



МЭРИЯ
города Новосибирска
ДЕПАРТАМЕНТ ПРАВОВОЙ И
КАДРОВОЙ РАБОТЫ

630099, г. Новосибирск - 99
Красный проспект, 34
Тел./ факс 227-40-43

от 28.12.2017 № 23/2/0164

На № _____ от _____

Начальнику департамента
промышленности, инноваций и
предпринимательства мэрии
города Новосибирска

Люлько А. Н.

Заключение
об экспертизе решения городского Совета Новосибирска
от 25.10.2006 № 372 «О Правилах распространения наружной
рекламы и информации в городе Новосибирске»

Департаментом правовой и кадровой работы мэрии города Новосибирска в соответствии с Порядком проведения экспертизы муниципальных нормативных правовых актов города Новосибирска, затрагивающих вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности, установленным решением Совета депутатов города Новосибирска от 25.04.2017 № 395, пунктом 3.5 Положения о департаменте правовой и кадровой работы мэрии города Новосибирска, утвержденного постановлением мэрии города Новосибирска от 30.12.2015 № 7488, и планом проведения экспертизы муниципальных нормативных правовых актов города Новосибирска, затрагивающих вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности, на 2017 год, утвержденным постановлением мэрии города Новосибирска от 23.12.2016 № 5933, проведена экспертиза решения городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372 «О Правилах распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске» (далее – муниципальный правовой акт).

Муниципальный правовой акт разработан комитетом рекламы и информации мэрии города Новосибирска (далее – разработчик акта, комитет), опубликован в Бюллетене органов местного самоуправления города Новосибирска № 10, 09.11.2006, с. 34.

Муниципальный правовой акт принят в целях формирования единого архитектурно-художественного облика города Новосибирска и направлен на регулирование общественных отношений, возникающих в связи с деятельностью по установке и (или) эксплуатации рекламных и иных информационных конструкций, распространением наружной рекламы и информации в городе Новосибирске. Участниками данных общественных отношений являются юридические и физические лица, структурные подразделения мэрии города Новосибирска, комиссия по наружной рекламе города Новосибирска,

муниципальное казенное учреждение города Новосибирска «Городской центр наружной рекламы».

Муниципальным правовым актом приняты Правила распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске (далее - Правила), которые устанавливают единые для города Новосибирска требования к распространению наружной рекламы и информации, к установке, эксплуатации рекламных конструкций и иных информационных конструкций и контролю за соблюдением этих требований.

В ходе проведения экспертизы муниципального правового акта в период с 02.10.2017 по 17.11.2017 проведены публичные консультации, уведомление о проведении было размещено в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу: <http://pravo.novo-sibirsk.ru/pravdocs.aspx>. В период проведения публичных консультаций поступили предложения от ООО «РИМ-С», а также от Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Новосибирской области В. А. Вязовых.

В целях оптимизации процедуры продления договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, и увеличения заинтересованности рекламораспространителей в участии в конкурсах на право заключения таких договоров ООО «РИМ-С» предлагает предусмотреть в типовом договоре на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (приложение 5 к Правилам) право рекламораспространителя, у которого окончен срок действия договора и который намеревается его продлить путем участия в конкурсе на право заключения нового договора, не производить демонтаж конструкции по окончании срока действия договора, как это предусмотрено в пункте 3.2.7 типового договора, а осуществлять демонтаж в иной срок с учетом результатов конкурса.

Уполномоченный по защите прав предпринимателей предлагает изменить редакцию подпунктов 6, 8 пункта 3.1 Правил, увеличив максимальный размер вывески и информационной таблички с 2 кв. м до 5 кв. м, поскольку данные информационные конструкции размером 2 кв. м не позволяют довести до потребителя информацию в наглядной и доступной форме. Кроме того, по мнению Уполномоченного по защите прав предпринимателей, подпункт 8 пункта 3.1 Правил в части ограничения прав лицензиата на размещение товарного знака (знака обслуживания) на вывеске противоречит положениям статьи 1489 ГК РФ, в связи с чем также необходимо предусмотреть право лицензиата, использующего товарный знак (знак обслуживания), размещать его на вывеске. В подпункте 8 пункта 3.1 Правил предлагается устранить техническую ошибку, заменив слова «Федерального закона «О защите прав потребителей»» словами «Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей»».

Из перечня документов, представляемых с заявлением на выдачу разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (абзац десятый пункта 5.2 Правил), а также с заявкой на участие в конкурсе на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска

(подпункт «з» пункта 5 приложения 2 к Правилам), предложено исключить заключение специализированной организации о соответствии проекта рекламной конструкции и ее территориального размещения строительным нормам и правилам, ГОСТам, ПУЭ, техническим регламентам и иным нормативным правовым актам, содержащим требования для конструкций соответствующего типа, поскольку требование по представлению указанного документа противоречит действующему законодательству и необоснованно затрудняет осуществление предпринимательской и инвестиционной деятельности.

Пункты 5.8, 5.9, 5.11 - 5.15, 6.3 Правил частично дублируют нормы статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе». По мнению Уполномоченного по защите прав предпринимателей, необходимо исключить из Правил все дублирующие положения, поскольку нормы Федерального закона «О рекламе» имеют прямое действие на всей территории Российской Федерации и не требуют их дублирования в муниципальных правовых актах, дублирование норм федерального законодательства противоречит статьям 4, 19 Федерального закона «О рекламе» и пункту 26.1 статьи 16 Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», создает правовую неопределенность и необоснованно затрудняет осуществление предпринимательской и инвестиционной деятельности.

Уполномоченный по защите прав предпринимателей также предлагает исключить пункт 5.10 Правил, согласно которому заявитель обязан за два месяца до окончания срока действия разрешения подать заявление и получить новое разрешение, или по окончании срока действия разрешения демонтировать рекламную конструкцию, в связи с отсутствием аналогичного требования в отношении срока в Федеральном законе «О рекламе».

В целях исключения необоснованного завышения размера начальной (минимальной) оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, предлагается уточнить пункт 7.2 Правил и приложение 7 к Правилам в части определения порядка расчета размера указанной оплаты в случае, если рекламная конструкция размещается на пересечении улиц.

Пункты 8.1 – 8.3 Правил, возлагающие на рекламораспространителей обязанности, связанные с установкой и распространением наружной рекламы, рекомендовано исключить, поскольку установление таких обязанностей выходит за пределы предоставленных органам местного самоуправления полномочий, приводит к дополнительным расходам и необоснованно затрудняет осуществление предпринимательской и инвестиционной деятельности. Кроме того, пункт 8.1 Правил позволяет комитету предъявлять любые требования и предписания владельцам рекламных конструкций (рекламораспространителям), а пункт 8.3 Правил позволяет произвольно устанавливать короткие сроки предоставления документов и объяснений.

Согласно предложениям Положение о порядке организации и проведения конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска (приложение 2 к Правилам), необходимо

дополнить требованием об указании в извещении о проведении конкурса сведений о расчете размера начальной (минимальной) оплаты цены договора с раскрытием всех примененных коэффициентов (пункт 4.2), критериями принятия решения комиссии об отказе представителям средств массовой информации в присутствии при вскрытии конвертов и оглашении предложений (пункт 7.3), предельным сроком оценки предложений участников конкурса (пункт 7.4), сроками публикации результатов конкурса (пункт 8.6), указать конкретные показатели, в соответствии с которыми оцениваются критерии, предусмотренные в подпунктах «б» и «в» пункта 8.1.

Разработчик акта представил свою позицию по предложениям участников публичных консультаций. Так, разработчик акта согласился с необходимостью исправления в подпункте 8 пункта 3.1 Правил технической ошибки, указания верного наименования Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей». В пункте 8.6 приложения 2 к Правилам возможно установить срок публикации результатов конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, не превышающий 30 дней с момента проведения конкурса. Остальные предложения участников публичных консультаций, по мнению разработчика акта, не имеют правового обоснования.

При проведении экспертизы муниципальный правовой акт и предложения, поступившие в ходе публичных консультаций, были проанализированы во взаимосвязи со сложившейся практикой правоприменения в целях определения характера и степени воздействия муниципального правового акта на регулируемые отношения.

Согласно пункту 6.3 Правил конкурс на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, проводится по истечении срока действия указанного договора. Рекламодателю не предоставляется преимущественное перед другими лицами право на заключение договора на новый срок, по истечении срока действия договора рекламодатель обязан демонтировать рекламную конструкцию (пункты 3.2.7, 6.1 приложения 5 к Правилам). Нахождение рекламной конструкции на земельном участке после истечения срока действия договора нарушает требования статьи 19 Федерального закона «О рекламе», согласно которым основаниями для установки и эксплуатации рекламной конструкции являются разрешение на ее установку и эксплуатацию и соответствующий договор. Следовательно, правовые основания установления дифференцированных сроков осуществления демонтажа рекламных конструкций для прежних и новых рекламодателей отсутствуют.

Определение максимального размера площадью 2 кв. м информационных конструкций, предусмотренных подпунктами 6, 8 пункта 3.1 Правил, было обусловлено необходимостью соблюдения баланса интересов всех участников регулируемых правоотношений. Правовое регулирование должно обеспечивать учет интересов как рекламодателей, так и собственников недвижимого

имущества, к которому присоединяются информационные конструкции, а также граждан, безопасность жизни, здоровья, сохранность имущества которых должна быть гарантирована при применении Правил.

24.11.2016 Новосибирским областным судом было принято решение по делу № За-90/2016, которым подпункт 8 пункта 3.1 Правил был признан недействующим и противоречащим федеральному законодательству в части, ограничивающей права лицензиата на размещение товарного знака на вывеске. При этом судом было установлено, что содержание оспариваемой нормы исключает возможность размещения лицензиатом товарного знака на вывеске. На основании данного решения суда решением Совета депутатов города Новосибирска от 19.06.2017 № 437 в подпункт 8 пункта 3.1 Правил были внесены соответствующие изменения, действующая редакция не ограничивает права лицензиата на размещение товарного знака на вывеске.

Статьей 19 Федерального закона «О рекламе» предусмотрено соответствие рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технических норм. Из пункта 4.1.1 Правил следует, что рекламные конструкции должны быть безопасны, спроектированы, смонтированы, изготовлены и установлены в соответствии с нормативными правовыми актами, содержащими требования для конструкций соответствующего типа. Предоставление предусмотренного абзацем десятой пункта 5.2, подпунктом «з» пункта 5 приложения 2 к Правилам заключения специализированной организации о соответствии проекта рекламной конструкции и ее территориального размещения строительным нормам и правилам, ГОСТам, ПУЭ, техническим регламентам и иным нормативным правовым актам, содержащим требования для конструкций соответствующего типа необходимо в целях подтверждения соответствия рекламной конструкции и ее территориального размещения установленным к ним требованиям, а также обеспечения безопасности жизни и здоровья граждан, сохранности их имущества при размещении рекламных конструкций на территории города Новосибирска.

Раздел 5 Правил определяет порядок получения разрешения на установку и размещение рекламной конструкции. При этом ряд норм частично повторяет положения статьи 19 Федерального закона «О рекламе». В соответствии с общими требованиями юридико-технического оформления правовых актов в нормативных правовых актах не рекомендуется дублирование норм, содержащихся в иных правовых актах. Однако оно допускается в случае, когда воспроизведение положений иных правовых актов обусловлено особенностями правового регулирования нормативного правового акта, необходимостью последовательного и системного изложения норм в акте. Считаю, что действующая редакция раздела 5 Правил систематизирует нормы, регулирующие правоотношения в данной сфере, не создает правовую неопределенность и затруднение в применении Правил и осуществлении предпринимательской и инвестиционной деятельности.

Согласно пункту 5.10 Правил заявитель обязан за два месяца до окончания срока действия разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции подать заявление и получить новое разрешение в установленном Правилами

порядке или по окончании срока действия разрешения демонтировать рекламную конструкцию. Данный срок установлен в интересах заявителей с учетом определенного статьей 19 Федерального закона «О рекламе» срока направления органом местного самоуправления заявителю решения о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче, который также составляет два месяца. В связи с чем к моменту истечения срока действия разрешения рекламораспространитель имеет возможность получить новое разрешение, при этом у него не возникает обязанность по демонтажу рекламной конструкции.

Порядок определения начального (минимального) размера цены договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, регламентирован в приложении 7 к Правилам. Данный порядок предусматривает при расчете размера начальной (минимальной) оплаты за установку и размещение рекламной конструкции учет территориальной привязки к определенной территориальной зоне, которая включает в себя установленный перечень улиц и площадей (коэффициент K_1). В случае размещения рекламной конструкции на пересечении улиц при расчете размера начальной (минимальной) оплаты применяется наименьшее значение коэффициента K_1 , что исключает завышение начального (минимального) размера оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Иной подход при расчете размера начальной (минимальной) оплаты в настоящее время в практике комитета исключен.

Согласно пункту 9.1 Правил комитет уполномочен от имени мэрии города Новосибирска осуществлять контроль за соблюдением Правил. Установление в пунктах 8.1 - 8.3 Правил обязанностей для владельцев рекламных конструкций (реklamораспространителей) по выполнению требований и предписаний комитета, хранению документов, подтверждающих правомерность установки и эксплуатации рекламных конструкций, предоставлению таких документов и объяснений по возникающим у комитета вопросам направлено на обеспечение реализации контрольных функций комитета. Однако в пункте 8.3 Правил отсутствуют конкретные сроки предоставления рекламораспространителями по требованию комитета и иных организаций объяснений и документов. Отсутствие данных сроков влечет неопределенность правового регулирования, что может повлечь произвольное, дифференцированное их определение.

Согласно пункту 7.3 приложения 2 к Правилам при вскрытии конвертов и оглашении предложений могут присутствовать представители средств массовой информации с согласия конкурсной комиссии, при этом не определены основания и критерии отказа представителям средств массовой информации в присутствии на данной процедуре, что влечет неопределенность правового регулирования данного вопроса. Однако полагаем, что это не повлияет на осуществление субъектами предпринимательской и инвестиционной деятельности их прав и обязанностей, поскольку присутствие на процедуре вскрытия конвертов и оглашения предложений всех участников конкурса и их представителей предусмотрено в пункте 7.3 приложения 2 к Правилам.

В соответствии с пунктом 8.6 приложения 2 к Правилам результаты конкурса публикуются организатором конкурса в Бюллетене органов местного

самоуправления города Новосибирска и размещаются на официальном сайте города Новосибирска в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», однако сроки опубликования и размещения на официальном сайте не установлены. Считаем, что данная недостаточность правового регулирования может привести к необоснованному затягиванию организатором конкурса сроков опубликования результатов конкурса, несвоевременному информированию субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности о результатах конкурса.

По результатам проведенной экспертизы муниципального правового акта департаментом правовой и кадровой работы мэрии города Новосибирска сделан вывод о наличии в муниципальном правовом акте положений, необоснованно затрудняющих осуществление предпринимательской и инвестиционной деятельности. Предлагаем доработать муниципальный правовой акт с учетом указанных в заключении замечаний.

Начальник департамента



М. А. Маслова