

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 № 11».

1.3. Предполагаемая дата вступления в силу правового акта: со дня 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): Вологодина Елена Николаевна, главный специалист отдела рекламы управления по развитию потребительского рынка департамента экономики и промышленной политики администрации города Перми, тел.257-19-96, адрес электронной почты: vologdina-en@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», общими техническими требованиями к средствам наружной рекламы. Правила размещения», внесением изменений в Постановление Правительства Пермского края от 09.09.2013 № 1190-П «О реализации на территории Пермского края норм Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» 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, утвержденное решением Пермской городской Думы от 27.01.2009 № 11, приводится в соответствие с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», Постановлением Правительства Пермского края от 09.09.2013 № 1190-П «О реализации на территории Пермского края норм Федерального закона 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 № 11» разработан в целях приведения настоящего Положения в соответствие с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», Постановлением Правительства Пермского края от 09.09.2013 № 1190-П «О реализации на территории Пермского края норм Федерального закона 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 26.12.2014 № 1521»,

Постановление Правительства Пермского края от 09.09.2013 № 1190-П «О реализации на территории Пермского края норм Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

Постановление Правительства Пермского края от 19.06.2018 № 321-П «О внесении изменений в Постановление Правительства Пермского края от 09.09.2013 № 1190-П «О реализации на территории Пермского края норм Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

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 № 11 (далее – Положение) ссылки на комплексные проекты территориального размещения рекламных конструкций (вместо комплексных проектов 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);
- привести в соответствие с Постановлением Правительства Пермского края от 09.09.2013 № 1190-П «О реализации на территории Пермского края норм Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» виды рекламных конструкций, а также сроки, на которые заключается договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании и ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена в отношении мест, предусмотренных схемой размещения рекламных конструкций на территории города Перми (далее – договор). Проектом решения в том числе устанавливается, что заключение договора осуществляется на основе торгов в форме электронного аукциона;
- 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). Также, в целях реализации единой политики в области градостроительства и архитектуры на территории города Перми, создания благоприятной эстетической среды, формирующей имидж города Перми, проектом решения предлагается использовать при окраске конструктивных элементов и обрамления информационного поля рекламных конструкций определенные цветовые решения, по аналогии с применяемой практикой регионов Российской Федерации;
- уточнить требования к пакету документов, представляемых в департамент, 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 (проекта изменений в Схему) отдельно;
 - уточнить пределы согласования проекта Схемы (проекта изменений в Схему) заинтересованными органами исключительно установленными в Положении полномочиями;
 - уточнить требования к отказу заинтересованных органов в согласовании Схемы (проекта изменений в Схему);
 - исключить из состава формулы стоимости за размещение рекламных конструкций ссылки на коэффициент К4 (антикризисный коэффициент), который 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 органов местного самоуправления, а также порядка их реализации в связи с введением предлагаемого правового регулирования:

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 включаются в отношении мест установки и эксплуатации рекламных конструкций на земельных участках, находящихся в 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 Перми, 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.

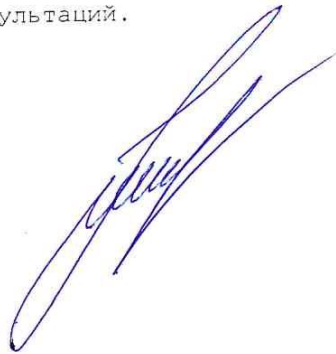
9. Необходимые для достижения заявленных целей регулирования организационно-технические, методологические, информационные и иные

мероприятия: не требуются.

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

Проект правового акта доработан с учетом предложений, поступивших по результатам проведения публичных консультаций.

И.о. начальника департамента
экономики и промышленной политики
администрации города Перми

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and strokes, positioned between the text on the left and the name on the right.

И.Г. Пименова