Подготовка кадров в сфере выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности осуществляется по следующим направлениям:

- 1) разработка и утверждение концепции кадрового обеспечения развития отрасли;
- 2) разработка и утверждение профессиональных стандартов в сфере выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности;
- 3) разработка и утверждение типовых основных программ профессионального обучения и типовых дополнительных профессиональных программ в области подготовки специалистов в сфере выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности;
- 4) развитие системы признания и поощрения заслуг граждан за достижения в области выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности.

Оказание поддержки субъектам выставочной, ярмарочной, конгрессной деятельности в сфере образования органами государственной власти и органами местного самоуправления может осуществляться в виде:

создания условий для подготовки кадров для субъектов отрасли или их дополнительного профессионального образования;

учебно-методической и научно-методической помощи субъектам конгрессно-выставочной деятельности;

актуализации существующих и разработка новых профессиональных стандартов в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;

разработки и реализации профильных основных профессиональных образовательных программ по уровням образования, программ повышения квалификации и переподготовки кадров отрасли;

создания и внедрения системы независимой оценки квалификации работников, занятых в сфере выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности.

Статья ____. *Образовательные программы в области подготовки специалистов.*

В области подготовки специалистов в сфере выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности реализуются следующие образовательные программы:

образовательные программы среднего профессионального образования и высшего образования,

дополнительные профессиональные программы (программы переподготовки).

Подготовка кадров для отрасли осуществляется в порядке, установленном Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» с учетом особенностей, установленных настоящим Федеральным законом.

Глава VIII. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья ____. **Ответственность организаторов (устроителей) и экспонентов выставочных мероприятий за нарушение за нарушение законодательства Российской Федерации о выставочной деятельности.**

Юридические лица или граждане - экспоненты и организаторы (устроители) выставочного мероприятия за нарушение законодательства Российской Федерации о выставочной деятельности несут гражданско-правовую ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Статья ____. **О вступлении в силу настоящего Федерального закона**

Настоящий закон вступает в силу с _____.