

## ОТЧЕТ

об оценке регулирующего воздействия проекта Решения Омского городского Совета «О внесении изменений в Решение Омского городского Совета от 28.01.2009 № 213 «О порядке расчета размера платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, и на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена»

### ***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 28.01.2009 № 213 «О порядке расчета размера платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, и на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена» (далее – проект Решения ОГС), имеют среднюю степень регулирующего воздействия.

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

Внесение изменений направлено на обеспечение реализации социальных задач города Омска. В частности, проектом Решения ОГС предлагается:

- введение понижающего коэффициента при расчете платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции по результатам торгов в форме конкурса, проводимого в случае необходимости реализации социальных задач города Омска, перечень которых утверждается правовым актом Администрации города Омска;

- повышение значений коэффициента, учитывающего место размещения рекламной конструкции.

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

Анализ опыта не проводился.

### ***4. Цели предлагаемого регулирования.***

Проект Решения ОГС разработан с целью повышения доходной части бюджета 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 ОГС не предусматривает установление новых полномочий органов местного самоуправления, иных органов или их изменения.

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

Издание Решения Омского городского Совета «О внесении изменений в Решение Омского городского Совета от 28.01.2009 № 213 «О порядке расчета размера платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, и на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена» не повлечет дополнительных расходов за счет бюджета города Омска. Внесение изменений обеспечит увеличение поступлений в бюджет города Омска.

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

Введение новых или изменение существующих обязанностей, запретов и ограничений для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности не предполагается.

Повышение значений коэффициента, учитывающего место размещения рекламной конструкции, обусловлено рядом факторов.

В целях повышения привлекательности города Омска и создания оптимальных условий для развития рынка наружной рекламы на территории города Омска принято ряд решений, направленных на сокращение мест размещения рекламных конструкций, в особенности в центральной (исторической) части города Омска.

Данные меры позволят:

- повысить востребованность мест размещения рекламных конструкций на периферийных участках города;
- повысить безопасность дорожного движения;
- сократить информационный шум;
- создать условия для развития высокотехнологичных конструкций на территории города, в особенности в его центральной части.

Повышение цены при сокращении количества мест размещения рекламных конструкций сподвигнет владельцев рекламных конструкций к повышению их технологичности. От этого выигрывает и сам владелец рекламной конструкции (увеличивается количество информационных полей) и орган местного самоуправления (город освобождается от лишних рекламных носителей, при этом не теряя поступления).

Логично, что большая часть рекламных конструкций сконцентрируется на периферийных участках города, что в свою очередь также требует координации размещения и недопущения перенасыщенности. Этим обусловлено повышение коэффициента во второй и третьей зонах.

**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 28.01.2009 № 213 «О порядке расчета размера платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, и на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена» повлечет дополнительные расходы субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, связанные с повышением размера арендной платы по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций. Увеличение расходов субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности оценить невозможно в связи с тем, что договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций будут заключаться по средствам конкурентных процедур в рамках Федерального закона «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

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

Риски отсутствуют.

**12. Предполагаемая дата вступления в силу соответствующего нормативного правового акта** – сентябрь 2019 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 18 июля 2019 года, предложения в связи с размещением уведомления принимались с 19 июля 2019 года по 1 августа 2019 года. Предложения и замечания в связи с размещением уведомления не поступали.

Публичные обсуждения проекта Решения ОГС проводились с 7 августа 2019 года по 13 августа 2019 года.

Предложения по проекту Решения ОГС не поступали.

**14. Электронный, почтовый адреса, на которые принимались предложения.**

644099, г. Омск, ул. Гагарина, д. 32/1, каб. 232; e-mail: aaobukhova@admomsk.ru.

Заместитель Мэра города Омска,  
управляющий делами  
Администрации города Омска



О.И. Заремба