

# СВОДНЫЙ ОТЧЕТ

о проведении оценки регулирующего воздействия  
проекта НПА

## 1. Общая информация

### 1.1. Разработчик:

Муниципальное казенное учреждение «Управление наружной рекламы и информации города Владимира» (МКУ УНРИ).

### 1.2. Вид и наименование проекта НПА:

Проект постановления администрации города Владимира «Об утверждении «Концепции размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город Владимир».

Проект НПА разрабатывается по инициативе разработчика.

### 1.3. Предполагаемая дата вступления в силу НПА: 08.2017.

1.4. Краткое описание проблемы, на решение которой направлено предлагаемое правовое регулирование:

- отсутствие системного подхода к размещению рекламных конструкций различных типов при размещении их на поверхностях зданий, строений, сооружений и земельных участках.

### 1.5. Краткое описание целей предлагаемого правового регулирования:

- комплексное планирование территорий для размещения рекламных конструкций;
- сохранение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности, охраны окружающей среды;
- типизация рекламных конструкций;
- реабилитация существующих рекламных конструкций с точки зрения доведения их до предлагаемых типовых форм;
- установление единых требований к размещению рекламных конструкций на объектах культурного наследия и выявленных объектах культурного наследия, расположенных на территории города Владимира.

1.6. Краткое описание содержания предлагаемого правового регулирования:

Систематизация рекламной информации и сохранение внешнего архитектурного облика города.

1.7. Срок, в течение которого принимались предложения в связи с размещением уведомления о подготовке проекта НПА:

начало: 05 июня 2017г.;

окончание: 19 июня 2017г.

1.8. Количество замечаний и предложений, полученных в связи с размещением уведомления о подготовке проекта НПА: нет.

1.9. Полный электронный адрес размещения сводки предложений о проведении публичных обсуждений, поступивших в связи с размещением уведомления подготовке проекта НПА:

[http://vladimir-city.ru/economics/economics/orv/orv\\_debate.php](http://vladimir-city.ru/economics/economics/orv/orv_debate.php)

1.10. Контактная информация исполнителя разработчика:

Наумова Антонина Александровна;

Должность: начальник административно-правового отдела;

Тел.: 33-47-50, адрес электронной почты: reklama@vladimir-city.ru .

1.11. Степень регулирующего воздействия проекта НПА: средняя.

1.12. Обоснование отнесения проекта НПА к определенной степени регулирующего воздействия:

В дополнение к нормам, предусмотренным Правилами установки и эксплуатации средств наружной рекламы и информации на территории города Владимира (далее - Правила), утвержденными решением Совета народных депутатов города Владимира от 18.02.2009 № 25, в проекте НПА введены понятия о внешнем архитектурном облике сложившейся застройки города, требования к местам установки, конструктивному исполнению, внешнему виду, условиям эксплуатации рекламных конструкций, связанные с сохранением внешнего архитектурного облика сложившейся застройки. В целях унификации и повышения качества рекламных конструкций введен новый раздел Концепции «типы и виды рекламных конструкций».

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

2.1. Формулировка проблемы.

С выходом постановления «Об утверждении «Концепции размещения конструкций, не содержащих информацию рекламного характера, на территории муниципального образования город Владимир» появилась необходимость в системном подходе к размещению рекламных конструкций различных типов при размещении их на поверхностях зданий, строений, сооружений и земельных участках.

2.2. Информация о возникновении, выявлении проблемы и мерах, принятых ранее для ее решения, достигнутых результатах и затраченных ресурсах:

Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» предусмотрен порядок и перечень документов, необходимый для размещения рекламных конструкций, но не регламентирует ни размеры, ни виды, места размещения рекламных конструкций.

В настоящее время действуют Правила установки и эксплуатации средств наружной рекламы и информации на территории города Владимира, утвержденные решением Совета народных депутатов города Владимира от 18.02.2009 № 25, которыми установлены требования к размещению рекламных конструкций.

В данном решении уже содержатся требования к внешнему виду и способу размещения конструкций, к дизайну, способу подачи информации и т. п. В проекте НПА указанные требования расширены, конкретизированы в

привязке к отдельным территориям, особенностям зданий, что должно способствовать качеству разрабатываемых дизайн-проектов и, в конечном итоге, сокращению сроков принятия решений о выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

### 2.3. Социальные группы, заинтересованные в устранении проблемы, их количественная оценка:

Субъекты малого и среднего предпринимательства, органы исполнительной власти в сфере градостроительства и благоустройства.

Оценка количества участников отношений - неограниченное.

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

Установленные без соблюдения ограничений, диктуемых архитектурными особенностями городской среды, рекламные конструкции наносят вред внешнему облику города, в том числе его историческому центру, что вызывает критику в адрес местных властей со стороны архитектурной общественности, краеведов, музейных работников и просто горожан.

Незнание субъектами рынка требований к размещению рекламных конструкций нарушает права собственников имущества, к которым присоединяются конструкции, способствует недобросовестной конкуренции, скрытой рекламе и т.п.

Ежегодно фиксируется около 550 незаконно установленных рекламных конструкций.

### 2.5. Причины возникновения проблемы и факторы, поддерживающие ее существование:

В силу сложившихся обстоятельств в сфере размещения рекламно-информационных конструкций работают дизайнеры, и недостаточно в данную сферу вовлечены архитекторы, обладающие специальными знаниями, позволяющими вырабатывать решения, не наносящие ущерба архитектуре зданий и городской среде в целом. К тому же квалификация дизайнеров зачастую также невысока.

Отсутствие систематизации размещения рекламных конструкций, недостаточный профессиональный уровень специалистов в сфере дизайна рекламно-информационных объектов поддерживают существование проблемы влияния рекламно-информационного оформления предприятий, организаций и территорий на городскую среду.

### 2.6. Причины невозможности решения проблемы участниками соответствующих отношений самостоятельно, без вмешательства органа местного самоуправления:

При отсутствии участия органа местного самоуправления в решении данной проблемы на зданиях и городских территориях формируется переизбыток рекламных объектов различного типа и формата, которые доставляют неудобства жителям города не только с точки зрения эстетики городского пространства, но создают условия дискомфорта, а иногда и просто небезопасны.

### 2.7. Опыт решения аналогичных проблем в муниципальных образованиях

Российской Федерации:

Постановление Правительства Москвы от 12.12.2012 № 712-ПП  
«Об утверждении Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций».

2.8. Источники данных:

<http://dsmir.mos.ru/legislation/lawacts/721405/>

2.9. Иная информация о проблеме: Отсутствует.

### 3. Определение целей предлагаемого правового регулирования и показателей для оценки их достижения

3.1. Цели предлагаемого правового регулирования	3.2. Сроки достижения целей предлагаемого правового регулирования	3.3. Периодичность мониторинга достижения целей предлагаемого правового регулирования
Цель 1. Комплексное планирование территорий для размещения рекламных конструкций	В течение 3 лет	Не требуется
Цель 2. Сохранение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности, охраны окружающей среды	В течение 3 лет	Не требуется
Цель 3. Типизация рекламных конструкций	В течение 3 лет	Не требуется
Цель 4. Реабилитация существующих рекламных конструкций с точки зрения доведения их до предлагаемых типовых форм;	В течение 3 лет	Не требуется
Цель 5. Установление единых требований к размещению рекламных конструкций на объектах культурного наследия и выявленных объектах культурного наследия, расположенных на территории города Владимира	В течение 3 лет	Не требуется

3.4. Нормативные правовые акты или их отдельные положения, в соответствии с которыми в настоящее время осуществляется правовое регулирование в данной области:

Решение Совета народных депутатов города Владимира от 18.02.2009 № 25 «О правилах установки и эксплуатации средств наружной рекламы и информации на территории города Владимира»

3.5. Цели предлагаемого правового регулирования	3.6. Показатели достижения целей предлагаемого правового регулирования	3.7. Единицы измерения показателей	3.8. Целевые значения показателей по годам
Цель 1. Комплексное планирование территорий для размещения рекламных конструкций	Размещение рекламных конструкций по допустимым типам и видам в соответствии с категориями зон городской территории	-	-
Цель 2. Сохранение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности, охраны окружающей среды	Демонтаж незаконно установленных конструкций, не отвечающих требованиям к местам установки, конструктивному исполнению, внешнему виду.	шт.	Не менее: 250 объектов ежегодно
Цель 3. Типизация рекламных конструкций Цель 4. Реабилитация существующих рекламных конструкций с точки зрения доведения их до предлагаемых типовых форм;	Визуальная картина городских территорий, отвечающая требованиям стилистического соответствия рекламных конструкций окружающему пространству.		
Цель 5. Установление единых требований к размещению рекламных конструкций на объектах культурного наследия и выявленных объектах культурного наследия, расположенных на территории города Владимира	Сохранение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города	-	-

### 3.9. Основание для разработки проекта НПА :

- Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1;
- Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;
- Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»;
- Федеральный закон от 25.06.2002 № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации»;
- постановление Губернатора Владимирской области от 31.12.2010 № 1407 «Об утверждении границ зон охраны достопримечательного места регионального значения «Исторический центр города Владимира», режимов использования земель и градостроительных регламентов в границах данных зон»;
- решением Совета народных депутатов города Владимира от 13.10.2011

№ 183 «Об утверждении «Правил землепользования и застройки муниципального образования город Владимир»;

- решение Совета народных депутатов города Владимира от 23.07.2014 № 141 «О Правилах благоустройства и содержания территории муниципального образования город Владимир».

3.10. Перечень НПА, подлежащих признанию утратившими силу, изменению или принятию в связи с принятием проекта НПА:

– решение Совета народных депутатов города Владимира от 18.02.2009 № 25 «О правилах установки и эксплуатации средств наружной рекламы и информации на территории города Владимира» в части установки и эксплуатации средств наружной рекламы на территории города Владимира;

– постановление администрации города Владимира от 01.08.2013 № 2748 «Об утверждении «Концепции размещения рекламных и информационных конструкций на территории города Владимира».

3.11. Методы расчета показателей достижения целей предлагаемого правового регулирования, источники информации для расчетов:

Значения количественных показателей определяются по данным реестра рекламных и информационных конструкций, реестра незаконно размещенных рекламных конструкций.

Значения качественных показателей определяется по результатам осмотра территорий города.

3.12. Оценка затрат на проведение мониторинга достижения целей предлагаемого правового регулирования . Не требуются.

4. Качественная характеристика и оценка численности потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования (их групп).

4.1. Группы потенциальных адресатов перелагаемого правового регулирования (краткое описание их качественных характеристик)	4.2. Количество участников группы	4.3. Источники данных
субъекты малого и среднего предпринимательства	250 ежегодно	Реестр учета рекламно - информационных объектов размещенных на территории города Владимира

5. Изменение функций (полномочий, обязанностей, прав) органов местного самоуправления, а также порядка их реализации в связи с введением предлагаемого правового регулирования - Не предполагается

5.1. Наименование функции (полномочия, обязанности или права)	5.2. Характер функции (новая-изменяемая/отменяемая)	5.3. Предполагаемый порядок реализации	5.4. Оценка изменения трудовых затрат (чел./час, в год), изменения/ численности	5.5. Оценка изменения потребностей в других ресурсах
---	---	--	---	--

			сотрудников (чел.)	
Наименование муниципального органа: Администрация города Владимира				
	-			

6. Оценка дополнительных расходов (доходов) бюджета города, связанных с введением предлагаемого правового регулирования - не требуются.

6.1. Наименование функции (полномочия, обязанности или права) (в соответствии с пунктом 5.1)	6.2. Виды расходов (возможных поступлений) бюджета города	6.3. Количественная оценка расходов и возможных поступлений, млн. руб.
-	-	-

6.4. Другие сведения о дополнительных расходах (доходах) бюджета города, возникающих в связи с введением предлагаемого правового регулирования: Отсутствуют.

6.5. Источники данных: Отсутствуют.

7. Изменение обязанностей (ограничений) потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования и связанные с ними дополнительные расходы (доходы):

7.1. Группы потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования (в соответствии с п. 4.1 сводного отчета о проведении оценки регулирующего воздействия проекта НПА)	7.2. Новые обязанности и ограничения, изменения существующих обязанностей и ограничений, вводимые предлагаемым правовым регулированием (с указанием соответствующих положений проекта НПА)	7.3. Описание расходов и возможных доходов, связанных с введением предлагаемого правового регулирования	7.4. Количественная оценка, млн. руб.
Субъекты малого и среднего предпринимательства	Не требуются.	Не требуются.	-

7.5. Издержки и выгоды адресатов предлагаемого правового регулирования, не поддающиеся количественной оценке: Отсутствуют.

7.6. Источники данных: Отсутствуют.

8. Оценка рисков неблагоприятных последствий применения предлагаемого правового регулирования: Отсутствуют.



8.5. Источники данных: Отсутствуют.

9. Сравнение возможных вариантов решения проблемы

	Предлагаемый вариант правового регулирования	Сохранение действующего способа регулирования/отсутствие правового регулирования
9.1. Содержание варианта решения проблемы	Формирование единого подхода размещения рекламных конструкций на объектах культурного наследия и выявленных объектах культурного наследия, зданий строений, сооружений и земельных участках, расположенных на территории города Владимира, типизация рекламных конструкций	Существующий подход в недостаточной степени обеспечивает достижение положительных результатов по размещению рекламных конструкций как с точки зрения сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил
9.2. Качественная характеристика и оценка динамики численности потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования в среднесрочном периоде (1 - 3 года)	250 в год	168 в год
9.3. Оценка дополнительных расходов (доходов) потенциальных адресатов регулирования, связанных с введением предлагаемого правового регулирования	Не повлечет дополнительных расходов	Не повлечет дополнительных расходов
9.4. Оценка расходов (доходов) бюджета города, связанных с введением предлагаемого правового регулирования	Не повлечет дополнительных расходов (доходов)	Не повлечет дополнительных расходов (доходов)
9.5. Оценка возможности достижения заявленных целей регулирования (раздел 3 сводного отчета о проведении оценки регулирующего воздействия проекта НПА) посредством применения рассматриваемых вариантов предлагаемого правового регулирования	Обеспечение благоприятной архитектурной среды при размещении рекламы на поверхностях зданий, строений, сооружений и земельных участках., в течении 3 лет.	Существующий подход размещения рекламных конструкций на объектах культурного не обеспечивает благоприятный архитектурный облик города Владимира; виды и типы рекламных конструкций носят не упорядоченный характер размещения.

9.6. Оценка рисков неблагоприятных последствий	Риски не выявлены	Риски не выявлены
9.7. Оценка воздействия на состояние конкуренции	Обеспечит условия для создания равных возможностей, что в целом улучшит конкурентную среду	В недостаточной мере обеспечены равные возможности, для участников рынка в реализации своих прав на распространение рекламы.

9.8. Обоснование выбора предпочтительного варианта решения выявленной проблемы:

отсутствует.

9.9. Детальное описание предлагаемого варианта решения проблемы: См. проект НПА «Об утверждении «Концепции размещения рекламных конструкций, на территории муниципального образования город Владимир».

10. Оценка необходимости установления переходного периода и (или) отсрочки вступления в силу НПА либо необходимость распространения предлагаемого правового регулирования на ранее возникшие отношения:

10.1. Предполагаемая дата вступления в силу НПА: 07.2017.

10.2. Необходимость установления переходного периода и (или) отсрочки введения предлагаемого правового регулирования: есть.

Срок переходного периода: 3 года с момента принятия проекта НПА.

10.3. Необходимость распространения предлагаемого правового регулирования на ранее возникшие отношения: Отсутствует.

11. Информация о сроках проведения публичных обсуждений по проекту НПА и сводному отчету о проведении оценки регулирующего воздействия проекта НПА

11.1. Срок, в течение которого принимались предложения в связи с публичными обсуждениями по проекту НПА и сводному отчету о проведении оценки регулирующего воздействия проекта НПА:

11.2. Сведения о количестве замечаний и предложений, полученных в ходе публичных обсуждений по проекту НПА: .

11.3. Полный электронный адрес размещения сводки предложений о проведении публичных обсуждений, поступивших по итогам проведения публичных обсуждений по проекту НПА:

Директор МКУ «Управление  
наружной рекламы и информации  
города Владимира»

Г.Е. Шульга