

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 "09" июля 2020 г., окончание "15" июля 2020 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:

№	Участники публичных консультаций	Краткая характеристика поступивших предложений (замечаний)	Результат рассмотрения поступивших предложений (замечаний), причины отклонения
1.	ООО «Гэллэри Сервис»	<p>1. пункт 2.4.1 приложения 1 к проекту решения Пермской городской Думы (далее – Проект) изложить в редакции: «выполнена из двух труб круглого сечения, диаметр каждой из которых должен быть не менее 0,2 м и не более 0,35 м, <u>либо из двух труб прямоугольного сечения, ширина лицевой стороны каждой должна быть не менее 0,25 м и не более 0,35 м, ширина торцевой стороны каждой не менее 0,15 м и не более 0,25 м;</u> размеры одной трубы опорной стойки должны совпадать с размерами второй трубы опорной стойки. Расстояние между двух труб опорной стойки должно быть не менее 0,4 м и не более 0,6 м;».</p> <p>2. пункт 7.1.1 приложения 1 к Проекту изложить в редакции: «размер информационного поля 6*3 м (внешние габариты <u>не более</u> 6,6*3,4 м), 3,7*2,7 м (внешние габариты <u>не более</u> 4,2*3,2 м), 1,2*1,8 м (внешние габариты <u>не более</u> 1,4*2 м), 15*5 м;».</p> <p>3. пункт 7.1.2 приложения 1 к Проекту изложить в редакции: «расположение информационного поля при размерах <u>не более</u> 6*3 м, 3,7*2,7 м, 15*5 м – горизонтальное, при размере информационного поля <u>не более</u> 1,2*1,8 - вертикальное.».</p> <p>4. в пункте 7.4.2.1 приложения 1 к Проекту: «при размере информационного поля 6*3 м - от 4 м до 6 м) – <u>предложение убрать верхнее ограничение или увеличить его значение, так как имеются</u></p>	<p>1. Принято для внесения изменений в приложение 1 к Проекту.</p> <p>2. Принято для внесения изменений в приложение 1 к Проекту.</p> <p>3. Отклонено. Вариативность размеров информационных полей рекламных конструкций приложением 1 к Проекту не предусмотрена.</p> <p>4. Отклонено. Пунктом 7.4.2.1 приложения 1 к Проекту предусмотрено, что высота опорной стойки определяется исходя из особенностей рельефа местности и объектов, препятствующих визуальному</p>

случаи, когда мост может быть выше 6-ти метров.

5. пункт 7.6 проекта:

«7.6. Освещение рекламной конструкции – внутренняя подсветка за счет светодиодов.» - **исключить либо изменить, так как подобный формат не имеет внутренней подсветки.**

6. дополнить Проект нормой:

«Радиус места установки рекламной конструкции составляет 10 метров от координатного ориентира, указанного в схеме. Установка рекламной конструкции в границах радиуса, определенного схемой размещения рекламных конструкций, должна соответствовать требованиям ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения» (далее – ГОСТ Р 52044-2003), ГОСТ 33027-2014 «Дороги автомобильные общего пользования. Требования к размещению средств наружной рекламы» (далее – ГОСТ Р 33027-2014), действующего законодательства по безопасности дорожного движения не должны нарушать права и законные интересы третьих лиц.»
Данная норма позволит более гибко подходить к ситуациям, когда имеются объективные обстоятельства, препятствующие изначальной установке рекламной конструкции исключительно в точке, определенной схемой (например: наличие охранных зон инженерных сетей, о которых не было известно до попытки установить рекламную конструкцию). Кроме того, данная норма позволит не расторгать договор при возникновении городского случая, а, при наличии фактической возможности, перенести рекламную конструкцию в указанном радиусе.

7. Предлагается предусмотреть механизм расторжения договора в случаях, когда изначальная установка рекламной конструкции невозможна по независящим от сторон обстоятельствам (охранные зоны инженерных сетей, наличие зеленых насаждений, вырубка которых невозможна и др.).

восприятию просмотра информационного поля рекламной конструкции.

5. Отклонено. Рекламная конструкция в виде светодиодного экрана за счет конструктивных особенностей (тип информационного поля – светодиодные матрицы (светодиодное полотно)) фактически имеет подсвет. Наличие/отсутствие, вид подсветки учитывается при расчете начальной цены по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

6. Отклонено. Координаты поворотных точек в системе координат города Перми определяют места размещения рекламных конструкций на территории города Перми. Установление радиуса места установки рекламной конструкции несет риски нарушения интересов третьих лиц, а также повлечет технические сложности при согласовании проекта 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 (далее – Схема) (внесении изменений в Схему).

7. Отклонено. Предложение не входит в предмет вносимых изменений.

2.	Пермская торгово-промышленная палата	<p>1. Определение «светодиодного экрана» (абзац 5 пункта 1.1.4 Проекта) изложить в редакции: «светодиодный экран – устройство отображения и передачи визуальной информации (дисплей, телевизор, монитор и т.п.), устанавливаемое как отдельно стоящая рекламная конструкция или присоединяемая к зданию, строению, сооружению;».</p> <p>2. В пункте 1.12 Проекта отсутствуют конкретные критерии для принятия административного решения функциональным органом администрации города Перми, осуществляющим функции в области участия в организации работы по обеспечению безопасности дорожного движения, в случае, касающемся оценки проекта Схемы на попадание тех или иных проектируемых рекламных мест в границы производства работ по строительству, реконструкции или капитальному ремонту автомобильных дорог общего пользования местного значения города Перми. Предложение – ввести критерии для принятия административным органом конкретного решения по итогам оценки проекта схемы на предмет попадания мест в границы производства работ по строительству, реконструкции или капитальному ремонту автомобильных дорог общего пользования местного значения города Перми.</p> <p>3. В Проекте регламентировать порядок внесения изменений в схему 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.</p>	<p>1. Отклонено. Согласно пункту 5.8 статьи 19 Закона о рекламе органы местного самоуправления вправе самостоятельно определять места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. Светодиодные экраны, монтируемые и располагаемые на внешних стенах зданий, строений и сооружений, выполненные из непрозрачных кабинетов, состоящих из светодиодных модулей, изменяют стилистические и цветовые решения, метроритмические характеристики реализованных архитектурных объектов, тем самым нарушают принципы формирования архитектурного облика сложившейся города Перми.</p> <p>2. Отклонено. Проектом предлагаются нормы, предусматривающие принятие решения функциональным органом администрации города Перми, осуществляющим функции в области участия в организации работы по обеспечению безопасности дорожного движения, о согласовании/не согласовании проекта Схемы (внесения изменений в Схему) с учетом попадания/непопадания мест размещения рекламных конструкций в границы производства работ по строительству, реконструкции и капитальному ремонту автомобильных дорог общего пользования местного значения города Перми в рамках закрепленных полномочий.</p> <p>3. Отклонено. Предложение не входит в предмет вносимых изменений.</p>
3.	ИП Перешеин А.Ю., ИП Галкин Б.В.	<p>1. В пункте 1.1.4 Проекта: ввести нумерацию применительно к каждому виду рекламной конструкции.</p> <p>2. Абзац 5 пункта 1.1.4 Проекта изложить в редакции: «светодиодный экран – устройство отображения и передачи визуальной информации (дисплей, телевизор, монитор и т.п.), устанавливаемое как отдельно стоящая рекламная конструкция или присоединяемая к зданию, строению, сооружению;».</p>	<p>1. Отклонено. Поступившее предложение по нумерации пунктов не отражается на содержании вносимых изменений.</p> <p>2. Отклонено. Согласно пункту 5.8 статьи 19 Закона о рекламе органы местного самоуправления вправе самостоятельно определять места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. Светодиодные экраны, монтируемые и располагаемые на внешних стенах зданий, строений и сооружений, выполненные из непрозрачных кабинетов, состоящих из</p>

	<p>3. Пунктом 1.12 Проекта предлагается уточнить предмет согласования проекта схемы функциональным органом администрации города Перми, осуществляющим функции в области участия в организации работы по обеспечению безопасности дорожного движения (далее – ФО). Предложение – ввести критерии для принятого ФО конкретного решения по итогам оценки проекта схемы на предмет попадания рекламных мест в границы производства работ по строительству, реконструкции или капитальному ремонту автомобильных дорог общего пользования местного значения города Перми.</p> <p>4. Приложение 1 к Проекту содержит термины, не имеющие легального определения. Например, «тип информационного поля», «статичная поверхность», «технология замены рекламной информации», «бумажный постер», «виниловое полотно», «тривижн», «призматрон». Предложение – оценить необходимость использования указанных терминов в Проекте, в случае необходимости таковых – ввести в Проект соответствующие определения.</p> <p>5. Не просматривается связь между типом информационного поля и технологиями замены рекламной информации и внешним видом соответствующих рекламных конструкций, установление требований к которому входит в полномочия органов местного самоуправления. Предложение – соответствующие части из приложения 1 к Проекту исключить как избыточные, не имеющие отношение к муниципальным полномочиям в сфере правового регулирования отношений в сфере установки и эксплуатации рекламных конструкций.</p> <p>6. В отношении рекламных конструкций (рекламных щитов, сити-бордов) исключить из Проекта требования к диаметру и сечениям труб опорных стоек (либо установить несколько альтернативных</p>	<p>светодиодных модулей, изменяют стилистические и цветовые решения, метроритмические характеристики реализованных архитектурных объектов, тем самым нарушают принципы формирования архитектурного облика сложившейся города Перми.</p> <p>3. Отклонено. Проектом предлагаются нормы, предусматривающие принятие решения функциональным органом администрации города Перми, осуществляющим функции в области участия в организации работы по обеспечению безопасности дорожного движения, о согласовании/не согласовании проекта Схемы (внесения изменений в Схему) с учетом попадания/непопадания мест размещения рекламных конструкций в границы производства работ по строительству, реконструкции и капитальному ремонту автомобильных дорог общего пользования местного значения города Перми в рамках закрепленных полномочий.</p> <p>4. Отклонено. Понятия, предлагаемые приложением 1 к Проекту («тип информационного поля», «статичная поверхность», «технология замены рекламной информации», «бумажный постер», «виниловое полотно»), являются общепринятыми выражениями, не требующими специального определения. Термины «тривижн», «призматрон» подразумевают под собой виды механизмов устройства автоматической смены рекламных изображений, что отражено в Положении о порядке установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Перми, утвержденном решением Пермской городской Думы от 27.01.2009 № 11.</p> <p>5. Отклонено. Указанные характеристики рекламных конструкций относятся к элементам, формирующим внешний вид городского пространства, соответственно, влияют на внешний архитектурный облик сложившейся застройки города Перми.</p> <p>6. Принято для внесения изменений в пункт 2.4.1 приложения 1 к Проекту в части установления альтернативных вариантов с целью обеспечения возможности выбора в зависимости от совокупности практических факторов, обусловленных конкретным</p>
--	---	--

	<p>вариантов с целью обеспечения возможности выбора между ними в зависимости от совокупности практических факторов, обусловленных конкретным рекламным местом).</p> <p>Проект противоречит Постановлению Правительства Пермского края от 09.09.2013 № 1190-п «О реализации на территории Пермского края норм Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Постановление № 1190-п) в части установления количества опорных стоек, их высоты в отношении рекламных конструкций в виде щита, сити-борда.</p> <p>В соответствии с частью 5.8 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» органы местного самоуправления муниципальных районов или городских округов утверждают Схемы. Технические характеристики устанавливаются в Схеме.</p> <p>7. Исключить из Проекта форму текстовой части Схемы в связи с тем, что текстовая часть Схемы уже утверждена Пермской городской Думой.</p> <p>8. Включить в Проект нормы, регулирующие порядок внесения изменений в Схему.</p>	<p>рекламным местом.</p> <p>Предлагаемая Проектом терминология не противоречит Постановлению № 1190-п. Согласно пункту 5.8 статьи 19 Закона о рекламе органы местного самоуправления вправе самостоятельно определять места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах.</p> <p>7. Отклонено. Решением Пермской городской Думы от 23.08.2016 № 171 «Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории города Перми» утверждена текстовая часть Схемы, приложением 2 к Проекту предлагается утвердить форму текстовой части Схемы.</p> <p>8. Отклонено. Предложение не входит в предмет вносимых изменений.</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 требуется в части корректировки пунктов 2.4.1, 7.1.1 приложения 1 к Проекту, концепция проекта не изменяется.

И.о. начальника департамента
экономики и промышленной политики
администрации города Перми



О.М. Чеснокова

