

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» (далее – Проект, Положение о рекламе).

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:

разный подход к расчету периода срока заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции: по Положению о рекламе – не позднее чем через 20 дней с даты проведения торгов; по аукционной документации – не ранее чем через 10 рабочих дней со дня размещения на электронной площадке протокола;

отсутствие единых требований к внешнему виду, к нормативному состоянию рекламных конструкций на всей территории города Перми;

не актуализированы требования к проекту рекламной конструкции и ее территориального размещения в части соответствия действующему законодательству;

требуется конкретизация в части установления согласования схемы размещения рекламных конструкций на территории города Перми (далее – Схема) функциональным органом администрации города Перми, осуществляющим функции в области строительства, реконструкции и капитального ремонта автомобильных дорог общего пользования местного значения города Перми;

необходимость утверждения формы перечня рекламных конструкций на территории города Перми.

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

риск несоблюдения норм, применяемых при расчете срока заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций;

отсутствие единых требований к внешнему виду рекламных конструкций, планируемых к размещению на земельных участках в независимости от их правовой принадлежности не позволяет привести внешний вид таких рекламных конструкций к единообразию;

отсутствие согласования Схемы уполномоченным органом администрации города Перми, осуществляющим функции в области строительства, реконструкции и капитального ремонта автомобильных дорог общего пользования местного значения города Перми;

отсутствие утвержденной формы перечня рекламных конструкций на территории города Перми, определяющей содержание текстовой части схемы рекламных конструкций, в Положении о рекламе.

2.3. Причины невозможности решения проблемы без вмешательства органов местного самоуправления: полномочия органов местного самоуправления, в том числе в сфере наружной рекламы закреплены в Федеральном законе от 06.10.2003

№ 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Федеральном законе 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: правовой акт разработан в целях определения единого подхода к расчету периода срока заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Перми; утверждения формы перечня рекламных конструкций на территории города Перми; приведения внешнего вида рекламных конструкций к единообразию; приведения в соответствие действующему законодательству требований к проекту рекламной конструкции и ее территориального размещения; согласования проекта Схемы с функциональным органом администрации города Перми, осуществляющим функции в области организации строительства, реконструкции и капитального ремонта автомобильных дорог общего пользования местного значения 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»,
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».

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

Разработанный проект решения Пермской городской Думы предлагает:

- внести изменения в Положение о рекламе, определив срок заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Перми;
- не позднее чем через двадцать рабочих дней со дня размещения на электронной площадке протокола торгов;
- установить единые требования к отдельно стоящим рекламным конструкциям на всей территории города Перми, а также к медиафасадам;
- актуализировать требования к проекту рекламной конструкции и ее территориального размещения в части соответствия действующему законодательству;
- установить согласование Схемы в том числе функциональным органом администрации города Перми, осуществляющим функции в области строительства, реконструкции и капитального ремонта автомобильных дорог общего пользования местного значения города Перми;
- утвердить форму перечня рекламных конструкций на территории города Перми.

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)	нет	нет

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 предлагаемые требования к рекламным конструкциям.

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: опубликование правового акта в установленном порядке.

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

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



О.М. Чеснокова

Восемь 