



**УПОЛНОМОЧЕННЫЙ ПО ЗАЩИТЕ ПРАВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ
В НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ И ЕГО АППАРАТ**

пл. Победы-Софийская, д. 1, Великий Новгород, Россия, 173005 тел. (816+2) 73-13-87,
E-mail: novgorod@ombudsmanbiz.ru

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ № 38
об оценке регулирующего воздействия проекта
муниципального нормативного правового акта**

Великий Новгород
Исх. № 119 от 02.03.2020 г.

Председателю Комитета
архитектуры и градостроительства
Администрации Великого Новгорода
А.Е. Жилину

Уважаемый Евгений Алексеевич!

Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Новгородской области и его аппарат (далее по тексту - Уполномоченный), в соответствии с извещением о проведении публичных консультаций и Порядком проведения оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов и экспертизы действующих нормативных правовых актов Администрации Великого Новгорода, Мэра Великого Новгорода, утвержденного постановлением Администрации Великого Новгорода от 31.07.2017 г. № 3210, рассмотрел проект Решения Думы Великого Новгорода «О внесении изменений в Положение о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального Закона «О рекламе» (далее по тексту проект).

Ознакомившись с проектом муниципального нормативного правового акта, Уполномоченный отмечает следующее.

1. В пояснительной записке к проекту разработчик указал, что предлагаемые изменения подготовлены в целях корректировки действующих понятий, требований к установке рекламных конструкций и коэффициента, учитывающего вид рекламных конструкций (К2).

Разработчик указал, что в связи с тем, что Великий Новгород является одним старейших городов России его территория поделена на две зоны размещения рекламных конструкций.

Так, в 1 городскую зону - зону историко-культурного наследия, были включены территориальные зоны градостроительного зонирования, определенные Правилами землепользования и застройки в г. Новгороде, утвержденными решением Новгородской городской Думы от 19.12.1996 № 36, - СИ.1, СИ.2, Р.1, Р.4.

После утверждения Правил землепользования и застройки Великого Новгорода решение Думы Великого Новгорода от 25.12.2019 № 347 предлагается включить территориальные зоны градостроительного

зонирования - СИ., Р.1, Р.4, а также бульвар Воскресенский и Вокзальную площадь.

Полагает, что включение бульвара Воскресенского и Вокзальную площадь в 1 городскую зону целесообразно для сохранения целостности пространства с учетом сложившейся застройки Великого Новгорода.

С данной позицией разработчика Уполномоченный не согласен. В настоящее время в вышеуказанных зонах субъектами предпринимательской деятельности размещены рекламные конструкции. Данное нововведение влечет запрет на размещение рекламных конструкций на вышеуказанных территориях, что негативным образом скажется на субъектах предпринимательской деятельности осуществляющих свой рекламный бизнес в данных зонах.

Введение дополнительных запретов на установку и эксплуатацию рекламных конструкций не только не целесообразно, но и напрямую будет способствовать созданию административных барьеров для бизнеса.

Уполномоченный обращает внимание разработчика проекта, что в действующий нормативный правовой акт в 2019 году уже дважды вносились существенные изменения в нарушение процедуры оценки регулирующего воздействия (Решением Думы Великого Новгорода от 01.02.2019 № 103 «О внесении изменений в Положение о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального закона «О рекламе» и Решением Думы Великого Новгорода от 29.08.2019 № 264 «О внесении изменений в Положение о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального закона «О рекламе»).

Уполномоченный также обращает внимание на то, что согласно ст. 6 Устава, Дума Великого Новгорода является представительным органом Великого Новгорода, а Администрация Великого Новгорода является исполнительно-распорядительным органом Великого Новгорода.

Вместе с тем, инициатива разработки данного муниципального правового акта исходит не от представительного органа власти, к компетенции которого отнесено утверждение общих требований к установке и эксплуатации рекламных конструкций на территории Великого Новгорода с целью сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки (п. 3.1.1. Положения), а от исполнительно-распорядительного органа – Администрации Великого Новгорода.

2. Проектом предлагается определить расстояния между рекламными конструкциями, учитываемыми при утверждении Схемы размещения рекламных конструкций на территории Великого Новгорода или внесении в нее изменений.

В частности предусмотреть между:

рекламными конструкциями малого формата расстояние 30м.;

рекламными конструкциями малого формата и рекламными конструкциями среднего формата расстояние 50м.;

рекламными конструкциями малого формата и рекламными конструкциями большого формата расстояние 70м.;

рекламными конструкциями среднего формата расстояние 70м.;
рекламными конструкциями среднего формата и рекламными конструкциями большого формата расстояние 70м.;

рекламными конструкциями большого формата расстояние 120м..

При этом разработчик считает, что данные требования могут не распространяться на рекламные конструкции, размещаемые на земельных участках, где осуществляется деятельность по продаже автомобилей и фаст - фудов из-за специфики осуществляемой деятельности.

Введение вышеуказанных ограничений, по своей сути, разработчик ни чем не обосновал. В чем вызвана необходимость устанавливать внесение вышеуказанных ограничений, разработчиком не аргументировано.

При этом Уполномоченный обращает внимание разработчика на то, что согласно ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. **При этом 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 исполнительным органом государственной власти данного субъекта Российской Федерации.**

Предварительное согласование с органом исполнительной власти субъекта разработчиком не представлено.

Кроме того, по мнению Уполномоченного, проект в данной части может предоставлять более выгодные преимущества субъектам предпринимательской деятельности, осуществляющим деятельность по продаже автомобилей и фаст – фудов, что по своей сути является нарушением антимонопольного законодательства, а также влечь нарушение антикоррупционного законодательства.

3. По мнению разработчика, представленной в пояснительной записке к проекту, является целесообразным откорректировать вопрос по определению цены за право размещения рекламных конструкций на территории Великого Новгорода, на объектах недвижимости, находящихся в муниципальной собственности, в том числе земельных участках, и на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена.

Разработчик указал, что в настоящее время, начальная (минимальная) цена предмета аукциона (цена лота) - начальный (минимальный) размер платы за право заключения договора определяется как пятикратный размер платы ежегодного платежа за размещение рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в муниципальной собственности, и на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, за исключением начального (минимального) размера платы за право заключения договора на установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции, остановочного навеса с сити- форматом (лайтпостером), электронного табло

(экрана), который определяется как однократный, семикратный и десятикратный размер платы ежегодного платежа соответственно (в соответствии с Положением о порядке проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Великого Новгорода, утвержденным постановлением Администрации Великого Новгорода от 20.04.2012 № 1500) - далее Положение о торгах.

При заключении договора по результатам торгов рекламодатель оплачивает ежегодный платеж за право размещения рекламной конструкции.

Разработчик предлагает базовый размер платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции **поднять до 1800 рублей за 1 кв. м в год с последующим внесение изменений в Положение о торгах.**

Уполномоченный обращает внимание разработчика на отсутствие экономической обоснованности определения базового размера платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции. В связи с чем за основу взято **1800** рублей за 1 кв. м в год, а не иной размер. В части содержания самого проекта муниципального НПА, Уполномоченный отмечает следующее.

1. Пунктом. 4.2.12. проекта установлено ограничения при установке и эксплуатации рекламных конструкций на территории Великого Новгорода.

В п. 4.2.12.2,- п. 4.2.12.6, п. 4.2.12.9-п. 4.2.12.16 проекта содержится фактически запрет при установке и эксплуатации рекламных конструкций на территории Великого Новгорода на размещение рекламных конструкций, что не соответствуют нормативным правовым актам, имеющим большую юридическую силу, и нарушают права и законные интересы субъектов предпринимательской деятельности.

Ранее нормы, содержащиеся в п. 4.2.8.3 Положения № 1064 были признаны решением Новгородского областного суда недействующими (адм. Дело № 03а-61/19). При этом апелляционным определением Верховного суда РФ решение Новгородского областного суда оставлено в силе (Дело № 84-АПА19-24).

Верховный суд РФ указал, что распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламодателем, с соблюдением требований статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

Уполномоченный рекомендует разработчику соблюдать требования Федерального закона № 38-ФЗ «О рекламе» и не допускать «свободное толкование» правовых норм.

Уполномоченный также настоятельно рекомендует включить п. 5.1. проекта возможность установки и эксплуатации рекламных конструкций (в том числе электронных табло (экранов) на крышах зданий, строений, сооружений.

2. В соответствии с п. 4.2.12.7. проекта, не допускается размещение рекламных конструкций на зданиях, строениях или ином недвижимом имуществе без разработанного и согласованного **Паспорта здания** либо с нарушением требований, определенных Паспортом здания.

Согласно ч.12 ст.19 Федерального закона № 38-ФЗ орган местного самоуправления муниципального района или орган местного самоуправления городского округа не вправе требовать от заявителя представления документов и сведений, не относящихся к территориальному размещению, внешнему виду и техническим параметрам рекламной конструкции, а также взимать помимо государственной пошлины дополнительную плату за подготовку, оформление, выдачу разрешения и совершение иных связанных с выдачей разрешения действий.

Проект нормативно-правового акта органа местного самоуправления содержит условия, влекущие запрет на размещение рекламной конструкции без **Паспорта здания**.

Таким образом, при утверждении органом местного самоуправления городского округа нормативного правового акта, определяющего порядок выдачи разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории муниципального образования нарушены положения Федерального закона № 38-ФЗ.

Одной из основополагающих задач оценки регулирующего воздействия проектов нормативных правовых актов, является выявление положений, вводящих избыточные обязанности, запреты и ограничения для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности или способствующих их введению.

По результатам проведенной оценки регулирующего воздействия Уполномоченным выявлены возможные риски для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности в результате принятия данного нормативного правового акта, препятствующие достижению целей правового регулирования.

Уполномоченный не рекомендует разработчику принимать в вышеуказанной редакции проект данного муниципального нормативного правового акта.

При этом в действующую редакцию Решения Думы Великого Новгорода от 29.12.2016 № 1064 «Об утверждении Положения о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального закона «О рекламе» необходимо внести изменения в связи с вступившим в законную силу решением Новгородского областного суда (адм. Дело № 03а-61/19), оставленное в силу апелляционным определением Верховного суда РФ (Дело № 84-АПА19-24).

Уполномоченный настоятельно рекомендует разработчику не ухудшать положение субъектов предпринимательской деятельности, в том числе, у которых получены и действуют разрешения на размещение рекламных конструкций и не принимать проект данного нормативного правового акта.

**Уполномоченный по защите
прав предпринимателей
в Новгородской области**



Ю.В. Михайлов