

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 абзацами 2 и 3 пункта 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.
		Абзац 5 подпункта 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 абзаца 5 пункта 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 подпункте 3.2.1 Регламента. В местах размещения, не имеющих оконных проемов, субъектам предпринимательской деятельности предоставлена возможность размещения информационных табличек, крышных вывесок, консольных вывесок, витринных вывесок, вывесок на маркизах, информационных стел, а также фасадных вывесок на козырьках.
		Неопределенность подпункта 3.2.1 Регламента в части определения этажности зданий, строений, сооружений	<i>Предложение принято</i> , проект будет доработан.
		Неопределенность понятий – короб простой формы, короб сложной формы, логотип.	<i>Предложение отклонено</i> , короб простой формы и короб сложной формы 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 «Рекламные Технологии»	Исключение абзаца 11 пункта 4.2 Регламента, излишнее регулирование	<i>Предложение отклонено</i> , поскольку видеозкраны 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 подпункта 3.2.1 Регламента, в части возможности размещения конструкций на остекленных участках фасада	<i>Предложение принято</i> , проект будет доработан.
		Дополнение абзаца 7 подпункта 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 поостренными для коммерческого использования и имеющими фасад нежилых помещений без окон на всю высоту нежилых помещений, при этом отделенным от жилой части здания архитектурными элементами».	<i>Предложение отклонено</i> . Абзацем 9 подпункта 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 Новосибирске, принятых решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372
		Дополнить Регламент термином «входная группа»	<i>Предложение отклонено</i> . Подпунктом 3.2.1 Регламента предусмотрен закры-

			тый 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 подпункте 4.5.2 Регламента	<i>Предложение принято,</i> проект будет доработан
		<p>Доработать порядок размещения рекламных конструкций на нестационарных объектах:</p> <p>исключение требований подпункта 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, строениях, сооружениях;</p>	<p><i>Предложение принято частично.</i> Размещение рекламных конструкций на нестационарных объектах регламентировано исключительно подпунктом 4.5.6 Регламента, требование подпункта 3.2.7 Регламента при размещении рекламных конструкций на нестационарных объектах не применяются. Согласно абзаца 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 мест для размещения рекламных</p>

		размещение крышных рекламных конструкций на нестационарных объектах запрещено.	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 подпунктом 3.2.1 Регламента	<i>Предложение принято.</i> Проект будет доработан.
		Дополнение подпункта 3.2.1 Регламента, в части возможности размещения конструкций на остекленных участках фасада	<i>Предложение принято.</i> Проект будет доработан.
		Дополнение подпункта 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 23.03.2022 по 12.04.2022.

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», Союз «Новосибирская торгово-промышленная палата», Межрегиональная общественная организация «Межрегиональная ассоциация руководителей предприятий», общество с ограниченной ответственностью «Рекламные технологии», общество с ограниченной ответственностью «РИМ-С», Новосибирское областное отделение Общероссийской общественной организации «Деловая Россия», Новосибирское областное отделение Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА 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.

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	ООО «Рекламные Технологии»	Внесение изменений в наименование параметра таблицы, регламентирующей расстояние между отдельно стоящими рекламными конструкциями, размещенными на одной стороне дороги (пункт 4.4 Регламента): «Минимальное расстояние между отдельно стоящими рекламными конструкциями, размещенными на одной высоте и (или) в створе (на одной линии видимости), м». Изложение в новой редакции наименования таблицы: «Расстояние между отдельно стоящими рекламными конструкциями одного ви-	<i>Предложение отклонено.</i> В соответствии с абзацем 3 пункта 2.4 Правил распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятых решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372, отдельно стоящие рекламные конструкции одного вида, установленные вдоль полосы движения транспортных средств, должны быть размещены на одной высоте относительно поверхности земли и на одном расстоянии от края проезжей части. Кроме того, предлагаемое условие «на одной линии видимости» является категорией «оценочной», и не отвечает принципу правовой определенности. Изложение в новой редакции

		да, размещенными на одной стороне дороги».	наименования таблицы, регламентирующей расстояние между отдельно стоящими рекламными конструкциями, путем проецирования требований по расстояниям между рекламными конструкциями исключительно на рекламные конструкции одного вида, повлечет за собой ухудшение архитектурного облика города Новосибирска, а также качества жизни жителей города.
		Исключение абзаца 11 пункта 4.2 Регламента	<i>Предложение отклонено.</i> В соответствии с пунктом 1.1 СП 52.13330.2016 «Свод правил. Естественное и искусственное освещение» свод правил распространяется на проектирование освещения новых, реконструируемых и капитально ремонтируемых зданий и сооружений различного назначения, места производства работ вне зданий, площадки промышленных и сельскохозяйственных предприятий, железнодорожные пути площадок предприятий, наружное освещение городских и сельских поселений, автотранспортных тоннелей. Нормы яркости рекламных и информационных конструкций, предусмотренные подпунктом 7.5.8 СП 52.13330.2016 «Свод правил. Естественное и искусственное освещение» установлены в зависимости от показателя освещения проезжей части прилегающей улицы, а также оси зрения водителя автотранспорта, положений, регламентирующих нормы освещенности в местах, отдаленных от проезжей части СП 52.13330.2016 «Свод правил. Естественное и искусственное освещение» не содержит. В свою очередь, абзац 11 пункта 4.2 Регламента устанавливает требования к рекламным конструкциям, использующим электронную технологию смены изображения (видеоэкранов, медиафасадов), в местах размещения рекламных конструкций без условия о наличии

			проезжей части.
		Внесение изменений в порядок размещения рекламных и информационных конструкций, владельцы которых осуществляют деятельность в помещениях, находящихся в повальных (цокольных) этажах	<i>Предложение принято.</i> Проект будет доработан в части расширения перечня мест размещения рекламных и информационных конструкций, владельцы которых осуществляют деятельность в помещениях, находящихся в повальных (цокольных) этажах
		Дополнение Приложения 4 к Регламенту дизайном макета афишного стенда с внутренней подсветкой	<i>Предложение отклонено.</i> В соответствии с абзацем 2 пункта 4.1 Правил распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятых решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372, афишные стенды (1,2 м х 1,8 м) - рекламные конструкции с одним, двумя или тремя информационными полями, не имеющие освещения, предназначенные для размещения информации о мероприятиях и событиях культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера.

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.