

УВЕДОМЛЕНИЕ
о проведении публичных консультаций для проектов актов
с низкой степенью ОРВ

1.	Вид, наименование и планируемый срок вступления в силу нормативного правового акта
Вид, наименование проекта акта: приказ Министерства по управлению государственным имуществом Свердловской области (далее – Министерство) «Об утверждении Порядка демонтажа рекламных конструкций» (далее – проект приказа).	
Планируемый срок вступления в силу: I квартал 2016 года	
2.	Сведения о разработчике проекта акта
Субъект законодательной инициативы, государственный орган власти Свердловской области, разработавший проект акта (далее – разработчик): Министерство по управлению государственным имуществом Свердловской области	
Сведения об исполнительных органах государственной власти Свердловской области – соисполнителях: отсутствуют.	
Сведения о профильном органе, проводящем оценку регулирующего воздействия: Министерство по управлению государственным имуществом Свердловской области	
3.	Срок проведения публичных консультаций:
Количество календарных дней: 10 дней	
4.	Способ направления участниками публичных консультаций своих мнений:
Ф.И.О. исполнителя профильного органа: Суворова Елена Викторовна Должность: начальник отдела контроля за размещением наружной рекламы в городе Екатеринбурге департамента рекламы Министерства по управлению государственным имуществом Свердловской области	
Тел: (343) 312-00-28, доб. 484 Адрес электронной почты: e.suvorova@egov66.ru Иной способ получения предложений: отсутствует	
5.	Степень регулирующего воздействия проекта акта
Степень регулирующего воздействия проекта акта (высокая/средняя/низкая): низкая Обоснование отнесения проекта акта к определённой степени регулирующего воздействия: проект приказа не содержит положений, устанавливающих ранее не предусмотренные законодательством обязанности, запреты и ограничения для юридических и физических лиц в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности или способствующих их установлению, а также положений, приводящих к увеличению ранее предусмотренных законодательством Российской Федерации и иными нормативными правовыми актами расходов физических и юридических лиц в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.	
6.	Описание проблемы, на решение которой направлен предлагаемый способ регулирования, оценка негативных эффектов, возникающих в связи с наличием рассматриваемой проблемы
6.1. Описание проблемы, на решение которой направлен предлагаемый способ регулирования, условий и факторов её существования: Проблема: наличие незаконно установленных рекламных конструкций. В этой связи способ регулирования направлен: на регламентирование порядка демонтажа рекламных конструкций, устанавливающего сроки и основания принятия решений по демонтажу, хранению и уничтожению рекламных конструкций на территории Свердловской области, в том числе города Екатеринбурга.	

Факторы существования проблемы: статьей 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» предусмотрен демонтаж рекламной конструкции, ее хранение или в необходимых случаях уничтожение за счет средств местного бюджета, в случае если собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, не выполнил обязанность по демонтажу рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец данного недвижимого имущества неизвестен.

На сегодняшний день 90% рекламных конструкций установлены с нарушением требований законодательства и подлежат демонтажу.

Отсутствие четкой регламентации принятия решений по демонтажу, установленных и эксплуатируемых с нарушением законодательства рекламных конструкций не позволяет осуществлять системный подход к демонтажу наружной рекламы и определить порядок взаимодействия с владельцами демонтированных рекламных конструкций и возмещении расходов, понесенных в связи с демонтажем, хранением или уничтожением рекламной конструкции органом, выявившим нарушение в сфере рекламы.

6.2. Негативные эффекты, возникающие в связи с наличием проблемы: бесконтрольность рынка наружной рекламы и четкой регламентации принимаемых мер для пресечения нарушения законодательства в сфере рекламы, в том числе осуществление демонтажа рекламных конструкций.

6.3. Информация о возникновении, выявлении проблемы, принятых мерах, направленных на её решение, а также затраченных ресурсах и достигнутых результатах решения проблемы: проблема выявлена Министерством в ходе осуществления полномочий в сфере рекламы. Меры: Мониторинг рынка наружной рекламы. Выявление незаконно установленных рекламных конструкций. Демонтаж, хранение и уничтожение незаконно установленных рекламных конструкций по результатам проведенных мероприятий.

6.4. Описание условий, при которых проблема может быть решена в целом без вмешательства со стороны государства: без вмешательства со стороны государства проблема не может быть решена.

6.5. Источники данных: Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», Закон Свердловской области от 20 июля 2015 года № 85-ОЗ «О перераспределении отдельных полномочий в сфере рекламы между органами местного самоуправления городских округов и муниципальных районов, расположенных на территории Свердловской области, и органами государственной власти Свердловской области», государственный стандарт Российской Федерации Р 52044-2003, постановление Правительства Свердловской области от 22 января 2014 года № 29-ПП.

6.6. Иная информация о проблеме: отсутствует.

7. Анализ федерального, регионального опыта в соответствующих сферах деятельности

7.1. Федеральный, региональный опыт в соответствующих сферах: в настоящее время существуют нормативно правовые акты в Воронежской области: постановление Администрации городского округа город Воронеж, Самарской области: постановление Правительства Самарской области, в Приморском крае и других субъектах Российской Федерации проблема решается путем утверждения порядка демонтажа рекламных конструкций, установленных и (или) эксплуатируемых с нарушением требований Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

7.2. Источники данных: законодательство субъектов Российской Федерации, официальные сайты органов государственной власти субъектов Российской Федерации.

8. Цели предлагаемого регулирования и их соответствие принципам правового регулирования, программным документам Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации, Губернатора Свердловской области, Правительства Свердловской области

8.1. Цели предлагаемого регулирования:

8.2. Установленные сроки достижения целей предлагаемого регулирования:

демонтаж рекламных конструкций, установленных и эксплуатируемых с

В течение действия приказа Министерства

<p>нарушением требований законодательства о рекламе на территории Свердловской области, в том числе города Екатеринбурга.</p>	
<p>8.3. Обоснование соответствия целей предлагаемого регулирования принципам правового регулирования, программным документам Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации, Губернатора Свердловской области, Правительства Свердловской области: Цели предлагаемого регулирования соответствуют принципам правового регулирования, указанным в федеральном законодательстве (статья 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», государственный стандарт Российской Федерации Р 52044-2003).</p>	
<p>8.4. Иная информация о целях предлагаемого регулирования: отсутствует</p>	
9.	<p>Описание предлагаемого регулирования и иных возможных способов решения проблемы</p>
<p>9.1. Описание предлагаемого способа решения проблемы и преодоления связанных с ней негативных эффектов: инвентаризация рынка наружной рекламы, выявление рекламных конструкций и демонтаж незаконно установленных рекламных конструкций по результатам проведенных мероприятий, в соответствии с четкими требованиями указанного в проекте приказа порядка. Предлагаемый способ решения проблемы – четкая регламентация принятия решений по демонтажу, хранению и уничтожению рекламных конструкций на территории Свердловской области, в том числе города Екатеринбурга.</p>	
<p>9.2. Описание иных способов решения проблемы (с указанием того, каким образом каждым из способов могла бы быть решена проблема): иные способы решения отсутствуют</p>	
<p>9.3. Иная информация о предлагаемом способе решения проблемы: отсутствует</p>	
10.	<p>Основные группы субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, иные заинтересованные лица, включая федеральные органы государственной власти и органы государственной власти Свердловской области, интересы которых будут затронуты предлагаемым правовым регулированием, оценка количества таких субъектов с учётом информации, представленной в пояснительной записке</p>
<p>10.1. Группа участников отношений: (описание группы субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности): 10.1.1. Министерство по управлению государственным имуществом Свердловской области; 10.1.2. Государственное бюджетное учреждение Свердловской области Фонд имущества Свердловской области; 10.1.3. физические и юридические лица, индивидуальные предприниматели, осуществляющие установку и эксплуатацию рекламных конструкций; 10.1.4. собственники или иные законные владельцы недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция.</p>	<p>10.2. Оценка количества участников отношений: На стадии разработки акта: 10.1.1. – 1; 10.1.2. – 1; 10.1.3. – на сегодняшний день оценить не представляется возможным. По неподтвержденным данным на территории г. Екатеринбурга размещено порядка 10 000-15 000 рекламных конструкций. 10.1.4. – на сегодняшний день оценить не представляется возможным. В этой связи можно предположить, что группа субъектов составляет порядка 15 000. После введения предлагаемого регулирования: без изменений.</p>
<p>10.3. Источники данных: Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», оперативные данные Министерства по управлению государственным имуществом Свердловской области, полученные по результатам мониторинга сайтов рекламных агентств</p>	
11.	<p>Риски решения проблемы предложенным способом регулирования и риски негативных последствий</p>
<p>11.1. Риски решения проблемы предложенным способом и риски негативных последствий: не предусматриваются</p>	<p>11.2. Оценки вероятности наступления рисков: отсутствуют</p>
12.	<p>Необходимые для достижения заявленных целей регулирования организационно-</p>

технические, методологические, информационные и иные мероприятия				
12.1. Мероприятия, необходимые для достижения целей регулирования	12.2. Сроки	12.3. Описание ожидаемого результата	12.4. Объем финансирования	12.5. Источник финансирования
опубликование приказа Министерства об утверждении порядка демонтажа рекламных конструкций на «Официальном интернет-портале правовой информации Свердловской области» (www.pravo.gov66.ru).	с момента принятия проекта акта	доведение информации до участников отношений.	требуется	В соответствии с положениями части 2 статьи 3 Закона Свердловской области от 20 июля 2015 года № 85-ОЗ «О перераспределении...» полномочия осуществляются за счет средств областного бюджета.

Заместитель Министра



К.А. Никаноров