

ОТЧЕТ

об оценке регулирующего воздействия проекта муниципального нормативного правового акта

1. Общая информация.

1.1. Разработчик Департамент экономики и промышленной политики администрации города Перми.

1.2. Наименование проекта муниципального нормативного правового акта (далее - правовой акт): «О внесении изменения 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 иной экономической, инвестиционной деятельности, иные лица, интересы которых будут затронуты предлагаемым правовым регулированием, оценка количества таких субъектов: лица, 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.210-11-60, адрес электронной почты: envologdina@perm.permkrai.ru.

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

2.1. Формулировка проблемы и краткое ее описание:

- Положением о рекламе не предусмотрена возможность изменять способ демонстрации рекламы на электронный, без изменения вида рекламной конструкции, предусмотренного Положением о рекламе;

- наличие в Положении о рекламе видов рекламных конструкций, не востребованных для размещения в течение длительного времени;

- необходимость актуализации раздела 4 Положения о рекламе, устанавливающего требования к рекламным конструкциям, допустимым к установке на территории города Перми с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, и их эксплуатации.

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

- отсутствие возможности изменять способ демонстрации рекламы на электронный, без изменения вида рекламной конструкции, предусмотренного Положением о рекламе;

- наличие неактуального перечня видов рекламных конструкций, допустимых к установке на территории города Перми, в Положении о рекламе;

- необходимость корректировки раздела 4 Положения о рекламе в части конкретизации требований к рекламным конструкциям отдельно стоящим и фасадным.

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 развития цифровизации, дает возможность на рекламных конструкциях в виде: суперборда, суперсайта, ситиборда, рекламного щита, сити-формата, пиллара на одном либо нескольких информационных полях изменять

способ демонстрации рекламы на электронный, без изменения вида рекламной конструкции, предусмотренного Положением о рекламе;

- установление актуального перечня видов рекламных конструкций, допустимых к установке на территории города Перми, с учетом их востребованности;

- актуализация раздела 4 Положения о рекламе, устанавливающего требования к рекламным конструкциям, допустимым к установке на территории города Перми с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, и их эксплуатации.

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:

- предусмотреть возможность изменять способ демонстрации рекламы на электронный, без изменения вида рекламной конструкции, предусмотренного Положением о рекламе

- актуализировать перечень видов рекламных конструкций, допустимых к установке на территории города Перми, с учетом их востребованности;

- актуализировать раздел 4 Положения о рекламе, устанавливающий требования к рекламным конструкциям, допустимым к установке на территории города Перми с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, и их эксплуатации.

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.

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

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.

Начальник департамента
экономики и промышленной политики
администрации города Перми

Н.А. Конюкова