

**Администрация города Дмитровграда Ульяновской области
управление социально-экономического развития**

25.06.2021

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

**об оценке регулирующего воздействия проекта постановления
Администрации города Дмитровграда Ульяновской области «Об
утверждении Схемы размещения рекламных конструкций на территории
города Дмитровграда Ульяновской области»**

Управление социально-экономического развития Администрации города Дмитровграда Ульяновской области (далее – Управление) в соответствии с Законом Ульяновской области от 05.11.2013 № 201-ЗО «О порядке проведения оценки регулирующего воздействия проектов нормативных правовых актов Ульяновской области и проектов муниципальных нормативных правовых актов, порядке проведения экспертизы нормативных правовых актов Ульяновской области и муниципальных нормативных правовых актов, затрагивающих вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности, и порядке проведения оценки фактического воздействия нормативных правовых актов Ульяновской области, затрагивающих вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности», пунктом 4.2 раздела 4 Положения о проведении оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов органов местного самоуправления города Дмитровграда Ульяновской области, затрагивающих вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности, утверждённого постановлением Администрации города Дмитровграда Ульяновской области от 24.12.2018 № 2816 «Об оценке регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов органов местного самоуправления города Дмитровграда Ульяновской области», рассмотрело проект постановления Администрации города Дмитровграда «Об утверждении Схемы размещения рекламных конструкций на территории города Дмитровграда Ульяновской области» (далее – проект акта), подготовленный и направленный для подготовки настоящего заключения МКУ «Управление архитектуры и градостроительства города Дмитровграда» (далее – разработчик акта), и сообщает следующее.

1. Описание предлагаемого регулирования.

Принятие нормативного правового акта позволит определить места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, и адресный перечень мест, на которых допускается установка рекламных конструкций (по видам), включая описание технических характеристик.

В результате утверждения Схемы размещения рекламных конструкций в городе Димитровграде Ульяновской области планируется размещение 230 рекламных конструкции различных видов и типов, в том числе:

- щитовых установок (билборд, суперсайт) - 32 единицы, в том числе по планировочным районам: Западный - 12 единиц, Первомайский - 9 единиц, Центральный - 11 единиц,

- щитовых установок 1,2х1,8 м. (световой пилон) тип 2 - 11 единиц, в том числе по планировочным районам: Западный - 7 единиц, Первомайский - 4 единицы,

- рекламных конструкций на остановочных павильонах - 84 единицы, в том числе по планировочным районам: Западный - 17 единиц, Первомайский - 20 единиц, Центральный - 47 единиц.

- рекламных конструкций на существующих остановках общественного транспорта в комплексе с торговым павильоном - 51 единица, в том числе по планировочным районам: Западный - 13 единиц, Первомайский - 15 единиц, Центральный - 23 единицы.

Проект акта разработан в соответствии с пунктом 26.1 части 1 статьи 16 Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», частью 5.8 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», пунктом 7 части 5 статьи 45 Устава муниципального образования «Город Димитровград» Ульяновской области.

2. Проблема, на решение которой направлен предлагаемый способ регулирования, оценка негативных эффектов, возникающих в связи с наличием рассматриваемой проблемы.

Принятие данного проекта повлечет совершенствование организации и координации работы по разработке схемы размещения рекламных конструкций, рассмотрения вопросов внесения изменений в Схему размещения рекламных конструкций на территории города Димитровграда.

Согласно части 5.8 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» органы местного самоуправления муниципальных районов или городских округов утверждают 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. Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. Схема размещения рекламных конструкций должна соответствовать документам территориального планирования и обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности и содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и

видов рекламных конструкций, площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций.

Схема размещения рекламных конструкций на территории города Димитровграда была утверждена ранее постановлением Администрации города Димитровграда Ульяновской области от 10.01.2014 № 6 «Об утверждении Схемы размещения рекламных конструкций на территории города Димитровграда Ульяновской области».

Проектом постановления утверждается новая Схема размещения рекламных конструкций на территории города Димитровграда Ульяновской области и отменяются следующие постановления Администрации города:

- от 10.01.2014 № 6 «Об утверждении Схемы размещения рекламных конструкций на территории города Димитровграда Ульяновской области»,
- от 21.10.2015 № 3485 «О внесении изменения в постановление Администрации города от 10.01.2014 № 6»,
- от 04.07.2017 № 1215 «О внесении изменения в постановление Администрации города от 10.01.2014 № 6»,
- от 11.01.2018 № 024 «О внесении изменения в постановление Администрации города от 10.01.2014 № 6»,
- от 11.06.2019 № 1592 «О внесении изменения в постановление Администрации города от 10.01.2014 № 6».

Принятие Схемы размещения рекламных конструкций на территории города Димитровграда позволит привести в соответствие с действующим законодательством требования о рекламе на территории города Димитровграда Ульяновской области.

3. Обоснование целей предлагаемого регулирования.

Целью регулирования является упорядочение размещения рекламных конструкций и создание условий, необходимых для благоустройства территории объектами наружной рекламы, с учетом архитектурно-градостроительной ситуации, особенностей сформированного ландшафта на территории города.

Достижение целей правового регулирования направлено на сохранение внешнего архитектурного облика города. Разработчиком планируется осуществить размещение рекламных конструкций в соответствии со Схемой рекламных конструкций в 2021 году.

Схема размещения рекламных конструкций на территории города Димитровграда Ульяновской области включает в себя:

- 1) Схему размещения рекламных конструкций в Центральном жилом районе,
- 2) Схему размещения рекламных конструкций в Западном жилом районе,
- 3) Схему размещения рекламных конструкций в Первомайском жилом районе,

4) Технические характеристики типов и видов рекламных конструкций, установка которых допускается на земельных участках независимо от форм собственности на территории города Дмитровграда Ульяновской области,

5) Адресный реестр мест размещения рекламных конструкций на территории города Дмитровграда Ульяновской области,

6) Графические материалы с фотопривязкой и детализацией места расположения щитовых установок.

В результате достижения вышеуказанных целей муниципального регулирования выгодоприобретателями будут являться:

- муниципалитет (увеличение рекламных конструкций, увеличение дохода бюджета города за размещение рекламных конструкций),

- предприниматели (создание возможности участия в отдельном сегменте рынка наружной рекламы на территории города),

- жители и гости города (создание комфортных условий при ожидании общественного транспорта, создание благоприятной художественно-эстетической городской среды, формирование современных городских пространств).

Для достижения заявленных целей регулирования иные мероприятия не требуются.

4. Анализ опыта субъектов Российской Федерации в соответствующей сфере (при наличии информации).

Управление социально-экономического развития Администрации города Дмитровграда в рамках проведения оценки фактического воздействия акта изучило законодательство ряда субъектов Российской Федерации в части разработки Схемы размещения рекламных конструкций на территории города.

Необходимо отметить, что аналогичные порядки действуют во многих регионах Российской Федерации, например:

- постановление Администрации города Ульяновска от 03.04.2014 № 1406 «Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования «город Ульяновск»,

- постановление Администрации муниципального образования «Мелекесский район» Ульяновской области от 02.03.2015 № 174 «Об утверждении Схемы размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования «Мелекесский район» Ульяновской области»,

- постановление администрации городского округа Самара от 14.03.2014 № 283 «Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории городского округа Самара».

5. Анализ предлагаемого регулирования и иных возможных способов решения проблемы.

Целесообразность утверждения предлагаемой Схемы размещения рекламных конструкций на территории города Дмитровграда обусловлена

необходимостью создания прозрачных и понятных правил взаимоотношения Администрации города и владельцев рекламных конструкций.

Возможные позитивные последствия введения предлагаемого варианта правового регулирования - осуществление системного подхода к установленным рекламным конструкциям.

Однако рекламодатели, заинтересованные в получении разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, указанных в схеме размещения рекламных конструкций на территории города Димитровграда, обязаны руководствоваться нормами рассматриваемого проекта при установке рекламной конструкции.

Нормативный правовой акт содержит нормы, затрагивающие интересы субъектов предпринимательской деятельности, осуществляющих размещение рекламных конструкций с нарушением требований законодательства о рекламе.

В ходе публичных обсуждений поступили предложения и замечания от председателя Димитровградского местного отделения общественной организации МСП «Опора России» и от заместителя председателя Ульяновского регионального отделения МСП «Опора России». Поступившие предложения и замечания по тексту аналогичны друг другу.

Предлагаемое регулирование направлено на упорядочивание размещения рекламных конструкций на территории города Димитровграда Ульяновской области. Проблема актуальна, потому что действующая схема рекламных конструкций морально устарела и содержит ошибки.

В соответствии со статьей 1 Закона «О рекламе» целью закона является развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

При этом ограничение распространения рекламы ограничивает конкуренцию производителей, увеличивает монополизацию рынка рекламодателей, лишает возможности размещать социальную рекламу из-за ограниченности рекламного пространства. Новый ГОСТ по рекламе, который вводил запрет на размещение рекламы вдоль дорог, мог привести к многократному сокращению данного рынка, именно поэтому Правительство РФ своевременно внесло изменения в ГОСТ, остановив коллапс рекламного рынка.

При установлении требований по устранению рекламных конструкций необходимо учитывать потребности рекламодателей, рекламодателей, требования по безопасности, определенной ГОСТ. Реклама является одним из основных элементов рыночной экономики, поэтому

ограничение возможности рекламы не соответствует основным принципам закона о рекламе и законодательства о защите конкуренции.

В данном случае рынок рекламы на территории города Димитровграда формировался в течение нескольких десятков лет. В 2019 году было проведено несколько совещаний с участием представителей структурных подразделений Администрации города и представителей города и представителей рекламного сообщества, по итогу которых была согласована схема из 105 мест под установку билбордов формата 6*3, было отписано поручение МКУ «Управление архитектуры и градостроительства города Димитровграда» от 21.11.2019 № 151 о разработке новой схемы рекламных конструкций. Данное количество было выбрано не случайно, оно было согласовано и с представителями бизнеса, которые оценивают потребность в данном формате рекламных конструкций, но так же и с представителями Контрольно-счетной палаты, депутатами Городской Думы, которые оценивают финансовые поступления в бюджет города. Таким количеством конструкций в городе достигаются оптимальные условия ведения рекламного бизнеса, а так же желаемая величина пополнения бюджета города (госпошлина за выдачу разрешений на установку рекламных конструкций, плата за размещение на муниципальных (не разграниченных) землях по результатам аукциона (конкурса)).

Считаем, что выбранный вариант регулирования не является оптимальным. Администрацией города не проведена оценка текущего состояния дел в сфере размещения рекламы. Не произведено исследование потребностей предпринимательского сообщества в рекламе, размещаемой посредством рекламных конструкций билбордов. Не произведена оценка потерь бизнеса из-за снижения количества рекламных щитов до 32. Количество рекламных щитов минимум в 2,5 раза ниже необходимого. Резкое сокращение количества рекламных конструкций может привести не только к уничтожению рекламного бизнеса в городе Димитровграда, как такового, но и к ухудшению положения местных предпринимателей, к проигрышу их в борьбе с крупными федеральными сетями. Потому что уменьшение количества конструкций приведет к существующему удорожанию услуги размещения, местные предприниматели окажутся в худшем положении, чем федеральные сети, увеличивается риск ограничения конкуренции. Необходимое количество билбордов с рекламным полем в городе Димитровграде должно быть не менее 90-100 шт. Данное количество определено результатами исследования и многолетней практикой размещения наружной рекламы в городе.

Так же в данном проекте предусмотрено размещение рекламных конструкций не на центральных улицах с хорошим транспортным и пешеходным потоком, а на улицах с размещением промышленных предприятий, въезды/выезды из города. Такое расположение существенно снижает трафик потенциальных покупателей. Отпадает возможность размещения информации субъектов малого предпринимательства с

территориальной привязкой к конструкциям (например, магазины у дома, небольшие магазины пром.товаров, автомойки, спортзалы, автостанции, минипекарни). А крупным федеральным сетям не обязательно привязываться к адресу, поэтому, опять в лучшем положении окажутся крупные представители, это опять же ограничение конкуренции.

Ограничение конструкций до 32 шт. приведет к риску монополизации бизнеса, потому что экономический смысл ведения бизнеса с 5-ю или 10-ю конструкциями теряется, так как затраты на содержание работников превысят экономическую выгоду. Существует риск того, что участники аукциона через год, понимая неэффективность данного рынка, закроют бизнес, в итоге город не получит поступления в бюджет, а так же новые современные конструкции, потому что экономической выгоды их установки не существует. А так же назреет необходимость опять полного пересмотра схемы рекламной конструкции, проведения новых конкурсов и аукционов, что сопровождается дополнительными тратами из бюджета.

Сокращение количества конструкций до 32 приведет к необоснованному изменению расстановки сил в отрасли. Сейчас предпринимателям выгодно вести бизнес начиная с 25 конструкций, то есть остается только 1 участник на данном рынке вместо настоящих 6 предпринимателей. В случае принятия проекта работу потеряют до 30 человек. Так же потери бюджета составят от 2,5 млн.рублей в год от поступлений за право установки и эксплуатации рекламных конструкций, а так же до 1,0 млн.рублей налоговых поступлений в бюджет города от налоговых поступлений налога УСН.

Данное положение содержит необоснованную замену мест с существующими рекламными конструкциями с рекламным полем 6*3 на рекламные конструкции с рекламным полем 1,2*1,8. Данные замены считаем необоснованными, так как билборды с 2004 года установлены на местах с хорошим транспортным потоком и низкой пешеходной проходимостью, замена их на конструкции с меньшим рекламным полем ни с кем не обсуждалась, востребованность таких конструкций в данных местах находится под вопросом. Например, такие адреса, как пр.Димитрова 7, пр.Димитрова 14, пр.Димитрова 12 Б, пр.Автостроителей 40, пр.Автостроителей 60, пр.Автостроителей 58, пр.автостроителей 50. А в таких местах, кА по адресу пр.Ленина 35 А (в настоящий момент находится конструкция 3*6 (призматрон), там располагается стоянка перед Торговыми центрами) и если ее менять на конструкции 1,2*1,8 то их там надо, как минимум 5 шт. на данной площади. Но даже такое количество не будет гарантировать просматриваемость данных конструкций ввиду постоянной загруженности стоянки транспортом. Рекламная конструкция с рекламным полем 1,2*1,8 по адресу ул.Юнг Северного флота 20 просто с дороги не будет просматриваема, необходимость в ней в данном месте отсутствует, ввиду отсутствия постоянного плотного пешеходного потока.

Так же в данном проекте не отражены переходные положения. Не сказано, как быть с теми договорами и рекламными бюджетами, которые

выделяются сетевыми компаниями на город. Если в настоящем году рекламный бюджет на наш город будет потерян, то восстановить его в следующем году практически не возможно, поэтому важен непрерывный процесс ведения рекламной деятельности. Поэтому вести разговор о поэтапном увеличении количества конструкций не представляется возможным. Все это будет связано с большими финансовыми потерями как городского бюджета, так и предпринимателей.

Так же хочется добавить, что в случае принятия проекта местные предприниматели окажутся в более невыгодном положении, нежели сетевые компании. Из-за больших издержек по установке одного щита и его низкой рентабельностью, крупные представители бизнеса будут находиться в более выгодном положении. Опять же существует риск ограничения конкуренции и монополизации рынка рекламы одним крупным федеральным игроком. Обычно такие компании имеют юридический адрес не в городе ведения бизнеса, поэтому опять же существует риск потери бюджетных пополнений от налога УСН.

Так же отметим, что в предлагаемом проекте нового регулирования существуют положения, которые затрудняют ведение предпринимательской и инвестиционной деятельности, а именно:

- цели снижения количества рекламных щитов не описаны, из-за чего цели не понятны,
- в проекте не отражена система координат, в которой стоят координаты мест расположения рекламных щитов,
- принятие проекта ограничит возможные объемы предоставления предпринимателями рекламных услуг,
- в проекте ничем не обосновано снижение количества рекламных щитов до 32,
- проект не соответствует обычаям деловой практики, сложившейся в отрасли в городе, используемой в данный момент.

Проект требует полной переработки, начиная с обоснования целей, количества щитов, размещения их по районам. Фактически, проектом предлагается закрепить мнение отдельных представителей Администрации города Димитровграда без учета мнения предпринимательского сообщества. На чем основано это мнение проект разъяснений не содержит.

Проект разработан в нарушение Методических рекомендаций по организации и проведению процедуры оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов и экспертизы муниципальных нормативных правовых актов (письмо от 12.12.2014 № 31260-ОФ/Д26и Министерства экономического развития Российской Федерации). Анализ проблемы не проводился. Проблемы не изложены. Пути решения проблем не описаны. Проект постановления требует доработки и обсуждения с рекламным сообществом.

Согласно информации, представленной регулирующим органом, имеются

негативные последствия от введения предлагаемого варианта правового регулирования.

С учетом приведенных замечаний считаем, что проект постановления требует доработки и не может быть принят в предложенной редакции.

Нормативный правовой акт содержит нормы, затрагивающие интересы субъектов предпринимательской деятельности.

Проект акта способствует введению избыточных обязанностей, запретов и ограничений для субъектов предпринимательской деятельности. Принятие данного акта повлечет возникновение необоснованных расходов субъектов предпринимательской деятельности города Димитровграда.

В связи с этим считаем целесообразным доработать проект акта с учетом полученных предложений и замечаний в соответствии с действующим законодательством.

6. Анализ основных групп участников отношений, интересы которых будут затронуты предлагаемым правовым регулированием.

Основными участниками отношений, интересы которых будут затронуты предлагаемым правовым регулированием, являются субъекты малого предпринимательства.

7. Оценка рисков решения проблемы предложенным способом регулирования и рисков негативных последствий.

Проект акта способствует введению избыточных обязанностей, запретов и ограничений для субъектов предпринимательской деятельности.

8. Иные сведения, позволяющие оценить обоснованность предлагаемого регулирования. Иные замечания и предложения по проекту акта.

Принятие данного акта повлечет возникновение необоснованных расходов субъектов предпринимательской деятельности города Димитровграда.

Иных замечаний и предложений по проекту нет.

9. Сведения о проведении публичных обсуждений.

В рамках публичных обсуждений уведомление и текст нормативного правового акта размещены разработчиком на специализированном ресурсе <http://dimitrovgrad.ulregion.ru/regulatory/impact/index.php>.

Предложения принимались с 08.06.2021 по 22.06.2021.

Информация о месте размещения материалов для публичных обсуждений проекта акта одновременно была направлена в Ульяновское региональное отделение Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ», Уполномоченному по защите прав предпринимателей в Ульяновской области и всем заинтересованным лицам.

10. Выводы по результатам проведения оценки регулирующего воздействия.

По результатам проведения оценки регулирующего воздействия считаем, что проект содержит положения, содержащие избыточные обязанности, запреты и ограничения для субъектов предпринимателей деятельности или способствующие их введению.

Исполняющий обязанности
начальника управления
социально-экономического развития



Н.В.Мартюшина

Федулаева Ольга Анатольевна
7-40-29

