

## 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 постановление мэрии города Новосибирска от 29 октября 2019 г. № 3979 «Об архитектурно-художественном регламенте размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске».

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

*Управление архитектурно-художественного облика города мэрии города Новосибирска, контактные данные – Фаткин Иван Юрьевич – 227-50-03, IFatkin@admnsk.ru*

1.3. Предполагаемый срок вступления в силу проекта муниципального акта: 01.03 2021.

### 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:

1. *Противоречия, возникающие в процессе применения Архитектурно-художественного регламента размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске (далее – Регламент) в связи с неопределенностью терминологии и недостаточной точностью формулировок документа;*

2. *Избыточное регулирование в отношении отдельных видов зданий, строений, сооружений, на которых размещаются информационные и рекламные конструкции и отдельных видов информационных и рекламных конструкций;*

3. *Жалобы граждан города Новосибирска и критические публикации в средствах массовой информации, социальных сетях, связанные с хаотичным размещением информационных и рекламных конструкций на территории города, а также поступающие предложения организаций и граждан по совершенствованию нормативно-правового регулирования.*

4. *Выявленные при практическом применении Регламента правовые пробелы, не позволяющие эффективно использовать данный документ для регулирования размещения информационных и рекламных конструкций в соответствии с внешним архитектурным обликом сложившейся застройки города;*

5. *Необходимость взаимной увязки требований муниципальных правовых актов, регулирующих внешний архитектурный облик сложившейся застройки города в связи с размещением на территории города информационных и рекламных конструкций;*

6. *Необходимость предоставления субъектам предпринимательской и инвестиционной деятельности возможности выбора на их усмотрение размещения рекламной конструкции (в разрешительном порядке) или информационной конструкции (в уведомительном порядке) при установлении универсальных требований, обеспечивающих соответствие конструкций внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города;*

7. *Массовое хаотичное размещение рекламных и информационных конструкций на нестационарных объектах в отсутствие требований к их размещению;*

8. *Размещение крупноформатных рекламных конструкций на узких улицах, негативно влияющее на архитектурный облик сложившейся застройки города.*

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

№ п/п	Проблема	Возможные варианты правового регулирования общественных отношений	Расчет издержек и выгод применения варианта правового регулирования общественных отношений
1	2	3	4
1	<p><i>Противоречия, возникающие в процессе применения архитектурно-художественного регламента размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске в связи с неопределенностью терминологии и недостаточной точностью и формулировок документа</i></p>	<p><i>Уточнение общих положений, установление понятийного аппарата, более четкие и развернутые формулировки.</i></p>	<p><i>Издержки для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности отсутствуют.</i></p> <p><i>Выгоды для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности заключаются в снижении правовой неопределенности и отсутствии двоякого толкования норм.</i></p>
2	<p><i>Избыточное регулирование в отношении отдельных видов объектов, на которых размещаются информационные и рекламные конструкции и отдельных видов информационных и рекламных конструкций.</i></p>	<p><i>Устранение избыточного регулирования, дифференцированный подход к размещению разных типов и видов информационных и рекламных конструкций на разных видах объектов.</i></p>	<p><i>Издержки отсутствуют.</i></p> <p><i>Выгоды заключаются в устранении избыточного регулирования.</i></p>

3	<p><i>Жалобы граждан города Новосибирска и критические публикации в средствах массовой информации, социальных сетях, связанные с хаотичным размещением информационных и рекламных конструкций на территории города, а также поступающие предложения организаций и граждан по совершенствованию нормативно-правового регулирования</i></p>	<p><i>Установление требований по предложениям организаций и граждан, уточнение требований к размещению отдельных типов и видов информационных и рекламных конструкций</i></p>	<p><i>Издержки отсутствуют, поскольку конструкции, не соответствующие устанавливаемым (уточняемым) требованиям, могут сохраняться без приведения в соответствие с регламентом до истечения сроков действия разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.</i></p> <p><i>Выгоды заключаются в улучшении внешнего архитектурного облика застройки города Новосибирска, снижении уровня недовольства жителей, и, как следствие, в повышении инвестиционной привлекательности города, улучшению восприятия отдельных информационных и рекламных конструкций на фоне снижения общего уровня информационного шума.</i></p>
4	<p><i>Выявленные при практическом применении архитектурно-художественного регламента размещения информационных и рекламных конструкций в городе Новосибирске правовые пробелы, не позволяющие эффективно использовать данный документ для регулирования размещения информационных и рекламных конструкций в соответствии с внешним архитектурным обликом сложившейся застройки города.</i></p>	<p><i>Уточнение требований к информационным и рекламным конструкциям и их размещению, установление и уточнение требований к размещению отдельных типов и видов информационных и рекламных конструкций.</i></p>	<p><i>Издержки отсутствуют, поскольку конструкции, не соответствующие устанавливаемым требованиям, могут сохраняться без приведения в соответствие с регламентом до истечения сроков действия разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.</i></p> <p><i>Выгоды заключаются в улучшении внешнего архитектурного облика застройки города Новосибирска, улучшению восприятия отдельных информационных и рекламных конструкций на фоне снижения общего уровня информационного шума, в повышении инвестиционной привлекательности города.</i></p>

5	<p><i>Необходимость взаимной увязки требований муниципальных правовых актов, регулирующих внешний архитектурный облик сложившейся застройки города в связи с размещением на территории города информационных и рекламных конструкций.</i></p>	<p><i>Указание на необходимость соответствия информационных и рекламных конструкций паспорту благоустройства и (или) паспорту фасадов, утверждаемым в соответствии с правилами благоустройства;</i></p>	<p><i>Издержки отсутствуют. Выгоды заключаются в следующем: паспорт благоустройства / паспорт фасадов позволяет заранее, до принятия субъектом предпринимательской и инвестиционной деятельности решения о размещении информационной и рекламной конструкции, получить исчерпывающую информацию о требованиях к её размещению; размещение конструкции в соответствии с утвержденным паспортом фасадов, позволяет в случае изменения регламента сохранять её без приведения в соответствие с регламентом в течение пяти лет с момента утверждения паспорта фасадов.</i></p>
6	<p><i>Необходимость предоставления субъектам предпринимательской и инвестиционной деятельности возможности выбора на их усмотрение размещения рекламной конструкции (в разрешительном порядке) или информационной конструкции (в уведомительном порядке) при установлении универсальных требований, обеспечивающих соответствие конструкций внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города.</i></p>	<p><i>Установление требований к размещению отдельных типов и видов рекламных конструкций, частично совпадающих с требованиями к размещению аналогичных информационных конструкций.</i></p>	<p><i>Издержки отсутствуют. Выгоды заключаются в возможности выбора субъектом предпринимательской и инвестиционной деятельности типа конструкции (информационной или рекламной). В первом случае отсутствует необходимость уплаты госпошлины и получения разрешения на размещение и эксплуатацию рекламной конструкции, во втором имеется возможность размещения информации вне границ собственного или арендованного помещения, размещения информации рекламного характера. При этом частичная универсальность требований к обоим типам конструкций обеспечивает их гармоничное размещение и соответствие внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города</i></p>

7	<i>Массовое хаотичное размещение рекламных и информационных конструкций на нестационарных объектах в отсутствие требований к их размещению.</i>	<i>Установление требований к размещению информационных конструкций на нестационарных объектах.</i>	<i>Издержки отсутствуют, поскольку Регламент не содержит требований по размещению дополнительных типов и видов информационных и рекламных конструкций по отношению к сложившейся практике и обычаям делового оборота. Выгоды заключаются в улучшении внешнего архитектурного облика застройки города Новосибирска, улучшении восприятия отдельных информационных и рекламных конструкций на фоне снижения уровня информационного шума, повышении инвестиционной привлекательности города.</i>
8	<i>Размещение крупноформатных рекламных конструкциях на узких улицах, негативно влияющее на архитектурный облик сложившейся застройки города.</i>	<i>Дополнение муниципального акта нормой, устанавливающей зависимость максимальной площади отдельно стоящих рекламных конструкций от градостроительной ситуации (ширины улиц).</i>	<i>Издержки отсутствуют, поскольку рекламные конструкции, размеры которых не соответствуют вводимой норме, сохраняются без приведения в соответствие с регламентом до окончания срока действия договоров. Выгоды заключаются в улучшении внешнего архитектурного облика застройки города Новосибирска, улучшении восприятия отдельных информационных и рекламных конструкций на фоне снижения уровня информационного шума, повышении инвестиционной привлекательности города.</i>

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

1. *Постановление Правительства Москвы № 902-ПП от 25 декабря 2013 года «О размещении информационных конструкций в городе Москве»;*
2. *Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 09.11.2016 N 961 (ред. от 19.12.2017) "О Правилах благоустройства территории Санкт-Петербурга и о внесении изменений в некоторые постановления Правительства Санкт-Петербурга";*
3. *Приложение N 6 к Правилам благоустройства территории Санкт-Петербурга в части, касающейся эстетических регламентов объектов благоустройства и элементов благоустройства «Эстетический регламент наружной рекламы и информации»;*
4. *Приложение к распоряжению председателя комитета по градостроительной политике, архитектуре и капитальному строительству администрации муниципального образования «Город Саратов» от 28.07.2017 № 37-ОД Архитектурно-художественные требования внешнего вида вывесок на территории муниципального образования «Город Саратов»;*
5. *Распоряжение Главархитектуры Московской области от 14.07.2015 №31РВ-72 "Об утверждении Архитектурно-художественного регламента информационного и рекламного оформления зданий, строений, сооружений и объектов благоустройства Московской области";*

б. Решение казанской городской думы от 7 июня 2012 года п 4-14 «О правилах благоустройства города Казани».

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

*Прокуратурой города Новосибирска в представлении №1675ш-2020 от 20.11.2020 (вх. № 01/10181 от 01.12.2020) указано, что решения об отказе в выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций по основанию «нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки» могут быть выданы исключительно в случаях несоответствия рекламных конструкций требованиям Регламента. Исходя из этого и учитывая сложившуюся в городе Новосибирске практику регулирования размещения рекламных и информационных конструкций единым документом, учитывая схожесть предметов регулирования, иные варианты правового регулирования не рассматривались.*

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>Приведение Регламента в соответствие с действующим законодательством, совершенствование правового регулирования размещения информационных и рекламных конструкций в части их соответствия внешнему архитектурному облику сложившейся застройки</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	2	3	4
1			

1	Физические и юридические лица, размещающие информационные и рекламные конструкции.	Приведение рекламной конструкции в соответствие с требованиями проекта муниципального акта по истечении сроков действия разрешений на размещение и эксплуатацию рекламных конструкций.	Дополнительные расходы не потребуются, поскольку приведение рекламной конструкции в соответствие с Регламентом предусматривается по истечении сроков действия разрешения на размещение и эксплуатацию рекламной конструкции.
---	--	--	--

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

*Установление переходного периода не требуется.*

### 3. Результаты размещения уведомления о подготовке проекта муниципального акта

3.1. Уведомление о подготовке проекта муниципального акта было размещено 05.11.2020 – и доступно в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" по следующему адресу:

<http://pravo.novo-sibirsk.ru/pravdocsinf.aspx>

<http://dem.nso.ru/lawandnpa/caf513f2-1491-4553-82b0-d5977de85567>

3.2. Предложения в связи с размещением уведомления принимались в период с 06.11.2020 по – 19.11.2020.

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

№ п/п	Лицо, представившее предложения	Содержание предложения	Обоснование принятия или отклонения предложения
1	2	3	4
1			

### 4. Результаты проведения публичных консультаций по проекту муниципального акта\*

4.1. Публичные консультации по проекту муниципального акта проводились в период с 13.01.2021 по 02.02.2021.

4.2. О проведении публичных консультаций были извещены следующие лица и органы: Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Новосибирской области, Союз «Новосибирская городская торгово-промышленная палата», 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.

4.3. Сводка предложений, поступивших во время проведения публичных консультаций: В рамках публичных консультаций поступили предложения от 146 участников (10 юридических и 136 физических лиц):

N п/п	Лицо, представившее предложения	Содержание предложения	Обоснование принятия или отклонения предложения
1	2	3	4
1	Более 20 участников	п. 1.33 Проекта (дополнение п. 4.2 Регламента), абз. 8, 9: отсутствие в Проекте предложений по объективной методике оценки воздействия размещения видеозкранов и медиафасадов относительно помещений жилых зданий, палат лечебных учреждений, палат и спальных комнат объектов социального обеспечения	Предложение принято, абз. 8, 9 п. 1.33 Проекта исключены, как дублирующие требования СанПиН и технического регламента по безопасности дорожного движения.
2	Более 95 участников	п. 1.35 Проекта (дополнение Регламента пунктом 4.4.2) исключить (- отложить принятие поправок, - провести экспертизу самих поправок, - провести анализ экономических и социальных последствий принятия поправок, - в случае доработки поправок в обязательном порядке изучить и принять во внимание мнения	Предложение принято, п. 1.35 Проекта, предусматривающий изменение пункта 4.4 исключен, дальнейшие предложения по регулированию размещения отдельно стоящих РК будут обсуждены с участниками рынка.



		участников рекламного рынка)	
3	10 участников	п. 1.5 Проекта (дополнение регламента пунктом 2.8): отсутствие / неопределенность условий и оснований принятия решений)	Предложение принято, п. 1.5 Проекта, дополняющий Регламент пунктом 2.8 дополнен положениями, исключающими неоднозначность трактовки.
4	3 участника	п. 1.5 Проекта (дополнение регламента пунктом 2.9): содержание нормы, устанавливая отклонения от требований отдельных пунктов Регламента для торговых, торгово-развлекательных центров, ущемляет права на саморекламу собственников административных зданий и крупных деловых центров, которые не вправе указанным в этом пункте способом рекламировать себя.	Предложение отклонено, указанная норма, предусмотренная п. 1.5 Проекта и предлагающая дополнить Регламент пунктом 2.9, включена в проект с учетом объемно-планировочных и архитектурно-художественных особенностей зданий торговых, торгово-развлекательных центров (ТЦ, ТРЦ) и сложившейся практики размещения рекламных и информационных конструкций (РК, ИК) на таких зданиях. Распространение нормы на иные здания приведет к нарушению архитектурного облика города. Аналогичные нормы, устанавливающие особые требования к размещению РК, ИК на зданиях ТЦ, ТРЦ, содержатся в правовых актах Москвы, Казани и др. городов. Кроме того, положения данной нормы сегодня содержатся в п. 2.1 Регламента и перенесены в п. 2.9 Регламента с целью упорядочения структуры документа и конкретизации норм.
5	10 участников	п. 1.5 Проекта (дополнение регламента пунктом 2.9): в тексте абзаца нет пункта 4.5.3, потому непонятно, на что ссылается норма пункта 2.9	Предложение принято, исключена допущенная опечатка в проекте. Норма пункта 2.9 Регламента ссылается на пятый абзац подпункта 4.5.4 Регламента.
6	10 участников	п 1.3 (внесение изменений в п.2.1), абз. 11: избыточное регулирование, дублирование норм ТР	Предложение принято, абз. 11 п. 1.3 Проекта, исключен, как дублирующий требования технического регламента по безопасности дорожного движения.
7	5 участников	п.1.36 Проекта (дополнение Регламента	Предложение отклонено. Принятие предложения лишит предпринимателей, осуществляющих деятельность в

		<p>пунктом 4.12) исключить: указанные размеры очень велики, это будет большая рекламная конструкция, сильно бросающаяся в глаза. Для нестационарных объектов в новой редакции и так разрешены фасадные вывески, информационные таблички, витринные вывески, как и для организаций в обычных зданиях. Нет необходимости в дополнительных конструкциях.</p>	<p>нестационарных объектах права на рекламирование своей деятельности, поставит их в неравные условия с предпринимателями, осуществляющими деятельность в объектах капитального строительства. Размещение РК форматом 1,2 x 1,8 м («Сити-формат») является общепринятой практикой в крупных городах РФ</p>
8	6 участников	<p>п. 1.16, п.1.17 (изменение пп. 3.2.12, 3.2.13): предлагаю заменить число 700 на 500. В дизайн-кодах др. городов России (Москва, Санкт-Петербург и пр.) принято ограничение на ширину вывесок в 500 мм. В Новосибирске самый щадящий для организаций вариант. Судя по опыту др. городов, ширины в 500 мм вполне достаточно, чтобы вывеска читалась, чтобы информация на ней была доступна людям. Чем шире вывеска, тем сильнее визуально загрязнен фасад.</p>	<p>Предложение отклонено. Размер 700мм для конструкций на подложке и световых коробов установлен в действующей редакции Регламента и не предлагается к изменению Проектом. Данный размер был выбран с учетом сложившейся в г. Новосибирске практики. Принятие предложения приведет к необходимости приведения в соответствие с регламентом большей части существующих конструкций указанных типов и, соответственно, к дополнительным затратам предпринимателей на замену вывесок.</p>

9		п 1.24 (изменение п. 3.6.4), абз. 6: «высота размещаемой конструкции должна не должна превышать высоту ранее установленной крышной вывески, крышной рекламной конструкции». Так должна или не должна?	Предложение принято, допущена опечатка в проекте. Следует читать «не должна»
10	1 участник	В проекте нового регламента нет расстояний между флагами. Если не прописать, что существуют флаговые композиции из 3х-5 флагштоков, то снова заставят нас ставить их на расстоянии 30 метров друг от друга. Это обязательно должно быть отражено в документе. Либо отдельно прописать расстояния между флагами (0,5-1,0м) либо дать определение флаговым композициям состоящим из нескольких флагштоков.	Предложение принято, будет учтено при доработке Проекта
11	Около 10 участников	Опечатки по тексту п. 1.3, 1.5, 1.9, 1.24, 1.25	Предложения приняты, будет учтены при доработке Проекта

4.4. Информация об отказе от принятия муниципального акта по результатам проведения публичных консультаций (при его наличии): \_\_\_\_\_.