

1. Проект изменений в Положение «О наружной рекламе в городе Липецке», утвержденное решением Липецкого городского Совета депутатов от 29.04.2014 № 843 (далее - Проект).

2. Степень регулирующего воздействия: высокая.

3. Перечень органов и организаций, которые извещались о проведении публичных консультаций:

- Липецкое региональное отделение общероссийской общественной организации «Деловая Россия»;
- Липецкая торгово-промышленная палата;
- Региональное объединение работодателей «Союз промышленников и предпринимателей Липецкой области»;
- Липецкое региональное отделение Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России»;
- Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Липецкой области;
- Липецкое региональное отделение «Ассоциация малоформатной торговли».

4. Перечень участников публичных консультаций, направивших замечания и предложения по рассматриваемому проекту муниципального НПА:

- ИП Гаврилов Павел Сергеевич;
- Липецкое региональное отделение Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России»;
- ЛООО Открытая предпринимательская гильдия

5. Сроки проведения публичных консультаций: с **16.09.2019** по **04.10.2019**.

6. Формы проведения публичных консультаций: размещение на официальном сайте администрации города Липецка [http://lipetskcit.ru/root/documents/ocenka\\_regulirujushhego\\_vozdejstviya/ocenka\\_regulirujushhego\\_vozdejstviya\\_proektov\\_municipalnih\\_npa](http://lipetskcit.ru/root/documents/ocenka_regulirujushhego_vozdejstviya/ocenka_regulirujushhego_vozdejstviya_proektov_municipalnih_npa) в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

**Сводка замечаний и предложений по проекту изменений в Положение «О наружной рекламе в городе Липецке»,  
утвержденное решением Липецкого городского Совета депутатов от 29.04.2014 № 843,  
поступивших во время проведения публичных консультаций на официальном сайте  
администрации города Липецка – lipetskcity.ru  
с 16.09.2019 по 04.10.2019.**

№ п/п	Наименование организации или иного лица, № письма	Замечание, предложение
1.	ИП Гаврилов Павел Сергеевич, от 04.10.2019	<p>1. Пп. е) п. 1) Проекта. 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» «Основные требования к внешнему виду рекламных конструкций» 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.</p> <p>2. Пп. г) п. 1) Проекта, устанавливает минимальные расстояния между рекламными конструкциями. «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 формата, вдоль автомобильной трассы вокруг города Липецка (окружное шоссе).» Если абзацы 2 и 3 изменений (про 75 и 20 метров. Минимально возможное расстояние получается 20 метров) как-то понятны, т.к. призваны регулировать плотность рекламных конструкций на улицах, причем они не коррелируются с рекламной зоной Липецка (зона1,</p>

зона2, зона3), то совершенно непонятно на каком основании именно для окружного шоссе устанавливается минимальное расстояние в 900м?

*Вдоль этого шоссе в основном частная земля и совершенно очевидно, что город хочет таким образом ограничить конкуренцию. Если бы не было намерения ограничивать конкуренцию, то допустимые минимальные расстояния прописывались бы для территориальных зон, а не для отдельных автодорог. Иначе объяснить почему на въезде в город например с Лебедянского, Елецкого направлений (где только муниципальная земля), на территории г. Липецка можно будет устанавливать рекламные конструкции через минимальные 20 метров, а на окружном шоссе должно быть минимум 900м невозможно. Т.е. для желающих заниматься бизнесом по размещению рекламных конструкций на частной территории вдоль объездного шоссе возможностей будет в 45 раз меньше ( $900/20=45$ ), чем для тех, кто будет размещать рекламные конструкции на муниципальной земле. Т.е. на въездах в Липецк с Лебедянского и Елецкого направлений на муниципальной земле на 900 метрах можно будет установить 45 рекламных конструкций малого формата или же 12 большого формата, а на частной земле 2 и 2 соответственно.*

3. Пп. е) п. 2) Проекта.

Предлагается изложить пункт 14 в следующей редакции:

«14. На территориях с малоэтажной застройкой установка отдельно стоящих рекламных конструкций больших форматов не допускается».

Первоначально в этом нововведении не дается определения «территории малоэтажной застройки», соответственно, будет иметь место усмотренческий принцип при утверждении мест размещения рекламных конструкций.

4. Пп. ж) п. 2) Проекта определяет два вида рекламных конструкций, допустимых к установке на открытых автостоянках для хранения автотранспортных средств, на территориях автозаправочных станций и автосалонов (стеллы и флаговые композиции).

Считаю, что данный пункт изменений неоправдан, т.к. 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.

		<p>5. Вносимые изменения противоречат действующему законодательству:</p> <p>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.</p> <p>Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-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.</p> <p>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.</p> <p>Ч. 1 ст. 15 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» госорганам запрещается принимать акты и (или) осуществлять действия (бездействие), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции.</p> <p>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».</p>
2.	<p>Липецкое региональное отделение Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России», от 04.10.2019</p>	<p>1. Пункт 1 Проекта.</p> <p>В статье 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- а) пункт 2.1. признать утратившим силу. Необоснованное требование, предлагаем прежнюю редакцию.</li> <li>- б) пункт 2.2 признать утратившим силу. Необоснованное требование, предлагаем прежнюю редакцию.</li> <li>- г) пункт 4.1. Необходимо убрать излишние технологические ограничения по использованию электронных носителей, подвижных частей, а также технологий организации медиафасадов.</li> </ul> <p><i>Почему на одном здании может быть только одна крышная установка? Здания</i></p>

*бывают разные, поэтому обобщать считаем не допустимым. Для чего ограничения по длине?*

- д) пункт 4.4.

Ограничение по яркости допустимо, однако само определение «светодиодные экраны» некорректно.

- е) пункт 4.6.

Необоснованное требование, настаиваем чтобы оставили прежнюю редакцию.

2) Пункт 2 Проекта.

В статье 5:

- б) пункт 7.

Абзац второй - необоснованное требование, настаиваем, чтобы оставили прежнюю редакцию.

Абзац девятый - необоснованное требование, настаиваем чтобы оставили прежнюю редакцию.

Абзац десятый необходимо уточнить, остались ли проекционные установки.

- в) пункт 11.

Оставить второй абзац про остановки. Скорректировать третий про панель-кронштейны на опорах.

Абзац десятый надо оставить без изменений.

- г) пункт 12.

Убрать норму в 900 м на окружном шоссе, как ничем необоснованную.

- д) пункт 13.

В этой норме необходимо конкретизировать габариты конструкции, не корректно иметь одинаковые требования и к большим щитам и малым сити-форматам.

- е) пункт 14.

Необоснованное требование, настаиваем чтобы исключили данный пункт.

- е) пункт 15.

Необоснованное требование, настаиваем чтобы исключили данный пункт.

- з) пункт 16.

Требования, касающиеся ущерба для тех. состояния здания, правильные, однако, требования, касающиеся архитектурного облика, необходимо уточнять что имеется ввиду,

		<p>иначе возможна коррупция.</p> <p>- к) пункт 18.</p> <p>Необходимо согласовать с Правилами благоустройства и с паспортом архитектурно-градостроительного облика объекта, насколько это законно и объективно.</p> <p>- л) дополнить пунктами 19-22.</p> <p>пункт 20 - Исключить из предлагаемого перечня заборы (<i>много строек и почему там запрещать рекламу, что забор красивее?</i>).</p> <p>пункт 21 - Необоснованное требование, настаиваем чтобы исключили данный пункт.</p> <p>пункт 22 - По Приложению № 3 «Основные требования к виду рекламных конструкций». Пункт 2 Панели-кронштейны - разрешить устанавливать только на специально установленных для этой цели опорах.</p> <p>3. В приложении № 3 пункт б).</p> <p>Категорически не согласны. Излишние требования. Нет никакой необходимости регламентировать габаритные размеры подобных конструкций.</p>
3.	<p>ЛООО Открытая предпринимательская гильдия, от 04.10.2019</p>	<p>Данный Проект существенным образом меняет возможные виды рекламных конструкций на территории г. Липецка. Фактически делает невозможным использования разнообразных видов рекламы. При этом в сводном отчете разработчика с одной стороны отмечается, что данные конструкции не востребованы, с другой, что есть рекламные конструкции с разрешениями.</p> <p>1. Считаем нецелесообразным исключать из перечня рекламных конструкций виды рекламных конструкций, эксплуатируемых на территории Липецка. Бегущие строки (светодиодные панно) предлагается вообще запретить (пункт 4.6. признать утратившим силу), ссылаясь что они размещены хаотично, вместо того чтобы предложить упорядочивание их использования.</p> <p>2. Изложение пункта 12 в новой редакции (установление минимальных расстояний между осями отдельно стоящих конструкций ), пунктов 14 и 15 (дискриминирующих владельцев данных строений), считаем необоснованным ограничением, в том числе при отсутствии исследований на данную тему.</p>

		<p>3. Введение пункта 22 (страница 4 Проекта) - противоречит сути Положения о наружной рекламе, т.к. реализуется Положением об информационных элементах г. Липецка. Кроме того, речь идет о конструкциях находящихся внутри помещений.</p> <p>Вводимые ограничения будут снижать деловую активность не только игроков рекламного рынка, но и предпринимательскую активность в целом.</p>
--	--	--