Заключение об экспертизе

муниципального нормативного правового акта

1. Общие сведения:

Наименование структурного подразделения администрации:

Департамент градостроительного развития и архитектуры администрации города Нижнего Новгорода.

Реквизиты правового акта:

Решение городской Думы города Нижнего Новгорода от 21.09.2016 № 161 «О внесении изменений в Правила установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Нижнем Новгороде, принятые решением городской Думы города Нижнего Новгорода от 19.09.2012 № 119» (далее – Решение).

Результаты заключения об ОРВ проекта правового акта:

Поступили предложения и замечания в электронном виде от 6 участников публичных консультаций: ООО «Директория» ОП «Жар-Птица», ООО «Директория» ОП «Седьмое небо», Торгово-промышленная палата Нижегородской области, ООО Городская Реклама», ООО «СТРОНГА».

1. Предложения и замечания ООО «Директория» ОП «Жар-Птица»:
   1. «Представленный к обсуждению Проект изменений в действующие Правила установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Нижнем Новгороде, принятые решением городской Думы города Нижнего Новгорода от 19.09.2012 №119 (далее – Правил) содержит ряд условий, которые могут затруднять порядок эксплуатации получения разрешительной документации в отношении таких рекламных конструкций как стелы.

В настоящее время компания ООО «Директория» наделена комплексом прав и обязанностей, в том числе в отношении стелы ТРЦ «Жар-Птица», установленной на территории, прилегающей к ТРЦ «Жар-Птица» (т.е. на территории парковки) технические характеристики которой, в настоящий момент полностью соответствуют требованиям действующих Правил, в том числе пункту 3.2.12 Правил, в котором предусматривается, что стелы устанавливаются на прилегающих к ТРЦ участках – «вне места нахождения юридических лиц исключительно на земельных участках с целевым использованием под размещение и эксплуатацию многофункциональных торгово-развлекательных центров».

Как следует из п. 1.2.17 Проекта вводится понятие коридор безопасности – земельные участки (независимо от категории земель), включающие в себя территорию, прилегающую к проезжим частям дорог в населенных пунктах, на которых в целях обеспечения безопасности дорожного движения запрещается устанавливать рекламные конструкции).

Граница коридора безопасности определяется в соответствии с Приложением №4 к настоящим Правилам.

Согласно Приложению №4 к настоящим Правилам (Г.2) ширина коридора безопасности определяется от края проезжей части до ближайшей к краю проезжей части точки горизонтальной проекции края рекламной конструкции и составляет 0,6 м в населенном пункте.

Опасения участника публичных консультаций: Проекция края рекламной конструкции стела, установленной на территории прилегающей к ТРЦ «Жар-Птица», будет приходиться на границу коридора безопасности, что в свою очередь повлечет нарушение требований, установленных Правилами.

Кроме того, это будет также противоречить п. 1.3.3 Проекта, согласно которому п. 4.2.4. Правил предполагается изложить в следующей редакции:

«Рекламные конструкции не должны быть размещены в границах коридора безопасности, а также: над проезжей частью».

Следует учесть тот факт, что стела расположена на прилегающей территории ТРЦ «Жар-Птица» (т.е. парковки).

Согласно Федеральному закону от 10.12.1995 № 196-ФЗ (ред. от 01.05.2016) «О безопасности дорожного движения» под парковкой понимается: - специально обозначенное и при необходимости обустроенное и оборудованное место, являющееся, в том числе частью автомобильной дороги и (или) примыкающее к проезжей части...

Как следует из постановления Правительства РФ от 23.10.1993 № 1090 (ред. от 21.01.2016) «О Правилах дорожного движения" (вместе с «Основными положениями по допуску транспортных средств к эксплуатации и обязанности должностных лиц по обеспечению безопасности дорожного движения») «...Проезжая часть» - элемент дороги, предназначенный для движения безрельсовых транспортных средств...».

Указанное замечание отклонено, поскольку не содержит точной формулировки возражений – что должно быть изменено в проекте Решения. Кроме того, границы коридора безопасности установлены в Решении в точном соответствии с текстом изменений № 3 ГОСТ Р 52044-2003, утвержденных Приказом Росстандарта от 29.02.2016 № 84-ст, которые подлежат обязательному применению с 01.03.2016 согласно Постановлению Правительства РФ от 29.09.2015 № 1033 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 26 декабря 2014 г. № 1521» вне зависимости от включения аналогичной формулировки в текст Правил.

* 1. «Проектом вводится дополнение в п. 3.2.12 Правил, согласно которому:

«На одной стороне стелы должно быть более одного внешнего информационного поля одинакового размера, размер которого не должен превышать 18 кв.м.

Размер верхнего (замыкающего) информационного поля должен быть не менее площади одного из нижестоящего информационного поля стелы и не более общей площади трех нижестоящих информационных полей».

В настоящее время стела, установленная на территории прилегающей к ТРЦ «Жар-Птица», выполнена в полном соответствии с требованиями действующих Правил, а именно: средняя стела (габаритный размер по высоте 30 м): на одной стороне средней стелы размещается 8 внешних информационных полей следующих размеров: верхнее поле (замыкающее) 13x3 м т.е. 39 кв.м., нижестоящие 7 полей 5x2,5 м т.е. 12,5 кв.м.

При расчете совершенно очевидным является тот факт, что утверждение Проекта приведет к тому, что характеристики действующей стелы заведомо будут не соответствовать требованиям Правил, поскольку площадь верхнего (замыкающего) информационного поля в настоящее время превышает размер общей площади трех нижестоящих информационных полей, 39 кв.м. против 37,5 кв.м., предлагаемого в Проекте.

Вышеуказанные изменения в Правила, указанные в Проекте, не позволят в будущем, по окончании действующих разрешений, получить новое разрешение на право установки и эксплуатации рекламной конструкции «стела», основываясь на существующей проектной документации и фактических размерах конструкции».

Замечание учтено, пункты 1.2.1 и 1.2.2 Проекта изложены в следующей редакции:

«1.2.1. абзацы 6-9 изложить в следующей редакции:

«Допускаются к установке стелы следующих типов:

большая стела (габаритный размер по высоте не более 46 м);

средняя стела (габаритный размер по высоте не более 30 м);

малая стела (габаритный размер по высоте не более 15 м).»

1.2.2. дополнить абзацами следующего содержания:

«На одной стороне стелы должно быть более одного внешнего информационного поля одинакового размера, размер которого не должен превышать 18 кв.м.

Размер верхнего (замыкающего) информационного поля стелы должен быть не менее площади одного нижестоящего информационного поля стелы и не более общей площади пяти нижестоящих информационных полей».

1. Предложения и замечания ООО «Директория» ОП «Седьмое небо»:
   1. «При прочтении абзаца 2 п. 1.2.2 Проекта изменений не однозначно можно определить количество верхних (замыкающих) информационных полей.

Предлагается: абзац 2 п. 1.2.2 Проекта изменений изложить в следующей редакции: «На каждой стороне стелы размер верхнего (замыкающего) информационного поля стелы должен быть не менее площади одного нижестоящего информационного поля стелы и не более общей площади трех нижестоящих информационных полей».

Замечание отклонено, т.к. замыкающее информационное поле одно, в связи, с чем уточнение и не включено.

* 1. «Проектом включается пп. 1.2.18, 1.2.19 Правил согласно которым:

«1.2.18. Конструкция Г-образного типа – отдельно стоящая рекламная конструкция, имеющая информационное поле (поля), расположенное с одной стороны от центральной вертикальной оси ее опоры.

1.2.19. Конструкция Т-образного типа – отдельно стоящая рекламная конструкция, имеющая информационное поле (поля), расположенное с обеих сторон от центральной вертикальной оси ее опоры».

Опасения участника публичных консультаций: пп. 1.2.18, 1.2.19 Проекта противоречат абз. 5 п. 3.2.12 Правил, в котором указано, что количество сторон стелы не может быть менее двух и более трех.

Замечание отклонено, т.к. п. Г.5.1. приложения № 4 к Правилам (приложение к Проекту) предусмотрены требования к установке «для всех рекламных конструкций кроме конструкций Т-образного или Г-образного типа с информационным полем, расположенным между опорой и проезжей частью».

1. Предложения и замечания ООО «Городская реклама»:
   1. «Требования к стелам в действующей в настоящее время редакции Правил изложены более конкретно и однозначно, чем те изменения, которые вносятся. Кроме того, изменения требований к стелам вносится только в текст Правил, но не изменяют текст приложения № 1 к Правилам, что внесет противоречие в документ».

Замечание учтено, Проект дополнен приложением № 2 и пунктом 1.4. следующего содержания: «Подпункт 3.1.12 приложения № 1 к Правилам изложить в редакции в соответствии с приложением № 2 к настоящему Решению».

* 1. «Данное правовое регулирование направлено, прежде всего, на удовлетворение интересов владельцев многофункциональных торгово-развлекательных центров, поскольку согласно правил стелы - отдельно стоящие рекламные конструкции крупного формата, имеющие внешние поверхности, предназначенные для размещения рекламы, используемые для индивидуализации юридических лиц, товаров, работ и услуг, устанавливаемые вне места нахождения юридических лиц исключительно на земельных участках с целевым использованием под размещение и эксплуатацию многофункциональных торгово-развлекательных центров. Следовательно, стелы могут устанавливаться только около ТРЦ и размещать информацию арендаторов этих торговых центров. Не так давно в правила уже были внесены изменения в части установки стел, а именно: на данные конструкции теперь не распространяется требование соответствовать Т-зоне, в то время как другие отдельно стоящие рекламные конструкции должны соответствовать этому требованию.

Правовое регулирование в части других изменений направлено на всех владельцев рекламных конструкций, которые осуществляют установки и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города».

Замечание отклонено. Данное замечание основано уже на действующей редакции Правил в той части, которая не затронута Проектом, не содержит конкретных предложений по тексту Проекта.

Относительно ужесточения требований, очевидно, речь идет об изменениях, основанных на тексте изменений № 3 ГОСТ Р 52044-2003, обязанность соблюдать которые существует вне зависимости от включения аналогичных формулировок в Правила.

* 1. «Территориальные требования к местам установки и эксплуатации рекламных конструкций полностью соответствуют требованиям ГОСТ, а также вводят дополнительные требования, которые в настоящее время ГОСТом не урегулированы, но существовали в прежней редакции ГОСТ, а именно: требования к расстоянию между рекламными конструкциями. Однако, как в ранее действующей редакции ГОСТ, так и в изменениях, вносимых в правила, не определено, какое расстояние должно быть между конструкциями разных форматов (например, щит 6х3 и суперсайт 15х5), а также не понятно должно ли соблюдаться указанное в правилах расстояние между конструкциями, если конструкции стоять параллельно дороги.

Неоднозначность в определении расстояния между РК может привести к судебным спорам в части оспаривания решения об отказе в выдаче разрешения и необходимости разрешения спорных ситуаций с сотрудниками ГИБДД».

Указанное замечание отклонено, т.к. касается текста Правил не изменяемого настоящим Проектом, в соответствующем пункте изменяется только нумерация. Данное замечание не относится к предмету публичных консультаций.

При этом стоит отметить, что участник публичных консультаций недостаточно осведомлен в правовом регулировании порядка выдачи разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций. Согласно п. 6.2.2 действующих Правил разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций выдаются на основании соответствия заявляемой рекламной конструкции требованиям настоящих Правил и Схеме.

Тем самым, указанная выше норма действующих Правил (п. 4.2.4.11 действующих Правил) устанавливает требования к соблюдению предельно допустимых расстояний от заявляемой к установке рекламной конструкции до уже установленных в соответствии с ранее выданными разрешениями конструкций. В связи с чем для определения расстояния берется площадь информационного поля рекламной конструкции, на которую испрашивается разрешение, т.к. уже установленная рекламная конструкция проверена на соответствие требованиям Правил при выдаче разрешения на ее установку и эксплуатацию.

Кроме того, даже при параллельном размещении отдельно стоящих конструкций такие конструкции будут находиться на одной стороне дороги и расстояние между ними должно быть с учетом изложенного выше требования.

* 1. «Изменения требований к стелам дадут возможность их владельцами самостоятельно выбирать внешний вид стел с учетом предусмотренных правилами ограничений. При этом, необходимо отметить, что владельцы конструкций иных форматов должны в точном соответствии следовать требованиям правил в части внешнего вида и иных характеристик рекламных конструкций, например, владельцы конструкций формата 6х3 м должны устанавливать конструкции только в соответствии с приложением №1.

Данное правовое регулирование является дискриминационным по отношению ко всем владельцам рекламных конструкций, поскольку создает более выгодные условия работы для владельцев стел».

Замечание отклонено, поскольку стела относится к уникальным (нестандартным) рекламным конструкциям, выполненным по индивидуальным проектам в соответствии с подп. 3.2.12. действующих Правил.

1. Предложения и замечания ООО «СТРОНГА»:
   1. «Проектом изменений в Правила не отражено, какое подразделение/ учреждение/ орган наделено полномочиями и ответственностью за реализацию административных процедур, в частности, в части требований ГОСТ (ГИБДД по закону «О полиции» не является карающим/ согласующим/ разъясняющим органом на предмет соответствия наружной рекламы требованиям ГОСТ), а требования к порядку размещения рекламных конструкций и территориальным требованиям к местам их установки, включая требования ГОСТа, не содержат процессуальный регламент, сложны к пониманию/трактовке, неоднозначны и невозможны к применению владельцами рекламных конструкций без специального заключения компетентного органа (требует дополнительного согласования с вытекающими бюрократическими и финансовыми последствиями)».

Замечание отклонено, т.к. не относится к предмету публичных консультаций. Проектом устанавливаются новые, более точные требования к критериям соблюдения внешнего архитектурного облика, в том числе в части требований к территориальному размещению рекламных конструкций, которые дополняются условиями, основанными на изменениях № 3 ГОСТ Р 52044-2003.

Проектом не предусмотрено регулирование вопроса проверки мест установки рекламных конструкций на соответствие требованиям ГОСТ уполномоченным в области безопасности движения транспорта органом. Поднятый участником публичных консультаций вопрос регулируется иными нормативными правовыми актами.

* 1. «Требования к типам и видам рекламных конструкций, а также к их территориальному допустимому размещению все также имеют субъективный оценочных характер».

Замечание отклонено, т.к. не относится к предмету публичных консультаций и не содержит конкретных замечаний или предложений.

* 1. «1) В данном правовом регулировании содержаться положения, которые необоснованно затрудняют ведение предпринимательской и инвестиционной деятельности:

- целевое значение правового вмешательства, направленное на упорядочение и урегулирование наружной рекламы в городе, входит в противоречие с правоприменительством субъектами предпринимательства в области рекламы ввиду образования дополнительных запретов и барьеров (к примеру: увеличение расстояния между рекламными конструкциями согласно ГОСТ не имеет объективных и веских оснований под собой, при этом, значительно сокращает количество потенциальных рекламных мест в городе);

- для того, чтобы соблюсти все дорожные требования ГОСТ при установке рекламной конструкции владельцам рекламных конструкций не понятно к кому обращаться за специальным заключением, ибо сам определить соответствие требованиям он не в состоянии, а это повлечет: увеличение сроков выдачи разрешения, зависимость решения о выдаче разрешения от заключения неизвестного органа и финансовым затратам на данное согласование;

- органом местного самоуправления устанавливаются требования к порядку размещения рекламных конструкций, их типам и видам, допустимых к установке, однако, законодатель не определяет и не аргументирует критерии и причины установления подобных требований, что приведет к возможному избирательному применения норм (решения ОМС будут прикрываться и оправдываться в каждом конкретном случае в судах какими-то внезапно появившимися заключениями сторонних организаций) и к субъективному принятию решений о выдаче, в конечном итоге, разрешений на установку рекламных конструкций;

- любые необоснованные запреты, а также наличие только одних запретов, ведут к коррупции или к нарушению закона, и если решение о соответствии заявленной к размещению рекламной конструкции установленным требованиям зависит от заключения организации/учреждения, то это означает лишь то, что закон/норма – не прозрачна и не применима в абсолюте к неопределенному кругу лиц/каждому в отдельности, а значит, имеет коррупционные признаки. Правоприменитель должен открыть закон и знать – получит он законную возможность разместить наружную рекламу в городе или нет, а не бегать по судам и не оспаривать решения ОМС;

2) следует отметить, что основываясь на изменениях в ГОСТ, правовое вмешательство отражает и интересы субъектов предпринимательства: законодатель разрешил размещение рекламных конструкций на конструктивно выделенных бортовым камнем или защитными ограждениями разделительных полосах, в том числе на газонах, разделяющих транспортные потоки, и центральных частях перекрестков с круговым движением, за пределами границ коридора безопасности; - данные положения, несомненно, дают рекламораспространителю бóльшие права, свободы и возможности к освоению территориального рекламного пространства. Однако, на практике, образуется смысловое противоречие (законодательная коллизия): возможность установки наружной рекламы на разделительных полосах/газонах и т.д. ограничена территориальными зонами Правил».

Замечание отклонено, поскольку не содержит конкретных предложений по тексту Проекта. Кроме того, замечания касаются несогласия участника публичных консультаций с текстом изменений № 3 ГОСТ Р 52044-2003, обязательным к применению с 01.03.2016, что не относится к предмету публичных консультаций, т.к. введение в действие указанного стандарта вне полномочий органа местного самоуправления.

Вместе с тем, Проект предусматривает изменения в Правила, которые излагают в новой редакции ряд требований к территориальному размещению рекламных конструкций. Данные требования по решению регулирующего органа приняты равными тем положениям, которые отражены в тексте изменений № 3 ГОСТ Р 52044-2003, с целью обеспечения архитектурного облика сложившейся застройки города и с учетом влияния на эстетическое единство компонентов внешней городской среды.

Определение соответствующих критериев соблюдения архитектурного облика относится к исключительной компетенции органа местного самоуправления в силу п. 4 ч. 15 ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и сложившейся судебной практики.

В части контроля соблюдения ГОСТ Р замечание также отклонено, поскольку не относится к предмету публичных консультаций и являются субъективным суждением участника публичных консультаций по причине его несогласия соблюдать нормы права, установленные на федеральном уровне.

Необходимость соблюдения требований по безопасности движения транспорта, в т.ч ГОСТ Р 52044-2003, существовала по законодательству и ранее до момента разработки регулирующим органом Проекта. В тексте действующих Правил уже имеются условия, аналогичные требованиям, предусмотренным в ГОСТ Р 52044-2003, данные условия Проектом перерабатываются с учетом внесенных изменений в ГОСТ.

* 1. «Во избежание судебных разбирательств и двойных толкований положений Правил, любые ограничения и запреты к размещению наружной рекламы надлежит аргументировать (объяснять), в действиях ОМС необходимо искоренить субъективный (оценочный) признак принятия решения о выдаче разрешения; проработать и подвергнуть изменениям территориальные зоны Правил в части допустимости к размещению больших форматов рекламных конструкций на газонах/разделительных полосах и т.д. согласно изменениям в ГОСТ».

Замечание отклонено, т.к. не относится к предмету публичных консультаций и не содержит конкретных замечаний или предложений относительно текста Проекта.

1. Предложения и замечания ТПП «Нижегородской области»:
   1. «Введение порядка определения границ коридора безопасности может привести к подпаданию рекламных конструкций под запрет на их размещение, и, следовательно, и их демонтажу».

Замечание отклонено, поскольку понятие границ коридора безопасности и порядок их определения являются обязательными к применению на всей территории Российской Федерации с 01.03.2016 согласно изменениям № 3 ГОСТ Р 52044-2003, утвержденным Приказом Росстандарта от 29.02.2016 № 84-ст, и Постановлению Правительства РФ от 29.09.2015 № 1033 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 26 декабря 2014 г. № 1521».

Кроме того, в соответствии с ч. 17 ст. 19 Федерального закона «О рекламе» разрешение является действующим до истечения указанного в нем срока действия либо до его аннулирования или признания недействительным.

Следовательно, разрешения, выданные до вступления в силу указанных в Проекте изменений, продолжают действовать до истечения, установленного в них срока.

* 1. «Нумерация приложения № 4 не соответствует правилам юридической техники. Необходимо исключить перед номером пункта документа букву «Г.».

Замечание учтено, буква «Г.» исключена из текста приложения №4.

1. Анализ правового акта:

Решение разработано в целях совершенствования правового регулирования размещения рекламных конструкций в виде стел на территории города Нижнего Новгорода и приведения Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Нижнем Новгороде, принятых решением городской Думы города Нижнего Новгорода от 19.09.2012 № 119» (далее – Правила) в соответствие с изменениями № 3 ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения» (далее – ГОСТ).

Решением внесены следующие изменения.

В перечень нормативных правовых актов, на основании которых разрабатывались Правила, включен Закон Нижегородской области от 02 февраля 2016 г №14-З «Об объектах культурного наследия (памятника истории и культуры) народов Российской Федерации, расположенных на территории Нижегородской области.

Уточнено понятие критериев соответствия рекламных конструкций и мест их установки внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города. В качестве критериев устанавливаются: соблюдение типов и видов допустимых к установке рекламных конструкций, соблюдение общих и специальных требований к рекламным конструкциям и соблюдение требований к порядку размещения рекламных конструкций с учетом деления территории города на зоны.

Данное изменение обусловлено приведением критериев в соответствие с разделом 4 Правил, который данные критерии содержит, и разработан на основании п. 4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе», предусматривающего право органа местного самоуправления 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.

Соответствующие требования к рекламным конструкциям определены в разделе 4 Правил с разбивкой на виды требований.

Вместе тем, общее понятие критериев соответствия внешнему архитектурному облику, предусмотренное пунктом 1.2.9 действующей редакции Правил, не отражает полного перечня требований к рекламным конструкциям и местам их установки, определенным с целью сохранения внешнего архитектурного облика.

С целью приведения требований Правил в соответствие с ГОСТом в Правила введены: понятие коридора безопасности, конструкций Г-образного типа и Т-образного типа; Правила дополняются приложением, в соответствии с которым определяются границы коридора безопасности; уточняется в соответствие с ГОСТом требование о том, что рекламные конструкции не должны ограничивать видимость технических средств организации дорожного движения и мешать восприятию водителем дорожной обстановки или эксплуатации транспортного средства; исключаются ограничения, предусмотренные пунктами 4.2.4.1-4.2.4.11 Правил, в связи с установлением границ коридора безопасности в соответствии с ГОСТом; устанавливаются дополнительные требования по допустимому расстоянию между дорожным знаком (светофором) и установкой рекламной конструкции с площадью информационного поля менее 4,5 кв.м., по размещению рекламных конструкций на разделительных полосах дорожного движения и центральных частях перекрестков с круговым движением.

Изменены требования к стелам в части количества внешних информационных полей и размеров. Необходимость данных изменений подтверждена практикой применения действующих требований к стелам. В частности:

отменяются ограничения по максимальному количеству внешних информационных полей, но при этом сохраняются габаритные размеры по высоте стелы.

вносятся изменения по ограничениям в размерах самих информационных полей, тем самым предоставляя владельцам рекламных конструкций более широкие возможности для устройства внешних информационных полей стел.

Приведено в соответствие с содержанием название четвертого раздела Правил по требованиям к порядку размещения рекламных конструкций и территориальным требованиям к местам их установки и эксплуатации.

В результате опросов общественных и иных организаций, ассоциаций и союзов, Региональным объединением работодателей «Нижегородская ассоциация промышленников и предпринимателей» выражено мнение об отсутствии признаков и критериев, необоснованно затрудняющих осуществление предпринимательской и инвестиционной деятельности в городе Нижнем Новгороде в результате принятия городской Думой города Нижнего Новгорода рассматриваемого Решения.

3. Выводы:

Решение принято обоснованно и не противоречит действующему законодательству, цель правового регулирования достигнута.

Необходимость пересмотра, внесения изменений, отмены решения городской Думы города Нижнего Новгорода от 21.09.2016 №161 «О внесении изменений в Правила установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Нижнем Новгороде, принятые решением городской Думы г. Н. Новгорода от 19.09.2012 №119» в части принятых изменений отсутствует.

4. Информация об исполнителе:

Заместитель директора департамента – Корнилов Александр Алексеевич, телефон: 439-04-87, a.kornilov.admgornn@mail.ru.

Директор департамента градостроительного

развития и архитектуры администрации

города Нижнего Новгорода А. Н. Коновницына