

ОТЧЕТ

об оценке регулирующего воздействия проекта Решения Омского городского Совета «О внесении изменений в Решение Омского городского Совета от 25.06.2014 № 253 «О Правилах установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Омске, размещения рекламы на транспортных средствах, находящихся в муниципальной собственности города Омска»

1. Степень регулирующего воздействия проекта нормативно-правового акта.

Положения, содержащиеся в проекте Решения Омского городского Совета «О внесении изменений в Решение Омского городского Совета от 25.06.2014 № 253 «О Правилах установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Омске, размещения рекламы на транспортных средствах, находящихся в муниципальной собственности города Омска» (далее – проект Решения), имеют высокую степень регулирующего воздействия.

2. Описание проблемы, на решение которой направлен предлагаемый способ регулирования.

Внесение изменений направлено на актуализацию норм Решения Омского городского Совета от 25.06.2014 № 253 «О Правилах установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Омске, размещения рекламы на транспортных средствах, находящихся в муниципальной собственности города Омска». В частности проектом Решения предлагается:

- установить расстояние от уровня проезжей части до нижнего края информационного поля – не менее 3 м и не более 6 м для рекламных конструкций типа «щит» и «суперборд»;

- разрешить размещение на одноэтажных зданиях, строениях, сооружениях, в случае если высота этажа здания, строения и сооружения не менее 5 м, рекламных конструкций типа «крышные рекламные конструкции» и «медиа-фасад»;

- добавить вид рекламной конструкции «с наружным подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле» для рекламной конструкции типа «фасадная рекламная конструкция»;

- установить максимальный размер рекламной конструкции типа «фасадная рекламная конструкция» по высоте 1,2 м в случае размещения на поверхностях многоквартирного дома;

- высота фасадной рекламной конструкции для размещения на зданиях, строениях, не имеющих жилых помещений, определяется исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции;

- разрешить размещение фасадных рекламных конструкций на зданиях, строениях, не имеющих жилых помещений, на любой глухой поверхности здания, строения, без перекрытия оконных проемов;

- панели-кронштейны, устанавливаемые на здании, строении и сооружении, включая некапитальные нестационарные сооружения, нестационарные торговые объекты, не должны выступать за внешнюю поверхность здания, строения и сооружения, включая некапитальные нестационарные сооружения, нестационарные торговые объекты, более чем на 0,8 м;

- допустить установку не более одной рекламной конструкции типа «брендмауэрное панно» и «медиа-фасад» на одной стене многоквартирного дома или индивидуального жилого дома;

- рекламно-информационное поле рекламной конструкции типа «медиа-фасад» в случае перекрытия оконных проемов выполняется из светодиодной сетки.

3. Анализ муниципального, регионального опыта в соответствующих сферах деятельности.

Анализ опыта не проводился.

4. Цели предлагаемого регулирования.

Проект Решения разработан с целью сохранения архитектурно-художественного облика города Омска.

5. Описание иных возможных способов решения проблемы.

Иные возможные способы решения проблемы в рамках действующего законодательства отсутствуют.

6. Группы субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, иных лиц, интересы которых будут затронуты предлагаемым правовым регулированием.

Органы местного самоуправления и владельцы рекламных конструкций (физические или юридические лица).

7. Новые полномочия органов местного самоуправления, иных органов или сведения об их изменении, а также порядок их реализации.

Проект Решения наделяет органы местного самоуправления полномочиями по выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций типа «фасадная рекламная конструкция» с видом «с наружным подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле», на установку и эксплуатацию рекламных конструкций типа «крышная рекламная конструкция» и «медиа-фасад» на одноэтажных зданиях, строениях, сооружениях в случае, если высота этажа здания, строения и сооружения не менее 5 м.

8. Оценка соответствующих расходов (возможных поступлений) бюджета города Омска.

Издание Решения Омского городского Совета «О внесении изменений в Решение Омского городского Совета от 25.06.2014 № 253 «О Правилах установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Омске, размещения рекламы на транспортных средствах, находящихся в муниципальной собственности города Омска» не повлечет дополнительного расходования бюджетных средств города Омска и не потребует издания, приостановления, изменения, признания утратившими силу иных правовых актов Администрации города Омска. Внесение изменений обеспечит увеличение поступлений в бюджет города Омска за счет выдачи разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций типа «фасадная рекламная конструкция», «крышная рекламная конструкция» и «медиа-фасад» ввиду расширения возможностей для их размещения и востребованности поименованного типа рекламных конструкций.

9. Новые обязанности, запреты или ограничения для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности либо изменение содержания существующих обязанностей, запретов и ограничений, порядок организации их исполнения.

Издание Решения Омского городского Совета «О внесении изменений в Решение Омского городского Совета от 25.06.2014 № 253 «О Правилах установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Омске, размещения рекламы

на транспортных средствах, находящихся в муниципальной собственности города Омска» предусматривает размещение рекламных конструкций типа «брендмауэрное панно» и «медиа-фасад» на многоквартирных или индивидуальных жилых домах только на поверхности глухих стен здания, не имеющих оконных проемов. Кроме того, на одной стене здания допускается установка не более одной рекламной конструкции типов «брендмауэрное панно» или «медиа-фасад».

10. Оценка расходов субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, связанных с необходимостью соблюдения установленных обязанностей, запретов или ограничений либо с изменением их содержания.

Издание Решения Омского городского Совета «О внесении изменений в Решение Омского городского Совета от 25.06.2014 № 253 «О Правилах установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Омске, размещения рекламы на транспортных средствах, находящихся в муниципальной собственности города Омска» не повлечет дополнительного расходования средств субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, связанных с необходимостью соблюдения установленных обязанностей, запретов или ограничений либо с изменением их содержания.

11. Риски решения проблемы предложенным способом и риски негативных последствий.

Риски отсутствуют.

12. Предполагаемая дата вступления в силу соответствующего нормативного правового акта – апрель 2020 года.

13. Сведения о размещении уведомления, сроках приема предложений в связи с размещением уведомления, сведения о поступивших предложениях и лицах, их представивших.

Уведомление о подготовке проекта Решения размещено в сети «Интернет» на официальном сайте Администрации города Омска 30 января 2020 года, предложения в связи с размещением уведомления принимались с 31 января 2020 года по 13 февраля 2020 года. Предложения и замечания в связи с размещением уведомления не поступали.

Публичное обсуждение проекта Решения проводилось с 26 февраля 2020 года по 3 марта 2020 года.

Предложения по проекту Решения не поступали.

14. Электронный, почтовый адреса, на которые принимались предложения.
644099, г. Омск, ул. Гагарина, д. 34, каб. 434; e-mail: evkarpova@admomsk.ru.

Заместитель Мэра города Омска,
управляющий делами
Администрации города Омска

О.И. Заремба