

ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ
СОВЕТ НАРОДНЫХ ДЕПУТАТОВ КИРЖАЧСКОГО РАЙОНА

РЕШЕНИЕ

от 27 января 2012 г. N 13/104

**О ПРАВИЛАХ УСТАНОВКИ И ЭКСПЛУАТАЦИИ СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ
РЕКЛАМЫ
И ИНФОРМАЦИИ НА ТЕРРИТОРИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
КИРЖАЧСКИЙ РАЙОН ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ**

(в ред. решения Совета народных депутатов Киржачского района
от 29.06.2012 N 18/151)

Рассмотрев представление главы администрации района о Правилах установки и эксплуатации средств наружной рекламы и информации на территории муниципального образования Киржачский район Владимирской области, в соответствии со статьей 6 Устава муниципального образования Киржачский район Владимирской области Совет народных депутатов решил:

1. Утвердить Правила установки и эксплуатации средств наружной рекламы и информации на территории муниципального образования Киржачский район Владимирской области согласно приложению.

2. Установить, что торги на право заключения договора на установку рекламной конструкции на объекте, находящемся в собственности или в ведении муниципального образования Киржачский район, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, проводятся в форме аукциона.

3. Установить базовую ставку платы по договору на установку рекламной конструкции на объекте, находящемся в собственности или в ведении муниципального образования Киржачский район, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, в размере 300 руб./кв. м в год, без НДС.

4. Считать утратившими силу следующие решения Совета народных депутатов Киржачского района Владимирской области:

- от 28.08.2009 N 58/848 "Об утверждении Положения о порядке выдачи разрешений на установку рекламных конструкций на территории муниципального образования Киржачский район Владимирской области";

- от 08.11.2011 N 8/65 "О внесении изменений и дополнений в Положение о порядке выдачи разрешений на установку рекламных конструкций на территории муниципального образования Киржачский район Владимирской области, утвержденное решением Совета народных депутатов Киржачского района от 28.08.2009 N 58/848".

5. Контроль за исполнением решения возложить на комитет по бюджету, собственности, экономической и налоговой политике.

6. Решение вступает в силу со дня его опубликования в газете "Красное знамя".

Глава Киржачского района
В.В.РЯЗАНОВ

**ПРАВИЛА
УСТАНОВКИ И ЭКСПЛУАТАЦИИ СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И
ИНФОРМАЦИИ НА ТЕРРИТОРИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
КИРЖАЧСКИЙ РАЙОН ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ**

(в ред. решения Совета народных депутатов Киржачского района
от 29.06.2012 N 18/151)

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Правила установки и эксплуатации средств наружной рекламы и информации на территории муниципального образования Киржачский район Владимирской области (далее - Правила) приняты в целях реализации полномочий Киржачского района Владимирской области:

- по выдаче разрешений на установку рекламных конструкций и эксплуатацию средств наружной рекламы и информации;
- контроля использования имущества Киржачского района в целях распространения наружной рекламы и информации.

1.2. Настоящие Правила носят обязательный характер для всех юридических лиц независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности, а также физических лиц, принимающих участие в деятельности по размещению и (или) распространению наружной рекламы, эксплуатации и демонтажу рекламных конструкций на территории Киржачского района Владимирской области (далее - Киржачский район), и разработаны в соответствии со следующими нормативными правовыми актами:

- Гражданским кодексом Российской Федерации;
- Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях;
- Законом РФ "О защите прав потребителей" от 07.02.1992 N 2300-1;
- Федеральным законом от 25.06.2002 N 73-ФЗ "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации";
- Федеральным законом от 06.10.2003 N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления";
- Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе";
- Федеральным законом от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции";
- постановлением Госстроя РФ от 27.02.2003 N 27 "Об инструкции о порядке разработки, согласования, экспертизы и утверждения градостроительной документации";
- Законом Владимирской области от 14.02.2003 N 11-ОЗ "Об административных правонарушениях во Владимирской области".

1.3. Понятия, используемые в настоящих Правилах:

администрация - администрация муниципального образования Киржачский район Владимирской области (далее - администрация);

средства наружной рекламы и информации - конструкции для размещения рекламной (рекламные конструкции, рекламоносители) и/или нерекламной (вывески) информации, предназначенной для неопределенного круга лиц;

реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или

поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;

рекламное место - часть здания, сооружения, территории, транспортного средства или иного объекта, используемая для размещения средства наружной рекламы и информации;

разрешение на установку рекламной конструкции - оформленный в соответствии с федеральным законодательством документ, удостоверяющий право указанного в нем лица поместить рекламную конструкцию на указанном в разрешении рекламном месте;

рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;

договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции - документ, дающий право собственнику/владельцу рекламной конструкции установить и эксплуатировать ее в течение указанного в договоре срока на рекламном месте, занимающем часть здания, сооружения, территории;

социальная реклама - информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства и (или) муниципального образования.

2. СРЕДСТВА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ

2.1. К средствам наружной рекламы и информации относятся различные носители рекламных и информационных сообщений, присоединенные к зданиям, сооружениям, земельным участкам, транспортным средствам и иным объектам и рассчитанные на визуальное восприятие из городского пространства, а именно: крышные установки, панно, щитовые установки, электронные табло, экраны, кронштейны, маркизы, штендеры, перетяжки и т.п.

2.2. Распространение наружной рекламы.

2.2.1. Распространять наружную рекламу на территории Киржачского района имеют право юридические и физические лица с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктах движения общественного транспорта.

2.2.2. Рекламная конструкция должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы, социальной рекламы.

2.2.3. Средства наружной рекламы не должны ограничивать видимость технических средств организации дорожного движения, уменьшать габариты инженерных сооружений, а также не должны размещаться над проезжей частью и по обочинам дорог, за исключением перетяжек в селитебных зонах (в соответствии с требованиями ГОСТа Р 52044-2003).

2.2.4. Распространение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, а также на зеленых насаждениях не допускается.

2.2.5. Является рекламной конструкцией и подлежит обязательному получению разрешения на установку рекламной конструкции средства внешней информации, размещаемые на внешних стенах (фасадах), крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений, в которых размещены эти предприятия, не соответствующие требованиям, предъявляемым к вывескам, указанным в п. 3.3.1 настоящих Правил.

2.3. Виды рекламных конструкций:

2.3.1. Рекламные конструкции по характеру имущества, к которому они

присоединяются, подразделяются на:

- отдельно стоящие и размещаемые на земельных участках;
- размещаемые на зданиях и сооружениях;
- размещаемые на транспортных средствах.

2.3.2. В зависимости от рекламной привлекательности мест размещения средств наружной рекламы территория муниципального образования Киржачский район подразделяется на зоны рекламной ценности, которым присваивается коэффициент рекламной ценности в соответствии с Перечнем категорий зон рекламной ценности (приложение N 1 к настоящим Правилам).

2.3.3. Рекламные конструкции делятся на:

- стационарные;
- передвижные;
- временные.

2.4. Стационарные рекламные конструкции.

2.4.1. К стационарным рекламным конструкциям относятся носители рекламных и информационных сообщений, имеющие постоянное место размещения и которые подразделяются на следующие виды:

- объемно-пространственные и щитовые рекламные конструкции;
- транспаранты-перетяжки;
- электронные экраны (электронные табло);
- композиции из флагов и навесы;
- наземные панно;
- крышные рекламные конструкции;
- настенные панно (брендмауэры);
- рекламные кронштейны;
- рекламные конструкции, устанавливаемые на остановочных павильонах;
- проекционные рекламные установки;
- рекламные маркизы;
- информационные стенды;
- рекламные стелы, пилоны, модульные конструкции.

2.5. Общие требования к отдельно стоящим средствам наружной рекламы:

2.5.1. Отдельно стоящие конструкции - конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения информации и состоящие из фундамента, стойки, каркаса и информационного поля.

2.5.2. Отдельно стоящими средствами наружной рекламы являются как щитовые, так и объемно-пространственные конструкции, присоединенные к земельным участкам.

2.5.3. Проект изготовления и размещения отдельно стоящего средства наружной рекламы должен исключать создание его как объекта недвижимости.

2.5.4. Для размещения и обслуживания отдельно стоящих рекламных конструкций в зависимости от типа рекламоносителя закрепляется территория, размер которой определяется следующим образом:

№ п/п	Тип рекламоносителя	Размер территории, кв. м
1.	Отдельно стоящие плоскостные рекламоносители большого формата - размер одной рекламной поверхности 3 (h) x 6 м	18
2.	Отдельно стоящие плоскостные рекламоносители малого или городского формата - размеры одной рекламной поверхности 2,6 (h) x 3,6 м	10
3.	Отдельно стоящие плоскостные рекламоносители малого или городского формата - размеры одной рекламной плоскости 1,8 (h) x 1,2 м	8
4.	Транспаранты-перетяжки на специальных опорах	12

5.	Объемно-пространственные рекламоносители	Размер закрепленной территории определяется расчетным путем
----	--	---

2.5.5. Отдельно стоящие рекламные конструкции выполняются в одностороннем или двустороннем варианте. В случае выполнения отдельно стоящей рекламной конструкции в одностороннем варианте ее обратная сторона должна быть декоративно оформлена.

2.5.6. Щитовые конструкции.

Для щитовых средств наружной рекламы, используемых для создания рекламных сетей, применяются, как правило, следующие стандартные размеры одной рекламной поверхности:

Отдельно стоящие конструкции сверхбольшого формата	4,0 (h) x 12,0
Отдельно стоящие средства наружной рекламы и информации большого формата	3 (h) x 6 м
Отдельно стоящие средства наружной рекламы и информации малого или городского формата	2,6 (h) x 3,6 м; 1,8 (h) x 1,2 м; 3,0 (h) x 1,4 м; 1,5 (h) x 1,0 м

2.5.6.1. Расстояние между рекламными конструкциями определяется конкретной градостроительной ситуацией. Расстояние между щитовыми установками, имеющими стандартные размеры информационного поля: 2,6 (h) x 3,6 м; 3 (h) x 6 м; 4 (h) x 12 м и более, не может быть менее 50 м при размещении на одной оси видимости.

2.5.6.2. Транспаранты-перетяжки.

2.5.6.3. Транспаранты-перетяжки состоят из собственных опор, устройства крепления к собственным опорам или фасадам зданий, устройства натяжения и информационного поля.

2.5.6.4. Транспаранты-перетяжки подразделяются на световые (в том числе гирлянды) и неосвещенные, изготовленные из жестких материалов и из материалов на мягкой основе.

2.5.6.5. Конструкция световых транспарантов-перетяжек должна иметь устройство аварийного отключения от сетей электропитания.

2.5.6.6. Рекомендуемое расстояние между соседними транспарантами-перетяжками - не менее 100,0 м.

2.5.6.7. Транспаранты-перетяжки не должны располагаться над проезжей частью улиц ниже 5,0 м.

2.5.6.8. Информационная табличка о владельце транспаранта-перетяжки должна быть расположена на опоре либо на устройстве натяжения в непосредственной близости от места крепления к фасаду здания.

2.5.6.9. Площадь информационного поля транспаранта-перетяжки определяется площадью двух ее сторон.

2.5.7. Электронные экраны (электронные табло).

2.5.7.1. Электронные экраны (электронные табло) - объекты наружной рекламы и информации, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов.

2.5.7.2. Площадь информационного поля определяется габаритами светоизлучающей поверхности.

2.5.7.3. Отдельно стоящие электронные экраны должны иметь декоративно оформленную обратную сторону, фундаменты отдельно стоящих электронных экранов не должны выступать над уровнем земли. В исключительных случаях, когда заглубление

фундамента невозможно, допускается размещение фундаментов без заглубления при наличии бортового камня или дорожных ограждений.

2.5.7.4. Электронные экраны, установленные на крышах зданий и сооружений, должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.5.8. Объемно-пространственные средства наружной рекламы.

2.5.8.1. Объемно-пространственные рекламные конструкции - конструкции, в которых для размещения рекламы, социальной рекламы используется как объем конструкции, так и ее поверхность (воздушные шары, аэростаты). Данные рекламные конструкции выполняются по индивидуальным проектам.

2.5.8.2. Площадь информационного поля объемно-пространственных рекламных конструкций определяется расчетным путем.

2.5.9. Композиции из флагов.

2.5.9.1. Композиции из флагов - рекламные конструкции, состоящие из основания, одного или нескольких флагштоков (стоек) и мягких полотнищ.

2.5.9.2. Для установки флагов в качестве основания могут использоваться опоры освещения, здания и сооружения.

2.5.9.3. Площадь информационного поля флага определяется площадью двух сторон его полотнища.

2.5.9.4. Стилистика средств наружной рекламы должна соответствовать особенностям окружающего пространства.

2.5.9.5. Запрещается использование цветового решения малых консольных средств наружной рекламы и информации, близкого к цветовой символике дорожных знаков.

2.5.10. Настенные панно.

2.5.10.1. Настенные панно - это средства наружной рекламы, размещаемые на плоскости стен зданий и сооружений и состоящие из элементов крепления, каркаса и информационного поля.

2.5.11. Крышные средства наружной рекламы.

2.5.11.1. Крышные средства наружной рекламы и информации - конструкции, устанавливаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше.

2.5.11.2. Крышные средства наружной рекламы и информации наружной рекламы состоят из элементов крепления, несущей части конструкции и информационной установки.

2.5.11.3. Информационные установки изготавливаются в виде отдельных объемных световых элементов (буквы, логотип и т.д.).

2.5.11.4. Крышные средства наружной рекламы и информации должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.5.11.5. Площадь информационного поля крышных средств наружной рекламы определяется по внешним габаритным размерам.

2.5.11.6. Не допускается установка и эксплуатация крышных средств наружной рекламы, изготовленных в виде плоскостных панелей.

2.5.12. Маркизы, тенты, зонты.

2.5.12.1. Рекламные маркизы, тенты и зонты - рекламные конструкции, выполненные в виде козырьков и навесов с нанесенной на них рекламой, социальной рекламой и размещенные над витринами, входами или проемами зданий и сооружений, а также отдельно стоящие на территории, примыкающей к предприятию обслуживания.

2.5.12.2. Рекламные маркизы состоят из элементов крепления к зданию или отдельно стоящих на земельном участке здания, каркаса и информационного поля, выполненного на мягкой или жесткой основе.

2.5.12.3. Площадь информационного поля рекламной маркизы определяется габаритами нанесенного изображения.

2.5.13. Кронштейны.

2.5.13.1. Рекламные кронштейны - двухсторонние консольные плоскостные рекламные конструкции, устанавливаемые на собственных опорах, мачтах-опорах освещения населенных пунктов района, опорах контактной сети или на зданиях.

2.5.13.2. Рекламные кронштейны должны выполняться в двустороннем варианте с внутренней подсветкой.

2.5.13.3. Размеры рекламных кронштейнов, размещаемых на фасадах зданий, определяются архитектурными особенностями здания и не должны превышать 1,2 x 0,8 м.

2.5.13.4. В целях безопасности эксплуатации рекламные кронштейны должны устанавливаться на высоте не менее 2,5 м от уровня земли. На зданиях рекламные кронштейны размещаются на уровне между первыми и вторыми этажами.

2.5.13.5. Площадь информационного поля рекламного кронштейна определяется общей площадью двух его сторон.

2.5.13.6. Запрещается устанавливать рекламные конструкции на крышах навесов; расположение рекламных носителей не должно создавать помех для пассажиров общественного транспорта.

2.5.14. Проекционные рекламные установки.

Проекционные рекламные установки - рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на земле, на плоскостях стен и в объеме. Конструкции проекционных установок состоят из проецирующего устройства и поверхности (экрана) или объема, в котором формируется информационное изображение. Площадь информационного поля для плоских изображений определяется габаритами проецируемой поверхности, а для объемных изображений определяется расчетным путем.

2.5.15. Информационные стенды.

Информационные стенды - рекламные конструкции для размещения объявлений предприятий, предпринимателей и частных лиц крепятся, как правило, к стенам зданий, сооружений, стационарным заборам или выполняются на самостоятельных стойках или отдельно стоящих на земельных участках и муниципальных объектах.

2.5.16. Рекламные стелы, пилоны, модульные конструкции.

2.5.16.1. Рекламные стелы, пилоны, модульные конструкции - рекламные конструкции, изготовленные по индивидуальным проектам, с внутренней и (или) наружной подсветкой, устанавливаемые перед объектами, на улицах и площадях.

2.5.16.2. Площадь информационного поля рекламной конструкции при расчете суммы оплаты определяется расчетным путем.

2.5.17. Средства наружной рекламы на транспортных средствах.

2.5.17.1. Размещение рекламных изображений на транспортных средствах не должно:

- снижать прочность транспортного средства;
- затруднять эксплуатацию и ремонт транспортного средства;
- наносить повреждения элементам транспортного средства;
- нарушать визуальное восприятие на бортах и в салоне информационных знаков подвижного состава в любое время суток.

2.5.17.2. Запрещается размещение непрозрачного рекламного изображения на поверхностях остекления оконных проемов транспортного средства.

2.5.18. Временные рекламные конструкции.

2.5.18.1. Временными рекламными конструкциями признаются рекламные конструкции, срок размещения которых обусловлен их функциональным назначением и местом установки (строительные сетки, ограждения строительных площадок, мест торговли и иных подобных мест, другие аналогичные технические средства) и составляет не более чем двенадцать месяцев.

2.5.18.2. Временные рекламные конструкции подразделяются на следующие виды:

- выносные рекламные конструкции (штендеры);

- носимые рекламные конструкции;
- рекламные конструкции объектов строительства и розничной (уличной) торговли;
- временные рекламные конструкции на подъемных воздушных шарах, аэростатах, дирижаблях.

2.5.19. Выносные рекламные конструкции (штендеры).

2.5.19.1. Выносная наружная реклама (штендеры) - это средства наружной рекламы, не предназначенные для стационарного закрепления на объекте недвижимости, располагаемые в пределах 5,0 м от входа в организацию вдоль фасада здания и содержащие перечень предлагаемых организацией товаров и услуг.

2.5.19.2. При использовании штендеров обязательно соблюдение следующих правил:

- штендеры выносятся в пешеходную зону только в часы работы предприятия и только в светлое время суток;
- штендеры должны быть установлены без стационарного закрепления основания;
- штендеры должны быть двусторонними, не должны иметь собственного подсвета, площадь одной стороны не должна превышать 1,5 кв. м;
- штендеры размещаются в пешеходных зонах и на тротуарах не далее 2 м от входа в предприятие;
- запрещается установка штендеров, мешающих проходу пешеходов, при ширине тротуара менее трех метров, а также ориентированных на восприятие с проезжей части;
- запрещается установка штендеров на газонах, клумбах, остановочных пунктах.

2.5.19.3. Не допускается:

- использование штендеров в качестве дополнительного средства рекламы при наличии хорошо просматриваемых с тротуара вывески и витрин (за исключением предприятий общественного питания);
- размещение штендеров рядом с входами в здания, полностью или частично занимаемые государственными или муниципальными органами власти и управления.

2.5.19.4. Штендеры размещаются на основании разрешения на установку рекламной конструкции, выдаваемого сроком на один год.

2.5.20. Носимые рекламные конструкции.

2.5.20.1. Носимые рекламные конструкции - временные рекламные конструкции, перемещаемые физическими лицами без использования технических средств.

2.5.20.2. Эксплуатация носимых рекламных конструкций допускается в пешеходных зонах и на тротуарах населенных пунктов района. Запрещается использование носимых рекламных конструкций, мешающих проходу пешеходов, а также ориентированных на восприятие с проезжей части.

2.5.21. Средства наружной рекламы на ограждениях.

2.5.21.1. Рекламные конструкции объектов строительства и розничной (уличной) торговли (летние кафе, выставки, ограждения торговых площадей), а также других временных и постоянных ограждений должны обеспечивать художественное оформление данных объектов.

2.5.21.2. Рекомендуются оформлять данные объекты отдельными щитами, мягким оформлением или сплошной лентой. В случаях применения щитовых рекламных конструкций их высота не должна превышать размеров несущих элементов ограждений более чем на 1/2 их высоты.

2.5.21.3. Средства наружной рекламы на строительных ограждениях - временные рекламные конструкции, устанавливаемые на ограждениях объектов строительства, стройплощадках и иных строительных сооружениях (строительные леса при реконструкции здания, бытовые помещения, мачты для прожекторов, ограждающая сетка, краны и так далее) на период строительства.

2.5.21.4. Средства наружной рекламы на строительных ограждениях могут быть оформлены отдельными щитами, мягким оформлением (строительные сетки, баннерная ткань) или сплошной лентой.

2.5.21.5. Высота рекламных конструкций должна быть одинакова в одном направлении.

2.5.21.6. Рекламные конструкции независимо от их вида, устанавливаемые на территории строительства, считаются рекламой на строительных ограждениях.

2.5.21.7. Установка и эксплуатация рекламных конструкций на строящихся объектах производится при наличии и на срок действия разрешения на проведение строительных или ремонтно-реставрационных работ.

2.5.21.8. В зоне исторической застройки и на территориях, прилегающих к памятникам истории и архитектуры и культовым сооружениям, разрешается размещение на объекте строительной сетки или баннерной ткани только с изображением фасадов реконструируемых зданий с возможностью использования под коммерческую рекламу не более 30% поверхности изображения.

2.5.21.9. Оформление разрешительной документации на установку и эксплуатацию временных объектов наружной рекламы производится в порядке, установленном настоящими Правилами.

2.5.21.10. Площадь информационного поля объекта наружной рекламы на строительной сетке или баннерной ткани определяется габаритами нанесенного изображения.

2.5.21.11. По завершении строительства рекламные конструкции подлежат демонтажу в пятидневный срок.

2.5.21.12. Запрещается использовать строительные ограждения для нанесения рекламы краской.

2.5.21.13. Запрещается размещение средств наружной рекламы на решетчатых ограждениях архитектурных ансамблей, парков, скверов, территорий промышленных предприятий, учреждений науки, культуры, образования, спортивных и торговых комплексов, АЗС, гаражей и автостоянок, а также строительных и производственных площадок на основных магистралях города, кроме размещения установленной законодательством обязательной информации.

2.5.22. Временные конструкции для рекламного оформления.

В качестве временных конструкций для рекламного оформления могут использоваться подъемные воздушных шары, аэростаты, дирижабли, размещаемые в воздушном пространстве на период проведения праздничных, тематических мероприятий.

3. РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ, НЕ ОТНОСЯЩЕЙСЯ К РЕКЛАМЕ

3.1. Распространение информации, не имеющей рекламного характера, юридическими и физическими лицами на территории Киржачского района осуществляется в соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе".

3.2. К информации, не имеющей рекламного характера, относятся:

- политическая реклама, в том числе предвыборная агитация и агитация по вопросам референдума;

- информация, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом;

- сообщения органов государственной власти, иных государственных органов, сообщения органов местного самоуправления, сообщения муниципальных органов, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, если такие сообщения не содержат сведений рекламного характера и не являются социальной рекламой;

- объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности;

- информация о товаре, его изготовителе, об импортере или экспортере, размещенная на товаре или его упаковке;

- любые элементы оформления товара, помещенные на товаре или его упаковке и не относящиеся к другому товару;

- упоминания о товаре, средствах его индивидуализации, об изготовителе или о продавце товара, которые органично интегрированы в произведения науки, литературы или искусства и сами по себе не являются сведениями рекламного характера;

- справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

3.3. Средства наружной информации, не относящиеся к рекламе.

3.3.1. К вывескам, указателям, иным информационным конструкциям, размещаемым на внешних стенах, конструктивных элементах зданий, строений, сооружений, участках улично-дорожной сети и т.п., не требующим получения разрешения, не содержащим сведения рекламного характера, относятся:

- конструкции, содержащие информацию управления дорожным движением и дорожного ориентирования согласно Правилам дорожного движения;

- конструкции, содержащие информацию ориентирования в городской среде, включающую в себя название улиц, строительные и почтовые номера зданий, указатели мест размещения предприятий и организаций района, знаки остановок и расписание движения пассажирского транспорта, схемы ориентирования в населенном пункте, размещаемые соответствующими службами;

- конструкции, содержащие информацию о проведении строительных, дорожных, аварийных и других видов работ, размещаемую в целях безопасности и информирования населения;

- праздничное некоммерческое (без использования названий, наименований организаций и их логотипов) оформление района (городского/сельского поселения) - различного рода декоративные элементы (мягкое стяговое оформление, воздушные шары, флаги, световые установки, перетяжки, настенные панно, гирлянды и др.), производимые по тематическим планам в соответствии с правовыми актами администрации Киржачского района и администраций городских/сельских поселений;

- информационные таблички, вывески хозяйствующих субъектов, т.е. таблички с информацией, предназначенной для извещения неопределенного круга лиц о фактическом местонахождении хозяйствующих субъектов (адресе), их фирменном наименовании (согласно ст. 54 Гражданского кодекса РФ), профиле и режиме работы, располагающаяся на входной двери или фасаде здания в пределах помещений, занимаемых хозяйствующим субъектом;

- учрежденческие доски (с информацией о полном зарегистрированном наименовании организации и ее ведомственной принадлежности и режиме работы), размещаемые в обязательном порядке при входе в организацию;

- информационные стенды.

3.4. Распространять наружную рекламу на территории Киржачского района разрешено юридическим и физическим лицам с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктах движения общественного транспорта.

3.5. Знаки информирования, соответствующие требованиям ГОСТ Р 52044-2003 "Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения", разрешается устанавливать в зоне рекламной ценности 4.

3.6. Присоединение знаков информирования к объектам недвижимости

осуществляется в соответствии с порядком, установленным настоящими Правилами для рекламных конструкций.

4. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К СРЕДСТВАМ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ

4.1. Средства наружной рекламы и информации и их размещение должны отвечать нормам Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" и соответствовать следующим требованиям:

- не должны ухудшать архитектурный и художественный облик Киржачского района;

- должны быть безопасны, спроектированы, смонтированы, изготовлены и установлены в соответствии с существующими строительными нормами и правилами, ГОСТами, ПЭУ, техническими регламентами и другими нормативными актами, содержащими требования для конструкций соответствующего типа;

- не должны иметь следов ржавчины, сколов краски, а также находиться в ветхом состоянии;

- не должны иметь видимых элементов соединения различных частей конструкций (торцевые поверхности конструкций, крепление осветительной арматуры, соединение с основанием);

- при размещении на конструктивных элементах зданий и сооружений не должны нарушать архитектурный и художественный облик здания, сооружения, отдельного массива, создавать помех для очистки кровель от снега и льда;

- при размещении на пролетах мостов с наружной стороны и иных сооружениях над проезжей частью дорог, на временных или постоянных ограждениях предприятий, учреждений, организаций, строительных площадок должны быть одного размера, если их количество более одной, и не иметь сходство (по внешнему виду, изображению или звуковому эффекту) с техническими средствами организации дорожного движения и специальными сигналами, а также создавать впечатление нахождения на дороге транспортного средства, пешехода или какого-либо объекта;

- расстояние между рекламными конструкциями определяется конкретной градостроительной ситуацией;

- фундаменты отдельно стоящих рекламных конструкций не должны выступать над уровнем земли. В отдельных случаях размещения фундамента над уровнем земли он должен быть декоративно оформлен;

- щиты, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону;

- крышные установки не должны нарушать архитектурного решения кровли и фасада здания и должны иметь систему аварийного отключения от сети электропитания;

- элементы крепления, а также элементы несущей части конструкции должны иметь с обратной стороны декоративные панели;

- тумбы, предназначенные для размещения на них рекламных и иных плакатов, могут использоваться в пешеходных зонах улиц и площадей, на территории парков, выставочных комплексов, на разделительных полосах автомагистралей. На одной стороне улиц должны устанавливаться тумбы, сохраняющие между собой стилистическое единство;

- запрещается размещение рекламной конструкции на знаках и указателях дорожного движения.

5. ПОРЯДОК МОНТАЖА, ЭКСПЛУАТАЦИИ И ДЕМОНТАЖА РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

5.1. Все средства наружной рекламы и информации, за исключением вывесок, витрин, а также панно на зданиях, сооружениях с площадью информационной поверхности менее 6,0 кв. м, должны иметь маркировку с обозначением собственника/владельца рекламной конструкции, номера разрешения, на основании которого рекламная конструкция установлена.

5.2. Установка и эксплуатация рекламной конструкции на объекте, находящемся в собственности или в ведении муниципального образования Киржачский район, осуществляются ее владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором. В случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции предполагается использовать общее имущество собственников помещений в многоквартирном доме, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции возможно только при наличии согласия собственников помещений в многоквартирном доме, полученного в порядке, установленном Жилищным кодексом Российской Федерации. Заключение такого договора осуществляется лицом, уполномоченным на его заключение общим собранием собственников помещений в многоквартирном доме. По окончании срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции обязательства сторон по договору прекращаются. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется в соответствии с нормами Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" и гражданского законодательства.

5.3. Монтаж рекламной конструкции.

5.3.1. Монтаж рекламной конструкции производится после получения разрешения на установку рекламной конструкции.

5.3.2. Монтаж рекламных конструкций на зданиях и сооружениях проводится после технической экспертизы их несущей способности при дополнительной нагрузке от размещаемой на них рекламной конструкции.

5.3.3. При наличии соответствующих требований к проектной документации и (или) в договоре о предоставлении права на установку рекламных конструкций их монтаж на зданиях и сооружениях производится в присутствии представителей балансодержателя.

5.3.4. Закладка фундаментов рекламных конструкций и проведение других земляных работ при их установке должны осуществляться в соответствии с требованиями действующего законодательства Российской Федерации, регулирующего проведение этих видов работ.

5.3.5. Устройство фундаментов рекламных конструкций и проведение других земляных работ при их установке проводятся на основании ордера на производство земляных работ.

5.3.6. При производстве работ по установке рекламной конструкции владелец рекламной конструкции несет ответственность в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации за любые нарушения правил безопасности, а также за неисправности и аварийные ситуации, возникшие из-за нарушения им согласованных с уполномоченными организациями условий монтажа и эксплуатации рекламной конструкции.

5.3.7. Владелец рекламной конструкции несет ответственность за соблюдение правил безопасности при его монтаже и эксплуатации в соответствии с действующим законодательством.

5.3.8. Владелец рекламной конструкции обязан содержать ее в надлежащем состоянии, а также обеспечивать уборку прилегающей территории за счет собственных средств и своими силами или заключить договор об обслуживании рекламной конструкции и прилегающей территории с соответствующими организациями.

5.3.9. Узлы крепления рекламных конструкций к зданиям и сооружениям должны

обеспечивать надежное крепление, должны быть защищены от несанкционированного доступа к ним, но при этом должны обеспечивать возможность оперативного демонтажа рекламной конструкции.

5.4. Демонтаж рекламной конструкции.

5.4.1. Демонтаж рекламных конструкций производится собственником рекламной конструкции по прекращении договора между рекламодателем и собственником имущества, на котором расположена данная конструкция, либо иным уполномоченным на заключение такого договора лицом одной из сторон договора. Помимо этого, демонтаж рекламной конструкции может быть выполнен принудительно в случае аннулирования разрешения или признания его недействительным либо рекламодателем, либо собственником имущества или лицом, уполномоченным на заключение договора установки рекламной конструкции лицом.

5.4.2. Срок демонтажа определяется Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" и осуществляется в течение месяца.

5.4.3. При невыполнении обязанности по демонтажу рекламной конструкции администрация Киржачского района вправе обратиться в суд с иском о принудительном осуществлении демонтажа рекламной конструкции.

5.4.4. Принудительный демонтаж рекламной конструкции осуществляется также при вынесении соответствующего решения судом по иску администрации Киржачского района за счет собственника или иного законного владельца недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция.

5.4.5. Установка рекламной конструкции без разрешения (самовольная установка) не допускается. В случае самовольной установки вновь рекламной конструкции она подлежит демонтажу на основании решения администрации Киржачского района.

5.4.6. В случаях когда не установлен собственник и (или) владелец рекламной конструкции, которая ранее была установлена, объявление о ее демонтаже освещается в официальном печатном издании района - газете "Красное знамя" или публикуется на официальном сайте органов местного самоуправления Киржачского района: www.kirzhach.su.

По истечении 30 дней со дня публикации в случае, если после публикации собственник так и не будет установлен, демонтаж рекламной конструкции осуществляется в месячный срок на основании нормативного акта администрации Киржачского района.

5.4.7. После прекращения прав на установку рекламной конструкции владелец обязан в пятидневный срок произвести демонтаж рекламной конструкции и сдать по акту приема-передачи имущество и (или) земельный участок собственнику недвижимого имущества, на котором располагалась рекламная конструкция, в соответствии с планом благоустройства.

5.4.8. Уведомление на демонтаж рекламной конструкции направляется администрацией Киржачского района собственнику и (или) владельцу рекламной конструкции.

6. РАЗРЕШИТЕЛЬНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ НА РАЗМЕЩЕНИЕ СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ

На территории муниципального образования Киржачский район действует следующий порядок выдачи разрешения на установку рекламных конструкций:

6.1. На объекты недвижимого имущества, находящегося в частной собственности:

6.1.1. Лицо, имеющее намерения установить рекламную конструкцию на территории муниципального образования Киржачский район, обязано письменно обратиться в адрес главы администрации Киржачского района с заявлением о получении разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции по конкретному адресу. К заявлению прилагаются следующие документы:

- копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица или физического лица в качестве индивидуального предпринимателя;
- копия свидетельства или уведомления о постановке на учет в налоговом органе данного муниципального образования;
- подтверждение в письменной форме согласия собственника или иного законного владельца соответствующего недвижимого имущества на присоединение к этому имуществу рекламной конструкции, если заявитель не является собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества;
- копия свидетельства о государственной регистрации права собственности на недвижимое имущество;
- копия договора аренды на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;
- цветные фотографии (10 x 15 см) места установки рекламной конструкции с нанесенным изображением на его информационное поле;
- дизайн-проект типа рекламной конструкции в масштабе и в цвете с привязкой к месту планируемого размещения (распространяется на отдельно стоящие щитовые установки), чертежи и расчеты на прочность и устойчивость от ветровых нагрузок для рекламной конструкции, площадь рекламного поля которого составляет 6 кв. м и более (конструктивная часть);
- копия квитанции об оплате государственной пошлины за выдачу разрешения.

6.1.2. Разрешение на установку рекламной конструкции (далее - разрешение) выдается администрацией Киржачского района в лице уполномоченного органа.

Разрешение выдается на срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, но не более пяти лет.

6.1.3. По окончании срока выдача разрешения осуществляется в порядке, установленном настоящими Правилами. В этом случае заявление подается за два месяца до окончания срока действия договора.

6.2. На объекты недвижимого имущества, находящегося в муниципальной собственности:

6.2.1. Разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах недвижимости, находящихся в муниципальной собственности, выдается в порядке, указанном в п. 6.1 Правил, и при обязательном предоставлении протокола конкурсной комиссии о покупке заявителем права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах недвижимости и земельных участках, находящихся в муниципальной собственности, а также земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена и распоряжение которыми осуществляется органом местного самоуправления.

6.3. Право, приобретенное рекламораспространителем по договору об установке и эксплуатации рекламной конструкции, не может быть передано другим лицам, в том числе в случае смены владельца рекламной конструкции.

6.4. В выдаче разрешения может быть отказано исключительно по основаниям, указанным в ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе".

6.5. Решение об аннулировании разрешения принимается администрацией Киржачского района в случаях, если:

- в течение месяца со дня направления в администрацию Киржачского района собственником и (или) владельцем рекламной конструкции уведомления в письменной форме о своем отказе от дальнейшего использования разрешения;
- в течение месяца с момента направления в администрацию Киржачского района собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, документа, подтверждающего прекращение договора, заключенного между таким собственником или таким владельцем недвижимого имущества и владельцем рекламной конструкции;
- в течение года со дня выдачи разрешения рекламная конструкция не установлена;

- рекламная конструкция используется не в целях распространения рекламы;
- разрешение выдано лицу, заключившему договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с нарушением требований, установленных частями 5.1 - 5.7 ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", либо результаты торгов признаны недействительными в соответствии с законодательством Российской Федерации;

- нарушены требования, установленные частями 9.1 и 9.3 ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе".

6.6. Разрешение на установку рекламной конструкции может быть признано недействительным в судебном порядке в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации о рекламе.

6.7. Сведения о выдаче разрешения, об отказе в выдаче, переоформлении, аннулировании разрешения или признании его недействительным подлежат внесению в Реестр рекламных конструкций, установленных на территории муниципального образования Киржачский район.

Сведения о регистрационном номере, типе, владельце, месте и сроке установки рекламной конструкции подлежат опубликованию на официальном сайте органов местного самоуправления Киржачского района: www.kirzhach.su.

6.8. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее - договор) заключается с собственником недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе арендатором.

6.9. В договоре на установку и эксплуатацию рекламной конструкции указывается срок освоения рекламного места, который не может превышать 30 дней с даты выдачи разрешения, а для отдельно стоящих щитовых установок, световой и динамической рекламы, других сложных конструкций - 60 дней.

6.10. Договор заключается сроком на 5 лет. Исключение составляют договоры на установку временных рекламных конструкций, размещаемых на строительных сетках, ограждениях строительных площадок, мест торговли, спортивных площадок, территорий парков и скверов, на зданиях, находящихся в состоянии строительства, реконструкции или ремонта, срок действия которых не может превышать 12 месяцев.

6.11. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется на основе торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых администрацией в соответствии с законодательством Российской Федерации. Форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается решением Совета народных депутатов Киржачского района.

6.12. Участником торгов в форме аукциона или конкурса не вправе быть лицо, занимающее преимущественное положение в сфере распространения наружной рекламы на момент подачи заявки на участие в торгах. Если по результатам проведения аукциона или конкурса лицо приобретает преимущественное положение, данные результаты являются недействительными.

6.13. Преимущественным положением лица в сфере распространения наружной рекламы на территории Киржачского района признается положение лица, при котором его доля в этой сфере на указанной территории превышает тридцать пять процентов. Доля лица в сфере распространения наружной рекламы определяется как отношение общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешение на установку которых выданы этому лицу и его аффилированным лицам на соответствующей территории, к общей площади информационных полей всех рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы на территории Киржачского района. Под информационным полем рекламной конструкции понимается часть рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы.

6.14. При определении общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешение на установку которых выданы одному лицу, учитываются площади информационных полей временных рекламных конструкций. Временными рекламными конструкциями признаются рекламные конструкции, срок размещения которых обусловлен их функциональным назначением и местом установки (строительные сетки, ограждения строительных площадок, мест торговли и иных подобных мест, другие аналогичные технические средства) и составляет не более чем двенадцать месяцев.

6.15. Для участия в аукционе или конкурсе лицо обязано предоставить соответственно в администрацию или уполномоченную ею организацию информацию об общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешение на установку которых выданы этому лицу и его аффилированным лицам на соответствующей территории.

6.16. По истечении срока действия договора проводится аукцион или конкурс на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, которое находится в государственной или муниципальной собственности.

6.17. Договором на установку и эксплуатацию рекламной конструкции устанавливается плата в форме определенных в твердой сумме платежей, периодичность и сроки ее внесения.

6.18. В случае отсутствия разрешительной документации на рекламную конструкцию, установленную на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности или в ведении муниципального образования Киржачский район, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается при условии выплаты суммы платежей, равной годовому размеру платы за право на установку.

6.19. Расчет годового размера платы по договору производится в соответствии с "Методикой расчета размера платежей по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в собственности или в ведении муниципального образования Киржачский район" (приложение N 3 к настоящим Правилам).

6.20. Платежи по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции производятся на условиях предоплаты, оплачиваемый период составляет один квартал.

6.21. Администрирование доходов.

6.21.1. Платежи по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций зачисляются в бюджет муниципального образования Киржачский район.

6.21.2. Администратором поступления доходов от платежей по договору на установку рекламной конструкции является администрация Киржачского района.

6.22. Информационные объекты.

6.22.1. Согласование размещения информационных объектов производится:

- при намерениях владельца разместить информационные объекты;

- при намерениях владельца информационных объектов изменить дизайн, конструкцию или место размещения.

6.22.2. Согласование производится уполномоченными органами местного самоуправления муниципального образования, в собственности которого находится земельный участок, здание или иное недвижимое имущество, предполагаемое для размещения информационных объектов.

6.22.3. Согласование аннулируется в случаях нарушения владельцем информационного объекта требований к данному виду информационных объектов, установленных настоящими Правилами.

7. ТРЕБОВАНИЯ К ПОРЯДКУ ПЕРЕОФОРМЛЕНИЯ ВЫДАННОГО РАЗРЕШЕНИЯ

7.1. В случае реорганизации юридического лица, имеющего разрешение, а также перехода права собственности на рекламную конструкцию к иному лицу правопреемник или собственник конструкции подает заявление о переоформлении разрешения с приложением документов, указанных в разделе 6 настоящих Правил.

7.2. Переоформление разрешения осуществляется в течение 14 (четырнадцати) дней со дня подачи собственником соответствующего заявления. При этом дополнительного согласования с органами, уполномоченными на согласование распространения наружной рекламы в районе, не требуется. Данные органы уведомляются рекламодателем о проведенном переоформлении путем направления соответствующего письменного извещения.

7.3. Плата за переоформление разрешения не взимается.

8. КОНТРОЛЬ ПОРЯДКА РАЗМЕЩЕНИЯ И СОДЕРЖАНИЯ СРЕДСТВА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ

8.10. Контроль за соблюдением настоящих Правил осуществляется администрацией Киржачского района.

8.11. При осуществлении контроля за исполнением настоящих Правил администрация Киржачского района вправе:

- выявлять факты самовольной установки, и (или) размещения, и (или) эксплуатации средств наружной рекламы и информации;
- направлять предписания о демонтаже самовольно установленных средств наружной рекламы и информации;
- выполнять иные действия, не противоречащие действующему законодательству Российской Федерации.

Приложение N 1
к Правилам
установки и эксплуатации средств
наружной рекламы и информации
на территории муниципального образования
Киржачский район, утвержденным решением
Совета народных депутатов
Киржачского района
от 27.01.2012 N 13/104

ПЕРЕЧЕНЬ КАТЕГОРИЙ ЗОН РЕКЛАМНОЙ ЦЕННОСТИ

Отнесение места расположения рекламных конструкций к той или иной зоне рекламной ценности определяется по территории с максимальной рекламной ценностью, на которую работает рекламное изображение.

Категория зоны	Наименования транспортных магистралей, улиц, площадей	Крек.цен
1.	Больничный проезд Ленинградская улица Владимирская улица	Б. Московская улица Привокзальная улица Эстакада 1,0

	Гагарина улица Серегина улица	участок улицы Пугачева между улицей Гагарина и улицей Ленинградской	
2.	Транспортная магистраль Киржач - Черново		0,8
3.	Красный октябрь микрорайон Шелковый комбинат микрорайон Геологоразведка микрорайон	Птицефабрика микрорайон Транспортная магистраль Киржач - Кольчугино	0,6
4.	Прочие улицы Транспортная магистраль Киржач - Александров	Транспортная магистраль Киржач - Покров	0,4

Приложение N 2
к Правилам
установки и эксплуатации
средств наружной рекламы и информации
на территории муниципального
образования Киржачский район,
утвержденным решением
Совета народных депутатов
Киржачского района
от 27.01.2012 N 13/104

**ПОЛОЖЕНИЕ
О ПОРЯДКЕ ПРОВЕДЕНИЯ ТОРГОВ (КОНКУРСОВ, АУКЦИОНОВ) НА ПРАВО
ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДОГОВОРА НА УСТАНОВКУ И ЭКСПЛУАТАЦИЮ РЕКЛАМНОЙ
КОНСТРУКЦИИ**

(в ред. решения Совета народных депутатов Киржачского района
от 29.06.2012 N 18/151)

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение определяет порядок организации и проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию объектов наружной рекламы, размещаемой на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности или в ведении муниципального образования Киржачский район.

1.2. Положение разработано в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе".

1.3. Торги, проводимые на основании данного Положения, являются открытыми по составу участников и могут проводиться как в форме конкурса, так и в форме аукциона.

Основными принципами организации и проведения торгов являются равные условия для всех претендентов, открытость, гласность и состязательность всех участников.

1.4. При проведении торгов не допускается:

- создание преимущественных условий, в том числе предоставление доступа к конфиденциальной информации, для участия отдельного лица или группы лиц;
- осуществление организатором торгов координации деятельности участников торгов, в результате которой имеет либо может иметь место ограничение конкуренции между участниками или ущемление их интересов;
- необоснованное ограничение доступа к участию в торгах.

2. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

2.1. В Положении используются следующие понятия:

- предмет торгов - право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объекте недвижимости, находящемся в собственности или в ведении муниципального образования Киржачский район (далее - право на заключение договора);
- организатор торгов (далее по тексту - Организатор) - администрация Киржачского района в лице комитета по управлению муниципальным имуществом;
- конкурсная (аукционная) комиссия (далее по тексту - Конкурсная комиссия) - коллегиальный орган, действующий на основании настоящего Положения, уполномоченный проводить торги по продаже права на заключение договора;
- уполномоченный орган (далее по тексту - Уполномоченный орган) - администрация Киржачского района в лице управления культуры, молодежной политики, туризма, работы с детьми и семьями;
- претендент - хозяйствующий субъект любой формы собственности (юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющий предпринимательскую деятельность без образования юридического лица), подавший в соответствии с настоящим Положением заявку о намерении участвовать в торгах;
- участник торгов - любое юридическое лицо независимо от организационно-правовой формы, формы собственности, места нахождения, а также места происхождения капитала или любое физическое лицо, в том числе индивидуальный предприниматель, претендующее на заключение договора;
- победитель торгов - лицо, предложившее наиболее высокую цену (в случае проведения торгов в форме аукциона) или заявившее лучшие условия исполнения договора (в случае проведения торгов в форме конкурса), заявке на участие в торгах которого присвоен первый номер;
- аукционная (конкурсная) документация - комплект документов, содержащий информацию о предмете торгов и условиях их проведения, разработанный и утвержденный организатором торгов;
- начальная цена лота - минимальная цена, по которой организатор торгов готов продать лот. Начальная цена лота определяется в размере годовой платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, рассчитанной исходя из базовой ставки платы, установленной решением Совета народных депутатов Киржачского района;
- задаток - денежная сумма, вносимая в качестве обеспечения заявки на участие в торгах (далее - задаток). Размер задатка по каждому лоту, выставляемому на торги, устанавливается в размере 20% до 100% начальной цены лота.

3. ПОЛНОМОЧИЯ ОРГАНИЗАТОРА ТОРГОВ, КОНКУРСНОЙ КОМИССИИ, УПОЛНОМОЧЕННОГО ОРГАНА, УЧАСТНИКА АУКЦИОНА (КОНКУРСА)

3.1. При продаже права на заключение договора Организатор торгов:

- формирует лоты, выставляемые на торги;
- определяет дату, время и место проведения торгов;
- разрабатывает условия проведения торгов;

- осуществляет материально-техническое обеспечение работы Конкурсной комиссии;
- организует подготовку и публикацию извещений о проведении торгов (или об отказе в их проведении), изменении условий торгов, об итогах проведенных торгов;
- принимает от претендентов заявки для участия в торгах и прилагаемые к ним документы, ведет журнал приема заявок;
- заключает с претендентами договор о задатке;
- назначает аукциониста;
- дает разъяснения по конкурсной документации;
- хранит протоколы и иную документацию Конкурсной комиссии;
- подписывает протокол по результатам торгов (итоговый протокол);
- выступает истцом и ответчиком в суде по искам, поданным по итогам торгов;
- осуществляет иные функции, возложенные на Организатора торгов настоящим Положением.

3.2. Конкурсная комиссия:

- определяет величину повышения начальной цены - "шаг аукциона" (при проведении торгов в форме аукциона). "Шаг аукциона" устанавливается в размере пяти процентов начальной (минимальной) цены договора (цены лота), указанной в извещении о проведении аукциона. В случае если после трехкратного объявления последнего предложения о цене договора ни один из участников аукциона не заявил о своем намерении предложить более высокую цену договора, аукционист обязан снизить "шаг аукциона" на 0,5 процента начальной (минимальной) цены договора (цены лота), но не ниже 0,5 процента начальной (минимальной) цены договора (цены лота);
- рассматривает заявки на участие в аукционе (конкурсе) на предмет соответствия требованиям, установленным аукционной (конкурсной) документацией;
- в случае проведения торгов в форме конкурса осуществляет вскрытие конвертов с заявками на участие в нем, определяет участников конкурса, рассматривает, оценивает и сопоставляет заявки, определяет победителя конкурса;
- в случае проведения торгов в форме аукциона осуществляет рассмотрение заявок на участие в аукционе и отбор участников аукциона, определяет победителя аукциона;
- признает торги несостоявшимися в отношении тех лотов, на которые подана только одна или не подано ни одной заявки, с внесением в протокол вскрытия конвертов с заявками на участие в конкурсе или протокол рассмотрения заявок на участие в аукционе;
- осуществляет ведение протоколов заседания комиссии по проведению торгов;
- осуществляет проверку фактического исполнения обязательств, принятых на себя победителем торгов согласно условиям проведения торгов на основании представленных победителем торгов отчетных документов, принимает соответствующие решения:
 - а) о признании торгов недействительными:
 - если победитель торгов не выполнил обязательства, включенные в условия торгов по конкретному лоту, по причинам, не зависящим от победителя торгов (отказ уполномоченных органов в согласовании места размещения рекламной конструкции, изменение градостроительной ситуации). Средства, внесенные победителем торгов, подлежат возврату;
 - если победитель торгов не выполнил обязательства, включенные в условия торгов по конкретному лоту, по причине своей недобросовестности. Средства, внесенные победителем торгов, возврату не подлежат;
 - б) о выполнении победителем торгов обязательств, включенных в условия торгов;
- осуществляет иные функции, возложенные на Конкурсную комиссию настоящим Положением.

Персональный состав Конкурсной комиссии, председатель и заместитель председателя комиссии утверждаются главой администрации Киржачского района.

Конкурсная комиссия вправе принимать решения, если на ее заседании присутствуют не менее 2/3 членов комиссии.

Конкурсная комиссия принимает решения по вопросам, входящим в ее компетенцию, большинством голосов от числа присутствующих членов комиссии.

При равенстве голосов голос председателя комиссии является решающим.

В случае отсутствия председателя его обязанности исполняет заместитель председателя Конкурсной комиссии.

3.3. Уполномоченный орган:

- передает победителю торгов соответствующую разрешительную документацию, удостоверяющую купленное им право на заключение договора;
- утверждает акт о выполнении победителем конкурсных условий, подписанный Конкурсной комиссией;
- осуществляет учет обязательств победителей торгов, определенных договорами, и контроль их исполнения;
- принимает от победителей торгов отчетные документы, подтверждающие выполнение обязательств;
- ведет учет договоров, заключенных по результатам торгов;
- проводит проверку документов, представляемых победителями торгов, в подтверждение выполнения условий торгов, а также проверку фактического исполнения условий торгов в месте расположения проверяемых объектов;
- принимает предусмотренные законодательством Российской Федерации и договором меры воздействия, направленные на устранение нарушений и обеспечение выполнения условий проведения торгов;
- осуществляет иные функции, возложенные на Уполномоченный орган настоящим Положением.

3.4. Участник торгов:

- подает заявку на участие в порядке и в сроки, предусмотренные аукционной (конкурсной) документацией;
- своевременно подает в комиссию документацию для торгов в полном объеме и несет ответственность за ее полноту и достоверность, вносит задаток;
- в случае победы в торгах приобретает права и несет ответственность, возлагаемую на победителя условиями торгов.

4. АУКЦИОННАЯ (КОНКУРСНАЯ) ДОКУМЕНТАЦИЯ

4.1. Лицо, желающее стать участником торгов, имеет право ознакомиться с установленным порядком проведения торгов, аукционной (конкурсной) документацией, а Организатор торгов обязан обеспечить ему возможность ознакомления с этими документами.

4.2. Аукционная (конкурсная) документация представляет собой комплект документов, содержащий:

- информацию об условиях проведения торгов;
- место и срок приема заявок на участие в торгах;
- информацию о месте и времени проведения и подведении итогов торгов;
- наименование предмета торгов;
- описание рекламной конструкции;
- форму заявки на участие в торгах;
- перечень документов, представляемых с заявкой;
- примерную форму договора;
- форму договора о задатке;
- начальную (минимальную) цену лота;
- "шаг аукциона" в случае проведения торгов в форме аукциона;
- конкурсные условия, критерии оценки и порядок оценки и сопоставления заявок в случае проведения торгов в форме конкурса;

- место, порядок, дату и время вскрытия конвертов с заявками на участие в конкурсе;
- требования к участникам торгов;
- размер, сроки и номер лицевого счета для внесения задатка;
- место нахождения и контактный телефон организатора торгов;
- перечень и требования к документам, которые должны быть приложены к заявке;
- проект договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;
- форму, сроки и порядок оплаты по договору;
- срок с даты подписания протокола оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе или протокола аукциона, в течение которого победитель конкурса или аукциона должен подписать проект договора;
- указание на то, что при заключении и исполнении договора изменение условий договора в одностороннем порядке не допускается;
- форму, порядок, дату начала и окончания срока предоставления заявителям разъяснений положений аукционной (конкурсной) документации.

4.3. Организатор торгов вправе принять решение о внесении изменений в аукционную (конкурсную) документацию не позднее чем за пять дней до даты окончания срока подачи заявок на участие в торгах. Изменение предмета торгов не допускается. В течение одного дня с даты принятия решения о внесении изменений в аукционную (конкурсную) документацию такие изменения размещаются Организатором торгов в порядке, установленном для размещения извещения о проведении торгов, и в течение двух рабочих дней направляются заказными письмами всем заявителям. При этом срок подачи заявок на участие в торгах должен быть продлен таким образом, чтобы с даты размещения на официальном сайте торгов внесенных изменений в аукционную (конкурсную) документацию до даты окончания срока подачи заявок на участие в торгах он составлял не менее двадцати дней в случае проведения конкурса и пятнадцати дней в случае проведения аукциона.

4.4. Организатор торгов вправе отказаться от его проведения, опубликовав сообщение об отказе не позднее чем за 3 дня до даты окончания подачи заявок в случае проведения аукциона и не позднее 30 дней до даты окончания срока подачи заявок на участие в конкурсе.

4.5. Сведения о рекламном месте в аукционную (конкурсную) документацию включаются в следующем составе:

- топографическая съемка местности с обозначением места установки рекламной конструкции в масштабе 1:500;
- компьютерный монтаж рекламной конструкции на месте, планируемом к установке, формата А4 - для вновь устанавливаемых объектов;
- фотография места установки рекламной конструкции формата А4 для фактически установленной рекламной конструкции;
- иная информация, относящаяся к рекламной конструкции или к месту ее установки.

4.6. В качестве критериев определения победителя торгов устанавливаются:

- максимальная цена лота, предложенная одним из участников торгов, если торги проводятся в форме аукциона;
- наилучшие условия исполнения договора, предложенные одним из участников торгов, если торги проводятся в форме конкурса.

5. ТОРГИ И ИЗВЕЩЕНИЕ ОБ ИХ ПРОВЕДЕНИИ

5.1. На торги выставляется право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Один лот может формироваться как из одного, так и из нескольких рекламных мест.

Решение о составе лота принимает Организатор торгов.

5.2. Торги проводятся при наличии не менее двух участников по предмету торгов (по

каждому лоту).

При отсутствии заявок на участие в торгах по отдельному лоту лот снимается с торгов, торги признаются несостоявшимися.

При наличии одной заявки на участие в торгах по отдельному лоту торги признаются несостоявшимися и претенденту, оказавшемуся единственным участником торгов, предоставляется право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламносителя по начальной цене торгов (в случае проведения аукциона) и на предложенных им условиях (но не ниже начальных), при условии соблюдения требований, установленных действующим законодательством и конкурсными условиями (в случае проведения конкурса).

5.3. Организатор торгов не менее чем за 30 рабочих дней до дня вскрытия конвертов с заявками на участие в конкурсе или даты окончания подачи заявок на участие в аукционе публикует извещение о проведении конкурса или аукциона по продаже права на заключение договора в газете "Красное знамя" и на официальном сайте органов местного самоуправления Киржачского района: www.kirzhach.su.

5.4. Извещение о торгах должно содержать следующие обязательные сведения:

- дату, время, место и форму проведения торгов;
- предмет торгов (лоты с указанием их номеров);
- место расположения, описание и технические характеристики рекламной конструкции;
- начальную (минимальную) цену по каждому лоту;
- "шаг аукциона" - в случае проведения торгов в форме аукциона;
- срок подачи заявок на участие в торгах;
- размер, сроки и порядок внесения задатка;
- порядок проведения торгов;
- место, дату и время вскрытия конвертов с заявками на участие в конкурсе, место и дату рассмотрения таких заявок;
- критерии определения победителя торгов;
- место и срок подведения итогов торгов;
- срок оплаты права заключения договора;
- срок заключения договора;
- наименование, место нахождения, почтовый адрес и номер контактного телефона Организатора торгов;
- срок, место и порядок предоставления документации об аукционе (конкурсе), электронный адрес сайта в сети "Интернет", на котором размещена аукционная (конкурсная) документация;
- срок, в течение которого Организатор торгов вправе отказаться от проведения торгов, устанавливаемый в соответствии с учетом положений пункта 4.4 настоящего Положения.

Информация о результатах торгов размещается на официальном сайте www.kirzhach.su в течение дня, следующего после подписания соответствующих протоколов, а также подлежит публикации в газете "Красное знамя".

5.5. Организатор торгов несет ответственность за достоверность публикуемой информации.

6. ПРЕТЕНДЕНТЫ И УЧАСТНИКИ ТОРГОВ

6.1. Лицо, желающее участвовать в торгах, представляет через Организатора торгов в комиссию по проведению торгов заявку на участие в торгах по установленной Организатором форме не позднее даты, указанной в извещении о проведении торгов.

К заявке прилагаются следующие документы (сведения и документы о заявителе, подавшем такую заявку):

- фирменное наименование (наименование), сведения об организационно-правовой форме, о месте нахождения, почтовый адрес (для юридического лица), фамилия, имя, отчество, паспортные данные, сведения о месте жительства (для физического лица), номер контактного телефона;

- для юридических лиц - полученную не ранее чем за шесть месяцев до даты размещения на официальном сайте торгов извещения о проведении торгов выписку из Единого государственного реестра юридических лиц или нотариально заверенную копию такой выписки, копии учредительных документов, приказ о назначении руководителя (все документы должны быть надлежащим образом заверены);

- для индивидуальных предпринимателей - полученную не ранее чем за шесть месяцев до даты размещения на официальном сайте торгов извещения о проведении торгов выписку из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей или нотариально заверенную копию такой выписки;

- для иных физических лиц - копии документов, удостоверяющих личность;

- документ, подтверждающий полномочия лица на осуществление действий от имени заявителя - юридического лица (копия решения о назначении или об избрании либо приказа о назначении физического лица на должность, в соответствии с которым такое физическое лицо обладает правом действовать от имени заявителя без доверенности (далее - руководитель). В случае если от имени заявителя действует иное лицо, заявка на участие в конкурсе должна содержать также доверенность на осуществление действий от имени заявителя, заверенную печатью заявителя и подписанную руководителем заявителя (для юридических лиц) или уполномоченным этим руководителем лицом, либо нотариально заверенную копию такой доверенности. В случае если указанная доверенность подписана лицом, уполномоченным руководителем заявителя, заявка на участие в конкурсе должна содержать также документ, подтверждающий полномочия такого лица;

- информация об общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы этому лицу и его аффилированным лицам на территории муниципального образования Киржачский район;

- платежный документ с отметкой банка для подтверждения перечисления претендентом установленного задатка;

- заявление об отсутствии решения о ликвидации заявителя - юридического лица, об отсутствии решения арбитражного суда о признании заявителя - юридического лица, индивидуального предпринимателя банкротом и об открытии конкурсного производства, об отсутствии решения о приостановлении деятельности заявителя в порядке, предусмотренном Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях;

- предложение о цене договора;

- предложения об условиях исполнения договора, которые являются критериями оценки заявок на участие в торгах в форме конкурса.

Заявка должна содержать перечень прилагаемых к ней документов.

6.2. Участником торгов не вправе быть лицо, занимающее преимущественное положение в сфере распространения наружной рекламы на момент подачи заявки на участие в торгах, то есть если его доля в этой сфере на территории муниципального образования город Ковров превышает тридцать пять процентов (за исключением случаев, если на указанной территории установлено не более чем десять рекламных конструкций).

Доля лица в сфере распространения наружной рекламы определяется в соответствии с действующим законодательством.

7. ПОДАЧА И ПРИЕМ ЗАЯВОК

7.1. Организатор торгов осуществляет прием заявок на участие в торгах в сроки,

указанные в извещении. При этом датой начала срока подачи заявки на участие в торгах является день, следующий за днем официального опубликования информации о торгах в средствах массовой информации и на официальном сайте торгов.

Подача заявок прекращается в день вскрытия конвертов с такими заявками в случае проведения торгов в форме конкурса и в день, указанный в извещении о проведении аукциона.

7.2. Заявка на участие в торгах подается Организатору торгов заинтересованным лицом лично либо его уполномоченным в соответствии с действующим законодательством представителем.

7.3. Заявка подается в двух экземплярах, один из которых остается у Организатора торгов, а другой с отметкой Организатора торгов о дате приема заявки и номером, присвоенным ей в журнале регистрации заявок, отдается претенденту.

7.4. Заявка с прилагаемыми к ней документами регистрируется Организатором торгов в журнале приема заявок с присвоением каждой заявке номера и с указанием даты и времени подачи документов (число, месяц, год, время в часах и минутах).

На каждом экземпляре заявки Организатором делается отметка о принятии заявки с указанием ее номера, даты и времени принятия.

7.5. Заявки, поступившие после истечения срока приема заявок, указанного в информационном сообщении, вместе с описью, на которой делается отметка об отказе в принятии документов, возвращаются заинтересованным лицам или их полномочным представителям под расписку.

7.6. В случае выявления несоответствия:

- представленных заинтересованным лицом документов требованиям законодательства Российской Федерации и условиям проведения торгов;

- информации о количестве общей площади информационных полей рекламных конструкций и других сведений, предоставленных претендентами торгов, данным соответствующих уполномоченных служб;

заявка вместе с описью, на которой делается отметка о принятии документов с указанием основания отказа, возвращается заинтересованному лицу или его полномочному представителю под расписку.

7.7. При принятии заявки с прилагаемыми к ней документами проверяется их комплектность и соответствие предъявляемым требованиям.

7.8. Один претендент имеет право подать одну заявку на участие в торгах независимо от количества лотов, на приобретение которых он претендует, но не более одной заявки на один лот.

7.9. Претендент имеет право отозвать поданную заявку до истечения срока подачи заявок, в письменной форме уведомив об этом Организатора торгов.

Отзыв заявки регистрируется в журнале приема заявок.

7.10. Организатор торгов принимает меры по обеспечению сохранности представленных заявок и прилагаемых к ним документов, а также конфиденциальности сведений, содержащихся в представленных документах. По окончании срока приема заявок Организатор торгов передает поступившие материалы в Конкурсную комиссию.

7.11. Подведение итогов приема заявок, определение участников торгов и подведение итогов торгов осуществляются Конкурсной комиссией в сроки, определенные настоящим Положением, если иное не указано в аукционной (конкурсной) документации.

7.12. Организатор торгов отказывает в приеме заявки в следующих случаях:

- а) заявка подается до начала или по истечении срока приема заявок, указанного в извещении о проведении торгов;

- б) заявка подается лицом, не уполномоченным действовать от имени претендента;

- в) представлены не все документы, указанные в разделе 6 настоящего Положения.

8. ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ АУКЦИОНА, ОЦЕНКИ И СОПОСТАВЛЕНИЯ

ЗАЯВОК В КОНКУРСЕ

8.1. В аукционе могут участвовать только заявители, признанные участниками аукциона. Организатор аукциона обязан обеспечить участникам аукциона возможность принять участие в аукционе непосредственно или через своих представителей.

8.2. Аукцион проводится Организатором аукциона в присутствии членов Конкурсной комиссии и участников аукциона (их представителей).

8.3. Аукцион проводится путем повышения начальной (минимальной) цены договора (цены лота), указанной в извещении о проведении аукциона, на "шаг аукциона".

8.4. "Шаг аукциона" устанавливается в размере пяти процентов начальной (минимальной) цены договора (цены лота), указанной в извещении о проведении аукциона. В случае если после троекратного объявления последнего предложения о цене договора ни один из участников аукциона не заявил о своем намерении предложить более высокую цену договора, аукционист обязан снизить "шаг аукциона" на 0,5 процента начальной (минимальной) цены договора (цены лота), но не ниже 0,5 процента начальной (минимальной) цены договора (цены лота).

8.5. Аукцион проводится в следующем порядке:

1) Конкурсная комиссия непосредственно перед началом проведения аукциона регистрирует явившихся на аукцион участников аукциона (их представителей). В случае проведения аукциона по нескольким лотам комиссия перед началом каждого лота регистрирует явившихся на аукцион участников аукциона, подавших заявки в отношении такого лота (их представителей). При регистрации участникам аукциона (их представителям) выдаются пронумерованные карточки (далее - карточки);

2) аукцион начинается с объявления аукционистом начала проведения аукциона (лота), номера лота (в случае проведения аукциона по нескольким лотам), предмета договора, начальной (минимальной) цены договора (лота), "шага аукциона", после чего аукционист предлагает участникам аукциона заявлять свои предложения о цене договора;

3) участник аукциона после объявления аукционистом начальной (минимальной) цены договора (цены лота) и цены договора, увеличенной в соответствии с "шагом аукциона" в порядке, установленном пунктом 8.4 настоящего Положения, поднимает карточку в случае, если он согласен заключить договор по объявленной цене;

4) аукционист объявляет номер карточки участника аукциона, который первым поднял карточку после объявления аукционистом начальной (минимальной) цены договора (цены лота) и цены договора, увеличенной в соответствии с "шагом аукциона", а также новую цену договора, увеличенную в соответствии с "шагом аукциона" в порядке, установленном пунктом 8.4 настоящего Положения, и "шаг аукциона", в соответствии с которым повышается цена;

5) аукцион считается оконченным, если после троекратного объявления аукционистом последнего предложения о цене договора ни один участник аукциона не поднял карточку. В этом случае аукционист объявляет об окончании проведения аукциона, последнее и предпоследнее предложение о цене договора, номер карточки и наименование победителя аукциона, а также участника аукциона, сделавшего предпоследнее предложение о цене договора;

6) победителем аукциона признается лицо, предложившее наиболее высокую цену договора.

8.6. Оценка и сопоставление заявок на участие в конкурсе осуществляется в следующем порядке:

1) конкурсная комиссия осуществляет оценку и сопоставление заявок на участие в конкурсе, поданных заявителями, признанными участниками конкурса. Срок оценки и сопоставления таких заявок не может превышать десяти дней с даты подписания протокола рассмотрения заявок;

2) оценка и сопоставление заявок на участие в конкурсе осуществляются в целях

выявления лучших условий исполнения договора в соответствии с критериями и в порядке, которые установлены конкурсной документацией;

3) критерии конкурса определяются конкурсной документацией;

4) для каждой заявки на участие в конкурсе величины, рассчитанные по всем критериям конкурса, суммируются и определяется итоговая величина;

5) содержащиеся в заявках на участие в конкурсе условия оцениваются конкурсной комиссией путем сравнения результатов суммирования итоговой величины;

6) на основании результатов оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе Конкурсной комиссией каждой заявке на участие в конкурсе присваивается порядковый номер по мере уменьшения степени выгодности содержащихся в них условий исполнения договора. Заявке на участие в конкурсе, в которой содержатся лучшие условия исполнения договора, присваивается первый номер. В случае если в нескольких заявках содержатся одинаковые условия исполнения договора, меньший порядковый номер присваивается заявке на участие в конкурсе, которая поступила ранее других заявок на участие в конкурсе, содержащих такие условия;

7) победителем конкурса признается участник конкурса, который предложил лучшие условия исполнения договора и заявке на участие в конкурсе которого присвоен первый номер.

8.7. Торги (конкурс, аукцион) по каждому выставленному предмету торгов признаются несостоявшимися в случае, если ни один из участников торгов при проведении конкурса или аукциона в соответствии с решением Организатора торгов не был признан победителем торгов.

9. ОФОРМЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ТОРГОВ

9.1. Результаты проведения торгов оформляются протоколом аукциона или протоколом оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе, которые подписывается всеми присутствующими на торгах членами комиссии в день проведения торгов. Протокол составляется в двух экземплярах, один из которых остается у Организатора торгов.

9.2. Организатор торгов в течение 3 рабочих дней с даты подписания протокола передает победителю торгов один экземпляр протокола и проект договора, который составляется путем включения цены договора, предложенной победителем торгов в форме аукциона, и условий исполнения договора, предложенных победителем торгов в форме конкурса, в проект договора, прилагаемый к аукционной (конкурсной) документации.

9.3. По каждому лоту оформляется отдельный протокол, в котором отражаются:

- список членов комиссии - участников заседания;

- сведения о месте, дате и времени проведения торгов;

- предмет торгов и его основные характеристики;

- наименования и адреса участников торгов;

- сведения о начальной (минимальной) цене договора (цене лота), последнем и предпоследнем предложениях о цене договора и участниках, их заявивших;

- сведения о порядке оценки и сопоставлении заявок на участие в торгах в форме конкурса, о принятом на основании результатов оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе решении о присвоении заявкам на участие в конкурсе порядковых номеров, а также наименования (для юридических лиц), фамилии, имени, отчества (для физических лиц) и почтовые адреса участников конкурса, заявкам на участие в конкурсе которых присвоен первый и второй номера;

- результаты торгов с указанием цены права на заключение договора, предложенной победителем;

- победитель торгов с занесением в протокол его юридического адреса и иных реквизитов;

- сроки оплаты победителем торгов купленного права;
- иные обстоятельства по ходу заседания, требующие отражения в протоколе.

Протокол, составленный по результатам торгов, является основанием для заключения договора купли-продажи права.

9.4. Протокол аукциона и протокол оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе размещаются на официальном сайте торгов Организатором торгов в течение дня, следующего после дня подписания указанного протокола.

9.5. При отсутствии заявок на участие в торгах протокол с заключением комиссии о признании торгов несостоявшимися составляется в одном экземпляре, подписывается всеми членами комиссии по проведению торгов и хранится у Организатора торгов.

9.6. В случае если победитель торгов уклоняется от подписания протокола аукциона или протокола оценки и сопоставления заявок, Организатор торгов обязан заключить договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с участником торгов, заявившим предпоследнее предложение о цене в случае проведения аукциона или заявке на участие в конкурсе которого присвоен второй номер при проведении конкурса. При этом заключение договора для участника, заявившего предпоследнее предложение о цене или заявке на участие в конкурсе которого присвоен второй номер, является обязательным.

В случае уклонения победителя торгов, участника аукциона, заявившего предпоследнее предложение о цене, или участника конкурса, заявке которого присвоен второй номер, от заключения договора задаток, внесенный ими, не возвращается. Кроме того, Организатор торгов вправе обратиться в суд с иском о понуждении таких участников заключить договор, а также о возмещении убытков, причиненных уклонением от заключения договора.

В случае если договор не заключен с победителем конкурса, участником аукциона, заявившим предпоследнее предложение о цене, или участником конкурса, заявке которого присвоен второй номер, торги признаются несостоявшимися.

9.7. Информация о результатах торгов публикуется в тех же средствах массовой информации, в которых было опубликовано извещение о проведении торгов, и на официальном сайте торгов в течение дня, следующего после подписания соответствующего протокола.

Информация включает в себя:

- а) наименование Организатора торгов;
- б) результаты торгов с указанием цены права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, предложенной победителем, и условия исполнения договора, предложенные победителем конкурса;
- в) имя (наименование) победителя торгов;
- г) местоположение (адрес) рекламного места.

КонсультантПлюс: примечание.

Нумерация пунктов дана в соответствии с официальным текстом документа.

9.9. Если по результатам проведения торгов лицо, оказавшееся победителем торгов, приобретает преимущественное положение в сфере распространения наружной рекламы, данные результаты являются недействительными. Задаток лицу, оказавшемуся победителем торгов, не возвращается и подлежит зачислению в доход бюджета муниципального образования Киржачский район.

10. ПРИЗНАНИЕ ТОРГОВ НЕСОСТОЯВШИМИСЯ

10.1. Торги по каждому выставленному предмету торгов признаются несостоявшимися в случае, если:

- а) по окончании срока подачи заявок на участие в торгах подана только одна заявка или не подано ни одной заявки на участие в торгах;

- б) принято решение об отказе в допуске к участию в торгах всех заявителей или о допуске к участию в торгах и признании участником торгов только одного заявителя;
- в) ни один из участников торгов при проведении торгов форме аукциона после троекратного объявления начальной цены продажи права на заключение договора не поднял карточку;
- г) ни один из участников торгов не был признан победителем;
- д) победитель торгов признан уклонившимся от подписания соответствующего протокола или от заключения договора;
- е) договор не заключен с победителем конкурса, участником аукциона, заявившим предпоследнее предложение о цене, или участником конкурса, заявке которого присвоен второй номер;
- ж) в комиссию по проведению торгов не поступило ни одной заявки, отвечающей условиям торгов.

11. РАЗРЕШЕНИЕ СПОРОВ

11.1. Споры и разногласия, связанные с результатами торгов и признанием результатов торгов недействительными, рассматриваются по искам заинтересованных лиц в судебном порядке.

Приложение N 3
к Правилам
установки и эксплуатации
средств наружной рекламы
и информации на территории
муниципального образования
Киржачский район,
утвержденным решением
Совета народных депутатов
Киржачского района
от 27.01.2012 N 13/104

МЕТОДИКА РАСЧЕТА РАЗМЕРА ПЛАТЫ ПО ДОГОВОРУ НА УСТАНОВКУ И ЭКСПЛУАТАЦИЮ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ НА ОБЪЕКТАХ НЕДВИЖИМОСТИ, НАХОДЯЩИХСЯ В СОБСТВЕННОСТИ ИЛИ ВЕДЕНИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ КИРЖАЧСКИЙ РАЙОН

1. Настоящая Методика определяет порядок расчета размера платы по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в случае присоединения их к имуществу, находящемуся в собственности или в ведении муниципального образования Киржачский район.

2. Годовой размер платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции устанавливается на основании результатов проведенных торгов и определяется по формуле:

$P_{год} = P_0 \times S \times I_{инф}$, где:

П0 - размер платы по предложению победителя торгов за установку и эксплуатацию рекламной конструкции за 1 кв. м информационного поля рекламной конструкции в год, отраженный в итоговом протоколе;

S - общая площадь информационного поля рекламной конструкции, кв. м;

Инф - индекс инфляции на очередной финансовый год (в случае заключения договора на срок более одного года).

В случае использования рекламных конструкций для размещения социальной рекламы плата по договору рассчитывается по формуле:

$$\text{Пгодсоц} = \text{Пгод} - \text{Псоц}$$

$$\text{Псоц} = \frac{\text{Пгод} \times \text{Днсоц}}{365}, \text{ где:}$$

Пгодсоц - годовой размер платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции с учетом размещения социальной рекламы;

Псоц - сумма, уменьшающая годовую плату за установку и эксплуатацию рекламной конструкции за период размещения социальной программы.

3. Минимальная цена права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции при проведении торгов определяется по формуле:

$$\text{Цмин} = \text{Стбаз} \times \text{Крек.цен} \times \text{Ks}, \text{ где:}$$

Цмин - минимальная цена права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции за 1 кв. м информационного поля в год, отраженная в итоговом протоколе;

Стбаз - базовая ставка платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции за 1 кв. м информационного поля в год, определяемая Советом народных депутатов Киржачского района;

Крек.цен - коэффициент зоны рекламной ценности территории города (определяется в соответствии с приложением N 1 к Правилам установки и эксплуатации средств наружной рекламы и информации на территории муниципального образования Киржачский район);

Ks - коэффициент, определяемый размером информационного поля рекламной конструкции:

$$Ks = 0,5, \text{ если } 90 \text{ кв. м} < S < 150 \text{ кв. м};$$

$$Ks = 0,2, \text{ если } S \geq 150 \text{ кв. м};$$

$$Ks = 1,0 - \text{ для остальных конструкций.}$$
