



**МЭРИЯ**  
**города Новосибирска**  
**ДЕПАРТАМЕНТ ПРАВОВОЙ**  
**И КАДРОВОЙ РАБОТЫ**

Красный проспект, 34  
г. Новосибирск, 630099  
тел./факс (383) 227-40-43

от 02.04.2021 № 23/3.3/00425

На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

Заместителю мэра города  
Новосибирска – начальнику  
департамента строительства  
и архитектуры мэрии города  
Новосибирска

Кондратьеву А. В.

**Заключение**

**об оценке регулирующего воздействия проекта постановления мэрии города  
Новосибирска «О внесении изменений в постановление мэрии города  
Новосибирска от 29.10.2019 № 3979 «Об архитектурно-художественном  
регламенте размещения информационных и рекламных конструкций в  
городе Новосибирске»**

Департаментом правовой и кадровой работы мэрии города Новосибирска в соответствии с решением 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 обязанности для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, и экспертизы муниципальных нормативных правовых актов города Новосибирска, затрагивающих вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности», пунктом 3.4 Положения о департаменте правовой и кадровой работы мэрии города Новосибирска, утвержденного постановлением мэрии города Новосибирска от 30.12.2015 № 7488, проведена оценка регулирующего воздействия проекта постановления мэрии города Новосибирска «О внесении изменений в постановление мэрии города Новосибирска от 29.10.2019 № 3979 «Об архитектурно-художественном регламенте размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске» (далее – проект муниципального правового акта).

Разработчиком проекта муниципального правового акта является департамент строительства и архитектуры мэрии города Новосибирска (далее – разработчик, департамент).

Проектом муниципального правового акта предусмотрено внесение изменений в архитектурно-художественный регламент размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске, утвержденный постановлением мэрии города Новосибирска от 29.10.2019 № 3979 (далее – Регламент).

Целью предлагаемого правового регулирования является совершенствование архитектурно-художественного облика города, формирование единого подхода при информационно-рекламном оформлении зданий, строений, сооружений и объектов благоустройства, расположенных на территории города Новосибирска.

При подготовке проекта муниципального правового акта соблюден Порядок проведения оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов города Новосибирска, устанавливающих новые или изменяющих ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами города Новосибирска обязанности для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, установленный решением Совета депутатов города Новосибирска от 25.04.2017 № 395. Уведомление о подготовке проекта муниципального правового акта было размещено в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на официальном сайте города Новосибирска (<http://pravo.novo-sibirsk.ru/pravdocsinf.aspx>), а также в ГИС НСО «Электронная демократия Новосибирской области» (<http://dem.nso.ru/lawandnpa/caf513f2-1491-4553-82b0-d5977de85567>). Предложения в связи с размещением уведомления принимались в период с 06.11.2020 по 19.11.2020, по информации, предоставленной разработчиком, предложения в связи с размещением уведомления за указанный период не поступали.

Информационное сообщение о проведении публичных консультаций было размещено в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на официальном сайте города Новосибирска (<http://pravo.novo-sibirsk.ru/publexp.aspx>), а также в ГИС НСО «Электронная демократия Новосибирской области» (<http://dem.nso.ru/lawandnpa/caf513f2-1491-4553-82b0-d5977de85567>). Публичные консультации по проекту муниципального правового акта проводились в период с 13.01.2021 по 02.02.2021. О проведении публичных консультаций дополнительно были извещены Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Новосибирской области, Союз «Новосибирская городская торгово-промышленная палата», Союз «Новосибирская торгово-промышленная палата», Межрегиональная общественная организация «Межрегиональная ассоциация руководителей предприятий», муниципальное автономное учреждение города Новосибирска «Городской центр развития предпринимательства», некоммерческое партнерство «Совет по защите прав и законных интересов субъектов малого и среднего бизнеса», Новосибирское областное отделение Общероссийской общественной организации «Деловая Россия», Новосибирское областное отделение Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ», Новосибирское региональное отделение Общероссийской общественной организации «Ассоциация юристов России», а также члены экспертного совета по оценке регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов города Новосибирска, устанавливающих новые или изменяющих ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами города Новосибирска обязанности для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, и экспертизе муниципальных нормативных

правовых актов города Новосибирска, затрагивающих вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности,

В рамках публичных консультаций по проекту муниципального правового акта поступили предложения от 146 участников (10 юридических и 136 физических лиц), большинством из которых было предложено вернуть проект муниципального правового акта на доработку разработчику в связи с выявленными ими недостатками. Более 95 предложений участников касаются исключения из проекта муниципального правового акта пункта 1.35, которым в новой редакции излагается пункт 4.4 Регламента, предусматривающий требования к максимальной площади рекламного поля отдельно стоящей рекламной конструкции в зависимости от ширины улицы. По мнению участников указанные требования являются избыточными и противоречат Федеральному закону от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», «ГОСТ Р 52044-2003. Государственный стандарт Российской Федерации. Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения» (далее – Технический регламент), схеме размещения рекламных конструкций на территории города Новосибирска, утвержденной постановлением мэрии города Новосибирска от 30.09.2019 № 3590, поскольку вводят дополнительные, ранее не установленные ограничения максимальной площади рекламного поля. Их введение, по мнению участников, повлечет запрет на размещение больших статических рекламных конструкций на улицах города, демонтаж большинства рекламных конструкций в городе Новосибирске, сужение рынка наружной рекламы, что является ограничением конкуренции и нарушением требований Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», часть первая статьи 15 которого запрещает введение ограничений в отношении хозяйствующих субъектов в какой-либо сфере деятельности, а также установление запретов или введение ограничений в отношении осуществления отдельных видов деятельности или производства определенных видов товаров. Новые требования также приведут к снижению количества размещаемой социальной рекламы, важность которой закреплена в Федеральном законе от 13.03.2006 № 38-ФЗ. Кроме того, сокращение количества рекламных конструкций приведет к сокращению количества рабочих мест, рекламных компаний в целом, что повлечет снижение поступлений в бюджет муниципалитета в виде налогов от участников рынка наружной рекламы, государственной пошлины за выдачу разрешений на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, платы за размещение (установку и эксплуатацию) рекламной конструкции на объектах, находящихся в муниципальной собственности города Новосибирска.

Более 20 участников считают неопределенным правовое регулирование, предусмотренное пунктом 1.33 проекта муниципального правового акта, дополняющего абзацами 8, 9 пункт 4.2 Регламента, устанавливающими требования к размещению видеозэкранов и медиафасадов на расстоянии 1 метра от геометрического центра окон, их угловому размеру не превышающему 2°, допустимой не более 3000 кд/кв.м яркости в темное время суток, однако при этом не определены порядок, срок и этапы проведения соответствующих замеров и

экспертиз для дальнейшего получения разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

10 участников полагают, что пункт 1.5 проекта муниципального правового акта, дополняющий Регламент пунктом 2.8, предусматривающим размещение информационных и рекламных конструкций в соответствии с паспортом благоустройства территории и (или) паспортом фасадов здания, носит неопределенный характер, поскольку не регулирует порядок размещения указанных конструкций в случае отсутствия паспортов благоустройства территории и фасадов здания.

6 участников предлагают внести изменения в пункты 3.2.12, 3.2.13 действующей редакции Регламента, регулирующие размещение фасадной вывески на подложке, фигурного и планшетного короба, предусматривающие сокращение максимальной высоты указанных конструкций с 700 до 500 мм по аналогии с дизайн-кодами других городов.

По мнению 5 участников, пункт 4.12 Регламента, вводимый пунктом 1.36 проекта муниципального правового акта, предусматривающим требования к настенному панно, необходимо исключить, поскольку указанные в нем размеры настенного панно в виде светового короба с постоянно размещенной или сменяемой информацией, либо аппликации посредством самоклеящейся пленки, размещаемые на нестационарных объектах, очень велики, что негативно скажется на внешнем архитектурном облике города Новосибирска.

3 участника считают, что пункт 1.5 проекта муниципального правового акта, дополняющий Регламент пунктом 2.9, необходимо исключить, поскольку отклонения от требований подпунктов 3.2.4, 3.2.17, абзаца третьего 3.6.4, абзаца третьего, шестого подпункта 3.8.1, абзаца восьмого подпункта 4.5.4 Регламента допускаются только при размещении рекламных и информационных конструкций на зданиях торговых центров, торгово-развлекательных центрах (комплексов) общей площадью свыше 5 тыс. кв. м, что ущемляет права собственников административных зданий, деловых центров меньшей площадью на саморекламу, что создает дискриминационные условия, при которых хозяйствующие субъекты поставлены в неравные условия.

Около 10 предложений участников направлены на исключение или изменение отдельных положений проекта муниципального правового акта, содержащихся в абзаце 11 пункта 1.3 проекта муниципального правового акта, дублирующего порядок размещения рекламных конструкций в пределах треугольников видимости, определенный Техническим регламентом, пункте 4.9 Регламента, введенного пунктом 1.36 проекта муниципального правового акта, устанавливающего требования к рекламным конструкциям в виде флагов; устранение опечаток в пунктах 1.3, 1.5, 1.9, 1.24, 1.25 проекта муниципального правового акта.

По поступившим в ходе публичных консультаций предложениям была представлена позиция разработчика. В частности, разработчик согласился с предложением участников об исключении из проекта муниципального правового акта пункта 4.4.2 Регламента с целью дальнейшего обсуждения положений о максимальной площади рекламного поля отдельно стоящих рекламных конструкций и принятия решения по ним с участниками рекламного рынка. Также

из проекта муниципального правового акта будут исключены абзацы 8, 9 пункта 4.2 Регламента, поскольку они дублируют требования СанПиН 2.2.1/2.1.1.1278-03, утвержденные постановлением Главного государственного санитарного врача РФ от 08.04.2003 № 34. В пункт 2.8 Регламента, предусматривающий соответствие информационных и рекламных конструкций паспортам фасада здания и благоустройства территории, будут внесены изменения, исключающие неоднозначность его толкования. Подпункты 3.2.12, 3.2.13 Регламента, по мнению разработчика, определяют требования к размерам фасадной вывески на подложке, фигурного и планшетного короба и установлены с учетом сложившейся практики размещения указанных конструкций в городе. Разработчик не согласен с предложением участников об исключении из проекта муниципального правового пункта 4.12 Регламента, регулирующего размещение рекламных конструкций на нестационарных объектах и их размеры, поскольку установленные размеры соответствуют общепринятой практике крупных городов Российской Федерации и не ущемляют права предпринимателей, осуществляющих деятельность в нестационарных объектах. Разработчик считает, что пункт 2.9 Регламента, регулирующий размещение рекламных и информационных конструкций на зданиях торговых центров, торгово-развлекательных центрах (комплексов) общей площадью свыше 5 тыс. кв. м и на их территориях, следует оставить без изменения, в связи с тем, что отклонения от требований к указанным конструкциям составлялись с учетом объемно-планировочных и архитектурно-художественных особенностей зданий торговых, торгово-развлекательных центров и сложившейся практикой размещения рекламных и информационных конструкций на таких зданиях, распространение указанных требований на иные здания приведет к нарушению архитектурного облика города. Абзац 11 пункта 1.3 проекта муниципального правового акта, устанавливающего запрет для размещения рекламных и информационных конструкций в пределах треугольников видимости будет исключен разработчиком, поскольку он дублирует требования технического регламента Таможенного союза «Безопасность автомобильных дорог», утвержденного решением Комиссии Таможенного союза от 18.10.2011 № 827. Пункт 4.9 Регламента будет дополнен разработчиком и изложен в новой редакции, предусматривающей требования к рекламным конструкциям в виде флаговых композиций. Замечания участников о наличии опечаток в тексте проекта муниципального правового акта также учтены разработчиком, в проект муниципального правового акта будут внесены соответствующие изменения.

При проведении оценки регулирующего воздействия проекта муниципального правового акта выявлялись достаточность оснований введения предлагаемого правового регулирования и наличие положений, вводящих избыточные обязанности, запреты и ограничения для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности или способствующих их введению, а также положений, способствующих возникновению необоснованных расходов субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности и бюджета города Новосибирска.

Проект муниципального правового акта разработан в рамках полномочий органов местного самоуправления, предусмотренных Федеральным законом от

13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе». Согласно пункту 4 части 15 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ органы местного самоуправления городских округов вправе определять типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего муниципального образования или части его территории, требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городских округов.

Проектом муниципального правового акта предусмотрено внесение изменений в архитектурно-художественный регламент размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске, определяющего требования к информационным и рекламным конструкциям, устанавливаемым и эксплуатируемым на территории города Новосибирска в соответствии с Правилами распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятыми решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372 (далее – Правила), с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Новосибирска.

Пунктами 1.1, 1.2 проекта муниципального правового акта вносятся изменения в раздел 1 Регламента, регулирующего общие положения. Так, пункт 1.1 проекта муниципального правового акта, предполагающий внесение изменения в пункт 1.4 Регламента, регулирующей сферу его применения, приводится в соответствие с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ, предлагаемое правовое регулирование направлено на устранение правовой неопределенности при реализации регулируемых отношений. Пунктом 1.5 Регламента закрепляются понятия, используемые для целей Регламента. Так, введением понятий «витрина», «информационная конструкция», «рекламная конструкция», «табличка», «темное время суток», «фриз» устраняется отсутствие правового регулирования соответствующих отношений в действующем законодательстве. Однако введение ряда понятий может повлечь неоднозначное толкование установленных норм, дифференцированный подход к участникам правоотношений, поскольку некоторые из них («вывеска», «кронштейн», «настенное панно») определены Правилами, а некоторые («видеоэкран», «маркиза», «медиафасад») не соответствуют определениям, данным в Правилах, в связи чем данное правовое регулирование является неопределенным.

Пунктами 1.3 – 1.5 проекта муниципального правового акта предусмотрены изменения раздела 2 Регламента, определяющего требования к информационным и рекламным конструкциям. Так, абзацем 10 пункта 2.1 Регламента устанавливается требование к ширине тротуара при размещении информационной и (или) рекламной конструкции, которая должна составлять 2,25 м, что противоречит требованию пункта 2.4 Правил, предусматривающего размещение рекламных конструкций на тротуаре, оставшаяся часть ширины которого должна составлять 3 м и более, выбранное правовое регулирование влечет правовую неопределенность при реализации регулируемых отношений. Требование к средствам наружной рекламы, содержащее запрет на размещение информационных и рекламных конструкций в пределах треугольников видимости, устанавливается в решении Комиссии Таможенного союза от 18.10.2011 № 827 «О принятии технического регламента Таможенного союза «Безопасность

автомобильных дорог», в связи с чем правовое регулирование, предусмотренное абзацем 11 пункта 2.1 Регламента, является излишним.

Пунктом 1.5 проекта муниципального правового акта Регламент дополняется пунктами 2.7 – 2.13, устанавливающими требования к размещению информационных и рекламных конструкций на зданиях, строениях, сооружениях, неостекленных поверхностях фасада здания, строения, сооружения, спортивных, спортивно-зрелищных зданиях и сооружениях с числом мест зрителей более 500, здания кинотеатров, театров, цирков, концертных и выставочных залов, музеев и их территориях, в границах территории объекта культурного наследия регионального значения достопримечательного места «Новосибирский Академгородок». Кроме того, устанавливается требование соответствия размещения информационных и рекламных конструкций паспортам благоустройства территории и фасада здания. Также вводятся допустимые отклонения от требований Регламента для размещения информационных и рекламных конструкций на зданиях торговых, торгово-развлекательных центров (комплексов) общей площадью свыше 5 тыс. кв. м, к вывескам с изображением товарного знака, знака обслуживания, логотипа единственного собственника или правообладателя здания, строения, сооружения. Пунктами 2.11, 2.12 Регламента определено, что требования, установленные разделом 2 Регламента не распространяются на информационные и рекламные конструкции, размещенные на зданиях, строениях, сооружениях до 1991 года, а также в соответствии с паспортом фасадов, утвержденным в установленном порядке. Правовое регулирование направлено на приведение Регламента в соответствие с требованиями статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ, пунктов 2.1.2 – 2.1.4 Правил благоустройства территории города Новосибирска, утвержденных решением Совета депутатов г. Новосибирска от 27.09.2017 № 469, пункта 2.3 Правил, обеспечивает реализацию уполномоченным органом полномочий по определению требований к информационным и рекламным конструкциям с целью сохранности внешнего архитектурно-художественного облика города. Вместе с тем считаем, что для положения о нераспространении требований регламента на рекламные и информационные конструкции, размещенные на зданиях, строениях, сооружениях до 1991 года, не предусмотрен механизм реализации нормы, данное регулирование не исключает дифференцированного подхода к участникам правоотношений, является неопределённым.

Пунктами 1.6 – 1.28 проекта муниципального правового акта предусмотрены изменения раздела 3 Регламента, регулирующего требования к размещению информационных конструкций. Пункт 1.8 проекта муниципального правового акта дополняет Регламент подпунктами 3.1.1 – 3.1.3, регулирующими размещение изготовителем (исполнителем, продавцом) информации, предусмотренной статьей 9 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», о фирменном наименовании организации, месте ее нахождения, режиме работы; а также определяющими требования к виду и количеству информационных конструкций, размещаемых на нестационарных объектах и фасаде здания, строения, сооружения. Данные изменения направлены на приведение Регламента в соответствие с пунктом 3.1 Правил, регулирующим

установку и эксплуатацию информационных конструкций в городе, устраняют правовую неопределенность, исключают дифференцированный подход к участникам правоотношений. Пунктами 1.9 – 1.18 проекта муниципального правового акта внесены изменения в подпункты 3.2.1 – 3.2.4, 3.2.9 – 3.2.13 Регламента, предусматривающие требования к размерам и размещению фасадных вывесок на зданиях, строениях, сооружениях, нестационарных объектах, на информационных стелах. Так, установлен запрет на размещение фасадных вывесок между верхней линией окон и крышей при размещении над данными конструкциями крышных вывесок; на размещение фасадных вывесок в два и более ряда. Выбранное правовое регулирование направлено на недопущение бесконтрольного размещения фасадных вывесок с целью сохранения архитектурного облика города. Однако регулирование, предусмотренное пунктом 1.12 проекта муниципального правового акта, является избыточным, поскольку требование о размещении на одном фасаде не более одной информационной конструкции организации, индивидуального предпринимателя предусмотрено подпунктом 3.1.3 Регламента. Регулирование, предлагаемое пунктом 1.14 проекта муниципального правового акта, не предусматривает размещение фигурного короба на нестационарных объектах, тогда как пунктом 3.2.10 Регламента указанный вид конструктивного решения фасадной вывески предусмотрен. Данное правовое регулирование является недостаточным и влечет ограничение прав и интересов юридических лиц, индивидуальных предпринимателей при выборе способа размещения информации. Пунктами 1.19 – 1.27 проекта муниципального правового акта внесены изменения в пункты 3.3.1, 3.3.2, 3.4.1, 3.5.1, 3.5.3, 3.6.4, 3.8.1 – 3.8.3 Регламента, регулирующих требования к табличкам, консольным, витринным, крышным вывескам, вывескам на маркизах, информационным стелам. Определены параметры табличек, вывесок, стел; требование к соблюдению горизонтальных и вертикальных осей при размещении табличек, количеству вывесок на стеле, количеству стел у входа в здание, строение, сооружение; расстояние от конструкций, размещаемых на встроенно-пристроенных помещениях до окон жилых помещений, палат лечебных учреждений, объектов социального значения; требования к размещению витринных вывесок в окнах выше первого этажа, крышных вывесок в случае размещения под ними фасадных вывесок. Пункт 1.28 проекта муниципального правового акта дополняет Регламент пунктом 3.9, регулирующим размещение надвратных вывесок. Выбранное регулирование направлено на соблюдение единообразия при размещении информационных конструкций с целью создания эстетически полноценного визуального пространства, комфортного режима информирования.

Пунктами 1.29 – 1.36 проекта муниципального правового акта предусмотрено изменение раздела 4 Регламента, устанавливающего требования к размещению отдельных типов и видов рекламных конструкций. Пункт 1.33 проекта муниципального правового акта дополняет пункт 4.2 Регламента абзацами, регулирующими размещение рекламных конструкций с использованием электронной технологии смены изображения (видеоэкранов, медиафасадов). Указанные конструкции должны размещаться на расстоянии 1 м от геометрического центра окон помещений жилых зданий, палат лечебных

учреждений, объектов социального обеспечения, угловой размер которых не должен превышать  $2^\circ$ , с максимально допустимой яркостью не более 3000 кд/кв.м, которые не должны ослеплять участников дорожного движения, снижать безопасность дорожного движения. Правовое регулирование направлено на создание комфортных и безопасных условий при размещении рекламных конструкций, однако необходимо отметить, что после разработки проекта муниципального правового акта, СанПиН 2.2.1/2.1.1.1278-03, утвержденные постановлением Главного государственного санитарного врача РФ от 08.04.2003 № 34, в соответствии с которым были разработаны указанные требования, 28.02.2021 утратили силу. Пункт 1.35 проекта муниципального правового акта предлагает изложить пункт 4.4 Регламента в новой редакции, предусматривающей его дополнение подпунктом 4.4.2, устанавливающим максимальную площадь рекламного поля отдельно стоящих рекламных конструкций на улицах города. Кроме того, не допускается размещение щитов и призматронов на улицах шириной до 40 м, от 40 до 70 м (при наличии бульвара), рекламных ограждений, суперсайтов на улицах, шириной до 70 м (при отсутствии бульвара). Вводимые ограничения противоречат схеме размещения рекламных конструкций, утверждённой постановлением мэрии города Новосибирска от 30.09.2019 № 3590, определяющей как типы и виды, размер информационных полей и технические характеристики рекламных конструкций, так и места их размещения, ограничивают конкуренцию, влекут сокращение количества отдельно стоящих рекламных конструкций. Считаем данное правовое регулирование избыточным, устанавливающим необоснованные обязанности для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности по приведению рекламных конструкций в соответствие с установленными требованиями, либо их демонтажу в случае несоответствия, что ведет к нарушению прав и интересов субъектов правоотношений. Пункт 1.36 проекта муниципального правового акта дополняет Регламент пунктами 4.5 – 4.12, устанавливающими требования к настенным панно, витринным рекламным конструкциям, рекламным конструкциям в виде кронштейнов, флагов, маркиз, объемно-пространственным рекламным конструкциям, их видам, параметрам, размещению. Определены виды рекламных конструкций и их размер, размещаемых на нестационарных объектах. При этом не предусмотрены расстояние между рекламными конструкциями в виде флагов, требования для размещения рекламных конструкций в виде флаговых композиций. Выбранное правовое регулирование является недостаточным и влечет невозможность получения разрешения на их размещение. Пункт 4.13 Регламента запрещает размещение рекламных конструкций на объектах культурного наследия. Правовое регулирование направлено на приведение в соответствие со статьей 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ, совершенствование архитектурного облика сложившейся застройки города.

Правовое регулирование пунктов 1.37 – 1.39 проекта муниципального правового акта направлено на приведение приложений к Регламенту в соответствие с его требованиями, а также их актуализацию.

Кроме того, пунктами 1.3, 1.4 проекта муниципального правового акта вносятся изменения в абзацы 1 – 8 пункта 2.1, пункт 2.4 Регламента, пунктами 1.6,

1.7– в заголовок раздела 3, пункт 3.1 Регламента, пунктами 1.29 – 1.32 - в пункт 4.1, подпункты 4.1.1 – 4.1.3 Регламента, вносятся изменения, которые носят редакционный характер, не устанавливают новые и не изменяют ранее предусмотренные обязанности для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, в связи с чем не являлись предметом оценки регулирующего воздействия .

По результатам проведенной оценки регулирующего воздействия проекта муниципального правового акта департаментом правовой и кадровой работы мэрии города Новосибирска сделан вывод о наличии положений, вводящих избыточные обязанности, запреты и ограничения для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности или способствующих их введению, а также положений, способствующих возникновению необоснованных расходов субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности и бюджета города Новосибирска (пункты 1.2, 1.3, 1.5, 1.12, 1.13, 1.33, 1.35, 1.36 проекта муниципального правового акта). Считаю необходимым доработать проект муниципального правового акта с учетом замечаний, изложенных в заключении.

И. о. начальника департамента



А. Н. Макарухина