

СВОДНЫЙ ОТЧЕТ

о проведении оценки регулирующего воздействия проекта муниципального нормативного правового акта города Новосибирска, устанавливающего новые или изменяющего ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами города Новосибирска обязанности для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности

1. Общая характеристика проекта муниципального правового акта

1.1. Вид и наименование проекта муниципального правового акта, устанавливающего новые или изменяющего ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами города Новосибирска обязанности для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности (далее – проект муниципального акта): проект постановления мэрии города Новосибирска «Об архитектурно-художественном регламенте размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске».

1.2. Разработчик проекта муниципального акта (с указанием контактной информации): Отдел дизайна городской среды департамента строительства и архитектуры мэрии города Новосибирска, контактные данные – Фаткин Иван Юрьевич – 227-50-03.

1.3. Предполагаемый срок вступления в силу проекта муниципального акта: 01.06 2019.

2. Анализ возможных вариантов правового регулирования общественных отношений

2.1. Проблемы, на решение которых направлены варианты правового регулирования общественных отношений, причины возникновения указанных проблем и негативные эффекты, возникающие вследствие их наличия:

Необходимость разработки и утверждения архитектурно-художественного регламента размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске в соответствии с Правилами распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятыми решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372 «О Правилах распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске» (далее Правила).

Нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Новосибирска, к которому приводит чрезмерная плотность и хаотичность размещения рекламных и информационных конструкций, неурегулированность их конструктивных цветовых и композиционных решений в особенности при размещении на фасадах зданий сооружений вследствие отсутствия подробных разграниченных требований для информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске.

Сформировавшаяся в городе Новосибирске практика определения рекламных и информационных конструкций в зависимости от площади данных конструкций, противоречащая позиции ФАС России, выраженной в информационном письме от 27.12.2017 № АК/92163/17 «О разграничении понятия вывеска и реклама» в следствие чего на фасадах в местах размещения вывесок установились рекламные конструкции. При этом практически теряется возможность регулирования внешнего вида элементов информационно – рекламного оформления фасадов. Зачастую информационные, с точки зрения ФАС, конструкции в Новосибирске считаются рекламными, что приводит к временным и финансовым затратам предпринимателей при получении разрешения на размещение вывески (информационной конструкции) как на размещение рекламной конструкции.

Субъективность оценки соответствия рекламной конструкции внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города Новосибирска при согласовании места размещения рекламной конструкции уполномоченным органом.

Отсутствие понимания у заинтересованных лиц, при размещении каких информационных конструкции не требуется получение разрешения.

Сложность восприятия ранее создаваемых нормативно - правовых актов, регулирующих внешний вид рекламных и информационных конструкций, в связи с отсутствием графических приложений.

Невозможность дифференциации требований к внешнему виду рекламных и информационных конструкций в зависимости от туристической значимости той или иной территории города Новосибирска.

2.2. Возможные варианты правового регулирования общественных отношений, направленные на решение проблем, указанных в пункте 2.1:

№ п/п	Проблема	Возможные варианты правового регулирования общественных отношений	Расчет издержек и выгод применения варианта правового регулирования общественных отношений
1	2	3	4
1	Необходимость разработки и утверждения архитектурно-художественного регламента размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске в соответствии с Правилами	Разработка и утверждение архитектурно-художественного регламента размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске	<p>1. Плюсы: издание муниципального нормативно правового акта в соответствии с решением Совета депутатов города Новосибирска</p> <p>Минусы: нет</p>
2	Нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Новосибирска к которому приводит чрезмерная плотность и хаотичность размещения рекламных и информационных конструкций, неурегулированность их конструктивных цветовых и композиционных решений в особенности при размещении на фасадах зданий строений сооружений, вследствие отсутствия подробных разграниченных требований для информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске	В целях упорядочения размещения информационных конструкций, создания комфортного визуального пространства, с учетом необходимости сохранения и дальнейшего развития внешнего архитектурного облика застройки города Новосибирска, посредством определения допустимых размеров и требований к расположению, конструктивным особенностям, цветовым и световым решениям информационных и рекламных конструкций на фасадах зданий, а также на земельных участках	<p>Плюсы: улучшение архитектурного облика городской среды, увеличение визуальной привлекательности.</p> <p>Минусы: дополнительные расходы для лиц, заинтересованных в размещении информации о себе, в связи с введением ограничений на использования низкокачественных недолговечных материалов, внешней подсветки, для изготовления информационных и рекламных конструкций, необходимостью изготовления технически более сложных рекламных и информационных конструкций.</p>
3	Сформировавшаяся в городе Новосибирске практика определения рекламных и информаци-	Приведение требований к рекламным и информационным конструкциям в со-	Плюсы: 1) соответствие вновь устанавливаемых требований законодательству. 2)

	<p>онных конструкций в зависимости от площади данных конструкций, противоречащая позиции ФАС России, выраженной в информационном письме от 27.12.2017 № АК/92163/17 "О разграничении понятия вывеска и реклама" в следствие чего на фасадах в местах размещения вывесок установились рекламные конструкции. При этом практически теряется возможность регулирования внешнего вида элементов информационно – рекламного оформления фасадов. Зачастую информационные, с точки зрения ФАС, конструкции в Новосибирске считаются рекламными, что приводит к временным и финансовым затратам предпринимателей при получении разрешения на размещение вывески (информационной конструкции) как на размещение рекламной конструкции</p>	<p>ответствие с позицией ФАС России, выраженной в информационном письме от 27.12.2017 № АК/92163/17 "О разграничении понятия вывеска и реклама". Создание обособленных требований для рекламных и информационных конструкций. Изменения порядка оформления и контроля за размещением конструкций отнесенных к информационным.</p>	<p>возможность размещать без получения разрешения и дополнительных временных финансовых затрат, связанных с получением согласований, разработкой проектной документации, уплатой госпошлин, конструкций для которых ранее в городе Новосибирске требовалось получение разрешений</p> <p>Минусы: необходимость изменения сложившейся системы муниципального контроля и проведения постоянного мониторинга размещения конструкций, относящихся к информационным с момента вступления в силу Архитектурно-художественного регламента размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске</p>
4	<p>Субъективность оценки соответствия рекламной конструкции внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города Новосибирска при согласовании места размещения рекламной конструкции уполномоченным органом</p>	<p>Создание точных требований к размерам, расположению, конструктивным особенностям, цветовым и световым решениям информационных и рекламных конструкций на фасадах зданий, а также на земельных участках исключает возможность субъективной оценки при Определении соответствия или несоответствия рекламной конструкции внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города Новосибирска</p>	<p>Плюсы: устранение спорных ситуаций при согласовании размещения рекламных конструкций, и оформлении информационных конструкций. Минусы: нет</p>
5	<p>Отсутствие понимания у заинтересованных лиц, при размещении каких информационных конструкции не требуется по-</p>	<p>Создание порядка оформления информационных конструкций соответствующих устанавливаемым</p>	<p>Плюсы: точное описание требований к информационным конструкциям, а также создание порядка регистрации ин-</p>

	лучение разрешения	требованиям	формационных конструкций позволяет заинтересованным лицам определить параметры предполагаемой информационной конструкции и в дальнейшем без дополнительных временных затрат разместить и оформить информационную конструкцию. Минусы: нет
6	Сложность восприятия ранее создаваемых нормативно - правовых актов, регулирующих внешний вид рекламных и информационных конструкции, в связи с отсутствием графических приложений	Создание графического приложения к вновь устанавливаемым требованиям к информационным и рекламным конструкциям	Плюсы: Легкость восприятия и исключение двоякого толкования требований. Минусы: нет
7	Невозможность дифференциации требований к внешнему виду рекламных и информационных конструкций в зависимости от туристической значимости той или иной территории города Новосибирска	Создание отдельных требований к рекламным и информационным конструкциям, размещающимся на гостевых маршрутах города Новосибирска	Плюсы: улучшение архитектурного облика городской среды, увеличение визуальной привлекательности основных магистральных улиц (требования к рекламным и информационным конструкциям, размещающимся на гостевых маршрутах города Новосибирска предполагается утвердить дополнительно. В предлагаемой редакции регламента данные требования не установлены. (например, ограничение использования информационных конструкций в виде световых коробов, ограничение максимальных форматов рекламных конструкций и пр.). Минусы: возможные дополнительные расходы для лиц, заинтересованных в размещении информации о себе, в связи с введением повышенных требований к внешнему виду устанавливаемых конструкций

2.3. Изучение опыта решения заявленных проблем в других субъектах, муниципальных образованиях Российской Федерации:

1. Постановление Правительства Москвы № 902-ПП от 25 декабря 2013 года «О размещении информационных конструкций в городе Москве».

2. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 09.11.2016 № 961 (ред. от 19.12.2017) «О Правилах благоустройства территории Санкт-Петербурга и о внесении изменений в некоторые постановления Правительства Санкт-Петербурга».

3. Приложение № 6 к Правилам благоустройства территории Санкт-Петербурга в части, касающейся эстетических регламентов объектов благоустройства и элементов благоустройства «Эстетический регламент наружной рекламы и информации».

4. Приложение к распоряжению председателя комитета по градостроительной политике, архитектуре и капитальному строительству администрации муниципального образования «Город Саратов» от 28.07.2017 № 37-ОД Архитектурно-художественные требования внешнего вида вывесок на территории муниципального образования «Город Саратов».

5. Распоряжение Главархитектуры Московской области от 14.07.2015 №31РВ-72 «Об утверждении Архитектурно-художественного регламента информационного и рекламного оформления зданий, строений, сооружений и объектов благоустройства Московской области».

6. Решение казанской городской думы от 07.06.2012 № 4-14 «О правилах благоустройства города Казани».

7. Письмо Федеральной антимонопольной службы от 27.12.2017 № АК/92163/17 «О разграничении понятий вывеска и реклама».

2.4. Выводы по итогам проведения анализа возможных вариантов правового регулирования общественных отношений (обоснование выбора, предлагаемого проектом муниципального акта способа правового регулирования):

Минимизация негативного влияния рекламных и информационных конструкций на архитектурный облик застройки города Новосибирска — это установление подробных требований к размерам расположению, конструктивным особенностям, цветовым и световым решениям информационных и рекламных конструкций на фасадах зданий, а также на земельных участках. В городе Новосибирске данные требования могут быть установлены следующими способами:

включение указанных требований в Правила благоустройства территории города Новосибирска, утвержденные решением Совета депутатов города Новосибирска от 27.09.2017 № 469;

включение указанных требований в Правила распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятые решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372;

создание отдельного муниципального правового акта (Архитектурно-художественного регламента размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске).

Из указанных вариантов создание отдельного муниципального правового акта является наиболее предпочтительным в силу следующих факторов:

в связи с большим количеством графической и текстовой информации, регламентирующей внешний вид рекламных и информационных конструкций, включение ее в действующие нормативно правовые акты, утверждаемые решением Совета депутатов города Новосибирска, значительно увеличит их объем и усложнит восприятие;

создание отдельного муниципального правового акта предусматривает возможность оперативного внесения изменений, что не потребует вмешательства в действующие нормативно правовые акты, утверждаемые решением Совета депутатов города Новосибирска.

Таким образом, создание муниципального правового акта «Архитектурно-художественный регламент размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске» является наиболее предпочтительным относительно иных вариантов правового регулирования общественных отношений.

2.5. Цели предлагаемого способа правового регулирования:

N п/п	Цель	Показатели достижения целей правового регулирования	Обоснование расчета показателей достижения целей
1	2	3	4
2	Увеличение комфортности городской среды за счет минимизации негативного влияния размещения рекламных и информационных конструкций на внешний архитектурный облик сложившейся застройки города Новосибирска.	–	–
1	Замена установленных рекламных и информационных конструкций информационными конструкциями соответствующих устанавливаемым требованиям.	Ежегодное сокращение количества информационных конструкций не соответствующих устанавливаемым требованиям.	–
2	Сокращение количества рекламных конструкций на фасадах зданий и с повышением качества их технического исполнения	Ежегодное сокращение количества рекламных конструкций не соответствующих устанавливаемым требованиям.	–
3	Сокращение временных и финансовых затрат предпринимателей при размещении информационных и рекламных конструкций соответствующих устанавливаемым требованиям.	–	–

2.6. Планируемые мероприятия по контролю достижения целей предлагаемого муниципальным актом способа правового регулирования: ежедневный мониторинг размещения рекламных и информационных конструкций, незамедлительное принятие административных мер в отношении конструкций, не соответствующих устанавливаемым требованиям.

2.7. Содержание устанавливаемых (изменяемых) предлагаемым проектом муниципального акта способом правового регулирования обязанностей и полномочий:

№ п/п	Категория лиц, на которых распространяется правовое регулирование (субъекты предпринимательской, инвестиционной деятельности, органы местного самоуправления, жители города Новосибирска, иные лица)	Содержание устанавливаемых (изменяемых) обязанностей субъектов предпринимательской, инвестиционной деятельности и иных лиц, полномочий органов местного самоуправления города Новосибирска	Расходы и доходы субъектов предпринимательской, инвестиционной деятельности и иных лиц, бюджета города Новосибирска
1	2	3	4
1	Физические и юридические лица, индивидуальные предприниматели, заинтересованные в размещении рекламных и информационных конструкций на территории города Новосибирска, включая размещение на зданиях строениях и сооружениях.	Физические и юридические лица, индивидуальные предприниматели, заинтересованные в размещении информационных конструкций, обязаны информировать мэрию города Новосибирска при размещении новой информационной конструкции в соответствии с устанавливаемой формой.	–

2.8. Обоснование необходимости установления переходного периода, распространения способа правового регулирования на ранее возникшие отношения:

Установление переходного периода не требуется.

3. Результаты размещения уведомления о подготовке проекта муниципального акта

3.1. Уведомление о подготовке проекта муниципального акта было размещено 05.03.2019 – и доступно в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" по следующему адресу: <http://pravo.novo-sibirsk.ru/pravdocsinf.aspx>

3.2. Предложения в связи с размещением уведомления принимались в период с 06.03.2019 по 20.03.2019.

3.3. Предложения, поступившие по итогам размещения уведомления:

N п/п	Лицо, представившее предложения	Содержание предложения	Обоснование принятия или отклонения предложения
1	2	3	4
1			