



МУНИЦИПАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ
ГОРОДСКОЙ ОКРУГ СУРГУТ
ХАНТЫ-МАНСЙСКОГО
АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ

АДМИНИСТРАЦИЯ ГОРОДА

УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ,
РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ТУРИЗМА

ул. Энгельса, 8, г. Сургут
Тюменская область, Ханты-Мансийский
автономный округ – Югра, 628400
Тел. (3462)52-22-56
E-mail: business@admsurgut.ru

Директору
департамента архитектуры
и градостроительства
Администрации города
А. Ю. Коновалову

от 09.12.2022 № 55-02-2587/2
на № 02-02-5173/2 от 14.07.2022

Отрицательное заключение
об оценке регулирующего воздействия
проекта муниципального нормативного правового акта

Управление инвестиций, развития предпринимательства и туризма Администрации города (далее – уполномоченный орган) в соответствии порядком проведения оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов в Администрации города (далее – Порядок), утвержденным постановлением Главы города от 05.09.2017 № 137, рассмотрев проект решения Думы города «О внесении изменений в решение Думы города от 29.09.2006 № 74-IV ДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута», пояснительную записку к нему, сводный отчет об ОРВ проекта нормативного правового акта и свод предложений о результатах проведения публичных консультаций, подготовленные департаментом архитектуры и градостроительства Администрация города, сообщает следующее.

Проект муниципального нормативного правового акта направлен разработчиком для подготовки настоящего заключения _____ впервые ____.
(впервые/повторно)

Проект муниципального нормативного правового акта отнесен к средней степени регулирующего воздействия поскольку содержит положения, изменяющие ранее предусмотренные муниципальными правовыми актами обязательные требования для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, обязанности для субъектов инвестиционной деятельности.

Проект муниципального правового акта подготовлен в соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Действующую редакцию решения Думы города от 29.09.2006 № 74-IV ДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута» необходимо переработать с учетом предусмотренного Федеральным законом

от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» права органов местного самоуправления городских округов определять типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего муниципального образования или части его территории, а также требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов в части включения новых видов уникальных рекламных конструкций, создания типового облика рекламных конструкций, а также введения механизма условно разрешенного вида размещения.

Проект решения разработан для упорядочения размещения и определения требований к размещению рекламных конструкций на территории города Сургута, осуществления контроля за процессом формирования благоприятной художественно-эстетической городской среды, сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города, установление единых требований к рекламным конструкциям, к их установке, эксплуатации и территориальному размещению, обеспечения в процессе установки и эксплуатации рекламных конструкций безопасности дорожного движения и предотвращения угрозы для жизни и здоровья людей.

Проектом муниципального нормативного правового акта предлагается внести изменения в Правила распространения наружной рекламы на территории города Сургута:

- установить новые виды рекламных конструкций, востребованных на территории города Сургута, такие как рекламно-информационный стенд, афишная тумба и уникальная конструкция;
- дополнить Правила приложением с требованиями к минимальным расстояниям между рекламными конструкциями разных типов и видов для устранения визуального мусора на территории города;
- дополнить Правила приложением с типовыми рекламными конструкциями чтобы систематизировать общие требования, предъявляемые к рекламным конструкциям, сделать соответствующие требования более развернутыми, подробными, и в то же время простыми и понятными для понимания субъектами предпринимательской деятельности.

Проектом предлагается установить срок вступления в силу - с 01.03.2022 года.

При этом, установка и эксплуатация рекламных конструкций, типы и виды которых не предусмотрены Правилами распространения наружной рекламы на территории города Сургута в редакции предлагаемого проекта решения, размещенных на основании выданных в установленном порядке до вступления в силу решения разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, срок действия которых не истёк, допускается до истечения срока действия соответствующих разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, при отсутствии иных предусмотренных действующим законодательством оснований для признания их недействительными и (или) аннулирования.

Целью правового регулирования является сохранение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города.

Альтернативным вариантом правового регулирования на муниципальном уровне, в части технологии демонстрации рекламы является включение в приложение 2 «Типовые рекламные конструкции» к Правилам распространения наружной рекламы на территории города Сургута норм, предусматривающих в способах демонстрации на афишной тумбе и рекламной конструкции в составе остановочного пункта электронного информационного поля.

Представленный альтернативный вариант правового регулирования нецелесообразен, так как рекламные конструкции размещаются в местах активного пешеходного движения и у таких конструкций отсутствует защита от свободного доступа, то в таком случае возможны эпизоды умышленного и не умышленного повреждения дорогостоящих конструкций.

Учитывая вышеизложенное собственники рекламных конструкций будут нести большие финансовые потери в связи с заменой всего электронного экрана.

Сложившаяся ситуация с массовой установкой рекламных конструкций на территории города, осуществляемой рекламодателями, привела к засорению визуального пространства.

Негативными последствиями в случае отсутствия предлагаемого правового регулирования, является наличие следующих рисков:

- размещение рекламных конструкций без соблюдения минимальных расстояний между рекламными конструкциями разных типов и видов по отношению друг к другу приведет к визуальному засорению, ущербу архитектурному облику города;

- риск недовольства населения недостаточным или ненадлежащим исполнением обязанностей Администрацией города и Думой города в интересах жителей города.

По результатам мониторинга решения данной проблемы в муниципальных образованиях Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, других муниципальных образованиях Российской Федерации, схожее правовое регулирование не выявлено.

Исходя из представленных сведений в отчете об ОРВ, потенциальными адресатами правового регулирования являются юридические и физические лица независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности – 30 рекламодателей, исходя из прогнозных данных департамента архитектуры и градостроительства по результатам анализа прошлых лет.

Предлагаемое правовое регулирование не влечет дополнительные расходы (доходы) бюджета города.

Правовым регулированием, изменяются ранее предусмотренные обязанности для субъектов предпринимательской деятельности, которые влекут содержательные издержки на изготовление и монтаж рекламной конструкции в сумме 1 000 000 рублей. Расходы 30 рекламодателей составят 30 000 000 руб.

Экономическая обоснованность расчетов будет представлена в повторном заключении.

Информация об ОРВ проекта муниципального нормативного правового акта размещена разработчиком на официальном портале Администрации города «03» октября 2022 года.

Для привлечения субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности при проведении оценки регулирующего воздействия информация об ОРВ проекта муниципального нормативного правового акта размещена на портале проектов нормативных правовых актов (<http://regulation.admhmao.ru/projects#nra=46219>) (ID проекта 01/14/10-22/00046219).

Субъекты предпринимательской и иной экономической деятельности проинформированы о проведении публичных консультаций в мессенджере «Viber» в группах «ОРВ в Сургуте», «Инвестируй в Сургут».

Разработчиком проведены публичные консультации по проекту акта в период с «03» октября 2022 года по «14» октября 2022 года.

Уведомления о проведении публичных консультаций были направлены:

- Уполномоченному по защите прав предпринимателей в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре;
- Союзу «Сургутская торгово-промышленная палата» (далее – Союз «СТПП»);
- Комитету Сургутской торгово-промышленной палаты по развитию потребительского рынка;
- Региональной ассоциации некоммерческих организаций Ханты-Мансийского автономного округа – Югры;
- Региональному отделению Общероссийской Общественной Организации малого и среднего предпринимательства «Опора России»;
- Ассоциации негосударственных дошкольно-образовательных учреждений и центров времяпрепровождения детей Ханты Мансийского автономного округа – Югры;
- Некоммерческому партнерству «Энергоэффективность, Энергосбережение, Энергобезопасность» города Сургута и Сургутского района;
- Ассоциации строительных организаций города Сургута и Сургутского района.
- Общероссийской общественной организации содействия привлечению инвестиций в Российскую Федерацию «Инвестиционная Россия»;
- Обществу с ограниченной ответственностью «Навистар» (далее – ООО «Навистар»);
- Обществу с ограниченной ответственностью «СК-Экспресс»;
- Обществу с ограниченной ответственностью «Палитра»;
- Индивидуальному предпринимателю Филиппову Дмитрию Юрьевичу;
- Обществу с ограниченной ответственностью «Призма»;
- Обществу с ограниченной ответственностью «СМС»;
- Обществу с ограниченной ответственностью «СК»;
- Обществу с ограниченной ответственностью «Консалтинг Групп» (далее –

ООО «Консалтинг Групп»);

- Обществу с ограниченной ответственностью «Управляющая компания «Сургутгазстрой»;

- Обществу с ограниченной ответственностью «Индустрия рекламы»;

- Индивидуальному предпринимателю Медведеву Дмитрию Анатольевичу;

- Акционерному обществу «Аэропорт Сургут»;

- Индивидуальному предпринимателю Овсяному Денису Петровичу;

- Обществу с ограниченной ответственностью «Юграпромстрой»;

- Обществу с ограниченной ответственностью «Запсибпромторг»;

- Обществу с ограниченной ответственностью «МКМ»;

- Обществу с ограниченной ответственностью «ЗапСибПетролиум»;

- Обществу с ограниченной ответственностью «СургутАЗССервис»;

- Обществу с ограниченной ответственностью «ПетролСнаб»;

- Негру Валериану Ильичу.

По результатам проведения публичных консультаций поступило 6 отзывов, содержащих 23 замечания (предложения), 18 из которых приняты и учтены при доработке проекта решения Думы города, 5 отклонены по обоснованным причинам.

Из представленных отзывов:

- 1 отзыв от Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре, получен по заключенному соглашению о взаимодействии при проведении ОРВ, экспертизы и оценки фактического воздействия;

- 1 отзыв от Союза «Сургутская торгово-промышленная палата» получен по заключенному соглашению о взаимодействии при проведении ОРВ, экспертизы и оценки фактического воздействия, в электронном виде, с использованием Портала проектов нормативных правовых актов (<http://regulation.admhmao.ru/projects#npa=46219>) (ID проекта 01/14/10-22/00046219).

Результаты публичных консультаций и позиция разработчика отражены в таблице результатов публичных консультаций.

Наименование участника публичных консультаций	Содержание замечания и (или) предложения	Позиция разработчика об учете (принятии) или отклонении замечания и (или) предложения, полученного от участника публичных консультаций (с обоснованием позиции)	Принятое решение об учете (принятии) или отклонении замечания и (или) предложения (по результатам урегулирования разногласий с участниками публичных консультаций)
Уполномоченный по защите	1) Принимая во внимание то, что рассматриваемое	<u>Принять.</u>	-

<p>прав предпринимателей в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре</p>	<p>правовое регулирование предполагает введение дополнительных ограничений для отдельных субъектов предпринимательской деятельности, предлагаю рассмотреть возможность перенесения срока рассмотрения соответствующего решения Думы города Сургута на 2023 год. В случае одобрения нормативного правового акта в рассматриваемой редакции прошу предусмотреть переходные положения, исключающие распространение его действия на уже выданные разрешения, заключенные договоры и на правоотношения в рамках, объявленных к моменту принятия соответствующего решения открытых конкурсов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций. Полагаю, что решение о переносе срока рассмотрения соответствующего проекта решения Думы города, равно как установление предполагаемых в отношении него переходных положений, могут стать существенной мерой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в условиях имеющихся негативных факторов, влияющих на экономику России</p>	<p>Данное предложение будет учтено при корректировке проекта решения. В соответствии с частью 1 статьи 3 Федерального закона от 31.07.2020 № 247-ФЗ «Об обязательных требованиях в Российской Федерации», положения нормативных правовых актов, устанавливающих обязательные требования, должны вступать в силу либо с 1 марта, либо с 1 сентября соответствующего года, но не ранее чем по истечении девяноста дней после дня официального опубликования соответствующего нормативного правового акта, если иное не установлено федеральным законом, Указом Президента Российской Федерации или международным договором Российской Федерации, предусматривающими установление обязательных требований</p>	
<p>Союз «СТПП»</p>	<p>1) Приложением 3 Проекта предлагается установить минимальные расстояния между типовыми отдельно стоящими рекламными</p>	<p><u>Принять.</u> Данное предложение будет учтено при корректировке проекта решения</p>	<p>-</p>

конструкциями, что, по мнению Сургутской ТПП, приведет к нарушению прав субъектов предпринимательской деятельности – рекламодателей, заключивших с уполномоченным органом Администрации города Сургута, договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций (далее – договор) по результатам проведения торгов.

Принятие Проекта в предлагаемой редакции приведет к возможному расторжению действующих договоров, что в свою очередь нанесет ущерб рекламодателям, поскольку существующие места установки, на которые выданы разрешения в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций не будут соответствовать вышеуказанным требованиям. Кроме этого, владельцы рекламных конструкций будут вынуждены нарушить обязательства перед рекламодателями по действующим договорам. Кроме этого, в Проекте отсутствует положение, определяющее порядок действий владельцев рекламных конструкций, которые окажутся размещены с нарушением соответствующих требований.

Кроме этого, в пояснительной записке отсутствует информация о том, проводился ли анализ действующей схемы размещения рекламных конструкций на предмет соответствия размещенных

	<p>в настоящее время рекламных конструкций минимальным расстояниям, предлагаемым Проектом, а также отсутствуют сведения о количестве рекламных конструкций, которые не будут соответствовать соответствующим минимальным расстояниям</p>		
	<p>2) Проектом предусмотрен запрет размещать отдельно стоящие рекламные конструкции на земельных участках по отношению друг к другу с нарушением радиусов визуального комфорта, установленных для каждого типа рекламных конструкций и указанных в приложении 3 к Правилам распространения наружной рекламы на территории города Сургута (далее – Правила), за исключением рекламных (рекламно-информационных) конструкций, устанавливаемых в зонах с особым регулированием радиусов визуального комфорта, также указанных в приложении 3 к Правилам. Однако в тексте Проекта не уточнено, что подразумевается под радиусом визуального комфорта, зонами с особым регулированием радиусов визуального комфорта, а из приведенного в Проекте рисунка 2 приложения 3 к Правилам не представляется возможным определить размер указанных радиусов. Кроме этого, в пояснительной записке к Проекту отсутствует информация о том, проводился ли анализ действующей схемы</p>	<p><u>Принять.</u> Данное предложение будет учтено при корректировке проекта решения и пояснительной записки</p>	<p>-</p>

	<p>размещения рекламных конструкций на предмет соответствия радиусам визуального комфорта, а также отсутствуют сведения о количестве рекламных конструкций, которые не будут соответствовать радиусам визуального комфорта</p>		
	<p>3) Проектом вводятся новые типы рекламных конструкций (афишная тумба, уникальная рекламная конструкция), в связи с чем, необходимо будет внести изменения в действующую схему размещения рекламных конструкций, вследствие чего увеличится количество рекламных конструкций, что противоречит позиции администрации города Сургута, которая заключается в сокращении количества рекламных конструкций в городе</p>	<p><u>Отклонить.</u> В соответствии с пунктом 4 части 15 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» органы местного самоуправления городских округов вправе определять типы и виды 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 городских округов. В этой связи рассматриваемая норма проекта Решения следствие прямой законодательной делегации, установленной Федеральным законом. Количество рекламных конструкций регулируется Схемой размещения рекламных конструкций на территории города Сургута, утвержденной постановлением Администрации города от 19.03.2014 № 1846, изменения в которую вносятся с учетом архитектурного облика сложившейся застройки города. Вводимое правовое регулирование позволит расширить и</p>	<p><u>Замечание снято.</u> Информация от 09.11.2022 № 781</p>

		<p>усовершенствовать типы и виды рекламных конструкций по вновь выдаваемым разрешениям на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, что в свою очередь повлияет на улучшение качества рекламы в городе</p>	
	<p>4) При определении типов рекламных конструкций в тексте Проекта приводятся возможные технологии смены изображения, однако не у всех типов конструкций указан электронный способ смены изображения, между тем, согласно действующей редакции части 6 статьи 3 Правил распространение рекламы (социальной рекламы) на всех типах рекламных конструкций может осуществляться в том числе, с помощью электронной системы демонстрации и смены рекламных изображений. Принимая во внимание развивающиеся на сегодняшний день технологии в сфере распространения рекламы, а также позицию Администрации города Сургута о сокращении количества рекламных конструкций целесообразно предусмотреть электронный способ смены изображения на всех типах рекламных конструкций, на которых технически возможно</p>	<p><u>Принять.</u> Данное предложение будет учтено при корректировке проекта решения</p>	-
	<p>5) В Проекте указан такой тип рекламной конструкции как рекламная конструкция в составе остановочного пункта (совмещенная с конструктивными элементами остановочного пункта), однако не указаны возможные технологии</p>	<p><u>Принять.</u> Данное предложение будет учтено при корректировке проекта решения</p>	-

	<p>демонстрации изображения, в связи с чем, предлагаем определить их в тексте Проекта</p> <p>б) При определении такого типа рекламной конструкции как медиафасад Проектом установлены возможные конструкции устанавливаемого медиаполотна, однако принимая во внимание совершенствование и модернизацию электронных технологий, используемых в сфере распространения рекламы, целесообразно не конкретизировать конструкции медиаполотна, либо установить открытый перечень.</p>		
		<p><u>Принять.</u> Данное предложение будет учтено при корректировке проекта решения</p>	-
ООО «Консалтинг Групп»	<p>1) Вам необходимо узаконить реальный срок согласования Схемы размещения рекламных конструкций, а не так что бы это затягивалось на годы</p>	<p><u>Принять.</u> Схема размещения рекламных конструкций на территории города Сургута утверждается отдельным муниципальным правовым актом. Сроки согласования проектов правовых актов предусмотрены статьей 11 Регламента, утвержденного распоряжением Администрации города от 30.12.2005 № 3686 «Об утверждении Регламента Администрации города»</p>	-
	<p>2) Согласно Вашему проектному предложению, минимальные расстояния между отдельно стоящими рекламными конструкциями приняты очень большими. Размер территории, выделяемый под строительство коммерческого объекта не безграничен и инвестору необходимо территорию использовать максимально выгодно, в соответствии с существующими требованиями ГОСТ Р</p>	<p><u>Принять.</u> Проект решения содержит положения, предусматривающие возможность отклонения от минимальных расстояний. Частью 1, 2 Приложения 3 к проекту решения Думы города «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута» предусмотрено: «Отклонения от минимальных расстояний между типовыми отдельно стоящими рекламными</p>	-

	<p>52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения». Указанный Вами размер максимально превышен. Прошу минимальные расстояния между рекламными конструкциями на земельных участках, находящихся в частной собственности для сити-формата снизить до 10 м для ситиборда снизить до 30 м, а для рекламных конструкций, расположенных на земельных участках, находящихся в муниципальной собственности оставить 30 м и 100 м соответственно</p>	<p>конструкциями возможны при разработке индивидуального проекта (в котором должны быть отражены, в том числе, все рекламные конструкции, установленные на смежных территориях, вне зависимости от форм собственности имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция) для территорий специализированного использования с учетом назначения расположенных на данных территориях объектов, в следующих случаях:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. В случае размещения на территориях предприятий, осуществляющих торговую деятельность, оказание услуг бытового обслуживания, услуг общественного питания; торгово-развлекательных и многофункциональных центров, а именно на разделительных полосах гостевых наземных автостоянки, по периметру уличных зон отдыха посетителей, пешеходных эспланадах; 2. В случае размещения на территориях автозаправочных станций 	
	<p>3) Как будет решаться вопрос использования двух соседних территории, когда установленный рекламный щит своей зоной перекрывает всю соседнюю территорию? На территории регламентируется размещение дорожных знаков и рекламных конструкций и к ним еще добавить такую огромную зону от рекламы. Данным решением вы отпугнете большое количество</p>	<p><u>Принять.</u> При рассмотрении документов на выдачу разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в соответствии с административным регламентом, утвержденным постановлением Администрации города от 01.10.2019 № 7282, будут учитываться максимальные расстояния между типовыми рекламными</p>	<p>-</p>

	<p>инвесторов, которые могли бы разместить свою рекламу на территории г. Сургута</p>	<p>конструкциями, а также возможные отклонения от минимальных расстояний, что не позволит перекрытие обзора смежных территорий. Кроме того, количество и места рекламных конструкций регулируются Схемой размещения рекламных конструкций на территории города Сургута, утвержденной постановлением Администрации города от 19.03.2014 № 1846, изменения в которую вносятся с учетом архитектурного облика сложившейся застройки города</p>	
<p>ООО «Навистар»</p>	<p>1) Проектом решения Думы города о внесении изменений в Правила распространения наружной рекламы определяются минимальные расстояния между РК. Установление данных минимальных расстояний нарушают права организаций – рекламодателей с которыми Администрацией города по результатам проведения открытых торгов заключены договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, по причине того, что существующие места установки, на которые выданы разрешения в соответствии со схемой не соответствуют этим требованиям. При разработке проекта решения Думы не был проведен анализ существующей схемы и рекламных конструкций, установленных в соответствии с ней на</p>	<p><u>Принять.</u> Данное предложение будет учтено при корректировке проекта решения</p>	<p>-</p>

<p>предмет соответствия этим нормативным расстояниям</p>	<p>2) Также определен радиус от жилых домов и частных объектов (ТЦ) до установленных рекламных конструкций, что также введено без проведения анализа фактически установленных в соответствии с действующей схемой рекламных конструкций. Введение данных минимальных расстояний (радиусов) будет противоречить существующей схеме расположения рекламных конструкций на территории города. Очевидно прослеживаются действия органа местного самоуправления, направленные на намеренное изменение схемы, искусственно создаются посторонние требования к существующим конструкциям, что может быть направлено на намеренное ущемление организаций - рекламодателей, победивших в торгах</p>	<p><u>Принять.</u> Данное предложение будет учтено при корректировке проекта решения</p>	<p>-</p>
<p>3) Проектом решения Думы города о внесении изменений в Правила распространения наружной рекламы добавляются некоторые новые типы и виды РК, что само по себе не критично, но данные типы и виды РК не определены в схеме, соответственно их нужно туда добавлять, а это дополнительно значительно увеличит кол-во рекламы в городе, при том что в настоящее время Администрация города наоборот выступает за сокращение количества</p>	<p><u>Отклонить.</u> В соответствии с пунктом 4 части 15 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» органы местного самоуправления муниципальных районов или органы местного самоуправления городских округов вправе определять типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего муниципального образования или части его территории, в том числе требования к таким</p>	<p><u>Замечание снято.</u> Информация от 03.11.2022</p>	

	<p>рекламы в городе, совершает действия направленные на сокращение общего количества рекламных конструкций совместно с организациями рекламодателями и. Какой смысл от этого, при том что другие РК останутся в схеме до конца действия договоров</p>	<p>рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов. В этой связи рассматриваемая норма проекта Решения следствие прямой законодательной делегации, установленной Федеральным законом. Количество рекламных конструкций регулируется Схемой размещения рекламных конструкций на территории города Сургута, утвержденной постановлением Администрации города от 19.03.2014 № 1846, изменения в которую вносятся с учетом архитектурного облика сложившейся застройки города. Вводимое правовое регулирование позволит расширить и усовершенствовать типы и виды рекламных конструкций по вновь выдаваемым разрешениям на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, что в свою очередь повлияет на улучшение качества рекламы в городе</p>	
	<p>4) Проектом решения Думы города определяется внешний вид РК, который так же идет в разрез с существующим видом РК установленным согласно проведенных торгов. Изменение вида рекламных конструкций, повлечет разночтение с существующими рекламными конструкциями, установленными на основании разрешений на</p>	<p><u>Принять.</u> Данное предложение будет учтено при корректировке проекта решения</p>	<p>-</p>

	установку и эксплуатацию рекламных конструкций		
	5) Так же по каждому типу и виду РК приведено возможные варианты способов демонстрации изображения и не везде учтены электронные. Это бессмысленно так как в действующих правилах указано в общем по всем видам РК способы трансляции изображения с учетом электронных способов донесения информации до потребителя. В этих изменениях электронные предусмотрены не во всех типах и видах что с учетом развивающихся технологий и желания снизить в перспективе кол-во РК — нелогичное ограничение, противоречащее общей доктрине Администрации в вопросе наружной рекламы	<u>Принять.</u> Данное предложение будет учтено при корректировке проекта решения	-
	6) РК в составе остановочного комплекса — не указаны возможные способы демонстрации изображения	<u>Принять.</u> Данное предложение будет учтено при корректировке проекта решения	-
	7) По медиа фасадам — перечислены возможные конструкции устанавливаемого медиа-полотна. Не ясно для чего конкретизировать и ограничивать техническую часть при постоянном процессе совершенствования и модернизации электронных технологий	<u>Принять.</u> Данное предложение будет учтено при корректировке проекта решения	-
ИП Хижко А.В.	1) Проблема не актуальна на сегодняшний день	<u>Отклонить.</u> Проект решения разработан в рамках формирования комфортной городской среды, а также вводимое правовое регулирование позволит расширить и усовершенствовать типы и виды рекламных конструкций, что в свою очередь повлияет на	<u>Замечание снято.</u> Информация от 02.11.2022.

		улучшение качества рекламы	
	2) Не вижу смысла во внесении изменений в действующие Правила	<p><u>Отклонить.</u> Проект решения подготовлен в связи с необходимостью переработки Правил распространения наружной рекламы на территории города Сургута с учетом предусмотренного Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» права органов местного самоуправления городских округов определять типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего муниципального образования или части его территории, а также требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городских округов в части включения новых видов уникальных рекламных конструкций, создания типового облика рекламных конструкций, а также введения механизма условно разрешенного вида размещения</p>	<p><u>Замечание снято.</u> Информация от 02.11.2022.</p>
ИП Филиппов Д.Ю.	1) Обоснование не убедительно. На протяжении долгого времени Администрация выступала за сокращение количества рекламы в городе, а сейчас добавятся новые типы и виды РК, их нужно будет добавлять в существующую схему, соответственно это приведет к тому, что город будет перенасыщен рекламными носителями	<p><u>Отклонить.</u> В соответствии с пунктом 4 части 15 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» органы местного самоуправления муниципальных районов или органы местного самоуправления городских округов вправе определять типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего</p>	<p><u>Замечание снято.</u> Информация от 02.11.2022.</p>

		<p>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. В этой связи рассматриваемая норма проекта Решения следствие прямой законодательной делегации, установленной Федеральным законом. Количество рекламных конструкций регулируется Схемой размещения рекламных конструкций на территории города Сургута, утвержденной постановлением Администрации города от 19.03.2014 № 1846, изменения в которую вносятся с учетом архитектурного облика сложившейся застройки города.</p> <p>Вводимое правовое регулирование позволит расширить и усовершенствовать типы и виды рекламных конструкций по вновь выдаваемым разрешениям на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, что в свою очередь повлияет на улучшение качества рекламы в городе</p>	
	<p>2) Установление расстояния между РК нарушают права организаций – рекламодателей с которыми Администрацией города по результатам проведения открытых торгов заключены договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, по причине того, что</p>	<p><u>Принять.</u> Данное предложение будет учтено при корректировке проекта решения</p>	-

	существующие места установки, на которые выданы разрешения в соответствии со схемой не соответствуют этим требованиям		
	3) В описание минимальных расстояний между разными типами конструкций (приложение 3), нужно включить все конструкции стелы, уникальные РК и т.д. Дабы исключить, ситуации когда одна конструкция ограничивает просмотр другой	<u>Принять.</u> Данное предложение будет учтено при корректировке проекта решения	-
	4) Проектом решения Думы города определяется внешний вид РК, который также идет в разрез с существующим видом РК установленным согласно проведенных торгов.	<u>Принять.</u> Данное предложение будет учтено при корректировке проекта решения	-

В связи с получением информации от участников публичных консультаций об обоснованности позиции разработчика и снятии замечаний и (или) предложений протоколы урегулирования разногласий не оформлялись.

По результатам рассмотрения представленных документов установлено:

1. Процедуры ОРВ, предусмотренные порядком не соблюдены.

1.1. Абзацем 3 пункта 9 раздела III приложения 1 к постановлению Главы города от 05.09.2017 № 137 «Об утверждении порядка проведения оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов, типовой формы соглашения о взаимодействии при проведении оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов, оценки фактического воздействия и экспертизы муниципальных нормативных правовых актов» установлено, что разработчиком в течение трех рабочих дней со дня составления свода предложений обеспечивается направление писем-уведомлений в адрес участников публичных консультаций о результатах учтенных (принятых) и (или) отклоненных замечаний и (или) предложений.

Департаментом архитектуры и градостроительства письмом от 26.10.2022 № 02-02-7741/2 направлено письмо-уведомление ИП Филипову Д.Ю., в котором не рассмотрено последнее 4-е предложение, при этом положительный результат принятия этого предложения отражен в своде предложений о результатах проведения публичных консультаций.

Для обеспечения выполнения требований порядка, ИП Филипову Д.Ю. необходимо направить дополнение к ранее направленному письму-уведомлению с результатом рассмотрения 4-го предложения. Письмо, необходимо приложить к документам к проекту решения.

1.2. Абзацами 1, 5 пункта 2 раздела IV приложения 1 к постановлению Главы города от 05.09.2017 № 137 «Об утверждении порядка проведения оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов, типовой формы соглашения о взаимодействии при проведении оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов, оценки фактического воздействия и экспертизы муниципальных нормативных правовых актов» установлено, что разработчик в случае несогласия с поступившими от участника публичных консультаций замечаниями и (или) предложениями в срок не более пяти рабочих дней со дня направления писем-уведомлений в адрес участников публичных консультаций об отклонении замечаний и (или) предложений, обеспечивает проведение согласительных процедур в форме совместных совещаний, переговоров с привлечением участников публичных консультаций. В случае получения от участника публичных консультаций информации об обоснованности позиции разработчика и снятии замечаний и (или) предложений, протокол урегулирования разногласий не оформляется.

Срок согласительных процедур был окончен 02.11.2022.

Письмо от Союза «Сургутская торгово-промышленная палата» получено 09.11.2022 № 781, то есть нарушение установленного срока составляет 2 рабочих дня.

При этом, процедура является выполненной, следовательно повторное ее проведение не требуется.

2. Сводный отчет об ОРВ:

2.1. Форма отчета соответствует порядку.

2.2. Информация, содержащаяся в отчете об ОРВ, не достаточна.

2.2.1. В пункте 1.2 сводного отчета исключить слова «департамент архитектуры и градостроительства», поскольку является основным разработчиком проекта.

2.2.2. Пункт 1.5 сводного отчета дополнить действующими правовыми актами, устанавливающими правовое регулирование:

- постановление Администрации города от 19.03.2014 № 1846 «Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории города Сургута»;

- постановление Администрации города от 01.10.2019 № 7282 «Об утверждении административного регламента предоставления муниципальной услуги «Выдача разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на соответствующей территории, аннулирование такого разрешения».

2.2.3. В пунктах 1.6, 3.1. 4.2, сводного отчета скорректировать срок вступления в силу (с учетом замечания, изложенного в пункте 3.16 заключения).

2.2.4. Пункт 1.10 сводного отчета дополнить вторым ответственным исполнителем проекта – Беленец Оксана Викторовна;

2.2.5. В пункте 2.2 сводного отчета обоснование отнесения проекта к средней степени регулирующего воздействия привести в соответствие с подпунктом 2.2 пункта 2 раздела II приложения 1 к постановлению Главы города от 05.09.2017 № 137 «Об утверждении порядка проведения оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов, типовой формы соглашения о взаимодействии при проведении оценки регулирующего воздействия проектов

муниципальных нормативных правовых актов, оценки фактического воздействия и экспертизы муниципальных нормативных правовых актов», изложив в следующей редакции:

«Проект решения Думы города «О внесении изменений в решение Думы города от 29.09.2006 № 74-IV ДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута» (далее – проект решения) содержит положения, изменяющие ранее предусмотренные муниципальными правовыми актами обязательные требования для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, обязанности для субъектов инвестиционной деятельности».

2.2.6. Раздел 7 отчета дополнить полным перечнем устанавливаемых/изменяемых обязательных требований и (или) обязанностей потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования (даже если изменения не влекут дополнительные расходы).

2.2.7. Скорректировать графу 3 пункта 8 сводного отчета в части предлагаемого правового регулирования с учетом доработки проекта по замечаниям, изложенным в пункте 3 заключения, а также внести соответствующие корректировки в таблицу поправок к пояснительной записке.

2.2.8. В приложении к сводному отчету об ОРВ осуществлен расчет расходов субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, связанных с необходимостью соблюдения установленных нормативным правовым актом обязанностей или ограничений, с применением методики оценки стандартных издержек субъектов предпринимательской, инвестиционной и иной экономической деятельности, возникающих в связи с исполнением требований регулирования, утвержденной приказом Департамента экономического развития ХМАО – Югры от 30.09.2013 № 155.

При этом следует:

- указать информацию по какому виду рекламной конструкции и с какой площадью информационного поля произведены расчеты (следует использовать средние значения);

- пересчитать общую сумму расходов с учетом количества свободных мест в Схеме, утвержденной постановлением Администрации города от 19.03.2014 № 1846 «Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории города Сургута».

2.2.9. Скорректировать пункты 7.3 и 8.3 сводного отчета, с учетом доработки расчета расходов субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, связанных с необходимостью соблюдения установленных нормативным правовым актом обязанностей или ограничений, изложенных в пункте 2.2.8 заключения. Пересмотреть графу 2 пункта 8.3 (расходы по действующему правовому регулированию).

2.2.10. В своде предложений:

- графу 4 дополнить словами «Замечание снято. Информация от _____ № ___» по аналогии с таблицей, представленной в настоящем заключении;

- в перечне приложений (в связи с отсутствием протоколов об урегулировании разногласий) пункт 3 изложить в следующей редакции:

«3. Копии информации участников публичных консультаций об обоснованности позиции разработчика и снятии замечаний и (или) предложений».

2.2.11. Отзыв Союза «Сургутская торгово-промышленная палата» представить в табличной форме (по аналогии с отзывами, размещенными на официальном портале Администрации города).

2.2.12. Из приложенных к своду предложений документов, исключить излишние не предусмотренные пунктом 11 раздела III приложения 1 к постановлению Главы города от 05.09.2017 № 137 «Об утверждении порядка проведения оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов, типовой формы соглашения о взаимодействии при проведении оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов, оценки фактического воздействия и экспертизы муниципальных нормативных правовых актов».

2.3. Обоснование решения проблемы предложенным способом регулирования достаточно.

3. В проекте выявлены положения, вводящие избыточные обязанности, запреты и ограничения для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности или способствующие их введению, а также положения, способствующие возникновению необоснованных расходов субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности и местного бюджета.

3.1. Частями 3, 4 решения Думы города от 29.09.2006 № 74-IV ДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута» установлено:

«3. Считать утратившим силу решение городской Думы от 26.10.2005 № 507-III ГД «О Правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута», за исключением приложения 2 к Правилам.

4. Настоящее решение вступает в силу с момента официального опубликования, за исключением приложения 2 к Правилам.».

Ранее приложением 2 к Правилам являлась Методика расчета, которая в настоящее время утверждена приложением 1 к Правилам.

Поскольку проектом решения предлагается дополнить Правила распространения наружной рекламы на территории города Сургута приложением 2 «Типовые рекламные конструкции» в целях исключения разночтений из пунктов 3, 4 следует исключить слова «, за исключением приложения 2 к Правилам».

Неоднозначная трактовка положений является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

В правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута (далее – Правила):

3.2. В части 3 статьи 1 Правил слова «Уставом муниципального образования городской округ город Сургут Ханты-Мансийского автономного округа – Югры» следует изложить в редакции «Уставом муниципального образования городской

округ Сургут Ханты-Мансийского автономного округа – Югры» для приведения в соответствие с изменениями в Устав города.

Несоответствие действующему законодательству является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.3. Часть 2 статьи 3 Правил дополнена подпунктом 8:

«8) уникальная конструкция – рекламно-информационная или рекламно-имиджевая конструкция, не попадающие под классификацию настоящих правил, которые изготавливаются по индивидуальному проекту, утвержденному департаментом архитектуры и градостроительства Администрации города. Допустимое размещение - размещаемая внутри транспортных развязок, на территориях общественного назначения или территориях, находящихся в частной собственности».

Из представленной редакции не представляется возможным определить порядок утверждения индивидуального проекта, ссылка на какой-либо действующий правовой акт также не установлена.

Непрозрачность административных процедур является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.4. В абзаце первом части 3 статьи 3 Правил исключены слова «, элементах благоустройства».

При этом, аналогичные изменения не внесены в подпункт 2 части 1 статьи 3, в пункт 2 таблицы 2 Правил.

Взаимное несоответствие положений является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.5. В пункте 3 части 3 статьи 3 Правил после слов «рекламы (социальной рекламы)» дополнены слова «, но не более 1500 кв.м.».

Слова «рекламы (социальной рекламы)» встречаются в типе рекламной конструкции «медиафасад» трижды.

В таблице поправок к пояснительной записке к проекту указанное изменение дополнено 1 раз. Следовательно, пункт 3 части 3 статьи 3 Правил необходимо изложить в новой редакции.

Неоднозначная трактовка положений является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.6. Часть 3 статьи 3 Правил следует дополнить типом рекламной конструкции, позволяющим размещать рекламные конструкции на сооружениях, находящихся в частной собственности, не ограничивая способы доведения информации до потребителей (технологии демонстрации рекламы) для недопущения возникновения судебных разбирательств по аналогии с решением Арбитражного суда Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 23.11.2018 по делу № А75-9841/2018 по заявлению ООО «АС-Медиа».

Возможна замена исключаемого типа «стела» (пункт 2 части 3 статьи 3 Правил) на указанное дополнение (для сохранения структурных единиц Правил и представленного проекта решения).

Отсутствие соответствующих положений является необоснованным ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.7. Часть 5 статьи 3 Правил дополнена словами «Изображения рекламных конструкций типов допустимых к установке на территории города Сургута, указанных в частях 2, 3 настоящей статьи, приведены в приложении 2 к настоящим Правилам и являются условными».

При этом в проекте решения отсутствует прямая ссылка, содержащая точное наименование приложения 2 к Правилам.

Непрозрачность административных процедур является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.8. В абзацах первом и втором части 7 статьи 3 Правил после слов «федеральным законом» исключены слова «, а также конструкции в виде ценовых табло автозаправочных станций».

Предлагаем:

- из предлагаемой формулировки исключить слова «абзацах первом и втором», поскольку в части 7 статьи 3 Правил всего 2 абзаца;

- по возможности пересмотреть предлагаемое исключение из не относящихся к объектам наружной рекламы конструкций ценовых табло автозаправочных станций при условии, если указанные объекты не содержат сведений рекламного характера.

Вносимые изменения повлекут необходимость получения разрешений на установку ценовых табло автозаправочных станций. До получения указанных разрешений, владельцам автозаправочных станций необходимо будет демонтировать имеющиеся ценовые табло. При этом, при анализе судебной практики, выявлено, что она не является однозначной (ценовые табло признаются либо не признаются рекламными конструкциями).

Следует отметить, что вносимые изменения могут повлечь недовольство жителей города в связи с отсутствием визуальной информации на заправках города.

Непрозрачность административных процедур является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.9. Часть 1 статьи 4 Правил дополнена пунктом 6:

«6) размещать отдельно стоящие рекламные конструкции на земельных участках по отношению друг к другу с нарушением минимально допустимых расстояний, установленных для каждого типа рекламных конструкций и указанных в приложении 3 к настоящим Правилам, за исключением рекламных (рекламно-информационных) конструкций, размещение которых осуществляется на территории в частной собственности и определено брэндбуком правообладателя земельного участка по согласованию с департаментом архитектуры и градостроительства Администрации города;».

3.9.1. В проекте решения отсутствует прямая ссылка, содержащая точное наименование приложения 3 к Правилам.

Взаимное несоответствие положений является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.9.2. Из представленной редакции не представляется возможным определить порядок согласования брэндбука правообладателя земельного участка, ссылка на какой-либо действующий правовой акт также не установлена.

Непрозрачность административных процедур является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.10. Статья 6 Правил дополнена частями 5, 5.1:

«5. Решение об отказе в выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции принимается в случае отсутствия полученного в установленном порядке согласия собственников помещений в многоквартирном доме на использование общедолевого имущества собственников многоквартирного жилого дома, оформленного в порядке, определенном частью 1 статьи 46 Жилищного кодекса Российской Федерации рекламной конструкции к общему имуществу собственников этих помещений.

5.1. В случае если разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции было выдано в отсутствие указанного согласия, это разрешение подлежит аннулированию на основании предписания антимонопольного органа».

Полный перечень оснований для отказа в выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций установлен частью 15 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Представленные изменения, являются выдержкой из полного перечня (с неполным соответствием действующему законодательству).

При этом, Правилами не регулируется порядок выдачи разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, следовательно, указанные нормы должны отражаться в постановлении Администрации города от 01.10.2019 № 7282 «Об утверждении административного регламента предоставления муниципальной услуги «Выдача разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на соответствующей территории, аннулирование такого разрешения».

Следовательно, указанное основание для отказа необходимо исключить из предлагаемого проекта решения.

Непрозрачность административных процедур является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

В Методике расчета платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, которые находятся в муниципальной собственности или государственная собственность на которые не разграничена, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение или оперативное управление (далее – Методика расчета):

В части изменений в таблицу 2 к Методике расчета:

3.11. Слова «таблицу 2 приложения 1 к решению изложить в следующей редакции:» следует заменить словами «таблицу 2 приложения 1 к Правилам распространения наружной рекламы на территории города Сургута изложить в следующей редакции:», поскольку таблица 2 установлена Методикой расчёта (Приложение 1 к Правилам), а приложение 1 к решению не существует.

Взаимное несоответствие положений является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.12. В строке 1.1 таблицы 2 следует исключить слова «афишный стенд (размер информационного поля 1,8 м x 1,75 м)» в связи с заменой данного типа на «рекламно-информационный стенд».

Взаимное несоответствие положений является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.13. Следует исключить строку 2.2 в таблице 2 поскольку тип рекламной конструкции «стела», исключен из части 3 статьи 3 Правил.

Взаимное несоответствие положений является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.14. Дополнить таблицу 2 типом рекламной конструкции, позволяющим размещать рекламные конструкции на сооружениях, находящихся в частной собственности (с учетом замечания, изложенного в пункте 3.6 заключения).

Возможна замена исключаемого типа «стела» (строка 2.2 таблицы 2) на указанное дополнение (для сохранения структурных единиц таблицы 2 и представленного проекта решения).

Отсутствие соответствующих положений является необоснованным ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.15. Проектом решения предлагается утвердить приложения 2, 3.

Слова «дополнить решение приложениями 2, 3 в соответствии с приложениями к настоящему решению» следует изложить в редакции «Правила распространения наружной рекламы на территории города Сургута дополнить приложениями 2, 3 в соответствии с приложениями 1, 2 к настоящему решению», поскольку приложения 2, 3 являются приложениями к Правилам, а не отдельными приложениями к решению.

Соответственно, приложения 2, 3 к Правилам следует оформить как приложения 1, 2 к проекту решения.

Взаимное несоответствие положений является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.16. Проектом решения предусмотрен срок вступления в силу – 01 марта 2023г.

В соответствии с частью 1 статьи 3 Федерального закона от 31.07.2020 № 247-ФЗ «Об обязательных требованиях в Российской Федерации», положения нормативных правовых актов, устанавливающих обязательные требования, должны вступать в силу либо с 1 марта, либо с 1 сентября соответствующего года, но не ранее чем по истечении девяноста дней после дня официального опубликования соответствующего нормативного правового акта, если иное не установлено федеральным законом, Указом Президента Российской Федерации или международным договором Российской Федерации, предусматривающими установление обязательных требований.

Исходя из сроков на доработку проекта решения, повторного согласования правовым управлением Администрации города, уполномоченным органом с учетом сроков на подготовку повторного заключения об ОРВ, сроков согласования заместителем Главы города, курирующим соответствующую сферу общественных отношений, а также заместителем Главы города, курирующим правовое управление (согласно пункту 4 статьи 14 Главы 5 Регламента Администрации города, утвержденного распоряжением Администрации города от 30.12.2005 № 3686), представленный проект решения не может быть утвержден и официально опубликован до конца декабря 2022 года.

Следовательно, срок вступления в силу предлагаемого проекта решения не может быть ранее 01.09.2023.

Несоответствие федеральному законодательству является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

Обращаем внимание, что в листе согласования не предусмотрен заместитель Главы города, курирующий сферу архитектуры и градостроительства (В.А. Шаров).

3.17. Для приведения в соответствие с наименованием разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, в целях исключения разночтений, пункт 3 проекта решения следует изложить в следующей редакции:

«3. Установка и эксплуатация рекламных конструкций, типы и виды которых не предусмотрены Правилами распространения наружной рекламы на территории города Сургута в редакции настоящего решения, размещенных на основании выданных в установленном порядке до вступления в силу настоящего решения разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, срок действия которых не истёк, допускается до истечения срока действия соответствующих разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, при отсутствии иных предусмотренных действующим законодательством оснований для признания их недействительными и (или) аннулирования».

Взаимное несоответствие положений является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

В приложении 2 к Правилам распространения наружной рекламы на территории города Сургута (далее – приложение 2 к Правилам):

3.18. Приложение 2 к правилам содержит не только визуальные изображения рекламных конструкций по соответствующим типам и видам, но и характеристики, и их описание, которые частично не предусмотрены, либо не соответствуют частям 2, 3 статьи 3 Правил.

Взаимное несоответствие положений является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.19. Приложение 2 к Правилам содержит требования к рекламным конструкциям по соответствующим типам и видам.

Например: запрет установки сити-формата на тротуарах шириной менее 2 м; требования, определяющие расстояния размещения сити-формата от светофоров, дорожных знаков, остановочных павильонов, стволов деревьев, обочин, пешеходных переходов, других конструкций маленького формата, перекрестков.

Указанные требования не содержатся в статье 4 Правил, ссылка на необходимость соблюдения установленных в приложении 2 к Правилам требований в статье 4 Правил также не предусмотрена.

В случае, если устанавливаемые требования (по аналогии с изображениями) являются условными, то соответствующая информация также должна отразиться в статье 4 Правил в целях исключения разночтений.

Взаимное несоответствие положений является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.20. Приложение 2 к Правилам содержит по соответствующим типам и видам рекламных конструкций способы демонстрации рекламы: статичное

информационное поле; скроллерное информационное поле; призмадинамическое информационное поле, электронное информационное поле.

3.20.1. Понятие «способы демонстрации экрана», а также установленные виды информационных полей «статичное информационное поле», «скроллерное информационное поле», «призмадинамическое информационное поле», «электронное информационное поле» не соответствуют части 6 статьи 3 Правил.

Взаимное несоответствие положений является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.20.2. Для отдельных типов и видов рекламных конструкций предусмотрены не все возможные способы демонстрации рекламы.

Например: для рекламно-информационного стенда предусмотрено только статичное поле; в составе остановочного пункта также предусмотрено только статичное информационное поле; для афишной тумбы предусмотрено статичное информационное поле и скроллерное информационное поле и т. д.

Аналогичная информация подтверждена в сводном отчете об ОРВ при анализе альтернативного варианта правового регулирования.

При этом, частью 6 статьи 3 Правил установлено, что распространение рекламы (социальной рекламы) на всех типах рекламных конструкций может осуществляться следующими технологическими способами доведения информации до потребителей (далее – технологии демонстрации рекламы):

1) с помощью неподвижных полиграфических материалов (бумага, винил и аналогичные);

2) с помощью демонстрации рекламных изображений на динамических системах смены изображений (роллерных системах или системах поворотных плоскостей);

3) с помощью систем электронной демонстрации и смены рекламных изображений.

Следовательно, установленной редакцией Правил способы демонстрации рекламы не ограничены.

Для обеспечения учета замечаний участников публичных консультаций, предлагаем предусмотреть максимально возможные способы и технологии демонстрации рекламы, за исключением нецелесообразных при эксплуатации, с отражением соответствующих изменений в части 6 статьи 3 Правил и в приложении 2 к правилам (при необходимости).

Взаимное несоответствие положений является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.21. Приложение 2 к Правилам для сити-борда, билборда, суперборда, суперсайта разрешена установка Г-образной конструкции с информационным полем расположенным с одной стороны от центральной вертикальной стороны опоры. Т-образной конструкции с информационным полем, расположенным с обеих сторон от центральной оси опоры. Опора прямоугольного сечения.

Указанные виды рекламных конструкций не соответствуют части 2 статьи 3 Правил.

Взаимное несоответствие положений является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.22. На изображении медиафасада предусмотрен дополнительный тип – электронный экран.

Указанные тип рекламной конструкций не содержится в части 3 статьи 3 Правил.

Взаимное несоответствие положений является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.23. На изображении крышной конструкции предусмотрена рекомендуемая высота крышной конструкции.

Пунктом 2 части 2 статьи 4 Правил установлены иные требования к высоте крышной рекламной конструкции.

Взаимное несоответствие положений является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

В Минимальных расстояниях между рекламными конструкциями разных типов и видов (далее – приложение 3 к Правилам):

3.24. Абзацем 4 приложения 3 к Правилам установлено:

«Согласование вышеупомянутых случаев размещения рекламных конструкций осуществляется на основании решения комиссии, утверждаемой муниципальным правовым актом, в состав которой должны входить органы архитектуры, городского хозяйства, дорожно-транспортного регулирования, городских ресурсоснабжающих организаций, контрольного управления».

3.24.1. Согласно части 10 статьи 33 Главы III Устав муниципального образования городской округ Сургут Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, в качестве коллегиальных органов при Главе города по вопросам его компетенции могут создаваться общественные, межведомственные, координационные, консультативные, экспертные и иные советы, комиссии, коллегии. Полномочия и порядок деятельности указанных коллегиальных органов определяются положениями о них.

Следовательно, комиссия не может утверждаться муниципальным правовым актом.

Предлагаем слова «на основании решения комиссии, утверждаемой муниципальным правовым актом», заменить словами «на основании решения комиссии, действующей на основании положения, утвержденного муниципальным правовым актом».

Несоответствие действующему законодательству является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

3.24.2. В состав коллегиального органа не могут входить «органы архитектуры, городского хозяйства, дорожно-транспортного регулирования, городских ресурсоснабжающих организаций, контрольного управления».

Неоднозначная трактовка положений является ограничением для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности.

Предлагается:

- 1) Выполнить процедуру, изложенную в пункте 1.2 заключения.

2) Доработать сводный отчет об ОРВ с учетом замечаний, изложенных в пункте 2.2 заключения.

3) Доработать текст проекта решения Думы города с учетом замечаний, изложенных в пункте 3 заключения.

Начальник управления

Подписано электронной подписью
Сертификат:
00B6FED75C45C2CBCE7195F96F00149A74
Владелец:
Колунин Дмитрий Владимирович
Действителен: 20.10.2022 с по 13.01.2024

Д.В. Колунин

Исполнитель:
Ворошилова Юлия Павловна,
специалист-эксперт отдела
развития предпринимательства
управления инвестиций, развития
предпринимательства и туризма
Администрации города,
тел: 8 (3462) 52-20-83
09.12.2022