

Отчет
о проведении публичных консультаций

Департамент градостроительного развития и архитектуры администрации города
Нижнего Новгорода

(наименование структурного подразделения (территориального органа) администрации)

проект решения городской Думы города Нижнего Новгорода «О внесении изменений в Приложение № 5 к Правилам установки и эксплуатации рекламных конструкций в муниципальном образовании городской округ город Нижний Новгород, принятые решением городской Думы города Нижнего Новгорода от 19.09.2012 № 119»

(наименование проекта муниципального нормативного правового акта)

1. Срок проведения публичных консультаций:

«23» июня 2023 года – «24» июля 2023 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: samokhvalova@rsg-nn.ru	23.06.2023-24.07.2023	9
2.	Получение мнений на бумажном носителе, направленных по адресу: пл. Свободы, д.1/37, помещение 21, Нижний Новгород, 603006	23.06.2023-24.07.2023	0

3. Список участников публичных консультаций:

1. ООО «РА «РЕКА»
2. ООО «РА МОСТ»
3. ООО «Прайм»
4. ООО «РА «Рекстар»
5. Рекламная группа «АРТ-Радио»
6. ООО «Интроник»
7. ООО «ПОРТ-МЕДИА»
8. Торгово-промышленная палата Нижегородской области
9. ООО «МОСС КОМЬЮНИКЕЙШНЗ»

4. Свод замечаний и предложений по результатам публичных консультаций:

№ п/п	Замечания и (или) предложения	Автор замечаний и (или) предложений	Комментарий (позиция) регулирующего органа
-------	-------------------------------	-------------------------------------	--

		(участник публичных консультаций)	
1	<p>Участник полагает, что проблема, разрешаемая проектом решения, не актуальна: в городе существует достаточное количество медиафасадов, а также существует возможность установки фасадных рекламных конструкций.</p> <p>Необходимость правового вмешательства не обоснована. С точки зрения дополнительного дохода города это приносит ущерб, т.к. город не получит арендной платы при размещении этого медиафасада. Существует схема размещения отдельно стоящих рекламных конструкций, но нет отдельно схемы размещения медиафасадов. Установка фасадных конструкций является по факту своей установки аналогом медиафасадов, однако действующими Правилами № 119 требования к зданиям, на которых допускается установка медиафасадов, не определены. Правовое регулирование принесет ущерб бюджету города за счет появления формата, альтернативного по типу рекламной конструкции медиафасадам на муниципальных зданиях. Медиафасад на пл.Революции, 7 станет</p>	<p>ООО «РА «РЕКА»</p>	<p>Адресный перечень установки медиафасадов определен Приложением № 5 к Правилам установки и эксплуатации рекламных конструкций в муниципальном образовании городской округ город Нижний Новгород, принятых решением городской Думы города Нижнего Новгорода от 19.09.2012 № 119 (далее – Правила № 119). В указанном приложении (в редакции решения Городской Думы г.Нижнего Новгорода от 27.07.2022 № 163) предусмотрено только 4 адреса установки медиафасадов, из которых с действующим разрешением только один медиафасад (пл.Революции,7). В связи с этим можно говорить о недостатке медиафасадов в городе. Решением Городской Думы г.Нижнего Новгорода от 22.03.2023 № 45 в Приложение № 5 к Правилам № 119 вносятся изменения (вступят в силу с 01.09.2023) о дополнении адресного перечня одним угловым медиафасадом. Таким образом, предлагаемый к размещению в проекте решения угловой медиафасад будет в городе только вторым. Вместе с тем, медиафасад – один из самых современных и прогрессивных видов цифровой наружной рекламы, его размещение поможет улучшить архитектуру и</p>

<p>менее инвестиционно привлекательным. Установка рекламной конструкции создает угрозу безопасности дорожного движения.</p>		<p>имидж города, расширить рекламный рынок, улучшить инвестиционный климат. Ущерб бюджету города не последует. Медиафасад и фасадные конструкции являются разными типами рекламных конструкций. Общие и специальные требования к данным видам рекламных конструкций предусмотрены в пунктах 3.2.15 и 3.2.20 Правил № 119. Аналогом медиафасада фасадные конструкции не являются. Отдельная схема размещения медиафасадов согласно действующему законодательству не требуется. Включение в Приложение № 5 к Правилам № 119 нового адреса медиафасада способствует созданию нового продукта для предпринимателей, который позволит размещать информацию о себе и своих товарах. Конкурентная среда в случае реализации проекта решения не изменится. Довод участника о возможном снижении инвестиционной привлекательности медиафасада на пл.Революции, 7 носит характер предположений и не может быть принят во внимание. Поскольку здание, на котором планируется установить медиафасад, находится за границами транспортной развязки (в красных линиях, разграничивающих территории общего</p>
---	--	---

			<p>пользования и участки иного назначения), транслируемое на нем изображение не будет отвлекать водителей во время движения и не будет создавать угрозу безопасности дорожного движения. Кроме того, в настоящее время на указанном здании на основании действующего разрешения (срок действия до 02.10.2023) размещена рекламная конструкция с рекламной информацией о продукции и услугах предприятий потребительского рынка, с электронным типом изображения, не создающая каких-либо помех безопасности дорожного движения. Таким образом, возражения участника публичных консультаций обоснованными не являются.</p>
2	<p>Участником указано на отсутствие информации о том, соответствует ли рекламная конструкция, планируемая к внесению в схему размещения рекламных конструкций (далее – Схема), генеральному плану города; не дана оценка местности установки рекламной конструкции, не отмечено, отвечает ли планируемая к размещению рекламная конструкция техническим требованиям в части коррекции яркости экрана, требованиям безопасности дорожного движения; не</p>	<p>ООО «РА МОСТ»</p>	<p>В соответствии с п.5.8 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в схему размещения рекламных конструкций подлежат включению рекламные конструкции на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности. Учитывая, что в проекте предлагается разместить рекламную</p>

<p>указана зона установки рекламной конструкции и сведения о том, разрешены ли там к установке медиафасады. Правовое регулирование допустимого размера рекламного поля медиафасада, по мнению участника, требует доработки, поскольку позволяет установить медиасафад на любом объекте капитального строительства, что может пагубно отразиться на внешнем виде города и рынке рекламных услуг в целом.</p>		<p>конструкцию на здании, находящемся в частной собственности, необходимость включения такой конструкции в Схему отсутствует. И, следовательно, соотносить указанную рекламную конструкцию с генеральным планом города не требуется. В соответствии с п.6.3.1.3 Правил № 119 к заявлению на выдачу разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции прилагается техническая документация и экспертное заключение технической экспертизы в соответствии с разделом 5 Правил № 119 (за исключением флаговых композиций), согласно которому конструкции и схемы электроснабжения рекламных конструкций должны соответствовать требованиям, заложенным в проектной документации, в течение расчетного срока эксплуатации, определенного и обоснованного проектировщиком и указанного в проекте; техническая документация на рекламные конструкции, размещаемые на зданиях и сооружениях, должна содержать сведения о техническом состоянии элементов строительных конструкций здания (сооружения), на котором предполагается установка, а также заключение о возможности размещения</p>
---	--	---

		<p>проектируемой конструкции с учетом дополнительных нагрузок, создаваемых ею. Как следует из п.4.1.3 Правил № 119, доведение до потребителя рекламы и социальной рекламы на всех типах и видах рекламных конструкций, за исключением случая, предусмотренного пп 3.2.20 Правил № 119, может производиться, в том числе, с помощью изображений, демонстрируемых на электронных носителях ежедневно с 7 часов 00 минут до 22 часов 00 минут. Из вышеуказанного следует, что при получении разрешения владелец рекламной конструкции обязан будет представить документы, подтверждающие соответствие конструкции действующим нормам и правилам, в том числе касающимся яркости экрана. Отдельно в Правилах № 119 и в Законе о рекламе вопросы яркости экрана электронных носителей рекламных конструкций не регламентированы. При этом также необходимо отметить, что уполномоченным органом (Роспотребнадзором) осуществляется контроль за соблюдением нормативов яркости экрана и уровня засветки. Поскольку здание, на котором планируется установить медиафасад, находится за границами транспортной развязки, транслируемое на нем</p>
--	--	---

		<p>изображение не будет отвлекать водителей во время движения и не будет создавать угрозу безопасности дорожного движения.</p> <p>Так как здание, на котором предполагается согласно проекту решения разместить медиафасад, находится в границах красных линий, разграничивающих территории общего пользования и участки иного назначения, то оснований, препятствующих установке медиафасада, не имеется.</p> <p>Рассматриваемое место к установке медиафасада расположено в специальной зоне, которая является рекомендуемой зоной концентрации общественных функций на территориях планируемого интенсивного градостроительного использования территориальных функциональных зон: зон многоквартирной жилой и смешанной жилой-общественной многоквартирной застройки/производственно-коммунальных зон. В данной специализированной зоне расположены функциональные объекты, которые не являются частью зоны транспорта и улично-дорожной сети, а именно: автовокзал, бизнес-центр, автосалон, офисные здания и прочие. В соответствии с этим указанную зону следует рассматривать как</p>
--	--	--

			<p>специализированную функциональную зону, относящуюся к зоне «Территории центральных общественно-деловых, коммерческих, общественных специализированных и жилых зон». Кроме того, требования, предъявляемые к медиафасадам, не предусматривают зависимость размера допустимого рекламного поля от площади фасада здания, к которому осуществляется присоединение данной рекламной конструкции. Таким образом, возражения участника публичных консультаций обоснованными не являются.</p>
3	<p>Замечания и (или) предложения отсутствуют. Участником заявлено, что предложенная инициатива положительно повлияет на облик города, проект предусматривает оптимально-приемлемую визуальную концепцию для достижения поставленной цели. Указывает, что правовое регулирование не приведет к возникновению избыточных обязанностей субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности.</p>	ООО «Прайм»	<p>Исходя из позиции участника публичных консультаций цель предлагаемого правового регулирования достигнута, проект не требует внесения изменений и (или) дополнений</p>
4	<p>Замечания и (или) предложения отсутствуют. Участником заявлено, что правовое вмешательство</p>	ООО «РА «Рекстар»	<p>Исходя из позиции участника публичных консультаций цель предлагаемого правового регулирования достигнута,</p>

	<p>обоснованно корректно. Предложенный проектом вариант является оптимальным. Медиафасад отлично впишется в текущую архитектуру. В связи с тем, что здание, на котором планируется установить медиафасад, находится за границами транспортной развязки, транслируемое изображение не будет отвлекать водителей во время движения. Правовое регулирование улучшает конкурентную среду в рекламной отрасли, поскольку рекламный рынок расширяется. Административные процедуры корректно описаны в проекте.</p>		<p>проект не требует внесения изменений и (или) дополнений</p>
5	<p>Замечания и (или) предложения отсутствуют. Участником заявлено, что разработчиком необходимость правового вмешательства обоснована корректно. Медиафасад на выбранном здании будет украшать архитектурный облик сложившейся застройки, его удаленность от дороги не будет создавать каких-либо проблем для пешеходов и автомобильного движения. В предлагаемом правовом регулировании нет ограничений для предпринимательской и инвестиционной деятельности.</p>	<p>Рекламная группа «АРТ-Радио»</p>	<p>Исходя из позиции участника публичных консультаций цель предлагаемого правового регулирования достигнута, проект не требует внесения изменений и (или) дополнений</p>
6	<p>Замечания и (или)</p>	<p>ООО</p>	<p>Исходя из позиции участника</p>

	<p>предложения отсутствуют. Участником заявлено, что правовое вмешательство обоснованно разработчиком корректно. Правовое регулирование благоприятно повлияет на конкурентную среду, поскольку в рекламной отрасли появится дополнительный канал для продвижения товаров и услуг предпринимателей. При этом большой формат экрана не будет конкурировать территориально с другими рекламными носителями – больших рекламных поверхностей в непосредственной близости нет, а среднеформатные рекламные конструкции изначально имеют разного клиента. Проект не содержит ограничений для ведения предпринимательской или инвестиционной деятельности.</p>	«Интроник»	<p>публичных консультаций цель предлагаемого правового регулирования достигнута, проект не требует внесения изменений и (или) дополнений</p>
7	<p>Замечания и (или) предложения отсутствуют. Участником заявлено, что разработчик корректно обосновал необходимость правового вмешательства. Крупный формат нужен городу. Цель проекта соотносится с обозначенной проблемой. Медиафасад станет украшением города, не будет отвлекать водителей, а грамотная подсветка и</p>	ООО «ПОРТ-МЕДИА»	<p>Исходя из позиции участника публичных консультаций цель предлагаемого правового регулирования достигнута, проект не требует внесения изменений и (или) дополнений</p>

	<p>сбалансированная яркость позволят локально улучшить архитектуру района. Конкурентная среда при реализации проекта не изменится. Появление одной дополнительной рекламной конструкции большого формата никак не повлияет на охватную программу в городе и на положение рекламной отрасли в целом. Обязанности и ответственность субъектов правового регулирования прописаны полно, корректно и понятно. Предлагаемые положения не мешают предпринимательской или инвестиционной деятельности. Дополнительные или избыточные обязанности у участников правового регулирования не возникают.</p>		
8	<p>Замечания и (или) предложения отсутствуют. Участником заявлено, что разработчик корректно обосновал необходимость правового вмешательства. Данное правовое регулирование не окажет негативного воздействия на конкурентную среду в отрасли. Обязанности, ответственность субъектов правового регулирования отражены полно и точно. Правовое регулирование не приведет к возникновению</p>	<p>Торгово-промышленная палата Нижегородской области</p>	<p>Исходя из позиции участника публичных консультаций цель предлагаемого правового регулирования достигнута, проект не требует внесения изменений и (или) дополнений</p>

	избыточных обязанностей субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности.		
9	Замечания и (или) предложения отсутствуют. Участником заявлено, что в представленном проекте обоснования вмешательства и цель правок прописаны корректно. Проект не содержит ограничений, которые затрудняют ведение предпринимательской и инвестиционной деятельности, не несет дополнительных обязанностей и избыточных ограничений. Проект не ущемляет права других операторов и не создает им преград для ведения своей деятельности.	ООО «МОСС КОМЬЮНИКЕЙ ШНЗ»	Исходя из позиции участника публичных консультаций цель предлагаемого правового регулирования достигнута, проект не требует внесения изменений и (или) дополнений

Директор департамента градостроительного развития и архитектуры администрации города Нижнего Новгорода

А.Н. Коновницына