

ОТЧЕТ
об оценке регулирующего воздействия
проекта муниципального нормативного правового
акта

1. Общая информация.

1.1. Разработчик: Департамент экономики и промышленной политики администрации города Перми (далее – департамент).

1.2. Наименование проекта муниципального нормативного правового акта (далее – правовой акт): «О внесении изменений в Положение о порядке установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Перми, утвержденное решением Пермской городской Думы от 27.01.2009 года №11».

1.3. Предполагаемая дата вступления в силу правового акта: с момента официального опубликования.

1.4. Основные группы субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, иные лица, интересы которых будут затронуты предлагаемым правовым регулированием, оценка количества таких субъектов: физические и юридические лица, индивидуальные предприниматели, осуществляющие предпринимательскую деятельность в сфере наружной рекламы на территории города Перми.

1.5. Контактная информация исполнителя у разработчика (Ф.И.О., должность, телефон, адрес электронной почты) Саттаров Виталий Данусович, главный специалист юридического отдела управления организационно-правовой работы департамента экономики и промышленной политики администрации города Перми, телефон 257 19 70, адрес электронной почты: sattarov-vd@gorodperm.ru.

2. Описание проблемы, на решение которой направлено предлагаемое правовое регулирование.

2.1. Формулировка проблемы и краткое ее описание: в связи с внесением изменений в Федеральный закон от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», признанием обязательности ГОСТа Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения» требуется актуализировать нормативную правовую базу, регламентирующую размещение и эксплуатацию наружной рекламы на территории города Перми.

2.2. Характеристика негативных эффектов, возникающих в связи с наличием проблемы, их количественная оценка: негативный эффект отсутствует.

2.3. Причины невозможности решения проблемы без вмешательства органов местного самоуправления: в соответствии со статьей 19 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», статьей 15 Федерального закона от 06.10.2003 №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» утверждение схемы размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования отнесено к компетенции органов местного самоуправления.

В целях исполнения вышеуказанной функции Положение о порядке установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Перми, ут-

верженное решением Пермской городской Думы от 27.01.2009 №11, приводится в соответствие с Федеральным законом от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2.4. Иная информация о проблеме: отсутствует.

3. Описание целей предлагаемого правового регулирования.

3.1. Цели предлагаемого правового регулирования: проект решения Пермской городской Думы «О внесении изменений в Положение о порядке установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Перми, утвержденное решением Пермской городской Думы от 27.01.2009 года №11» разработан в целях приведения настоящего Положения в соответствие с Федеральным законом от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

3.2. Действующие нормативные правовые акты, поручения, другие решения, на основании которых необходима разработка предлагаемого правового регулирования в данной области, которые определяют необходимость постановки указанных целей:

Конституция Российской Федерации;

Федеральный закон от 06.10.2003 №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»;

Федеральный закон от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»;

Постановление Правительства РФ от 26.12.2014 №1521 «Об утверждении перечня национальных стандартов и сводов правил (частей таких стандартов и сводов правил), в результате применения которых на обязательной основе обеспечивается соблюдение требований Федерального закона "Технический регламент о безопасности зданий и сооружений»;

Постановление Правительства РФ от 07.12.2016 №1307 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 26 декабря 2014 г. N 1521»;

Решение Пермской городской Думы от 27.01.2009 №11 «Об утверждении Положения о порядке установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Перми».

4. Описание содержания предлагаемого правового регулирования и иных возможных способов решения проблемы.

Разработанный проект решения Пермской городской Думы предлагает:

- исключить из Положения о порядке установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Перми, утвержденное решением Пермской городской Думы от 27.01.2009 года №11 (далее – Положение) ссылки на комплексные проекты территориального размещения рекламных конструкций (вместо которых в соответствии с частью 5.8 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» должна применяться схема размещения рекламных конструкций (далее – Схема)), в том числе замену их Схемой (в отдельных пунктах Положения);

- уточнить требования к соответствию рекламных конструкций внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города. В данной части проектом

решения предлагается исключение парков, садов и скверов в качестве отдельной (самостоятельной) категории регулирования и включение указанных объектов в состав иных установленных Положением территорий, в границах которых они фактически расположены (центральный планировочный район города Перми, улиц особого градостроительного значения - магистрали городского значения или иные территории);

- уточнить требования к пакету документов, представляемых в департамент экономики и промышленной политики администрации города Перми, о включении в Схему места размещения рекламной конструкции, расположенного на земельном участке, находящемся в частной собственности;

- установить норму о том, что функциональными органами администрации города Перми (далее – заинтересованные органы) рассматривается и согласовывается каждое место, включенное в проект Схемы (проект изменений в нее) отдельно;

- уточнить пределы согласования проекта Схемы (проекта изменений в нее) заинтересованными органами исключительно установленными в Положении полномочиями;

- уточнить требования к отказу заинтересованных органов в согласовании Схемы (проекта изменений в нее);

- исключить из состава расчетной формулы стоимости за размещение рекламных конструкций ссылки на коэффициент К4 (антикризисный коэффициент), которые не применяется с 2012 года;

- предусмотреть обязательность требований ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения».

5. Описание изменений функции, полномочий, обязанностей и прав функциональных, территориальных органов, функциональных подразделений администрации города Перми, а также порядка их реализации в связи с введением предлагаемого правового регулирования.

Предусматривает изменение функции органа местного самоуправления.

Наименование функции (полномочия, обязанности или права)	Характер функции (новая/изменяемая/отменяемая)	Предполагаемый порядок реализации
Наименование органов местного самоуправления		
Функция (полномочие, обязанность или право) 1.1. Разработка и утверждение схемы размещения рекламных конструкций на территории города Перми	изменяемая	Осуществляется органами местного самоуправления самостоятельно. Предложения третьих лиц,

		касающиеся мест установки и эксплуатации рекламных конструкций, принимаются лишь в отношении объектов частной собственности.
--	--	--

6. Оценка расходов (доходов) бюджета города Перми, связанных с введением предлагаемого правового регулирования.

Утверждение правового акта не повлечет финансовых затрат, осуществляемых за счет бюджета города, увеличения (уменьшения) доходной части бюджета города Перми.

7. Новые обязанности или ограничения, которые предполагается возложить на потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования, и связанные с ними дополнительные расходы (доходы).

На третьих лиц, заявляющих предложения, касающиеся мест установки и эксплуатации рекламных конструкций на земельных участках, находящихся в частной собственности, возлагается обязанность представить совместно с предложениями материалы, подтверждающие соответствие предлагаемых мест установки и эксплуатации рекламных конструкций обязательным требованиям ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения», а также подтверждающие согласие собственников соответствующих земельных участков на присоединение к нему рекламных конструкций.

8. Оценка рисков негативных последствий применения предлагаемого правового регулирования: риски негативных последствий отсутствуют.

9. Необходимые для достижения заявленных целей регулирования организационно-технические, методологические, информационные и иные мероприятия: не требуются.

10. Иные сведения, которые согласно мнению разработчика позволяют оценить обоснованность предлагаемого правового регулирования: отсутствуют.

Начальник департамента
экономики и промышленной политики
администрации города Перми



Т.И. Михалева