

Представленный проект внесения изменений в Правила благоустройства территории муниципального образования «Город Саратов» имеет ряд существенных замечаний по требованиям к размещению средств наружной информации, а именно:

1. Внесение изменений вызваны необходимостью приведения рекламного оформления города к единой концепции. Для этого необходимо охватить все возможные варианты конструкций и установить единые требования к их оформлению. Например, вводится понятие «Средства наружной информации» (это элемент благоустройства, выполняющий функцию информирования населения города и соответствующий требованиям, предусмотренным Правилами (вывески, флаговые композиции, стелы)), которое не охватывает всех вариантов размещения наружной рекламы и информационного материала. В результате - часть средств наружной рекламы остается за сферой регулирования данного документа.

2. Введение понятие «Торговый центр (комплекс)» (согласно предложению КБ Стрелка) является необходимым, так как действующее законодательство содержит разные понятия торгового центра (к примеру, Налоговый кодекс РФ и ГОСТ Р 51303-2013. «Торговля. Термины и определения»). В контексте документа данное понятие является одним из ключевых, так как к торговым центрам предъявляются особые требования по рекламе. Дифференциация требований к торговым центрам в зависимости от их площади, предложенная в рассматриваемом проекте, не предусмотрена действующим федеральным законодательством, а все ограничения прав должны быть установлены не иначе как федеральным законом (ст. 55 Конституции РФ). Кроме того деление центров в зависимости от площади носит дискриминационный характер и несёт в себе гипотетическую коррупционную составляющую.

3. Большая часть понятий (фриз, фасад, фронтоны и т.д.), предложенных в документе КБ Стрелка, отсутствуют в нормативно-правовых актах. При этом для данного документа они являются ключевыми и должны иметь четкую трактовку.

4. «Средства наружной информации» - обобщенное понятие, оно не раскрыто в проекте комитета по архитектуре. Данное понятие должно охватывать все возможные варианты размещения информации/рекламы как на зданиях, отдельно стоящих конструкциях временного (штендер) и постоянного (билборд) характера. Но при этом необходимо помнить, что на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера, 38-ФЗ не распространяется. Не может быть квалифицирована в качестве рекламы информация, которая хотя и отвечает перечисленным критериям, однако обязательна к размещению в силу закона или размещается в силу обычая делового оборота (Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе").

5. п. 4.4.2.1. Проекта содержит понятие «Архитектурно-художественные требования». Оно понятие не несет в себе четкости и определенности, поскольку данные требования будут основаны на оценочном восприятии сотрудника комитета по

градостроительству, архитектуре и капитальному строительству города Саратова.

6. Рекламные конструкции являются обособленным значимым видом информационного носителя, поскольку размещение информации осуществляется в определённых целях. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и должны присутствовать в перечне, в связи с этим должен быть установлен такой вид как рекламные конструкции (п. 4.4.2.1. Проекта).

7. В предложенном проекте отсутствует положение аналогичное п. 4.9.3. из Проекта КБ «СТРЕЛКА» «Требования к характеристикам и месту размещения рекламных конструкций устанавливаются соответствующим решением органов местного самоуправления МО «Город Саратов». При этом обращаем ваше внимание, что необходима конкретизация органа, устанавливающего схему размещения рекламных конструкций в целях соблюдения принципов правовой определённости.

8. п. 4.4.2. Проекта - необходима конкретизация законодательства, так как при данных видах работ имеют значение именно строительные нормы и правила, а также законодательство Российской Федерации об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании.

9. п. 4.4.2.5. проекта содержит перечень вывесок. Однако, в этом перечне отсутствует такой вид как «баннер», который приемлемо размещать на типовых улицах. Необходимо установление исчерпывающего перечня типов вывесок, допущенных к размещению, ограничение перечня материалов создаёт необоснованные экономические затруднения для собственников. Исключение такого типа вывески как баннер законодательно не обосновано, т. к. использование баннеров допускается, в том числе, правилами противопожарного режима - Постановление Правительства РФ от 25.04.2012 № 390. Кроме того, в данном пункте не учтено, что размещение вывесок на фасаде ТРЦ/АДЦ должно осуществляться так же с учетом границ зон, установленных администрацией здания исходя из проектной документации на здание. В описательной части пункта не расписаны требования к размещению отдельно стоящей панели. Непонятно, чем руководствоваться при размещении данной конструкции? Необоснованно не упомянуты также «вывески на стелах», хотя в дальнейшем тексте документа они упоминаются – в частности, п. 4.4.2.20. Проекта. Непонятна логика автора документа в части оговорки по временному оформлению светопрозрачных конструкций «не выше второго этажа», а так же не применение к ТЦ на типовых улицах. Данные оговорки ограничивают права хозяйствующих субъектов, ведущих деятельность в текущий момент и вынужденных нести дополнительные финансовые расходы выполняя новые требования.

10. п. 4.4.2.6. проекта содержит неисчерпывающий перечень запретов. В частности, он допускает размещение вывесок на глухих торцах фасада, путем пристройки конструкции к фасаду, размещение штендеров, установку экранов в проемах светопрозрачных конструкциях. Данные упущения выглядят не случайной недоработкой, а целенаправленным упущением с возможностью задела на будущее.

11. п. 4.4.2.7, 4.4.2.10. проекта ограничивает размещение вывесок для арендаторов границами представленного помещения. Данное положение идет в разрез с требованиями к габаритам конструкции, размеры помещений отличаются в зависимости от арендатора. Кроме того, данное требование лишает арендаторов права разместить рекламу, если помещение выходит, к примеру, во внутренний двор здания.

12. п. 4.4.2.11.- 4.4.2.12. вводит ограничения по типу конструкций, размещаемых на втором этаже, в частности, информационные таблички. При этом обращаем внимание, что на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера, 38-ФЗ не распространяется.

13. п.п.4.4.2.16. и п. 4.4.2.18. предусматривает размещение вывесок на козырьке и на внутренних стенах арки соответственно. Однако, данные положения не укладываются в общую концепцию очистки города от разносортной рекламы и установление единых правил оформления рекламных конструкций и требований к их размещению.

14. П. 4.4.2.19. проекта устанавливает требования к размещению вывесок, флаговых композиции и стел. Но это очень разные виды рекламных конструкций, которые просто недопустимо объединять в один пункт. Для отдельно стоящих конструкций необходимо прописывать свои требования.

15. В проекте не предусмотрен такой вид рекламно-информационного носителя как «медиа-экраны», «медиафасады». При этом, согласно Постановлению Администрации МО «Город Саратов» № 213 от 29.01.2014 г. допускаются следующие виды рекламных конструкций: - сити-формат, пиллар, сити-борд, щит, электронное табло (экран), арка, панель-кронштейн, стела, неформатная конструкция. Таким образом, данные конструкции («медиа-экраны», «медиафасады») попросту выпали из сферы регулирования рассматриваемого документа.

16. В Проекте содержатся необоснованные ограничения на размещение вывесок выше 2 этажа, в то время как действующей редакцией Правил благоустройства (п. 4.4.2.6.), иными нормативно-правовыми актами, в частности, Законом «О рекламе», и предложениями КБ «Стрелка» данные ограничения не предусмотрены, соответственно, данный запрет является нарушением прав предпринимателей и юридических лиц.

17. Из Проекта исключены пункты действующей редакции Правил благоустройства, касающиеся безопасности вывесок, в том числе, требований электробезопасности, в частности (п.п. 4.9.4.6., 4.9.4.7. Проекта Стрелки, п.п. 4.4.2.6., 4.4.2.8. Правил благоустройства соответственно). Считаем это необоснованным.

18. Необоснованно ограничение размещения светового короба только на фасадах торговых центров в зависимости от площади (см. п. 2 настоящих Замечаний), а также только применительно к типовым улицам. Вряд ли световые короба могут существенно повлиять на облик исторической улицы. К тому же, в данной форме может быть представлена информация, обязательная к размещению в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей».

На наш взгляд, проект внесения изменений в Правила благоустройства территории муниципального образования «Город Саратов», предложенный КБ «Стрелка», учитывает пожелания всех сторон. Он также снабжен графической частью, что облегчает восприятие и делает документ более наглядным и доступным для рядового обывателя.

С уважением,
Л.Л. Гафанович