

Приложение № 4
к Положению о проведении оценки
регулирующего воздействия проектов
нормативных правовых актов и экспертизы
нормативных правовых актов
городского округа «Город Южно-Сахалинск»

Сводка предложений,
поступивших в рамках публичных обсуждений

1. Наименование нормативного правового акта: решение Городской Думы города Южно-Сахалинска от 23.06.2021 № 656/27-21-6 «Об утверждении Дизайн-кода городской среды городского округа «Город Южно-Сахалинск».

2. Предложения принимались разработчиком нормативного правового акта: с 14.04.2022 по 17.05.2022.

3. Общее число полученных предложений - 14

4. Число учтенных предложений - 1

5. Число предложений, учтенных частично - 2

6. Число отклоненных предложений - 11

7. Свод предложений:

№ п/п	Участник обсуждения	Перечень вопросов	Предложение участника обсуждения	Дата поступления предложения	Результат рассмотрения предложения разработчиком проекта нормативного правового акта
1	Егорова Кристина Игоревна, директор Сахалинской Рекламной Компании (личн.тел.: 89242860505, раб.тел.: 89841398333), электронная почта sakh.rk@mail.ru	К каким последствиям может привести принятый нормативно - правовой акт? Приведите конкретные примеры. Представьте имеющиеся предложения по применению наиболее эффективных методов.	В тексте Дизайн-кода в частности в приложении 4 в части касающейся размещения сити-бордов и билбордов в примерах ненадлежащего расположения указанных рекламных конструкций используются такие определения как «вызывающая реклама» и «визуальный шум» при этом характеристики указанных определений в самом нормативном документе (Дизайн-коде) и в приложениях к нему не приведено, что на практике может привести к возникновению проблем у рекламодателей и злоупотреблениям	14.05.2022	Замечания будут учтены при ближайшем внесении изменений в Дизайн-код города Южно-Сахалинска

			со стороны административных органов в части отнесения той или иной рекламной конструкции к соответствующей или не соответствующей Дизайн-коду.		
2	Егорова Кристина Игоревна, директор Сахалинской Рекламной Компании (личн.тел.: 89242860505, раб.тел.: 89841398333), электронная почта sakh.rk@mail.ru .	Оцените, насколько понятны предусмотренные нормативным правовым актом обязанности, ответственность, а также административные процедуры, реализуемые ответственными органами исполнительной власти? Считаете ли Вы, что предлагаемые нормы не соответствуют или противоречат иным действующим нормативным правовым актам? Если да, укажите такие нормы и нормативные правовые акты.	Из представленной схемы для определения зоны в городе и категории улицы не представляется возможным установить к какой категории относится территория «Аэропорт Хомутово», которая согласно прилагаемой схеме не относится ни к одной из категории улиц (закрашена белым), но тем не менее находится в границах Дизайн-кода. С учетом указанной неопределенности не представляется возможным определить исходя из таблицы приведенной в Статье 7. (РАЗРЕШЕННЫЕ И ЗАПРЕЩЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ И РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ В РАМКАХ ЗОНИРОВАНИЯ ГОРОДА ДЛЯ ПРИМЕНЕНИЯ ДИЗАЙН-КОДА). какие именно рекламные конструкции разрешены к размещению в данной зоне (Аэропорт Хомутово).	14.05.2022	Дизайн-код действует на территории всего города. Схема зонирования определяет запрещенные типы рекламных конструкций в более населенных зонах. Требования к техническим параметрам, внешнему виду и месту размещения распространяются на территории города вне зависимости от зон.
3	ООО «Бюро Рекламы» (личн.тел.: 89624162644, раб.тел.: 448000, 622644), электронная почта n.romanova@byuro-kr.ru	-//-/-	Рекламные конструкции: 1. Неправильное трактование общепринятых понятий. Понятие : "Сити борд", это и статика, и скроллер, и электронное табло, и призма, зачем не понятно, снова соединили все в одно понятие, которое не	14.05.2022	1. Нецелесообразно создавать большое множество типов крупноформатных конструкций, которые отличаются только типом трансляции информации, требования к внешнему виду самой

			<p>отражает специфику каждого вида конструкции. Сити борд рекомендуется размещать на тротуаре в зоне озеленения или на специальной выделенной полосе разделительной полосе на расстоянии не менее 0,6 метров и не более чем 5 метров от края проезжей части .</p> <p>Вопрос : если в городе не предусмотрены тротуары более 4 метров , как это применимо ? А также чем отличается цветочное оформление , где нельзя размещать РК и озеленение города , где можно это делать ?</p> <p>2. Далее Сити Борды рекомендуется размещать не менее чем 3 м от стволов деревьев , «озеленение» и подразумевают собой высадку деревьев , и в настоящее время, рекламные конструкции, расположенные в городе, ближе чем 3 метра до ствола дерева . В тоже время не менее 20 метров от фасадов зданий , и также в этот диапазон уже попадают установленные рекламные конструкции , как будут применимы данные правила, когда закончится срок действия ранее заключенных договоров?</p> <p>3. Понятие "Билборд", размер только 3*6. Общепринятые размеры исключены. Почему?</p> <p>Размещать информацию рекомендуется на бумажных плакатах под закаленным стеклом или стеклом-триплексом. То есть дизайн кодом , предусмотрен вариант только со стеклом , что</p>	<p>конструкции остаются идентичными. Требования к размещению рекламных конструкций должны соответствовать требованиям к формированию благоприятной архитектурной среды.</p> <p>2.Рекламные конструкции, не соответствующие новым требованиям, по истечению срока разрешения на размещения должны быть приведены в соответствие требованиям, которые будут действовать на момент рассмотрения проектов данных рекламных конструкций.</p> <p>3. Органы местного самоуправления вправе самостоятельно принимать параметры внешнего вида рекламных конструкций.</p> <p>Относительно вопросов к остекления конструкций и их специфики во влажных климатических условиях — замечания будут учтены при ближайшем внесении изменений в Дизайн-код.</p> <p>После окончания действия</p>
--	--	--	---	--

			<p>не соответствует понятию "билборда" , а также не учтены погодные условия Сахалинской области , удорожания самой конструкции , и работ , почему не было учтено мнения компаний, которые ведут бизнес в этой отрасли? Далее БИЛБОРД РАЗРЕШЁН ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ НА ВТОРОСТЕПЕННЫХ ГОРОДСКИХ УЛИЦАХ. То есть, после окончания действия договоров, рекламные конструкции не смогут быть установлены, на главных улицах города? Например, конструкции по проспекту Мира, будут демонтированы? Билборд должен обязательно иметь подсветку, что опять же не реально в условиях Южно-Сахалинска.</p>		<p>договоров рекламные конструкции должны быть демонтированы, если они не будут соответствовать требованиям действующего на момент рассмотрения проектов рекламных конструкций — в том числе требованиям к месту размещения в городе.</p> <p>Подсветка билборда необходима в целях увеличения их действенности.</p>
4	<p>Заворыкин Антон, электронная почта 320211@mail.ru</p>	-//-//	<p>Непонятны ни обязанность, ни ответственность за отказы в выдаче. Так как данный документ носит исключительно РЕКОМЕНДАТЕЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР, а это означает то, что он не является обязательным для исполнения, почему тогда органы местного самоуправления в ответах, ссылаются на данный документ, и применяют его за стандарт?</p>	14.05.2022	<p>Действительно дизайн-код имеет нормы рекомендательного характера, однако данные статьи внесены исключительно для упрощения выбора, и не являются ограничением. Также в Дизайн-коду имеются требования, которые являются обязательными для всех участников.</p>
5	<p>Воловский Дмитрий, электронная почта почтаeklama@city-mall.ru</p>	-//-//	<p>1. Ограничение по высоте в 50 см. Пропорции зданий разные, разные расстояния между окнами, разные размеры окон, присутствие больших карнизов и фризов,</p>	15.05.2022	<p>1. Вывески размещаются на уровне 1 этажа здания для комфортного прочтения вывесок пешеходами. Высота вывесок</p>

			<p>позволяет рассматривать вывески в больших размерах и объемах. Предложил бы снять ограничения, ввести 50см по высоте вывески на определенные типы зданий, на другие типы размеры индивидуально или с новыми ограничениями, позволяющим делать вывески больше, красивее, лаконичнее.</p> <p>2. Сделать четкое понимание, где можно размещать подложку к вывескам, а где нельзя, то есть тоже сделать порядок типов фасадов, где можно использовать подложку, а где нет.</p> <p>3. Цветовая гамма и палитра. Отойти от понятия "кричащая" К понятию нейтральные цвета, те цвета, которые будут "не кислотными". Сделать разграничение и понятие какие цвета можно использовать, возможно по палитре, но не так чтобы вывески были в цвет фасадных элементов или только белые.</p>	<p>50 см</p> <p>так же высчитывалась исходя из оптимальных размеров для прочтения вывески, расположенной на уровне глаз пешеходов.</p> <p>2. Дизайн-кодом прописана исчерпывающая информация о том где именно допускается, а где не допускается использование подложки для вывески.</p> <p>3. Дизайн-кодом выделены наиболее часто встречающиеся цвета фасадов города, к которым подобраны цветовые оттенки.</p> <p>При оценке сочетания цвета вывески по отношению к цвету фасада специалисты также руководствуются правилами цветовой комбинаторики и колористическом решении фасада, что требует индивидуальный подход.</p> <p>Фасад улицы формируют здания. Поэтому для создания благоприятной архитектурной среды города сохранение стилистических, композиционных и колористических решений фасада здания — является приоритетной</p>
--	--	--	---	---

					задачей. Поэтому при размещении вывески на фасаде здания, необходимо учитывать его особенности — в том числе и цвет.
6	Заворыкин Антон, электронная почта 320211@mail.ru	Позволит ли принятый нормативный правовой акт решить поставленную проблему? Существуют ли иные реалистичные способы решения указанной проблемы? Если да, укажите те из них, которые, по Вашему мнению, были бы менее затратны и (или) более результативны.	В таком виде нет, необходима доработка, чтоб была применимость в практике. Почему в документе представлены фото с центральной России, где преобладают иные климатические условия, а также своя сложившаяся застройка и архитектура, почему документ не разработан для нашего города, с визуализацией, с рекомендацией, как должны выглядеть улицы, объекты и т. д.	15.05.2022	Дизайн-код представляет собой несколько разделов, в том числе раздел благоустройства где подробно описано как должны выглядеть улицы Южно-Сахалинска, даже разработаны схемы благоустройства конкретных улиц. Дизайн-код разрабатывался при отсутствии достаточной базы примеров в городской среде городского округа «Город Южно-Сахалинск», в качестве примеров были взяты примеры городов с действующими-Дизайн-кодами, при ближайшем внесении изменений Дизайн-код будет дополнен примерами городского округа «Южно-Сахалинска»
7	Ким Артур, электронная почта 41_00_10@mail.ru	-/-/-	1. Необходим вариант с использованием 2-х вывесок как минимум, если здание имеет просматриваемую часть фасада более одной стороны. 2. Также предлагаю вариант оклейки оконных групп глухой пленкой, если окно не имеет функционала	15.05.2022	1. Такой вариант не исключен и зависит от конкретной ситуации. 2. Если внутри помещение находится в неприглядном виде — это ещё не повод завешивать окна

			<p>(например: заставлен изнутри, закрыт панелями и др.).</p> <p>3. При размещении более 1-ой организации, имеющей 1 единственный вход, в отдельно стоящем здании, МКД, необходимо рассмотреть возможность индивидуально размещать вывески, или ввести ряд исключений. Например: один вход в 2-3 этажное здание, 10 организаций.</p> <p>При индивидуальной архитектуре здания, необходимо рассмотреть индивидуальные формы вывесок, цвета, расположения, размера.</p> <p>4. Также нельзя исключать вариант размещения информации о организации на вывесках. Например: САЛЮТ магазин фейерверков и подарков, чтоб было понятно потребителю. А также краткое описание ассортимента. Например: ЛИДЕР диваны матрасы кресла.</p>	<p>рекламой. Во избежание просматриваемости со стороны улицы складского помещения (или помещения, которое требуется скрыть от обзора с улицы) возможна оклейка окон с внутренней стороны помещения тонированной плёнкой/ установка панели-ширмы/ использование жалюзи (например, рулонных).</p> <p>3. Для МКД предусмотрены определенные требования, поскольку вывески располагаются на уровне первого этажа, максимальный оптимальный размер 50 см. При ближайшем внесении изменений будет учтено замечание о требованиях к отдельным общественным зданиям, в которых расположены более 2 организаций, у которых не менее 2 этажей с определением их размера по принципу торговых центров</p> <p>4. Указание на вывесках информации о деятельности организации, в том числе о видах товаров и услуг, предусмотрена согласно письму ФАС России от</p>
--	--	--	---	---

					27.12.2017 № АК/92163/17 «О разграничении понятий вывеска и реклама»
--	--	--	--	--	--

* Предложения, не содержащие конкретных предложений и замечаний по представленному нормативному правовому акту, не подлежат рассмотрению разработчиком.

Директор Департамента архитектуры и градостроительства
города Южно-Сахалинска



Д.М.Ю