СВОДНЫЙ ОТЧЕТ

о проведении оценки регулирующего воздействия проекта

нормативного правового акта

1. Общая информация

1.1. Орган исполнительной власти Республики Коми:

Администрация Главы Республики Коми

1.2. Вид и наименование проекта нормативного правового акта:

Проект приказа Администрации Главы Республики Коми «Об утверждении Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций на территориях муниципальных образований в Республике Коми» (далее, соответственно, Проект, Правила).

1.3. Предполагаемая дата вступления в силу нормативного правового акта:

01 января 2018 г.

1.4. Степень регулирующего воздействия (шкала жесткости):

**Высокая**/средняя/низкая

Обоснование отнесения проекта акта к определенной степени регулирующего воздействия:

Проект содержит положения, устанавливающие новые обязанности для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности:

1. вводится типология рекламных конструкций, допустимых для установки и эксплуатации на территории Республики Коми, отличная от ранее установленных типологий муниципальных образований городских округов и муниципальных районов:
2. устанавливаются требования по территориальному размещению рекламных конструкций;
3. вводятся требования к внешнему виду и порядку содержания рекламных конструкций;
4. изменяются перечень документов, необходимых для выдачи разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, а также требования к ним.

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

Отсутствие документа, определяющего виды и типы рекламных конструкций, разрешенных к установке на территории Республики Коми.

Отсутствие ограничений и требований к местам под установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

Необходимость развития инструментов, способствующих сохранению сложившегося облика архитектурной застройки городов и населенных пунктов, гармоничному благоустройству городской территории объектами наружной рекламы.

1.6. Краткое описание целей предлагаемого правового регулирования:

Основной целью введения Правил является:

Упорядоченное размещение объектов наружной рекламы в соответствии с едиными требованиями.

1.7. Краткое описание содержания предлагаемого правового регулирования:

Правилами предполагается:

- установить виды и типы рекламных конструкций, допустимых к установке на территории Республики Коми, требования к их внешнему виду и порядку содержания;

- ввести зонирование территорий муниципальных образований городских округов и муниципальных районов по типам рекламных конструкций, допустимых к установке, и размерам площадей их информационных полей;

- установить ограничения по территориальному размещению рекламных конструкций на земельных участках и пространственному размещению на фасадах зданий, строений, сооружений;

- установить требования к монтажу и эксплуатации рекламных конструкций, что повысит безопасность их использования и ограничит возможность самовольной установки.

1.8. Контактная информация исполнителя в регулирующем органе:

Влох Артем Валерьевич

заместитель начальника отдела информатизации и связи Управления массовых коммуникаций, информатизации и связи Администрации Главы Республики Коми

тел.: 8(8212)285-398

адрес электронной почты: [a.v.vloh@adm.rkomi.ru](mailto:a.v.vloh@adm.rkomi.ru);

Смирнов Сергей Анатольевич, заведующий отделом выдачи разрешений государственного казенного учреждения Республики Коми «Коми реклама»

тел.: 8(8212)255-454 (доб. 103)

адрес электронной почты: [s.a.smirnov@kr.rkomi.ru](mailto:s.a.smirnov@kr.rkomi.ru)

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

2.1. Формулировка проблемы:

Законом Республики Коми от 5 декабря 2016 г. № 123-РЗ «О перераспределении отдельных полномочий в сфере рекламы между органами местного самоуправления муниципальных образований в Республике Коми и органами государственной власти Республики Коми» (далее – Закон № 123-РЗ) к полномочию Правительства Республики Коми отнесено полномочие органов местного самоуправления муниципальных образований городских округов и муниципальных районов в Республике Коми в сфере рекламы по определению типов и видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке, в том числе требований к таким рекламным конструкциям с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов.

Распоряжением Правительства Республики Коми от 27 декабря 2016 г. № 563-р реализация указанных в Законе № 123-РЗ полномочий возложена на Администрацию Главы Республики Коми.

С вступлением в силу Закона № 123-РЗ муниципальные нормативные правовые акты, регулировавшие вопросы размещения наружной рекламы были отменены или их действие приостановлено.

Таким образом в Республике Коми отсутствует какой-либо нормативный правовой акт, устанавливающий типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке, в том числе требования к таким рекламным конструкциям.

В отсутствие соответствующего нормативного правового регулирования размещение рекламных конструкций не носит упорядоченного характера. Конструкции размещаются без учета необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов.

Например, на фасадах зданий рекламные конструкции размещаются без учета соотношения ее размеров к размерам фасадов; зачастую перекрываются оконные проемы; не учитывается факт нахождения здания в исторической части города (населенного пункта).

Отдельно стоящие рекламные конструкции зачастую размещаются скученно, без учета соблюдения каких-либо расстояний между ними.

Самым распространенным форматом отдельно стоящей рекламной конструкции в Республике Коми является щит с размером информационного поля 3\*6 м (еврощит). Однако размещение щитов большого формата в исторических и центральных частях городов и населенных пунктов в Республике Коми, тем более на тротуарах, не способствует сохранению архитектурного облика сложившейся застройки.

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

В соответствии с пунктом 4 части 15 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» 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.

Правила размещения рекламных конструкций, утвержденные органами местного самоуправления городских округов и муниципальных районов в Республике Коми, содержали минимальное количество ограничений к размещению отдельно стоящих рекламных конструкций; ограничения к размещению конструкций, присоединяемых к зданиям, ограждениям территорий, отсутствовали вовсе.

Наличие подобного правового регулирования не способствовало сохранению внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов. Как результат, улицы городов переполнены отдельно стоящими рекламными конструкциями, фасады домов, ограждения территорий (заборы) завешены баннерами.

С вступлением в силу Закона № 123-РЗ ранее действовавшие нормативные правовые акты, утвержденные органами местного самоуправления городских округов и муниципальных районов, были отменены или их действие приостановлено на срок действия Закона № 123-РЗ: до 31 декабря 2026 г.

Соответственно, в Республике Коми отсутствует какой-либо нормативный правовой акт, устанавливающий типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке, в том числе требования к таким рекламным конструкциям.

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

Распространение наружной рекламы носит хаотичный характер.

Улицы городов переполнены отдельно стоящими рекламными конструкциями, фасады домов, ограждения территорий (заборы) завешены баннерами.

В связи с избытком рекламных конструкций предложение на рынке наружной рекламы превышает спрос, что выражается в большом количестве рекламных конструкций с незаполненными информационными полями.

2.4. Факторы, поддерживающие существование проблемы:

Отсутствуют.

2.5. Причины невозможности решения проблемы участниками соответствующих отношений самостоятельно, без вмешательства государства:

Полномочия по решению данной проблемы закреплены за Администрацией Главы Республики Коми.

2.6. Опыт решения аналогичных проблем в других субъектах Российской

Федерации, иностранных государствах:

Правила размещения рекламных конструкций применяются во всех субъектах Российской Федерации.

2.7. Источники данных:

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

Решение Казанской городской Думы от 26.11.2009 № 9-44 «О размещении рекламных конструкций в городе Казани»;

Постановление Администрации города Тюмени от 14.06.2011 № 36-пк «Об утверждении Положения о порядке установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Тюмени»

2.8. Иная информация о проблеме:

Нет.

3. Определение целей предлагаемого правового регулирования и индикаторов 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 | 3.4. Индикаторы достижения целей предлагаемого правового регулирования, целевые значения индикаторов по годам |
| Размещение объектов наружной рекламы в соответствии с едиными требованиями. | декабрь  2020 г. | Ежеквартально | Упорядоченное размещение  рекламных конструкций, виды и типы которых предусмотрены Правилами. |

3.5. Нормативные правовые акты, поручения, другие решения, из которых вытекает необходимость разработки предлагаемого правового регулирования в данной области, которые определяют необходимость постановки указанных целей:

Федеральный закон «О рекламе»,

Закон Республики Коми от 5 декабря 2016 г. № 123-Р «О перераспределении отдельных полномочий в сфере рекламы между органами местного самоуправления муниципальных образований Республики Коми и органами государственной власти Республики Коми»,

Распоряжение Правительства Республики Коми от 27 декабря 2016 г. № 563-р о наделении Администрации Главы Республики Коми полномочиями в сфере рекламы,

Указ Главы Республики Коми от 19 января 2017 г. № 9 О внесении изменений в Указ Главы Республики Коми от 1 ноября 2016 г. № 130 «Об Администрации Главы Республики Коми»,

Постановление Правительства Республики Коми от 29 декабря 2016 г. № 630 о создании государственного казенного учреждения Республики Коми «Коми реклама».

3.6. Методы расчета индикаторов достижения целей предлагаемого правового регулирования, источники информации для расчетов:

Не требуется. Мониторинг количества размещаемых рекламных конструкций будет осуществляться Администрацией Главы Республики Коми.

3.7. Оценка затрат на проведение мониторинга достижения целей предлагаемого правового регулирования:

Финансовых затрат на проведение мониторинга не потребуется.

4. Качественная характеристика и оценка численности потенциальных

адресатов предлагаемого правового регулирования (их групп):

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 4.1. Группы потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования (краткое описание их качественных характеристик) | 4.2. Количество участников группы | 4.3. Источники данных |
| ГКУ РК «Коми реклама» | 1 | Приказ Администрации Главы Республики Коми от 16.01.2017 № 2-р |
| Владельцы рекламных конструкций | 80 | Данные ГКУ РК «Коми реклама» на основе сведений о выданных разрешениях на установку и эксплуатацию рекламных конструкций. |

5. Изменение функций (полномочий, обязанностей, прав) органов государственной власти Республики Коми (органов местного самоуправления), а также порядка их реализации в связи с введением предлагаемого правового регулирования:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 5.1. Наименование функции (полномочия, обязанности или права) | | 5.2. Характер функции (новая/изменяемая/отменяемая) | | 5.3. Оценка изменения трудовых затрат (чел./час в год), изменения численности сотрудников (чел.) | | 5.4. Оценка изменения потребностей в других ресурсах |
| 1. Администрация Главы Республики Коми | | | | | | |
| Изменение функций не предполагается |  | |  | |  | |

6. Оценка дополнительных расходов (доходов) бюджета Республики Коми (местных бюджетов), связанных с введением предлагаемого правового регулирования:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 6.1. Наименование функции (полномочия, обязанности или права) (в соответствии с [пунктом 5.1](#Par121)) | 6.2. Виды расходов (возможных поступлений) республиканского бюджета Республики Коми (местных бюджетов) | 6.3. Количественная оценка расходов и возможных поступлений, млн. рублей |
| 1. Администрация Главы Республики Коми | | |
| * 1. Изменение функций не предполагается*.* | Единовременные расходы (от 1 до №) в 2018 г.:  нет | 0 |
| Периодические расходы (от 1 до №) за период 2018 г.:  нет | 0 |
| Возможные доходы (от 1 до №) за период 2018 г.:  нет | 0 |
| Итого единовременные расходы за период 2018 г.: нет | | 0 |
| Итого периодические расходы за период 2018 г.: нет | | 0 |
| Итого возможные доходы за период 2018 г.: нет | | 0 |

6.4. Другие сведения о дополнительных расходах (доходах) республиканского бюджета Республики Коми (местных бюджетов), возникающих в связи с введением предлагаемого правового регулирования:

В связи с принятием Правил ожидается уменьшение общего числа рекламных конструкций, в том числе размещаемых на земельных участках, находящихся в государственной собственности Республики Коми, в муниципальной собственности, на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена. Соответственно, предполагается снижение объема доходов республиканского бюджета Республики Коми, местных бюджетов, получаемых по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций. До момента утверждения новых схем размещения рекламных конструкций, соответствующих Правилам, сумма, на которую уменьшатся доходы бюджетов, не поддается количественной оценке.

6.5. Источники данных:

Нет.

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](#Par103) сводного отчета) | 7.2. Новые обязанности и ограничения, изменения существующих обязанностей и ограничений, вводимые предлагаемым правовым регулированием (с указанием соответствующих положений проекта нормативного правового акта) | 7.3. Описание расходов и возможных доходов, связанных с введением предлагаемого правового регулирования, количественная оценка |
| ГКУ РК «Коми реклама» | Контроль за соблюдением Правил владельцами рекламных конструкций и собственниками объектов недвижимости, на которых размещаются рекламные конструкции. | Расходы будут  осуществлены в рамках финансирования  деятельности ГКУ РК «Коми реклама». |
| Владельцы рекламных конструкций | Проведение работ по заглублению фундамента отдельно стоящей рекламной конструкции. | 15-20 тыс. руб. |
| Окраска рекламных конструкций в графитовый серый (RAL 7024) цвет. | 7 тыс. руб. |
| Обшивка конструктивных элементов жесткости и крепления рекламных конструкций декоративными элементами. | 5 тыс. руб. |
| Печать баннера с социальной рекламной, размещаемого владельцем рекламной конструкции на период отсутствия коммерческой рекламы. | 3-5 тыс. руб. |

В случае несоответствия места размещения рекламной конструкции, в отношении которой выдано разрешение на ее установку и эксплуатацию (далее – Разрешение), требованиям раздела 4 Правил и не включения в связи с этим указанного места в новую схему размещения рекламных конструкций Разрешение в соответствии с частью 20.1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» подлежит признанию недействительным в судебном порядке. При этом владельцу рекламной конструкции за счет средств республиканского бюджета Республики Коми должна быть произведена компенсация понесенных расходов на демонтаж рекламной конструкции, а также соответствующей части фактически выплаченных денежных средств согласно условиям проведенных торгов и (или) договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Однако вопросы включения имеющихся в настоящее время на территории Республики Коми рекламных мест будут рассматриваться Администрацией Главы Республики Коми после утверждения Правил при разработке новых схем размещения рекламных конструкций. Соответственно установление Правилами требований к пространственному и территориальному размещению рекламных конструкций (раздел 4) не влечет прямой обязанности владельца рекламной конструкции произвести ее демонтаж.

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

Введение Правил должно привести к уменьшению числа объектов наружной рекламы; как следствие, увеличению заполняемости рекламных конструкций, увеличению стоимости размещения наружной рекламы за счет превышения спроса над предложением, а соответственно и росту доходов владельцев рекламных конструкций.

7.5. Источники данных:

Нет.

8. Оценка рисков неблагоприятных последствий применения предлагаемого правового регулирования:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 8.1. Виды рисков | 8.2. Оценка вероятности наступления неблагоприятных последствий | 8.3. Методы контроля рисков | 8.4. Степень контроля рисков (полный/частичный/отсутствует) |
| Отсутствуют | - | - | - |

8.5. Источники данных:

Нет.

9. Сравнение возможных вариантов решения проблемы:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Вариант 1 | Вариант 2 |
| 9.1. Содержание варианта решения проблемы | Принятие Правил, предусматривающих установление:   1. типологии рекламных конструкций, допустимых к установке и эксплуатации на территории Республики Коми; 2. требований к внешнему виду и порядку содержания рекламных конструкций; 3. требований к территориальному размещению рекламных конструкций. | Оставление в силе Правил установки рекламных конструкций, утвержденных до 01 января 2017 г. муниципальными нормативными правовыми актами. |
| 9.2. Качественная характеристика и оценка динамики численности потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования в среднесрочном периоде (1 - 3 года) | 1- ГКУ РК «Коми реклама»;  60 – владельцы рекламных конструкций | 1-ГКУ РК «Коми реклама»;  100-120 – владельцы рекламных конструкций |
| 9.3. Оценка дополнительных расходов (доходов) потенциальных адресатов регулирования, связанных с введением предлагаемого правового регулирования | Единовременные расходы:  а) Проведение работ по заглублению фундамента отдельно стоящей рекламной конструкции - 15-20 тыс. руб.  б) Окраска рекламных конструкций в графитовый серый (RAL 7024) цвет - 7 тыс. руб.  в) Обшивка конструктивных элементов жесткости и крепления рекламных конструкций декоративными элементами - 5 тыс. руб.  г) расходы на печать баннера с социальной рекламной, размещаемого владельцем рекламной конструкции на период отсутствия коммерческой рекламы – 3-5 тыс. руб.  Предполагается увеличение доходов владельцев рекламных конструкций за счет превышения спроса на размещение наружной рекламы над предложением. | Единовременные расходы:  а) Проведение работ по заглублению фундамента отдельно стоящей рекламной конструкции - 15-20 тыс. руб.  б) Обшивка конструктивных элементов жесткости и крепления рекламных конструкций декоративными элементами - 5 тыс. руб.  в) расходы на печать баннера с социальной рекламной, размещаемого владельцем рекламной конструкции на период отсутствия коммерческой рекламы – 3-5 тыс. руб.  Увеличение доходов владельцев рекламных конструкций не предполагается, поскольку предложение на рынке оказания услуг по распространению наружной рекламы превышает спрос. |
| 9.4. Оценка расходов (доходов) республиканского бюджета Республики Коми, связанных с введением предлагаемого правового регулирования | Введение Правил не повлечет увеличение расходов республиканского бюджета Республики Коми. | Введение Правил не повлечет увеличение расходов республиканского бюджета Республики Коми. |
| 9.5. Оценка возможности достижения заявленных целей регулирования ([раздел 3](#Par66) сводного отчета) посредством применения рассматриваемых вариантов предлагаемого правового регулирования | Достижение заявленных целей является возможным. | Достижение заявленных целей невозможно. |
| 9.6. Оценка рисков неблагоприятных последствий | Риск отсутствует. | Риск несоответствия предложенного правового регулирования заявленным целям регулирования. |

9.7. Обоснование выбора предпочтительного варианта решения выявленной проблемы:

Правовое регулирование варианта 1 по всем обозначенным проблемам является предпочтительным, поскольку обеспечивает достижение поставленных целей в полном объеме.

9.8. Детальное описание предлагаемого варианта решения проблемы:

Проектом предполагается утвердить Правила, которыми планируется:

а) установить единую типологию рекламных конструкций, допустимых к установке на территории Республик Коми: суперсайт, суперборд, еврощит, отдельно стоящий видеоэкран, щит 3х4, сити-борд, пилларс, пилон, афишная конструкция; рекламная конструкция, конструктивно связанная с остановочными пунктами общественного транспорта; проекционная установка, флагшток, крышная установка, брандмауэр, видеоэкран, медиа-фасад, строительная сетка.

Установка указанных типов рекламных конструкций ранее предусматривалась правилами, утвержденными муниципальными образованиями городских округов и муниципальных районов в Республике Коми. Однако муниципальные правила не устанавливали требования к размерам информационных полей данных конструкций за исключением пилонов (в прежней терминологии - лайтбокс) и пилларсов.

Проектом Правил не предусмотрена установка рекламных конструкций, ранее указанных в муниципальных правилах: присоединяемых к зданию - типа «панель-кронштейн»; отдельно стоящих - типов «арка», «перетяжка» (не соответствуют ГОСТ Р 52044-2003), «стела»;

б) установить требования к внешнему виду рекламных конструкций, согласно которым:

- фундаменты отдельно стоящих рекламных конструкций не должны выступать над уровнем грунта (земли), поверхностью тротуара, то есть быть заглублены;

- конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т.п.) рекламных конструкций должны быть закрыты декоративными элементами (ранее данное требование было предусмотрено не во всех муниципальных образованиях Республики Коми; было установлено в МО ГО «Ухта»);

- отдельно стоящие рекламные конструкции, а также конструктивные элементы рекламной конструкции типа «видеоэкран», присоединяемой к зданию, должны быть окрашены в графитовый серый (RAL 7024) цвет;

в) ввести зонирование территорий муниципальных образований городских округов и муниципальных районов по типам рекламных конструкций и размерам площадей их информационных полей. Границы зон по каждому муниципальному образованию городского округа и муниципального района планируется утверждать нормативным правовым актом Администрации Главы Республики Коми.

г) установить ограничения по территориальному размещению рекламных конструкций на земельных участках и пространственному размещению на фасадах зданий, строений, сооружений (пункты 4.4-4.6 проекта Правил).

Указанные ограничения являются более широкими по сравнению с ограничениями, установленными ранее муниципальными нормативными правовыми актами. Например, пункт 4.11.1 Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории МО ГО «Сыктывкар», утвержденных решение Совета МО ГО «Сыктывкар» от 05.12.2008 № 16/12-311, предусматривал, что не допускается установка рекламных конструкций:

1) всех типов на территории нулевой (0) Зоны, за исключением установки временных рекламных конструкций на период проведения на этой территории разовых, краткосрочных, централизованных мероприятий;

2) отнесенных к типам рекламных конструкций, указанных в [пункте 3.1.1](consultantplus://offline/ref=18B1C7A0FBEB0842ABC4E85C4FBE9DF0B926A0F2D8B8FF5446E4F52D4453E8769BA0D5591E714190712165DBM6hBO) Правил, на территории первой (1) Зоны;

3) на памятниках истории и культуры и на территории их охранных зон, храмах, территориях, прилегающих к ним;

4) на территориях кладбищ и не ближе 20 метров к их границам, за исключением случаев размещения на них рекламы ритуальных услуг и при условии, что площадь информационного поля рекламной конструкции не превышает 6 (шести) кв.м;

5) в парках и скверах, лесных массивах, на клумбах, цветниках, а также на их ограждениях, за исключением установки временных рекламных конструкций на период проведения на их территории разовых, краткосрочных, централизованных мероприятий;

6) на расстоянии ближе 4 (четырех) метров до ствола деревьев ценных и особо ценных пород.

Положения нормативных правовых актов иных муниципальных образований в Республике Коми, предусматривающих ограничения по установке рекламных конструкций, во многом дублировали положения Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории МО ГО «Сыктывкар.

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

10.1. Предполагаемая дата вступления в силу нормативного правового акта:

1 февраля 2018 г.

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

а) срок переходного периода:

для рекламных конструкций, для которых Федеральным законом «О рекламе» не установлено требование о размещении в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций ­- 14 октября 2018 г.;

для рекламных конструкций, для которых Федеральным законом «О рекламе» установлено требование о размещении в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций – до 14 октября календарного года, в котором будет утверждена соответствующая схема.

б) отсрочка введения предлагаемого правового регулирования: \_\_\_\_\_\_ дней с даты принятия проекта нормативного правового акта.

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

10.3.1. Период распространения на ранее возникшие отношения: действие пунктов 3.4.1-3.4.9, 3.6, 4.8, 4.9, подпункта «а» пункта 6.2, пункта 7.2 Правил необходимо распространить на рекламные конструкции, разрешения на которые выданы до вступления в силу Правил.

10.4. Обоснование необходимости установления переходного периода и (или) отсрочки вступления в силу нормативного правового акта либо необходимости распространения предлагаемого правового регулирования на ранее возникшие отношения:

Правилами планируется установить:

а) требования к цветовому оформлению элементов рекламной конструкции;

б) к внешнему виду рекламных конструкций (например, отдельно стоящие рекламные конструкции не должны иметь видимых элементов соединения различных частей конструкций (торцевые поверхности конструкций, крепления осветительной арматуры, соединения с основанием));

в) фундамент отдельно стоящих рекламных конструкций не должен выступать над уровнем грунта (земли).

Для дачи возможности владельцам рекламных конструкций привести конструкции в соответствие с предъявляемыми требованиями необходимо установить переходный период.

Для рекламных конструкций, для которых Федеральным законом «О рекламе» установлено требование о размещении в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций срок действия переходного периода зависит от утверждения схемы размещения рекламных конструкций на территории соответствующего муниципального образования городского округа (муниципального района) в Республике Коми. Это позволит исключить затраты владельцев рекламных конструкций, которые не войдут в новую схему, утверждаемую Администрацией Главы Республики Коми.

**Заполняется по итогам проведения общественных обсуждений по проекту нормативного правового акта и сводного отчета:**

11. Информация о сроках проведения общественных обсуждений по проекту нормативного правового акта.

11.1. Срок, в течение которого принимались предложения в связи с общественными обсуждениями по проекту нормативного правового акта и сводному отчету об оценке регулирующего воздействия:

начало: 20 ноября 2017 г.;

окончание: 15 декабря 2017 г.

11.2. Сведения о количестве замечаний и предложений, полученных в ходе общественных обсуждений по проекту нормативного правового акта:

всего замечаний и предложений: 55, из них учтено:

полностью: 13, учтено частично: 2.

11.3. Полный электронный адрес размещения свода предложений, поступивших по итогам проведения общественных обсуждений по проекту нормативного правового акта:

http://orv.rkomi.ru/dictionaries/rezultaty\_publichnyh\_konsultatsiy/13825

Приложение:

Свод предложений, поступивших в ходе общественных обсуждений, проводившихся в ходе процедуры оценки регулирующего воздействия, с указанием сведений об их учете или причинах отклонения;

Сравнительная таблица положений проекта Правил Правила установки и эксплуатации рекламных конструкций на территориях муниципальных образований в Республике Коми и муниципальных правовых актов, принятых до 01.01.2017, регулировавших установку рекламных конструкций.

Заместитель Руководителя

Администрации – начальник

Управления массовых коммуникаций,

информатизации и связи

Е.В. Морозов \_26.01.2018\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(дата) (подпись)