

Решение, принятое по результатам согласительного совещания
по проекту изменений в Положение «О наружной рекламе в городе Липецке», утвержденное решением Липецкого
городского Совета депутатов от 29.04.2014 № 843 (далее – Проект)

№ п/п	Проектом муниципального НПА предусмотрено (указать номер пункта и его редакцию)	Предложение и (или) замечание участника публичных консультаций	Рассмотрение предложений и (или) замечаний разработчиком муниципального НПА			Решение, принятое по результатам согласительного совещания
			Принято/ отклонено	Форма, в которой поступившее предложение и (или) замечание может быть принято	Причины, по которой отклонено поступившее предложение и (или) замечание	
1.	Пп. «а» п. 1 Проекта: «Пункт 2.1 признать утратившим силу».	Необоснованные требования, предлагаем прежнюю редакцию.	Отклонено	-	Дискреционные полномочия ОМСУ, установленные п.4 ч.15 ст.19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»), в отношении типов и видов рекламных конструкций, их места установки и соответствия внешнему архитектурному облику сложившейся застройки. Действующим НПА установлено 20 типов рекламных конструкций, допустимых к установке на территории города Липецка. ОМСУ вправе исключить типы рекламных конструкций, т.к. ОМСУ обладает дискреционными полномочиями по принятию решения об определении типов и видов рекламных конструкций, как допустимых, так и недопустимых к установке на территории города Липецка. Данные типы конструкций (рекламные конструкции на	Отклонено

					павильонах и киосках розничной торговли) в городе Липецке не востребованы, заявители в орган местного самоуправления за получением разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в отношении данных типов рекламных конструкций, не обращались.	
2.	Пп. «б» п. 1 Проекта: «Пункт 2.2 признать утратившим силу».	Необоснованные требования, предлагаем прежнюю редакцию.	Отклонено	-	Дискреционные полномочия ОМСУ, установленные п.4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе», в отношении типов и видов рекламных конструкций, их места установки и соответствия внешнему архитектурному облику сложившейся застройки. Действующим НПА установлено 20 типов рекламных конструкций, допустимых к установке на территории города Липецка. ОМСУ вправе исключить типы рекламных конструкций, т.к. ОМСУ обладает дискреционными полномочиями по принятию решения об определении типов и видов рекламных конструкций, как допустимых, так и недопустимых к установке на территории города Липецка. Данные типы конструкций (рекламные конструкции на скамьях) в городе Липецке не востребованы, заявители в орган местного самоуправления за получением разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в отношении данных типов рекламных конструкций, не обращались.	Отклонено

3.	<p>Пп. «г» п. 1 Проекта: «Пункт 4.1 изложить в следующей редакции: «Крышные установки – рекламные конструкции в виде отдельных букв и логотипов, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше, состоящие из следующих элементов: - информационное поле (текстовая часть) - буквы, буквенные символы, аббревиатура, цифры; - художественные элементы (логотипы, знаки); - элементы крепления (пространственная решетка). Информационное поле и художественные элементы должны быть оборудованы только внутренней подсветкой. В крышных установках не допускается использование технологий смены изображения, в том числе с помощью электронных носителей, подвижных частей, а также технологий организации медиафасадов. Высота крышных установок должна быть: - не более одной шестой части от высоты фасада при высоте здания от цоколя до кровли до 15 м, со стороны которого размещается конструкция; - не более одной восьмой части от высоты фасада при высоте здания от цоколя до кровли от 15 м до 50 м, со стороны которого размещается конструкция; - не более одной десятой части высоты фасада при высоте здания от 50 м и более. На одном здании, за исключением специализированных торгово-офисных центров, может быть размещена только одна крышная</p>	<p>Необходимо убрать излишние технологические ограничения по использованию электронных носителей, подвижных частей, а также технологий организации медиафасадов. Почему на одном здании может быть только одна крышная установка? Здания бывают разные, поэтому обобщать считаем не допустимым. Необоснованные ограничения по длине.</p>	Отклонено	-	<p>Дискреционные полномочия ОМСУ, установленные п.4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе», в отношении типов и видов рекламных конструкций, их места установки и соответствия внешнему архитектурному облику сложившейся застройки. Требование в отношении запрета в использовании технологий смены изображения обусловлено динамикой смены изображения, ее мерцания, что также влияет на внешний архитектурный облик, сложившейся застройки. На торгово-офисных центрах допускается к размещению несколько крышных установок. Габариты крышных установок влияют на архитектурный облик здания, поэтому длина и высота крышных установок должна быть пропорциональна длине и высоте здания.</p>	Отклонено
----	---	--	-----------	---	---	-----------

<p>установка.</p> <p>В случае если крышная конструкция содержит изображение товарного знака, знака обслуживания, высота отдельных элементов информационного поля или художественных элементов крышной установки, входящих в изображение указанного товарного знака, знака обслуживания, может превышать параметры, указанные в абзаце седьмом настоящего пункта, но не более чем на 1/5.</p> <p>Длина крышной установки, устанавливаемой на крыше объекта, не может превышать:</p> <ul style="list-style-type: none">- 80 процентов длины фасада, по отношению к которому она размещена, - при длине фасада до 35 м (включительно);- половины длины фасада, по отношению к которому она размещена, - при длине фасада свыше 35 м. <p>Параметры (размеры) крышной установки, размещаемой на стилобатной части объекта, должны соответствовать параметрам (размерам) конструкций, размещаемых на крышах объектов соответствующей высоты.</p> <p>Элементы крепления крышной установки не должны выступать за периметр данной конструкции по бокам и сверху.</p> <p>Площадь информационного поля крышной установки определяется габаритами конструкции». ».</p>					
--	--	--	--	--	--

4.	Пп. «д» п. 1 Проекта: «Абзац третий пункта 4.4 изложить в следующей редакции: «Размещение и максимально допустимая яркость светодиодного экрана в темное время суток должны соответствовать требованиям СанПиН 2.2.1/2.1.1.1278-03.».	Ограничение по яркости допустимо, однако само определение «светодиодные экраны» некорректно.	Отклонено	-	Дискреционные полномочия ОМСУ, установленные п.4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе», в отношении типов и видов рекламных конструкций, их места установки и соответствия внешнему архитектурному облику сложившейся застройки. Замечание участником публичных консультаций не мотивировано, конкретные предложения отсутствуют.	Отклонено
5.	Пп. «е» п. 1 Проекта: «Пункт 4.6 признать утратившим силу».	Через признание утратившим силу п. 4.6 упраздняется понятие и разновидность рекламной конструкции «светодиодное табло», при этом остается понятие «светодиодный экран», которые тождественны друг другу. Но согласно приложению №3 к Положению «О наружной рекламе в городе Липецке» светодиодный экран продемонстрирован как отдельно стоящая рекламная конструкция, в то время как табло подразумевает установку на фасадах зданий, для некоторых организаций – на фасаде/крыше контрольно-пропускных пунктов. Соответственно, подобное изменение и образующийся вакуум регулирования может породить отказы в выдаче разрешений на разрешенные рекламные конструкции.	Отклонено	-	Типы рекламной конструкции «светодиодное табло» и «электронный экран», указанные в приложении №3 к Положению «О наружной рекламе в городе Липецке» и являющиеся отдельно стоящими рекламными конструкциями, не тождественны друг другу. В соответствии с п.4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе» ОМСУ 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. Действующим НПА установлено 20 типов рекламных конструкций, допустимых к установке на территории города Липецка. ОМСУ вправе исключить один из типов рекламных конструкций, т.к. ОМСУ	Отклонено

					<p>обладает дискреционными полномочиями по принятию решения об определении типов и видов рекламных конструкций, как допустимых, так и недопустимых к установке на территории города Липецка.</p> <p>Светодиодное табло, демонстрирующее информацию в режиме бегущей строки, в том числе способом мерцания информации, негативно сказывается как на внешнем облике фасада здания, на котором размещается светодиодное табло, так и на внешнем архитектурном облике сложившейся застройки в целом. Схожим по размещению, но разным по качественным характеристикам, остается допустимым к размещению тип рекламной конструкции «светодиодный экран», установленный п. 4.4 действующего НПА.</p>	
6.	<p>Пп. «б» п. 2 Проекта: «В пункте 7: - абзац второй признать утратившим силу; - абзац девятый изложить в следующей редакции: «- фасадные рекламные конструкции (только в виде объемных световых букв, элементов или знаков без применения фоновой подложки); - абзац десятый изложить в следующей редакции: «- крышные установки»».</p>	<p>В абзаце втором и девятом установлены необоснованные требования. Предлагаем оставить прежнюю редакцию. При корректировке десятого абзаца необходимо уточнить остались ли проекционные установки.</p>	Отклонено	-	<p>Дискреционные полномочия ОМСУ, установленные п.4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе», в отношении типов и видов рекламных конструкций, их места установки и соответствия внешнему архитектурному облику сложившейся застройки. Действующим НПА установлено 20 типов рекламных конструкций, допустимых к установке на территории города Липецка. ОМСУ вправе исключить один из типов рекламных конструкций, т.к. ОМСУ обладает дискреционными полномочиями по принятию решения об определении типов и</p>	Отклонено

					<p>видов рекламных конструкций, как допустимых, так и недопустимых к установке на территории города Липецка.</p> <p>Т.к. данные два типа конструкции (рекламные конструкции на скамьях и светодиодное табло) исключаются из НПА, то соответственно они и исключаются из зоны 1 (абз. 2 и 10 п. 7 ст. 5).</p> <p>Абз. 9 п. 7 ст. 5 фасадные рекламные конструкции допускаются к размещению в зоне 1 только в виде объемных световых букв, элементов или знаков без применения фоновой подложки. В зоне 1 появляется новый тип, допустимый к размещению – крышные установки (абз. 10 п. 7 ст. 5).</p> <p>Проекционные установки в зоне 1 остаются допустимыми к размещению (абз. 11 п. 7 ст. 5).</p>	
7.	<p>Пп. «в» п. 2 Проекта: «В пункте 11: - абзац второй признать утратившим силу; - абзац десятый изложить в следующей редакции: «- фасадные рекламные конструкции (только в виде объемных световых букв, элементов или знаков без применения фоновой подложки); - абзац одиннадцатый признать утратившим силу.».</p>	<p>Необходимо скорректировать третий (<i>четвертый</i>) абзац, касающийся панель-кронштейнов на опорах. Абзац десятый надо оставить без изменений.</p>	Отклонено	-	<p>Дискреционные полномочия ОМСУ, установленные п.4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе», в отношении типов и видов рекламных конструкций, их места установки и соответствия внешнему архитектурному облику сложившейся застройки. В связи с тем, что участник публичных консультаций перепутал исчисление абзацев, то: - на площадях с памятниками остается допустимым к размещению тип рекламной конструкции как «рекламная конструкция на остановочных павильонах» (абз. 3 п. 11 ст. 5).</p>	Отклонено

					<p>- данный тип конструкции (светодиодное табло) исключаются из НПА, то соответственно он и исключаются из абз. 11 п. 11 ст. 5). Абз. 4 п. 11 ст. 7 про панель-кронштейны на опорах изменяться не будет, т.к. специально устанавливать опоры для размещения на них панелей - кронштейны не допустимо, т.к. тип рекламной конструкции «пенель-кронштейн на опорах» относится к виду рекламных конструкций: «рекламные конструкции на объектах благоустройства» (абз. 2 п. 1 ст. 4), а не к виду рекламных конструкций: «отдельно стоящие рекламные конструкции, размещаемые на земельных участках» (абз. 3 п. 1 ст. 4).</p>	
8.	<p>Пп. «г» п. 2 Проекта: «Пункт 12 изложить в следующей редакции: «12. Минимальное расстояние между осями отдельно стоящих рекламных конструкций, расположенных в одном направлении на одной оси, должно быть не менее чем: - 75 м между конструкциями, в случае, если площадь информационного поля одной стороны рекламной конструкции – 18 кв. м и более (далее – большой формат); - 20 м между конструкциями, в случае, если площадь информационного поля одной стороны рекламной конструкции – менее 18 кв. м (далее – малый формат); - 900 м между конструкциями, независимо от их формата, вдоль автомобильной трассы вокруг</p>	<p>Не обоснованно установлено минимальное расстояние между осями отдельно стоящих рекламных конструкций, расположенных в одном направлении на одной оси вдоль автомобильной трассы вокруг города Липецка (окружное шоссе), составляющее 900м.</p>	Отклонено	<p>Пп. «г» п. 2 Проекта: «Пункт 12 изложить в следующей редакции: «Минимальное расстояние между осями отдельно стоящих рекламных конструкций, расположенных в одном направлении на одной оси, должно быть не менее чем: - 75 м между конструкциями,</p>	<p>В соответствии с п.4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе» ОМСУ 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>	Принять в предлагаемой форме

	<p>города Липецка (окружное шоссе). Расстояние между осями рекламных конструкций разного формата, расположенных в одном направлении на одной оси, не может быть менее расстояния, предусмотренного для рекламной конструкции малого формата.».</p>			<p>в случае, если площадь информационного поля одной стороны рекламной конструкции – 18 кв. м и более (далее – большой формат); - 20 м между конструкциями, в случае, если площадь информационного поля одной стороны рекламной конструкции – менее 18 кв. м (далее – малый формат); - 200 м между конструкциями, независимо от их формата, вдоль автомобильной трассы вокруг города Липецка (окружное шоссе). Расстояние между осями рекламных конструкций разного формата, расположенных в одном направлении на</p>	
--	---	--	--	--	--

				одной оси, не может быть менее расстояния, предусмотренного для рекламной конструкции малого формата.».		
9.	Пп. «е» п. 2 Проекта: «Пункт 13 изложить в следующей редакции: «13. Минимальное расстояние от края отдельно стоящих рекламных конструкций до зданий, строений, сооружений должно быть не менее 6 м».».	В этой норме необходимо конкретизировать габариты конструкции, не корректно иметь одинаковые требования и к большим щитам и малым сити-форматам.	Отклонено	-	Дискреционные полномочия ОМСУ, установленные п.4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе», в отношении типов и видов рекламных конструкций, их места установки и соответствия внешнему архитектурному облику сложившейся застройки. Данная норма принимается в целях обеспечения беспрепятственного проезда пожарной техники к месту пожара, вне зависимости от формата (размера) рекламной конструкции, т.к. СНиП 2.07.01-89*: «Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений» допускает предусматривать полосы шириной 6 м, пригодные для проезда пожарных машин с учетом их допустимой нагрузки на покрытие или грунт.	Отклонено
10.	Пп. «е» п. 2 Проекта: «14. На территориях с малоэтажной застройкой установка отдельно стоящих рекламных конструкций больших форматов не допускается.».	В Проекте не дается определение «территории малоэтажной застройки», соответственно, будет иметь место усмотренческий принцип при утверждении мест размещения рекламных конструкций.	Отклонено	Пп. «е» п. 2 Проекта: «14. Установка отдельно стоящих рекламных конструкций больших	Дискреционные полномочия ОМСУ, установленные п.4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе», в отношении типов и видов рекламных конструкций, их места установки и соответствия внешнему архитектурному облику сложившейся застройки. Зона	Принять в предлагаемой форме

				форматов на территориях зон малоэтажной жилой застройки городского типа с земельными участками, установленных Правилами землепользования и застройки города Липецка, утвержденными решением Липецкого городского Совета депутатов от 30.05.2017 № 399, не допускается.».	малоэтажной жилой застройки городского типа с земельными участками установлена Правилами землепользования и застройки города Липецка, утвержденными решением Липецкого городского Совета депутатов от 30.05.2017 № 399.	
11.	Пп. «ж» п. 2 Проекта: «15. На открытых автостоянках для хранения автотранспортных средств, на территориях автозаправочных станций и автосалонов разрешается размещение следующих типов рекламных конструкций: - стелы; - флаговые композиции.».	Проектом определено два вида рекламных конструкций, допустимых к установке на открытых автостоянках для хранения автотранспортных средств, на территориях автозаправочных станций и автосалонов (стеллы и флаговые композиции). Подобное ограничение вводит точечные, несистемные запреты, которые явно направлены не на упорядочивание размещения рекламных конструкций, а на запрещение установки рекламных конструкций на частных территориях, которые будут конкурировать с рекламными конструкциями на муниципальной земле.	Отклонено	Пп. «ж» п. 2 Проекта: «15. На территориях автозаправочных станций и автосалонов разрешается размещение следующих типов рекламных конструкций: - стелы; - флаговые композиции.».	Дискреционные полномочия ОМСУ, установленные п.4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе», в отношении типов и видов рекламных конструкций, их места установки и соответствия внешнему архитектурному облику сложившейся застройки. Автосалоны предназначены для обслуживания и продажи транспортных средств. Размещение марки автомобиля, его товарного знака возле автосалона, а также марки топлива, товарного знака нефтяной (газовой) компании, цены топлива на стеле (допустимой к размещению) возле АЗС является сложившейся практикой.	Принять в предлагаемой форме

					Размещение конструкций большого формата будут создавать помехи для автотранспорта; конструкции большого формата, минимальная высота которых составляет не менее 7,5 м (высота щита 6х3 м) не соразмерны с объектами АЗС, что также приводит к нарушению внешнего архитектурного облика сложившейся застройки.	
12.	Пп. «з» п. 2 Проекта: «Пункт 16 изложить в следующей редакции: «16. Рекламные конструкции, размещаемые на зданиях, строениях, сооружениях, не должны наносить ущерб их техническому состоянию, внешнему архитектурному облику»».	Требования, касающиеся ущерба для технического состояния здания правильные, однако, требования, касающиеся архитектурного облика, необходимо уточнить.	Отклонено	-	Дискреционные полномочия ОМСУ, установленные п.4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе», в отношении типов и видов рекламных конструкций, их места установки и соответствия внешнему архитектурному облику сложившейся застройки. Данный пункт вновь не вводится и не изменяется, п. 16 является п. 13 ст. 5 действующего НПА.	Отклонено
13.	Пп. «к» п. 2 Проекта: «Пункт 18 изложить в следующей редакции: «18. Размещение рекламных конструкций должно соответствовать требованиям Правил благоустройства территорий города Липецка, предъявляемым к внешнему виду фасадов зданий, строений, сооружений, в том числе паспорту архитектурно-градостроительного облика объекта»».	Необходимо согласовать с Правилами благоустройства и с паспортом архитектурно-градостроительного облика объекта, насколько это законно и объективно.	Отклонено	-	Дискреционные полномочия ОМСУ, установленные п.4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе», в отношении типов и видов рекламных конструкций, их места установки и соответствия внешнему архитектурному облику сложившейся застройки. Данный пункт вновь не вводится, п. 18 является п. 15 ст. 5 действующего НПА. Взаимосвязь норм права: Пп.1 п.1 ст.3 Правил благоустройства территорий города Липецка, утвержденных решением Липецкого городского Совета депутатов от 01.11.2016 № 268: изменение фасадов, должно производиться в соответствии с	Отклонено


					<p>паспортом архитектурно-градостроительного облика объекта, предоставляемым в порядке, установленном решением Липецкого городского Совета депутатов от 26.01.2017 № 332 «О Положении о порядке предоставления решения о согласовании архитектурно-градостроительного облика объекта на территории города Липецка». В соответствии с п. 4 ст. 3 Положения о порядке предоставления решения о согласовании архитектурно-градостроительного облика объекта на территории города Липецка установка на фасадах и кровлях различного вида оборудования или произвольного размещения на них объектов рекламы является изменением внешнего вида фасадов. В связи с чем, данная норма права не противоречит действующему законодательству и местным нормам права.</p>	
14.	Пп. «л» п. 2 Проекта: «дополнить пунктами 19-22 следующего содержания: «...					
	«20. Не допускается размещение рекламных конструкций в дверных проемах, на балконах, эркерах, колоннах, пилястрах, ограждении (парапете, заборе)».	Исключить из предлагаемого перечня заборы <i>(много строек и почему там запрещать рекламу, что забор красивее?)</i> .	Отклонено	-	Дискреционные полномочия ОМСУ, установленные п. 4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе», в отношении типов и видов рекламных конструкций, их места установки и соответствия внешнему архитектурному облику сложившейся застройки. Данный пункт вновь не вводится, п. 20 является п. 16 ст. 5 действующего НПА.	Отклонено

					Забор выполняет функцию ограждения, информация о строящемся объекте должна размещаться на паспорте строящегося объекта.	
	«21. Не допускается полное или частичное перекрытие светопрозрачных фасадных конструкций, оконных и витринных проемов рекламными конструкциями, изменяющими функциональное назначение данных конструктивных элементов фасада здания, строения, сооружения, ограничивая поступление света в помещение, а также использование в качестве рекламных конструкций наружной поверхности стекла (окраска, покрытие самоклеящимися пленками, размещение печатных материалов, баннерных тканей)».	Необоснованное требование. Необходимо исключить данный пункт.	Отклонено	-	Дискреционные полномочия ОМСУ, установленные п.4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе», в отношении типов и видов рекламных конструкций, их места установки и соответствия внешнему архитектурному облику сложившейся застройки. Перекрытие светопрозрачных фасадных конструкций, оконных и витринных проемов рекламными конструкциями нарушает внешний архитектурный облик здания, т.к. окна, витрины, витражи являются архитектурными элементами, которые формируют архитектуру здания в частности и сложившуюся застройку в целом.	Отклонено
	«22. Основные требования к внешнему виду рекламных конструкций, указанных в пунктах 2.3 - 2.4, 3.1 - 3.7, 3.9 статьи 4 настоящего Положения, установлены в приложении 3.».	Пункт 2 Приложения № 3 «Основные требования к виду рекламных конструкций» Проекта - разрешить устанавливать панели-кронштейны только на специально установленных для этой цели опорах.	Отклонено	-	Дискреционные полномочия ОМСУ, установленные п.4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе», в отношении типов и видов рекламных конструкций, их места установки и соответствия внешнему архитектурному облику сложившейся застройки. Данный пункт вновь не вводится, п. 22 является п. 18 ст. 5 действующего НПА.	Отклонено
15.	Пп. «б» п. 4) Проекта: «В приложении 3 к Положению: в таблице «Основные характеристики конструкции»: - в строке «Высота опорной стойки» цифры «5000» заменить	Излишние требования. Нет никакой необходимости регламентировать габаритные размеры подобных конструкций.	Отклонено	-	Дискреционные полномочия ОМСУ, установленные п.4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе», в отношении типов и видов рекламных конструкций, их места установки и	Отклонено

	цифрами «4500»; - в строке «Размер информационного поля, мм» цифры «3600» заменить цифрами «3000».				соответствия внешнему архитектурному облику сложившейся застройки. Перспектива развития наружной рекламы предполагает переход на более высокотехнологичные рекламные конструкции. Изменение размеров позволяет допустить к размещению электронный экран формата 6х3м, что внешне по габаритам будет идентично щиту 6х3 м.	
16.		Вносимые изменения противоречат действующему законодательству: ГОСТ Р 52044-2003. Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения – в Проекте нет никакой привязки размерности рекламной конструкции к этажности окружающей застройки. ФЗ «О рекламе» – Проект не связывает этажность, территориальность, близость к окружному шоссе, тип разрешенного использования земельного участка, тип собственности земельного участка с возможностью установки рекламной конструкции какого-либо формата. П.13 ст. 7 Федерального закона от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции» предписывает госорганам устранение необоснованных запретов и ограничений, особенно в области экономической деятельности. Ч. 1 ст. 15 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» госорганам запрещается принимать акты и (или) осуществлять	Отклонено	-	Пунктом 4 ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе» установлены дискреционные полномочия ОМСУ в отношении определения типов и видов рекламных конструкций, их места установки и их соответствия внешнему архитектурному облику сложившейся застройки. Проект содержит критерии внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, в отличии от ГОСТа, устанавливающего требования к установке конструкций с точки зрения безопасности дорожного движения и ФЗ «О рекламе», устанавливающего общие нормы к размещению рекламы, в связи с чем, Проект не противоречит законодательству. Таким образом, Проектом могут быть установлены требования к типам и видам конструкций, их формату и размерности, требования к местам их установки в зависимости от сложившейся застройки (этажность, территориальность и прочее).	Отклонено

		действия (бездействие), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции. Пп. в) п. 8 Указа Президента Российской Федерации от 21.12.2017 № 618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции» устанавливает следующее: «органам местного самоуправления активизировать работу по развитию конкуренции в муниципальных образованиях».				
--	--	---	--	--	--	--

«19» декабря 2019 года


(подпись)

Ж.К.Михайлова

