

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

1. Общая характеристика проекта муниципального правового акта

1.1. Вид и наименование проекта муниципального правового акта, устанавливающего новые или изменяющего ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами города Новосибирска обязанности для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности (далее - проект муниципального акта):

постановление мэрии города Новосибирска «О внесении изменений в архитектурно-художественный регламент размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске, утвержденный постановлением мэрии города Новосибирска от 29.10.2019 № 3979».

1.2. Разработчик проекта муниципального акта (с указанием контактной информации):

департамент строительства и архитектуры мэрии города Новосибирска (комитет рекламы и информации), контактные данные – Хорошунев Олег Владимирович, тел. 2220386.

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

2. Анализ возможных вариантов правового регулирования общественных отношений

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

неопределенное правовое регулирование порядка размещения рекламных и информационных конструкций.

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

№ п/п	Проблема	Возможные варианты правового регулирования конкретных общественных отношений
1	<i>Неопределенное правовое регулирование порядка размещения рекламных и информационных конструкций</i>	<i>Разработка нормативного правового акта, уточняющего и дополняющего требования к порядку размещения рекламных и информационных конструкций</i>

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

2.4. Выводы по итогам проведения анализа возможных вариантов правового регулирования общественных отношений (обоснование выбора предлагаемого

проектом муниципального акта способа правового регулирования): необходимо принятие нормативного правового акта, уточняющего и дополняющего требования к порядку размещения рекламных и информационных конструкций.

2.5. Цели предлагаемого способа правового регулирования:

№ п/п	Цель	Показатели достижения целей правового регулирования	Обоснование расчета показателей достижения целей
1	2	3	4
1	<i>Совершенствование правового регулирования</i>	<i>Принятие нормативного правового акта, уточняющего и дополняющего требования к порядку размещения рекламных и информационных конструкций</i>	—

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 обязанностей и полномочий:

№ п/п	Категория лиц, на которых распространяется правовое регулирование (субъекты предпринимательской, инвестиционной деятельности, органы местного самоуправления, жители города Новосибирска, иные лица)	Содержание устанавливаемых (изменяемых) обязанностей субъектов предпринимательской, инвестиционной деятельности и иных лиц, полномочий органов местного самоуправления города Новосибирска	Расходы и доходы субъектов предпринимательской, инвестиционной деятельности и иных лиц, бюджета города Новосибирска
1	<i>Физические лица, юридические лица, индивидуальные предприниматели</i>	<i>Уточнение требований к порядку размещения рекламных и информационных конструкций</i>	-
2	<i>Органы местного самоуправления города Новосибирска</i>	<i>Контроль за соблюдением требований к порядку размещения рекламных и информационных</i>	-

		конструкций	
--	--	-------------	--

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:

№ 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	<i>нет</i>	-	-
1.2	Ограничение возможности субъектов предпринимательской деятельности реализовывать товары, выполнять работы, оказывать услуги (введение территориальных ограничений, создание административных барьеров и другие)	<i>нет</i>	-	-
1.3	Введение требования по получению разрешения или согласования в качестве условия для начала или продолжения деятельности	<i>нет</i>	-	-
2. Ограничение способности субъектов предпринимательской деятельности вести конкуренцию				
2.1	Ограничение возможности субъектов предпринимательской деятельности устанавливать цены на товары, работы или услуги	<i>нет</i>	-	-
2.2	Ограничение свободы субъектов предпринимательской деятельности осуществлять рекламу или маркетинг своих товаров или услуг	<i>нет</i>	-	-
2.3	Создание неравных экономических условий осуществления предпринимательской деятельно-			

1	2	3	4	5
	сти, влекущих повышение производственных затрат одних субъектов предпринимательской деятельности по сравнению с затратами других (ограничение использования технологий производства, введение дополнительных требований и иные)	<i>нет</i>	-	-

4. Результаты размещения уведомления о намерении разработать проект муниципального акта

4.1. Уведомление о намерении разработать проект муниципального нормативного правового акта города Новосибирска было размещено 03.02.2022 и доступно в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по следующим адресам: <https://dem.nso.ru/#/npa/bills/82f082e9-4884-4317-a364-d3f9a35cedfa>, <http://pravo.novo-sibirsk.ru/pravdocsinf.aspx>.

4.2. Предложения в связи с размещением уведомления принимались в период с 04.02.2022 по 17.02.2022.

4.3. Предложения, поступившие по итогам размещения уведомления:

№ п/п	Лицо, представившее предложение	Содержание предложения	Обоснование принятия или отклонения предложения
1	2	3	4
1	ООО Компания «Новый мир»	Уточнение используемых терминов – фриз, козырек	<i>Предложение отклонено.</i> В соответствии с абз. 2 и абз. 3 п. 1.5 постановления мэрии города Новосибирска от 29.10.2019 № 3979 «Об архитектурно-художественном регламенте размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске» фриз - архитектурный элемент, обрамляющий или увенчивающий значительную часть здания, строения, сооружения, нестационарного объекта, представляющий собой сплошную протяженную горизонтальную полосу, выступающую из плоскости стены, или выделенную посредством декоративных элементов и (или) за счет применения отличающегося от используемого для внешней отделки основного фасада материала; козырек - архитектурный элемент фасада, подобный крыше, изготавливаемый из жестких материалов, устанавливаемый на фасаде без устройства самостоятельных опор над входом в жилое, административное или производственное здание, нестационарный

			объект, над крыльцом, балконом, пандусом. Указанные формулировки являются определенными, не допускающими неоднозначное толкование.
		абз. 5 п. 3.3.2 Регламента, в соответствии с которым цветное решение таблички должно соотноситься с цветовым (колористическим) решением фасада здания, строения, сооружения, на котором она размещается, сформулировано без учета необходимости размещения товарных знаков	<i>Предложение отклонено</i> , требование абз. 5 п. 3.3.2 Регламента касается одного из видов информационных конструкций - табличек, субъектам предпринимательской деятельности предоставлена возможность размещения иных видов информационных конструкций.
		Исключение ряда требований Регламента в случае размещения рекламных и информационных конструкций на зданиях торговых центров, торговых-развлекательных центров (комплексов), общей площадью свыше 5 тыс. кв. м.	<i>Предложение отклонено</i> , исключение ряда требований Регламента в случае размещения рекламных и информационных конструкций, устанавливаемых на зданиях торговых центров, торговых-развлекательных центров (комплексов), общей площадью свыше 5 тыс. кв. м., обусловлено потребностью торговых центров, торговых-развлекательных центров (комплексов) значительной площади в размещении большего числа рекламных и информационных конструкций в сравнении с потребностями в размещении рекламных и информационных конструкций на зданиях, строениях, сооружениях незначительной площади.
		Ограничение возможности размещения фасадных вывесок в отсутствие оконных проемов	<i>Предложение отклонено</i> , места размещения фасадных вывесок определены в зависимости от линии оконных проемов в п. 3.2.1 Регламента для фасадных вывесок. В местах размещения, не имеющих оконных проемов, субъектам предпринимательской деятельности представлена возможность размещения информационных табличек, крышных вывесок, консольных вывесок, витринных вывесок, вывесок на маркизах, информационных стел, а также фасадных вывесок на козырьках.
		Неопределенность пункта 3.2.1 Регламента в части определения этажности зданий, строений, сооружений	<i>Предложение принято</i> , проект будет доработан.
		Неопределенность понятий – короб простой формы, короб	<i>Предложение отклонено</i> , короб простой формы и короб сложной формы

		сложной формы, логотип.	являются вариантами технического исполнения фасадных вывесок. Логотип является синонимом словосочетания - товарный знак, то есть обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, удостоверяемое свидетельством на товарный знак. Таким образом, содержание и назначение указанных понятий различны и не обладают двоякостью толкования.
2	ООО «РТ»	Исключение абз. 11 п. 4.2 Регламента, излишнее регулирование	<i>Предложение отклонено</i> , поскольку видеоэкраны и медиафасады представляют собой технически сложные конструкции. Размещение указанных конструкций вблизи зданий создает дискомфорт жителям города Новосибирска, как следствие повлечет за собой поступление жалоб, ограничение прав собственников недвижимого имущества.
3	ИП Красин С.Н.	Дополнение пункта 3.2.1 Регламента, в части возможности размещения конструкций на остекленных участках фасада	<i>Предложение принято</i> , проект будет доработан.
		Дополнение абз. 7 пункта 3.2.1 абзацем следующего содержания: «на фасадах жилых домов два этажа и более, первые этажи которых (не менее двух этажей) заняты нежилыми помещениями изначально проектированными и поостренированными для коммерческого использования и имеющими фасад нежилых помещений без окон на всю высоту нежилых помещений, при этом отдаленным от жилой части здания архитектурными элементами».	<i>Предложение отклонено</i> . Абзацем 9 пункта 3.2.1 Регламента предусмотрена возможность размещения рекламных и информационных конструкций на остекленных участках фасада в виде объёмных букв.
4	ИП Холопова В. А.	Дополнить Регламент термином настенное панно	<i>Предложение отклонено</i> . Понятие раскрыто в Правилах распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирска, принятых решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372
		Дополнить Регламент терми-	<i>Предложение отклонено</i> . Пунктом

		ном «входная группа»	3.2.1 Регламента предусмотрен закрытый печень мест для размещения рекламных и информационных конструкций.
		Доработать определение термина козырек	<i>Предложение отклонено.</i> Термин раскрыт с учетом правоприменительной практики.
		Утонить содержание определения световой короб простой и сложной формы	<i>Предложение принято,</i> проект будет доработан.
		Разграничить понятие простенок и глухая стена, используемые в пункт 4.5.2 Регламента	<i>Предложение принято,</i> проект будет доработан
		<p>Доработать порядок размещения рекламных конструкций на нестационарных объектах:</p> <p>исключение требований пункта 3.2.7 к рекламным конструкциям, размещаемым на нестационарных объектах; при размещении на нестационарных объектах высотой здания не более одного этажа, общая высота текстовой части рекламной конструкции должна составлять не более 350 мм (за исключением случаев размещения на фризе); при размещении на нестационарных объектах высотой здания не более одного этажа рекламных конструкций в виде композиции из отдельных объемных букв, цифр, символов, декоративно-художественных элементов; композиция из отдельных букв, цифр, символов, декоративно-художественных элементов, размещенных на общей подложке (вывеска на подложке), консольной рекламной конструкции должна составлять не более 500 мм; к нестационарным объектам высотой здания более одного этажа применяются требования регламента как на торговых, административных и промышленных зданиях,</p>	<p><i>Предложение принято частично.</i> Размещение рекламных конструкций на нестационарных объектах регламентировано исключительно пунктом 4.5.6 Регламента, требование пункта 3.2.7 Регламента при размещении рекламных конструкций на нестационарных объектах не применяются. Согласно абз. 2 пункта 1.2 Решения Совета депутатов города Новосибирска от 29.04.2015 № 1336 «О Положении о нестационарных объектах на территории города Новосибирска и признании утратившими силу отдельных решений Совета депутатов города Новосибирска» нестационарный объект - объект, представляющий собой временное сооружение или временную конструкцию, не связанные прочно с земельным участком вне зависимости от наличия или отсутствия подключения (технологического присоединения) к сетям инженерно-технического обеспечения, в том числе передвижное сооружение. Соответственно, нестационарный объект не является объектом многоэтажного строительства, регламентирование порядка размещения рекламных конструкций с точки зрения этажности нецелесообразно. Запрет на размещение крышных конструкций ограничит возможность размещения рекламных конструкций на нестационарных объектах, обладающих минимальным количеством мест для установки рекламных конструкций. Проект будет доработан в части расширения перечня</p>

		строениях, сооружениях; размещение крышных рекламных конструкций на нестационарных объектах запрещено.	мест для размещения рекламных конструкций на нестационарных объектах
		Исключение ряда требований Регламента в случае размещения рекламных и информационных конструкций на зданиях торговых центров, торговых-развлекательных центров (комплексов), общей площадью свыше 5 тыс. кв. м.	<i>Предложение отклонено.</i> Исключение ряда требований Регламента в случае размещения рекламных и информационных конструкций, устанавливаемых на зданиях торговых центров, торговых-развлекательных центров (комплексов), общей площадью свыше 5 тыс. кв. м., обусловлено потребностью торговых центров, торговых-развлекательных центров (комплексов) значительной площади в размещении большего числа рекламных и информационных конструкций в сравнении с потребностями в размещении рекламных и информационных конструкций на зданиях, строениях, сооружениях незначительной площади.
		Расширение перечня мест для размещения рекламных и информационных конструкций, предусмотренных пунктом 3.2.1 Регламента	<i>Предложение принято.</i> Проект будет доработан.
		Дополнение пункта 3.2.1 Регламента, в части возможности размещения конструкций на остекленных участках фасада	<i>Предложение принято.</i> Проект будет доработан.
		Дополнение пункта 3.2.1 Регламента, в части определения мест размещения рекламных и информационных конструкций относительно уровня дверных проемов	<i>Предложение принято.</i> Проект будет доработан.
		Исключение термина ортогональная проекция	<i>Предложение отклонено.</i> Вместе с тем, проект будет доработан в части разъяснения содержания указанного термина.
		Изменить способ и порядок изложения положений Регламента	<i>Предложение отклонено.</i> Существующее регулирование направлено на единообразие требований к размещению рекламных и информационных конструкций.

5. Результаты проведения публичных консультаций по проекту муниципального акта*

5.1. Публичные консультации по проекту муниципального акта проводились в период с _____ по _____.

5.2. О проведении публичных консультаций были извещены следующие лица и органы: –.

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
	–	–	–

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.».