



АДМИНИСТРАЦИЯ
МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ГОРОД-КУРОРТ АНАПА

**УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКИ
И ИНВЕСТИЦИЙ**

Крымская ул., д. 99,
г. Анапа, Краснодарский край, 353440
тел.: (861-33) 3-14-19
e-mail: ue@anapa-official.ru

27.09.2019 № 10-07-904/19

На № _____ от _____

Исполняющему обязанности
начальника управления
имущественных отношений
администрации муниципального
образования город-курорт Анапа

Ященко Е.С.

Заключение

об оценке регулирующего воздействия проекта
решения Совета муниципального образования город-курорт
Анапа «Об утверждении Правил установки и эксплуатации
рекламных конструкций на территории муниципального
образования город-курорт Анапа»

Управлением экономики и инвестиций администрации муниципального образования город-курорт Анапа как уполномоченным органом по проведению оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов муниципального образования город-курорт Анапа рассмотрен поступивший 29 августа 2019 г. проект решения Совета муниципального образования город-курорт Анапа «Об утверждении Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Анапа» (далее – проект), направленный управлением имущественных отношений администрации муниципального образования город-курорт Анапа (далее – разработчик) для подготовки настоящего заключения. По итогам рассмотрения сообщаем следующее.

В соответствии с Порядком проведения оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов муниципального образования город-курорт Анапа, устанавливающих новые или изменяющих ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами обязанности для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, утвержденным постановлением администрации муниципального образования город-курорт Анапа от 5 августа 2016 г. № 3223 (далее – Порядок), проект подлежит проведению оценки регулирующего воздействия.

По результатам рассмотрения установлено, что при подготовке проекта требования Порядка разработчиком соблюдены.

Проект направлен разработчиком для проведения оценки регулирующего воздействия впервые.

Проведен анализ результатов исследований, проводимых регулирующим

всех возможных вариантов правового регулирования выявленной проблемы, а также эффективности способов решения проблемы в сравнении с действующим на момент проведения процедуры оценки регулирующего воздействия правовым регулированием рассматриваемой сферы общественных отношений.

Проведена оценка эффективности предложенных регулирующим органом вариантов правового регулирования, основанных на сведениях, содержащихся в соответствующих разделах сводного отчета, и установлено следующее:

проблема, на решение которой направлено правовое регулирование, сформулирована разработчиком верно;

цели предлагаемого правового регулирования направлены на решение выявленной проблемы;

разработчиком определены потенциальные адресаты предлагаемого правового регулирования:

юридические лица независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности, а также индивидуальные предприниматели, физические лица, устанавливающие (эксплуатирующие) рекламные конструкции на территории муниципального образования город-курорт Анапа;

точная количественная оценка потенциальных адресатов невозможна в связи с тем, что регулирование носит заявительный характер;

по мнению разработчика сроки достижения заявленных целей совпадают с датой вступления в силу правового регулирования, в связи с чем отсутствует необходимость в последующем мониторинге их достижения;

дополнительных расходов потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования не предполагается. Расходы местного бюджета (бюджета муниципального образования город-курорт Анапа), связанные с введением предлагаемого правового регулирования, могут возникнуть в случае, если собственник рекламной конструкции, собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, на котором была размещена рекламная конструкция, неизвестен. В этом случае могут возникнуть расходы, понесенные бюджетом муниципального образования город-курорт Анапа, в связи с демонтажом, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции, которые не будут возмещены по причине неизвестности лица, обязанного возместить такие расходы. Количество случаев, при которых будет неизвестен собственник рекламной конструкции, собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, на котором была размещена рекламная конструкция, и необходимые расходы, понесенные в связи с демонтажом, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции в определенный период времени спрогнозировать не представляется возможным;

риски введения предлагаемого правового регулирования разработчиком не выявлены.

Разработчиком предложен один вариант правового регулирования рассматриваемой сферы общественных отношений – введение предлагаемого правового регулирования.

Результаты оценки регулирующего воздействия рассмотрены в соответствии с

разработчиком рассмотрен вариант непринятия муниципального нормативного правового акта. Выбор варианта правового регулирования сделан исходя из оценки возможности достижения заявленных целей регулирования и оценки рисков наступления неблагоприятных последствий.

В соответствии с Порядком установлено следующее.

1. Потенциальными группами участников общественных отношений, интересы которых будут затронуты правовым регулированием, являются:

юридические лица независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности, а также индивидуальные предприниматели, физические лица, устанавливающие (эксплуатирующие) рекламные конструкции на территории муниципального образования город-курорт Анапа.

2. Проблема, на решение которой направлено правовое регулирование, заключается в отсутствии единых требований к установке и эксплуатации рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Анапа и контролю за соблюдением этих требований.

Также, данным проектом предусматривается признание утратившим силу решения Совета муниципального образования город-курорт Анапа от 10 ноября 2009 г. № 1085 «Об утверждении Правил установки рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Анапа».

Особенность государственного регулирования в сфере наружной рекламы заключается в его децентрализации. В силу статей 130, 132 и 133 Конституции Российской Федерации органы местного самоуправления самостоятельно решают вопросы местного значения, связанные с особенностями распространения наружной рекламы, поскольку они затрагивают правомочия пользования, владения и распоряжения муниципальной собственностью.

При этом согласно подпункту 15.1 пункта 1 статьи 15 и подпункту 26.1 пункта 1 статьи 16 Федерального закона от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» к вопросам местного значения относится утверждение схемы размещения рекламных конструкций, выдача разрешений на установку рекламных конструкций на территории муниципального района/городского округа, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже самовольно установленных рекламных конструкций на территории муниципального района/городского округа, осуществляемых в соответствии с Федеральным законом от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее также – Федеральный закон № 38-ФЗ).

Подпунктом 4 пункта 15 статьи 19 Федерального закона № 38-ФЗ органы местного самоуправления муниципальных районов или органы местного самоуправления городских округов вправе определять типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего муниципального образования или части его территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов.

Таким образом, государственное регулирование вопросов, связанных с

наружной рекламой, локализовано на муниципальном уровне.

Исходя из вышеизложенного, решение проблемы иными правовыми, информационными или организационными средствами не представляется возможным.

3. Цель проекта отвечает принципам правового регулирования, установленным законодательством Российской Федерации и Краснодарского края, и заключается в сохранении внешнего архитектурного облика сложившейся застройки муниципального образования город-курорт Анапа, недопущении его нарушения, художественно-эстетической организации внешнего благоустройства муниципального образования город-курорт Анапа, формировании благоприятной архитектурной среды на территории муниципального образования город-курорт Анапа, определении требований к установке и эксплуатации рекламных конструкций, использовании имущества муниципального образования город-курорт Анапа в целях распространения наружной рекламы, соблюдении принципов добросовестной конкуренции, обеспечении единства экономического пространства, реализации прав потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, пресечении фактов ненадлежащей рекламы.

4. Проектом предусмотрены положения, которыми изменяются содержание прав и обязанностей потенциальных адресатов правового регулирования в части соблюдения требований к типам, видам, площади информационного поля рекламных конструкций.

Содержание и порядок реализации полномочий администрации муниципального образования город-курорт Анапа в отношениях с указанными лицами изменяются в части установления требований к типам и видам рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории муниципального образования город-курорт Анапа.

5. Риски недостижения целей правового регулирования, а также возможные последствия от введения правового регулирования для экономического развития муниципального образования город-курорт Анапа, отсутствуют.

6. Расходы местного бюджета (бюджета муниципального образования город-курорт Анапа), связанные с введением предлагаемого правового регулирования, могут возникнуть в случае, если собственник рекламной конструкции, собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, на котором была размещена рекламная конструкция, неизвестен. В этом случае могут возникнуть расходы, понесенные бюджетом муниципального образования город-курорт Анапа, в связи с демонтажом, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции, которые не будут возмещены по причине неизвестности лица, обязанного возместить такие расходы.

Расходы потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования, понесенные от регулирующего воздействия предлагаемого проекта, не предполагаются.

7. В соответствии с Порядком уполномоченным органом проведены публичные консультации по проекту в период с 30 августа 2019 г. по 13 сентября 2019 г.

8. Информация о проводимых публичных консультациях размещена на официальном сайте администрации муниципального образования город-курорт Анапа (www.anapa-official.ru).

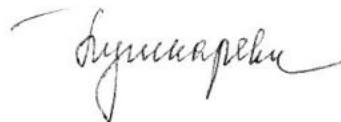
9. В период проведения публичных консультаций от союза «Анапская торгово-промышленная палата» поступили замечания и предложения по проекту (приложение к данному заключению). Замечания и предложения уполномоченным органом учтены частично.

От общественного представителя Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Краснодарском крае в муниципальном образовании город-курорт Анапа и ООО «Санаторно-курортное объединение «Здравницы города-курорта Анапа» замечания и предложения к проекту не поступали.

10. По результатам оценки регулирующего воздействия сделан вывод о наличии в проекте муниципального нормативного правового акта положений, указанных в пункте 5.2 раздела 5 Порядка, и о невозможности его согласования.

Приложение: Замечания и предложения по проекту, поступившие от участника публичных консультаций – союза «Анапская торгово-промышленная палата».

Начальник управления
экономики и инвестиций
администрации муниципального
образования город-курорт Анапа



Е.В. Пушкарева

Замечания и предложения по проекту, поступившие от участника публичных консультаций – союза «Анапская торгово-промышленная палата»

№ п/п	Пункт проекта	Комментарий участника публичных консультаций	Комментарий уполномоченного органа
1	«Пункт 2.5.1. «...а также других временных ограждениях должны обеспечивать художественное оформление...»	Допускается расширительное толкование понятия «другое временное ограждение», понятия «художественное оформление».	учтено
2	«Пункт 3.1. «...не должны ухудшать внешний архитектурный облик сложившейся застройки муниципального образования город-курорт Анапа, преграждать визуальное восприятие архитектурных объектов муниципального образования город-курорт Анапа. В целях настоящих правил под внешним архитектурным обликом сложившейся застройки муниципального образования город-курорт Анапа понимается совокупность визуально воспринимаемых градостроительных особенностей планировочной организации территории и особенностей архитектурного облика расположенных в ее пределах зданий, строений, сооружений, элементов благоустройства и природного ландшафта, а именно: 1) особенности фасадов объектов капиталь-	Допускается вольное толкование понятия «внешний архитектурный облик», поскольку текст подпунктов 1, 2 пункта 3.1 Правил лишь описывает семантику явления, при этом не раскрывает сути данного облика.	Не учтено, так как Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» устанавливает, что органы местного самоуправления вправе определять типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего муниципального образования или части его территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного

	ного строительства, на которых или вблизи которых располагается рекламная конструкция (стилевая и композиционная целостность, ритм элементов и частей фасада, наличие деталей и членений, цветоцетовое и декоративно-художественное решение, визуальное восприятие, соразмерность и пропорциональность соотношения элементов фасада, баланс открытых и закрытых поверхностей, проемов и простенков); 2) окружающая градостроительная среда при приоритетном и визуальном восприятии объектов культурного наследия, культовых объектов, достопримечательностей, ценных и выразительных объектов, панорам, перспектив, а также сложившаяся планировочная структура территории.»		облика сложившейся застройки поселений или городских округов. Значение понятия «внешний архитектурный облик», указанным законом не раскрывается.
3	«Пункт 3.10. Все вновь устанавливаемые рекламные конструкции не должны ухудшать обзора других рекламных конструкций и информации.»	Как именно устанавливается, что обзор других рекламных конструкций ухудшен?	учтено
4	«Пункт 3.21. Настенные панно выполняются по типовым или индивидуальным проектам...»	В предлагаемом правовом акте отсутствуют типовые проекты настенных панно. Наше предложение – внести типовые проекты настенных панно в данное правовое регулирование в виде приложения с	учтено

		иллюстрациями, включая, но не ограничиваясь, ортогональные чертежи типовых настенных панно.	
5	«Пункт 3.24. Витражи должны иметь подсветку в темное время суток.»	Предлагаем привести пункт в соответствие с подпунктом 8 пункта 3.17 предлагаемого правового регулирования, а именно добавить «в соответствии с графиком работы уличного освещения».	учтено
6	«Пункт 3.27. Запрещается устанавливать рекламные конструкции на крышах павильонов наземного пассажирского транспорта (за исключением павильонов, полностью оформленных в фирменном стиле).»	Не раскрыто понятие «фирменный стиль».	учтено
7	«Пункт 3.29. Не допускается установка и эксплуатация рекламных конструкций, являющихся источниками шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных и иных излучений и полей на расстоянии ближе, чем 100 метров по прямой линии от рекламной конструкции до ближнего окна жилого дома. Запрещается установка рекламных конструкций на цветниках и тротуарах, если после их установки ширина прохода для пешеходов составит менее 1,5 метров. Не	Отсутствует четкое понимание уровня шума, вибрации, световых, электромагнитных и иных излучений и полей. Предлагаем вывести данные категории в список с размерностями, установив пороговые значения, выше которых данная конструкция перестает являться допустимой.	учтено

8	<p>допускается использование на рекламной конструкции импульсных источников света. Устанавливаемая подсветка рекламной конструкции не должна мешать полноценному отдыху жильцов, вызывать ослепление участников дорожного движения светом.»</p>		
	<p>«Пункт 4.1. Установка и эксплуатация рекламной конструкции на территории муниципального образования город-курорт Анапа допускается при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее – разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в частях 5, 6, 7 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции, за исключением случаев, предусмотренных настоящими правилами. Форма разрешения и форма заявления о выдаче разрешения устанавливаются администрацией муниципалитета по предоставлению муниципальной услуги по выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории муниципального образования</p>	<p>Не приведен административный регламент. Предлагаем привести его в виде приложения.</p>	<p>Не учтено, так как согласно Федеральному закону от 27 июля 2010 г. № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» административный регламент – это нормативный правовой акт, устанавливающий порядок предоставления государственной или муниципальной услуги и стандарт предоставления государственной или муниципальной услуги, в связи с чем приведение административного регламента в виде приложения к Правилам не правомерно.</p>

	город-курорт Анапа, аннулирование таких разрешений, утвержденным постановлением администрации муниципального образования город-курорт Анапа.»			
9	«Пункт 4.4. «...4) нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки муниципального образования город-курорт Анапа.»»	Аналогично пункту 3.1., в практике у полномочного органа допускается возможность отказа, основанного на ссылке на подпункт Правил.	Не учтено, так как Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» устанавливает, что наружная реклама должна размещаться исключительно при наличии разрешения, выданного органом местного самоуправления. Основания для отказа в выдаче такого разрешения перечислены в ч. 15 ст. 19 указанного закона о рекламе и содержат такое основание, как нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселения или городского округа.	
10	«Пункт 4.7. «...3) в случае, если рекламная конструкция не установлена в течение года со дня выдачи разрешения или со дня демонтажа рекламной конструкции ее владельцем в	Создается гипотетическая возможность наступления ситуации, при которой заинтересованное лицо выкупает все рекламные	Не учтено, так как согласно пункту 3 части 18 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ	

	период действия разрешения;»	<p>конструкции в городе и на год освобождает город от рекламы. Допускается злоупотребление правом.</p>	<p>«О рекламе» органом местного самоуправления решение об аннулировании разрешения принимается в случае, если рекламная конструкция не установлена в течение года со дня выдачи разрешения или со дня демонтажа рекламной конструкции ее владельцем в период действия разрешения.</p>
11	К проекту в целом	<p>Предлагаем исключить дословное воспроизведение федерального и регионального законодательства в области рекламы без создания новых правовых норм, так как это может привести к непосредственному нарушению законных интересов неопределенного круга лиц, являющихся собственниками или правообладателями рекламных конструкций на территории города-курорта Анапа, которые при осуществлении хозяйственной деятельности в области установли</p>	<p>Не учтено, так как в соответствии с Федеральным законом от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» создание условий для рекламной деятельности относятся к вопросам местного значения.</p>

		<p>эксплуатации указанных выше конструкций будут вынуждены дополнительно обращаться к указанному муниципальному правовому акту, не создающему новых правовых норм, а также решать вопрос об иерархии правовых актов, прилагать дополнительные усилия к их изучению и сопоставлению с другими актами при отсутствии такой необходимости.</p>	
--	--	---	--