

Мотивированное мнение к перечню предложений участников публичных консультаций

№ п/п	Предложение участника обсуждения	Результат рассмотрения предложения разработчиком (принято/отклонено)	Форма, в которой поступившее предложение может быть учтено	Причины, по которой отклонено предложение	Мотивированное мнение разработчика
1	2	3	4	5	6
	Всего: 8	Всего: 0/8			
1.	При повышении предельного срока размещения рекламных конструкций возможно снижение расходов субъектов предпринимательской деятельности.	отклонено	письменная	Решение Липецкого городского Совета депутатов от 29.04.2014 № 843 «О Положении о наружной рекламе в городе Липецке» не регулирует предельный срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций. В соответствии с ФЗ «О рекламе» предельный срок действия договора устанавливает субъект Российской Федерации, а не орган местного самоуправления.	В соответствии с ч. 5.8 ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» субъекты Российской Федерации устанавливают предельные сроки, на которые могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы, но не менее чем на пять лет и не более чем на десять лет. Конкретные сроки договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной или муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не

					<p>разграничена, устанавливаются соответственно органом исполнительной власти, органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа в зависимости от типа и вида рекламной конструкции, применяемых технологий демонстрации рекламы в границах соответствующих предельных сроков.</p> <p>В соответствии с п. 4 постановления администрации Липецкой области от 02.12.2013 № 536 «О мерах по реализации Федерального закона от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ «О рекламе» установлены предельные сроки заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной или муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, не менее 5 лет и не более 6 лет.</p> <p>В соответствии с постановлением администрации города Липецка от 20.01.2014 № 23 «Об установлении срока договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции» установлен срок</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>заклучения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности города Липецка, вне зависимости от типа и вида рекламной конструкции и применяемых технологий демонстрации рекламы: 6 лет.</p> <p>Таким образом, орган местного самоуправления не вправе установить конкретный срок действия договора, превышающий предельный срок действия договора, ранее установленный администрацией Липецкой области.</p>
2	<p>При отмене согласования схем размещения рекламных конструкций на объектах частной собственности повысится конкурентная среда.</p>	отклонено	письменная	<p>ФЗ «О рекламе» предусмотрено обязательное согласование схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности.</p> <p>Места размещения рекламных конструкций на ином недвижимом имуществе (не на земельном участке), находящимся в частной собственности не подлежат включению в схему размещения рекламных конструкций.</p>	<p>В соответствии с ч. 5.8 ст. 19 ФЗ «О рекламе» органы местного самоуправления утверждают схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат предварительному согласованию с уполномоченным органом исполнительной власти соответствующего субъекта Российской Федерации в порядке, установленном высшим</p>

					исполнительным органом государственной власти данного субъекта Российской Федерации. Таким образом, схема размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности должна быть согласована с уполномоченным органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации.
3	Неправомерны отказы во включении в схему размещения рекламных конструкций со ссылкой на нарушение внешнего архитектурного облика, оценка которого должна быть объективна и мотивирована.	отклонено	письменная	Процедура разработки, утверждения и изменения схемы размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования регулируется ч. 5.8. ст. 19 ФЗ «О рекламе» и относится к исключительным полномочиям органов местного самоуправления.	В соответствии с ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе» одним из оснований для принятия решения об отказе является нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа. Органы местного самоуправления вправе определять типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории городского округа, в том числе требования к таким рекламных конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа.
4	Осуществление торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в форме аукциона позволило бы обеспечить большую	отклонено	письменная	В соответствии с ч. 5.1 ст. 19 ФЗ «О рекламе» форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти или представительными органами муниципальных образований.	В соответствии с п. 1 ст. 6 Положения о наружной рекламе в городе Липецке установлена форма проведения торгов (конкурс). Преимущество открытого конкурса по сравнению с аукционом заключается в том, что определение победителя происходит по различным критериям, например: качественные и

	прозрачность процедуры.				технические характеристики, декоративное оформление рекламных конструкций, использование энергосберегающих элементов и инновационных технологий в их изготовлении.
5	<p>Статья 4 п 3.5. Положения содержит следующие требования к щитам 3х6 м.:</p> <p>3.5. Щиты 6 х 3 м - щитовые рекламные конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения рекламы и состоящие из фундамента, каркаса, опоры, информационного поля размером 6 х 3 м с внутренней или внешней подсветкой. Площадь информационного поля щита определяется общей площадью его сторон. Количество сторон щита не может быть более двух. Считаем ограничение числа сторон щитов 3х6 м. в количестве не более 2-х</p>	отклонено	письменная	<p>В соответствии с п. 4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе» органы местного самоуправления 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.</p>	<p>На рынке рекламы формат 6х3 м считается самым оптимальным для восприятия рекламного изображения и предельно допустимым в условиях города.</p> <p>Увеличение числа сторон щитов 6х3 м до 4-х негативно отразится на внешнем архитектурном облике сложившейся застройки города Липецка.</p>

	<p>необоснованным, так как существуют широко распространенные в других регионах РФ форматы щитов 3х6 м., имеющих 3 или 4 стороны, которые органично вписываются в существующий облик городской застройки. Предлагаем внести в указанный пункт изменения в части увеличения числа сторон щитов 3х6 м. до 4-х.</p>				
6	<p>В статье 5 Положения в п.п. 2.2. и 2.3. содержатся следующие положения: 2.2. В зоне 2 разрешается размещение рекламных конструкций всех типов, за исключением настенных панно, размещаемых вдоль автомобильных дорог общего пользования местного значения городского округа город Липецк,</p>	отклонено	письменная	<p>В соответствии с п. 4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе» органы местного самоуправления 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</p>	<p>Размещение настенных панно вдоль автомобильных дорог общего пользования местного значения городского округа город Липецк в пределах зон № 2 и № 3 негативно отразится на внешнем архитектурном облике сложившейся застройки города Липецка.</p>

<p>согласно перечню автомобильных дорог, утвержденному постановлением администрации города Липецка от 22.08.2012 N 1620 "Об утверждении Перечня автомобильных дорог" (далее - перечень автомобильных дорог), супербордов и суперсайтов.</p> <p>2.3. В зоне 3 разрешается размещение всех типов рекламных конструкций, за исключением настенных панно, размещаемых вдоль автомобильных дорог общего пользования местного значения городского округа город Липецк, согласно перечню автомобильных дорог.</p> <p>Считаем запрет на размещение настенных панно в указанных зонах необоснованным, так как размещение подобного типа рекламных</p>			округов.	
--	--	--	----------	--

	<p>конструкций в пределах зон № 2 и №3 соответствует сложившемуся архитектурному облику городской застройки. Предлагаем исключить запрет на использование настенных панно вдоль автомобильных дорог общего пользования местного значения городского округа город Липецк в пределах зон № 2 и № 3.</p>				
7	<p>В статье 5 Положения в п.3 содержится следующее положение: 3. Установка рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъекта Российской Федерации или муниципальной собственности,</p>	отклонено	письменная	<p>Обязательное требование об утверждении органами местного самоуправления схем размещения рекламных конструкций в срок до 01.01.2014 обусловлено вступившим в законную силу Федеральным законом от 07.05.2013 № 98-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» и отдельные законодательные акты Российской Федерации».</p> <p>Схема размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город Липецк</p>	<p>В отличие от процедуры согласования размещения рекламной конструкции, предусмотренной ч. 9 - 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе», иницируемой собственником рекламной конструкции или иным заинтересованным лицом, процедура разработки, утверждения и изменения схемы размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования, установленная ч. 5.8 ст. 19 ФЗ «О рекламе», относится к исключительным полномочиям органов местного самоуправления, которая не предусматривает возможность участия в ней собственника или иного законного владельца соответствующего</p>

<p>допускается только в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций, утвержденной постановлением администрации города Липецка. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат опубликованию в порядке, установленном для официального опубликования муниципальных правовых актов, и размещению на официальном сайте администрации города Липецка в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".</p> <p>Обращаем внимание на отсутствие конкретного механизма внесения в Схему изменений, в частности на отсутствие порядка подачи заявок на</p>			<p>разработана и утверждена органом местного самоуправления в соответствии с действующим законодательством о рекламе.</p> <p>Таким образом, действующее законодательство предусматривает обязательное требование об утверждении только схемы размещения, но не порядка внесения в нее изменений.</p> <p>Решение Липецкого городского Совета депутатов от 29.04.2014 № 843 «О Положении о наружной рекламе в городе Липецке» регулирует порядок подачи заявлений о включении в схему размещения рекламных конструкций.</p>	<p>недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции.</p> <p>Порядок внесения изменений в схему размещения рекламных конструкций разработан и направлен в Прокуратуру Липецкой области на антикоррупционную экспертизу, а также в департамент экономического развития администрации города Липецка для проведения оценки регулирующего воздействия проекта.</p>
--	--	--	---	--

	<p>внесение в Схему новых мест, в том числе на территориях, принадлежащих частным собственникам.</p> <p>Предлагаем дополнить Положение пунктом относительно порядка подачи заявок на внесение в Схему размещения рекламных конструкций на территории г.Липецка изменений и дополнений.</p>				
8	<p>Считаем предлагаемые изменения и дополнения в Положение о наружной рекламе в г.Липецке необходимыми, так как наличие указанных положений в действующей редакции Положения ограничивают осуществление предпринимательской деятельности участников рынка наружной рекламы г.Липецка в части необоснованного</p>	отклонено	письменная	<p>Предложения, указанные в п. 8 повторяют предложения участников обсуждения, изложенные в п. 5-7.</p>	<p>Аналогичная позиция, указанная в п. 5-7.</p>

<p>ограничения формата щитов 3x6 м. только двумя сторонами, запрета на размещение настенных панно вдоль автомобильных дорог в пределах зон № 2 и 3, а также отсутствия конкретного порядка внесения изменений и дополнений в схему размещения рекламных конструкций на территории г.Липецка.</p> <p>Отсутствие в Положении о наружной рекламе в г.Липецке конкретного механизма по внесению изменений и дополнений в Схему размещения рекламных конструкций на территории г.Липецка существенно затрудняет развитие сети наружной рекламы всех субъектов предпринимательской деятельности, так как не регламентирован</p>				
---	--	--	--	--

	<p>порядок подачи заявок о внесении в схему изменений и дополнений, в том числе на территориях, находящихся в частной собственности, что в свою очередь препятствует возможности установки новых рекламных конструкций на законных основаниях.</p>				
--	--	--	--	--	--

Информация об исполнителе, подготовившем отчет:

Начальник отдела правового обеспечения и муниципальных закупок муниципального казенного учреждения «Городской центр рекламы» Швабауэр Наталья Евгеньевна, тел. 27-03-16, magad33@yandex.ru

«__» _____ 2016 г. _____
(подпись руководителя)

Т.А. Шульгина
(ФИО руководителя)