

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

об оценке регулирующего воздействия проекта постановления администрации города Перми «О внесении изменений в постановление администрации города Перми от 20.12.2018 № 1008 «Об утверждении формы договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании либо ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена»

«28» февраля 2019 года

Уполномоченный орган – департамент экономики и промышленной политики администрации города Перми в соответствии с решением Пермской городской Думы от 27.01.2015 № 13 «О регулировании в городе Перми отдельных вопросов в сфере оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов и экспертизы муниципальных нормативных правовых актов, затрагивающих вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности», Порядком проведения оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых, утвержденным постановлением администрации города Перми от 25.12.2014 № 1041 (далее – Порядок проведения ОРВ), рассмотрел проекта постановления администрации города Перми «О внесении изменений в постановление администрации города Перми от 20.12.2018 № 1008 «Об утверждении формы договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании либо ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена» (далее – проект правового акта), подготовленный департаментом экономики и промышленной политики администрации города Перми (далее – разработчик).

Проект правового акта подготовлен разработчиком в инициативном порядке и направлен для подготовки настоящего заключения впервые.

По результатам рассмотрения установлено, что при подготовке проекта правового акта порядок проведения оценки регулирующего воздействия соблюден.

Разработчиком проведены публичные консультации по обсуждению проекта правового акта в срок с 20.02.2019 по 26.02.2019 года.

Информация об оценке регулирующего воздействия проекта правового акта размещена на официальном сайте муниципального образования город Пермь в информационно-телекоммуникационной сети Интернет по адресу: http://www.gorodperm.ru/docs/orv/orv_acts/2019/02/

Согласно представленному Своду предложений по результатам проведенных публичных консультаций поступили следующие предложения (замечания):

ИП Перешеин А.Ю., ИП Галкин Б.В.:

1. Требования к внешнему виду рекламных конструкций должны быть установлены в Положении о порядке установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Перми, утвержденным решением Пермской городской Думы от 27.01.2009 № 11 (далее – Положение № 11), в раздел 4 Требования к соответствию рекламных конструкций внешнему архитектурному облику. Подпункты 2.1, 2.4 проекта постановления администрации города Перми «О внесении изменений в постановление администрации города Перми от 20.12.2018 № 1008 «Об утверждении формы договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании либо ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена» исключить. Предложенные в Проекте требования к внешнему виду рекламных конструкций, включая конструктивные чертежи соответствующих рекламных конструкций (с указанием размеров информационных полей) внести в раздел 4 Положения № 11. Предложение отклонено разработчиком, указано, что проект правового акта устанавливает требования к внешнему виду рекламных конструкций, их техническим характеристикам, а не к соответствию рекламных конструкций внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города Перми.

2. Подпунктом 2.3 проекта правового акта в правоприменительную практику будет введена правовая конструкция, противоречащая законодательству Российской Федерации (в частности, частям 20, 21 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее – Закон о рекламе));

2.1. подпункт 6.1.5 формы договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции изложить в следующей редакции: «6.1.5. предоставления земельного участка для государственных и муниципальных нужд в случае необходимости в использовании земельного участка, на котором установлена и эксплуатируется рекламная конструкция, при условии, что это будет препятствовать установке и эксплуатации рекламной конструкции, либо аннулирование разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции или признание его недействительным по основаниям, предусмотренным Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»»;

2.2. подпункт 6.1.4 формы договора признать утратившим силу.

Замечание принято разработчиком, пункт 2.3 Проекта приведен в соответствие с Законом о рекламе.

3. Требования к информационному полю рекламных конструкций отразить на конструктивных чертежах рекламных конструкций без их дублирования (описания) словами.

4. Пунктом 2 Проекта предлагается установить типы информационных полей рекламных конструкций, в частности, «статичная поверхность», «щитовая поверхность», «светодиодные матрицы». Указанные термины не используются в Постановлении Правительства Пермского края от 09.09.2013 № 1190-п «О реализации на территории Пермского края норм Федерального закона от 13 марта

2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Постановление №1190-п), Положении № 11. Указанные формулировки ведут к юридико-лингвистической неопределенности;

4.1. пункт 2 в приложениях к Проекту – исключить.

5. В пункте 3 Проекта не ясно, какая информация имеется в виду в заголовке пункта 3 приложений к Проекту (в соответствии с частью 2 статьи 19 Закона о рекламе рекламная конструкция должна использоваться исключительно для распространения рекламы и социальной рекламы);

5.1. пункт 3 приложений к Проекту – исключить.

6. В целях оптимизации изложения соответствующих требований к опорным стойкам рекламных конструкций и обеспечения удобства их практического применения отразить соответствующие сведения на конструктивных чертежах рекламных конструкций без их дублирования (описания) словами.

7. Пункты Проекта, касающиеся фундаментов, - исключить.

8. Пункты Проекта, касающиеся цвета окраски рекламных конструкций, - исключить.

9. Проектом предлагается ввести требование об использовании энергосберегающих технологий с изменением цвета и силы света и его понижением с 23 до 7 часов. Из содержания данной нормы не ясно, до какого уровня должна быть понижена светосила. Подобный недостаток ведет к неконкретности правового регулирования;

9.1. исключить из Проекта требование об изменении цвета подсветки; определить максимальный уровень снижения светосилы с 23 до 7 часов.

10. К пиллару: подпунктом 4.2 предусмотрено, что допускается установка пиллара без фундамента, если это предусмотрено «конструктивным решением». Не ясно, что такое «конструктивное решение» (соответствующий термин не используется в Постановлении № 1190-п, Положении № 11, не имеет нормативно-правового определения), кем оно разрабатывается, подлежит ли оно согласованию, если да, то каков порядок такого согласования (согласующие органы, предмет согласования, сроки и т.д.).

11. К рекламному щиту: пунктом 4.1 предусмотрено, что опорная стойка должна быть выполнена из двух профильных труб. Подобное требование противоречит абзацу третьему пункта 1.2 Постановления № 1190-п, исходя из которого рекламный щит устанавливается на опорную стойку. Не ясно, что следует понимать под «профильной трубой»;

11.1. требование к опорной стойке рекламного щита привести в соответствие с нормами Постановления № 1190-п;

11.2. термин «профильная труба» заменить термином «труба»;

11.3. пунктом 4.2 Проекта установлены требования к высоте опорной стойки. Высоту опорной стойки предлагается определить от нижнего края каркаса. При этом из содержания данного требования не ясно, нижнего края каркаса чего (какого элемента или части рекламной конструкции) должна

определяться высота опорной стойки. Для устранения указанной неопределенности предлагаем соответствующий момент урегулировать более подробно.

12. К сити-борду, сити-формату: пунктом 4.1 предусмотрено, что опорная стойка должна быть выполнена из двух профильных труб. Подобное требование противоречит абзацу второму пункта 1.2 абзацу шестому пункта 1.3 Постановления 1190-п, исходя из которого сити-борд, сити-формат могут устанавливаться на одну или несколько опорных стоек. Соответствующие приложения к Проекту подобной вариативности исполнения опорных стоек рекламных конструкций указанных видов не предусматривают;

12.1. требование к опорной стойке сити-борда, сити-формата привести в соответствие с нормами Постановления № 1190-п;

12.2. термин «профильная труба» заменить термином «труба»;

12.3. пунктом 4.2 установлены требования к высоте опорной стойки. Высоту опорной стойки предлагается определить от нижнего края каркаса. При этом из содержания данного требования не ясно, нижнего края чего (какого элемента или части рекламной конструкции) должна определяться высота опорной стойки. Для устранения указанной неопределенности предлагаем соответствующий момент урегулировать более подробно.

13. К суперборду, суперсайту: пунктом 4.1 Проекта предусмотрено, что опорная стойка должна быть выполнена из «круглой трубы большого диаметра, обеспечивающей необходимую прочность рекламной конструкции». Из содержания данного требования не ясно, какой конкретно диаметр трубы следует считать большим, а также какая необходимая прочность рекламной конструкции (в каких единицах и какого минимального значения) должна быть обеспечена;

13.1. определить указанные моменты, касающиеся опорной стойки суперборда, суперсайта;

13.2. пунктом 4.2 Проекта установлены требования к высоте опорной стойки. Высоту опорной стойки предлагается определить от нижнего края каркаса. При этом из содержания данного требования не ясно, нижнего края каркаса чего (какого элемента или части рекламной конструкции) должна определяться высота опорной стойки. Для устранения указанной неопределенности предлагаем соответствующий момент урегулировать более подробно.

14. К светодиодному экрану: дополнить Проект указанием о том, что предлагаемые требования применяются к отдельно стоящим светодиодным экранам;

14.1. пунктом 1.1 Проекта указано, что размер информационного поля определяется по индивидуальному проекту. При этом ни в законодательстве Российской Федерации и Пермского края, ни в муниципальных правовых актах города Перми не определено, что такое «индивидуальный проект», какие к нему предъявляются требования, кто его разрабатывает, подлежит ли он согласованию, если да, то каков порядок такого согласования (согласующие органы, предмет

оценки, критерии принятия решения о согласовании (об отказе в согласовании), сроки и т.д.);

14.2. установить требование о том, что отдельно стоящий светодиодный экран имеет лишь одно информационное поле в виде дисплея, монитора, телевизора (согласно абзацу 4 пункта 1.1 Постановления 1190-п);

14.3. определить размер информационного поля отдельно стоящего светодиодного экрана – максимальный и его вариации в пределах максимального размера информационного поля (например, 2,7х3,7, 3х6);

14.4. требование о подсветке в отношении светодиодного экрана является излишним.

15. К указателю городской системы ориентирования (далее – Указатель): пункт 1.4 Проекта содержит термин «навигационное поле». Определение указанного термина отсутствует, что является коррупциогенным фактором – ввести определение указанного термина либо исключить его;

15.1. конструктивный чертеж (пункт 8) предусматривает вариант с четырьмя информационными полями. В соответствии с абзацем 7 пункта 1.3 Постановления № 1190-п максимальное количество информационных полей Указателя ограничено тремя информационными полями, конструктивный чертеж Указателя должен быть приведен в соответствие с требованиями Постановления № 1190-п.

В отношении пунктов 3-15 разработчиком указано, что в письме ИП Перешеина А.Ю., ИП Галкина Б.В. о направлении предложений, замечаний к Проекту отмечено, что предложения, замечания, изложенные в пп. 3-15 следует учесть при подготовке проекта решения Пермской городской Думы (о внесении изменений в Положение № 11). Исходя из указанного не ясно, относятся ли данные предложения, замечания к Проекту. В связи с тем, что процедура оценки регулирующего воздействия осуществляется в отношении положений Проекта, основания для рассмотрения предложений, замечаний, изложенных в пп.3-15, отсутствуют.

ООО «ПРАЙМ»:

1. В требованиях к пиляру: пункт 6.2 изложить в следующей редакции: «6.2 при размещении пиляра используются внутренние энергосберегающие светильники.».

2. В требованиях к рекламному щиту: пункт 7.2 изложить в следующей редакции: «7.2. при размещении рекламного щита используются внешние энергосберегающие светильники;». Пункт 7.3 изложить в следующей редакции: «7.3. при использовании устройств автоматической смены изображений рекламный щит должен быть оборудован системой аварийного отключения от сети электропитания.».

3. В требованиях к сити-борду: пункт 7.2 изложить в следующей редакции: «7.2. при размещении сити-борда используются внешние или внутренние энергосберегающие светильники.».

Пункт 7.3 изложить в следующей редакции: «7.3. при использовании устройств автоматической смены изображений сити-

борд должен быть оборудован системой аварийного отключения от сети электропитания.».

4. В требованиях к сити-формату: пункт 4.1 – исключить. Приведенное в проекте постановления описание стойки противоречит конструкции сити-формата, в связи с чем предлагается исключить указанную техническую ошибку. Пункт 7.2 изложить в следующей редакции: «7.2. при размещении сити-формата используются внутренние энергосберегающие светильники.». Пункт 7.3 изложить в следующей редакции: «7.3. при использовании устройств автоматической смены изображений сити-формат должен быть оборудован системой аварийного отключения от сети электропитания.».

5. В требованиях к суперборду: пункт 7.2 изложить в следующей редакции: «7.2. при размещении суперборда используются внешние энергосберегающие светильники.». Пункт 7.3 изложить в следующей редакции: «7.3. при использовании устройств автоматической смены изображений суперборд должен быть оборудован системой аварийного отключения от сети электропитания.».

6. В требованиях к суперсайту: в пункте 7.1 слово «суперборда» заменить на слово «суперсайта». Пункт 7.2 изложить в следующей редакции: «7.2. при размещении суперсайта используются внешние энергосберегающие светильники.». Пункт 7.3 изложить в следующей редакции: «7.3. при использовании устройств автоматической смены изображений суперсайт должен быть оборудован системой аварийного отключения от сети электропитания.».

7. В требованиях к отдельно стоящему светодиодному экрану: пункт 1.2 изложить в следующей редакции: «1.2. расположение информационного поля – горизонтальное или вертикальное.». Пункт 3.1 изложить в следующей редакции: «3.1. трансляция видео-контента с помощью светодиодов, объединенных в матрицы (кластеры).». Пункт 4 изложить в следующей редакции: «4. Опорная стойка: определяется по индивидуальному проекту.». Подпункты 4.1 – 4.4 исключить. Дополнить пунктом 5.3 следующего содержания: «5.3. допускается установка рекламной конструкции без фундамента, если это предусмотрено индивидуальным проектом.». Пункт 7.1 исключить. Пункт 7.2 изложить в следующей редакции: «7.2. при размещении светодиодного экрана должен соблюдаться режим плавного замедленного понижения светосилы в темное время суток.». Дополнить пунктом 7.3 следующего содержания: «7.3. светодиодный экран должен быть оборудован системой аварийного отключения от сети электропитания.». Пункт 8 – исключить.

8. В требованиях к указателю городской системы ориентирования: пункт 7.2 изложить в следующей редакции: «7.2. при размещении рекламной конструкции используются внутренние энергосберегающие светильники.».

9. В требованиях к панели-кронштейну: пункт 1.1 изложить в следующей редакции: «1.1. размер информационного поля 0,8*1,2 метров;».

10. В требованиях к флагштоку/вымпелу: в пункте 1.1 цифры «07» заменить на «0,7».

Предложения ООО «ПРАЙМ» учтены разработчиком, в проект правового акта внесены изменения.

Результатом проведения публичных консультаций является частичное удовлетворение поступивших предложений (замечаний), редакция пункта 2.3. приведена в соответствие с Законом о рекламе, исключены положения о соответствии требованиям пожарной безопасности, необходимости использования режимов плавного замедленного изменения цветов и силы света с обязательным понижением светосилы.

В целях проведения оценки регулирующего воздействия в адрес уполномоченного органа направлен полный перечень документов, предусмотренный Порядком проведения ОРВ.

На основе проведенной оценки проекта муниципального нормативного правового акта с учетом информации, представленной разработчиком, полученной в ходе публичных консультаций, уполномоченным органом сделаны следующие выводы.

Предлагаемый к принятию проект правового акта предусматривает внесение изменений в форму договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании либо ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена.

В частности, разработчиком предложены следующие положения:

- ввести для рекламодателя обязанность соблюдения требования к внешнему виду рекламных конструкций;
- уточнена обязанность рекламодателя по содержанию рекламной конструкции и распространяемой на ней рекламы, социальной рекламы в надлежащем техническом состоянии;
- признание разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции недействительным в судебном порядке по иску органа, осуществляющего контроль за безопасностью движения транспорта, является основанием для расторжения договора с рекламодателем (редакция п.6.1.5. формы договора).

Основанием внесения изменений служит необходимость обеспечения функционального и эстетического решения внешнего вида рекламной конструкции на территории города Перми, создание единого стиля оформления рекламных конструкций.

Нормативные правовые акты, порождающие необходимость утверждения предлагаемого правового регулирования:

- 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».

Предлагаемое правовое регулирование не предусматривает изменение функций и полномочий органов местного самоуправления.

Проект правового акта не предусматривает введение дополнительных финансовых затрат для бюджета города Перми.

Новые обязанности для потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования установлены разработчиком верно.

По итогам оценки регулирующего воздействия положения, вводящие избыточные обязанности, запреты и ограничения для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности или способствующих их введению, а также положения, способствующие возникновению необоснованных расходов субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, а также бюджета города Перми, не выявлены.

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



О.М.Чеснокова