

Отчет о проведении публичных консультаций относительно разработанного проекта внесения изменений в Решение Ивановской городской Думы от 20.12.2006 № 315 «О приведении в соответствие с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» нормативно-правовых актов муниципального образования городской округ Иваново в сфере наружной рекламы»

1. Наименование нормативного правового акта, по которому были проведены публичные обсуждения: проекта внесения изменений в Решение Ивановской городской Думы от 20.12.2006 № 315 «О приведении в соответствие с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» нормативно-правовых актов муниципального образования городской округ Иваново в сфере наружной рекламы».
2. Общие сроки проведения публичных консультаций: с 25.06.2015 по 27.07.2015.
3. Цель и задачи организации и проведения публичных консультаций:

Цель: приведение нормативного правового акта в соответствие с требованиями, установленными Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», устранение существующих противоречий между Решением Ивановской городской Думы от 26.03.2014 № 719 «О схемах размещения рекламных конструкций на территории города Иванова».

Задачи:

- 1) Определить необходимость внесения изменений рассматриваемым проектом в редакцию существующего нормативного правового акта.
- 2) Выявление в проекте нормативного правового акта положений (пунктов), которые приводят к увеличению издержек субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности.
- 3) Выявление в проекте нормативного правового акта положений (пунктов), которые создают необоснованные административные барьеры и ограничивают возможности осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности.

4. Проведенные формы публичных слушаний:

Наименование формы публичных обсуждений	Сроки проведения публичных обсуждений	Общее количество участников
Проведение публичных консультаций путем размещения проекта нормативного правового акта на официальном сайте Администрации города Иванова с соответствующим уведомлением, пояснительной запиской и опросным листом с перечнем предлагаемых к рассмотрению вопросов.	с 25.06.2015 по 27.07.2015	2

5. Состав участников публичных слушаний:

5.1. Общее количество участников публичных консультаций:

В проведении публичных консультаций приняли участие 2 субъекта в период проведения опроса относительно мнения о проекте.

5.2. Количество участников публичных консультаций по основным целевым группам:

Название целевой группы	Количество участников, входящих в данную целевую группу	Доля от общего количества участников, %
1. Некоммерческое партнерство	1	50%
2. Общественная организация	1	50%

6. Результаты анализа опросных листов (закрытые вопросы, анкетирование):

В результате проведенных публичных консультаций путем сбора мнений участников публичных консультаций посредством почты и электронной почты, с использованием формы обратной связи при публикации проекта НПА в специализированном разделе по вопросам оценки регулирующего воздействия официального сайта Администрации города Иванова в сети Интернет сформировано следующее мнение. Предлагаемое регулирование НПА направлено на решение актуальной проблемы соответствия с федеральным законодательством. Участники публичных консультаций обращают внимание на отдельные пункты НПА, уточняющие распределение улиц на категории города, оплату по договорам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

7. Результаты анализа полученных ответов на вопросы для обсуждения (открытые вопросы):

Результаты публичных обсуждений.		
Наименование субъекта публичных обсуждений.	Высказанное мнение.	Позиция регулирующего органа.
Некоммерческое партнерство «Союз профессионалов в наружной рекламе Ивановской области», Ивановское региональное отделение «ОПОРА РОССИИ»	Высказаны возражения относительно отнесения пр. Текстильщиков к зоне 2 вместо зоны 3, что предполагает ограничение размера рекламных конструкций, установленных на пр. Текстильщиков.	<p>1) Географически пр. Текстильщиков не расположен в зоне въезда/выезда из города, что является главным критерием отнесения улиц к 3-й зоне, географическое положение пр. Текстильщиков аналогично географическому положению пр. Строителей, ул. Шубиных, ул. М. Василевского, ул. Кавалерийская, которые отнесены ко 2-й зоне.</p> <p>2) По характеру застройки на пр. Текстильщиков преобладают многоэтажные и малоэтажные жилые дома, установление рекламных конструкций без ограничения максимальных габаритных размеров нарушает архитектурный облик города и может создать некомфортные условия проживания в жилых домах.</p> <p>3) Количество выданных разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на пр. Текстильщиков – 17шт., из них -16шт. (94%) разрешений на установку рекламных конструкций с габаритными размерами 3м*6м (что соответствует 2-й зоне), 1шт. (6%)</p>

		<p>разрешений на установку рекламных конструкций с габаритными размерами свыше 6х3м. (что не соответствует 2-й зоне).</p> <p>Таким образом, отнесение пр. Текстильщиков ко 2й зоне является географически обоснованным и соответствует сложившейся застройке, не ведет к увеличению финансовой нагрузки на операторов наружной рекламы, поскольку не изменяет размера оплаты за рекламные конструкции, установленные на пр. Текстильщиков</p>
	<p>Высказаны возражения относительно отнесения ул. Генерала Хлебникова ко 2й категории улиц вместо 3й категории, что предполагает увеличение коэффициента К1 с 0,7 до 0,85.</p>	<p>В 2012 году на ул. Генерала Хлебникова была введена в эксплуатацию крупная транспортная развязка, соединившая пр. Строителей и ул. Лежневскую, изменился характер окружающей застройки ул. Генерала Хлебникова (был возведен крупный микрорайон «Московский», появилось большое количество объектов торгового и коммерческого назначения), что существенно увеличило транспортный и пешеходный поток на данной улице. В настоящее время к 3 категории относятся улицы, не имеющие большого транспортного и пешеходного потока (например, ул. Комсомольская, ул. Демидова, ул. 9 Января, ул. Жиделева, ул. Красных Зорь, ул. Воронина, ул. Радищева, ул. Наговицыной-Икряннистовой, ул. Демьяна Бедного). Улицы со средним транспортным и пешеходным потоком отнесены ко 2й категории (например, ул. Велижская, ул. Кудряшова, пр. Текстильщиков, ул. Станкостроителей). Согласно проведенному мониторингу стоимость размещения рекламы на конструкциях, установленных на ул. Генерала Хлебникова идентична стоимости размещения на конструкциях, установленных на улицах 2й категории (ул. Парижской Коммуны, пр. Текстильщиков, ул. Смирнова (в части не вошедшей в категорию 1), что создает необоснованное конкурентное преимущество для операторов наружной рекламы, установивших рекламные конструкции на ул. Генерала Хлебникова.</p> <p>Благодаря предлагаемым изменениям достигается равный подход ко всем владельцам рекламных конструкций. Устраняется диспропорция между платежами в казну города и выручкой от размещения рекламы, в зависимости от очевидного различия выгодности месторасположения. Следует упомянуть, что формирование бюджета является важной функцией Управления по наружной рекламе, информации и оформлению города, основанной на принципе прозрачности и равнозначности требований ко всем участникам рынка наружной рекламы в городе. Предлагаемые изменения позволяют соблюсти данный принцип.</p>
	<p>Участник опроса указывает на необоснованное изменение порядка</p>	<p>Действующая редакция п. 2.3 Положения о порядке организации и проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием</p>

	<p>определения начальной цены предмета торгов.</p>	<p>имущества, находящегося в муниципальной собственности города Иванова или в распоряжении органов местного самоуправления города Иванова предусматривает, что начальная цена предмета торгов устанавливается управлением по делам наружной рекламы, оформления и информации города из расчета не менее стоимости оплаты по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции за пятилетний срок действия договора.</p> <p>Полагаем, данный пункт создает дискриминационные условия для проведения торгов, поскольку не предусматривает четко установленного порядка определения начальной цены предмета торгов, оставляя данный вопрос на усмотрение Управления по делам наружной рекламы, информации и оформления города.</p> <p>Кроме того, данный пункт вопреки утверждению участника опроса не предусматривает установление начальной цены торгов исходя из размера оплаты по договору за 10 лет.</p> <p>Предлагаемая редакция данного пункта предусматривает строго установленный порядок определения начальной цены предмета торгов без привязки к срокам действия договоров путем установления пятикратного коэффициента размера платы по договору. Аналогичное правовое регулирование данного вопроса существует в соседних областных центрах (г. Ярославль, г. Кострома).</p> <p>При определении пятикратного размера коэффициента Управление исходило из установленного на сегодняшний день размера оплаты по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций. По сравнению с 2013 г. (когда были проведены последние торги на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Иванова или в распоряжении органов местного самоуправления города Иванова) размер оплаты по договорам вырос примерно в два раза, в связи с чем установление коэффициента свыше 5 приведет к тому, что начальная цена торгов окажется необоснованно высокой и экономически необоснованной.</p> <p>Кроме того, Управление также учитывало, что в ходе проведения торгов начальная цена торгов будет увеличиваться согласно предложениям участников торгов.</p>
	<p>Участником опроса указывается, что размер платы по договорам будет рассчитываться</p>	<p>Данная позиция основана на неверном понимании предлагаемых изменений. В настоящее время Схемы размещения рекламных конструкций на территории городского округа Иваново содержат четкие указания относительно габаритных размеров каждой рекламной конструкции, наличия системы</p>

	<p>исходя из заявок участников, а не исходя из количества сторон (фактически в заявках может быть указано меньшее количество сторон).</p>	<p>динамической смены изображений на каждой из сторон конструкции, способа смены изображения для каждой динамической рекламной конструкции. Данное правовое регулирование является чрезмерным, ограничивает конкуренцию и создает конкурентные преимущества для отдельных операторов наружной рекламы (преимущество получают те участники рынка наружной рекламы, которые имеют в собственности определенные рекламные конструкции с определенными размерами, системой смены изображения, все остальные участники фактически оказываются в экономически невыгодном положении, поскольку вынуждены приобретать и устанавливать только те рекламные конструкции, которые предусмотрены Схемой, либо отказываться от участия в торгах). Кроме того, данное регулирование ограничивает свободу предпринимательской деятельности, поскольку собственник рекламной конструкции не имеет возможности учитывать реальный рыночный спрос на размещение рекламы на тех или иных рекламных местах.</p> <p>Предлагаемые изменения предполагают указывать в Схеме только максимально допустимые габаритные размеры рекламной поверхности в зависимости от зоны размещения рекламной конструкции (с целью сохранения архитектурного облика города), а также тип и вид рекламной конструкции, максимальное количество сторон, рекламных изображений и информационного поля.</p> <p>В ходе проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на муниципальных рекламных местах каждый участник торгов будет иметь право сделать свое предложение относительно площади информационного поля и количества рекламных изображений, которые он имеет намерение использовать на данной рекламной конструкции. При заключении договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций с победителем торгов сделанное им в заявке предложение относительно площади информационного поля и количества рекламных изображений будет включено в договор в качестве одного из существенных условий, будет отражено в разрешении на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и соответственно будет учитываться при определении размера оплаты по договору. Установка рекламной конструкции с характеристиками, не отвечающими условиям заключенного договора и выданному разрешению на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, как и ранее, будет являться нарушением условий договора, что повлечет за собой выдачу предписания на демонтаж незаконно установленной рекламной конструкции и возможность предъявления требования о</p>
--	---	--

		расторжении договора и признании недействительным выданного разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.
	Непонятны поясняющие надписи в скобках	использованы формулировки действующей редакции данных пунктов.
	Необходимость распространения действия НПА на уже заключенные договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.	Вопросы внесения изменений в договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций регулируются исключительно положениями гражданского законодательства

№	Наименование участника публичных обсуждений	Формы публичных обсуждений, в которых принял участие указанный участник
1.	Некоммерческое партнерство «Союз профессионалов наружной рекламы Ивановской области»,	Сбор мнений участников публичных консультаций посредством почты и электронной почты, с использованием формы обратной связи при публикации проекта НПА в специализированном разделе по вопросам оценки регулирующего воздействия официального сайта Администрации города Иванова в сети Интернет
2.	Ивановское региональное отделение «ОПОРА РОССИИ»	Сбор мнений участников публичных консультаций посредством почты и электронной почты, с использованием формы обратной связи при публикации проекта НПА в специализированном разделе по вопросам оценки регулирующего воздействия официального сайта Администрации города Иванова в сети Интернет