

## **СВОДНЫЙ ОТЧЕТ**

### **о результатах проведения оценки регулирующего воздействия проекта административного регламента по осуществлению муниципального контроля в сфере наружной рекламы на территории городского округа Шатура Московской области**

#### **1. Общая информация.**

1.1. Разработчик: отдел рекламы и муниципальных услуг управления по информационной политике, информатизации и муниципальным услугам администрации городского округа Шатура.

1.2. Вид и наименование проекта нормативного правового акта: административный регламент по осуществлению муниципального контроля в сфере наружной рекламы на территории городского округа Шатура Московской области.

1.3. Предполагаемая дата вступления в силу нормативного правового акта: февраль 2020 год.

1.4. Основание для разработки проекта нормативного правового акта:

- Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;
- Федерального закона от 26.12.2008 № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля»;
- письмо Главного управления по информационной политике Московской области от 20.12.2019 №36Исх- 6034/;
- протокол заочного голосования Комиссии по административной реформе в Московской области от 10.09.2019.

#### **2. Описание проблемы (вопроса), на решение которой направлено предлагаемое правовое регулирование.**

Наружная реклама не теряет своей актуальности, пользуясь заслуженной репутацией одного из наиболее эффективных инструментов продвижения и развития бизнеса за счет поддержания конкуренции, а параллельно улучшая архитектурный облик территории. Рекламные конструкции, установленные на фасадах зданий и земельных участках, имеют определенный вид и тип, который должен соответствовать не только эстетическим вкусам рекламораспространителя, заказчика и потребителя, но и требованиям действующего законодательства.

Установка рекламных конструкций допускается при наличии разрешений на их установку и эксплуатацию, выданных администрацией городского округа Шатура. С законностью установки и эксплуатации рекламных конструкций и в связи с этим, в дальнейшем, возникновение необходимости демонтажа рекламных конструкций – все это становится проблемой для многих владельцев рекламных конструкций.

Разработанный проект административного регламента по осуществлению муниципального контроля в сфере наружной рекламы на территории городского округа Шатура Московской области направлен на то, чтобы исключить установку и эксплуатацию рекламных конструкций без предусмотренного законодательством разрешения на её установку и эксплуатацию и с нарушением требований технического регламента, не допустить эксплуатацию рекламных конструкций при наличии разрешений с истекшим сроком действия, а также предупредить незаконную установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

### 3. Цели предлагаемого правового регулирования:

- исключить установку и эксплуатацию рекламных конструкций без предусмотренных законодательством разрешений на их установку и эксплуатацию;
- не допускать эксплуатацию рекламных конструкций при наличии разрешений с истекшим сроком действия;
- предотвратить установку рекламных конструкций без предусмотренного законодательством разрешения и не допустить эксплуатацию рекламных конструкций с нарушением требований технического регламента.

### 4. Индикативные показатели предлагаемого правового регулирования.

Исходя из целей правового регулирования нормативного правового акта индикаторами их достижения являются:

Цели	Индикаторы достижения целей предлагаемого правового регулирования	Единицы измерения индикаторов	Целевые значения индикаторов по годам
Исключить установку и эксплуатацию рекламных конструкций без предусмотренного законодательством разрешения на их установку и эксплуатацию, а также с истекшим сроком действия таких разрешений	4.1. Процент незаконных рекламных конструкций	%	2020 г. – 0% 2021 г. – 0 % 2022 г. – 0%

Методика расчета, исходя из формулы:

$$A = B / C * 100\%$$

$$C = X + Y + Z$$

где:

A – незаконные рекламные конструкции, установленные на территории городского округа Шатура (процент);

B - количество рекламных конструкций в схеме размещения рекламных конструкций и вне ее, фактически установленных без действующих разрешений (единицы);

C – общее количество рекламных конструкций на территории городского округа Шатура (единицы);

X – количество рекламных конструкций в схеме размещения рекламных конструкций, установленных в соответствии с действующими разрешениями (единицы);

Y – количество рекламных конструкций вне схемы размещения рекламных конструкций, установленных в соответствии с действующими разрешениями (единицы);

Z – количество рекламных конструкций в схеме размещения рекламных конструкций и вне ее, фактически установленных без действующих разрешений (единицы).

**5. Сведения об основных группах субъектов предпринимательской деятельности и иных заинтересованных лицах, интересы которых будут затронуты предполагаемым правовым регулированием.**

Регулирующее воздействие нормативного правового акта будет осуществлено в отношении юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и граждан.

**6. Предполагаемые издержки и выгоды потенциальных адресатов правового регулирования.**

Издержки и выгоды основных групп субъектов предпринимательской деятельности, интересы которых будут затронуты в ходе осуществления регулирующего воздействия нормативного правового акта, не предусмотрены.

**7. Срок, в течение которого принимались предложения по проекту нормативного правового акта.**

Проект нормативного правового акта размещен для предварительной оценки регулирующего воздействия на официальном сайте городского округа Шатура ([www.shatura.ru](http://www.shatura.ru)) в разделе «Предварительная оценка регулирующего воздействия». Прием предложений от заинтересованных лиц осуществлялся в период с 31.12.2019 по 09.01.2020.

Прямая ссылка на размещение: <http://www.shatura.ru/files/2020/01/Proekt-AR-mun.kontrolya-otsenka.pdf>.

В указанный период предложений по проекту нормативного правового акта не поступало.

**8. Иные сведения, позволяющие оценить обоснованность предполагаемого регулирования:** отсутствуют.

**9. Выводы и предложения.**

9.1. Степень регулирующего воздействия нормативного правового акта: низкая.

Проект нормативного правового акта не содержит запреты и ограничения для субъектов предпринимательской деятельности, а также требований и норм, способствующих их установлению.

9.2. Углубленная процедура оценки регулирующего воздействия: не требуется.

9.3. Периодичность мониторинга индикативных показателей: производится ежегодно.

Начальник управления  
по информационной политике,  
информатизации и муниципальным услугам

Ю.С. Скалина