**Ministru kabineta noteikumu projekta „Kārtība, kādā saņemama atļauja reklāmas izvietošanai publiskās vietās vai vietās, kas vērstas pret publisku vietu” sākotnējās ietekmes novērtējuma ziņojums (anotācija)**

|  |
| --- |
| **I. Tiesību akta projekta izstrādes nepieciešamība** |
|  1. |  Pamatojums |  Reklāmas likuma 7.panta 2.2 daļa (2011.gada 17.marta likuma „Grozījumi Reklāmas likumā” redakcijā, kas stāsies spēkā 2012.gada 1.janvārī), kas deleģē Ministru kabinetam tiesības noteikt kārtību, kādā saņemama atļauja reklāmas izvietošanai publiskās vietās vai vietās, kas vērstas pret publisku vietu.  Ministru prezidenta 2011.gada 1.aprīļa rezolūcija Nr.12/2011-JUR-87, kas uzdod vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministram līdz 2011.gada 1.decembrim sagatavot un iesniegt Ministru kabinetā augstāk minētajā Reklāmas likuma deleģējumā iekļauto noteikumu projektu. |
|  2. |  Pašreizējā situācija un problēmas |  Valsts līmenī reklāmas (t.sk. izkārtņu, mobilās reklāmas u.c.) izvietošanas un ekspluatācijas saskaņošana ar pašvaldību netiek regulēta. Likuma „Par pašvaldībām” 43.panta pirmās daļas 7.punktā dots deleģējums katrai pašvaldībai izdot saistošos noteikumus par reklāmas materiālu, izkārtņu, sludinājumu un citu informatīvo materiālu izvietošanu publiskās vietās, kā arī līdz 2011.gada 31.decembrim spēkā esošajā redakcijā Reklāmas likuma 7.panta trešajā daļā pašvaldībām ir noteiktas tiesības izdot saistošos noteikumus par reklāmas izplatīšanu publiskās vietās attiecīgajā administratīvajā teritorijā, arī nosakot vietas, kurās aizliegta atsevišķu preču, preču grupu vai pakalpojumu reklāmas izplatīšana. Rezultātā var identificēt sekojošas problēmas:a) katrā pašvaldībā reklāmas izvietošanas, ekspluatācijas un grafiskā dizaina nomaiņas saskaņošanas process atšķiras (atšķirīgs iesniedzamo dokumentu skaits, procedūras, kas jāveic uzņēmējam pakalpojuma saņemšanai, atšķirīgi termiņi, kādos pakalpojums tiek sniegts) un tiem uzņēmējiem, kuri vēlas izvietot savu reklāmu vairākās pašvaldībās, ir jātērē laika un finanšu resursi, lai apzinātu un izpildītu pašvaldību atšķirīgās prasības;b) reklāmas veidu terminu skaidrojumu trūkums likumos un Ministru kabineta noteikumos. Piemēram, likuma „Par pašvaldībām” 43.panta pirmās daļas 7.punktā tiek minēts tāds termins kā izkārtne, taču netiek norādīts, kas ar šo terminu tiek saprasts, kā rezultātā pašvaldības ir tiesīgas šo terminu skaidrot atbilstoši savai interpretācijai;c) reklāmas pakalpojuma saņēmējiem pašiem jānodrošina dažādu saskaņojumu saņemšana no citām valsts institūcijām (Valsts kultūras pieminekļu aizsardzības inspekcijas) un iesniegšana pašvaldībā reklāmas izvietošanas atļaujas saņemšanai;c) reklāmas pakalpojuma sniegšana primāri tiek organizēta klātienē, pilnvērtīgi neizmantojot elektroniskās saskaņošanas iespējas;d) daudzās pašvaldībās (2010.gada 1.pusgadā 17 no 70 pašvaldībām) papildus reklāmas izvietošanas atļaujām izsniedza arī reklāmas vai izkārtņu izvietošanas pases (Rīgas pilsētas pašvaldībā 2010.gada 1.pusgadā tika izsniegti 74% no visām izkārtņu izvietošanas pasēm). Pašvaldībām nav skaidrs, kas tās par pasēm un kāpēc vajadzīgas; citas pašvaldības uzskata šīs pases par lieku apgrūtinājumu uzņēmējiem;e) lai reklāmas devējs izvietotu izkārtni vai reklāmu pie ēkas, kas atrodas kopīpašumā, nepieciešami saskaņojumi no visiem kopīpašniekiem. Pašvaldībām nepieciešams pārbaudīt kopīpašnieku saskaņojumus. |
|  3. |  Saistītie politikas ietekmes novērtējumi un pētījumi |  Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija (turpmāk – VARAM) veica esošās situācijas izpēti pirms vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrs virzīja pieņemšanai Saeimā anotācijas I.sadaļas 1.punktā minētos grozījumus Reklāmas likumā, lai noteiktu deleģējumu Ministru kabinetam noteikt vienotu kārtību reklāmas izvietošanai un ekspluatācijas saskaņošanai publiskās vietās vai vietās, kas vērstas pret publisku vietu.  Lai apzinātu Latvijas uzņēmēju pieredzi reklāmas izvietošanas un ekspluatācijas saskaņošanā ar pašvaldību (patērētais laiks pašvaldības prasību izpildei, reklāmas izvietošanas un ekspluatācijas saskaņošanas laiks pašvaldībā) un noskaidrotu uzņēmēju viedokli par nepieciešamību noteikt vienotu kārtību valsts līmenī reklāmas izvietošanas un ekspluatācijas saskaņošanai, no 2009.gada decembra līdz 2010.gada februārim tika veikta uzņēmēju aptauja. Respondenti tika izvēlēti no Rīgas pilsētas būvvaldes Pilsētvides dizaina pārvaldes izsniegto reklāmas un izkārtņu pasu (reklāmas un izkārtnes ekspluatācijas tiesības apliecinošs dokuments), kā arī saskaņoto īslaicīgas reklāmas projektu reģistriem, nodrošinot, ka visi respondenti laika periodā no 2009.gada 1.jūnija pašvaldībā ir veikuši reklāmas izvietošanas un ekspluatācijas saskaņošanu un tādējādi ir guvuši pieredzi attiecīgajā jautājumā. Uzņēmēju aptauja tika veikta Rīgā, pamatojoties uz to, ka Rīgā tiek izvietota lielākā daļa no visas vidē izvietotās reklāmas Latvijā. Vienlaikus aptaujas ietvaros katrs trešais uzņēmums norādīja, ka ir veicis reklāmas vai izkārtnes projekta saskaņošanu ne tikai Rīgā, bet arī citās pašvaldībās, tādējādi reprezentējot uzņēmumu viedokli par attiecīgā pakalpojuma sniegšanu arī tādās pašvaldībās kā: Daugavpils pilsēta, Jelgavas pilsēta, Jēkabpils pilsēta, Jūrmalas pilsēta, Liepājas pilsēta, Valmieras pilsēta, Ventspils pilsēta, Brocēnu novads, Cēsu novads, Dobeles novads, Iecavas novads, Ikšķiles novads, Kuldīgas novads, Saldus novads, Saulkrastu novads, Smiltenes novads, Talsu novads. Telefonintervijās no 1 200 reģistrētajiem reklāmas devējiem tika aptaujāts katrs sestais uzņēmums. 80% no aptaujātajiem uzņēmumiem atbalstīja nepieciešamību noteikt vienotu kārtību valsts līmenī reklāmas izvietošanas un ekspluatācijas saskaņošanai. Papildus 2010.gada oktobrī un novembrī sadarbībā ar Valsts reģionālās attīstības aģentūru tika veiktas arī padziļinātās intervijas ar uzņēmējiem, kas saskaņojuši reklāmas izvietošanu ar Liepājas un Valmieras pilsētu pašvaldībām. Tie uzņēmēji, kas veikuši reklāmas izvietošanas saskaņošanu ne tikai ar Liepājas un Valmieras pilsētu pašvaldībām, bet arī ar Daugavpils, Jelgavas, Jūrmalas, Rēzeknes, Rīgas, Ventspils pilsētu un Dobeles, Madonas, Ogres, Siguldas novadu pašvaldībām, norādīja uz anotācijas I.sadaļas 2.punkta a un b apakšpunktos minētajām problēmām, kā arī atbalstīja nepieciešamību noteikt vienotu kārtību valsts līmenī reklāmas izvietošanas un ekspluatācijas saskaņošanai. Vienlaikus VARAM kā atbildīgā iestāde īsteno Eiropas Sociālā fonda projektu Nr.1DP/1.5.1.2.0/08/IPIA/SIF/002 „Publisko pakalpojumu sistēmas pilnveidošana”. Projekta ietvaros organizētā iepirkuma Nr. MK VK 2010/3 ESF „Publisko pakalpojumu sniegšanas analīze, publisko pakalpojumu sistēmas pilnveidošana un apmācību organizēšana” rezultātā Valsts kanceleja (atbildīgā iestāde līdz 2011.gada 1.jūlijam) 2010.gada 29.novembrī noslēdza līgumu ar SIA „Corporate & Public Management Consulting Group” par attiecīgu projekta aktivitāšu īstenošanu (turpmāk – projekts). Projekta ietvaros tika paredzēts uzdevums „Pilotpakalpojumu izvērtēšana un rekomendāciju sagatavošana šo pakalpojumu pārbūvei”, kā vienu no pilotpakalpojumiem izdalot reklāmas izvietošanas publiskās vietās saskaņošanu. Izstrādātājs nodevuma „Reklāmas materiālu, izkārtņu, sludinājumu un citu informatīvo materiālu izvietošana publiskās vietās. Pakalpojumu grupas izvērtējums” sagatavošanas laikā secināja, ka ir nepieciešams vienādot šī pakalpojuma sniegšanas procesu visā Latvijas teritorijā. |
|  4. |  Tiesiskā regulējuma mērķis un būtība |  Noteikumu projekta primārais mērķis ir noteikt vienādas prasības visā Latvijā reklāmas izvietošanas, ekspluatācijas un grafiskā dizaina nomaiņas saskaņošanai ar pašvaldību, paredzot:1. cik un kādi dokumenti uzņēmējam jāiesniedz pašvaldībai, lai saņemtu atļauju reklāmas izvietošanai, ekspluatācijai un grafiskā dizaina maiņai publiskā vietā vai vietā, kas vērsta pret publisku vietu;
2. cik ilgā laikā pašvaldībai atļauja reklāmas izvietošanai, ekspluatācijai un grafiskā dizaina maiņai jāizsniedz;
3. kādi ir reklāmas projektu saskaņošanas posmi – reklāmas izvietošanas un ekspluatācijas, reklāmas grafiskā dizaina maiņas saskaņošana;
4. kāds ir pašvaldības izsniegtās atļaujas reklāmas izvietošanai un ekspluatācijai saturs;
5. kāds ir atļaujas reklāmas izvietošanai un ekspluatācijai derīguma termiņš.

 Vienlaicīgi noteikumu projekts paredz arī:1. sniegt reklāmas terminu (piemēram, izkārtne, mobilā reklāma) skaidrojumus, kas šobrīd valsts līmenī nav noteikti, līdz ar to katrā pašvaldībā atšķiras to skaidrojums;
2. noteikt pašvaldībām pašām iegūt atsevišķus saskaņojumus (piemēram, Valsts kultūras pieminekļu aizsardzības inspekcijas saskaņojums), neuzliekot šo administratīvo slogu šī pašvaldības pakalpojuma saņēmējiem;
3. noteikt reklāmas izvietošanas, ekspluatācijas un grafiskā dizaina maiņas saskaņošanu ar pašvaldību primāri kā elektronisko pakalpojumu, paralēli saglabājot arī iespēju saņemt pakalpojumu klātienē un pa pastu;
4. papildus reklāmas izvietošanas atļaujai pašvaldībām neizsniegt speciālas reklāmas vai izkārtņu pases;
5. reklāmas devējam iesniegt tikai rakstisku apliecinājumu, ka saņemta kopīpašnieku atļauja reklāmas izvietošanai, tādējādi pašvaldībām neuzliekot administratīvo slogu kopīpašnieku saskaņojumu pārbaudes veikšanai;
6. pašvaldībai izsniegt reklāmas izvietošanas atļauju, nepieprasot iesniegt jaunu projektu, ja iesniegtajā reklāmas projektā tā saskata saturiski nebūtiskas nepilnības (piemēram, pareizrakstības kļūdas) un ja projekta iesniedzējs rakstiski apliecina to novēršanu pirms reklāmas izvietošanas;
7. pieņemot lēmumu reklāmas vai reklāmas objekta izvietošanai uz valsts aizsargājama kultūras pieminekļa (tā teritorijā, aizsardzības zonā), izvērtēt kultūras pieminekļu aizsardzības un kultūrvēsturiskās vides saglabāšanas aspektu, vienlaikus samazinot administratīvo slogu.

Noteikumu projekts paredz atsevišķu reklāmas vai reklāmas objekta izvietošanas saskaņošanas kārtību ar pašvaldību par tīkla reklāmas (vismaz triju reklāmas objektu ar un bez piesaistes zemei sistēma) izvietošanu. Kārtība paredz, ka pašvaldība ar privātpersonu, kurai saimnieciskā darbība ir tieši saistīta ar reklāmas pakalpojumu sniegšanu, var slēgt tīkla reklāmas līgumu. Tiesiskais regulējums par tīkla reklāmas līgumu paredzēts, lai atvieglotu pašvaldības sadarbību ar attiecīgo reklāmas uzņēmumu, piemēram, atrunājot pašvaldību nodevas nomaksas kārtību, informēšanas kārtību par izvietotajām reklāmām, u.c. jautājumus, kas saistīti ar liela reklāmas apjoma administrēšanu. Piemēram, pēc Rīgas pilsētas domes sniegtās informācijas uz noteikumu projekta saskaņošanas brīdi uz pašvaldības zemes atradās aptuveni 4500 reklāmas objektu, no kuriem lielākā daļa tiek izvietoti tīkla reklāmas veidā. Vienlaicīgi ir paredzēts, ka tīkla reklāmas līgumā nevar iekļaut nosacījumus, kas ir pretrunā ar noteikumu projektā noteikto reklāmas vai reklāmas objekta izvietošanas saskaņošanas kārtību, piemēram, pašvaldības īpaši nosacījumi attiecīgam reklāmas uzņēmumam – tādā veidā tiks ievērots noteikumu projekta mērķis noteikt vienādas prasības visā Latvijā reklāmas izvietošanas saskaņošanai ar pašvaldību.Noteikumu projekts tajā pašā laikā neskars pašvaldību tiesības izdot saistošos noteikumus par reklāmas izvietošanu publiskās vietās un vietās, kas vērstas pret publisku vietu, paredzot ierobežojumus reklāmas izmēriem, veidiem, gaismas un skaņas efektiem atbilstoši videi, ēku un būvju arhitektūrai, kā arī nosakot vietas, kurās aizliegta atsevišķu preču, preču grupu vai pakalpojumu reklāmas izplatīšana. To paredz Reklāmas likuma 7.panta trešā daļa (2011.gada 17.marta likuma „Grozījumi Reklāmas likumā” redakcijā).Papildus noteikumu projekts paredz, ka noteikumi neattiecas uz reklāmas izvietošanas saskaņošanu ar pašvaldību, kas jau veikta līdz noteikumu spēkā stāšanās brīdim. |
|  5. |  Projekta izstrādē iesaistītās institūcijas |  Tika izveidota neformāla darba grupa noteikumu projekta izstrādei. Darba grupā ietilpa:1. Latvijas Pašvaldību savienība;
2. Latvijas Lielo pilsētu asociācija;
3. Rīgas pilsētas būvvalde;
4. Siguldas novada būvvalde;
5. Ogres novada pašvaldība;
6. Cēsu novada pašvaldība;
7. Kuldīgas novada pašvaldība;
8. Satiksmes ministrija;
9. VAS „Latvijas valsts ceļi”;
10. Ekonomikas ministrija;
11. Valsts kultūras pieminekļu aizsardzības inspekcija;
12. Patērētāju tiesību aizsardzības centrs;
13. Valsts valodas centrs;
14. biedrība „Latvijas Tirgotāju asociācija”;
15. biedrība „Vides reklāmas asociācija”;
16. biedrība „Latvijas Reklāmas asociācija”.

Darba grupas sanāksmes notika 2011.gada 07.07., 20.09., 22.09., 26.09., 28.09., 04.10., 06.10., 11.10., 30.11. |
|  6. |  Iemesli, kādēļ netika nodrošināta sabiedrības līdzdalība |  Projekts šo jomu neskar. |
|  7. |  Cita informācija |  Nav. |

|  |
| --- |
| **II. Tiesību akta projekta ietekme uz sabiedrību** |
|  1. |  Sabiedrības mērķgrupa |  Noteikumu projekts tieši attieksies uz saimnieciskās darbības veicējiem. 2010.gadā Latvijā pēc Centrālās statistikas pārvaldes datiem saimnieciskās darbības veicēju skaits bija 135 139, no kuriem:* 49 058 pašnodarbinātās personas;
* 8 139 individuālais komersants;
* 64 813 komercsabiedrības;
* 13 129 zemnieku un zvejnieku saimniecības.

 2010.gadā pēc Centrālās statistikas pārvaldes datiem saimnieciskās darbības veicēju sadalījums pēc lieluma bija attiecīgi:* 123 207 mikro uzņēmumi;
* 9 643 mazie uzņēmumi;
* 1 944 vidējie uzņēmumi;
* 345 lielie uzņēmumi.
 |
|  2. |  Citas sabiedrības grupas (bez mērķgrupas), kuras tiesiskais regulējums arī ietekmē vai varētu ietekmēt |  Noteikumu projekts attieksies arī uz tām personām, kuras vēlēsies uzsākt saimniecisko darbību un izplatīt informāciju par sniegtajiem pakalpojumiem vai piedāvātajiem produktiem, izvietojot reklāmu publiskās vietās vai vietās, kas vērstas pret publisku vietu, pašvaldību administratīvajās teritorijās. Noteikumu projekts ietekmēs arī pašvaldības, jo tām būs nepieciešams izdot jaunus saistošos noteikumus, mainot reklāmas izvietošanas, ekspluatācijas un grafiskā dizaina nomaiņas saskaņošanas kārtību.  Tajā pašā laikā, kā to paredz Reklāmas likuma 7.panta trešā daļa (2011.gada 17.marta likuma „Grozījumi Reklāmas likumā” redakcijā), pašvaldības arī turpmāk varēs izdot saistošos noteikumus par reklāmas izvietošanu publiskās vietās un vietās, kas vērstas pret publisku vietu, paredzot ierobežojumus reklāmas izmēriem, veidiem, gaismas un skaņas efektiem atbilstoši videi, ēku un būvju arhitektūrai, kā arī nosakot vietas, kurās aizliegta atsevišķu preču, preču grupu vai pakalpojumu reklāmas izplatīšana. Tāpat pašvaldības varēs arī noteikt kārtību, kādā veicama saskaņā ar Ministru kabineta 2005.gada 28.jūnija noteikumu Nr.480 „Noteikumi par kārtību, kādā pašvaldības var uzlikt pašvaldību nodevas” 12.punktu un 16.4.apakšpunktu noteikto pašvaldību nodevu samaksa par reklāmas, afišu un sludinājumu izvietošanu publiskās vietās. Noteiktas prasības attiecībā uz reklāmas izplatīšanu pašvaldības var paredzēt saskaņā arī ar Ministru kabineta 2009.gada 6.oktobra noteikumu Nr.1148 „Vietējās pašvaldības teritorijas plānošanas noteikumi” 28.punktu izstrādātos teritorijas izmantošanas un apbūves noteikumos. Šajos noteikumos pašvaldības iekļauj prasības augstuma ierobežojumiem, ēku un būvju konstruktīvajām daļām un elementiem, teritorijas labiekārtojumam un elementiem, to vizuālajam un mākslinieciskajam noformējumam, prasības īpaši aizsargājamo kultūrvēsturisko teritoriju un kultūras pieminekļu aizsardzībai (28.5., 28.11., 28.22. un 28.23.apakšpunkts).  |
|  3. |  Tiesiskā regulējuma finansiālā ietekme |  Noteikumu projektam būs pozitīva finansiālā ietekme uz saimnieciskās darbības veicējiem, jo, vienādojot prasību izpildi attiecībā uz reklāmas izvietošanas, ekspluatācijas un grafiskā dizaina nomaiņas saskaņošanu, uzņēmējiem tiks samazinātas ar reklāmas pakalpojuma iegūšanu saistītās izmaksas (samazinātas ārpakalpojumu (sertificētu speciālistu sniegto pakalpojumu), transporta, darbaspēka izmaksas). Anotācijas I.sadaļas 3.punktā minētajā SIA „Corporate & Public Management Consulting Group” veiktajā pētījumā tika konstatēts, ka, elektronizējot reklāmas pakalpojumu (to paredz noteikumu projekts), vidēji administratīvais slogs uz vienu reklāmas pakalpojumu nākotnē sastādīs 12,66LVL, bet saņemot to klātienē, šis slogs veidos 36,68 LVL. Vienlaikus netiks palielinātas izmaksas šī pakalpojuma saņēmējiem, jo noteikumu projekts neparedz palielināt iesniedzamo dokumentu un procedūru skaitu – tieši pretēji noteikumu projekts paredz šī skaita samazinājumu, t.sk. noteikumu projekts nosaka elektronisku reklāmas pakalpojuma sniegšanu, tādējādi samazinot administratīvās izmaksas uzņēmējiem.  |
|  4. |  Tiesiskā regulējuma nefinansiālā ietekme |  Pēc noteikumu projekta apstiprināšanas tām pašvaldībām, kuras ir izdevušas saistošos noteikumus saskaņā ar Reklāmas likuma 7.panta trešo daļu un likuma „Par pašvaldībām” 43.panta pirmās daļas 7.punktu, būs nepieciešams sešu mēnešu laikā pēc noteikumu spēkā stāšanās izdot jaunus saistošos noteikumus, mainot reklāmas izvietošanas, ekspluatācijas un grafiskā dizaina nomaiņas saskaņošanas kārtību. Tajā skaitā noteikumu projekts paredz, ka pašvaldībām reklāmas ekspluatācijas un grafiskā dizaina saskaņošanas kā elektroniskā pakalpojuma ieviešanu ir jānodrošina līdz 2014.gada 1.janvārim, izmantojot speciālu tiešsaistes formu (pakalpojumu portālu [www.latvija.lv](http://www.latvija.lv)). Šādu formu līdz 2013.gada 1.septembrim izveidos Valsts reģionālās attīstības aģentūra ERAF otrās kārtas projekta „Centralizēts iesniegums (jautājums) valsts pārvaldes iestādei vai pašvaldībai, izmantojot portālu [www.latvija.lv](http://www.latvija.lv)” ietvaros. |
|  5. |  Administratīvās procedūras raksturojums |  Noteikumu projekts paredz noteikt konkrētu iesniedzamo dokumentu skaitu reklāmas izvietošanas, ekspluatācijas un grafiskā dizaina nomaiņas saskaņošanai. Līdz šim pašvaldību noteiktais iesniedzamo dokumentu skaits ievērojami variēja (5-14 dokumenti atkarībā no pašvaldības), turklāt visiem reklāmas veidiem tas atsevišķos gadījumos sasniedza vairāk kā 10 dokumentus. Noteikumu projekts nosaka šādu maksimālo iesniedzamo dokumentu skaitu sekojošo reklāmas veidu izvietošanas saskaņošanai:* izkārtne – 5;
* mobilā reklāma – 4;
* reklāmas objekts un informācijas objekts bez piesaistes zemei – 5;
* reklāmas objekts un informācijas objekts ar piesaisti zemei – 8;
* cita noteikumu projektā neminēta reklāma – 4.

 Noteikumu projekts paredz arī vienādu reklāmas izvietošanas atļaujas izsniegšanas termiņu no pašvaldību puses. Līdz šim pašvaldību noteiktais termiņš variēja, taču noteikumu projekts paredz reklāmas izvietošanas atļauju izsniegt 7 darba dienu laikā, ja pašvaldībai nav nepieciešams iegūt saskaņojumu no Valsts kultūras pieminekļu aizsardzības inspekcijas (šajā gadījumā termiņš ir 10 darba dienas). Noteikumu projekts arī vienādo pašvaldības izsniegtās reklāmas izvietošanas atļaujā ietveramo informāciju. Noteikumu projekta pārejas noteikumi paredz, ka pašvaldībām reklāmas izvietošanas, ekspluatācijas un grafiskā dizaina saskaņošanas kā elektroniskā pakalpojuma ieviešanu ir jānodrošina līdz 2014.gada 1.janvārim, izmantojot speciālu tiešsaistes formu (pakalpojumu portālu [www.latvija.lv](http://www.latvija.lv)). Šādu formu līdz 2013.gada 1.septembrim izveidos Valsts reģionālās attīstības aģentūra ERAF otrās kārtas projekta „Centralizēts iesniegums (jautājums) valsts pārvaldes iestādei vai pašvaldībai, izmantojot portālu [www.latvija.lv](http://www.latvija.lv)” ietvaros. Vienlaikus noteikumu projekts paredz, ka turpmāk nepieciešamības gadījumā Valsts kultūras pieminekļu inspekcijas saskaņojumu reklāmas izvietošanai pašvaldība iegūs pati un personai, kura vēlēsies reklāmu izvietot, tas vairs nebūs jādara.  |
|  6. |  Administratīvo izmaksu monetārs novērtējums |  Projekts šo jomu neskar. |
|  7. |  Cita informācija |  Atbilstoši 2009.gada 17.novembra Ministru prezidenta rīkojumam Nr.487 „Par funkciju audita grupu un funkciju audita veikšanu komersantu uzraudzības jomā” funkciju audita grupas 2010.gadā sagatavotajā funkciju audita ziņojumā par komersantu uzraudzību arī ir sniegta reklāmu un izkārtņu izvietošanas saskaņošanas ar pašvaldību analīze. Analīzes rezultātā funkciju audita grupa ir ierosinājusi izstrādāt Ministru kabineta noteikumus, kuri noteiktu valstī vienotus principus reklāmas un izkārtņu izvietošanas ierobežojumu noteikšanai un saskaņojuma saņemšanas kārtībai, lai nodrošinātu vienādu pieeju dažādās pašvaldībās. |

|  |
| --- |
| **IV. Tiesību akta projekta ietekme uz spēkā esošo tiesību normu sistēmu** |
|  1. |  Nepieciešamie saistītie tiesību aktu projekti |  Noteikumu projekts paredz tām pašvaldībām, kuras ir izdevušas saistošos noteikumus saskaņā ar Reklāmas likuma 7.panta trešo daļu un likuma „Par pašvaldībām” 43.panta pirmās daļas 7.punktu, būs nepieciešams sešu mēnešu laikā pēc noteikumu spēkā stāšanās izdot jaunus saistošos noteikumus, mainot reklāmas izvietošanas, ekspluatācijas un grafiskā dizaina nomaiņas saskaņošanas kārtību. Tajā skaitā noteikumu projekts paredz, ka pašvaldībām reklāmas ekspluatācijas un grafiskā dizaina saskaņošanas kā elektroniskā pakalpojuma ieviešanu ir jānodrošina līdz 2014.gada 1.janvārim, izmantojot speciālu tiešsaistes formu (pakalpojumu portālu [www.latvija.lv](http://www.latvija.lv)). Šādu formu līdz 2013.gada 1.septembrim izveidos Valsts reģionālās attīstības aģentūra ERAF otrās kārtas projekta „Centralizēts iesniegums (jautājums) valsts pārvaldes iestādei vai pašvaldībai, izmantojot portālu [www.latvija.lv](http://www.latvija.lv)” ietvaros. Jāizskata iespējas tiesību aktu grozījumiem, izslēdzot nomas principu tajos gadījumos, kad pašvaldībām ir nepieciešams nodot pāris kvadrātmetru zemes lietošanā citai personai reklāmas vai, piemēram, velosipēdu novietnes izvietošanai. Atbilstoši esošajam regulējumam nav paredzēts, ka pašvaldība savu īpašumu varētu nodot bezatlīdzības lietošanā, lai gan, piemēram, reklāmas izvietošanas gadījumā tiek maksāta pašvaldības nodeva par konkrētās reklāmas vai reklāmas objekta izvietošanu, kas tādējādi norāda, ka pašvaldība noteiktu atlīdzību saņem tāpat. |
|  2. |  Cita informācija |  Nav. |

|  |
| --- |
| **VI. Sabiedrības līdzdalība un šīs līdzdalības rezultāti** |
|  1. |  Sabiedrības informēšana par projekta izstrādes uzsākšanu |  Par noteikumu projekta izstrādi tika informētas šādas nevalstiskās organizācijas: * biedrība „Vides reklāmas asociācija”;
* biedrība „Latvijas Reklāmas asociācija”;
* Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamera;
* biedrība „Latvijas Tirgotāju asociācija”;
* Latvijas Pašvaldību savienība;
* Latvijas Lielo pilsētu asociācija.
 |
|  2. |  Sabiedrības līdzdalība projekta izstrādē |  Augstāk minētās nevalstiskās organizācijas tika iesaistītas anotācijas I.sadaļas 5.punktā minētajā darba grupā, kas bija izveidota noteikumu projekta izstrādē. Biedrības „Vides reklāmas asociācija” un biedrības „Latvijas Reklāmas asociācija” iesaiste noteikumu projekta izstrādē nodrošina lielāko Latvijas reklāmas aģentūru (SIA „Clear Channel Latvija”, SIA „JCDecaux Latvija”, SIA „Pilsētas līnijas”, SIA „EuroAWK” u.c.) un tādējādi reklāmas nozares ekspertu līdzdalību, savukārt Latvijas Pašvaldību savienība nodrošina pašvaldību kā noteikumu projektā ietverto prasību īstenotāju līdzdalību.  Ņemot vērā, ka noteikumu projekts attieksies ne tikai uz reklāmas aģentūrām, bet uz jebkuru uzņēmēju, to izstrādē nepieciešams iesaistīt uzņēmējus pārstāvošās organizācijas, kas konkrētajā gadījumā ir biedrība „Latvijas Tirgotāju asociācija”, kura pārstāv 400 Latvijas uzņēmumus un vienlaicīgi reklāmas aģentūru klientus. |
|  3. |  Sabiedrības līdzdalības rezultāti |  Latvijas Pašvaldību savienība, Latvijas Lielo pilsētu asociācija, biedrība „Latvijas Reklāmas asociācija”, biedrība „Vides reklāmas asociācija” un biedrība „Latvijas Tirgotāju asociācija” atbalsta noteikumu projektu.  |
|  4. |  Saeimas un ekspertu līdzdalība |  Projekts šo jomu neskar. |
|  5. |  Cita informācija |  Nav. |

|  |
| --- |
| **VII. Tiesību akta projekta izpildes nodrošināšana un tās ietekme uz institūcijām** |
|  1. |  Projekta izpildē iesaistītās institūcijas |  VARAM, Valsts reģionālās attīstības aģentūra un vietējās pašvaldības. |
|  2. |  Projekta izpildes ietekme uz pārvaldes funkcijām | Noteikumu projekta izpildes nodrošināšanai nav jāveic grozījumi VARAM vai Valsts reģionālās attīstības aģentūras nolikumā.  Pašvaldībām saistībā ar atļaujas piešķiršanu reklāmas vai reklāmas objekta izvietošanai pašām atšķirībā no līdzšinējās kārtības būs nepieciešams iegūt atsevišķus saskaņojumus (piemēram, Valsts kultūras pieminekļu aizsardzības inspekcijas), neuzliekot šo administratīvo slogu reklāmas devējiem. Pašvaldībām arī būs reklāmas vai reklāmas objekta saskaņošana obligāti jānodrošina kā elektroniskais pakalpojums, paralēli saglabājot arī iespēju šo pakalpojumu saņemt klātienē un pa pastu. |
|  3. |  Projekta izpildes ietekme uz pārvaldes institucionālo struktūru.Jaunu institūciju izveide | Projekts šo jomu neskar. |
|  4. |  Projekta izpildes ietekme uz pārvaldes institucionālo struktūru.Esošu institūciju likvidācija | Projekts šo jomu neskar. |
|  5. |  Projekta izpildes ietekme uz pārvaldes institucionālo struktūru.Esošu institūciju reorganizācija | Projekts šo jomu neskar. |
|  6. |  Cita informācija |  Nav. |

Anotācijas III un V sadaļa – projekts šīs jomas neskar.

Vides aizsardzības

un reģionālās attīstības ministrs E.Sprūdžs

Vīza: valsts sekretārs A.Antonovs

22.08.2012. 09:06

2 984

Z.Hermansons

67770328, Zintis.Hermansons@varam.gov.lv