

# Заключение об оценке проекта муниципального нормативного правового акта

## 1. Общие сведения

Наименование структурного подразделения (территориального органа) администрации: департамент градостроительного развития и архитектуры администрации города Нижнего Новгорода

Наименование регулирующего акта: проект постановления администрации города Нижнего Новгорода «О внесении изменений в постановление администрации города Нижнего Новгорода от 07.03.2013 № 730» (далее - Проект).

## 2. Описание существующей проблемы

Причины вмешательства (на решение какой проблемы направлено рассматриваемое регулирование): проект направлен на актуализацию текста постановления администрации города Нижнего Новгорода от 07.03.2013 № 730 и на приведение его в соответствие с действующими правовыми актами, касающимися преобразования муниципального образования городской округ город Нижний Новгород, а также на частичную компенсацию выпадающего дохода бюджета городского округа, возникшего в связи с неполучением платы за право размещения рекламных конструкций на муниципальном имуществе, которая обычно взимается при проведении торгов. В связи с принятием Федерального закона от 23.04.2024 № 98-ФЗ большинство договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности городского округа город Нижний Новгород (далее – Договоры), продлены прямыми дополнительными соглашениями без проведения торгов на следующий долгосрочный период. Также проект направлен на выравнивание ситуации в конкурентной среде между субъектами рынка наружной рекламы, которые в 2024 году участвовали в торгах на право заключения Договоров, и теми, кто в торгах не участвовал, продлив Договоры дополнительными соглашениями.

Цель введения акта: совершенствование правового регулирования и обеспечение баланса интересов бюджета и бизнеса в сфере наружной рекламы.

Риски, связанные с текущей ситуацией: отсутствие равновесия в конкурентной среде, неполучение бюджетом городского округа город Нижний Новгород доходов, которые обычно идут на обеспечение социально значимой инфраструктуры.

Последствия, если никаких действий не будет предпринято: не обеспечение баланса интересов бюджета и рекламного бизнеса, дисбаланс в рекламной среде между операторами, участвовавшими в торгах и заплатившими плату за право

заключения Договоров, и операторами, не участвовавшими в таких торгах, но продлившими Договоры на следующий период.

Социальные группы, экономические сектора или территории, на которые оказывается воздействие: юридические и физические лица, являющиеся владельцами рекламных конструкций.

### 3. Цели регулирования

Основные цели регулирования: установление равных прав и обязанностей для всех субъектов рынка наружной рекламы, а также соблюдение баланса публичных и частных интересов, приведение муниципального правового акта в соответствие с действующими правовыми актами.

Обоснование неэффективности действующего в рассматриваемой сфере регулирования: различный подход к субъектам рынка наружной рекламы, участвовавшим в торгах и заплатившим единовременный платеж в доход городского округа город Нижний Новгород, и к субъектам, продлившим Договоры без конкурентных торгов и без внесения означенной платы за право заключения Договоров; не соответствие текста постановления администрации города Нижнего Новгорода, в который вносятся изменения проектом, иным муниципальным правовым актам, принятым в связи с преобразованием городского округа город Нижний Новгород.

### 4. Возможные варианты достижения поставленной цели

Невмешательство: вариант не предполагается.

Совершенствование применения существующего регулирования: вариант не предполагается.

Саморегулирование: вариант не предполагается.

Прямое регулирование: утверждение предлагаемого Проекта.

Какие инструменты могут быть использованы для достижения поставленной цели: введение нормативного регулирования правоотношений.

Качественное описание и количественная оценка соответствующего воздействия (если возможно): новые требования в части внесения коэффициента пролонгации договора (Кпр) в расчет ежемесячной платы по Договорам будут применяться к субъектам рынка наружной рекламы, которые продлили Договоры с администрацией города Нижнего Новгорода без конкурентных торгов и без внесения единовременной платы за право заключения Договоров.

В связи с этим возникнут дополнительные затраты указанных субъектов рынка на ежемесячные платежи. Для примера приводится таблица как изменится размер ежемесячных платежей в разрезе всех вводимых значений коэффициента пролонгации договора (Кпр) в зависимости от срока продления Договора (6 значений в соответствии с п. 1.7. Проекта ) по щитам бх3 (рекламная конструкция крупного формата):

| Срок продления договора | Тип смены изображения на конструкции | БС     | S  | Кст | Косв | Кэфф | Киз | Кт | Кмр | Кпр | Итого, руб. |
|-------------------------|--------------------------------------|--------|----|-----|------|------|-----|----|-----|-----|-------------|
| Без продления Договора  | Статика                              | 652,08 | 18 | 2   | 1    | 1    | 1   | 1  | 1   | -   | 23474,88    |
|                         | Динамика                             | 652,08 | 18 | 2   | 1    | 1    | 2   | 1  | 1   | -   | 46949,76    |
| До 1года                | Статика                              | 652,08 | 18 | 2   | 1    | 1    | 1   | 1  | 1   | 1   | 23474,88    |
|                         | Динамика                             | 652,08 | 18 | 2   | 1    | 1    | 2   | 1  | 1   | 1   | 46949,76    |
| От 1 до 2               | Статика                              | 652,08 | 18 | 2   | 1    | 1    | 1   | 1  | 1   | 1   | 23474,88    |
|                         | Динамика                             | 652,08 | 18 | 2   | 1    | 1    | 2   | 1  | 1   | 1   | 46949,76    |
| От 2 до 4               | Статика                              | 652,08 | 18 | 2   | 1    | 1    | 1   | 1  | 1   | 1,1 | 25822,37    |
|                         | Динамика                             | 652,08 | 18 | 2   | 1    | 1    | 2   | 1  | 1   | 1,1 | 51644,74    |
| От 4 до 6               | Статика                              | 652,08 | 18 | 2   | 1    | 1    | 1   | 1  | 1   | 1,2 | 28169,86    |
|                         | Динамика                             | 652,08 | 18 | 2   | 1    | 1    | 2   | 1  | 1   | 1,2 | 56339,71    |
| От 6 до 8               | Статика                              | 652,08 | 18 | 2   | 1    | 1    | 1   | 1  | 1   | 1,3 | 30517,34    |
|                         | Динамика                             | 652,08 | 18 | 2   | 1    | 1    | 2   | 1  | 1   | 1,3 | 61034,7     |
| Свыше 8                 | Статика                              | 652,08 | 18 | 2   | 1    | 1    | 1   | 1  | 1   | 1,4 | 32864,83    |
|                         | Динамика                             | 652,08 | 18 | 2   | 1    | 1    | 2   | 1  | 1   | 1,4 | 65729,66    |

#### 5. Публичные консультации:

Стороны, с которыми были проведены консультации:

1. ИП Яковлев Никита Юрьевич
2. Нижегородское региональное отделение «Опора России»
3. Союз «Торгово-промышленная палата Нижегородской области»
4. Медиагруппа «РИМ»
5. ИП Шарова Татьяна Дмитриевна

6. Самарское региональное отделение «Опора России»
7. ООО «Дрим Рим»
8. ООО ГК «Рекстар»
9. Рекламное агентство «1Один»
10. ИП Чувилев Евгений Евгеньевич – Руководитель РА «Рекламные Решения»
11. Сорокина Наталья Всеволодовна
12. Профессиональное объединение «Союз операторов наружной рекламы»
13. Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Нижегородской области
14. АНО Нижегородский центр общественных процедур «Бизнес против коррупции»
15. Группа Russ (входит в RWB)
16. ООО «Интроник»
17. ООО «РЕКНН»
18. Рекламная группа «Прайм»
19. Рекламное агентство «Мегаарт»

Основные результаты консультаций: предложения участников частично учтены и частично отклонены, проект доработан с учетом мнения многих участников публичных консультаций: снижены значения коэффициента пролонгации договора (Кпр) для конструкций малого и среднего формата при продлении срока договора на 4 года и более с 5, 7, 9 на 4, 5, 6 соответственно; для Проекта в части введения коэффициента Кпр определена отсроченная дата вступления его в силу – с 01.07.2026, что предоставит возможность субъектам рынка спланировать свои действия.

#### 6. Рекомендуемый вариант регулирующего решения:

Описание выбранного варианта: принятие предлагаемого Проекта.

За реализацию предлагаемого Проекта отвечает департамент градостроительного развития и архитектуры администрации города Нижнего Новгорода в рамках имеющихся полномочий посредством МКУ «Городской центр градостроительства и архитектуры» (далее – МКУ «ГЦГиА»). Обеспечение соблюдения установленных требований будет осуществляться через МКУ «ГЦГиА». Соблюдение установленных требований будет обеспечиваться при проведении расчетов по Договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций путем регулярного мониторинга и взаимодействия с операторами рынка наружной рекламы.

Проект не распространяется на владельцев рекламных конструкций, размещаемых на муниципальном имуществе городского округа город Нижний Новгород, которые не воспользовались правом прямой пролонгации Договоров дополнительными соглашениями, а также на тех, чьи Договоры не предусматривают проведение расчетов в соответствии с Методикой расчета размера платы по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций

на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Нижнего Новгорода, утвержденной постановлением администрации города Нижнего Новгорода от 07.03.2013 № 730 (далее – Методика) – операторы, размещающие конструкции на территории бывшего Кстовского муниципального округа Нижегородской области.

Ожидаемые выгоды и издержки от реализации выбранного варианта: Выгода для муниципального образования заключается в обеспечении доходной части бюджета городского округа город Нижний Новгород и частичной компенсации выпадающего дохода, который можно направить на обеспечение социальных нужд городского округа.

Издержки возникают у субъектов рынка, продливших Договоры без торгов и без внесения единовременной платы за право заключения Договора на новый долгосрочный период.

Необходимые меры, позволяющие минимизировать негативные последствия применения соответствующего варианта: выпадающий доход бюджета компенсируется лишь частично, платеж распределен во времени путем применения дополнительного коэффициента пролонгации к ежемесячному расчету платы по Договорам. Для минимизации и сбалансированности финансовой нагрузки размер коэффициента установлен с учетом стоимости продажи рекламных конструкций в зависимости от их формата, финансовая нагрузка также зависит от срока, на который продлен Договор без торгов.

Период воздействия: предполагается долгосрочный период воздействия.

Описание воздействия вводимого регулирования на состояние конкуренции в муниципальном образовании городской округ город Нижний Новгород в регулируемой сфере деятельности: проект направлен на выравнивание положения в конкурентной среде между субъектами рынка наружной рекламы, участвовавшими в торгах и заплатившими единовременный платеж за право заключения Договоров, и операторами, продлившими Договоры дополнительными соглашениями без торгов и без оплаты означенного единовременного платежа в бюджет.

#### 7. Информация об исполнителях:

Шайфлер Елена Валерьевна, рабочий телефон: 8 (831) 233-33-84 (2153),  
[e.shayfler@grad-nn.ru](mailto:e.shayfler@grad-nn.ru)

Директор департамента  
градостроительного развития и архитектуры  
администрации города Нижнего Новгорода



А.Н. Коновницына