



ПРАВИТЕЛЬСТВО НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ
МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

15.04.2024 № 2-э

**об экспертизе постановления Правительства Новосибирской области
от 13.11.2013 № 489-п «Об утверждении Порядка предварительного
согласования схем размещения рекламных конструкций и вносимых в них
изменений»**

Министерство экономического развития Новосибирской области (далее – Министерство) провело экспертизу постановления Правительства Новосибирской области от 13.11.2013 № 489-п «Об утверждении Порядка предварительного согласования схем размещения рекламных конструкций и вносимых в них изменений» (далее соответственно – Постановление, Нормативный акт; Порядок № 489-п, Порядок).

Заключение дано в соответствии с Порядком проведения экспертизы нормативных правовых актов Новосибирской области, затрагивающих вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности, в целях выявления положений, необоснованно затрудняющих осуществление предпринимательской и инвестиционной деятельности, утверждённым постановлением Правительства Новосибирской области от 15.07.2014 № 275-п (далее – Порядок проведения экспертизы).

1. Общее описание рассматриваемого регулирования

Статья 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее также – Закон о рекламе) предусматривает ряд требований к распространению наружной рекламы с использованием рекламных конструкций. Таковыми при этом, как следует из части 1 указанной статьи, понимаются щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, проекционное и иное предназначенное для проекции рекламы на любые поверхности оборудование, воздушные шары, аэростаты и иные технические средства стабильного территориального размещения.

Согласно части 5.8 статьи 19 Закона о рекламе, органы местного самоуправления муниципальных районов, муниципальных или городских округов утверждают схемы размещения рекламных конструкций:

- 1) на земельных участках независимо от форм собственности;

2) на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности.

Как следует из части 5.1 той же статьи, торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в государственной собственности, муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, проводятся после утверждения схемы размещения рекламных конструкций.

Часть 5.8 указанной статьи также определяет следующие требования к схеме размещения рекламных конструкций.

Во-первых, это документ, который определяет места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах.

Во-вторых, этот документ должен соответствовать документам территориального планирования и обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности.

В-третьих, этот документ должен содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей (так называется часть рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы) и технических характеристик рекламных конструкций.

Наконец, рассматриваемая часть 5.8 статьи 19 Закона о рекламе содержит предписания процедурного характера.

Во-первых, схема размещения рекламных конструкций и изменения в неё подлежат предварительному согласованию с уполномоченным органом исполнительной власти соответствующего субъекта Российской Федерации. Порядок такого согласования устанавливается высшим исполнительным органом государственной власти данного субъекта Российской Федерации.

Во-вторых, схема размещения рекламных конструкций и изменения в неё подлежат опубликованию (обнародованию) в порядке, установленном для официального опубликования (обнародования) муниципальных правовых актов, и размещению на официальном сайте органа местного самоуправления муниципального района, органа местного самоуправления муниципального округа или органа местного самоуправления городского округа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Анализируемое Постановление утверждает порядок такого предварительного согласования. Порядок состоит из 24 пунктов.

Пунктом 2 Порядка установлен орган государственной власти Новосибирской области, в который органы местного самоуправления должны направлять схемы для их предварительного согласования. Таковым является министерство строительства Новосибирской области (далее – Минстрой НСО).

Абзац первый пункта 4 Порядка определяет состав схемы, пункты 4.1–4.3 — требования к форме и содержанию отдельных её элементов. Абзац второй пункта 4.1, пункты 4.4–4.5 устанавливают требования к форме представления схемы. Пункт 4.6 Порядка описывает особенности действия перечисленных пунктов в случае внесения изменений в схему. Само правило о том, что согласование изменений в схемы осуществляется в соответствии с Порядком, предусмотрено его пунктом 16.

Пункты 5 и 5.1 Порядка регламентирует действия Минстроя НСО в случае поступления схемы на предварительное согласование.

Пункт 6 Порядка устанавливает максимальный срок предварительного согласования схемы: 20 рабочих дней с момента поступления.

Пункты 7–9 Порядка устанавливают процедуру собственно согласования схемы, пункт 9.1 — основания для отказа в таком согласовании, пункт 10 — порядок уведомления органа местного самоуправления о принятом решении.

Пункты 11–12 Порядка определяют возможные действия органа местного самоуправления в случае отказа в согласовании схемы: повторное обращение после устранения оснований для отказа или инициатива создания согласительной комиссии. Пункты 13–15 устанавливают порядок создания комиссии, её работы и последующие действия органа местного самоуправления.

Остальные пункты фактически дублируют приведённые выше положения федерального законодательства.

2. Информация о проведённых публичных консультациях

Публичные консультации по Нормативному акту проводились в период с 10 марта по 10 апреля 2023 года на странице <https://dem.nso.ru/#/npa/bills/a08189e1-f801-4447-9eed-d93769040415>.

О проведении публичных консультаций были извещены:

- Министерство строительства Новосибирской области;
- Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Новосибирской области;
- Управление по государственной охране объектов культурного наследия Новосибирской области;
- главы муниципальных районов и городских округов Новосибирской области;
- Союз «Новосибирская торгово-промышленная палата»;
- Союз «Новосибирская городская торгово-промышленная палата»;
- ООО Группа Компаний «Аурум»;
- ООО «ПИК»;
- ООО «СМАРТ-РЕГИОН»;
- ООО «Группа Компаний «Реклама онлайн»;
- ООО «Онлайн Медиа»;
- ООО «Рекламные технологии»;
- ООО «Мастер дизайн сувенир»;
- ООО Группа компаний «Абсолют»;
- Рекламное агентство Мастерская 54;

- ООО «Агентство рекламы и печати»;
- ООО «А-Фабрика Идей»;
- ООО ПКФ «Рекламное агентство КиТ»;
- ООО «Афиша»;
- ООО «Рим-С»;
- Компания Наружка;
- ООО «Академия принт»;
- ООО «Неон»;
- ООО «Русс Аутдор»;
- ООО «БАТИС»;
- ООО РК «Вавилон»;
- РПК Империя Рекламы;
- ООО «Агитатор»;
- Рекламное агентство Рекламная скорая;
- ООО «Даккордо»;
- ООО «Ол Райт».

Администрации городов Искитима, Оби, рабочего посёлка Кольцово, а также Барабинского, Венгеровского, Здвинского, Карасукского, Каргатского, Коченёвского, Краснозёрского, Куйбышевского, Купинского, Кыштовского, Маслянинского, Мошковского, Новосибирского, Ордынского, Сузунского, Татарского, Тогучинского, Усть-Таркского, Черепановского, Чулымского районов Новосибирской области сообщили об отсутствии замечаний и предложений.

Замечания и предложения, поступившие от участников публичных консультаций, перечислены в таблице 1 и рассматриваются в разделе 3 настоящего заключения.

Таблица 1. Перечень замечаний и предложений участников публичных консультаций

Замечание	Предложение
Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Новосибирской области	
<p>Порядок № 489-п принят в соответствии с частью 5.8 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».</p> <p>Федеральным законом от 14.07.2022 № 286-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон „О рекламе“ и Федеральный закон „О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации“» в указанную часть внесены изменения.</p>	<p>С целью недопущения нарушения прав и законных интересов субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности предлагаю Порядок № 489-п привести в соответствие с Федеральным законом от 14.07.2022 № 286-ФЗ путём внесения соответствующих изменений, в том числе по тексту после слов «органы местного самоуправления муниципальных районов» дополнить словами «, муниципальных».</p>
Союз «Торгово-промышленная палата Новосибирской области»	
<p>1. Схема утверждается в среднем один раз в год, что слишком редко.</p> <p>2. Основная причина этого: отсутствие на муниципальном уровне утверждённого Порядка разработки и утверждения Схемы с указанием необходимой периодичности внесения изменений в Схему, чётких критериев / оснований для принятия или отклонения заявок на включение в Схему от предпринимателей.</p> <p>Вместе с тем отсутствует и основной документ — Концепция размещения наружной рекламы в городе Новосибирске.</p> <p>Отсутствие этих двух документов не позволяет предпринимателям прогнозировать свою деятельность и самостоятельно оценить возможность и вероятность внесения в Схему тех или иных конструкций, что затрудняет планирование развития и инвестиционной деятельности малых и средних предприятий в городе Новосибирске.</p> <p>3. На муниципальном уровне, например в городе Новосибирске, на согласительные комиссии не приглашаются представители бизнеса, протоколы данных заседаний не отражают сути обсуждаемых заявлений предпринимателей на включение в Схему на этих заседаниях, что не позволяет получать предпринимателям конкретных итогов по их заявлениям. Результат рассмотрения заявления предприниматели могут увидеть, только изучая утверждённую Схему. Если в Схеме не появляется конструкция, в отношении которой они подавали заявление, то и причины отказа им неизвестны.</p>	<p>1. В целях защиты прав предпринимателей необходимо каждый раз при изменении Схемы проводить оценку регулирующего воздействия проекта нормативно-правового акта, как это делается в большинстве других регионов РФ. Для этого предлагаем ввести в Порядок № 489-п обязанность предоставления положительного заключения об оценке регулирующего воздействия в качестве необходимого документа для согласования Схемы уполномоченным органом, внеся в Порядок следующие изменения:</p> <p>1) пункт 4 дополнить следующими положениями:</p> <p>«К Схеме в обязательном порядке прилагается заключение об оценке регулирующего воздействия согласно Закону Новосибирской области от 24.11.2014 № 485-ОЗ „О проведении оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов, устанавливающих новые или изменяющих ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами обязательные требования для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, обязанности для субъектов инвестиционной деятельности, и экспертизы муниципальных нормативных правовых актов, затрагивающих вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности“, а также решения Совета депутатов города Новосибирска от 25.04.2017 № 395 „О проведении оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов города Новосибирска, устанавливающих новые или изменяющих ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами города Новосибирска обязательные требования для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, обязанности для субъектов инвестиционной деятельности, и экспертизы</p>

Замечание	Предложение
	<p>муниципальных нормативных правовых актов города Новосибирска, затрагивающих вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности“, и заключение об оценке регулирующего воздействия направляется в уполномоченный орган на бумажном носителе в соответствии с требованиями, установленными в пункте 4.4 настоящего Порядка».</p> <p>2) изложить подпункт 5 пункта 4.4 Порядка в следующей редакции:</p> <p>«5) заключение об оценке регулирующего воздействия и документация Схемы должны быть прошиты, пронумерованы и скреплены печатью органа местного самоуправления муниципального района или городского округа Новосибирской области и подписью уполномоченного должностного лица»</p> <p>3) изложить пункт 4.6 Порядка в следующей редакции:</p> <p>«4.6. В случае внесения изменений в ранее утверждённые Схемы органы местного самоуправления муниципальных районов и городских округов Новосибирской области направляют на согласование в уполномоченный орган заключение об оценке регулирующего воздействия и Схемы, включающие в себя схематическую карту территории муниципального образования, на которой отмечены и пронумерованы все изменения, вносимые в ранее согласованную Схему, карты размещения новых или изменяемых рекламных конструкций и перечень адресных ориентиров установки и эксплуатации рекламных конструкций, оформленные в соответствии с пунктами 4.1–4.3 настоящего Порядка»;</p> <p>4) Дополнить пункт 9.1 Порядка подпунктами 3–4 следующего содержания:</p> <p>«3) отсутствие заключения об оценке регулирующего воздействия;</p> <p>4) наличие в заключении об оценке регулирующего воздействия выводов о наличии в проекте муниципального правового акта положений, вводящих избыточные обязанности, запреты и ограничения для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности или способствующих их введению, положений, способствующих возникновению необоснованных расходов субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности и бюджета города Новосибирска, о несоблюдении принципов, установленных Федеральным законом от 31.07.2020 № 247-ФЗ „Об обязательных требованиях в Российской</p>

Замечание	Предложение
	<p>Федерации“ и / или о наличии в нём невыполненных предложений по установлению выявленных недостатков проекта муниципального правового акта;».</p> <p>2. Предлагаем ввести процедуру получения рекомендаций Союза «Торгово-промышленная палата Новосибирской области» при согласовании Схемы, изменении Схемы, дополнив:</p> <p>1) Порядок пунктом 8.1 следующего содержания:</p> <p>«8.1. В течение 3 рабочих дней со дня регистрации поступления Схемы уполномоченный орган направляет копию Схемы для её рассмотрения и подготовки рекомендаций о её согласовании или об отказе в её согласовании в Союзе „Торгово-промышленная палата Новосибирской области“. Уполномоченный орган вправе на своё усмотрение принимать или не принимать рекомендации Союза „Торгово-промышленная палата Новосибирской области“»;</p> <p>2) пункт 9.1 Порядка подпунктом 5 следующего содержания:</p> <p>«5) решение уполномоченного органа о доработке Схемы на основании рекомендаций Союза „Торгово-промышленная палата Новосибирской области“».</p>
Новосибирское областное отделение «Опора России»	
	<p>С целью усиления эффективности взаимодействия муниципальных органов власти с предпринимателями, считаем необходимым дополнить Порядок:</p> <p>1. Обязанностью органов местного самоуправления вносить изменения в Схему не реже 2 раз в календарный год.</p> <p>2. Обязанностью органов местного самоуправления публично рассматривать заявления предпринимателей о включении мест в Схему путём приглашения заявителей на согласительные комиссии по рассмотрению заявлений предпринимателей (рабочие группы).</p> <p>3. В целях защиты прав предпринимателей ввести в пункт 4 Порядка обязательное требование для органов местного самоуправления предоставлять положительное заключения об оценке регулирующего воздействия в качестве необходимого документа для согласования Схемы уполномоченным органом (проводить ОРВ).</p>

Замечание	Предложение
	<p>4. В целях получения непредвзятого и объективного мнения, а также исключения ограничений по осуществлению предпринимательской деятельности участников рынка наружной рекламы предлагаем дополнить Порядок пунктом 8.1, устанавливающей:</p> <p>— процедуру получения рекомендаций от Торгово-промышленной палаты Новосибирской области при согласовании / изменении Схемы;</p> <p>— необходимость получения заключения по вносимым изменениям от Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Новосибирской области и Новосибирского областного отделения «ОПОРА РОССИИ» как некоммерческой организации, чья деятельность направлена на защиту и развитие прав предпринимательства.</p>
ООО «ГК „АБЛ“»	
<p>В Новосибирске с 2020 года не вносятся новые рекламные места.</p>	<p>1. Определить Порядком, сколько раз в год необходимо принятие Схемы.</p> <p>2. Внести пункт или требования для органов местного самоуправления предоставить в общем пакете документов положительное заключение об оценке регулирующего воздействия согласно Закону Новосибирской области от 24.11.2014 № 485-ОЗ «О проведении оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов, устанавливающих новые или изменяющих ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами обязательные требования для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, обязанности для субъектов инвестиционной деятельности, и экспертизы муниципальных нормативных правовых актов, затрагивающих вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности».</p> <p>Положительное заключение об ОРВ будет являться доказательством, что все крупные участники рынка согласны с предлагаемыми изменениями в Схеме.</p> <p>3. Привлечь к согласованию предлагаемой Схемы экспертов / участников рынка как наружной рекламы, так и в целом бизнеса:</p> <p>— ведущих рекламных агентств (обладателей значимой % доли рынка отдельностоящих рекламоносителей);</p>

Замечание	Предложение
	<p>— СОЮЗ «Новосибирская торгово-промышленная палата»;</p> <p>— НКО «ОПОРА РОССИИ»;</p> <p>— экспертных организаций в сфере наружной рекламы на соответствие ГОСТам и СНПам.</p>
ООО «Магистраль Медиа»	
	<p>1. Определить Порядком, сколько раз в год необходимо принятие Схемы.</p> <p>2. Внести пункт или требования для органов местного самоуправления предоставить в общем пакете документов положительное заключение об оценке регулирующего воздействия согласно Закону Новосибирской области от 24.11.2014 № 485-ОЗ «О проведении оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов, устанавливающих новые или изменяющих ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами обязательные требования для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, обязанности для субъектов инвестиционной деятельности, и экспертизы муниципальных нормативных правовых актов, затрагивающих вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности».</p> <p>Положительное заключение об ОРВ будет являться доказательством, что все крупные участники рынка согласны с предлагаемыми изменениями в Схеме.</p> <p>3. Привлечь к согласованию предлагаемой Схемы экспертов / участников рынка как наружной рекламы, так и в целом бизнеса:</p> <p>— ведущих рекламных агентств (обладателей значимой % доли рынка отдельностоящих рекламоносителей);</p> <p>— СОЮЗ «Новосибирская торгово-промышленная палата»;</p> <p>— НКО «ОПОРА РОССИИ»;</p> <p>— экспертных организаций в сфере наружной рекламы на соответствие ГОСТам и СНПам.</p>
ООО «Рекламные технологии»	
1. Схема утверждается в среднем один раз в год, что слишком редко.	1. В целях защиты прав предпринимателей необходимо каждый раз при изменении Схемы проводить оценку регулирующего воздействия проекта

Замечание	Предложение
<p>2. Основная причина этого: отсутствие на муниципальном уровне утверждённого Порядка разработки и утверждения Схемы с указанием необходимой периодичности внесения изменений в Схему, чётких критериев / оснований для принятия или отклонения заявок на включение в Схему от предпринимателей.</p> <p>Вместе с тем отсутствует и основной документ — Концепция размещения наружной рекламы в городе Новосибирске.</p> <p>Отсутствие этих двух документов не позволяет предпринимателям прогнозировать свою деятельность и самостоятельно оценить возможность и вероятность внесения в Схему тех или иных конструкций, что затрудняет планирование развития и инвестиционной деятельности малых и средних предприятий в городе Новосибирске.</p> <p>3. Орган местного самоуправления не даёт внятных, обоснованных отказов по заявлениям о включении в Схему, что не позволяет понять причин отказов, исправить их по возможности и вновь подать заявление с устранёнными причинами, если это возможно технически.</p> <p>В частности, на муниципальном уровне в городе Новосибирске на согласительные комиссии не приглашаются представители бизнеса, протоколы данных заседаний не отражают сути обсуждаемых заявлений предпринимателей на включение в Схему на этих заседаниях, что не позволяет получать конкретные итоги рассмотрения заявлений. Результат рассмотрения заявления можно увидеть, только изучая утверждённую Схему. Если в Схеме не появляется конструкция, в отношении которой они подавали заявление, то причины отказа неизвестны.</p>	<p>нормативно-правового акта, как это делается в большинстве других регионов РФ. Для этого предлагаем ввести в Порядок № 489-п обязанность предоставления положительного заключения об оценке регулирующего воздействия в качестве необходимого документа для согласования Схемы уполномоченным органом, внося в Порядок следующие изменения:</p> <p>1) пункт 4 дополнить следующими положениями:</p> <p>«К Схеме в обязательном порядке прилагается заключение об оценке регулирующего воздействия согласно Закону Новосибирской области от 24.11.2014 № 485-ОЗ „О проведении оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов, устанавливающих новые или изменяющих ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами обязательные требования для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, обязанности для субъектов инвестиционной деятельности, и экспертизы муниципальных нормативных правовых актов, затрагивающих вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности“, а также решения Совета депутатов города Новосибирска от 25.04.2017 № 395 „О проведении оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов города Новосибирска, устанавливающих новые или изменяющих ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами города Новосибирска обязательные требования для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, обязанности для субъектов инвестиционной деятельности, и экспертизы муниципальных нормативных правовых актов города Новосибирска, затрагивающих вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности“, и заключение об оценке регулирующего воздействия направляется в уполномоченный орган на бумажном носителе в соответствии с требованиями, установленными в пункте 4.4 настоящего Порядка».</p> <p>2) изложить подпункт 5 пункта 4.4 Порядка в следующей редакции:</p> <p>«5) заключение об оценке регулирующего воздействия и документация Схемы должны быть прошиты, пронумерованы и скреплены печатью органа местного самоуправления муниципального района или городского округа Новосибирской области и подписью уполномоченного должностного лица»</p>

Замечание	Предложение
	<p>3) изложить пункт 4.6 Порядка в следующей редакции:</p> <p>«4.6. В случае внесения изменений в ранее утверждённые Схемы органы местного самоуправления муниципальных районов и городских округов Новосибирской области направляют на согласование в уполномоченный орган заключение об оценке регулирующего воздействия и Схемы, включающие в себя схематическую карту территории муниципального образования, на которой отмечены и пронумерованы все изменения, вносимые в ранее согласованную Схему, карты размещения новых или изменяемых рекламных конструкций и перечень адресных ориентиров установки и эксплуатации рекламных конструкций, оформленные в соответствии с пунктами 4.1–4.3 настоящего Порядка»;</p> <p>4) Дополнить пункт 9.1 Порядка подпунктами 3–5 следующего содержания:</p> <p>«3) отсутствие заключения об оценке регулирующего воздействия;</p> <p>4) наличие в заключении об оценке регулирующего воздействия выводов о наличии в проекте муниципального правового акта положений, вводящих избыточные обязанности, запреты и ограничения для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности или способствующих их введению, положений, способствующих возникновению необоснованных расходов субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности и бюджета города Новосибирска, о несоблюдении принципов, установленных Федеральным законом от 31.07.2020 № 247-ФЗ „Об обязательных требованиях в Российской Федерации“ и / или о наличии в нём невыполненных предложений по установлению выявленных недостатков проекта муниципального правового акта;».</p> <p>2. Предлагаем ввести процедуру получения рекомендаций Торгово-промышленной палаты Новосибирской области, для исключения ограничений по осуществлению предпринимательской деятельности участников рынка наружной рекламы — также включить пункт о необходимости получения заключения по вносимым изменениям от Уполномоченного по правам предпринимателей НСО и Некоммерческой общественной организации «Опора России», чья деятельность направлена на защиту и развитие предпринимательства; для этого дополнить:</p>

Замечание	Предложение
	<p>1) Порядок пунктом 8.1 следующего содержания:</p> <p>«8.1. В течение 3 рабочих дней со дня регистрации поступления Схемы уполномоченный орган направляет копию Схемы для её рассмотрения и подготовки рекомендаций о её согласовании или об отказе в её согласовании в Торгово-промышленную палату Новосибирской области, Уполномоченному по правам предпринимателей НСО, НОО „Опора России“.</p> <p>Уполномоченный орган вправе на своё усмотрение принимать или не принимать рекомендации Торгово-промышленной палаты Новосибирской области и заключения Уполномоченного по правам предпринимателей НСО и НОО „Опора России“»;</p> <p>2) пункт 9.1 Порядка подпунктом 5 следующего содержания:</p> <p>«5) решение уполномоченного органа о доработке Схемы на основании рекомендаций Торгово-промышленной палаты Новосибирской области и заключения Уполномоченного по правам предпринимателей НСО и НОО „Опора России“».</p>
ООО «Строительная фирма Проспект»	
<p>Затруднений с Порядком не возникает. Если к рекламораспространителям начнут применяться требования пункта 4 Порядка, то это может привести к увеличению срока согласования и к дополнительным материальным расходам рекламораспространителя: не в каждой организации есть специалисты, владеющие графическими программами (привлечение стороннего специалиста влечёт дополнительные материальные расходы), топографические схемы территорий не являются общедоступными документами (для получения этого документа будет необходимо понести дополнительные материальные расходы, получение схемы может занимать до 30 календарных дней).</p>	
Государственная инспекция по охране объектов культурного наследия Новосибирской области	
<p>В силу пункта 1 статьи 35.1 Закона от 25.06.2002 № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» не допускается распространение наружной рекламы на объектах культурного наследия, включённых в реестр, а также на их территориях, за исключением территорий достопримечательных</p>	

Замечание	Предложение
<p>мест.</p> <p>Таким образом, законодательно установлен запрет на распространение наружной рекламы на объектах культурного наследия, включённых в единый государственный реестр объектов культурного наследия, и на их территориях. Размещение рекламы на данных объектах и их территориях не соответствует требованиям действующего законодательства об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, нарушает облик объекта культурного наследия, ухудшает его состояние, а также нарушает права неопределённого круга лиц на доступ к культурным ценностям.</p> <p>Кроме того, в соответствии со статьёй 34 Федерального закона № 73-ФЗ, статьями 4, 10 Закона Новосибирской области от 25.12.2006 № 79-ОЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, расположенных на территории Новосибирской области», в целях обеспечения сохранности объектов культурного наследия в их исторической среде, на территории Новосибирской области установлены границы зоны охраны объектов культурного наследия и утверждены режимы использования земель и градостроительные регламенты в границах данных зон.</p> <p>Режимы использования земель и градостроительные регламенты, действующие в установленных границах зон охраны объектов культурного наследия, в том числе запрещают или ограничивают хозяйственную деятельность в части размещения рекламных конструкций на территории Новосибирской области.</p> <p>Соблюдение режимов использования земель и градостроительных регламентов в границах зон охраны объектов культурного наследия является обязательным при осуществлении градостроительной, хозяйственной и иной деятельности. Отклонение от установленных в границах зон охраны объектов культурного наследия режимов использования земель и градостроительных регламентов не допускается.</p> <p>В связи с чем, согласование схем размещения рекламных конструкций и вносимых в них изменений возможно при неукоснительном соблюдении норм законодательства, действующих в сфере охраны объектов культурного наследия, с учётом позиции Инспекции.</p>	

Замечание	Предложение
Управление художественного облика города мэрии города Новосибирска	
<p>П. 4.2. абз. 5 «легенду карт размещения отдельной рекламной конструкции, в которой отображается информация о виде, типе рекламной конструкции, о площади информационного поля рекламной конструкции, количестве сторон, технические (конструктивные) характеристики рекламной конструкции». На практике такие данные возможно отобразить только в электронной версии карты. В печатной версии такое отображение невозможно, если в схеме предусмотрено большое количество рекламных конструкций. Кроме того, все данная информация предоставляется в перечне адресных ориентиров установки и эксплуатации рекламных конструкций</p> <p>П. 4.2. абз. 7 «отображение объектов благоустройства (газоны, тротуары, нестационарные объекты, крупномерные деревья, искусственные элементы рельефа).» На практике невозможно отобразить на карте данные объекты, особенно деревья и рельеф.</p> <p>П. 4.1. и п. 4.2. абз. 2. Не понятно в чем отличие «схематической карты территории муниципального образования с отображением размещения групп рекламных конструкций в детальных картах масштабом 1:2000» и «карты размещения рекламных конструкций в масштабе 1:1000». По сути это одинаковые карты, только в разном масштабе.</p>	<p>Возможно, исключить абз. 5. П. 4.2. ««легенду карт размещения отдельной рекламной конструкции, в которой отображается информация о виде, типе рекламной конструкции, о площади информационного поля рекламной конструкции, количестве сторон, технические (конструктивные) характеристики рекламной конструкции». Данная информация является дублирующей и направляется в соответствии с п. 4.3.</p> <p>Исключить абз. 7 п. 4.2. «отображение объектов благоустройства (газоны, тротуары, нестационарные объекты, крупномерные деревья, искусственные элементы рельефа).». Отображение данных объектов на картах технически невозможно.</p> <p>Возможно, исключить п. 4.1, либо изменить масштаб карты, на масштаб, указанный в п. 4.2 – 1:1000.</p>
МКУ «Управление жилищно-коммунального хозяйства г. Бердска»	
<p>Пункт 4.2 Порядка требует «отображение объектов благоустройства (газоны, тротуары, нестационарные объекты, крупные деревья, искусственные элементы рельефа)». В связи с большим объёмом работ по сбору информации и прорисовке данных объектов, а также постоянно меняющейся картиной в части благоустройства и размещения нестационарных объектов считаем, что данное требование вызывает сложность в исполнении.</p>	

3. Анализ действующего регулирования

Анализ регулирования осуществляется в объёме, необходимом для рассмотрения по существу поступивших замечаний и предложений.

3.1. В тексте Порядка не упоминаются муниципальные округа

От Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Новосибирской области поступило замечание о том, что в тексте Нормативного акта не упоминается такой вид муниципального образования, как муниципальный округ. С целью недопущения нарушения прав и законных интересов субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности указанный участник публичных консультаций предложил внести соответствующие изменения в Порядок.

Действительно, в пунктах 2, 4, подпункте 5 пункта 4.4, абзаце втором пункта 4.5, пункта 4.6, 5.1, 10, 12, абзацах первом и четвёртом пункта 13, пункте 14, абзаце первом пункта 15, пункте 16 Порядка упоминаются лишь два вида муниципальных образований: муниципальные районы и городские округа.

При этом Министерство отмечает, что в настоящий момент в Новосибирской области отсутствуют муниципальные округа, в связи с чем на момент дачи настоящего заключения права и законные интересы субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности не затрагиваются. При этом само выявленное несоответствие между текстами Порядка и федерального закона целесообразно устранить.

3.2. Положительное заключение об оценке регулирующего воздействия проекта схемы как условие её предварительного согласования

От ряда участников публичных консультаций поступили предложения, суть которых сводилась к тому, чтобы обязательным условием предварительного согласования схемы уполномоченным органом являлось положительное заключение об оценке регулирующего воздействия её проекта. Такие предложения поступили от Союза «Торгово-промышленная палата Новосибирской области» (предложение 1), Новосибирского областного отделения «Опора России» (предложение 3), ООО «ГК „АБЛ“» (предложение 2), ООО «Магистраль Медиа» (предложение 2) и ООО «Рекламные технологии» (предложение 1).

При этом участники публичных консультаций отметили, что:

- цель введения такой практики — защита прав предпринимателей;
- проекты схем и изменений в них проходят оценку регулирующего воздействия в большинстве регионов России;
- наличие положительного заключения об оценке регулирующего воздействия является доказательством того, что все крупные участники рынка согласны с предлагаемыми изменениями.

Министерство полагает возможным отметить следующее.

Во-первых, вопрос о проведении оценки регулирующего воздействия должен решаться на основе действующих нормативных правовых актов Российской Федерации и Новосибирской области, а в конкретном муниципальном

образовании — также с учётом соответствующих муниципальных правовых актов.

Особенности оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов регулируются статьёй 46 Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

Перечень документов, подлежащих данной процедуре, определён частью 3 указанной статьи. К ним относятся проекты нормативных правовых актов, которые:

1) устанавливают или изменяют обязательные требования для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, обязанности для субъектов инвестиционной деятельности

2) и при этом не относятся к числу:

а) проектов нормативных правовых актов представительных органов муниципальных образований:

устанавливающих, изменяющих, приостанавливающих, отменяющих местные налоги и сборы;

или регулирующих бюджетные правоотношения;

б) проектов нормативных правовых актов, разработанных в целях ликвидации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера на период действия режимов чрезвычайных ситуаций.

При этом под обязательными требованиями следует понимать требования (а именно условия, ограничения, запреты, обязанности), которые связаны с осуществлением предпринимательской и иной экономической деятельности и оценка соблюдения которых осуществляется в рамках муниципального контроля, привлечения к административной ответственности, предоставления лицензий и иных разрешений, аккредитации, иных форм оценки и экспертизы¹.

В соответствии с частью 9 статьи 19 Закона о рекламе, установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, выдаваемого на основании соответствующего заявления. При этом пункт 2 части 15 указанной статьи предусматривает такое основание для отказа в выдаче разрешения, как «несоответствие установки рекламной конструкции в заявленном месте схеме размещения рекламных конструкций».

Таким образом, схема размещения рекламных конструкций устанавливает условия, связанные с осуществлением экономической деятельности рекламораспространителей и оценка соблюдения которых осуществляется в рамках предоставления разрешения на установку рекламной конструкции. Под описанные ранее исключения из предмета оценки регулирующего воздействия такой документ не подпадает. Следовательно, **проект схемы размещения рекламных конструкций подлежит оценке регулирующего воздействия.**

¹ Такое определение вытекает из системного толкования следующих положений следующих нормативных правовых актов: части 1 статьи 1 и пункта 1 части 1 статьи 10 Федерального закона от 31.07.2020 № 247-ФЗ «Об обязательных требованиях в Российской Федерации», части 6.1 статьи 7 Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

Исходя из части 3 статьи 46 Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», оценка регулирующего воздействия проводится в порядке, установленном муниципальными нормативными правовыми актами в соответствии с законом субъекта Российской Федерации.

На муниципальные образования Новосибирской области распространяет своё действие Закон Новосибирской области от 24.11.2014 № 485-ОЗ «О проведении оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов, устанавливающих новые или изменяющих ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами обязательные требования для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, обязанности для субъектов инвестиционной деятельности, и экспертизы». Положения, касающиеся оценки регулирующего воздействия, содержатся в статье 2 указанного закона. Однако среди них нет запрета на принятие нормативного акта без получения положительного заключения об оценке регулирующего воздействия. Следовательно, этот вопрос относится к компетенции конкретного муниципального образования, которое может как установить такое правило, так и не устанавливать. Правительство Новосибирской области не обладает полномочиями, необходимыми для принятия соответствующей нормы права.

Исходя из этого все **предложения по внесению в Порядок конкретных изменений, направленных на реализацию рассмотренной идеи об обязательном приложении к проекту схемы положительного заключения об оценке регулирующего воздействия, не могут быть приняты.**

Во-вторых, не все приведённые участниками публичных консультаций аргументы представляются обоснованными, однако с некоторыми из них можно согласиться.

Можно согласиться с тем, что цель введения подобной практики – защита прав предпринимателей. Действительно, проведение оценки регулирующего воздействия позволяет вовлекать в обсуждение вопросов, касающихся субъектов предпринимательской деятельности, самих таких субъектов. В случаях, когда изменения в схему вносятся путём принятия новой схемы, это представляется Министерству особенно важным: рекламодатель наиболее заинтересован в том, чтобы ознакомиться с проектом схемы и, заметив нарушение своих прав, обратить на это внимание до вступления в силу самой схемы.

При этом Министерство также отмечает следующее. Положительное заключение об оценке регулирующего воздействия означает, что структурное подразделение местной администрации, выполняющее данную функцию, не выявило в проекте муниципального нормативного правового акта положений, вводящих или способствующих введению избыточных обязанностей, запретов и ограничений для субъектов экономической деятельности. В случае надлежащего проведения оценки регулирующего воздействия это с высокой степенью вероятности говорит о том, что права рекламодателей не нарушены. (Необходимо заметить, что именно по этой причине

представляется важным проведение публичных консультаций по такого рода проектам актов. Именно рекламодатели могут сообщить о том, что принятие проекта акта в предложенном виде повлечёт нарушение их прав.) Однако из этого само по себе не следует, что при даче отрицательного заключения принятый нормативный акт будет вводить или способствовать введению избыточных обязанностей, запретов и ограничений.

В нормативных актах, регламентирующих порядок проведения оценки регулирующего воздействия в следующих муниципальных образованиях, предусмотрены согласительные процедуры: города Бердск, Искитим, Новосибирск, Обь; рабочий посёлок Кольцово; Баганский, Барабинский, Болотнинский, Венгеровский, Доволенский, Здвинский, Искитимский, Карасукский, Каргатский, Колыванский, Коченёвский, Кочковский, Краснозёрский, Куйбышевский, Купинский, Кыштовский, Мошковский, Новосибирский, Ордынский, Северный, Татарский, Тогучинский, Убинский, Усть-Таркский, Чановский, Черепановский, Чистоозёрный, Чулымский муниципальные районы. Согласительные процедуры необходимы для устранения разногласий между разработчиком проекта акта и органом либо структурным подразделением местной администрации, давшим заключение об оценке регулирующего воздействия.

С учётом изложенного Министерство может рекомендовать муниципальным образованиям Новосибирской области принимать схему лишь при наличии положительного заключения об оценке регулирующего воздействия её проекта или после устранения разногласий между разработчиком проекта акта и структурным подразделением местной администрации, давшим отрицательное заключение о такой оценке, в ходе согласительных процедур. Такая мера представляется целесообразной.

Утверждение о том, что соответствующая практика распространена в большинстве других регионов, имеет несколько аспектов. Участники публичных консультаций сообщали о том, что в большинстве других регионов проводится оценка регулирующего воздействия проектов схем размещения рекламных конструкций. Этот факт не проверялся, поскольку его соответствие действительности не имеет значения: как сообщалось выше, такая обязанность вытекает из федерального закона.

При этом Министерство проанализировало нормативные акты, регламентирующие порядок предварительного согласования схем в других субъектах Российской Федерации. Были рассмотрены нормативные акты, в частности, Архангельской, Белгородской, Брянской, Вологодской, Воронежской, Ивановской, Иркутской, Калининградской, Калужской, Кировской, Костромской, Курской, Ленинградской, Магаданской, Московской, Нижегородской, Новгородской, Омской, Орловской, Рязанской, Саратовской, Свердловской, Сахалинской, Тамбовской, Томской областей, Алтайского, Забайкальского, Красноярского, Ставропольского краёв, республик Алтай, Башкортостан, Бурятия, Ингушетия, Калмыкия, Карелия, Марий Эл, Саха, Северная Осетия, Татарстан, Тыва, Хакасия, Удмуртской, Чувашской республик,

Ханты-Мансийского, Ненецкого и Ямало-Ненецкого автономных округов, Еврейской автономной области.

В соответствующем нормативном правовом акте ни одного из перечисленных субъектов Российской Федерации не обнаружено требование представлять положительное заключение об оценке регулирующего воздействия. Это требование отсутствует в том числе в постановлениях Правительства Республики Марий Эл от 09.07.2014 № 358 «Об утверждении Порядка предварительного согласования схем размещения рекламных конструкций и вносимых в них изменений» и Правительства Новгородской области от 31.01.2014 № 42 «Об утверждении Порядка предварительного согласования схем размещения рекламных конструкций на территории Новгородской области», предписывающих вместе с проектом схемы представлять в том числе определённые заключения органов местного самоуправления. В числе оснований для отказа отсутствует получение отрицательного заключения об оценке регулирующего воздействия или её непроведение.

В связи с тезисом о том, что наличие положительного заключения об оценке регулирующего воздействия доказывает согласие всех крупных участников рынка с предлагаемыми изменениями, Министерство полагает возможным сообщить следующее. Согласие крупных участников рынка с изменениями в схему само по себе не должно являться необходимым условием её изменения, за исключением случаев возможного нарушения прав субъектов предпринимательской деятельности и иных подобных обстоятельств. Но при их наличии и согласие участников рынка не имеет существенного значения для решения вопроса о принятии схемы в представленном на предварительное согласование виде.

3.3. Частота утверждения схем

Союз «Торгово-промышленная палата Новосибирской области» высказал замечание о том, что схема утверждается в среднем раз в год, что, по мнению участника публичных консультаций, слишком редко (замечание 1), Новосибирское отделение «Опора России» предложило обязать органы местного самоуправления вносить изменения в схему не реже 2 раз в календарный год (предложение 1), ООО «ГК „АБЛ“» отметило, что в Новосибирске с 2020 года не вносятся новые рекламные места и предложило определить в Нормативном акте, сколько раз в год необходимо принятие схемы (предложение 1), такое же предложение поступило от ООО «Магистраль Медиа» (предложение 1), ООО «Рекламные технологии» заметило, что схема утверждается в среднем раз в год, что, по мнению участника публичных консультаций, слишком редко (замечание 1).

Министерство исходит из того, что анализируемый нормативный акт регламентирует взаимодействие между органами местного самоуправления и уполномоченным органом. Указанное взаимодействие начинается с момента обращения органа местного самоуправления в уполномоченный орган. Следовательно, отношения, предшествующие этому моменту, выходят за пределы правового регулирования анализируемого нормативного акта. Кроме

того, уполномоченный орган лишён каких-либо механизмов понуждения органов местного самоуправления обращаться к нему с заданной периодичностью.

Как можно предположить из аргументации, приводимой рядом участников публичных консультаций, указанная проблема наблюдается ими в конкретном муниципальном образовании. Представляется не вполне оправданным по этой причине возлагать соответствующие обязанности также на остальные городские округа и муниципальные районы Новосибирской области.

При этом ежегодное или ещё более частое утверждение схем само по себе не решит проблему, в связи с которой предлагается ввести анализируемое правило: даже при наличии такой обязанности орган местного самоуправления будет иметь возможность утверждать схему, идентичную предыдущей. Введение же правила, обязывающего с этой периодичностью вносить какие-либо изменения или при утверждении схемы вносить в неё изменения по сравнению с предыдущей было бы также чрезмерным вмешательством в вопросы местного значения со стороны органов государственной власти. По мнению Министерства, периодичность утверждения схемы или внесения в неё изменений должна регулироваться на муниципальном уровне при наличии такой необходимости.

В то же время установление минимальной периодичности внесения изменений в схему позволяет рекламодателям учитывать её при планировании своей деятельности. По меньшей мере это представляется оправданным, если в данном муниципальном образовании в силу происходящих в нём градостроительных процессов регулярно появляются места, в которых целесообразно размещать рекламные конструкции.

Учитывая изложенное, **Министерство:**

1) **отклоняет рассмотренные выше замечания** (в той части, в которой они предполагают внесение изменений в Порядок № 489-п) **и предложения;**

2) **рекомендует органам местного самоуправления** городских округов и муниципальных районов Новосибирской области **рассмотреть вопрос о целесообразности введения правила о минимальной периодичности внесения изменений в схему и (или) утверждения новой схемы.**

3.4. Порядок подготовки схемы

Несколько участников публичных консультаций высказали замечания о порядке подготовки схемы или внесения в неё изменений (не связанные с оценкой регулирующего воздействия проекта соответствующего акта).

Так, союз «Торгово-промышленная палата Новосибирской области» отметил, что на муниципальном уровне представители бизнеса не приглашаются на заседания согласительных комиссий, а их протоколы не отражают сути рассматриваемых вопросов, из-за чего предприниматели лишены возможности узнать результат рассмотрения заявлений о включении в схему нового объекта, а в случае отказа — их причины (замечание 3). Аналогичное замечание поступило от ООО «Рекламные технологии» (замечание 3).

Формулируя причины, по которым не установлена минимальная периодичность обновления схем, Союз «Торгово-промышленная палата Новосибирской области» (замечание 2) и ООО «Рекламные технологии» (замечание 2), указали на отсутствие порядка разработки и утверждения Схемы с указанием такой периодичности. Как следует из этих замечаний, в подразумеваемом порядке также должны содержаться чёткие критерии (основания) для включения в схему рекламных мест по предложению предпринимателей и отклонения таких предложений. Также участники публичных консультаций отметили отсутствие такого документа, как «Концепция размещения наружной рекламы в городе Новосибирске».

По сообщению указанных лиц, отсутствие Порядка разработки и утверждения схемы размещения рекламных конструкций и Концепции размещения наружной рекламы в городе Новосибирске затрудняют деятельность субъектов предпринимательской деятельности, а именно: не позволяет прогнозировать деятельность и самостоятельно оценивать возможность и вероятность внесения в схему тех или иных конструкций → затрудняет планирование развития и инвестиционной деятельности малых и средних предприятий в городе Новосибирске.

Департамент строительства и архитектуры мэрии города Новосибирска в отзыве на проект заключения ответил на данное замечание, отметив, что «размещение рекламных и информационных конструкций на территории города Новосибирска осуществляется в соответствии со следующими документами:

— Федеральный закон 38-ФЗ «О рекламе»;

— Правила распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, утверждённые решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372;

— Постановление мэрии города Новосибирска от 29.10.2019 № 3979 «Об архитектурно-художественном регламенте размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске».

Указанные документы являются основными документами, регулируемыми вопросы размещения рекламных и информационных конструкций на территории города, которыми предусмотрены все критерии, нормативы размещения, требования, предъявляемые к конструкциям, и условия, при соблюдении которых возможно размещение рекламной конструкции.

В соответствии с указанными документами субъект предпринимательской деятельности может самостоятельно сделать предварительную оценку о возможности размещения рекламной конструкции на определённом месте».

Кроме того, на момент направления отзыва мэрией города Новосибирска был разработан и прошёл оценку регулирующего воздействия проект постановления мэрии «О Порядке внесения изменений в схему размещения рекламных конструкций на территории города Новосибирска».

Также Союз «Торгово-промышленная палата Новосибирской области» (замечание 3) и ООО «Рекламные технологии» (замечание 3) сообщили о практике применения Порядка в городе Новосибирске. Участники публичных консультаций сообщили о том, что указанная практика фактически не позволяет

заявителям до утверждения схемы знать о включении или невключении в неё предложенных ими мест размещения рекламных конструкций, а в случае отказа — знать причины такого отказа.

Министерство полагает возможным обратить внимание на следующее.

Во-первых, в соответствии с частью 4 статьи 1, пунктами 1 и 2 статьи 4 Федерального закона от 02.05.2006 № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» предложение дополнить схему размещения рекламных конструкций новыми объектами является обращением (предложением). Следовательно, исходя из пункта 3 статьи 5 указанного федерального закона, заявитель имеет право получать письменный ответ по существу поставленных вопросов. Нарушение предусмотренных федеральным законодательством прав субъектов предпринимательской деятельности недопустимо вне зависимости от того, содержится ли запрет на такие действия в законодательстве Новосибирской области.

Во-вторых, после утверждения схемы все рекламодатели находятся в равных условиях. Любой из них, в том числе заявитель, может подать заявление о размещении рекламной конструкции на вновь образованном месте. При этом подаче заявления может предшествовать некоторая работа, необходимая для выяснения коммерческой ценности соответствующего места с учётом возможных параметров рекламной конструкции и условий, на которых собственник недвижимого имущества готов предоставить его для её размещения и эксплуатации.

По мнению Министерства, проведение такой предварительной работы не должно давать заявителю каких-либо преимуществ перед остальными рекламодателями при последующем обращении с заявлением о выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в этом месте. Такой рекламодатель не обязан заранее, до принятия схемы или внесения в неё изменений, готовить документацию и совершать иные подготовительные действия, необходимые для подачи заявления о выдаче разрешения, но в силу эксклюзивности знания о наличии предложения включить соответствующее место в схему может это сделать. Принятие решения о целесообразности таких подготовительных действий находится в зоне предпринимательского риска, поэтому в этой части какие-либо изменения не требуются.

Однако Министерство иначе оценивает тот факт, что результат рассмотрения заявления о включении в схему нового объекта невозможно предсказать заранее. Это связано со следующими обстоятельствами.

Оценка потенциальной доходности места, ведение переговоров с собственником недвижимого имущества, определение возможных параметров рекламной конструкции и тому подобные действия нецелесообразны, если заранее известно, что соответствующее место не будет включено в схему. Поэтому надлежащий учёт интересов рекламодателей требует наличия перечня условий, при которых размещение рекламной конструкции в конкретном месте возможно и (или) невозможно. Более того, отсутствие критериев, которыми руководствуется орган местного самоуправления при

принятии решения о включении или невключении конкретного места в схему размещения рекламных конструкций, может рассматриваться как коррупциогенный фактор (подпункт «а» пункта 3 Правил проведения антикоррупционной экспертизы нормативных правовых актов и проектов нормативных правовых актов, утверждённых Постановлением Правительства Российской Федерации от 26.02.2010 № 96).

В то же время для формирования такого перечня необходима эмпирическая база, которая позволяет органу местного самоуправления понимать, какие именно места рекламодатели обычно предлагают включать в схему и какие критерии при этом фактически учитываются. В противном случае есть риск, что в перечень необходимо будет регулярно вносить изменения и тем самым отодвигать начало деятельности рекламодателей на соответствующем месте.

Но и при отсутствии указанной эмпирической базы рекламодатели не должны лишаться возможности прогнозировать результаты рассмотрения своих обращений. Для этого необходимо соблюдение следующих условий:

- 1) решение должно быть мотивированным;
- 2) решение должно приниматься с учётом позиции коллегиального органа, созданного для рассмотрения таких обращений или для выработки рекомендаций о результатах его рассмотрения;
- 3) заседание такого органа должно быть открытым, то есть о его проведении должно быть известно заранее и на него должен иметь возможность прийти любой рекламодатель;
- 4) на заседание такого органа в обязательном порядке должен приглашаться заявитель и иметь возможность высказывать свои возражения на аргументы, прозвучавшие при рассмотрении его заявления.

После накопления органом местного самоуправления достаточной эмпирической базы и принятия на её основе муниципального нормативного правового акта с перечнем условий, при которых включение предложенного рекламного места в схему возможно и (или) невозможно, порядок рассмотрения соответствующих обращений рекламодателей (с участием или без участия коллегиального органа) не имеет значения для возможности предсказывать результат их рассмотрения. При наличии или отсутствии нормативного акта с перечнем указанных условий орган местного самоуправления может принять правовой акт, гарантирующий соблюдение принципов, изложенных в предыдущем абзаце. При этом наличие любого из перечисленных актов — обстоятельство, которое может быть проверено уполномоченным органом при регистрации и рассмотрении схемы.

Как представляется, в качестве критерия для наличия или отсутствия такой эмпирической базы не может использоваться количество рассмотренных обращений, поскольку такой показатель может быть искусственно завышен исключительно в целях наступления правовых последствий, предложенных Министерством. Однако, как представляется, с числом «естественных» обращений может коррелировать количество рекламных мест, включённых

в схему. Например, 1000 и более объектов может говорить о высокой деловой активности и, как следствие, о большом числе обращений. (При наличии у разработчика более точных сведений об указанной корреляции представляется возможным использовать такое более точное число.)

Для введения подобных правил также целесообразно было бы предусмотреть объективно необходимый переходный период.

При этом, в-третьих, для устранения выявленных недостатков практики применения Нормативного акта существенное значение имеет содержание норм права, а не наименование содержащего их правового акта или правовых актов.

В связи с изложенным **Министерство предлагает дополнить Порядок** следующими положениями:

1) **о необходимости приложения к схеме копии муниципального нормативного правового акта, обеспечивающего прозрачность принятия решения о включении или отказе во включении в схему определённого места по предложению субъектов предпринимательской деятельности: либо содержащего перечень условий, при которых возможно и (или) невозможно включение в схему рекламных мест, предложенных рекламораспространителями (гражданами), либо гарантирующего рассмотрение таких обращений на открытом заседании коллегиального органа, куда в обязательном порядке приглашается заявитель и имеет возможность выступить с возражениями на аргументы против включения предложенного им места в схему, а также обязательность дачи ему мотивированного ответа;**

2) **о том, что непредставление такого нормативного акта является основанием для возвращения схемы органу местного самоуправления, а несоответствие его указанным требованиям — основанием для отказа в согласовании схемы.**

Поскольку необходимо время для тщательной проработки положений такого муниципального нормативного правового акта, целесообразно также установить дату вступления в силу таких изменений в Порядок.

Например, для этих целей внести следующие изменения в Порядок (со сроком вступления в силу через 6 месяцев после официального опубликования нормативного акта, содержащего предлагаемые Министерством изменения):

1. Дополнить пункт 2 словами «с приложением муниципального нормативного правового акта, указанного в пункте 4.5.1 настоящего Порядка»

2. Дополнить пунктом 4.5.1 следующего содержания:

«4.5.1. К Схеме прилагается муниципальный нормативный правовой акт, содержащий перечень требований, при соответствии которым предложение о внесении изменений в Схему подлежит удовлетворению и (или) отказу в удовлетворении (при наличии).

При отсутствии в муниципальном образовании муниципального нормативного правового акта, указанного в абзаце первом настоящего пункта, к Схеме прилагается муниципальный нормативный правовой акт (акты), содержащий (содержащие) положения:

1) о рассмотрении предложений о включении в Схему нового места с учётом решения коллегиального органа, созданного для выработки рекомендаций по рассмотрению обращений, касающихся внесения изменений в Схему (далее — специальный коллегиальный орган), на его открытом заседании;

2) регламентирующие порядок:

опубликования сведений о предстоящем открытом заседании специального коллегиального органа;

приглашения заявителей, чьи предложения будут рассматриваться на заседании специального коллегиального органа;

выступления заявителей при рассмотрении их предложений, участия иных лиц в заседании специального коллегиального органа;

3) об обязательности указания причин, по которым заявителю было отказано во включении предложенного им места в Схему.».

3. Дополнить пункт 4.6 словами «, с приложением муниципального нормативного правового акта, указанного в пункте 4.5.1 настоящего Порядка».

4. Дополнить пункт 5 предложением следующего содержания: «Одновременно с этим проверяется наличие муниципального нормативного правового акта, указанного в пункте 4.5.1 настоящего Порядка.».

5. В пункте 5.1 слова «пунктов 4.1 — 4.5 настоящего Порядка» заменить словами «пунктов 4.1 — 4.5.1 настоящего Порядка».

6. Пункт 9.1 дополнить подпунктом 3 следующего содержания:

«3) несоответствие муниципального нормативного правового акта, представленного в соответствии с пунктом 4.5.1 настоящего Порядка, требованиям указанного пункта;».

3.5. Лица, участвующие в предварительном согласовании схем

От ряда участников публичных консультаций поступили предложения включить определённые организации или должностных лиц в процедуру предварительного согласования схем размещения рекламных конструкций. Во всех случаях речь шла о необходимости их уведомления для получения мотивированных ответов о наличии или отсутствии оснований для отказа в таком согласовании, которые сами по себе не порождают правовых последствий (то есть с которыми уполномоченный орган может согласиться или не согласиться). Так, Союз «Торгово-промышленная палата Новосибирской области» предложил в таком качестве Союз «Торгово-промышленная палата Новосибирской области» (предложение 2), Новосибирское областное отделение «Опора России» — Союз «Торгово-промышленная палата Новосибирской области», Новосибирское областное отделение «Опора России», а также Уполномоченного по защите прав предпринимателей Новосибирской области (предложение 4), ООО «ГК „АБЛ“» — Союз «Новосибирская торгово-промышленная палата Новосибирской области», Новосибирское областное отделение «Опора России», а также «ведущие рекламные агентства» и «экспертные организации в сфере наружной рекламы на соответствие ГОСТам и СНПам» (предложение 3), ООО «Магистраль Медиа» — Союз «Новосибирская торгово-промышленная палата Новосибирской области», Новосибирское

областное отделение «Опора России», а также «ведущие рекламные агентства» и «экспертные организации в сфере наружной рекламы на соответствие ГОСТам и СНПам» (предложение 3), ООО «Рекламные технологии» — Союз «Торгово-промышленная палата Новосибирской области», Новосибирское областное отделение «Опора России», Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Новосибирской области (предложение 2).

Анализируя данное предложение, Министерство учитывает следующее.

Во-первых, существующий порядок согласования не обеспечивает надлежащей защиты прав рекламодателей в случае, если орган местного самоуправления в отсутствие достаточных оснований исключает из схем какие-либо из существующих мест размещения рекламных конструкций.

Так, вступившими в законную силу решениями Арбитражного суда Новосибирской области по делам № А45-36797/2022 и № А45-35451/2022 было установлено, что в Схему размещения рекламных конструкций на территории города Новосибирска, утверждённую постановлением мэрии города Новосибирска от 04.10.2021 № 3506, не были включены места, в отношении которых у истцов имелись действующие разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций. При этом в обоих случаях суд отметил, что исключение места из схемы «не может быть произвольным и немотивированным и должно быть обусловлено объективными характеристиками данного места, наличием или отсутствием возможности соблюдения на нём при таких характеристиках обязательных публичных требований». Под обязательными публичными требованиями, как следует из текста решений, имелось в виду соответствие документам территориального планирования, обеспечение соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности.

Ни один из органов государственной власти, которые в настоящий момент участвуют в предварительном согласовании схем, не знает и по роду своей деятельности не должен знать о наличии ситуаций, подобных описанным в предыдущем абзаце. С другой стороны, субъекты предпринимательской деятельности не располагают информацией о начале предварительного согласования схемы и о содержании её варианта, представленного для такого согласования.

Исключение из схемы размещения рекламных конструкций места, в отношении которого имеется действующее разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, ставит рекламодателя в неопределённое положение. В случае его обращения в арбитражный суд такое положение продолжается до вступления в силу решения арбитражного суда, то есть в течение нескольких месяцев (по указанным выше делам с момента обращения в суд до вступления решения в силу прошло соответственно 6 месяцев 17 дней и 7 месяцев 9 дней). В случае отказа в предварительном согласовании такой схемы неопределённое положение не возникло бы вовсе.

При этом ни один из согласующих органов не может заменить собой суд и рассматривать по существу гражданско-правовой спор. Однако при

установлении, что в схеме отсутствует часть рекламных конструкций, на которые выданы разрешения, он может, во-первых, запросить наличие обоснования такого исключения и, во-вторых, проверить, вытекает ли из него необходимость исключения рекламной конструкции из схемы (в том числе с учётом позиции Арбитражного суда Новосибирской области по указанным выше делам).

С учётом этого Министерство полагает возможным согласиться с участниками публичных консультаций в том, что введение подобных дополнений целесообразно.

При этом указание в постановлении Правительства Новосибирской области конкретных организаций, которые были бы адресатами, представляется неоправданным. Направление схемы только «крупным рекламодателям» противоречит пункту 6 части 1 статьи 15 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», запрещающему предоставление хозяйствующему субъекту доступа к информации в приоритетном порядке. В случае введения подобного правила основания для направления такой информации должны быть одинаковыми для всех, например, соответствующее соглашение, заключаемое на одинаковых для всех условиях. Но в случае, если оно не является обременительным для хозяйствующих субъектов, его исполнение может повлечь несоразмерную нагрузку на уполномоченный орган.

Направление схемы в экспертные организации, как представляется, при необходимости возможно и в настоящий момент (если уполномоченный орган считает это целесообразным), при этом непривлечение их к процедуре предварительного согласования не затрагивает интересы субъектов предпринимательской деятельности.

Кроме того, Министерство отмечает, что в структуре органов государственной власти отсутствует управление по государственной охране объектов культурного наследия Новосибирской области. Пунктом 1 постановления Губернатора Новосибирской области от 05.10.2018 № 197 «О внесении изменений в постановление Губернатора Новосибирской области от 27.09.2018 № 194» указанный орган переименован в государственную инспекцию по охране объектов культурного наследия Новосибирской области. Между тем, в пунктах 7 и 8 Порядка упоминается неактуальное наименование указанного органа государственной власти. Данное обстоятельство не влечёт каких-либо затруднений в осуществлении предпринимательской деятельности, однако Министерство рассматривает его как юридико-технический недостаток и рекомендует внести соответствующие изменения в Нормативный акт.

С учётом изложенного **Министерство предлагает дополнить Порядок положениями:**

1. О необходимости направлять схемы для получения ответов о наличии или отсутствии оснований для отказа в их согласовании:

1) Уполномоченному по защите прав предпринимателей в Новосибирской области;

2) ассоциациям и союзам, осуществляющим защиту прав и интересов субъектов предпринимательской деятельности в Новосибирской области, с которыми заключены соответствующие соглашения.

2. О возможности уполномоченного органа запросить у органа местного самоуправления обоснование причин, по которым представленными на предварительное согласование схемой размещения рекламных конструкций или изменениями в неё из действующей схемы исключаются места, в отношении которых у рекламораспространителя имеются действующие разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, а также о том, что в указанном случае до получения ответа или до истечения установленного срока представления ответа процедура предварительного согласования приостанавливается.

3. О том, что непредставление такого ответа в установленный срок или представление ответа, из которого не вытекает необходимость исключения соответствующих мест из схемы, влечёт отказ в согласовании схемы. Если в указанном случае будет создана согласительная комиссия, в целях обеспечения прозрачности принятия решения по её результатам дать возможность соответствующим рекламораспространителям участвовать в её заседании.

Например, для этих целей внести в Порядок следующие изменения:

1. Пункт 7 изложить в следующей редакции:

«7. В течение 3 рабочих дней со дня регистрации поступления Схемы уполномоченный орган направляет копию Схемы для её рассмотрения и подготовки предложений о её согласовании или об отказе в её согласовании:

1) в государственную инспекцию по охране объектов культурного наследия Новосибирской области;

2) Уполномоченному по защите прав предпринимателей в Новосибирской области;

3) ассоциациям и союзам, осуществляющим защиту прав и интересов субъектов предпринимательской деятельности в Новосибирской области, которые подали соответствующие заявления или с которыми заключены соответствующие соглашения.»

2. Пункт 8 изложить в следующей редакции:

«8. Государственная инспекция по охране объектов культурного наследия Новосибирской области в течение 10 рабочих дней со дня поступления копии Схемы рассматривает её и направляет в уполномоченный орган предложения о согласовании Схемы или об отказе в её согласовании с указанием замечаний и предложений по её доработке.

Лица, указанные в подпунктах 2–4 пункта 7 настоящего Порядка, в течение 10 рабочих дней могут направить предложения о согласовании Схемы или об отказе в её согласовании с указанием замечаний и предложений по её доработке.»

3. Дополнить пунктом 8.1 следующего содержания:

«8.1. При отсутствии в Схеме мест размещения рекламных конструкций, в отношении которых у рекламораспространителя имеется действующее

разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, уполномоченный орган запрашивает у органа местного самоуправления обоснование их исключения из Схемы. Такое обоснование представляется в течение 10 рабочих дней. На период его представления срок предварительного согласования Схемы приостанавливается.».

4. Пункт 9.1 дополнить подпунктом 4 следующего содержания:

«4) непредставление органом местного самоуправления ответа, предусмотренного пунктом 8.1 настоящего Порядка, в установленный срок или представление ответа, из которого не вытекает необходимость исключения соответствующих мест из Схемы.».

5. Пункт 10 после слов «срока, установленного пунктом 6» дополнить словами «с учётом положений пункта 8.1».

6. Абзац четвёртый пункта 13 дополнить следующим положением: «В случае если основанием для отказа в предварительном согласовании Схемы был подпункт 4 пункта 9.1 настоящего Порядка, на согласительную комиссию приглашаются соответствующие заявители.».

3.6. Состав схемы

Участники публичных консультаций сформулировали ряд замечаний, касающихся состава схемы и проблем исполнения ряда требований к ней. Так, в соответствии с пунктом 5 Порядка, органы местного самоуправления муниципальных районов и городских округов Новосибирской области направляют на согласование в уполномоченный орган схемы, включающие в себя:

1) схематическую карту территории муниципального образования (требования к оформлению и содержанию — в пункте 4.1 Порядка);

2) карты размещения рекламных конструкций (требования к оформлению и содержанию — в пункте 4.2 Порядка);

3) перечень адресных ориентиров установки и эксплуатации рекламных конструкций (требования к оформлению и содержанию — в пункте 4.3 Порядка).

Управление художественного облика города мэрии города Новосибирска отметило, что пункт 4.1 («схематическая карта территории муниципального образования с отображением размещения групп рекламных конструкций в детальном масштабе 1:2000») и абзац второй пункта 4.2 («карта размещения рекламных конструкций в масштабе 1:1000») по сути — одинаковые карты, только в разном масштабе. Участник публичных консультаций предложил *исключить пункт 4.1 либо изменить масштаб схематической карты на масштаб, указанный в пункте 4.2 — 1:1000.*

Управление художественного облика города мэрии города Новосибирска также высказало замечание, касающееся абзаца пятого пункта 4.2 Порядка относительно легенды карт размещения отдельной рекламной конструкции. На ней отображается информация о виде, типе рекламной конструкции, о площади информационного поля рекламной конструкции, количестве сторон, технические (конструктивные) характеристики рекламной конструкции. По мнению участника публичных консультаций, на практике такие данные

возможно отобразить только в электронной версии карты, а в печатной версии такое отображение невозможно, если в схеме предусмотрено большое количество рекламных конструкций. Кроме того, вся данная информация, по мнению участника публичных консультаций, является дублирующей, поскольку предоставляется в перечне адресных ориентиров установки и эксплуатации рекламных конструкций в соответствии с пунктом 4.3. По этой причине участник публичных консультаций предложил *исключить абзац пятый пункта 4.2 Порядка*.

Кроме того, управление художественного облика города мэрии города Новосибирска высказало замечание, касающееся абзаца седьмого пункта 4.2 Порядка. По мнению участника публичных консультаций, отобразить объекты благоустройства (газоны, тротуары, нестационарные объекты, крупномерные деревья, искусственные элементы рельефа) на карте невозможно, особенно деревья и рельеф.

Аналогичное замечание высказало МКУ «Управление жилищно-коммунального хозяйства г. Бердска». По мнению участника публичных консультаций, требование указанного пункта отображать на схеме объекты благоустройства (газоны, тротуары, нестационарные объекты, крупные деревья, искусственные элементы рельефа) вызывает сложность в исполнении, так как требует большого объёма работ по сбору информации и прорисовке этих объектов, в том числе в связи с регулярным изменением фактического расположения таких объектов.

Управление художественного облика города мэрии города Новосибирска предложило *исключить абзац седьмой пункта 4.2 Порядка* («отображение объектов благоустройства (газоны, тротуары, нестационарные объекты, крупномерные деревья, искусственные элементы рельефа).»), поскольку отображение данных объектов на картах технически невозможно.

Таким образом, участники публичных консультаций предложили разработчику рассмотреть возможность:

исключить пункт 4.1 Порядка либо изменить требования к масштабу схематической карты территории муниципального образования, установив её масштаб по аналогии с масштабом, указанным в абзаце втором пункта 4.2 — 1:1000;

исключить абзац пятый пункта 4.2 Порядка, поскольку информация, требуемая для представления органом местного самоуправления в соответствии с абзацем пятым пункта 4.2, по мнению участников публичных консультаций, является дублирующей. Эта информация предоставляется в перечне адресных ориентиров установки и эксплуатации рекламных конструкций в соответствии с пунктом 4.3 Порядка;

исключить абзац седьмой пункта 4.2 Порядка («отображение объектов благоустройства (газоны, тротуары, нестационарные объекты, крупномерные деревья, искусственные элементы рельефа).»), поскольку, по мнению участников публичных консультаций, отображение данных объектов на картах технически невозможно.

Министерство отмечает следующее.

Во-первых, исходя из изложенной аргументации, речь не идёт о необоснованном затруднении осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности. Составление схемы является функцией органа местного самоуправления, осуществляемой им самостоятельно или учреждённым им юридическим лицом, которому такие полномочия были переданы соответствующим правовым актом. Однако это не исключает рассмотрения замечания по существу.

Избыточный объём информации, представляемой органом местного самоуправления в рамках процедуры предварительного согласования схем и изменений в схемы, требует более длительной подготовки материалов, а также рассмотрения их уполномоченным органом. Всё это в конечном итоге способствует увеличению сроков принятия схемы (изменения в схему), что может отрицательно повлиять на осуществление предпринимательской деятельности рекламодателей.

Во-вторых, по мнению Министерства, целесообразность учёта вышеизложенных замечаний и предложений участников публичных консультаций зависит от целей введения требований к оформлению и содержанию схемы.

Так, в силу своего статуса схема размещения рекламных конструкций должна обеспечивать возможность однозначной идентификации мест, на которых располагаются соответствующие конструкции. Если требования к оформлению и содержанию схемы обусловлены этим обстоятельством, то их исключение будет порождать спорные ситуации и таким образом будет затруднять осуществление предпринимательской деятельности рекламодателей.

В-третьих, следует учитывать, что, согласно подпункту 1 пункта 9.1 Порядка, одним из оснований для отказа в предварительном согласовании схемы является её несоответствие требованиям части 5.8 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе». Указанное положение устанавливает, в частности, что схема должна соответствовать документам территориального планирования и обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности.

В-четвёртых, часть 5.8 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» устанавливает, что схема размещения рекламных конструкций, в частности, должна «содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций». Следовательно, исключение из Порядка таких положений не будет соответствовать требованиям федерального закона.

Министерство считает, что в той части, в которой наличие требований к схеме, содержащихся в предлагаемых участниками публичных консультаций к исключению положениях, необходимо для её проверки на соответствие вышеуказанным критериям или с их учётом, оно является целесообразным, в иных же случаях может быть неоправданным. В связи с этим Министерство рекомендует разработчику *рассмотреть вопрос о целесообразности сохранения*

требований пункта 4.1, абзацев пятого и седьмого пункта 4.2 Порядка с учётом приведённых выше критериев.

3.7. Иные замечания и предложения

Государственная инспекция по охране объектов культурного наследия Новосибирской области сообщила о необходимости соблюдения Федерального закона от 25.06.2002 № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации». Министерство соглашается с этим. На какие-либо недостатки в Нормативном акте указано не было.

ООО «Строительная фирма Проспект» также не сообщила о наличии в Нормативном акте каких-либо недостатков, однако заметило, что в случае распространения требований пункта 4 Порядка на заявителей, обращающихся с предложениями о включении в схему распространения рекламных конструкций на территории соответствующего муниципального образования, у таких заявителей могут возникнуть дополнительные расходы.

При этом сведений о размерах дополнительных материальных затрат участник публичных консультаций не предоставил. Информация о наличии в каких-либо правовых актах муниципальных образований Новосибирской области подобных требований к заявителям у Министерства отсутствует.

В этом смысле соответствующие положения Порядка нельзя рассматривать как необоснованно затрудняющие осуществление предпринимательской деятельности.

4. Информация об отзывах на проект заключения об экспертизе

На проект заключения поступили отзывы от 10 участников публичных консультаций и от Министерства строительства Новосибирской области.

Девять участников публичных консультаций сообщили об отсутствии замечаний и предложений по проекту заключения. Это Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Новосибирской области, государственная инспекция по охране объектов культурного наследия Новосибирской области, ООО «Магистраль Медиа», ООО «ГК „АБЛ“», департамент инвестиций, потребительского рынка, инноваций и предпринимательства мэрии города Новосибирска, Новосибирское областное отделение «Опора России», НОО «Деловая Россия», ООО «Рекламные технологии», ООО «Строительная фирма „Проспект“» сообщили об отсутствии замечаний и предложений по проекту заключения.

Минстрой НСО и Департамент строительства и архитектуры мэрии города Новосибирска (далее – Департамент) направили отзывы, содержащие замечания и предложения к проекту заключения. Вначале обозначим номера пунктов и их содержание из выводов проекта заключения Министерства (раздел 4 проекта заключения), по которым не согласны и Минстрой НСО и Департамент одновременно. Таких пунктов три: пункт 4.1.3, а также взаимосвязанные между собой пункты 4.1.4–4.1.5.

В пункте 4.1.3 проекта заключения Министерство предложило дополнить Порядок следующими положениями:

1. О необходимости направлять схемы для получения ответов о наличии или отсутствии оснований для отказа в их согласовании:

1) Уполномоченному по защите прав предпринимателей в Новосибирской области;

2) ассоциациям и союзам, осуществляющим защиту прав и интересов субъектов предпринимательской деятельности в Новосибирской области, с которыми заключены соответствующие соглашения.

В пунктах 4.1.4–4.1.5 проекта заключения Министерство предложило дополнить Порядок следующими положениями:

2. О возможности уполномоченного органа запросить у органа местного самоуправления обоснование причин, по которым представленными на предварительное согласование схемой размещения рекламных конструкций или изменениями в неё из действующей схемы исключаются места, в отношении которых у рекламораспространителя имеются действующие разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, а также о том, что в указанном случае до получения ответа или до истечения установленного срока представления ответа процедура предварительного согласования приостанавливается.

3. О том, что непредставление такого ответа в установленный срок или представление ответа, из которого не вытекает необходимость исключения соответствующих мест из схемы, влечёт отказ в согласовании схемы. Если в указанном случае будет создана согласительная комиссия, в целях обеспечения прозрачности принятия решения по её результатам дать возможность соответствующим рекламораспространителям участвовать в её заседании.

Департамент на вышеназванные три пункта отметил следующее: «Считаем необходимым исключить из проекта положение, предусматривающее обязательное согласование изменений, вносимых в схему, со сторонними организациями, т. к. это приведёт к возникновению коррупционного фактора и ограничению полномочий органа местного самоуправления и уполномоченного органа, нецелесообразно увеличит нагрузку на специалистов органа местного самоуправления и уполномоченного органа, увеличит сроки согласования изменений, вносимых в схему и приведёт к возникновению ситуаций, необоснованно затрудняющих осуществление предпринимательской деятельности»

В сформулированном таким образом несогласии с предложенными изменениями неверно отражена их суть. Решение о предварительном согласовании или об отказе в согласовании схемы принимает уполномоченный орган. Лица, которых предлагается ввести в процедуру предварительного согласования, могут только сообщить о наличии оснований для отказа.

Риски нецелесообразного увеличения нагрузки на специалистов органов местного самоуправления и уполномоченного органа, увеличения сроков согласования, а также возникновения ситуаций, необоснованно затрудняющих осуществление предпринимательской деятельности, мотивировано следующим

образом: «Кроме того, для принятия решения о согласовании (несогласовании) изменений схемы рекламных конструкций подразумевается появление у сторонних организаций возможности запрашивать любую связанную информацию, то исполнение данного дополнения к Порядку № 489-п повлечёт несоразмерную нагрузку на орган местного самоуправления и на уполномоченный орган. Соответственно, необходимость получения согласования сторонних организаций в рамках процедуры предварительного согласования схемы размещения рекламных конструкций потребует более длительной подготовки и согласования схемы (изменений схемы), что повлечёт за собой негативную реакцию субъектов предпринимательской деятельности. Данное положение является необоснованно затрудняющим осуществление предпринимательской и инвестиционной деятельности».

Однако утверждение о подразумеваемом появлении у сторонних организаций права запрашивать «любую связанную информацию» не соответствует действительности. Предлагаемые изменения наделяют полномочием запрашивать дополнительную информацию лишь уполномоченный орган и лишь в той мере, в которой это необходимо для проверки наличия в них явных нарушений федерального законодательства. Поскольку иное подразумевало бы возможность их согласования и вступления в силу, Министерство не может согласиться с оценкой возможного увеличения нагрузки на должностных лиц органов местного самоуправления и уполномоченного органа как «нецелесообразного».

Описанные изменения не способны повлиять на течение срока предварительного согласования схемы, если из неё не исключаются места, на которых фактически размещаются законно установленные рекламные конструкции. При исключении таких мест из схемы сроки согласования могут увеличиться, если уполномоченный орган получит достоверную информацию об этом. При этом в случае законного их исключения сроки согласования увеличатся на срок, необходимый для обоснования этого и проверки такой обоснованности, в случае незаконного – также на срок, необходимый для повторного представления схемы.

Наличие коррупциогенного фактора и ограничение полномочий органов местного самоуправления и уполномоченного органа Департамент не обосновал.

Были также высказаны следующие аргументы против рассматриваемых изменений.

«При несоответствии места размещения рекламной конструкции документам территориального планирования и необеспечении соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил место размещения рекламной конструкции подлежит исключению из схемы в связи с нарушением действующих норм и правил, даже в случае наличия действующего договора и разрешения. В противном случае наличие в схеме мест размещения рекламных конструкций, не отвечающих соблюдению внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, приведёт к нарушению Федерального закона. Приведение схемы размещения рекламных конструкций в соответствие

с документами территориального планирования, обеспечение соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил является обязанностью органа местного самоуправления, поскольку схема, не отражающая текущую градостроительную ситуацию, не может быть актуальной».

В приведённой позиции по существу характеризуются обстоятельства, при которых исключение из схемы того места, на котором фактически законно размещается рекламная конструкция, признаётся арбитражными судами законным. Рассматриваемые изменения как раз направлены на обеспечение соблюдения данного правила.

В соответствии с пунктом 3 части 20 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» несоответствие установки рекламной конструкции в данном месте схеме размещения рекламных конструкций является одним из оснований для признания недействительным разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. В соответствии с частью 20.1 указанной статьи, часть расходов, в том числе на демонтаж рекламной конструкции, подлежат компенсации из средств местного бюджета в течение 90 дней. Сама указанная формулировка свидетельствует о том, что первоначальные затраты несёт субъект предпринимательской деятельности. В течение указанного срока он обязан выполнять иные денежные обязательства вне зависимости от того, когда будут компенсированы эти расходы.

«Рекламораспространитель, считающий, что исключение места размещения рекламной конструкции из схемы нарушает его права, вправе обратиться в орган местного самоуправления и получить информацию о причинах исключения, без необходимости обращаться в суд».

В случае незаконного исключения места из схемы нарушение прав рекламораспространителя состоит не в отсутствии у него информации о причинах исключения места, а в самом факте такого исключения. Предложенным способом такое нарушение неустранимо.

«Решения Арбитражного суда Новосибирской области по делам № А45-36797/2022 и № А45-35451/2022 невозможно распространить на все случаи исключения мест размещения из схемы. Кроме того, решением суда исковые требования в полном объёме не были удовлетворены. Так, не были удовлетворены требования по внесению изменений в схему мест размещения рекламных конструкций, находящихся в охранных зонах, предусмотренных Федеральным законом от 25.06.2002 № 73-ФЗ „Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации“»

Министерство рассматривает данные решения арбитражного суда не иначе как подтверждение того, что установленные ими нарушения законодательства Российской Федерации возможны на территории Новосибирской области. В этом смысле факт лишь частичного удовлетворения исковых требований не имеет значения.

«Направление изменений, вносимых в схему, в сторонние организации нецелесообразно. Изменение схемы производится в соответствии с нормативными документами органа местного самоуправления, регулирующими

вопросы размещения рекламных и информационных конструкций на территории города, которыми предусмотрены все критерии, нормативы размещения, требования, предъявляемые к конструкциям, и условия, при соблюдении которых возможно размещение рекламной конструкции.

Сторонние организации, в отличие от специалистов органов местного самоуправления муниципальных районов, муниципальных или городских округов, не обладают необходимыми знаниями и квалификацией для оценки изменений, вносимых в схему, в полном объёме».

«Учитывая, что рекламораспространители — участники публичных консультаций являются одновременно и участниками (членами) различных ассоциаций, союзов, осуществляющих защиту прав и интересов субъектов предпринимательской деятельности, то невозможно гарантировать непредвзятое рассмотрение изменений, вносимых в схему, сторонними организациями, с которыми предполагается согласование уполномоченным органом».

Решение о предварительном согласовании схемы или об отказе в таком согласовании — исключительная компетенция уполномоченного органа. Участие иных субъектов права в этой процедуре не отменяет данное правило и не означает, что принятие такого решения должно быть согласовано с какими-либо из них».

В предлагаемых изменениях указанные организации могут лишь сообщить уполномоченному органу об известных им фактах, которые могут служить основаниями для отказа в предварительном согласовании схемы. Для этого не требуется ни непредвзятость, ни специальная квалификация. При этом предлагаемыми изменениями не устанавливается конкретный перечень организаций, которые будут осуществлять указанные действия.

Минстрой НСО также не поддержал вышеназванные пункты 4.1.3–4.1.5 проекта заключения, отметив, что «Считаем нецелесообразным дополнение Порядка № 489-п положениями о возможности уполномоченного органа запросить у органа местного самоуправления обоснование причин, по которым представленными на предварительное согласование схемой размещения рекламных конструкций или изменениями в неё из действующей схемы исключаются места, в отношении которых у рекламораспространителя имеются действующие разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, а также о том, что в указанном случае до получения ответа или до истечения установленного срока представления ответа процедура предварительного согласования приостанавливается. Ведь исключение места размещения рекламной конструкции из схемы не влечёт за собой автоматического расторжения договора и аннулирования разрешения на размещение рекламной конструкции. Соответственно, это не влечёт и финансовые потери субъектов предпринимательской деятельности. Приведение схемы размещения рекламных конструкций в соответствие с документами территориального планирования, обеспечение соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил является обязанностью органа местного самоуправления».

При этом Минстрой НСО поддержал один из способов обеспечения прозрачности принятия решения о включении или отказе во включении в схему определённого места по предложению субъектов предпринимательской деятельности, предложенный Министерством в проекте заключения в пунктах 4.1.1–4.1.5:

1) о необходимости приложения к схеме копии муниципального нормативного правового акта, обеспечивающего прозрачность принятия решения о включении или отказе во включении в схему определённого места по предложению субъектов предпринимательской деятельности: либо содержащего перечень условий, при которых возможно и (или) невозможно включение в схему рекламных мест, предложенных рекламодателями (гражданами), либо гарантирующего рассмотрение таких обращений на открытом заседании коллегиального органа, куда в обязательном порядке приглашается заявитель и имеет возможность выступить с возражениями на аргументы против включения предложенного им места в схему, а также обязательность дачи ему мотивированного ответа;

2) о том, что непредставление такого нормативного акта является основанием для возвращения схемы органу местного самоуправления, а несоответствие его указанным требованиям — основанием для отказа в согласовании схемы.

Минстрой НСО пояснил свою позицию следующим: «Считаем возможным дополнение Порядка № 489-п положением о необходимости прилагать к схеме размещения рекламной конструкции, представляемой на предварительное согласование, копию муниципального нормативного правового акта, обеспечивающего прозрачность принятия решения о включении или отказе во включении в схему определённого места по предложению субъектов предпринимательской деятельности, который содержит перечень условий, при которых возможно и (или) невозможно включение в схему рекламных мест, предложенных рекламодателями. Отсутствие такого документа в числе представленных в уполномоченный орган можно рассматривать в качестве основания для возврата схемы органу местного самоуправления». Министерство поддерживает позицию Минстроя НСО, что нашло отражение в выводах настоящего заключения.

Департамент не поддержал пункты 4.1.1–4.1.2 проекта заключения и аргументацию Министерства, содержащуюся относительно названных пунктов в разделе 3.4 проекта заключения. Департамент отметил следующее: «Дополнение проекта положениями, регламентирующими порядок опубликования сведений о предстоящем открытом заседании специального коллегиального органа; приглашения заявителей, чьи предложения будут рассматриваться на заседании специального коллегиального органа; выступления заявителей при рассмотрении их предложений, участия иных лиц в заседании специального коллегиального органа, необходимо исключить, в связи с тем, что это может привести к ограничению конкуренции, возникновению коррупциогенного фактора и ограничению полномочий органа местного самоуправления».

При этом опасность возникновения коррупциогенного фактора Департамент объяснил следующим образом:

«Обсуждение коллегиальным органом изменений в схему размещения рекламных конструкций с субъектом предпринимательской деятельности (заявителем) приведёт к возникновению коррупциогенного фактора.

В связи с этим коллегиальному органу недопустимо при принятии решения о внесении изменений в схему рассматривать личное мнение заявителя».

Однако в приведённой позиции неверно отражены цель и содержание деятельности специального коллегиального органа, предложенного Министерством.

Во-первых, статус специального коллегиального органа определяет муниципальное образование.

В соответствии с частью 1 статьи 34 Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» структуру органов местного самоуправления составляют представительный орган муниципального образования, глава муниципального образования, местная администрация, контрольно-счётный орган муниципального образования, иные органы и выборные должностные лица местного самоуправления, предусмотренные уставом муниципального образования и обладающие собственными полномочиями по решению вопросов местного значения.

Если уставом муниципального образования специальный коллегиальный орган предусмотрен и наделён соответствующими полномочиями, он может принять решение о включении или невключении предложенного места в схему размещения рекламной конструкции. В остальных случаях это делает иной орган, тогда специальный коллегиальный орган может лишь рекомендовать или не рекомендовать сделать это. Предложенные Министерством изменения в Порядок допускают оба варианта. Поэтому утверждение, что именно специальный коллегиальный орган принимает решение по результатам рассмотрения предложения о включении в схему нового места, неверно.

Во-вторых, согласно предложенным изменениям, на заседаниях специального коллегиального органа с участием заявителя (в случае его явки) должны рассматриваться его конкретные предложения, а не «обсуждаться изменения в схему». При этом предполагаемый формат такого рассмотрения наделяет заявителя лишь правом выступить в случае несогласия с тем, что высказали члены указанного органа. Прямых правовых последствий такое выступление не влечёт.

В-третьих, открытость заседаний специального коллегиального органа позволит рекламораспространителям заранее понимать, что именно учитывает указанный орган, рекомендуя или не рекомендуя включать рекламное место в схему, а значит и находить отклонения от общих правил. Это не только не повышает, но и, наоборот, способствует снижению коррупциогенности.

Необходимо также заметить, что из предлагаемых изменений следует: наличие органа и его соответствие указанным требованиям проверяется уполномоченным органом лишь при отсутствии закреплённых в муниципальном

нормативном правовом акте условий, при которых возможно и (или) невозможно включение объектов в схему.

С учётом изложенного Министерство не может согласиться с позицией, в соответствии с которой предложенное изменение повысит коррупционные риски.

Ограничение конкуренции упомянуто в отзыве Департамента следующим образом:

«В случае включения места размещения рекламной конструкции в схему все рекламодатели находятся в равных условиях. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции между рекламодателем и мэрией города Новосибирска возможно только после проведения аукциона, победа в котором не гарантируется ни одному из участников, в том числе и заявителю, направившему заявление о включении данного места размещения.»

Любые способы, обеспечивающие победу на аукционе конкретному предпринимателю, в том числе предоставление каких-либо преимуществ при рассмотрении заявления, запрещены и являются ограничивающими конкуренцию».

Однако в случае проведения указанного аукциона, как верно указано в приведённой позиции, все рекламодатели находятся в равных условиях. Предоставление заявителю возможности оппонировать в случае несогласия с аргументами против включения предложенного им рекламного места в схему не даёт ему никаких преимуществ при участии в аукционе. Открытость заседаний будет препятствовать также ограничению конкуренции в иных формах.

В чём состоит ограничение полномочий органа местного самоуправления, в отзыве не было пояснено. Но с этим Министерство также не согласно: полномочие органов местного самоуправления по самостоятельному утверждению схемы в соответствии с комментируемыми изменениями, предложенными Министерством, не ограничивается. Также Департамент сообщил: *«Мэрией города Новосибирска был изучен опыт крупных российских городов, в которых разработан нормативный документ по порядку внесения изменений в схему рекламных конструкций (Москва, Казань, Екатеринбург, Хабаровск). Нормативными актами, регулирующими порядок внесения изменений в схему в этих городах, не предусмотрено участие заявителей в заседаниях коллегиального органа либо другие процедуры, связанные с личным присутствием заявителей при рассмотрении заявлений о внесении изменений в схему».*

Министерство считает данный аргумент не очень убедительным. Проблема, на решение которой направлены оспариваемые Департаментом предложения о внесении изменений в Порядок, описана в разделе 3.4 заключения (стр. 22–24 заключения). Отсутствие аналогичного опыта в других субъектах Российской Федерации может объясняться отсутствием у них аналогичной проблемы или тем, что она так и не была решена. Также Департамент привёл ответ на замечания

участников публичных консультаций, который был помещён в указанный раздел (стр. 21 заключения).

Департамент поддержал пункт 4.2.2 выводов в проекте заключения:

4.2.2. «Рассмотреть вопрос о целесообразности сохранения содержащихся в предлагаемых участниками публичных консультаций к исключению ряда требований к оформлению и содержанию схемы с учётом критериев, приведённых на страницах 30–32 настоящего заключения».

Департаментом поддержана и аргументация по данному пункту, содержащаяся в разделе 3.6 проекта заключения, в котором Министерство отметило, что участники публичных консультаций предложили разработчику рассмотреть возможность:

«исключить пункт 4.1 Порядка либо изменить требования к масштабу схематической карты территории муниципального образования, установив её масштаб по аналогии с масштабом, указанным в абзаце втором пункта 4.2 — 1:1000;

исключить абзац пятый пункта 4.2 Порядка, поскольку информация, требуемая для представления органом местного самоуправления в соответствии с абзацем пятым пункта 4.2, по мнению участников публичных консультаций, является дублирующей. Эта информация предоставляется в перечне адресных ориентиров установки и эксплуатации рекламных конструкций в соответствии с пунктом 4.3 Порядка;

исключить абзац седьмой пункта 4.2 Порядка («отображение объектов благоустройства (газоны, тротуары, нестационарные объекты, крупномерные деревья, искусственные элементы рельефа).»), поскольку, по мнению участников публичных консультаций, отображение данных объектов на картах технически невозможно.».

Департамент дополнительно также пояснил следующее:

«Избыточный объём информации, предоставляемый органом местного самоуправления в рамках предварительного согласования схем размещения рекламных конструкций, требует длительной подготовки материалов, что способствует увеличению сроков принятия схемы и негативно влияет на осуществление предпринимательской деятельности».

Министерство разделяет данную позицию.

В отзыве на проект заключения Минстрой НСО также отметил, что *«В связи с тем, что площадь муниципальных образований и уровень развития рекламной отрасли на территории Новосибирской области различаются, министерству строительства Новосибирской области необходимо проработать вопросы, связанные с требованиями к СРРК с учетом возможности применения всеми органами местного самоуправления муниципальных образований Новосибирской области единой электронной картографической основы на базе вводимой Государственной информационной системы обеспечения градостроительной деятельности Новосибирской области (ГИСОГД НСО).*

В связи вступлением в силу Федерального закона от 14.07.2022 № 286-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе" и Федеральный закон "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской

Федерации" считаю целесообразным устранить несоответствие между текстами Порядка № 489-п и Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», включив в пункты 2, 4, подпункт 5 пункта 4.4, абзац второй пункта 4.5, пункты 4.6, 5.1, 10, 12, абзацы первый и четвёртый пункта 13, пункт 14, абзац первый пункта 15, пункт 16 Порядка № 489-п упоминание помимо муниципальных районов и городских округов также муниципальных округов.

Пунктом 2 постановления Правительства Новосибирской области от 13.11.2013 № 489-п и пунктом 3 Постановления № 416-п контроль за исполнением указанных постановлений возлагался на заместителя Губернатора Новосибирской области Сёмку С.Н. На настоящий момент заместителем Губернатора Новосибирской области, курирующим деятельность Министерства строительства Новосибирской области является Р.А. Теленчинов. В связи с вышеизложенным считаю целесообразным внести соответствующие пункт 3 Постановления № 489-п». Министерство поддерживает вышеизложенные предложения Минстроя НСО.

Принимая во внимание мнение участников публичных консультаций и информацию, содержащуюся в отзывах на проект заключения, а также с целью повышения прозрачности принятия решения о включении или отказе во включении в схему определённого места по предложению субъектов предпринимательской деятельности, Министерством в выводах настоящего заключения предложено два механизма обеспечения прозрачности. Это обязательное приложение к схеме размещения рекламной конструкции, представляемой на предварительное согласование, копии муниципального нормативного правового акта, который содержит перечень условий, при которых возможно и (или) невозможно включение в схему рекламных мест, предложенных рекламодателями. А также проведение оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов, которыми утверждаются схемы размещения рекламных конструкций или вносятся изменения в них. Более подробно выводы и предложения изложены в разделе 5.

5. Выводы и предложения по результатам проведённого анализа

По итогам анализа в соответствии с Порядком проведения экспертизы сделан вывод о наличии в исследуемом нормативном акте положений, необоснованно затрудняющих осуществление предпринимательской и инвестиционной деятельности.

5.1. Для устранения таких положений Министерство рекомендует:

5.1.1. Дополнить Порядок № 489-п положением о необходимости прилагать к схеме размещения рекламной конструкции, представляемой на предварительное согласование, копию муниципального нормативного правового акта, обеспечивающего прозрачность принятия решения о включении или отказе во включении в схему определённого места по предложению субъектов предпринимательской деятельности, который содержит перечень

условий, при которых возможно и (или) невозможно включение в схему рекламных мест, предложенных рекламодателями.

5.1.2. Дополнить Порядок № 489-п положением о том, что отсутствие копии муниципального нормативного правового акта, подготовленного в соответствии с требованиями пункта 5.1.1 в числе представленных в уполномоченный орган, является основанием для возврата схемы органу местного самоуправления.

5.2. Кроме того, Министерство предлагает разработчику рассмотреть вопрос о внесении в Порядок № 489-п следующих изменений:

5.2.1. Устранить несоответствие между текстами Порядка и Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», включив в пункты 2, 4, подпункт 5 пункта 4.4, абзац второй пункта 4.5, пункты 4.6, 5.1, 10, 12, абзацы первый и четвёртый пункта 13, пункт 14, абзац первый пункта 15, пункт 16 Порядка упоминание помимо муниципальных районов и городских округов также муниципальных округов.

При этом Министерство отмечает, что в настоящий момент в Новосибирской области отсутствуют муниципальные округа, в связи с чем на момент дачи настоящего заключения права и законные интересы субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности не затрагиваются. Однако само выявленное несоответствие между текстами Порядка и федерального закона целесообразно устранить.

5.2.2. Рассмотреть вопрос о целесообразности сохранения содержащихся в предлагаемых участниками публичных консультаций к исключению ряда требований к оформлению и содержанию схемы с учётом критериев, приведённых на страницах 30–32 настоящего заключения.

5.2.3. В пунктах 7 и 8 Порядка № 489-п заменить слова «управление по государственной охране объектов культурного наследия Новосибирской области» на «государственная инспекция по охране объектов культурного наследия Новосибирской области» в соответствующем падеже. Редакция указанных пунктов, предложенная в пункте 4.1.3 настоящего заключения, учитывает данную рекомендацию.

5.3. Также Министерство рекомендует органам местного самоуправления муниципальных образований Новосибирской области:

5.3.1. Проводить оценку регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов, которыми утверждаются схемы размещения рекламных конструкций или вносятся изменения в них. Указанная схема устанавливает условия (разновидность обязательного требования), связанные с осуществлением экономической деятельности рекламодателей и оценка соблюдения которых осуществляется в рамках предоставления разрешения на установку рекламной конструкции. Поэтому в соответствии с федеральными законами «Об обязательных требованиях в Российской Федерации» и «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» оценка регулирующего воздействия соответствующего проекта акта является обязательной.

5.3.2. Принимать схему размещения рекламных конструкций лишь при наличии положительного заключения об оценке регулирующего воздействия её проекта или после устранения разногласий между разработчиком проекта акта и органом либо структурным подразделением местной администрации, давшим отрицательное заключение о такой оценке, в ходе согласительных процедур.

5.3.3. Рассмотреть вопрос о целесообразности введения правила о минимальной периодичности внесения изменений в схему размещения рекламных конструкций и (или) утверждения новой схемы.

Заместитель министра экономического развития
Новосибирской области

В.Б. Шовтак

