ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

к проекту решения городской Думы г. Нижнего Новгорода «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»

Проект решения городской Думы города Нижнего Новгорода «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 – Проект) разработан департаментом градостроительного развития и архитектуры администрации города Нижнего Новгорода (далее – Департамент) в целях совершенствования правового регулирования процесса формирования благоприятной архитектурной и информационной городской среды и сохранения историко-градостроительного облика города Нижнего Новгорода.

Инструментом для достижения поставленной цели является введение нормативного регулирования правоотношений.

Правовую основу регулирования рекламной деятельности составляет Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О Рекламе» (далее – Закон о рекламе). Согласно ст. 4 Закона о рекламе законодательство Российской Федерации о рекламе состоит из настоящего Федерального закона.

В соответствии с пунктом 4 части 15 статьи 19 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 рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов.

На основании Закона о рекламе решением городской Думы города Нижнего Новгорода от 19.09.2012 № 119 приняты Правила установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Нижнем Новгороде (далее – Правила).

Правила разработаны в целях осуществления контроля за сохранением историко-градостроительной среды, сохранением архитектурного облика сложившейся застройки города, упорядочения мест для установки и эксплуатации рекламных конструкций, формирования принципов и условий, обеспечивающих равные права для всех участников отрасли наружной рекламы, эффективного использования имущества города Нижнего Новгорода в целях размещения наружной рекламы, устанавливают территориальные требования к установке и эксплуатации рекламных конструкций, условия использования имущества города для установки и эксплуатации рекламных конструкций, а также порядок осуществления контроля за соблюдением этих требований.

В соответствии с подпунктом 1.2.9 Правил внешний архитектурный облик сложившейся застройки города – это эстетическое единство естественных и искусственных компонентов городской среды, связанных в единое композиционное, историческое, культурное, природное образование, имеющее материальную и духовную ценность.

С целью определения соответствия рекламных конструкций и мест их размещения внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города Правилами устанавливаются требования, в том числе по соблюдению типов и видов допустимых к установке рекламных конструкций, соблюдению общих и специальных требований к рекламным конструкциям, а также соблюдения требований к порядку размещения рекламных конструкций с учетом деления территории города на зоны.

Проектом предусматривается включение дополнительного типа постоянных рекламных конструкций, допустимых к установке в виде телебашни – рекламной конструкции, размещаемой на сооружении телевизионной антенной башни по адресу город Нижний Новгород, ул. Белинского, д.9А. В связи, с чем вносятся изменения в подпункт 3.2.12 Правил.

В соответствии с Правилами на территории города Нижнего Новгорода на фасадах зданий допустима установка рекламных конструкций с рекламной информацией о продукции и услугах предприятий потребительского рынка, брандмауэрных панно, медиафасадов.

Установка рекламных конструкций с рекламной информацией о продукции и услугах предприятий потребительского рынка негативно сказывается на внешнем архитектурном облике города, поскольку в основной массе они представляют собой рекламные конструкции малого формата, хаотично и не эстетично размещаемые на фасадах зданий, в том числе жилых.

Учитывая вышеизложенное, а также основываясь на опыте городов Москва и Казань, прошедших путь формирования целостной городской среды, Проектом предлагается ограничить размещение конструкций с рекламной информацией о продукции и услугах предприятий потребительского рынка, предусмотрев их размещение на фасадах отдельно стоящих нежилых зданий, являющихся объектами капитального строительства, в пределах части фасада, занимаемого помещением предприятия потребительского рынка, рекламная информация о продукции и услугах которого размещается на рекламной конструкции, в соответствии с утвержденным комплексным дизайн-проектом.

Пунктом 1.4 Проекта предусматривается включение дополнительного типа постоянных рекламных конструкций, допустимых к установке, в виде рекламного стенда – отдельно стоящей двухсторонней рекламной конструкции малого формата, размещаемой на тротуарах или на прилегающих к тротуарам территориях. Кроме того устанавливаются технические требования к рекламному стенду.

Подпункт 4.1.3 Правил приводится в соответствие с Законом Нижегородской области от 01.04.2015 № 44-З «об обеспечении тишины и покоя граждан на территории Нижегородской области».

Подпункты 3.1.12, 3.1.18, 3.1.19 приложения №1 к Правилам и подпункты 6.2.3, 4.5.4 Правил приводятся в соответствие с предлагаемыми изменениями.

Проект подлежит оценке регулирующего воздействия, поскольку предусматривает введение административных и иных обязанностей, запретов и ограничений для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности.

Социальными группами, экономическими секторами или территориями, на которые оказывается воздействие, являются юридические лица, индивидуальные предприниматели, физические лица, размещающие на территории города Нижнего Новгорода рекламные конструкции с рекламной информацией о продукции и услугах предприятий потребительского рынка.

Принятие Проекта не повлечёт увеличения расходной части бюджета муниципального образования и признания утратившими силу нормативных правовых актов, издания новых нормативных правовых актов, либо внесения изменений (дополнений) в действующие правовые акты.

И.о.директора А.А. Корнилов