

СВОД

предложений по результатам проведения публичных консультаций
по проекту муниципального нормативного правового акта
– решения Пермской городской Думы «О внесении изменений в Положение
о порядке установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Перми,
утвержденное решением Пермской городской Думы от 27.01.2009 № 11»

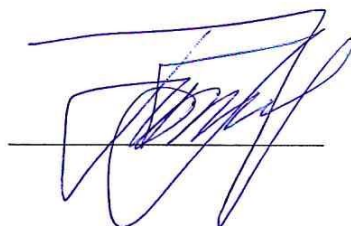
1. Полный электронный адрес размещения проекта правового акта:
официальный сайт муниципального образования город Пермь в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.
2. Срок, в течение которого разработчиком принимались предложения в связи с проведением публичных консультаций проекта правового акта:
начало "29" января 2019 г., окончание "04" февраля 2019 г.
3. Сведения о разработчике – организаторе публичных консультаций:
Департамент экономики и промышленной политики администрации города Перми.
4. Сведения об участниках публичных консультаций, представивших предложения (замечания), результаты их рассмотрения:

N	Участники публичных консультаций	Краткая характеристика поступивших предложений (замечаний)	Результат рассмотрения поступивших предложений (замечаний), причины отклонения
1.	ИП Головнев О.В.	<p>1. В разделе 1 приложения к проекту решения Пермской городской Думы «Сборник типовых рекламных конструкций, допустимых к размещению на территории города Перми» (далее – Сборник РК) – Рекламный щит. Страница 5, слова «Опорная стойка: выполнена из двух профильных труб прямоугольного, квадратного или круглого сечения» заменить словами: «Опорная стойка: выполнена из одной или двух профильных труб прямоугольного, квадратного или круглого сечения».</p> <p>2. В разделе 2 Сборника РК – Ситиборд. Страница 9, слова «Опорная стойка: выполнена из двух профильных труб прямоугольного или квадратного сечения» заменить словами: «Опорная стойка: выполнена из одной или двух профильных труб прямоугольного или квадратного сечения».</p> <p>3. В разделе 5 Сборника РК – Суперсайт. Страница 22, слова «Торцевые поверхности конструкций должны быть закрыты декоративными элементами из оцинкованных панелей, окрашенным в серый цвет RAL 7035» - исключить.</p> <p>4. В разделе 6 Сборника РК – Суперборд. Страница 26, слова «Торцевые поверхности конструкций должны быть закрыты декоративными элементами из оцинкованных панелей, окрашенным в серый цвет RAL 7035» - исключить.</p>	<p>1, 2. Предложения отклонены. Согласно Федеральному закону от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) размещение рекламных конструкций не должно нарушать внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города. В соответствии с решением Пермской городской Думы от 29.01.2008 № 4 «Об утверждении Правил благоустройства и содержания территории в городе Перми» (далее – Правила благоустройства) архитектурный облик города (улицы, квартала) – пространственно-композиционное решение территории, при котором взаимосвязка объектов капитального строительства, всех элементов застройки, элементов благоустройства (в том числе рекламы) и окружающей среды осуществлена с учетом воплощенных архитектурных решений, соразмерности пропорций, цвета, пластики, метроритмических закономерностей и направлена на создание комфортной городской среды. В целях поддержания архитектурного облика города, предлагается у рекламных конструкций типа «рекламный щит», «ситиборд» выполнить опорные стойки из 2 элементов с просветом соединенных информационной табличкой, которые будут облегчать массу информационного поля конструкции.</p> <p>3, 4. Предложения отклонены. Оставление торцевых поверхностей не закрытыми декоративными элементами повлечет нарушение эстетической составляющей конструкции. Кроме того, декоративные элементы торцевых поверхностей конструкций могут сниматься на период проведения соответствующих технических работ.</p>
2.	ООО «Гэллэри Сервис»	1. Пункт 2.1.14 Положения о порядке установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Перми, утвержденного решением Пермской городской Думы от 27.01.2009 № 11 изложить в следующей редакции: «2.1.14. устройство автоматической смены рекламных изображений – механизм (устройство), встраиваемый в информационное	1. Предложение отклонено. Применение цифровых технологий при смене рекламных изображений предусмотрено техническими характеристиками отдельной рекламной конструкции в виде светодиодного экрана (устройство отображения и передачи визуальной информации (дисплей, монитор,

	<p>поле рекламной конструкции, позволяющий размещать и демонстрировать на одном информационном поле несколько рекламных изображений путем их вращения (призматрон, тривижн, скроллер), или с применением цифровой технологии (цифровая электронная панель).».</p> <p>2. абзац 4 раздела «Введение» Сборника РК изложить в следующей редакции: «Основные составляющие рекламной конструкции – информационное поле поверхность (часть) рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы, социальной рекламы. Информационное поле может быть оборудовано призматроном, тривижн, скроллером и цифровой электронной панелью.».</p> <p>3. В слайдах 5, 9, 13, 21, 25 Сборника РК в разделе «Типы информационных полей» второй абзац изложить в следующей редакции: «Устройство автоматической смены изображений (призматрон, тривижн, цифровая электронная панель)».</p> <p>4. В слайдах 5, 9 Сборника РК в разделе «Опорная стойка» абзац 1 изложить в следующей редакции: «выполнена из двух или одной трубы прямоугольного, квадратного или круглого сечения».</p>	<p>телевизор), устанавливаемое как отдельно стоящая рекламная конструкция либо смонтированное на фасаде зданий/сооружений).</p> <p>2. Предложение отклонено. Характеристики информационных полей (типы информационных полей, технологии замены информации) в развернутом виде представлены в Сборнике РК непосредственно по каждому виду рекламных конструкций.</p> <p>3. Предложение отклонено. Применение цифровых технологий при смене рекламных изображений предусмотрено техническими характеристиками отдельной рекламной конструкции в виде светодиодного экрана (устройство отображения и передачи визуальной информации (дисплей, монитор, телевизор), устанавливаемое как отдельно стоящая рекламная конструкция либо смонтированное на фасаде зданий/сооружений).</p> <p>4. Предложение отклонено. Согласно Закону о рекламе размещение рекламных конструкций не должно нарушать внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города. В соответствии с Правилами благоустройства, архитектурный облик города (улицы, квартала) – пространственно-композиционное решение территории, при котором взаимосвязка объектов капитального строительства, всех элементов застройки, элементов благоустройства (в том числе рекламы) и окружающей среды осуществлена с учетом воплощенных архитектурных решений, соразмерности пропорций, цвета, пластики, метроритмических закономерностей и направлена на создание комфортной городской среды. В целях поддержания архитектурного облика города, предлагается у рекламных конструкций типа «рекламный щит», «ситиборд» выполнить опорные стойки из 2 элементов с просветом соединенных информационной табличкой, которые будут облегчать массу информационного поля конструкции.</p>
--	---	--

Вывод о необходимости внесения изменений в положения проекта муниципального нормативного правового акта, их масштабе и необходимости (отсутствии необходимости) изменения его концепции:
 Внесение изменений в положения предлагаемого проекта не требуется, концепция проекта не изменяется.

Начальник департамента
 экономики и промышленной политики
 администрации города Перми



Т.И. Михалева