

СОВЕТ НАРОДНЫХ ДЕПУТАТОВ КИРЖАЧСКОГО РАЙОНА

ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Р Е Ш Е Н И Е

28.03.2014

№ 40/340

Об утверждении Правил установки и эксплуатации средств наружной рекламы и информации на территории муниципального образования Киржачский район Владимирской области

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 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.

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

- от 27.01.2012 № 13/104 «Об утверждении Правил установки и эксплуатации средств наружной рекламы и информации на территории муниципального образования Киржачский район Владимирской области»;

- от 29.06.2012 № 18/151 «О внесении изменений в решение Совета народных депутатов Киржачского района от 27.01.2012 N 13/104 «Об утверждении Правил установки и эксплуатации средств наружной рекламы и информации на территории муниципального образования Киржачский район Владимирской области».

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

5. Решение вступает в силу со дня опубликования в районной газете «Красное знамя» и распространяется на правоотношения, возникшие с 1 января 2014 года.

Глава Киржачского района

В.В. Рязанов

Приложение
к решению Совета народных депутатов
Киржачского района
от 28.03.2014 № 40/340

ПРАВИЛА
установки и эксплуатации средств наружной рекламы и
информации на территории муниципального образования
Киржачский район Владимирской области

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.

Правила приняты в целях осуществления надзора за процессом формирования благоприятной архитектурной и информационной среды, сохранения историко-градостроительного облика, упорядочения мест для установки и эксплуатации рекламных конструкций в муниципальном образовании Киржачский район, эффективного использования муниципального имущества в целях распространения наружной рекламы.

Настоящие Правила устанавливают требования к территориальной установке и эксплуатации рекламных конструкций, условия муниципального использования имущества для установки и эксплуатации рекламных конструкций, а также порядок осуществления контроля за соблюдением этих требований.

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, указатели, информационные стенды) 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 и эксплуатацию 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.

уполномоченные органы - структурные подразделения администрации Киржачского района Владимирской области, рассматривающие, в соответствии со своей компетенцией, средства наружной рекламы и информации, документацию по их установке и эксплуатации и места установки на соответствие требованиям законодательства о рекламе, нормативных правовых актов Владимирской области и Киржачского района, проектных решений.

1.4. Схема размещения рекламных конструкций.

На основании настоящих Правил разрабатывается Схема размещения рекламных конструкций, размещаемых на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях и ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности.

Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежит обязательному согласованию с департаментом строительства и архитектуры администрации Владимирской области в установленном порядке.

Схема размещения рекламных конструкций является открытой и общедоступной, подлежит обязательному опубликованию на официальном сайте администрации Киржачского района Владимирской области.

2. Средства наружной рекламы и информации.

2.1. К средствам наружной рекламы и информации (далее – СНРИ) относятся различные носители рекламных и информационных сообщений, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктах движения общественного транспорта, и рассчитанные на визуальное восприятие из городского пространства, а именно: щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, проекционное и иное предназначенное для проекции рекламы на любые поверхности оборудование, воздушные шары, аэростаты и иные технические средства стабильного территориального размещения.

2.2. Распространение наружной рекламы.

2.2.1. Распространять наружную рекламу на территории Киржачского района имеют право юридические и физические лица.

2.2.2. СРНИ не должны ограничивать видимость технических средств организации дорожного движения, уменьшать габарит инженерных сооружений, а также не должны быть размещены с нарушением правил размещения средств наружной рекламы, установленных п. 6 «ГОСТа Р 52044-2003.

2.2.3. В зависимости от рекламной привлекательности мест размещения СРНИ 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).

2.2.4. Стилистика средств наружной рекламы должна соответствовать особенностям окружающего пространства. Запрещается использование цветового решения малых консольных средств наружной рекламы и информации, близкого к цветовой символике дорожных знаков.

2.2.5. Являются рекламной конструкцией и подлежат обязательному получению разрешения на установку и эксплуатацию 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. 3.5.1 настоящих Правил.

2.3. Виды рекламных конструкций:

По характеру имущества, к которому присоединяются конструкции, СНРИ подразделяются на:

- отдельно стоящие и размещаемые на земельных участках;
- размещаемые на зданиях и сооружениях;
- размещаемые на объектах благоустройства и инфраструктуры;
- иные.

2.4. Отдельно стоящие СНРИ и размещаемые на земельных участках.

2.4.1. Общие требования к отдельно стоящим СНРИ.

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

Отдельно стоящие СНРИ - как щитовые, так и объемно-пространственные конструкции, присоединенные к земельным участкам.

Проект изготовления и размещения отдельно стоящего СНРИ должен исключать создание его как объекта недвижимости.

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

N п/п	Тип отдельно стоящего рекламоносителя	Размер закрепленной территории, кв. м.
1	2	3
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

1	2	3
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.	Иные СНРИ	Размер закрепленной территории определяется расчетным путем

2.4.1.3. 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.

Фундаменты отдельно стоящих рекламоносителей должны заглубляться на 15 - 20 см ниже уровня существующей поверхности.

В случаях, когда допускается установка СНРИ без заглубления фундамента, основание должно быть покрыто облицовочным материалом или иным образом декоративно оформлено.

2.4.2. Щитовые конструкции.

2.4.2.1. Щитовые СНРИ не должны иметь видимых элементов соединения различных частей конструкций (торцевые поверхности конструкций, крепления осветительной арматуры, соединения с основанием), конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т.п.) должны быть закрыты декоративными элементами, стойки отдельно стоящих СНРИ должны быть окрашены в нейтральный цвет.

2.4.2.2. Для щитовых СНРИ, используемых для создания рекламных сетей, применяются следующие стандартные размеры одной рекламной поверхности:

Отдельно стоящие СНРИ сверхбольшого формата (размещение вне населенного пункта)	4,0 м X 12,0 м
Отдельно стоящие СНРИ большого формата (размещение вне населенного пункта)	3 м X 6 м
Отдельно стоящие СНРИ малого формата (размещение на территории населенного пункта)	2,6 м X 3,6 м; 1,8 м X 1,2 м; 3,0 м X 1,4 м; 1,5 м X 1,0 м

2.4.3. СНРИ, размещаемые на земельных участках.

2.4.3.1. Объемно-пространственные СНРИ - рекламные конструкции, у которых для распространения рекламной информации используется как объем конструкции, так и ее поверхность (воздушные шары, аэростаты).

Данные объекты выполняются по индивидуальным проектам.

Площадь информационного поля объемно-пространственных объектов определяется расчетным путем.

На объекты данного типа и правила их установки распространяются требования, предъявляемые к отдельно стоящим щитовым объектам.

2.4.3.1. Транспаранты-перетяжки.

Транспаранты-перетяжки - СНРИ, состоящие из устройства крепления, устройства натяжения и информационного изображения, монтируемые к опорам, опорным конструкциям сооружений, стенам зданий.

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

Площадь информационного поля перетяжки определяется площадью двух ее сторон.

Транспаранты-перетяжки размещаются только в двухстороннем варианте.

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

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

Транспаранты-перетяжки не должны располагаться над проезжей частью и обочинами дорог, а также на разделительных полосах.

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

2.4.5. Флаговые композиции - СНРИ, состоящие из основания, одного или нескольких флаштоков (стоек) и мягких полотнищ.

Флаги могут устанавливаться на опорах освещения, зданиях и сооружениях.

Площадь информационного поля флага определяется площадью двух сторон его полотнища.

2.4.6. Штендеры – это СНРИ, не предназначенные для стационарного закрепления на объекте недвижимости, располагаемые в пределах пяти метров от входа в организацию вдоль фасада здания и содержащие перечень предлагаемых организацией товаров и услуг.

При использовании штендеров обязательны к исполнению следующие правила:

- штендеры выносятся в пешеходную зону только в часы работы предприятия и только в светлое время суток;

- штендеры должны быть установлены без стационарного присоединения к объекту недвижимости;

- площадь одной стороны не должна превышать 1,0 кв. м.;

- штендеры должны располагаться не далее пяти метров от входа в организацию, предприятие вдоль фасада здания, в пешеходных зонах и тротуарах – не далее двух метров от входа в организацию, предприятие;

- информация, размещаемая на штендере, не должна содержать торговых марок, наименований и знаков обслуживания других юридических лиц.

Запрещается использование штендеров:

- мешающих проходу пешеходов;

- при ширине тротуара в месте размещения менее 3 м;

- ориентированных на восприятие с проезжей части;

- путем размещения на газонах, клумбах, остановочных пунктах.

Не допускается:

- использование штендеров в качестве дополнительного средства информации при наличии хорошо просматриваемых с тротуара вывески и витрин;

- размещение штендеров рядом с входами в здания, полностью или частично занимаемые государственными или муниципальными органами власти и управления.

2.4.7. Электронные экраны (электронные табло).

Электронные экраны (электронные табло) - СРНИ, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов.

Площадь информационного поля определяется габаритами светоизлучающей поверхности.

Электронные экраны могут являться как отдельно стоящими СРНИ, так и размещенными на зданиях, сооружениях.

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.

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

2.5. СРНИ на зданиях и сооружениях.

2.5.1. Общие требования к СРНИ на зданиях и сооружениях.

2.5.1.1. При размещении СРНИ на зданиях, сооружениях должны выполняться следующие условия:

- высокий уровень технического исполнения;

- размещение без ущерба композиции, стилистике, отделке, декоративному убранству фасада, эстетическим качествам городской среды;

- привязка к композиционным осям и ритмической организации фасада, соответствие логике архитектурного решения;
- сомасштабность месту расположения и архитектурно-пространственному окружению;
- согласованность в пределах фасада независимо от принадлежности объектов;
- соответствие условиям восприятия (визуальная доступность, читаемость);
- цветовая гармония с архитектурным фоном;
- приоритет мемориальных объектов (мемориальных досок, знаков и т.п.);
- безопасность для людей и для физического состояния архитектурных объектов;
- удобство эксплуатации и ремонта.

2.5.1.2. Конструкции СНРИ на зданиях и сооружениях должны обеспечивать:

- наименьшее число точек крепления и сопряжения;
- легкость монтажа и демонтажа;
- ремонтпригодность (возможность замены блоков, элементов подсветки и т.п.);
- безопасность эксплуатации и обслуживания.

2.5.1.3. Стилистика СНРИ должна соответствовать особенностям окружающего пространства:

- в зоне исторической застройки стилистика СНРИ должна определяться архитектурно-художественными особенностями и масштабом фасадов исторических зданий, носить сдержанный характер, подчеркивающий уникальные черты архитектурного фона;
- в районах массовой застройки оправдано подчеркнуто современное, акцентное решение СНРИ, отвечающее масштабу и характеру архитектурного окружения.

2.5.1.4. Цветовое решение СНРИ должно отвечать следующим требованиям:

- гармония с цветовой гаммой фасада;
- ограниченное использование ярких насыщенных цветов в районах исторической застройки;
- ограниченное использование фирменных цветов и цветосочетаний;
- согласованность с другими СНРИ в пределах фасада.

Запрещается:

- использование цветов, диссонирующих с колористикой фасада;
- применение флуоресцентных составов;
- цветовое решение малых консольных СНРИ, близкое к цветовой символике дорожных знаков.

2.5.2. Настенные панно.

2.5.2.1. Настенные панно - это СНРИ, размещаемые на плоскости стен зданий и сооружений и состоящие из элементов крепления, каркаса и информационного поля.

Для настенных панно, имеющих элементы крепления, в обязательном порядке разрабатывается проект крепления конструкции с целью обеспечения безопасности при эксплуатации.

2.5.2.2. Не допускается:

- размещение на главных фасадах зданий щитовых и баннерных рекламоносителей, закрывающих значительную часть фасада, остекление витрин и окон, архитектурные детали и декоративное оформление;

- размещение настенных панно без изображения;

- размещение настенных панно на фасадах, имеющих ненадлежащий вид;

- использование СНРИ вместо ремонта фасадов.

2.5.3. Крышные СНРИ.

Крышные СНРИ - конструкции, устанавливаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше.

Крышные СНРИ наружной рекламы состоят из элементов крепления, несущей части конструкции и информационной установки.

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

Крышные СНРИ должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Площадь информационного поля крышных СНРИ определяется по внешним габаритным размерам.

Не допускается установка и эксплуатация крышных СНРИ, изготовленных в виде плоскостных панелей.

2.5.4. Кронштейны.

Кронштейны - двухсторонние консольные плоскостные СНРИ, устанавливаемые на опорах (на собственных опорах, опорах городского освещения, опорах контактной сети) или на зданиях.

Размеры рекламных кронштейнов определяются архитектурными особенностями здания и не должны превышать 1,2 x 0,8 м.

Запрещается размещать более одной конструкции на опоре, совмещать размещение рекламных конструкций и дорожных знаков, использовать для размещения наружной рекламы опоры, выработавшие свой ресурс.

В целях безопасности в эксплуатации кронштейны должны быть установлены на высоте не менее 2,5 м над газонами и не менее 3,0 м - над тротуарами и пешеходными зонами.

При размещении на опоре кронштейны должны быть ориентированы в сторону, противоположную проезжей части.

Кронштейны, устанавливаемые на зданиях и сооружениях, размещаются на уровне между первым и вторым этажами, в горизонтальном направлении

не должны выступать более чем на 1,5 м от точки крепления к зданию или сооружению.

Запрещается установка на фасадах зданий кронштейнов, предназначенных для размещения на них сменных рекламных сообщений.

2.5.5. Маркизы.

Маркизы - СНРИ, выполненные в виде козырьков и навесов, с нанесенной на них рекламной информацией и размещенные над витринами, входами или проемами зданий и сооружений.

Маркизы состоят из элементов крепления к зданию, каркаса и информационного поля, выполненного на мягкой или жесткой основе.

Цветовое и конструктивное решение маркиз не должно диссонировать с архитектурой фасада.

2.6. Размещаемые на объектах благоустройства и инфраструктуры.

2.6.1. Рекламные конструкции на остановочных павильонах - рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах павильонов ожидания общественного транспорта.

Размер стороны информационного поля рекламной конструкции на остановочном павильоне составляет 1,2 x 1,8 м.

Фундаменты рекламных конструкций на остановочных павильонах не должны выступать над уровнем покрытия тротуара.

В случае размещения рекламных конструкций на остановочных павильонах с внутренним подсветом, рекламные конструкции должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

На конструкции данного типа и правила их установки распространяются требования, предъявляемые к отдельно стоящим СНРИ, в части, их касающейся.

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

2.6.2. Указатели с рекламным модулем - рекламные конструкции малого формата, на отдельно стоящей опоре, которых одновременно размещается указатель наименования улицы, направления движения и рекламный модуль.

Указатель должен иметь внутренний подсвет. Максимальный размер рекламного модуля не должен превышать 1,2 м x 1,8 м. Площадь информационного поля указателя с рекламным модулем определяется общей площадью используемых сторон.

Фундамент отдельно стоящего указателя допускается в двух вариантах: заглубляемый, не выступающий над уровнем земли и не заглубляемый.

В случае использования не заглубляемого фундамента, он в обязательном порядке облицовывается декоративным материалом по

специальной форме, соответствующей дизайну указателя или выполняется в виде чугунного литья.

Указатели с рекламными модулями должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.6.3. Скамейки с рекламными модулями - рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах скамеек. Рекламный модуль имеет одно информационное поле. Размеры информационного поля рекламного модуля должны быть от 0,5 x 1,5 м до 0,7 x 1,8 м. Рекламная поверхность имеет одну сторону без подсветки.

2.6.4. Пешеходные ограждения с рекламными модулями - рекламные конструкции малого формата, совмещенные или присоединяемые к пешеходным ограждениям, расположенным вдоль бордюрного камня, тротуара и предназначенным для упорядочения движения пешеходов и предотвращения выхода на проезжую часть.

2.6.4.1. Требования к безопасности и эксплуатации данных конструкций должны соответствовать требованиям действующих нормативных актов, стандартов технических средств организации дорожного движения. Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на пешеходном ограждении составляет 1,5 x 0,8 м. площадь информационного поля рекламной конструкции на пешеходном ограждении определяется общей площадью двух его сторон. Фундаменты рекламных конструкций на пешеходных ограждениях не должны выступать над уровнем покрытия тротуара.

Пешеходные ограждения с рекламными модулями с внутренним подсветом должны быть, оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.6.4.2. СНРИ 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.

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

Высота рекламных конструкций должна быть одинакова в одном направлении. Рекламные конструкции независимо от их вида, устанавливаемые на территории строительства, считаются рекламой на строительных ограждениях.

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

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

По завершении строительства конструкции подлежат демонтажу в пятидневный срок.

Запрещается использовать строительные ограждения для нанесения рекламы краской.

2.7. Иные СРНИ.

2.7.1. Носимые рекламные конструкции.

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

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.

2.7.2. СРНИ на транспортных средствах.

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.

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

Запрещается использовать транспортные средства в качестве стационарных рекламных конструкций.

3. Распространение информации, не относящейся к рекламе.

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".

К Средствам наружной информации, не содержащим сведения рекламного характера, не требующим получения разрешения, относятся:

- знаки информирования участников дорожного движения;
- праздничное некоммерческое (без использования названий, наименований организаций и их логотипов) оформление района (городского/сельского поселения);
- учрежденческие доски;
- информационные стенды;
- информационные таблички и вывески хозяйствующих субъектов;

3.1. Знаки информирования участников дорожного движения.

Знаки информирования об объектах притяжения - конструкции, предназначенные для размещения информации для участников дорожного движения об объектах городской инфраструктуры (далее - знаки информирования).

Знаки информирования, соответствующие требованиям ГОСТа 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.

Присоединение знаков информирования к объектам недвижимости осуществляется в соответствии с порядком, установленным настоящими Правилами для рекламных конструкций.

Данными средствами наружной информации являются:

- 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.

3.2. 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 поселений.

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

3.4. Информационные стенды.

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

3.5. Информационные конструкции и вывески хозяйствующих

субъектов.

3.5.1. Вывеска предназначена для доведения до сведения потребителей информации на русском языке о наименовании изготовителя (исполнителя, продавца), месте его нахождения (адрес) и режиме его работы в целях защиты прав потребителей (ст. 9 Закона Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. N 2300-1 "О защите прав потребителей").

Вывески могут быть заменены надписями на стекле витрины, входной двери и др.

Вывеска должна иметь размер от 0,15 до 0,7 кв. м, высота букв в тексте должна быть не менее 2 см.

Для предприятий торговли и общественного питания допускается использование наименований объекта, находящегося в конкретном здании (помещении).

При наличии у организации зарегистрированного в установленном порядке товарного знака допускается его размещение на вывеске.

Вывеска устанавливается изготовителем (исполнителем, продавцом) на видном месте на здании справа или слева у главного входа в занимаемое им здание или помещение, а также на ярмарках, лотках и в других местах осуществления им торговли, бытового и иного вида обслуживания вне постоянного места нахождения. Согласования уполномоченного органа при установке вывески не требуется.

В границах территории, на зданиях и сооружениях автозаправочных станций, моечных постов допускается установка и эксплуатация на правах вывески конструкций для размещения информации о ценах на топливо и ценах на услуги мойки автомобилей.

Конструктивно вывеска может состоять из нескольких неповторяющихся элементов: информационной таблички, предназначенной для размещения обязательной информации, и информационного элемента, предназначенного для размещения наименования организации (объекта, находящегося в данном помещении) и (или) профиля предприятия (организации). Информационные элементы могут размещаться на внешних и внутренних элементах зданий, а также сооружениях, непосредственно прилегающих к месту нахождения предприятия (организации).

Допускается размещение нескольких вывесок организации только в случае размещения их рядом с каждым входом в здание.

Вывески в витринах:

- рекомендуются при отсутствии мест размещения на фасаде;
- являются составной частью оформления витрин;
- площадь не более 1/10 поля крупных витрин и не более 1/5 поля небольших оконных проемов.

3.5.2. Предприятия и организации по обслуживанию населения в дополнение к вывеске могут установить информационные конструкции, предназначенные для размещения информации на русском языке о типе и

профиле предприятия для ориентирования потребителей о местах осуществления розничной торговли и обслуживания населения.

Информационная конструкция предприятия и организации по обслуживанию населения может быть установлена:

- на фасаде здания, в котором расположено предприятие, в пределах занимаемого помещения или над входом в него;

- на части одноэтажного или двухэтажного здания или пристройки, принадлежащей другому владельцу, при условии предоставления письменного согласия им на размещение данной конструкции;

- в виде крышной конструкции при условии ее установки на крышах зданий или пристроек, находящихся в собственности или ведении лица, разместившего конструкцию;

- в виде отдельно стоящих конструкций (стел), располагающихся в непосредственной близости от зданий деловых и торговых центров и функционально связанных с ними, используются для размещения обязательной информации об организациях, находящихся в этих зданиях, в целях сохранения архитектурной целостности фасадов.

Если целевым назначением сведений на информационной конструкции о наименовании организации и виде ее деятельности не является информирование о месте нахождения организации (в том числе с учетом помещения, занимаемого организацией в здании), то такие сведения приобретают статус рекламы и размещаются только на основании разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Допускается размещение нескольких информационных конструкций организации на одном здании только в случае размещения их на разных фасадах здания, расположенных на пересечении улиц.

Основанием для установки указанных конструкций является согласование администрации Киржачского района Владимирской области.

Малые настенные информационные конструкции располагаются в плоскости стены в пределах 1 этажа рядом с входом в учреждение и имеют площадь не более 1 кв. м.

Крупные настенные информационные конструкции располагаются преимущественно между первым и вторым этажами, формируют основную горизонталь информационного поля фасада и имеют площадь информационного поля не более 2 кв. м.

Информационные конструкции на крыше разрешаются только для организаций, занимающих все здание или значительную его часть.

Информационные конструкции, размещаемые на фасадах и крышах зданий и сооружений, проектируются и изготавливаются с соблюдением требований, предъявляемых к СНРИ на зданиях и сооружениях, в части, их касающейся.

Стелы размещаются в соответствии с требованиями к установке отдельно стоящих СНРИ в части, их касающейся, на основании согласования уполномоченного органа, а также владельцев инженерных коммуникаций.

3.5.3. Предприятия и организации по обслуживанию населения вправе размещать на вывесках и информационных конструкциях дополнительную рекламную информацию. В этом случае оформление предприятия приобретает статус рекламы, которая размещается на основании разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, выдаваемого в установленном порядке.

Вывески и информационные конструкции предприятий и организаций, находящихся в зданиях торговых и деловых центров с большим количеством собственников или арендаторов, должны размещаться в соответствии с единым проектом для конкретного здания, обеспечивающим художественное и стилистическое единство оформления фасада.

Отсутствие единого проекта расположения вывесок и информационных конструкций на одноэтажных и многоэтажных зданиях может служить причиной отказа в согласовании их размещения ввиду возможного нарушения внешнего архитектурного облика застройки.

4. Общие требования к СНРИ.

4.1. СНРИ не должны ухудшать архитектурный облик района, нарушать визуальное восприятие архитектурных объектов, должны соответствовать требованиям нормативных актов по безопасности дорожного движения.

4.2. СНРИ не должны создавать помех для пешеходов, механизированной уборки улиц и тротуаров, ухудшать обзор других объектов наружной рекламы и информации.

Размещение СНРИ в пешеходных зонах должно быть согласовано со службами, производящими уборку данных территорий.

Установка СНРИ, расположенных на земельных участках, должна соответствовать требованиям нормативных актов по безопасности движения транспорта.

4.3. Не допускается установка и эксплуатация СНРИ, являющихся источниками шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных и иных излучений и полей, вблизи жилых помещений.

Установка СНРИ вблизи жилых и общественных зданий, на территории жилой застройки должна осуществляться с учетом гигиенических требований к инсоляции помещений этих объектов.

В пределах городской и поселковых территорий, исключая промышленные зоны, открытые межмагистральные пространства, въезды в город и поселения, запрещается установка отдельно стоящих СНРИ сверхбольшого формата.

4.4. Проектирование, изготовление и установка СНРИ должны осуществляться в соответствии с действующими СНиПами, ГОСТами, техническими регламентами и другими актами, содержащими требования для конструкций данного типа.

Объем проектной документации должен включать в себя детальную проработку конструктивных элементов и узлов крепления, расчетов на прочность и ветровые нагрузки, с указанием технических характеристик применяемых материалов, цветовое решение элементов конструкций, благоустройство территории.

Расчеты на устойчивость к ветровым нагрузкам не требуются при разработке проектной документации на СНРИ, площадь которых менее 6 кв. м.

4.5. Стационарные СНРИ должны предусматривать возможности использования источников освещения как внешних, так и внутренних.

При проектировании, изготовлении, установке и эксплуатации светотехнического оборудования СНРИ должны выполняться установленные законодательством требования к светотехническим и электрическим характеристикам оборудования.

Для освещения СНРИ должны использоваться световые приборы промышленного изготовления, обеспечивающие выполнение требований электро- и пожаробезопасности.

Крепление светового прибора должно обеспечивать его надежное соединение с конструкцией и выдерживать ветровую и снеговую нагрузку, вибрационные и ударные воздействия.

В случаях использования источников света, установленных отдельно от СНРИ, крепления светильников должны быть закрыты декоративными элементами.

Подключение светотехнического оборудования для подсвечивания СНРИ может производиться как по самостоятельным линиям (распределительным или от сети зданий), так и к сети уличного освещения - в зависимости от места размещения рекламоносителя.

Электрические сети для подключения рекламных объектов выполняются в виде воздушных линий и подземных кабельных прокладок.

Вид подключения определяет энергоснабжающая организация с учетом резерва мощности системы.

При размещении рекламных объектов в местах пешеходных переходов, остановочных комплексов, перекрестков, вблизи учреждений и предприятий, на площадях, магистралях и проезжей части различного значения следует предусматривать подземную кабельную прокладку электрических сетей.

Прокладка воздушной линии допускается в местах отсутствия возможности прокладки подземной кабельной линии, за исключением вышеуказанных мест, по заключению энергоснабжающей организации.

4.6. Материалы, используемые при изготовлении СНРИ, должны:

- отвечать современным требованиям качества;
- выдерживать длительный срок службы без изменения декоративных и эксплуатационных качеств;
- иметь гарантированно длительную антикоррозийную стойкость, светостойкость и влагостойкость.

При изготовлении СРНИ не допускается:

- использование некачественных недолговечных материалов;
- низкий технический уровень изготовления;
- использование конструктивных и технических решений, представляющих опасность в процессе эксплуатации.

Изготовление и установка СРНИ должны производиться без отклонений от утвержденной проектной документации, конструктивные элементы должны быть скрыты или иметь эстетически проработанный вид.

4.7. Не допускается установка и эксплуатация СРНИ без размещения на них рекламного или информационного сообщения / изображения, за исключением времени проведения работ по смене изображения, но не более 3 суток.

5. Порядок монтажа и демонтажа СРНИ.

5.1. Установка и эксплуатация СРНИ допускается только при наличии разрешения на их установку и эксплуатацию рекламной конструкции либо согласования, выдаваемого администрацией Киржачского района Владимирской области.

Все СРНИ, 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 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.

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 СРНИ 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 СРНИ и проведение других земляных

работ при их установке проводятся на основании ордера на производство земляных работ.

5.3.6. При производстве работ по установке СРНИ его владелец 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 СРНИ несет ответственность за соблюдение правил безопасности при его монтаже и эксплуатации в соответствии с действующим законодательством.

5.3.8. Владелец СРНИ обязан содержать его 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 СРНИ 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 СРНИ.

5.4.1. Владелец рекламной конструкции обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции в течение месяца со дня выдачи предписания администрации Киржачского района о демонтаже рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения, срок действия которого не истек, а также удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции, в течение трех дней со дня выдачи указанного предписания.

5.4.2. Если в установленный срок владелец рекламной конструкции не выполнил обязанность по демонтажу рекламной конструкции или владелец рекламной конструкции неизвестен, администрация Киржачского района выдает предписание о демонтаже рекламной конструкции собственнику или иному законному владельцу недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, за исключением случая присоединения рекламной конструкции к объекту муниципального имущества или к общему имуществу собственников помещений в многоквартирном доме при отсутствии согласия таких собственников на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, обязан демонтировать рекламную конструкцию в течение месяца со дня выдачи соответствующего предписания.

5.4.3. Демонтаж, хранение или в необходимых случаях уничтожение рекламной конструкции осуществляется за счет собственника или иного

законного владельца недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция. По требованию собственника или иного законного владельца данного недвижимого имущества владелец рекламной конструкции обязан возместить этому собственнику или этому законному владельцу все необходимые понесенные расходы.

5.4.4. Если в установленный срок собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, не выполнил обязанность по демонтажу рекламной конструкции, либо собственник или иной законный владелец данного недвижимого имущества неизвестен, демонтаж рекламной конструкции, ее хранение или в необходимых случаях уничтожение осуществляется за счет средств местного бюджета с последующим их возмещением у владельца рекламной конструкции либо собственника или иного законного владельца недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция.

5.4.5. 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.

5.4.6. Демонтаж СРНИ необходимо производить вместе с их фундаментом с последующим восстановлением газона, асфальтового покрытия за счет владельца конструкции.

5.4.7. При установке (демонтаже) СРНИ недопустимы повреждения цветников, деревьев и кустарников.

При производстве работ на территориях зеленых насаждений существующие деревья, кустарники должны быть пересажены под контролем представителей коммунальных служб.

Снос существующих зеленых насаждений производится в соответствии с установленным порядком.

Для восстановления газонов вся территория должна быть очищена от строительного мусора, грунта на 15 см ниже проектной вертикальной отметки газона, завезен растительный грунт и устроены новые газоны. В полном объеме должны быть восстановлены бордюрные камни, асфальтовое и плиточное покрытие.

6. Разрешительная документация на размещение средств наружной рекламы и информации.

6.1. В состав разрешительной документации на размещение и эксплуатацию СНРИ входят:

- для рекламных объектов - разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

- для информационных объектов - согласование уполномоченного органа администрации Киржачского района.

Размещение всех видов СНРИ производится при наличии согласия собственника (владельца) имущества, к которому присоединяется СНРИ.

6.2. Разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее - разрешение) выдается администрацией Киржачского района Владимирской области.

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.

По окончании срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции обязательства сторон по договору прекращаются.

Порядок оформления разрешительной документации устанавливается администрацией Киржачского района.

6.3. В случае изменения места размещения или площади информационного поля СНРИ действующий договор прекращает свое действие. Заключение нового договора осуществляется с соблюдением процедуры торгов.

6.4. В заключении договора может быть отказано по основаниям, служащим причиной мотивированного отказа в выдаче разрешения согласно части 15 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе".

По окончании срока действия договора обязательства сторон по договору прекращаются.

6.5. 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.

Размещение СНРИ на стенах, крышах и иных элементах многоквартирных жилых домов, управляемых товариществами собственников жилья, жилищными или иными специализированными потребительскими кооперативами, управляющими организациями или

непосредственно собственниками помещений в многоквартирном доме, производится в соответствии с договорами, заключаемыми рекламодателями и указанными организациями, если данные организации уполномочены собственниками предоставлять в пользование или ограниченное пользование часть общего имущества.

Подтверждением полномочий управляющей организации на распоряжение имуществом или его частью является протокол собрания (акт согласования) собственников помещений многоквартирных жилых домов, оформленный в соответствии с требованиями жилищного законодательства.

Рекламодатель вправе предложить собственникам помещений в многоквартирном доме провести собрание собственников помещений в многоквартирном доме по вопросу предоставления общего имущества для присоединения к нему рекламной конструкции.

6.6. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объекте, находящемся в собственности или в ведении муниципального образования Киржачский район.

6.6.1. Если рекламное место, на котором предполагается установить рекламную конструкцию, является частью недвижимого имущества, находящегося в собственности или в ведении муниципального образования Киржачский район, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее - договор) на данном рекламном месте заключается по результатам торгов, порядок организации и проведения которых определяется "Положением о порядке проведения торгов (конкурсов, аукционов) по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции " (приложение 2 к настоящим Правилам).

Уполномоченным лицом по подготовке и заключению договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в случае присоединения их к имуществу, находящемуся в собственности или в ведении муниципального образования Киржачский район, является Управление культуры, молодежной политики, туризма, работы с детьми и семьями администрации Киржачского района.

6.6.2. Конкретные сроки договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, устанавливаются администрацией Киржачского района Владимирской области в зависимости от типа и вида рекламной конструкции, применяемых технологий демонстрации рекламы в границах предельных сроков, установленных администрацией Владимирской области.

6.6.3. В случае присоединения рекламных конструкций к объектам недвижимости, находящимся в собственности муниципального образования Киржачский район и переданным другим лицам на праве хозяйственного ведения или праве оперативного управления, договор заключается между

администрацией Киржачского района Владимирской области, лицом, обладающим правом хозяйственного ведения или правом оперативного управления на такое имущество, и рекламодателем с соблюдением требований, установленных пунктом 6.6.1 настоящих Правил.

В случае присоединения рекламных конструкций к объектам недвижимости, находящимся в собственности или в ведении муниципального образования Киржачский район и переданным другим лицам на праве аренды, договор заключается между лицом, обладающим правом аренды на такое недвижимое имущество, и рекламодателем с соблюдением требований, установленных пунктом 6.6.1 настоящих Правил.

6.6.4. Места установки СНРИ для последующего формирования лотов, выставляемых на торги, определяются в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций, утверждаемой администрацией Киржачского района в соответствии с требованиями действующего законодательства.

6.6.5. Если рекламодатель, получивший право на заключение договора на установку рекламной конструкции, установил конструкцию ранее, чем оформил разрешительную документацию, условия заключаемого договора применяются к периоду размещения рекламной конструкции до заключения договора.

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

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.

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).

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

6.6.8. Администрирование доходов.

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

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

6.7. Информационные объекты.

Согласование информационных объектов уполномоченным органом производится всякий раз при намерениях владельца вывески изменить ее дизайн, конструкцию или место размещения.

Согласование уполномоченного органа отзывается в случаях нарушения владельцем вывески требований к данному виду информационных объектов, установленных настоящими Правилами.

6.8. Уполномоченный орган администрации Киржачского района ведет реестр СНРИ, размещенных на территории муниципального образования Киржачский район, а также определяет состав сведений, подлежащих включению в реестр.

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 рекламораспространителем о проведенном переоформлении путем направления соответствующего письменного извещения.

7.3. Плата за переоформление разрешения не взимается.

8. Требования к СНРИ в период эксплуатации.

8.1. В процессе эксплуатации СНРИ его владелец отвечает за сохранность и внешний вид объекта, безопасность его эксплуатации.

Владелец СНРИ витрины обязан:

- содержать СНРИ в полной исправности, надлежащем эстетическом, и санитарном состоянии. СНРИ не должно содержать ржавчины и следов расклейки на опорах, поврежденных и выгоревших изображений, остекления и прочее;

- обеспечить наличие подсветки СНРИ в вечернее время (если таковая предусмотрена проектом);

- своевременно производить текущий ремонт СНРИ;

- содержать в надлежащем состоянии прилегающую к СНРИ территорию в радиусе 5 м от опоры (опор) рекламоносителя (не допускать наличия мусора, регулярно производить покос травы - если конструкция

располагается на газоне, и уборку снега - если конструкция располагается в местах уборки снега);

- в случае оповещения о наступлении неблагоприятных условий природного и техногенного характера своевременно принять меры, исключающие возникновение аварийных ситуаций;

- устранять нарушения, указанные в предписаниях контролирующих органов, в сроки, установленные в предписании.

8.2. С целью обеспечения безопасности эксплуатации СНРИ владелец СНРИ обязан проводить регулярные обследования конструкции.

Обследование включает:

- проверку состояния и степень повреждения конструкции вследствие механических, температурных, коррозионных и иных воздействий;

- контрольный расчет несущей способности конструкции.

По результатам обследования составляется заключение, содержащее краткое описание имеющихся отклонений, выводы о возможности дальнейшей эксплуатации конструкции и срок следующего обследования.

8.3. Владелец СНРИ обязан осуществить демонтаж рекламоносителя в случае прекращения его эксплуатации, а также полностью восстановить место его размещения после демонтажа.

8.4. На время смены изображения поверхности СНРИ должны быть закрыты материалом (тканью, пластиком и т.п.) светлых тонов, кроме случаев, предусмотренных настоящими Правилами.

Смену изображений на СНРИ необходимо производить без заезда автотранспорта на газоны.

Эстетически устаревшие СНРИ подлежат замене.

9. Особенности использования СНРИ для размещения отдельных видов информации.

9.1. Порядок размещения социальной рекламы и информации от лица органов местного самоуправления Киржачского района.

В случае размещения социальной рекламы и информации от лица органов местного самоуправления Киржачского района на СНРИ, присоединенном к имуществу, находящемуся в собственности или в ведении муниципального образования Киржачский район, платежи по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции корректируются в соответствии с "Методикой расчета платы по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в собственности или в ведении муниципального образования Киржачский район".

9.2. Порядок размещения объявлений, афиш, листовок, а также рекламно-информационных материалов о событиях эпизодического характера (концертах, гастролях, выставках, распродажах и т.д.).

Объявления, афиши, листовки, а также рекламно-информационные материалы о событиях эпизодического характера (далее - печатные материалы) размещаются на территории Киржачского района исключительно с использованием СНРИ.

Порядок размещения печатных материалов на СНРИ определяется владельцем СНРИ. Материалы, размещенные в нарушение установленного порядка использования СНРИ для этих целей, подлежат удалению.

Размещение объявлений нерекламного характера на СНРИ, находящихся в муниципальной собственности, производится распространителем нерекламной информации безвозмездно в объеме, не превышающем формата А3 на отдельно взятой конструкции.

Запрещается размещение печатных материалов на стенах зданий, сооружениях, на остановочных павильонах, ограждениях, опорах освещения и контактной сети, распределительных щитах, деревьях и других, специально не оборудованных местах.

Юридические, физические, должностные лица и индивидуальные предприниматели, в том числе организаторы гастролей, концертов, распродаж и иных мероприятий, намеренные разместить печатные материалы, обязаны доводить до сведения лиц, непосредственно осуществляющих размещение печатных материалов, информацию о недопустимости размещения печатных материалов в местах, не предназначенных для этих целей.

Юридические, физические, должностные лица и индивидуальные предприниматели, предоставляющие помещения для проведения мероприятий, сопровождающихся размещением печатных материалов, обязаны доводить до сведения лиц, арендующих помещения, информацию о недопустимости размещения печатных материалов в местах, не предназначенных для этих целей.

Лица, ответственные за содержание объектов (зданий, сооружений, опор, ограждений, зеленых насаждений и т.п.) и территорий, обязаны удалять с подведомственных объектов и территорий незаконно размещенные печатные материалы.

Работы по удалению печатных материалов, размещенных в непредназначенных для этих целей местах, должны осуществляться незамедлительно после их обнаружения.

Удаление печатных материалов с жилых зданий и объектов, находящихся на придомовых территориях (строений, оборудования детских и спортивных площадок, площадок отдыха, ограждений, хозяйственных площадок и построек, опор, зеленых насаждений и т.п.), должно производиться одновременно с санитарной уборкой придомовой территории организацией, ответственной за уборку данной территории.

10. Требования уполномоченных органов и ответственность за нарушение порядка размещения и содержания СНРИ.

10.1. Уполномоченные органы проверяют:

- наличие разрешительной документации на установку рекламных конструкций;
- соответствие места установки рекламной конструкции схеме территориального планирования или генеральному плану;
- соответствие места установки СНРИ месту, указанному в разрешительной документации;
- внешний вид рекламных конструкций, а именно: отсутствие видимых повреждений изображения и конструкции, ржавчины и следов расклейки, наличие подсветки в вечернее время (если таковая предусмотрена проектом), зачехление рекламной поверхности в случае отсутствия изображения, а также другие факторы, влияющие на внешний облик рекламных конструкций;
- соответствие СНРИ проектной документации;
- соответствие вывесок и изображений, размещаемых на фасадных панно, утвержденному эскизу;
- соответствие СНРИ внешнему архитектурному облику сложившейся застройки;
- наличие согласований вывесок;
- внешний вид вывесок, а именно: отсутствие видимых повреждений изображения и конструкции, ржавчины и следов расклейки, наличие подсветки в вечернее время (если таковая предусмотрена проектом), а также другие факторы, влияющие на внешний облик вывесок;
- благоустройство и содержание места установки СНРИ;
- своевременная очистка территорий, зданий, строений, сооружений от печатных материалов, размещенных в нарушение действующего порядка.

10.2. За незаконное размещение СНРИ, размещение печатных материалов в неустановленных местах, нарушение требований, предъявляемых к содержанию СНРИ, имущества, к которому присоединяются СНРИ и/или на котором размещаются печатные материалы, юридические, должностные и физические лица (в том числе индивидуальные предприниматели) несут ответственность в соответствии с федеральным законодательством и Законом Владимирской области от 14.02.2003 № 11-ОЗ "Об административных правонарушениях во Владимирской области".

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 28.03.2014 № 40/340

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 Киржачского района, улиц, площадей, микрорайонов г. Киржач	Коэффициент зоны рекламной ценности
1	ул. Больничный проезд, ул. Ленинградская, ул. Владимирская, ул. Гагарина, ул. Серегина, ул. Б. Московская, ул. Привокзальная; участок ул. Пугачева между ул. Гагарина и ул. Ленинградской. Район путепровода через железную дорогу на автомобильной дороге «Дубки - Киржач» (Эстакада)	1,0
2	Автомобильные дороги общего пользования «Бетонка – Черново», «Дубки - Киржач»	0,8
3	Микрорайон Красный октябрь; ул. 40 лет Октября, Текстильщиков, Островского, Десантников, ул. Мичурина, ул. Гайдара, ул. Лесная, ул. Павловского, ул. Набережная. Автомобильная дорога общего пользования «Кольчугино – Киржач»	0,6
4	Прочие улицы. Автомобильные дороги общего пользования «Киржач – Александров», «Покров – Новоселово – Киржач»	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 28.03.2014 № 40/340

Положение
о порядке проведения торгов (конкурсов, аукционов) на право
заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной
конструкции

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, выставяемому 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, выставяемые 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 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);

- 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 рекламоносителя 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 выгоды 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.

9.8. 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 28.03.2014 № 40/340

Методика
расчета платы по договорам на установку и эксплуатацию
рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся
в собственности или в ведении муниципального образования
Киржачский район

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

2. Плата по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в собственности или в ведении муниципального образования, рассчитывается на каждый календарный год по формуле:

$Пит = Пд + Пт$, где:

Пд - составляющая платежа, руб./год, учитывающая особенности рекламной конструкции и места ее размещения, рассчитывается в соответствии с пунктом 3;

Пт - составляющая платежа, руб./год, определяемая по результатам торгов, рассчитывается в соответствии с пунктом 4.

3. Размер составляющей платежа, учитывающей особенности рекламной конструкции и места ее размещения, на текущий календарный год рассчитывается по формуле:

$Пд = Амин \times S \times Kрц \times Ks \times Kнр \times Kси \times Kти \times Kтк + НДС$, руб./год.

Амин - базовая ставка платы по договорам, руб. х кв. м/год, устанавливается нормативными актами Совета народных депутатов.

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

Kрц - коэффициент зоны рекламной ценности территории Киржачского района (определяется в соответствии с приложением 2 к Правилам установки

и эксплуатации средств наружной рекламы и информации).

K_s - коэффициент, определяемый размером информационного поля рекламной конструкции:

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

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

$K_s = 1,0$ - для остальных конструкций.

K_{nr} - коэффициент, определяемый назначением рекламных конструкций:

$K_{nr} = 1,05$ - для отдельно стоящих рекламных конструкций, предназначенных для оказания услуг по распространению рекламы;

$K_{nr} = 1,0$ - для остальных рекламных конструкций.

$K_{си}$ - коэффициент, определяемый способом исполнения поверхности для размещения изображения:

$K_{си} = 10$ - для видеоэкранов;

$K_{си} = 4$ - для роллерных поверхностей;

$K_{си} = 2$ - для призматронов;

$K_{си} = 1$ - для рекламных конструкций, не использующих динамическую смену изображения.

$K_{ти}$ - коэффициент, определяемый типом информации, размещаемой на рекламной конструкции;

$K_{ти} = 0$ - для рекламных конструкций, которые предназначены исключительно для размещения социальной рекламы, а также объявлений юридических и физических лиц, включая афиши;

$K_{ти} = 1$ - для остальных рекламных конструкций.

$K_{тк}$ - коэффициент, определяемый наличием преимущественно социальной функции у рекламной конструкции;

$K_{тк} = 0,2$ - для рекламных скамеек и остановок общественного транспорта, размещаемых как рекламные объекты;

$K_{тк} = 1,0$ - для остальных рекламных конструкций.

В случае использования рекламных конструкций для размещения социальной рекламы плата по договору уменьшается на величину $P_{соц}$, рассчитываемую по формуле:

$$P_{соц} = ПД / 365 \times Д_{нсоц}, \text{ где}$$

Днсоц - количество дней, в течение которых СРНИ использовалось для размещения социальной рекламы.

4. Размер составляющей платежа, определяемой по результатам торгов, на текущий календарный год определяется по формуле:

$Пт = Ки \times Цл / Сд$, где:

Цл - цена лота, руб., определенная в результате торгов;

Сд - срок действия договора (один год или пять лет);

Ки - коэффициент роста платежа.

В первый год действия договора Ки равен 1, в последующие годы равен прогнозируемому коэффициенту инфляции (индексу потребительских цен), определяемому Минэкономразвития России.