

Отчет
о проведении публичных консультаций

Департамент градостроительного развития и архитектуры администрации города Нижнего Новгорода
(наименование отраслевого (функционального) или территориального органа администрации)

проект решения городской Думы города Нижнего Новгорода «Об утверждении Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций в муниципальном образовании городской округ город Нижний Новгород»
(наименование проекта муниципального нормативного правового акта)

1. Срок проведения публичных консультаций:
«13» октября 2025 года - «11» ноября 2025 года.
2. Проведенные формы публичных консультаций:

№ п/п	Наименование формы публичных консультаций	Сроки проведения	Общее количество участников
1	направление предложений и замечаний в электронном виде на адрес: e.shayfleg@grad-nn.ru	13.10.2025 – 11.11.2025	1
2	направление предложений и замечаний на бумажном носителе по адресу: 603006, г. Нижний Новгород, пл. Свободы, д.1/37, пом. 21	13.10.2025 – 11.11.2025	0

3. Список участников публичных консультаций:
 1. ИП Чувилев Евгений Евгеньевич
(наименование участника публичных консультаций)
 2. участники отсутствуют
(наименование участника публичных консультаций)
4. Свод замечаний и предложений по результатам публичных консультаций

№ п/п	Замечания и (или) предложения	Автор замечаний и (или) предложений (участник публичных консультаций)	Комментарий (позиция) регулирующего органа
1	Отнести Кстовский муниципальный округ к зоне 5 вместо 4, в которой не предусмотрено установка супербордов	ИП Чувилев Евгений Евгеньевич	Предложение отклонено. Предлагаемый Проект не затрагивает права и обязанности владельцев рекламных конструкций (далее – РК), которые уже размещены на территории муниципального образования по

	и суперсайтов, размещаемых на соответствующей территории в настоящий момент		действующим разрешениям. Опасение участника публичных консультаций необоснованно, демонтировать их не требуется, т.к. они в соответствии с предусмотренным пунктом 3 Проекта подпадают под исключение из зоны регулирования принимаемых Правил до истечения срока действия разрешений на установку РК. В целях обеспечения прав субъектов наружной рекламы выданные до вступления в силу предлагаемого Проекта разрешения на установку РК будут действовать до истечения срока, на который они выданы. Кроме того, относительно изменения требований к архитектурному облику в части изменения зоны бывшего КМО с 4 на 5 с допустимостью размещать в ней такие типы РК как суперсайт и суперборд стоит отметить следующее: П. 4 ч. 15 ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» предусматривает, что органы местного самоуправления (далее – ОМСУ) городских округов вправе определять типы и виды РК, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего муниципального образования, в том числе требования к таким РК с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городских округов. Тем самым, законодательно закреплена прерогатива ОМСУ определять качественные критерии к соблюдению архитектурного облика сложившейся застройки, в т.ч. требования к установке рекламных конструкций, их типам, видам, разрешенным к установке на соответствующей территории и требования к их внешнему виду. Как справедливо подмечено в решении Арбитражного суда Нижегородской области от 19.08.2013 по делу N А43-5196/2013, осуществляя свои полномочия в сфере архитектурной и градостроительной деятельности, ОМСУ осуществляют, в том числе, функции по сохранению и
--	--	--	--

			гармоничному развитию внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселения или городского округа. Сохранение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселения или городского округа необходимо как для обеспечения самобытности сложившейся городской среды, сохранения ее исторического и культурного колорита, так и в целях соблюдения требований гражданского законодательства, которое в п. 1 ст.1259 Гражданского кодекса РФ относит к объектам авторских прав, в том числе, произведения архитектуры и градостроительства, а в ст. 1266 названного Кодекса устанавливает принцип на неприкосновенность произведения и защиту произведения от искажений. Очевидно, что средства наружной рекламы, могут существенно влиять на формирование и видоизменение городской среды, на общее восприятие произведения архитектуры, а в некоторых случаях, причинять ущерб внешнему архитектурному облику сложившейся застройки поселения или городского округа. Установление зональности территории муниципального образования и типов, видов допустимых к установке в соответствующих зонах РК, отнесено к компетенции ОМСУ для целей сохранения единства подхода к внешнему архитектурному облику.
2	Рассмотреть возможность исключения п. 4.1.5. правил для территории Кстовского муниципального округа (далее – КМО)	ИП Чувилев Евгений Евгеньевич	Предложение отклонено. П. 4 ч. 15 ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» предусматривает, что ОМСУ городских округов вправе определять типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего муниципального образования, в том числе требования к таким РК с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городских округов.

			Как неоднократно отмечено судебными органами, включая Верховный Суд РФ, решение вопроса о наличии нарушения качественных характеристик городской среды и ее комфортности в результате установки рекламной конструкции относится к компетенции уполномоченного государственного органа по градостроительству и архитектуре. По смыслу Федерального закона от 17 ноября 1995 года № 169-ФЗ "Об архитектурной деятельности в Российской Федерации", внешний архитектурный облик включает в себя пространственные, эстетические и иные характеристики исходя из замысла архитектурного объекта (Определение Судебной коллегии по административным делам Верховного Суда РФ от 17.12.2014 № 5-АПГ14-57). Тем самым, законодательно закреплена прерогатива ОМСУ в лице департамента градостроительного развития и архитектуры определять качественные критерии к соблюдению архитектурного облика сложившейся застройки, в т.ч. требования к установке рекламных конструкций, их типам, видам и требования к их внешнему виду с точки зрения эстетического единства пространства. Предлагаемый Проект направлен на создание единых и равных условий для реализации прав субъектов предпринимательской деятельности в сфере наружной рекламы на всей территории вновь созданного муниципального образования, а также единого подхода к его внешнему архитектурному облику. Разные подходы к внешнему виду, типам и видам объектов наружной рекламы в разных административно-территориальных единицах одного муниципального образования не допустимы, поскольку это приведет: - во-первых, к нарушению целостности архитектурного облика сложившейся застройки и историко-градостроительной среды, нарушению эстетического единства внутри единой
--	--	--	--

			территории муниципального образования, - во-вторых, к нарушению прав и обязанностей субъектов рынка наружной рекламы, т.к. для разных территорий единого муниципального образования будут предусмотрены разные требования к установке рекламных конструкций, - в-третьих, создают определенное преимущество для отдельных субъектов рынка наружной рекламы, расположенных на территории бывшего КМО, в виде послабления в требованиях к внешнему виду РК, что недопустимо, т.к. правовой акт должен предусматривать равные права и обязанности для всех субъектов рассматриваемых правоотношений.
--	--	--	---

Директор департамента
градостроительного развития и архитектуры



А.Н. Коновницына

