

УВЕДОМЛЕНИЕ
о проведении публичных консультаций оценки регулирующего воздействия
проекта муниципального нормативного правового акта

Настоящим муниципальное казенное учреждение «Департамент архитектуры, градостроительства и землепользования города Находка» (далее - МКУ «Находка ДАГиЗ») уведомляет о проведении публичных консультаций в целях оценки регулирующего воздействия проекта муниципального нормативного правового акта:

Проект постановления администрации Находкинского городского округа «Об утверждении Правил к отдельно стоящим рекламным конструкциям» (далее – проект МНПА).

Предложения принимаются по адресу: 692904, г. Находка, ул. Школьная, д. 18, каб. 304, а также по адресу электронной почты: reklama@nakhodka-city.ru.

Сроки приема предложений: с **31.08.2026г. по 25.09.2026г.**

Место размещения уведомления в информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

<https://regulation-new.primorsky.ru/>

<https://www.nakhodka-city.ru/administration/structure/docx/?deptid=12&gid=139>

Контактное лицо по вопросам заполнения формы запроса и его отправки: Терещенко Ирина Геннадьевна, зам. начальника отдела дизайна, рекламы и нестационарных объектов МКУ «Находка ДАГиЗ».

Тел.: 8 (4236) 69-81-13.

Адрес электронной почты: reklama@nakhodka-city.ru.

Все поступившие предложения будут рассмотрены. Сводка предложений будет размещена на сайте <https://regulation-new.primorsky.ru/>

<https://www.nakhodka-city.ru/administration/structure/docx/?deptid=12&gid=139>
не позднее **06.10.2026г.**

1. Описание проблемы, на решение которой направлен проект муниципального нормативного правового акта

Проектом МНПА предполагается признать утратившим силу постановление главы Находкинского городского округа от 24.01.2006 № 31 «Об утверждении Правил к отдельно стоящим щитовым установкам с размерами рекламно-информационного поля более 10 кв.м.» (далее – Правила № 31), ввиду неактуальности некоторых его положений и утвердить Правила к отдельно стоящим рекламным конструкциям в новой редакции, которые будут распространять свое действие на все типы и виды

отдельно стоящих рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа.

Действующая редакция Правил № 31 не содержит общих требований к установке и эксплуатации рекламных конструкций, установленных в ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», и распространяет свое действие только на рекламные конструкции большого формата - с размерами рекламно-информационного поля более 10 кв.м., тем самым не соответствует указанному закону.

В соответствии с законодательством Российской Федерации в сфере рекламы и безопасности новая редакция Правил к отдельно стоящим рекламным конструкциям дополнена такими требованиями, как:

- об установке рекламных конструкций только в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций, утвержденной соответствующим постановлением администрации Находкинского городского округа;
- о необходимости соответствия устанавливаемых рекламных конструкций типам и видам рекламных конструкций, установленным нормативным правовым актом администрации Находкинского городского округа;
- о недопустимости размещения на рекламных конструкциях информации, не предназначенной для неопределенного круга лиц (частные объявления, личные поздравления и т.п.).
- о необходимости установки и (или) эксплуатации рекламной конструкции на основании договора с собственником объекта, к которому присоединяется рекламная конструкция, а также при наличии соответствующего разрешения;
- о необходимости получения, при установке отдельно стоящих рекламных конструкций, разрешения на проведение земельных работ в порядке, предусмотренном нормативным правовым актом администрации Находкинского городского округа.

Также изменения предусматривают, для вновь устанавливаемых рекламных конструкций с размерами рекламно-информационного поля более 10 кв. м., установление минимального допустимого расстояния между отдельно стоящими рекламными конструкциями, расположенными на одной стороне проезжей части улиц, проспектов, магистралей, в 150 метров, вместо 50 метров, и вводится ограничение на количество рекламных конструкций, устанавливаемых на земельных

участках, находящихся в частной собственности, в том числе в аренде, до одной рекламной конструкции на таких земельных участках, по рекомендации комиссии по рассмотрению возможности установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа, работа которой утверждена распоряжением администрации Находкинского городского округа от 23.09.2019 № 420-р «О создании комиссии по рассмотрению возможности установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа».

2. Цели предлагаемого проекта муниципального нормативного правового акта

Проект МНПА разработан с целью качественного улучшения городской визуальной среды и внешнего облика Находкинского городского округа, повышения уровня исполнения, а также безопасности рекламных конструкций, размещаемых на территории Находкинского городского округа.

3. Действующие нормативные правовые акты, поручения, решения из которых вытекает необходимость разработки предлагаемого проекта муниципального нормативного правового акта:

- Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (далее - № 131-ФЗ),

- Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – федеральный закон «О рекламе»),

- Решение Думы Находкинского городского округа от 27.12.2019 № 542-НПА «О Правилах благоустройства территории Находкинского городского округа» (далее – Правила благоустройства),

- протокол заседания комиссии по рассмотрению возможности установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа от 09.04.2026 № 1 (далее – протокол Комиссии).

В соответствии с ч. 1 ст. 16 № 131-ФЗ к вопросам местного значения городского округа относятся: владение, пользование и распоряжение имуществом, находящимся в муниципальной собственности городского округа и утверждение схемы размещения рекламных конструкций, выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории городского округа, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже самовольно

установленных рекламных конструкций на территории городского округа, осуществляемые в соответствии с федеральным законом «О рекламе».

В соответствии с ч. 5.8. ст. 19 федеральным законом «О рекламе» органы местного самоуправления 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.

На территории Находкинского городского округа Схема размещения рекламных конструкций утверждена постановлением администрации Находкинского городского округа от 03.02.2016 № 96 «Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках, расположенных на территории Находкинского городского округа, независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности Приморского края или муниципальной собственности». Типы и виды рекламных конструкций утверждены постановлением администрации Находкинского городского округа от 12.08.2020 № 867 «Об утверждении положения о типах и видах рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке и эксплуатации на территории Находкинского городского округа».

В соответствии с п. 1. ст. 3 федерального закона «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на

продвижение определенного объекта рекламирования. Информация, не содержащая объекта рекламирования и не направленная на продвижение, рекламой не является. Частные объявления или личные поздравления по своей природе персонифицированы. Рекламная конструкция — это инфраструктурный объект, предназначенный для решения конкретных задач: информирования широкой аудитории о товарах, услугах, социальных проектах, культурных событиях.

В соответствии с ч. 5. ст. 19 федерального закона «О рекламе» установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются ее владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором.

В соответствии с ч. 1-3 ст. 13 Правил благоустройства земляные работы, за исключением земляных работ, направленных на устранение аварий, произошедших при эксплуатации инженерных сетей и сооружений, выполняются согласно разрешению (ордеру) на проведение земляных работ, выдаваемому уполномоченным органом администрации Находкинского городского округа. Не требуется получать разрешение (ордер) на проведение земляных работ в границах земельного участка при строительстве, реконструкции объектов капитального строительства, на которые в случаях, установленных статьей 51 Градостроительного кодекса Российской Федерации, предусмотрено получение разрешения на строительство. Порядок выдачи, продления и закрытия разрешения (ордера) на проведение земляных работ устанавливается муниципальным правовым актом администрации Находкинского городского округа.

В соответствии с ч. 9. ст. 19 федерального закона «О рекламе» установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в частях 5, 6, 7 ст. 19 законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления городского округа, на территориях которого предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Согласно п. 15 ст. 19 федерального закона «О рекламе» решение об отказе в выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции должно

быть мотивировано и принято органом местного самоуправления городского округа исключительно по следующим основаниям:

1) несоответствие проекта рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технического регламента;

2) несоответствие установки рекламной конструкции в заявленном месте схеме размещения рекламных конструкций (в случае, если место установки рекламной конструкции в соответствии с частью 5.8 ст. 19 определяется схемой размещения рекламных конструкций);

3) нарушение требований нормативных актов по безопасности движения транспорта;

4) нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселения, муниципального округа или городского округа. Органы местного самоуправления муниципальных районов, органы местного самоуправления муниципальных округов или органы местного самоуправления городских округов вправе определять типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего муниципального образования или части его территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений, муниципальных округов или городских округов;

5) нарушение требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании;

6) нарушение требований, установленных частью 5 в случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции используется общее имущество собственников помещений в многоквартирном доме, частями 5.1, 5.6, 5.7 ст. 19

Согласно протоколу Комиссии в целях сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки Находкинского городского округа управлению архитектуры, градостроительства и рекламы администрации Находкинского городского округа рекомендовано рассмотреть вопрос о внесении изменений в постановление главы Находкинского городского округа от 24.01.2006 № 31 «Об утверждении правил к отдельно стоящим щитовым установкам с размерами рекламно-информационного поля более 10 кв.м», а именно: для вновь устанавливаемых рекламных конструкций с размерами рекламно-информационного

поля более 10 кв. м. ввести ограничение на количество рекламных конструкций, устанавливаемых на земельных участках, находящихся в частной собственности, в том числе в аренде, разрешив установку не более одной рекламной конструкции на таких земельных участках, а также изменить минимальное допустимое расстояние между отдельно стоящими рекламными конструкциями, расположенными на одной стороне проезжей части улиц, проспектов, магистралей, с 50 метров на 150 метров.

При плотной застройке и наличии нескольких рекламных конструкций с рекламно-информационным полем более 10 кв. м. на одной стороне улицы возникает «визуальный шум», снижается читаемость внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, нарушается целостность восприятия среды Находкинского городского округа. На территории Находкинского городского округа под действие этой нормы подпадают такие допустимые к установке крупноформатные типы рекламных конструкций, как билборд, сити-борд, суперборд, тривижн и цифровой билборд. Указанные ограничения направлены на недопущение роста «визуального шума» и сохранение архитектурного облика Находкинского городского округа.

Таким образом, правила и требования к рекламным конструкциям в целях сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки Находкинского городского округа должны быть определены муниципальным нормативным правовым актом органа местного самоуправления.

4. Планируемый срок вступления в силу предлагаемого проекта муниципального нормативного правового акта: 4 квартал 2026.

5. Сведения о необходимости или отсутствии необходимости установления переходного периода: переходный период не требуется.

6. Сравнение возможных вариантов решения проблем:

	Вариант 1	Вариант 2
6.1. Содержание варианта решения выявленной проблемы	Действующий в настоящее время	Предусмотренный проектом правового акта
6.2. Качественная характеристика и оценка динамики численности потенциальных адресатов предлагаемого правового	Численность потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования не изменится.	Численность потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования не изменится.

регулирования в среднесрочном периоде		
6.3. Оценка дополнительных расходов (доходов) потенциальных адресатов предполагаемого правового регулирования, связанных с его введением	Расходы (доходы) потенциальных адресатов предполагаемого правового регулирования, связанные с его введением, не изменятся.	Расходы (доходы) потенциальных адресатов предполагаемого правового регулирования, связанные с его введением, не изменятся.
6.4. Оценка расходов (доходов) бюджета Находкинского городского округа, связанных с введением предполагаемого Правового регулирования	Дополнительных расходов (доходов) бюджета Находкинского городского округа не ожидается.	Дополнительных расходов (доходов) бюджета Находкинского городского округа не ожидается.
6.5. Оценка возможности достижения заявленных целей предлагаемого правового регулирования посредством применения рассматриваемых вариантов предлагаемого правового регулирования	Цель не будет достигнута.	Цель будет достигнута.
6.6. Оценка рисков неблагоприятных последствий	К рискам неблагоприятных последствий можно отнести отсутствие возможности качественного улучшения городской визуальной среды и	Риски неблагоприятных последствий отсутствуют.

	внешнего облика Находкинского городского округа, а также неактуальности некоторых положений Правил № 31.	
--	--	--

6.7. Обоснование выбора предпочтительного варианта предлагаемого правового регулирования выявленной проблемы:

Предпочтительным и необходимым является вариант принятия проекта МНПА, который разработан в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации и направлен на качественное улучшение городской визуальной среды и внешнего облика Находкинского городского округа.

7. Иная информация по решению регулирующего органа, относящаяся к сведениям о подготовке предполагаемого правового регулирования: отсутствует.

К уведомлению прилагаются: проект нормативного правового акта, пояснительная записка, опросный лист, сводный отчет.

Приложение: в эл.виде.

Врио директора МКУ «Находка ДАГиЗ»

Н.А. Паршикова