

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, консультант 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: отсутствие единых систематизированных требований к внешнему виду, техническим характеристикам и особенностям индивидуального дизайна рекламных конструкций.

2.2. Характеристика негативных эффектов, возникающих в связи с наличием проблемы, их количественная оценка: в связи с отсутствием документа, устанавливающего единые систематизированные требования к внешнему виду, техническим характеристикам и особенностям индивидуального дизайна рекламных конструкций невозможно привести оформление рекламных конструкций к единому стилю, вследствие чего нарушается вид окружающего пространства, не учитываются особенности архитектурного облика сложившейся застройки города Перми.

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» органы местного самоуправления определяют типы и виды, технические характеристики рекламных конструкций, установка которых допускается на территории муниципального образования.

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 актуализации нормативной правовой базы города Перми в сфере реализации единой политики в области градостроительства и архитектуры, создания благоприятной эстетической среды, формирующей имидж города Перми.

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».

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

Разработанный проект решения Пермской городской Думы предлагает: утвердить Сборник типовых рекламных конструкций, допустимых к размещению на территории города Перми (далее – Сборник). В целях обеспечения функционального и эстетического решения внешнего вида рекламных конструкций на территории города Перми Сборник определяет единый стиль оформления рекламных конструкций, в том числе устанавливает требования к внешнему виду рекламных конструкций, их техническим характеристикам и особенностям индивидуального дизайна;

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)		

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 лиц, планирующих размещать и эксплуатировать рекламные конструкции на территории города Перми, возлагается обязанность соблюдать требования Сборника типовых рекламных конструкций, допустимых к размещению на территории города Перми.

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