

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к проекту муниципального нормативного правового акта,
проходящего процедуру оценки регулирующего воздействия

1. Краткое описание предлагаемого правового регулирования в части положений, которыми изменяется содержание прав и обязанностей субъектов предпринимательской, инвестиционной и иной экономической деятельности, изменяется содержание и порядок реализации полномочий администрации Находкинского городского округа в отношениях с субъектами предпринимательской, инвестиционной и иной экономической деятельности

Проектом постановления администрации Находкинского городского округа «Об утверждении Правил к отдельно стоящим рекламным конструкциям» (далее – проект МНПА) предполагается признать утратившим силу постановление главы Находкинского городского округа от 24.01.2006 № 31 «Об утверждении Правил к отдельно стоящим щитовым установкам с размерами рекламно-информационного поля более 10 кв.м.» (далее – Правила № 31), ввиду неактуальности некоторых его положений и утвердить Правила к отдельно стоящим рекламным конструкциям в новой редакции, которые будут распространять свое действие на все типы и виды отдельно стоящих рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа.

2. Сведения о проблеме, на решение которой направлено предлагаемое правовое регулирование, оценка негативных эффектов, порождаемых наличием данной проблемы

Действующая редакция Правил № 31 не содержит общих требований к установке и эксплуатации рекламных конструкций, установленных в ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», и распространяет свое действие только на рекламные конструкции большого формата - с размерами рекламно-информационного поля более 10 кв.м., тем самым не соответствует Федеральному закону от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с законодательством Российской Федерации в сфере рекламы и безопасности новая редакция Правил к отдельно стоящим рекламным конструкциям дополнена такими требованиями, как:

- об установке рекламных конструкций только в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций, утвержденной соответствующим постановлением администрации Находкинского городского округа;

- о необходимости соответствия устанавливаемых рекламных конструкций типам и видам рекламных конструкций, установленным нормативным правовым актом администрации Находкинского городского округа;

- о недопустимости размещения на рекламных конструкциях информации, не предназначенной для неопределенного круга лиц (частные объявления, личные поздравления и т. п.);

- о необходимости установки и (или) эксплуатации рекламной конструкции на основании договора с собственником объекта, к которому присоединяется рекламная конструкция, а также при наличии соответствующего разрешения;

- о необходимости получения, при установке отдельно стоящих рекламных конструкций, разрешения на проведение земельных работ в порядке, предусмотренном нормативным правовым актом администрации Находкинского городского округа.

Также изменения предусматривают, для вновь устанавливаемых рекламных конструкций с размерами рекламно-информационного поля более 10 кв. м., установление минимального допустимого расстояния между отдельно стоящими рекламными конструкциями, расположенными на одной стороне проезжей части улиц, проспектов, магистралей, в 150 метров, вместо 50 метров, и вводится ограничение на количество рекламных конструкций, устанавливаемых на земельных участках, находящихся в частной собственности, в том числе в аренде, до одной рекламной конструкции на таких земельных участках, по рекомендации комиссии по рассмотрению возможности установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа, полномочия которой утверждены распоряжением администрации Находкинского городского округа от 23.09.2019 № 420-р «О создании комиссии по рассмотрению возможности установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа».

При плотной застройке и наличии нескольких рекламных конструкций с рекламно-информационным полем более 10 кв. м. на одной стороне улицы возникает «визуальный шум», снижается читаемость внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, нарушается целостность восприятия среды Находкинского городского округа. На территории Находкинского городского округа под действие этой нормы подпадают такие допустимые к установке крупноформатные типы рекламных конструкций, как билборд, сити-борд, суперборд, тривижн и цифровой билборд.

Указанные ограничения приведут к недопущению роста «визуального шума» и сохранению архитектурного облика округа.

3. Сведения о целях предлагаемого правового регулирования и обоснование их

Проект МНПА разработан с целью качественного улучшения городской визуальной среды и внешнего облика Находкинского городского округа, повышения уровня исполнения, а также безопасности рекламных конструкций, размещаемых на территории Находкинского городского округа.

4. Оценка изменений расходов/доходов бюджета Находкинского городского округа от реализации предусмотренных МНПА полномочий и функций органов местного самоуправления Находкинского городского округа

Дополнительных расходов/доходов бюджета Находкинского городского округа не ожидается.

5. Описание обязанностей, которые предполагается возложить на субъекты предпринимательской, инвестиционной и иной экономической деятельности предлагаемых правовым регулированием, и (или) описание предполагаемых изменений в содержание существующих обязанностей указанных субъектов

Изменения предусматривают для вновь устанавливаемых рекламных конструкций с размерами рекламно-информационного поля более 10 кв. м., установление минимального допустимого расстояния между отдельно стоящими рекламными конструкциями, расположенными на одной стороне проезжей части улиц, проспектов, магистралей, в 150 метров, вместо 50 метров, и вводится ограничение на количество рекламных конструкций, устанавливаемых на земельных участках, находящихся в частной собственности, в том числе в аренде, до одной рекламной конструкции на таких земельных участках.

6. Сведения об устанавливаемых, изменяемых или отменяемых мерах ответственности субъектов предпринимательской, инвестиционной и иной экономической деятельности предлагаемых правовым регулированием

Меры ответственности настоящим проектом МНПА не устанавливаются, также меры ответственности отсутствуют в Правилах № 31, которые признаются утратившими силу.

7. Основные группы субъектов предпринимательской, инвестиционной деятельности, органов местного самоуправления, подверженные влиянию МНПА

Юридические лица, независимо от организационно-правовой формы, или физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели – владельцы рекламных конструкций, муниципальное образование Находкинский городской округ.

8. Оценка изменений расходов субъектов предпринимательской, инвестиционной и иной экономической деятельности на осуществление такой деятельности, связанных с необходимостью соблюдать обязанности, возлагаемые на них или изменяемые предлагаемым правовым регулированием

Расходы потенциальных адресатов предполагаемого правового регулирования, связанные с его введением, не изменятся.

9. Оценка рисков невозможности решения проблемы предложенным способом, рисков непредвиденных негативных последствий

К рискам невозможности решения проблемы предложенным способом можно отнести отсутствие возможности качественного улучшения городской визуальной среды и внешнего облика Находкинского городского округа, а также неактуальности некоторых положений Правил № 31.

10. Сведения о результатах публичных консультаций МНПА с субъектами предпринимательской, инвестиционной и иной экономической деятельности, включая предложения возможных выгодах и затратах предлагаемого регулирования, альтернативных способах решения проблемы и оценки последствий предлагаемого регулирования

Публичные консультации проекта МНПА с субъектами предпринимательской, инвестиционной и иной экономической деятельности проводятся впервые.

В соответствии с ч. 5.8. ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» органы местного самоуправления городских округов утверждают схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности. Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. На территории Находкинского городского округа Схема размещения рекламных конструкций утверждена постановлением администрации Находкинского городского округа от 03.02.2016 № 96 «Об утверждении

схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках, расположенных на территории Находкинского городского округа, независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности Приморского края или муниципальной собственности». Типы и виды рекламных конструкций утверждены постановлением администрации Находкинского городского округа от 12.08.2020 № 867 «Об утверждении положения о типах и видах рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке и эксплуатации на территории Находкинского городского округа».

В целях качественного улучшения городской визуальной среды и внешнего облика Находкинского городского округа, повышения уровня исполнения, а также безопасности рекламных конструкций, размещаемых на территории Находкинского городского округа, разработан настоящий проект МНПА, который устанавливает общие требования к установке и эксплуатации отдельно стоящих рекламных конструкций.

Альтернативные способы решения проблемы отсутствуют.

11. Иные сведения, позволяющие оценить обоснованность введенных обязанностей, запретов и ограничений для субъектов предпринимательской, инвестиционной и иной экономической деятельности, обоснованность расходов субъектов предпринимательской, инвестиционной и иной экономической деятельности и бюджета Находкинского городского округа, возникновению которых способствовали положения МНПА: отсутствуют.

Врио директора МКУ «Находка ДАГиЗ»

Н.А. Паршикова