Отчет

о проведении публичных консультаций

|  |
| --- |
| Департамент градостроительного развития и архитектуры |

(наименование структурного подразделения (территориального органа) администрации)

|  |
| --- |
| администрации города Нижнего Новгорода  |

|  |
| --- |
| проект решения городской Думы г. Нижнего Новгорода «О внесении изменения в Правила установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Нижнем Новгороде, принятые решением городской Думы города Нижнего Новгорода от 19.09.2012 №119» |

 (наименование проекта муниципального нормативного правового акта)

1. Срок проведения публичных консультаций:

«05» июля 2017 года – «07» августа 2017 года

2. Проведенные формы публичных консультаций:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование формы публичных консультаций | Сроки проведения | Общее количество участников |
| 1. | Сбор мнений посредством направления предложений и замечаний в электронном виде на адрес: l.churikova @rsg-nn.ru | 05.07.2017-07.08.2017 | 5 |
| 2. | Получение мнений на бумажном носителе, направленных по адресу: 603006, город Нижний Новгород, пл.Свободы, д.1, пом. 21.  | 05.07.2017-07.08.2017 | 0 |

3. Список участников публичных консультаций:

1. Торгово-промышленная палата Нижегородской области

2. АО «Лайса»

3. ООО «Актив»

4. НРО Опора России

5. ООО «Постер М»

4. Свод замечаний и предложений по результатам публичных консультаций:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Замечания и (или) предложения  | Автор замечаний и (или) предложений (участник публичных консультаций)  | Комментарий (позиция) регулирующего органа  |
| 1 | Данное правовое регулирование направлено на ограничение конкуренции в части размещения рекламных конструкций на частных территориях. Данная проблема не является актуальной, поскольку на сегодняшний день Правилами и так установлены жесткие требования к местам установки рекламных конструкций и их внешнему виду, которые ограничили возможность установки рекламных конструкций на частных территориях. Проект создаст дискриминационные условия для субъектов предпринимательской деятельности и собственников земельных участков г.Н.Новгорода. Сокращение конкуренции приведет к росту цены на право на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земучастках общего пользования и автомобильного транспорта, что приведет к необоснованному росту доходов бюджета за счет ограничения конкуренции. | Торгово-промышленная палата Нижегородской области ООО «Актив» НРО Опора РоссииООО «Постер М»АО «Лайса» | Замечание отклонено, т.к. не указано, в чем видится ограничение конкуренции, создание дискриминационных условий для субъектов предпринимательской деятельности, нет конкретных замечаний и предложений и является субъективным предположением.Проектом с целью обеспечения соблюдения конкуренции установлен порядок организации и проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на муниципальном имуществе. Проводимые в соответствии с Правилами торги являются открытыми по составу участников и форме подачи предложений, что направлено на исключение какой-либо дискриминации к субъектам рынка рекламы. |
| 2 | Правовое регулирование направлено на установление запрета на установку рекламных конструкций на частных территориях. Данная проблема не является актуальной. | НРО Опора РоссииООО «Постер М»ООО «Актив» | Замечание отклонено, т.к. в соответствии с ч.4 п.15 ст.19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ 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 поселений или городских округов. Замечание касается несогласия участника публичных консультаций с текстом действующего Федерального закона «О рекламе», предусматривающего право органа местного самоуправления устанавливать требования к рекламным конструкциям с целью соблюдения внешнего архитектурного облика. В соответствии со ст. 55 Конституции РФ федеральным законодательством могут быть предусмотрены ограничения прав и свобод человека и гражданина с целью защиты прав и законных интересов других лиц, в данном случае с целью соблюдения баланса интересов частной и публичной собственности и обеспечения внешнего архитектурного облика. |
| 3 | Необходимость правового регулирования разработчиком необоснованна, не указаны цели и проблемы данного регулирования | Торгово-промышленная палата Нижегородской области НРО Опора РоссииООО «Актив»АО «Лайса»ООО «Постер М» | Замечание отклонено, т.к. в соответствии с ч.4 п.15 ст.19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ 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 поселений или городских округов. Замечание касается несогласия участника публичных консультаций с текстом действующего Федерального закона «О рекламе», предусматривающего право органа местного самоуправления устанавливать требования к рекламным конструкциям с целью соблюдения внешнего архитектурного облика. В соответствии со ст. 55 Конституции РФ федеральным законодательством могут быть предусмотрены ограничения прав и свобод человека и гражданина с целью защиты прав и законных интересов других лиц, в данном случае с целью соблюдения баланса интересов частной и публичной собственности и обеспечения внешнего архитектурного облика. |
| 4 | Данное правовое регулирование приведет к уменьшению числа субъектов на рынке наружной рекламы, поскольку субъекты малого и среднего предпринимательства не имеют достаточных финансовых возможностей для участия в торгах на право установки и эксплуатации рекламных конструкций, субъекты не смогут выбирать самостоятельно поставщика. Субъекты будут вынуждены отказаться от ведения деятельности по рекламе, что может привести к уменьшению числа участников на рынке рекламы или росту числа незаконных рекламных конструкций на территории города. Субъекты предпринимательства будут вынуждены вести свою деятельность на незаконных рекламных конструкциях или менять профиль своей деятельности.  | НРО Опора РоссииООО «Актив» | Замечание отклонено, поскольку не содержит конкретных примеров существенных финансовых издержек субъектов малого и среднего предпринимательства и ущерба интересов участников рынка, является субъективным предположением.  |
| 5 | Орган муниципальной власти не имеет права устанавливать запрет на размещение отдельно стоящих рекламных конструкций на частных земельных участках | НРО Опора РоссииООО «Актив» | Замечание отклонено, т.к. в соответствии с ч.4 п.15 ст.19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ 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 поселений или городских округов. Замечание касается несогласия участника публичных консультаций с текстом действующего Федерального закона «О рекламе».  |
| 6 | Данное правовое регулирование противоречит требованиям действующего законодательства о рекламе, поскольку вводят запрет на установку рекламных конструкций на частных территориях, а также ограничивают конкуренцию, что противоречит Федеральному закону «О защите конкуренции». | НРО Опора РоссииООО «Актив»АО «Лайса» | Замечание отклонено, т.к. не содержит конкретных норм нарушения законодательства о рекламе, отсутствует конкретизация ограничений конкуренции субъектов рынка рекламы. Проект разработан в соответствии с требованиями законодательства о рекламе, с целью обеспечения соблюдения конкуренции - установлен порядок организации и проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций. Проводимые в соответствии с Правилами торги являются открытыми по составу участников и форме подачи предложений, что направлено на исключение какой-либо дискриминации к субъектам рынка рекламы.  |
| 7 | В пояснительной записке разработчик указывает на исключение границы исторических территорий города Нижнего Новгорода в связи с отменой Решения Нижегородского Областного совета народных депутатов от 30.11.1993 № 370-м (с изм. от 26.06.2006) «Об установлении границ исторических территорий г. Нижнего Новгорода». Однако на самом деле Границы исторической территории «Старый Нижний Новгород» (приложение № 1 к Решению Нижегородского Областного совета народных депутатов от 30.11.1993 № 370-м) не исключены из Проекта, а именно в пункте 1.2.1. в Зону 2 входят: по правому берегу р. Оки и р. Волги от Молитовского моста до Слободы Печеры (400 м восточнее Спасо-Преображенской церкви), вверх по откосу на 250 м, далее на северо-запад по склону откоса параллельно береговой линии до Печерского съезда, по Печерскому съезду, ул. Большой Печерской, ул. Сеченова, ул. Тургенева, ул. Белинского, ул. Полтавской, ул. Генкиной, ул. Тимирязева, южной стороне пл. Лядова, далее по Окскому съезду до Молитовского моста, которые и являются Границами исторической территории «Старый Нижний Новгород».Проект устанавливает необоснованные ограничения по установке конкретных видов рекламных конструкций в Зоне 2, предусмотренные Проектом, в части необоснованного включения в данную зону границ исторической территории «Старый Нижний Новгород» | ООО «Постер М» | Замечание отклонено, т.к. согласно требованиям действующего законодательства отменяется наименование исторических территорий «Старый Нижний Новгород», «Старое Канавино». Отсутствуют примеры ограничений по установке конкретных видов рекламных конструкций в Зоне 2 и является субъективным предположением. |
| 8 | Согласно проекту решения подпункт 4.5.2. меняется в полном объеме и предполагается только один абзац, а именно: «4.5.2. Места установки и эксплуатации отдельно стоящих рекламных конструкций и остановочных пунктов общественного транспорта, с конструктивно связанными с ними рекламными конструкциями, подлежащие внесению в схему, должны быть расположены в красных линиях и на земельных участках с разрешенным использованием - земельные участки (территории) общего пользования или автомобильный транспорт, за исключением стел, указателей с рекламными модулями, афишных стендов и скамеек с рекламными модулями». Однако п.4.5.2. в действующей редакции Правил содержит еще три абзаца: «Территориальные требования к размещению рекламной конструкции на территории города Нижнего Новгорода применяются вне зависимости от владельца рекламной конструкции или формы собственности недвижимого имущества, к которому такая конструкция присоединена, находящегося на территории города Нижнего Новгорода.На территории города Нижнего Новгорода разрешается установка рекламных конструкций в соответствии с требованиями, предусмотренными территориальными зонами, с целью сохранения архитектурного облика сложившейся застройки города.Рекламные конструкции, не соответствующие Схеме, территориальным требованиям к размещению рекламных конструкций, установленные до принятия настоящих Правил, а также до изменения дорожной обстановки в том числе дислокации технических средств организации дорожного движения, могут эксплуатироваться до окончания срока действия разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции либо до его аннулирования или признания недействительным по основаниям и в порядке, установленном Федеральным законом "О рекламе".Исключение абзацев два – четыре является намеренным действием или технической ошибкой? |  | Замечание обоснованно, учтено. Изменения вносятся в первый абзац п.4.5.2. Проекта.  |

Директор департамента градостроительного

развития и архитектуры администрации

города Нижнего Новгорода А.Н. Коновницына