

СВОДНЫЙ ОТЧЕТ

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

1. Общая характеристика проекта муниципального правового акта

1.1. Вид и наименование проекта муниципального правового акта, устанавливающего новые или изменяющего ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами города Новосибирска обязательные требования для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, обязанности для субъектов инвестиционной деятельности (далее - проект муниципального акта): *решение Совета депутатов города «О внесении изменений в Правила распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятые решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372».*

1.2. Разработчик проекта муниципального акта (с указанием контактной информации): *департамент строительства и архитектуры мэрии города Новосибирска (управление художественного облика города), контактные данные – Хорошунев Олег Владимирович, тел. 2220386.*

1.3. Предполагаемый срок вступления в силу проекта муниципального акта: *декабрь 2022 года.*

2. Анализ возможных вариантов правового регулирования конкретных общественных отношений

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

совершенствование правового регулирования в сфере размещения рекламных конструкций, в частности, уточнение требований к рекламным конструкциям и видам рекламных конструкций, установка и эксплуатация которых допускается в городе Новосибирске, внесение изменений в порядок расчета размера начальной (минимальной) оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска.

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

№ п/п	Проблема	Возможные варианты правового регулирования конкретных общественных отношений
1	<i>Требования к рекламным и информационным конструкциям, регулирующие размещение конструкций с точки зрения архитектурного облика, содержатся в Правилах распространения наружной рекламы и информации в городе</i>	<i>Исключение требований к рекламным и информационным конструкциям, регулирующих размещение конструкций с точки зрения архитектурного облика города из Правил распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятых решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372, внесение</i>

	<i>Новосибирске, принятых решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372, и архитектурно – художественном регламенте размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске, утвержденном постановлением мэрии города Новосибирска от 29.10.2019 № 3979</i>	<i>данных требований в архитектурно – художественный регламент размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске, утвержденный постановлением мэрии города Новосибирска от 29.10.2019 № 3979</i>
2	<i>Наличие в Правилах распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятых решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372, не востребуемых видов рекламных конструкций, необходимость корректировки существующих видов конструкций</i>	<i>Исключение не востребуемых видов рекламных конструкций, внесение изменений в существующие виды рекламных конструкций</i>
3	<i>Необходимость корректировки порядка расчета размера начальной (минимальной) оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, в части разграничения территориальных зон с учетом изменившейся архитектурно – планировочной структуры города</i>	<i>Внесение изменений в порядок расчета размера начальной (минимальной) оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, в части разграничения территориальных зон с учетом изменившейся архитектурно – планировочной структуры города</i>

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

2.4. Выводы по результатам проведения анализа возможных вариантов правового регулирования конкретных общественных отношений (обоснование выбора предлагаемого проектом муниципального акта способа правового регулирования): *отсутствуют.*

2.5. Цели предлагаемого способа правового регулирования:

№ п/п	Цель	Показатели достижения целей правового регулирования	Обоснование расчета показателей достижения целей
1	2	3	4
	<i>Устранение неопределенности толкования, корректировка видов рекламных конструкций с учетом необходимости соблюдения</i>	<i>Нормативно – правовое регулирование, разработка проекта муниципального правового акта</i>	-

<p>баланса прав субъектов предпринимательской деятельности, регулирование рынка наружной рекламы, корректировка порядка расчета размера начальной (минимальной) оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска с учетом изменившейся архитектурно – планировочной структуры города</p>		
---	--	--

2.6. Планируемые мероприятия по контролю достижения целей предлагаемого муниципальным актом способа правового регулирования: *отсутствуют.*

2.7. Содержание устанавливаемых (изменяемых) предлагаемым проектом муниципального акта способом правового регулирования обязательных требований для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, обязанностей для субъектов инвестиционной деятельности и полномочий:

N п/п	Категория лиц, на которых распространяется правовое регулирование (субъекты предпринимательской и иной экономической деятельности, субъекты инвестиционной деятельности, органы местного самоуправления, жители города Новосибирска)	Содержание устанавливаемых (изменяемых) обязательных требований для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, субъектов инвестиционной деятельности, полномочий органов местного самоуправления города Новосибирска	Расходы и доходы субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, субъектов инвестиционной деятельности, бюджета города Новосибирска
1	2	3	4
1	<p>Физические лица, юридические лица, индивидуальные предприниматели (рекламораспространители)</p>	<p>Исключение требований к рекламным и информационным конструкциям, регулирующих размещение конструкций с точки зрения архитектурного облика города из Правил распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятых решением городского Совета</p>	-

		<p><i>Новосибирска от 25.10.2006 № 372, внесение данных требований в архитектурно – художественный регламент размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске, утвержденный постановлением мэрии города Новосибирска от 29.10.2019 № 3979.</i></p> <p><i>Исключение невостребованных видов рекламных конструкций, внесение изменений в существующие виды рекламных конструкций</i></p> <p><i>Внесение изменений в порядок расчета размера начальной (минимальной) оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, в части разграничения территориальных зон с учетом изменившейся архитектурно – планировочной структуры города</i></p>	
2	<p><i>Органы местного самоуправления города Новосибирска (мэрия города Новосибирска в лице управления художественного блика города)</i></p>	<p><i>Реализация полномочий в соответствии с вносимыми изменениями</i></p>	-

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

3. Анализ воздействия предлагаемого регулирования
на состояние конкуренции в городе Новосибирске
в регулируемой сфере деятельности

3.1. Положения, применение которых может оказывать отрицательное влияние на состояние конкуренции:

N п/п	Положение, которое может оказывать отрицательное влияние на состояние конкуренции	Наличие положения в проекте муниципального акта		
		есть/нет	содержание положения	обоснование введения положения
1	2	3	4	5
1. Ограничение количества или круга субъектов предпринимательской деятельности				
1.1	Предоставление преимуществ по реализации товаров, выполнению работ, оказанию услуг субъектам предпринимательской деятельности	нет		
1.2	Ограничение возможности субъектов предпринимательской деятельности реализовывать товары, выполнять работы, оказывать услуги (введение территориальных ограничений, создание административных барьеров и другие)	нет		
1.3	Введение требования по получению разрешения или согласования в качестве условия для начала или продолжения деятельности	нет		
2. Ограничение способности субъектов предпринимательской деятельности вести конкуренцию				
2.1	Ограничение возможности субъектов предпринимательской деятельности устанавливать цены на товары, работы или услуги	нет		
2.2	Ограничение свободы субъектов предпринимательской деятельности осуществлять рекламу или маркетинг своих товаров или услуг	нет		
2.3	Создание неравных экономических условий осуществления предпринимательской деятельности, влекущих повышение производственных затрат одних субъектов предпринимательской деятельности по сравнению с затратами других (ограничение использования	нет		

технологий производства, введение дополнительных требований и иные)			
---	--	--	--

4. Результаты размещения уведомления о намерении разработать проект муниципального акта

4.1. Уведомление о намерении разработать проект муниципального акта было размещено и доступно в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по следующему адресу: <http://pravo.novo-sibirsk.ru/pravdocsinf.aspx>, а также на ГИС НСО «Электронная демократия Новосибирской области» <https://dem.nso.ru/#/npa/bills/ec9cf297-737a-402b-b00a-73ead9669da8>.

4.2. Предложения в связи с размещением уведомления принимались в период с 12.09.2022 по 23.09.2022.

4.3. Предложения, поступившие по итогам размещения уведомления: *не поступали*.

5. Результаты проведения публичных консультаций по проекту муниципального акта*

5.1. Публичные консультации по проекту муниципального правового акта проводились в период с 06.10.2022 по 26.10.2022.

5.2. О проведении публичных консультаций были извещены следующие лица и органы: Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Новосибирской области, Союз «Новосибирская городская торгово-промышленная палата», Местная общественная организация «Объединение предпринимателей Октябрьского района города Новосибирска», Межрегиональная общественная организация «Межрегиональная ассоциация руководителей предприятий», муниципальное автономное учреждение города Новосибирска «Городской центр развития предпринимательства», индивидуальный предприниматель Ковалева О. А., Союз «Новосибирская торгово-промышленная палата», 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 обязательные требования для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, обязанности для субъектов инвестиционной деятельности, и экспертизе муниципальных нормативных правовых актов города Новосибирска, затрагивающих вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности.

5.3. Сводка предложений, поступивших во время проведения публичных консультаций:

№ п/п	Лицо, представившее предложения	Содержание предложения	Обоснование принятия или отклонения предложения
1	2	3	4
1	Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Новосибирской области	<p>Установление переходных положений в связи с исключением маркизов и проекционных рекламных конструкций из перечня конструкций, допустимых к установке на территории города Новосибирска, а также внесение изменений в порядок размещения щитов формата 2 м. × 3 м. путем ограничения мест размещения территорией Городской зоны III категории.</p> <p>В связи с изменением структуры мэрии города Новосибирска замена комитета рекламы и информации мэрии города Новосибирска на управление художественного облика города мэрии города Новосибирска.</p>	<p><i>Предложение отклонено.</i> Утверждение пунктов 1.3.9, 1.4.1, 1.4.3 проекта муниципального правового акта не повлечет за собой изменение условий заключенных договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.</p> <p><i>Предложение отклонено.</i> Предложенные изменения утверждены решением Совета депутатов г. Новосибирска от 26.10.2022 № 433 «О внесении изменений в Правила распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятые решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372».</p>
2	ООО «Мороз Маркетинг»	Абзацы 10, 12, 14, 15 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции	<i>Предложение отклонено.</i> Орган местного самоуправления уполномочен на определение видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории городского округа (подпункт 4 части 15 статьи 19 ФЗ «О рекламе»). Правилами и схемой размещения рекламных конструкций (утверждена постановлением мэрии города Новосибирска от 23.03.2022 № 919 «О схеме размещения рекламных конструкций на территории города Новосибирска») предусмотрено тринадцать видов отдельно стоящих рекламных конструкций, количество достаточное для удовлетворения потребностей участников динамично развивающегося рынка наружной рекламы.

		Ограничение формата 3 м. × 6 м. размещением баннеров.	Дать оценку предложенному изменению не представляется возможным связи с неопределенностью формулировки.
3	ООО Управляющая компания «Развитие»	Абзацы 10, 12, 14, 15 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции	<i>Предложение отклонено.</i> Орган местного самоуправления уполномочен на определение видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории городского округа (подпункт 4 части 15 статьи 19 ФЗ «О рекламе»). Правилами и схемой размещения рекламных конструкций (утверждена постановлением мэрии города Новосибирска от 23.03.2022 № 919 «О схеме размещения рекламных конструкций на территории города Новосибирска») предусмотрено тринадцать видов отдельно стоящих рекламных конструкций, количество достаточное для удовлетворения потребностей участников динамично развивающегося рынка наружной рекламы.
4	ООО «Виджет»	Пункты 2.3 и 2.4 Правил оставить в существующей редакции Абзацы 10, 12, 13, 14, 15 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции	<i>Предложение отклонено.</i> Пункты 2.3 и 2.4 Правил направлены на регулирование порядка размещения рекламных и информационных конструкций с точки зрения архитектурного облика города, соответственно, внесение указанных положений в архитектурно-художественный регламент размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске, утвержденный постановлением мэрии города Новосибирска от 29.10.2019 № 3979, является объективной необходимостью, соответствует цели правового регулирования. <i>Предложение отклонено.</i> Орган местного самоуправления уполномочен на определение видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории городского округа (подпункт 4 части 15 статьи 19 ФЗ «О рекламе»). Правилами и схемой

		<p>Дополнение рекламных конструкций остановочных пунктов движения общественного транспорта устройством автоматической смены изображений.</p> <p>Изменение значений коэффициента, учитывающего территориальную привязку, К 1 (Приложение 7 к Правилам) с учетом протяженности улиц.</p>	<p>размещения рекламных конструкций (утверждена постановлением мэрии города Новосибирска от 23.03.2022 № 919 «О схеме размещения рекламных конструкций на территории города Новосибирска») предусмотрено тринадцать видов отдельно стоящих рекламных конструкций, количество достаточное для удовлетворения потребностей участников динамично развивающегося рынка наружной рекламы.</p> <p><i>Предложение принято.</i></p> <p><i>Предложение отклонено.</i></p> <p>Изменение значений коэффициента, учитывающего территориальную привязку, К 1 (Приложение 7 к Правилам), обусловлено необходимостью корректировки порядка расчета размера начальной (минимальной) оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, в части разграничения территориальных зон с учетом изменившейся архитектурно – планировочной структуры города, поскольку распространение рекламной информации в центральной части города позволяет получить большую прибыль в сравнении с рекламной информацией, распространяемой на окраинах. Согласно статье 209 Гражданского кодекса РФ собственник вправе владеть, пользоваться и распоряжаться принадлежащим ему имуществом, по своему усмотрению совершать в отношении него любые действия, не противоречащие закону и иным правовым актам и</p>
--	--	--	--

			<p>не нарушающие права и охраняемые законом интересы других лиц. Соответственно, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, является формой управления и распоряжения таким имуществом. Обеспечение эффективного использования имущества является одной из важнейших задач органа местного самоуправления.</p>
5	ООО «Магистраль Медиа»	<p>Пункты 2.3 и 2.4 Правил оставить в существующей редакции</p> <p>Абзацы 10, 12, 13, 14, 15 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции</p>	<p><i>Предложение отклонено.</i></p> <p>Пункты 2.3 и 2.4 Правил направлены на регулирования порядка размещения рекламных и информационных конструкций с точки зрения архитектурного облика города, соответственно, внесение указанных положений в архитектурно-художественный регламент размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске, утвержденный постановлением мэрии города Новосибирска от 29.10.2019 № 3979, является объективной необходимостью, соответствует цели правового регулирования.</p> <p><i>Предложение отклонено.</i></p> <p>Орган местного самоуправления уполномочен на определение видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории городского округа (подпункт 4 части 15 статьи 19 ФЗ «О рекламе»). Правилами и схемой размещения рекламных конструкций (утверждена постановлением мэрии города Новосибирска от 23.03.2022 № 919 «О схеме размещения рекламных конструкций на территории города Новосибирска») предусмотрено тринадцать видов отдельно стоящих рекламных конструкций, количество достаточное для удовлетворения потребностей участников динамично</p>

		<p>Дополнение рекламных конструкций остановочных пунктов движения общественного транспорта устройством автоматической смены изображений.</p> <p>Изменение значений коэффициента, учитывающего территориальную привязку, К 1 (Приложение 7 к Правилам) с учетом протяженности улиц. (Доработка пункта 1.5 Проекта)</p>	<p>развивающегося рынка наружной рекламы. <i>Предложение принято.</i></p> <p><i>Предложение отклонено.</i> Изменение значений коэффициента, учитывающего территориальную привязку, К 1 (Приложение 7 к Правилам), обусловлено необходимостью корректировки порядка расчета размера начальной (минимальной) оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, в части разграничения территориальных зон с учетом изменившейся архитектурно – планировочной структуры города, поскольку распространение рекламной информации в центральной части города позволяет получить большую прибыль в сравнении с рекламой, распространяемой на окраинах. Согласно статье 209 Гражданского кодекса РФ собственник вправе владеть, пользоваться и распоряжаться принадлежащим ему имуществом, по своему усмотрению совершать в отношении него любые действия, не противоречащие закону и иным правовым актам и не нарушающие права и охраняемые законом интересы других лиц. Соответственно, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, является формой управления и распоряжения таким имуществом. Обеспечение эффективного использования</p>
--	--	---	---

		<p>Абзац 12 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции, в части исключения возможности оборудования щитов устройствами автоматической смены изображений</p>	<p>имущества является одной из важнейших задач органа местного самоуправления.</p> <p><i>Предложение отклонено.</i> Орган местного самоуправления уполномочен на определение видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории городского округа (подпункт 4 части 15 статьи 19 ФЗ «О рекламе»). Правилами и схемой размещения рекламных конструкций (утверждена постановлением мэрии города Новосибирска от 23.03.2022 № 919 «О схеме размещения рекламных конструкций на территории города Новосибирска») предусмотрено тринадцать видов отдельно стоящих рекламных конструкций, количество достаточное для удовлетворения потребностей участников динамично развивающегося рынка наружной рекламы. В частности, конструкции, оборудованные системами смены изображений: рекламные конструкции, предусматривающие динамическую смену изображений: ситиборды и призматыроны; рекламные конструкции, предусматривающие цифровую смену изображений - видеозкраны.</p>
		<p>Абзацы 10 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции в частности, не носить положение, ограничивающее количество информационных полей суперсайтов</p>	<p><i>Предложение отклонено.</i> Суперсайты - рекламные конструкции большого формата ограничение количества информационных полей необходимо с целью формирования единого архитектурного облика города и необходимости обеспечения безопасности граждан и их имущества.</p>
		<p>Абзац 13 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции</p>	<p><i>Предложение принято частично.</i> Формат афишных тумб будет органичен двумя формата - 3,6 м x 2,3 м, 4 м x 2,2 м. Ограничение</p>

		<p>Абзац 14 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции, исключив ограничение формата одним форматом (3 м x 6м)</p> <p>Абзац 15 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции, исключив ограничение формата одним форматом (1,2 м x 1,8 м)</p>	<p>количества форматов необходимо с целью формирования единого архитектурного облика города.</p> <p><i>Предложение отклонено.</i> Ограничение количества форматов необходимо с целью формирования единого архитектурного облика города.</p> <p><i>Предложение отклонено.</i> Ограничение количества форматов необходимо с целью формирования единого архитектурного облика города.</p>
6	ООО «РТ»	<p>Пункты 2.3 и 2.4 Правил оставить в существующей редакции</p>	<p><i>Предложение отклонено.</i> Пункты 2.3 и 2.4 Правил направлены на регулирование порядка размещения рекламных и информационных конструкций с точки зрения архитектурного облика города, соответственно, внесение указанных положений в архитектурно-художественный регламент размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске, утвержденный постановлением мэрии города Новосибирска от 29.10.2019 № 3979, является объективной необходимостью, соответствует цели правового регулирования.</p> <p>Определение типов и видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего муниципального образования или части его территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов (пп. 4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе»). Согласно пп. 3 п. 5 ч. 1 ст. 38 Устава города Новосибирска, утвержденного решением городского Совета Новосибирска от 27.06.2007 № 616 (далее - Устав города Новосибирска) мэр города</p>

		<p>Абзацы 10, 12, 13, 14, 15 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции</p> <p>Абзац 12 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции, в части исключения возможности оборудования щитов устройствами автоматической смены изображений</p>	<p>Новосибирска издает в пределах своих полномочий правовые акты. В соответствии с ч. 2 ст. 49 Устава города Новосибирска в систему муниципальных правовых актов города Новосибирска входят постановления и распоряжения мэрии города Новосибирска. Таким образом, муниципальный правовой акт, которым утверждается архитектурно-художественный регламент размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске, принят органом местного самоуправления в пределах полномочий, предоставленных ФЗ «О рекламе» с соблюдением процедуры, порядка и формы принятия правового акта. (участие законодательной власти).</p> <p><i>Предложение отклонено.</i> Орган местного самоуправления уполномочен на определение видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории городского округа (подпункт 4 части 15 статьи 19 ФЗ «О рекламе»). Правилами и схемой размещения рекламных конструкций (утверждена постановлением мэрии города Новосибирска от 23.03.2022 № 919 «О схеме размещения рекламных конструкций на территории города Новосибирска») предусмотрено тринадцать видов отдельно стоящих рекламных конструкций, количество достаточное для удовлетворения потребностей участников динамично развивающегося рынка наружной рекламы.</p> <p><i>Предложение отклонено.</i> Орган местного самоуправления уполномочен на определение видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории городского округа (подпункт 4 части 15 статьи 19 ФЗ «О</p>
--	--	---	---

		<p>рекламе»). Правилами и схемой размещения рекламных конструкций (утверждена постановлением мэрии города Новосибирска от 23.03.2022 № 919 «О схеме размещения рекламных конструкций на территории города Новосибирска») предусмотрено тринадцать видов отдельно стоящих рекламных конструкций, количество достаточное для удовлетворения потребностей участников динамично развивающегося рынка наружной рекламы. В частности, конструкции, оборудованные системами смены изображений: рекламные конструкции, предусматривающие динамическую смену изображений: ситиборды и призматыроны; рекламные конструкции, предусматривающие цифровую смену изображений - видеозэкраны.</p> <p>Абзацы 10 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции в частности, не носить положение, ограничивающее количество информационных полей суперсайтов</p> <p>Абзац 13 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции</p> <p>Абзац 14 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции, исключив ограничение формата одним форматом (3 м х 6м)</p>	<p>рекламе»). Правилами и схемой размещения рекламных конструкций (утверждена постановлением мэрии города Новосибирска от 23.03.2022 № 919 «О схеме размещения рекламных конструкций на территории города Новосибирска») предусмотрено тринадцать видов отдельно стоящих рекламных конструкций, количество достаточное для удовлетворения потребностей участников динамично развивающегося рынка наружной рекламы. В частности, конструкции, оборудованные системами смены изображений: рекламные конструкции, предусматривающие динамическую смену изображений: ситиборды и призматыроны; рекламные конструкции, предусматривающие цифровую смену изображений - видеозэкраны.</p> <p><i>Предложение отклонено.</i> Суперсайты - рекламные конструкции большого формата ограничением количества информационных полей необходимо с целью формирования единого архитектурного облика города и необходимости обеспечения безопасности граждан и их имущества.</p> <p><i>Предложение принято частично.</i> Формат афишных тумб будет ограничен двумя форматами - 3,6 м х 2,3 м, 4 м х 2,2 м. Ограничение количества форматов необходимо с целью формирования единого архитектурного облика города.</p> <p><i>Предложение отклонено.</i> Ограничение количества форматов необходимо с целью формирования единого архитектурного облика города.</p>
--	--	---	---

		<p>Абзац 15 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции, исключив ограничение формата</p> <p>Дополнение рекламных конструкций остановочных пунктов движения общественного транспорта устройством автоматической смены изображений.</p> <p>Изменение значений коэффициента, учитывающего территориальную привязку, К 1 (Приложение 7 к Правилам) с учетом протяженности улиц. (Доработка пункта 1.5 Проекта)</p>	<p><i>Предложение отклонено.</i> Ограничение количества форматов необходимо с целью формирования единого архитектурного облика города.</p> <p><i>Предложение принято.</i></p> <p><i>Предложение отклонено.</i> Изменение значений коэффициента, учитывающего территориальную привязку, К 1 (Приложение 7 к Правилам), обусловлено необходимостью корректировки порядка расчета размера начальной (минимальной) оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, в части разграничения территориальных зон с учетом изменившейся архитектурно – планировочной структуры города, поскольку распространение рекламной информации в центральной части города позволяет получить большую прибыль в сравнении с рекламной информацией, распространяемой на окраинах. Согласно статье 209 Гражданского кодекса РФ собственник вправе владеть, пользоваться и распоряжаться принадлежащим ему имуществом, по своему усмотрению совершать в отношении него любые действия, не противоречащие закону и иным правовым актам и не нарушающие права и охраняемые законом интересы других лиц. Соответственно, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной</p>
--	--	--	--

			<p>собственности города Новосибирска, является формой управления и распоряжения таким имуществом. Обеспечение эффективного использования имущества является одной из важнейших задач органа местного самоуправления.</p>
7	ООО ГК «АБЛ»	<p>Пункты 2.3 и 2.4 Правил оставить в существующей редакции</p> <p>Абзацы 10, 12, 13, 14, 15 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции</p> <p>Дополнение рекламных конструкций остановочных пунктов движения общественного транспорта устройством автоматической смены</p>	<p><i>Предложение отклонено.</i></p> <p>Пункты 2.3 и 2.4 Правил направлены на регулирования порядка размещения рекламных и информационных конструкций с точки зрения архитектурного облика города, соответственно, внесение указанных положений в архитектурно-художественный регламент размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске, утвержденный постановлением мэрии города Новосибирска от 29.10.2019 № 3979, является объективной необходимостью, соответствует цели правового регулирования.</p> <p><i>Предложение отклонено.</i></p> <p>Орган местного самоуправления уполномочен на определение видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории городского округа (подпункт 4 части 15 статьи 19 ФЗ «О рекламе»). Правилами и схемой размещения рекламных конструкций (утверждена постановлением мэрии города Новосибирска от 23.03.2022 № 919 «О схеме размещения рекламных конструкций на территории города Новосибирска») предусмотрено тринадцать видов отдельно стоящих рекламных конструкций, количество достаточное для удовлетворения потребностей участников динамично развивающегося рынка наружной рекламы.</p> <p><i>Предложение принято.</i></p>

	<p>изображений. Изменение значений коэффициента, учитывающего территориальную привязку, К 1 (Приложение 7 к Правилам) с учетом протяженности улиц.</p>	<p><i>Предложение отклонено.</i> Изменение значений коэффициента, учитывающего территориальную привязку, К 1 (Приложение 7 к Правилам), обусловлено необходимостью корректировки порядка расчета размера начальной (минимальной) оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, в части разграничения территориальных зон с учетом изменившейся архитектурно – планировочной структуры города, поскольку распространение рекламной информации в центральной части города позволяет получить большую прибыль в сравнении с рекламной информацией, распространяемой на окраинах. Согласно статье 209 Гражданского кодекса РФ собственник вправе владеть, пользоваться и распоряжаться принадлежащим ему имуществом, по своему усмотрению совершать в отношении него любые действия, не противоречащие закону и иным правовым актам и не нарушающие права и охраняемые законом интересы других лиц. Соответственно, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, является формой управления и распоряжения таким имуществом. Обеспечение эффективного использования имущества является одной из важнейших задач органа местного самоуправления.</p>
	<p>Абзац 12 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции, в части исключения возможности оборудования щитов</p>	<p><i>Предложение отклонено.</i> Орган местного самоуправления уполномочен на определение видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к</p>

		<p>устройствами автоматической смены изображений</p>	<p>установке на территории городского округа (подпункт 4 части 15 статьи 19 ФЗ «О рекламе»). Правилами и схемой размещения рекламных конструкций (утверждена постановлением мэрии города Новосибирска от 23.03.2022 № 919 «О схеме размещения рекламных конструкций на территории города Новосибирска») предусмотрено тринадцать видов отдельно стоящих рекламных конструкций, количество достаточное для удовлетворения потребностей участников динамично развивающегося рынка наружной рекламы. В частности, конструкции, оборудованные системами смены изображений: рекламные конструкции, предусматривающие динамическую смену изображений: ситиборды и призматроны; рекламные конструкции, предусматривающие цифровую смену изображений - видеозэкраны.</p> <p>Абзацы 10 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции в частности, не носить положение, ограничивающее количество информационных полей суперсайтов</p> <p>Абзац 13 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции</p> <p>Абзац 14 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции, исключив ограничение формата одним</p>
--	--	--	---

		<p>форматом (3 м x 6м)</p> <p>Абзац 15 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции, исключив ограничение формата одним форматом (1,2 м x 1,8</p>	<p>формирования единого архитектурного облика города.</p> <p><i>Предложение отклонено.</i></p> <p>Ограничение количества форматов необходимо с целью формирования единого архитектурного облика города.</p>
8	ООО «Красная стрела»	<p>Абзацы 10, 12, 15 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции</p>	<p><i>Предложение отклонено.</i></p> <p>Орган местного самоуправления уполномочен на определение видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории городского округа (подпункт 4 части 15 статьи 19 ФЗ «О рекламе»). Правилами и схемой размещения рекламных конструкций (утверждена постановлением мэрии города Новосибирска от 23.03.2022 № 919 «О схеме размещения рекламных конструкций на территории города Новосибирска») предусмотрено тринадцать видов отдельно стоящих рекламных конструкций, количество достаточное для удовлетворения потребностей участников динамично развивающегося рынка наружной рекламы.</p>
9	ООО «СЕЛЕНГА»	<p>Абзацы 10, 12, 14, 15 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции</p>	<p><i>Предложение отклонено.</i></p> <p>Орган местного самоуправления уполномочен на определение видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории городского округа (подпункт 4 части 15 статьи 19 ФЗ «О рекламе»). Правилами и схемой размещения рекламных конструкций (утверждена постановлением мэрии города Новосибирска от 23.03.2022 № 919 «О схеме размещения рекламных конструкций на территории города Новосибирска») предусмотрено тринадцать видов отдельно стоящих рекламных конструкций, количество достаточное для удовлетворения потребностей участников динамично развивающегося рынка наружной</p>

			рекламы.
10	ООО ПКФ «Рекламное агентство КиТ»	Абзацы 10, 12, 14, 15 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции	<i>Предложение отклонено.</i> Орган местного самоуправления уполномочен на определение видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории городского округа (подпункт 4 части 15 статьи 19 ФЗ «О рекламе»). Правилами и схемой размещения рекламных конструкций (утверждена постановлением мэрии города Новосибирска от 23.03.2022 № 919 «О схеме размещения рекламных конструкций на территории города Новосибирска») предусмотрено тринадцать видов отдельно стоящих рекламных конструкций, количество достаточное для удовлетворения потребностей участников динамично развивающегося рынка наружной рекламы.
11	ООО Концертное агентство «Артистика»	Абзацы 10, 12, 14, 15 пункта 4.1 Правил оставить в существующей редакции	<i>Предложение отклонено.</i> Орган местного самоуправления уполномочен на определение видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории городского округа (подпункт 4 части 15 статьи 19 ФЗ «О рекламе»). Правилами и схемой размещения рекламных конструкций (утверждена постановлением мэрии города Новосибирска от 23.03.2022 № 919 «О схеме размещения рекламных конструкций на территории города Новосибирска») предусмотрено тринадцать видов отдельно стоящих рекламных конструкций, количество достаточное для удовлетворения потребностей участников динамично развивающегося рынка наружной рекламы.
12	ООО «АПР-сити/ТВД»	Абзац 4 пункта 2.4 Правил изложить в следующей редакции: «Расстояние от отдельно стоящей рекламной конструкции размером до 18 кв. м. должно быть не	<i>Предложение отклонено.</i> Рекламные конструкции, площадью свыше 17,99 кв. м. представляют собой технически сложные конструкции, их размещение вблизи зданий создаст дискомфорт жителям

		<p>менее 5-ти метров до зданий жилой застройки, и не менее 3-х метров до зданий иного назначения. За исключением объектов историко-культурного наследия, лечебных и учебных организаций. Рекламные конструкции размером более 18 кв. м. не должны размещаться ближе 10 м. до зданий любого назначения.».</p> <p>Внесение изменений в форму договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, предусматривающих освобождение рекламораспространителя от обязанности вносить плату по договору за период временной невозможности использования места размещения рекламной конструкции (ремонт коммуникаций и др.)</p> <p>Изменение значений коэффициента, учитывающего территориальную привязку, К 1 (Приложение 7 к Правилам) с учетом протяженности улиц. (пересмотреть градации улиц по категориям, разбивке улиц по участкам в зависимости от удаленности от центра).</p>	<p>города Новосибирска, как следствие повлечет за собой поступление жалоб. Кроме того, сокращение расстояния между рекламными конструкциями и зданиями может явиться причиной невозможности реализации правомочий собственников по распоряжению недвижимым имуществом (ремонт, эксплуатация). Таким образом, считаем, что внесение изменений в абзац четвертый пункта 2.4 Правил повлечет за собой ограничение прав собственников недвижимого имущества. Кроме того, предложенная формулировка не отвечает принципу правовой определенности, поскольку содержит понятие «объект историко-культурного наследия», не раскрытое действующим законодательством, соответственно, использование указанного понятия повлечет за собой правовую неопределенность.</p> <p><i>Предложение принято.</i></p> <p><i>Предложение отклонено.</i></p> <p>Изменение значений коэффициента, учитывающего территориальную привязку, К 1 (Приложение 7 к Правилам), обусловлено необходимостью корректировки порядка расчета размера начальной (минимальной) оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества находящегося в</p>
--	--	---	---

		<p>муниципальной собственности города Новосибирска, в части разграничения территориальных зон с учетом изменившейся архитектурно – планировочной структуры города, поскольку распространение рекламной информации в центральной части города позволяет получить большую прибыль в сравнении с рекламной информацией, распространяемой на окраинах. Согласно статье 209 Гражданского кодекса РФ собственник вправе владеть, пользоваться и распоряжаться принадлежащим ему имуществом, по своему усмотрению совершать в отношении него любые действия, не противоречащие закону и иным правовым актам и не нарушающие права и охраняемые законом интересы других лиц. Соответственно, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, является формой управления и распоряжения таким имуществом. Обеспечение эффективного использования имущества является одной из важнейших задач органа местного самоуправления.</p>
--	--	---

5.4. Информация об отказе от принятия муниципального акта по результатам проведения публичных консультаций (при его наличии): –.

Примечания: * – раздел сводного отчета заполняется после проведения публичных консультаций по проекту муниципального акта.».