



СЛОБОДСКАЯ ГОРОДСКАЯ ДУМА

Р Е Ш Е Н И Е

от 18.06.2014 № 53/396

г. Слободской Кировской области

Об утверждении Положения о распространении рекламной информации, размещении средств наружной рекламы и информации на территории муниципального образования «город Слободской»

В целях организации и упорядочения процесса распространения наружной рекламы на территории муниципального образования «город Слободской», в соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и руководствуясь Уставом муниципального образования «город Слободской»,

СЛОБОДСКАЯ ГОРОДСКАЯ ДУМА Р Е Ш И Л А:

1. Утвердить Положение о распространении рекламной информации, размещении средств наружной рекламы и информации на территории муниципального образования «город Слободской». Прилагается.

2. Признать утратившим силу Положение о размещении средств наружной рекламы в муниципальном образовании «город Слободской», утвержденное решением Слободской городской Думы от 21.10.2009 № 62/658.

3. Настоящее решение вступает в силу со дня его обнародования на официальном сайте администрации города Слободского.

Глава города Слободского

Е.А.Рычков

решением Слободской
от 18.06.2014 № 53/396

УТВЕРЖДЕНО
городской Думы

**Положение
о распространении рекламной информации, размещении средств
наружной рекламы и информации на территории муниципального
образования «город Слободской»**

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение о распространении рекламной информации, размещении средств наружной рекламы и информации на территории муниципального образования «город Слободской» (далее - Положение) разработано в соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», Федеральным законом от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Уставом муниципального образования «город Слободской», другими нормативными правовыми актами, определяющими требования к проектированию и эксплуатации средств наружной рекламы и информации, к размещению и распространению рекламной информации.

1.2. Положение принято с целью введения в действие единого подхода и единых требований к распространению рекламной информации на территории муниципального образования «город Слободской» (далее - город Слободской), размещению средств наружной рекламы и информации, эксплуатации объектов наружной рекламы и информации, использованию имущества города Слободского в целях распространения наружной рекламы и информации.

1.3. Настоящее Положение устанавливает порядок распространения рекламной информации, размещения средств наружной рекламы и информации на территории города Слободского, требования к проектированию, территориальной установке и эксплуатации рекламных

конструкций, условия использования имущества города Слободского для установки и эксплуатации рекламных конструкций, порядок выдачи разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Слободского, а также порядок осуществления контроля за соблюдением этих требований.

1.4. Соблюдение настоящего Положения обязательно для всех юридических, физических лиц и иных хозяйствующих субъектов при установке и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации на территории города Слободского.

1.5. Настоящее Положение не распространяется на информацию, указанную в п.2 ст.2 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

1.6. Требования к рекламе и рекламируемым товарам (в том числе работам, услугам) устанавливаются Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»).

1.7. Право на распространение наружной рекламы (информации) имеют юридические, физические лица и иные хозяйствующие субъекты, получившие в установленном порядке разрешение на установку и эксплуатацию рекламной (информационной) конструкции согласно ст.19 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с разделом 6 настоящего Положения.

1.8. Рекламодатель несет ответственность за содержание информации, размещаемой на объектах наружной рекламы.

1.9. Особенности распространения рекламы на транспортных средствах и с их использованием, в телепрограммах и телепередачах, радиопрограммах и радиопередачах, периодических печатных изданиях, при кино- и видеообслуживании, по сетям электросвязи и на почтовых отправлениях регулируются Федеральным законом «О рекламе».

1.10. Уполномоченным органом местного самоуправления по осуществлению и координации работ в сфере размещения и распространения наружной рекламы на территории города Слободского является администрация города Слободского.

2. Основные понятия

Для целей настоящего Положения применяются следующие понятия:

2.1. Информация, не являющаяся рекламой, - информация, не содержащая сведений рекламного характера, распространяемая с использованием щитов, стендов, электронных табло и иных средств стабильного территориального размещения, монтируемых и располагаемых на фасадах зданий, строений, сооружений, в витринах, осуществляемая владельцем средства информации.

2.2. Наружная реклама (информация) - реклама (информация), распространяемая с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, световых и электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные (информационные) конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также на остановочных пунктах движения общественного транспорта, осуществляемая владельцем рекламной (информационной) конструкции, являющимся рекламодателем, с соблюдением требований ст. 19 Федерального закона "О рекламе".

2.3. Рекламное (информационное) место - место размещения средства наружной рекламы (информации), поверхность зданий, сооружений, иных объектов или земельных участков, используемая для размещения на ней наружной рекламы (информации).

2.4. Рекламная (информационная) поверхность - поверхность рекламной (информационной) конструкции, сооружения, технического приспособления, художественного элемента и других носителей, на которых непосредственно размещается наружная реклама (информация).

2.5. Средства наружной рекламы (информации) (рекламоносители, средства размещения информации) - конструкции, сооружения, технические приспособления, художественные элементы и другие носители,

предназначенные для распространения наружной рекламы (информации) и рассчитанные на визуальное восприятие неопределенным кругом лиц.

К средствам наружной рекламы (информации) относятся:

2.5.1. Стационарные рекламные (информационные) конструкции - рекламные, информационные и малые архитектурные формы с рекламно-информационным оформлением: плакаты, стенды, световые и электронные табло, иные стационарные технические средства распространения информации через визуальное восприятие. К рекламным и информационным средствам стабильного территориального размещения относятся стационарные технические средства, непосредственно связанные с землей, зданиями, строениями, сооружениями и другими объектами недвижимого имущества, установленные на определенный срок.

2.5.2. Щитовые рекламные (информационные) конструкции - отдельно стоящие конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения информации и состоящие из фундамента, каркаса и информационного поля.

2.5.3. Объемно-пространственные конструкции - средства наружной рекламы (информации), в которых для размещения информации используется как объем конструкции, так и ее поверхность. Данные конструкции выполняются по индивидуальным проектам.

2.5.4. Флаговые композиции и навесы - средства наружной рекламы (информации), состоящие из основания, одного или нескольких флагштоков (стоек) и мягких полотнищ.

2.5.5. Наземные панно - средства наружной рекламы (информации), размещаемые на поверхности земли, состоящие из нанесенных либо встроенных в дорожное или земляное покрытие строительных материалов.

2.5.6. Крышные рекламные (информационные) конструкции - различного рода объемные или плоскостные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше.

2.5.7. Указатели - элементы оформления прилегающей к организациям территории, содержащие сведения о месте нахождения организаций (объектов), индивидуальных предпринимателей.

2.5.8. Кронштейны - двусторонние плоскостные элементы, устанавливаемые на собственных опорах, мачтах-опорах, зданиях и сооружениях.

2.5.9. Временные выносные рекламные (информационные) средства (выносная реклама) (штендеры) - средства наружной рекламы (информации), которые могут выноситься в пределах пешеходной зоны непосредственно напротив зданий, в которых находятся организации, индивидуальные предприниматели, размещаемые в городе организациями в часы их работы.

2.5.10. Плакаты, листовки, ярлыки, этикетки, наклейки и иная печатная продукция, расклеиваемая в специально отведенных местах.

2.5.11. Отдельно стоящие щитовые установки - односторонние или многосторонние (плоскостные или объемные) конструкции, устанавливаемые на газонах, грунте, асфальте.

2.5.12. Настенное панно (брендмауэры) - конструкции, размещаемые на плоскости стен зданий и сооружений в виде: - изображения (информационного поля), непосредственно нанесенного на стену.

2.5.13. Щитовые установки, размещаемые на временных или постоянных ограждениях (в т.ч. декоративное оформление этих ограждений).

2.5.14. Маркизы - средства наружной рекламы (информации), выполненные в виде козырьков и навесов с нанесенной на них рекламной информацией и размещенные над витринами, входами или проемами зданий и сооружений.

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

2.5.16. Информационные стенды - рекламные (информационные) конструкции для размещения объявлений организаций, индивидуальных предпринимателей и частных лиц. Крепятся к стенам зданий, сооружений, стационарным заборам или выполняются на самостоятельных стойках.

2.5.17. Носимые рекламные (информационные) конструкции - временные средства наружной рекламы (информации), перемещаемые физическими лицами без использования технических средств.

2.5.18. Установки в виде объемно-пространственных конструкций, в том числе рекламные скамьи, лавочки.

2.5.19. Перетяжки, выполненные на мягкой основе.

2.5.20. Световые и динамические табло.

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

2.5.22. Проекционные установки - средства наружной рекламы (информации), предназначенные для воспроизведения изображения на земле, на плоскостях стен и в объеме.

2.5.23. Нетрадиционные средства рекламы (информации) - воздушные шары, аэростаты, зонты, передвижное торговое оборудование и другое с рекламными (информационными) надписями.

2.6. Распространение наружной рекламы (информации) - публичная демонстрация наружной рекламы (информации) путем использования средства наружной рекламы (информации).

2.7. Согласующие организации - организации, уполномоченные на основании действующего законодательства Российской Федерации согласовывать распространение наружной рекламы (информации).

2.8. Заявитель – физическое, юридическое лицо и иные хозяйствующие субъекты, обратившееся в администрацию города Слободского с целью получения разрешения на распространение наружной рекламы (информации), установку и эксплуатацию средства наружной рекламы (информации).

2.9. Антимонопольный орган - федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы.

2.10. Иные понятия, используемые в настоящем Положении, применяются в тех значениях в каких, используются определения в

Федеральном законе «О рекламе».

3. Органы управления, контроля в сфере распространения наружной рекламы

По поручению главы администрации города Слободского уполномоченные органы, структурные подразделения администрации города Слободского осуществляют следующие функции:

3.1. Управление муниципальным имуществом администрации города Слободского либо иной уполномоченный орган:

1) является организатором торгов (в форме аукциона или конкурса) на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных (информационных) конструкций на земельных участках, находящихся в собственности города Слободского или государственная собственность на которые не разграничена, либо на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности города Слободского;

2) организует работу с уполномоченными организациями по согласованию мест размещения наружной рекламы (информации) для проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных (информационных) конструкций на земельном участке, находящемся в муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, объектах недвижимости, находящихся в муниципальной собственности;

3) осуществляет подготовку и заключение договоров на право установки и эксплуатации рекламных (информационных) конструкций на объектах муниципальной собственности, не закрепленных на праве хозяйственного ведения за муниципальными унитарными предприятиями, на праве оперативного управления за муниципальными учреждениями.

3.2. Управление архитектуры, строительства и земельных ресурсов администрации города Слободского:

1) осуществляет согласование архитектурно-художественных решений проектов рекламного и информационного оформления по согласованию с художественным Советом;

2) осуществляет согласование мест размещения средств наружной рекламы (информации) в соответствии со Схемой размещения рекламных конструкций на территории города Слободского (далее - Схема) со дня утверждения данной Схемы;

3) подготавливает разрешения или отказы в выдаче разрешений в виде постановления администрации города в соответствии с действующим законодательством;

4) подготавливает предписания о демонтаже самовольно установленных рекламных конструкций в виде письма за подписью главы администрации города либо лица, исполняющего обязанности главы администрации;

5) ведет Реестр рекламных (информационных) конструкций, установленных на территории города, либо поручает его ведение уполномоченному на то органу или организации;

6) информирует органы, осуществляющие государственный административно-технический надзор на территории города, антимонопольный орган, налоговую службу о юридических и физических лицах, получивших разрешение;

7) в случае выявленных нарушений направляет материалы в органы, уполномоченные на применение мер административной ответственности в связи с нарушением законодательства о рекламе (информации).

3.3. Отдел культуры, физкультуры, спорта и молодёжных программ администрации города Слободского:

1) осуществляет контроль над соблюдением и реализацией программ и политики города по размещению социальной рекламы (информации), муниципальной рекламы (информации), праздничной информации;

2) осуществляет контроль над размещением наружной рекламы (информации) на объектах памятников истории и культуры, в их охранных территориях;

3) осуществляет контроль над размещением и распространением неэтичной рекламы (информации) и принимает меры по ее недопущению.

4. Распространение социальной рекламы

4.1. Администрация города Слободского ежегодно формирует муниципальный заказ на социальную рекламу (необходимое текстовое и графическое содержание, а также места их размещения) в соответствии с перечнем мероприятий, утвержденным главой администрации города Слободского.

4.2. Финансирование муниципального заказа на изготовление и размещение социальной рекламы и иной социально значимой информации осуществляется в пределах средств, утвержденных в бюджете города.

4.3. Заключение договоров на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламораспространителей в пределах пяти процентов годового объема распространяемой ими рекламы. Заключение такого договора осуществляется в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации.

4.4. Организациям, физическим лицам, юридическим лицам, органам государственной власти, органам местного самоуправления, распространяющим социальную рекламу вне муниципального заказа, на время ее распространения для расчета платы по договорам на право размещения средств наружной рекламы на объектах муниципальной собственности устанавливается коэффициент учета социальной значимости К5.

5. Распространение наружной рекламы и информации

5.1. Распространение наружной рекламы на территории города Слободского осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламораспространителем, с соблюдением требований Федерального закона «О рекламе», настоящего Положения.

5.2. Рекламная (информационная) конструкция и ее территориальное размещение должны соответствовать требованиям технического регламента.

5.3. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности города Слободского, или на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, осуществляется администрацией города Слободского по результатам торгов в форме аукциона, проводимых администрацией города Слободского в соответствии с «Положением о порядке проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях, ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования «город Слободской». Приложение № 1.

5.4. Определение начальной цены предмета торгов на право установки и эксплуатации рекламной (информационной) конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, а также на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, определяется в установленном порядке согласно приложению № 2 к настоящему Положению.

5.5. Установка и эксплуатация рекламной конструкции допускается при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, оформленного в соответствии с разделом 6 настоящего Положения.

6. Порядок выдачи Разрешения на установку и эксплуатацию рекламной (информационной) конструкции

6.1. Установка и эксплуатация рекламной (информационной) конструкции допускается при наличии Разрешения администрации города Слободского на основании заявления собственника или иного законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной (информации) конструкции.

Установка и эксплуатация рекламной конструкции без разрешения (самовольная установка) не допускается. В случае самовольной установки рекламной (информационной) конструкции она подлежит демонтажу за счет средств владельца рекламной (информационной) конструкции в месячный срок с момента получения соответствующего предписания.

При невыполнении обязанности по демонтажу администрация города Слободского выдает предписание о демонтаже рекламной (информационной) конструкции собственнику или иному законному владельцу недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная (информационная) 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 рекламных конструкций. Собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, обязан демонтировать рекламную конструкцию в течение месяца со дня выдачи соответствующего предписания. 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 необходимые расходы, понесенные в связи с демонтажом, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции.

Если в установленный срок собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, не выполнил обязанность по демонтажу рекламной конструкции, демонтаж рекламной конструкции, ее хранение или в необходимых случаях уничтожение осуществляется за счет средств бюджета города Слободского. По требованию администрации города Слободского владелец рекламной конструкции либо собственник или иной

законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, обязан возместить необходимые расходы, понесенные в связи с демонтажом, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции.

6.2. Разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе независимо от формы собственности недвижимого имущества выдается лицу, не занимающему преимущественного положения в сфере распространения наружной рекламы, в соответствии с частями 5.3 и 5.4 статьи 19 Федерального закона «О рекламе».

6.3. За выдачу Разрешения взимается государственная пошлина в размерах и порядке, установленных законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

6.4. Разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции выдается собственнику или иному указанному в частях 5-7 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» законному владельцу соответствующего недвижимого имущества либо владельцу рекламной конструкции на основании его заявления. Форма заявления на установку и эксплуатацию рекламной конструкции приведена в приложении № 3 к настоящему Положению:

К заявлению прилагаются:

6.4.1. Данные о заявителе:

а) полученная не ранее чем за шесть месяцев до момента подачи заявления выписка из единого государственного реестра юридических лиц - для юридических лиц; выписка из единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей - для индивидуальных предпринимателей либо нотариально заверенные копии таких выписок;

б) надлежащим образом заверенная копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица или индивидуального предпринимателя;

в) надлежащим образом заверенная копия свидетельства о постановке на учет в налоговом органе;

г) копии учредительных документов (для юридических лиц).

6.4.2. Подтверждение в письменной форме согласия собственника или иного указанного в частях 5 - 7 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» законного владельца соответствующего недвижимого имущества на присоединение к этому имуществу рекламной конструкции, если заявитель не является собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества.

В случае если для установки и эксплуатации рекламной конструкции необходимо использование общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, документом, подтверждающим согласие этих собственников, является протокол общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме.

6.4.3. Топографическая съемка территории, на которой предполагается установить рекламную конструкцию, в масштабе 1:500 с указанием места ее размещения и всех ранее установленных поблизости рекламных конструкций (для конструкций, размещаемых на земельных участках).

6.4.4. Фотомонтаж планируемой к размещению рекламной конструкции применительно к земельному участку либо к фасаду здания, сооружения (2 - 3 панорамных снимка с прилегающей территорией).

6.4.5. Проектная документация на рекламную конструкцию и ее электроустановку, а также заверенная копия экспертного заключения о соответствии проекта рекламной конструкции и ее электроустановки требованиям технического регламента, требованиям строительных норм и правил (СНиП) и другим нормативным актам.

6.5. Рекламная конструкция и ее территориальное размещение должны соответствовать требованиям технического регламента, а также требованиям законодательства Российской Федерации, нормативных документов федеральных органов исполнительной власти в части, соответствующей целям защиты жизни или здоровья граждан, имущества физических или юридических лиц, государственного или муниципального имущества, охраны окружающей среды, жизни или здоровья животных и растений, безопасности участников дорожного движения и населения.

6.6. Рекламная конструкция должна соответствовать требованиям ст.5 Федерального закона «О рекламе».

6.7. Согласование средств наружной рекламы осуществляется путем оформления паспорта рекламного места. Приложение № 4.

7. Порядок оформления, согласования паспорта рекламного места и выдачи (отказа в выдаче) разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

7.1. Паспорт рекламного места должен содержать следующие сведения:

- о расположении рекламного места (для отдельно стоящих конструкций составляется карта-схема предполагаемого места с привязкой в плане к ближайшему капитальному сооружению, зданию, перекрестку, бордюрному камню, опоре освещения или километровому столбу);

- о владельце земельного участка, здания, сооружения, опоры крепления, используемых для размещения средства наружной рекламы;

- о разновидности средства наружной рекламы, размещение которого предполагается на данном рекламном месте;

- фотографию рекламного места после размещения средства наружной рекламы (для вновь устанавливаемых конструкций - фотомонтаж);

- о согласовании рекламного места в согласующих организациях.

7.2. К паспорту прилагаются:

- топографическая съемка территории, на которой предполагается разместить рекламные средства, в масштабе 1:500 (для рекламных средств, размещаемых на земельных участках);

- утвержденный проект рекламной конструкции в масштабе и цвете с привязкой к месту размещения;

- заверенная копия экспертного заключения о соответствии проекта средства наружной рекламы требованиям строительных норм и правил (СНиП) и другим нормативным актам.

Проект рекламной (информационной) конструкции и ее размещения должен быть выполнен проектной организацией в соответствии с техническими условиями, действующими государственными стандартами,

техническими регламентами и другими нормативными актами и содержать расчет на прочность и устойчивость рекламной конструкции, ее габаритный чертеж, прошедший техническую экспертизу на устойчивость, ветровую нагрузку, прочность фундамента и т.д. Проектная организация отвечает за качество проекта, за соответствие проекта государственным нормам, правилам, стандартам, техническим условиям, техническим регламентам;

7.3. Паспорт рекламного места должен быть согласован со следующими организациями:

- с владельцем земельного участка, собственником здания, сооружения, опоры крепления, используемых для размещения средства наружной рекламы;

- с центром по охране и использованию памятников истории и культуры (в случае размещения средств наружной рекламы на них);

- с ГИБДД, департаментом дорожного хозяйства Кировской области (в случае размещения средств наружной рекламы в полосах отвода и придорожных полосах автодорог, на улицах, перекрестках);

- с организациями жилищно-коммунального хозяйства, владельцами сетей (в случае размещения средств наружной рекламы на улично-дорожной сети).

Администрация города Слободского самостоятельно осуществляет согласование с организациями, необходимое для принятия решения о выдаче Разрешения или об отказе в его выдаче на установление и эксплуатацию рекламной (информационной) конструкции. Заявитель вправе самостоятельно получить от организаций такое согласование и представить его в администрацию. В этом случае администрация города Слободского выдает ему бланк паспорта рекламного места с перечнем служб и организаций, в чью компетенцию входит согласование с отметкой Заявителя о принятии бланка для самостоятельного согласования.

7.4. Сбор согласований и оформление Разрешения Заявитель должен осуществить до истечения 55 (пятидесяти пяти) календарных дней со дня приема от него необходимых документов.

На период осуществления согласования с организациями администрация города Слободского не принимает заявления от третьих лиц на оформление Разрешения на рекламное (информационное) место, на которое претендует заявитель (кроме случаев, когда рекламное (информационное) место является муниципальной собственностью).

7.5. После получения согласований от всех органов и организаций, предусмотренных в бланке паспорта рекламного места, Заявитель сдает его в администрацию (в случае, если Заявитель самостоятельно получал такие согласования).

7.6. Разрешение или отказ в его выдаче должен быть направлен Заявителю в течение двух месяцев со дня приема от него необходимых документов. Заявитель, не получивший в указанный срок Разрешения или отказ в его выдаче, вправе обратиться в суд или арбитражный суд с заявлением о признании бездействия администрации незаконным в соответствии с действующим законодательством РФ.

7.7. Решение об отказе в выдаче Разрешения должно быть мотивировано и принято исключительно по основаниям, предусмотренных п.15 ст.19 Федерального закона «О рекламе».

7.8. Разрешение выдается на каждую рекламную (информационную) конструкцию на срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламной (информационной) конструкции, но не менее чем на 5 и не более чем на 10 лет, в виде постановления администрации города Слободского. В Разрешении указываются владелец (собственник) рекламной (информационной) конструкции, тип рекламной (информационной) конструкции, площадь ее информационного поля, место установки конструкции, срок действия Разрешения, орган, выдавший разрешение, номер и дата его выдачи, иные сведения.

7.9. 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 настоящем Положении.

7.10. Решение об аннулировании Разрешения принимается в соответствии с ст.19 Федерального закона «О рекламе».

7.11. В случае аннулирования Разрешения или признания его недействительным владелец рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец соответствующего недвижимого имущества, к которому такая конструкция присоединена, обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции в течение месяца и удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции, в течение трех дней.

7.12. При невыполнении обязанности по демонтажу рекламной конструкции администрация города Слободского и (или) уполномоченное лицо осуществляет демонтаж рекламной конструкции за счет средств бюджета города. По требованию администрации города Слободского владелец рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, обязан возместить необходимые расходы, понесенные в связи с демонтажом, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции.

7.13. Решение о выдаче предписания о демонтаже рекламной конструкции, демонтаж рекламной конструкции могут быть обжалованы в суд или арбитражный суд в течение трех месяцев со дня получения соответствующего предписания или со дня демонтажа рекламной конструкции.

8. Реестр рекламных (информационных) конструкций

8.1. Распространение наружной рекламы (информации) на территории города Слободского производится только на рекламных (информационных) местах и средствах наружной рекламы (информации), внесенных в Реестр рекламных (информационных) конструкций муниципального образования «город Слободской» (далее - Реестр) на основании выданных Разрешений.

8.2. Ведение Реестра осуществляет управление архитектуры, строительства и земельных ресурсов администрации города Слободского.

8.3. На каждую рекламную (информационную) конструкцию в Реестр заносятся следующие данные:

- 1) реестровый номер;
- 2) дата регистрации;
- 3) сведения о владельце (собственнике) рекламной (информационной) конструкции;
- 4) сведения о рекламодателе;
- 5) дата выдачи Разрешения на установку и эксплуатацию рекламной (информационной) конструкции, его номер;
- 6) номер Разрешения, срок его действия и отметки о продлении срока его действия;
- 7) адрес установки, тип рекламной (информационной) конструкции, площадь рекламного (информационного) поля, количество сторон;
- 8) сведения о собственнике (владельце) недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная (информационная) конструкция;
- 9) номер и дата свидетельства о постановке владельца рекламной (информационной) конструкции на налоговый учет;
- 10) отметка об уплате государственной пошлины.

8.4. Информация о наличии свободных рекламных мест выдается администрацией города Слободского по письменному запросу юридических лиц или индивидуальных предпринимателей.

9. Виды средств распространения наружной рекламы (информации), требования, предъявляемые к их размещению

9.1. К средствам распространения наружной рекламы (информации) относятся различные носители рекламных (информационных) сообщений, размещаемые на территории города Слободского, независимо от ведомственной принадлежности или формы собственности зданий, сооружений, иных объектов, земельных участков и рассчитанные на визуально-звуковое восприятие физическими лицами.

Все средства наружной рекламы (информации) подлежат обязательной регистрации в порядке, установленном настоящим Положением, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Положением.

Средства наружной рекламы (информации) подразделяются на следующие виды:

- стационарные рекламные (информационные) конструкции;
- временные рекламные (информационные) конструкции.

Средства наружной рекламы (информации) не должны иметь сходства по внешнему виду, изображению, звуковому эффекту с техническими средствами организации дорожного движения и специальными сигналами, ухудшать их видимость, снижать безопасность движения, мешать проходу пешеходов, уменьшать габариты инженерных сооружений, издавать звуки, которые могут быть услышаны в пределах проезжей части лицом с нормальным слухом, создавать впечатление нахождения на дороге пешеходов, транспортных средств, животных, других предметов; должны соответствовать требованиям правил, стандартов, технических норм, предъявляемых к конструкциям данного типа.

9.2. Стационарные средства наружной рекламы (информации) подразделяются на следующие виды:

9.3.1. Отдельно стоящие.

Типы отдельно стоящих стационарных средств наружной рекламы (информации):

9.3.1.1. Требования к щитовым рекламным (информационным) конструкциям:

- допускается установка и эксплуатация щитовых конструкций с размерами информационного поля одной стороны: малого формата - 0,8 x 1,20 м; 1,2 x 1,5 м; среднего формата - 4,0 x 2,0 м; большого формата - 6 x 3 м; сверхбольшого формата - 12 x 3 м; 12 x 5 м; 15 x 5 м;

- выполняются, как правило, в двустороннем варианте;

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

- фундаменты отдельно стоящих рекламных (информационных) конструкций не могут выступать над уровнем земли более чем на 20 см. В случаях, когда заглубление фундамента невозможно, фундаменты отдельно стоящих установок должны быть декоративно оформлены по согласованию администрацией города Слободского и художественным Советом;

- конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т.п.) должны быть закрыты декоративными элементами;

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

- не допускается установка рекламных (информационных) конструкций большого и сверхбольшого форматов в пешеходных зонах и на тротуарах.

Щитовые рекламные (информационные) конструкции должны иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона и номера в городском Реестре средств наружной рекламы (информации).

Расстояние между щитовыми конструкциями определяется конкретной градостроительной ситуацией, но должно быть не менее 75 м, а для конструкций малого формата - не менее 40 м.

9.3.1.2. Площадь информационного поля объемно-пространственных конструкций определяется расчетным путем.

9.3.1.3. В качестве основания флаговых композиций могут быть использованы опоры, здания и сооружения. Площадь информационного поля флага определяется площадью двух сторон его полотнища.

Площадь информационного поля навеса определяется размером одной из его сторон.

9.3.1.4.

Наземные панно подразделяются на следующие виды:

- каркасные панно на склонах (откосах) трасс и дорог;
- покрытия тротуаров улиц различными красящими веществами или пленочными материалами;

- панно на тротуарах улиц, изготавливаемые из дорожно-строительных материалов.

Применяемые материалы не должны ухудшать покрытие тротуаров или иных мест размещения панно.

Площадь информационного поля наземных панно определяется расчетным путем.

9.3.2. Размещаемые на зданиях, сооружениях.

Типы стационарных средств наружной рекламы (информации), размещаемых на зданиях, сооружениях:

9.3.2.1. Крышные рекламные (информационные) конструкции состоят из элементов крепления, несущей части конструкции и информационной установки.

Крышные рекламные (информационные) конструкции должны иметь систему пожаротушения и должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания.

Крышные рекламные (информационные) конструкции должны иметь табло с указанием (идентификацией) владельца рекламной установки, видимое с земли невооруженным глазом.

Элементы крепления, а также элементы несущей части конструкции должны иметь с обратной стороны декоративные панели.

Заявки на размещение крышной рекламной (информационной) конструкции принимаются при наличии дизайн-проекта, выполненного для конкретного заказчика, и заключения предварительной экспертизы соответствующих технических служб. Проекты крышных рекламных (информационных) конструкций в обязательном порядке должны пройти экспертизу на безопасность, включая экспертизу на ветровую устойчивость с учетом конкретного места размещения.

Площадь информационного поля крышной установки при расчете суммы оплаты определяется расчетным путем.

9.3.2.2. Настенные панно выполняются по типовым или индивидуальным проектам.

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

Настенные панно площадью более 6 кв. м в обязательном порядке должны пройти экспертизу на безопасность, включая экспертизу на ветровую устойчивость с учетом конкретного места размещения.

На размещение конструкций типовых форматов (3 х 4 м, 3 х 6 м) распространяются требования, предъявляемые к размещению щитовых отдельно стоящих конструкций.

Площадь информационного поля настенного панно определяется габаритами конструкции или нанесенного изображения.

Настенные панно должны иметь маркировку, размещаемую под информационным полем, с указанием (идентификацией) владельца и номера его телефона.

9.3.2.3. Кронштейны могут выполняться в двустороннем варианте с внутренней подсветкой.

Типовой размер кронштейнов, размещаемых на опорах (в вертикальном исполнении), составляет:

- 1,2 х 0,9 м; 1,5 х 1,0 м; 1,8 х 1,2 м - для магистралей, проспектов и площадей;

- 1,2 х 0,9 м; 1,0 х 0,7 м - для узких улиц и переулков.

Размеры кронштейнов, размещаемых на фасадах зданий, определяются архитектурными особенностями здания и не должны превышать 1,5 х 1,0 м.

В целях безопасности при эксплуатации кронштейны должны быть установлены на высоте не менее 2,5 м над газонами и не менее 3 м над тротуарами и пешеходными зонами. На зданиях кронштейны размещаются, как правило, на уровне между первым и вторым этажами.

Кронштейны, устанавливаемые на зданиях и сооружениях, в горизонтальном направлении не должны выступать более чем на 1,5 м от точки крепления к зданию или сооружению.

Не допускается размещение на зданиях и сооружениях кронштейнов-указателей, за исключением случаев, когда предприятия находятся в том же

здании, вне прямой видимости с улицы. Возможность размещения кронштейнов-указателей согласовывается с администрацией города Слободского и художественным Советом с учетом архитектурных и конструктивных особенностей зданий.

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

Площадь информационного поля кронштейна определяется общей площадью двух его сторон.

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

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

Расстояние между соседними транспарантами-перетяжками не может быть менее 100 м.

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

Информационная табличка о владельце транспаранта-перетяжки должна быть расположена на устройстве натяжения в непосредственной близости от места крепления к фасаду здания, размер текста должен обеспечивать его прочтение с крайней правой полосы движения.

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

9.3.2.5. Конструкции проекционных установок состоят из проецирующего устройства и поверхности (экрана) или объема, в котором формируется информационное изображение.

Площадь информационного поля для плоских изображений определяется габаритами проецируемой поверхности, а для объемных изображений определяется расчетным путем.

9.3.2.6. Площадь информационного поля электронного экрана (электронного табло) определяется габаритами светоизлучающей поверхности.

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

Площадь информационного поля маркизы определяется габаритами нанесенного изображения.

9.3.2.8. Конструкции стационарных средств наружной рекламы (информации) должны быть спроектированы, изготовлены и смонтированы в соответствии со строительными нормами и правилами, а также в соответствии с техническими условиями на конструкции средств наружной рекламы (информации). В случаях использования внешних источников света конструкции крепления светильников должны быть закрыты декоративными элементами.

Стационарные средства наружной рекламы (информации) не могут размещаться в местах, где их установка и эксплуатация может наносить ущерб природному комплексу территории города Слободского, а также эксплуатироваться без информационных сообщений (незаполненное информационное поле).

Отдельно стоящие стационарные средства наружной рекламы и информации должны иметь маркировку с указанием владельца и номера его телефона. Маркировка должна размещаться под информационным полем либо по торцу рекламной конструкции. Размер текста должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств.

Стационарные средства наружной рекламы (информации) не должны размещаться:

- на одной опоре с дорожными знаками и светофорами и в створе с ними (за исключением размещения средств наружной рекламы (информации) на оборотных сторонах указателей направлений);

- на аварийно-опасных участках дорог, на железнодорожных переездах и ближе 50 м до них по ходу движения;

- на участках автомобильных дорог с высотой насыпи земляного полотна более 2 метров (кроме случаев размещения рекламы (информации) на бермах);

- на участках автомобильных дорог вне населенных пунктов с радиусом кривой в плане менее 1200 м; в населенных пунктах, на участках дорог и улиц с радиусом кривой в плане менее 600 м; на территории города Слободского на участках дорог и улиц с радиусом кривой в плане менее 300 м;

- в пределах треугольников видимости «транспорт – транспорт» и «транспорт – пешеход», определяемых в соответствии с действующими государственными стандартами и иными нормативными актами;

- на дорожных ограждениях и направляющих устройствах;

- сбоку от дорог, не имеющих бортового камня, ближе 3 метров от бровки земляного полотна дороги.

Согласование с ГИБДД МО МВД России «Слободской» использования изображений, включающих в себя движущиеся элементы, в случае, если вся информация не появляется целиком в одно время и тем самым увеличивается время ее прочтения участниками дорожного движения осуществляется в соответствии с действующим законодательством.

Расстояние от средств наружной рекламы (информации) до дорожных знаков и светофоров должно быть не менее:

- для улиц и дорог с разрешенной скоростью движения более 60 км/час: для форматов общей площадью 18 кв. м и более - 200 м; 15-18 кв. м - 100 м; 6-15 кв. м - 60 м; менее 6 кв. м - 40 м;

- для улиц и дорог с разрешенной скоростью движения не более 60 км/час: для форматов общей площадью 18 кв. м и более - 60 м; 15-18 кв. м - 50 м; 6-15 кв. м - 40 м; менее 6 кв. м - 25 м.

Расстояние от средств наружной рекламы (информации) до указателей направлений движения должно быть не менее 50 м.

Расстояние между средствами наружной рекламы (информации) любого вида, установленными в одном направлении, должно быть не менее 100 м.

Для освещения средств наружной рекламы (информации) должны использоваться световые приборы промышленного изготовления, обеспечивающие выполнение требований электро и пожаробезопасности. Крепление светового прибора должно обеспечивать его надежное соединение

с рекламной (информационной) конструкцией и выдерживать ветровую и снеговую нагрузку, вибрационные и ударные воздействия. Технические условия по подключению средств наружной рекламы (информации) к источнику питания выдает соответствующая эксплуатирующая организация, а расчет потребляемой электроэнергии осуществляет энергосбытовая организация.

Опоры средств наружной рекламы (информации) должны быть изготовлены из материалов, обеспечивающих высокий уровень безопасности при наездах и достаточную устойчивость при ветровой нагрузке и эксплуатации.

Стационарные средства наружной рекламы (информации) не должны создавать помех для прохода пешеходов и механизированной уборки улиц и тротуаров, а также для выкашивания газонов.

Не допускается размещение стационарных средств наружной рекламы (информации), являющихся источниками шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных и иных излучений и полей, вблизи жилых помещений с нарушением установленных санитарных норм и правил.

9.4. Временные рекламные (информационные) конструкции.

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

9.4.1. Штендеры должны быть двусторонними, не должны иметь собственного подсвета, площадь одной стороны не должна превышать 1,5 (одна целая пять десятых) кв. м.

Штендеры размещаются в пешеходных зонах и на тротуарах в пределах 4 метров от входа в помещение, здание, занимаемое организацией.

Запрещается установка штендеров, мешающих проходу пешеходов, при ширине тротуара менее двух метров, а также ориентированных на восприятие с проезжей части автодороги.

9.4.2. Эксплуатация носимых рекламных (информационных) конструкций допускается в пешеходных зонах и на тротуарах.

Запрещается использование носимых рекламных (информационных) конструкций, мешающих проходу пешеходов, а также ориентированных на восприятие с проезжей части.

9.4.3. Средства наружной рекламы (информации) на ограждениях объектов строительства и розничной (уличной) торговли (летние кафе, выставки, ограждения торговых площадей и стройплощадок), а также других временных и постоянных ограждениях должны обеспечивать художественное оформление данных объектов.

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

В случаях, когда на строительной площадке имеются сооружения (строительные леса при реконструкции здания, бытовые помещения, мачты для прожекторов, краны и т.д.), а также ограждающая сетка, возможно размещение других средств наружной рекламы (информации), предусмотренных настоящим Положением.

9.4.4. Временные средства наружной рекламы (информации) на подъемных воздушных шарах, аэростатах, дирижаблях, размещаемые в воздушном пространстве, представляют собой временное рекламное (информационное) оформление на период проведения праздничных, тематических мероприятий. Площадь информационного поля определяется габаритами нанесенного изображения.

9.4.5. В качестве временных могут также регистрироваться и стационарные средства наружной рекламы (информации) при условии оформления разрешительной документации на срок, ограниченный продолжительностью рекламной, праздничной или иной информационной кампании. По истечении указанного срока действие выданной разрешительной документации истекает, средство наружной рекламы

(информации) полностью демонтируется, а место его размещения считается свободным от обязательств.

10. Требования к рекламным конструкциям

10.1. Рекламные конструкции не должны создавать помех для выполнения работ по эксплуатации и ремонту зданий и сооружений.

10.2. При производстве работ по установке средств наружной рекламы владелец средства наружной рекламы 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 средства наружной рекламы.

10.3. При выполнении работ по монтажу и обслуживанию объектов наружной рекламы и информации должны быть соблюдены требования по обеспечению безопасности дорожного движения в местах производства работ.

10.4. Владелец средства наружной рекламы при его эксплуатации обязан обеспечить безопасность этого средства наружной рекламы для жизни и здоровья людей, имущества всех форм собственности и несет установленную действующим законодательством Российской Федерации ответственность за ущерб, причиненный физическим и юридическим лицам в результате необеспечения безопасности средства наружной рекламы.

10.5. Объекты наружной рекламы должны иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона.

10.6. Владелец рекламной конструкции обязан восстановить благоустройство территории после установки (демонтажа) рекламной конструкции в срок не более 7 суток с момента окончания монтажа (демонтажа) рекламной конструкции.

10.7. Владелец рекламной конструкции обязан восстановить фасад в том виде, который был до установки рекламных конструкций, с использованием

аналогичных материалов и технологий после демонтажа рекламной конструкции в срок не более 7 суток.

10.8. Рекламная конструкция и ее территориальное размещение должны соответствовать требованиям технического регламента.

В соответствии с ч. 1 ст. 46 Федерального закона от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании» до вступления в силу соответствующего технического регламента требования к рекламным конструкциям или к связанным с ними процессам монтажа, эксплуатации и утилизации, установленные нормативными правовыми актами Российской Федерации и нормативными документами федеральных органов исполнительной власти, подлежат обязательному исполнению в части, соответствующей целям защиты жизни или здоровья граждан, имущества физических или юридических лиц, государственного или муниципального имущества; охраны окружающей среды, жизни или здоровья животных и растений; предупреждения действий, вводящих в заблуждение приобретателей.

10.9. Установка и эксплуатация рекламных конструкций на автомобильных дорогах должна соответствовать установленным нормативными правовыми актами Российской Федерации и нормативными документами федеральных органов исполнительной власти требованиям к техническим средствам размещения наружной рекламы, способам их установки, обеспечивающим безопасность участников дорожного движения и населения.

Каждая рекламная конструкция должна соответствовать общим нормам, относящимся к конструкциям такого типа.

10.10. Ответственность за соответствие рекламной конструкции и связанным с ней процессам монтажа, эксплуатации и утилизации установленным нормативными правовыми актами Российской Федерации и нормативными документами федеральных органов исполнительной власти требованиям технического регламента, нормативных документов в части, соответствующей целям защиты жизни или здоровья граждан, имущества физических или юридических лиц, государственного или муниципального имущества, охраны окружающей среды, жизни или здоровья животных и

растений, безопасности участников дорожного движения и населения, несет владелец рекламной конструкции.

10.11. Дизайн-проект (проектная документация) рекламной конструкции должен быть разработан организацией, имеющей право в соответствии с действующим законодательством на проектные работы.

Дизайн-проект рекламной конструкции (проектная документация) должен содержать:

1) комплект чертежей конструкции с пояснительной запиской, включающей в себя необходимые расчеты (на прочность, устойчивость, ветровую нагрузку и т.д.);

2) электрический проект (пояснительная записка, однолинейная схема, ситуационный план, спецификация электрооборудования) - для рекламных конструкций, использующих электрическое оборудование, электроустановки;

3) цветной эскиз изображения рекламной конструкции в масштабе и с привязкой к рекламному месту.

10.12. Строительно-монтажные и электротехнические работы по установке и эксплуатации рекламных конструкций должны выполняться в соответствии с проектной документацией организациями, имеющими установленные действующим законодательством и нормативными документами разрешения на проведение этих работ.

10.13. Владелец рекламной (информационной) конструкции не имеет права вносить дополнения и изменения в утвержденную проектную документацию рекламной (информационной) конструкции без согласования с органами, согласовавшими эту документацию.

10.14. Владелец рекламной (информационной) конструкции обязан содержать ее в надлежащем состоянии, а также обеспечивать уборку прилегающей территории за свой счет и своими силами или по договору об обслуживании рекламной (информационной) конструкции и прилегающей территории с соответствующими организациями.

10.15. Обследование рекламных конструкций на соответствие их технического состояния установленным требованиям производится

владельцами рекламных конструкций самостоятельно за свой счет. Владелец рекламной конструкции несет ответственность за любые нарушения правил безопасности, а также за неисправности и аварийные ситуации, возникшие из-за нарушения им условий монтажа и эксплуатации рекламной конструкции.

10.16. В случае проведения аварийных, строительных или иных работ владелец средства наружной рекламы (информации) обязан временно демонтировать средство наружной рекламы (информации).

10.17. В течение всего срока действия Разрешения администрация города Слободского вправе проверять техническое состояние и внешний вид средства наружной рекламы (информации). В случае обнаружения несоответствия установленного средства наружной рекламы (информации) паспорту рекламной конструкции и иных нарушений следует информировать рекламодателя. При непринятии рекламодателем мер по устранению выявленных нарушений администрация города Слободского вправе обратиться в антимонопольный орган о применении к рекламодателю мер административного воздействия и иных мер, предусмотренных законом.

11. Распространение информации, не носящей рекламного характера

Перечень информации, не носящей рекламного характера, и требования к порядку ее распространения:

11.1. Информационные таблички юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, имеющие целью извещение неопределенного круга лиц о фактическом местонахождении владельца вывески и (или) обозначении места входа, должны содержать следующую информацию:

- фирменное наименование предприятия;
- организационно-правовая форма;
- место нахождения юридического лица (индивидуального предпринимателя);

- режим работы предприятия.

Информационная табличка (вывеска) должна располагаться на фасаде здания в пределах 10 метров от входа в помещение или в пределах помещения, занимаемого юридическим лицом (индивидуальным предпринимателем). Информационная табличка (вывеска) должна располагаться на здании либо на той части здания, которую занимает предприятие на правах собственности или на правах аренды по договору с собственником помещения, рядом с входом в предприятие либо на двери входа так, чтобы ее хорошо видели посетители.

Информационная табличка (вывеска) может быть выполнена в виде настенного панно, кронштейна, маркизы либо размещаться на крыше (козырьке) одноэтажного здания, сооружения, пристроенного помещения, а также в витрине или входной двери. Конструктивно вывеска может быть выполнена в виде нескольких отдельных элементов, содержащих, как правило, неповторяющуюся информацию.

Информационные таблички (вывески) могут быть подсвечены в темное время суток внутренними источниками света. Не допускается использование внешних источников света вблизи окон жилых помещений с нарушением установленных санитарных норм и правил.

Высота букв текста информационной таблички должна быть не менее 0,10 м. Тексты, содержащиеся на информационных табличках, должны выполняться на русском языке (включая зарегистрированные товарные знаки, логотипы и знаки обслуживания). В случае, когда в учредительных документах юридического лица зарегистрировано его наименование (фирменное наименование) на иностранном языке, оно может указываться на информационной табличке на этом языке.

Недопустимо использование в текстах иностранных слов, выполненных русскими буквами, а при обозначении профиля предприятия - сокращений и аббревиатур.

Размеры информационных табличек (вывесок), их цветовые решения (за исключением товарных знаков, знаков обслуживания и эмблем, размещаемых на информационных табличках) могут быть изменены по

рекомендации и предложению художественного Совета при администрации города Слободского. Площадь информационных табличек (вывесок) не должна превышать 1 кв.м.

Информационные таблички (вывески) не требуют получения Разрешения на установку, но требуют согласование с администрацией города Слободского и художественным Советом.

11.2. Информация, предусмотренная пунктом 11.1. должна быть доведена до сведения потребителей также при осуществлении торговли, бытового и иных видов обслуживания потребителей во временных помещениях, на ярмарках, с лотков и в других случаях, если торговля, бытовое и иные виды обслуживания потребителей осуществляются вне постоянного места нахождения продавца (исполнителя).

11.3. Информационные и декоративные средства, расположенные на фасаде здания между верхним краем оконных проемов или витринами первого этажа и нижним краем оконных проемов второго этажа, не должны находиться ниже 2,5 м над уровнем земли. Информационная табличка не должна выступать более 0,5 м от плоскости стены, на которой она установлена. Ширина информационной таблички не должна превышать 1/6 части высоты фасада, если высота фасада до 5 метров, или 1/5 - если верхняя часть фасада совпадает с верхней частью информационной таблички. Высота букв информационной таблички не должна превышать 0,8 м и быть менее 0,10 м.

Данные типы информационных табличек подлежат размещению только при наличии Разрешения на установку.

11.4. Информация: «Бар», «Буфет», «Закусочная», «Кафе», «Ресторан», «Столовая», «Пиццерия» и т.п., размещаемые на фасаде здания, в котором находятся эти предприятия, при условии отсутствия в тексте этой информации элементов рекламы названий предприятий, торговых знаков, знаков обслуживания других фирм и другой рекламной информации. В противном случае средства распространения указанной информации подлежат обязательной регистрации, для их распространения требуется

оформление разрешительной документации в порядке, предусмотренном настоящим Положением.

11.5. Учрежденческие доски должны содержать информацию для неопределенного круга лиц о фирменном наименовании (наименовании) организации, месте ее нахождения (юридическом адресе), режиме работы, наименовании собственника (ведомственной принадлежности) и другую дополнительную информацию нерекламного характера (в случае необходимости). Данная информация, размещаемая на учрежденческой доске, не является рекламной.

Учрежденческие доски должны выполняться в форме настенного панно и размещаются в обязательном порядке при входе в организации (учреждения).

Учрежденческая доска должна иметь размер не более 0,6 кв. м. Высота букв в тексте должна быть не менее 3 см.

11.6. Сообщения органов государственной власти и органов местного самоуправления, содержащие информацию, связанную с выполнением возложенных на них функций и не являющуюся социальной рекламой, не требуют получения Разрешения на установку, если такие сообщения не содержат сведений рекламного характера.

11.7. Городская информация:

11.7.1. Технические средства организации дорожного движения (за исключением информационно-сервисных знаков индивидуального проектирования), включая цифровые указатели магистралей.

11.7.2. Информационные указатели ориентирования в муниципальном образовании «город Слободской»: названия населенных пунктов, улиц, номера зданий, расписания движения пассажирского транспорта.

11.7.3. Информация о проведении строительных, дорожных, аварийных и других видов работ, размещаемая в целях безопасности и информирования населения.

11.7.4. Информация об объектах инфраструктуры, об учреждениях культуры, образования и здравоохранения городского, областного и федерального подчинения.

11.7.5. Праздничное оформление, не содержащее информации рекламного характера, - различного рода декоративные элементы (мягкое стяговое оформление, флаги, световые установки, перетяжки, настенные панно, гирлянды и др.), не требует получения Разрешения на установку, но требует согласования с ГИБДД МО МВД России «Слободской», уполномоченным осуществлять контрольные, надзорные и разрешительные функции в области обеспечения безопасности дорожного движения.

12. Порядок монтажа и эксплуатации рекламных (информационных) конструкций

12.1. Монтаж рекламной (информационной) конструкции производится после получения Разрешения и при наличии договора на установку и эксплуатацию рекламной (информационной) конструкции на земельном участке, находящемся в муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, а также согласия собственника земельного участка здания или иного недвижимом имуществе в иных случаях.

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

12.3. Закладка фундаментов рекламных (информационных) конструкций и проведение других земляных работ при их установке должны осуществляться в соответствии с требованиями действующего законодательства Российской Федерации, регулирующего проведение этих видов работ. Устройство фундаментов рекламных (информационных) конструкций и проведение других земляных работ при их установке проводятся на основании ордера на производство земляных работ.

12.4. Заявитель обязан в течение 30 (тридцати) дней с выдачи Разрешения установить рекламную (информационную) конструкцию в

соответствии с договором на установку и эксплуатацию рекламной (информационной) конструкции.

12.5. При производстве работ на месте установки рекламных (информационных) конструкций непосредственный исполнитель при себе должен иметь Разрешение и другие документы, необходимые для производства работ по ее установке.

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

12.7. Владелец рекламной конструкции при ее эксплуатации обязан обеспечить безопасность этой рекламной конструкции для жизни и здоровья людей, имущества всех форм собственности и несет установленную действующим законодательством Российской Федерации ответственность за ущерб, причиненный физическим и юридическим лицам в результате необеспечения безопасности рекламной конструкции.

12.8. Владелец рекламной (информационной) конструкции обязан содержать ее в надлежащем состоянии, а также обеспечивать уборку прилегающей территории за свой счет и своими силами или по договору об обслуживании рекламной (информационной) конструкции и прилегающей территории с соответствующими организациями.

12.9. Узлы крепления рекламных (информационных) конструкций к зданиям и сооружениям должны обеспечивать надежное крепление, должны быть защищены от несанкционированного доступа к ним, но при этом должны обеспечивать возможность оперативного демонтажа рекламной (информационной) конструкции.

Приложение №1
к Положению о распространении
рекламной информации,
размещении средств наружной
рекламы и информации
на территории муниципального
образования «город Слободской»

**Положение
о порядке проведения торгов на право
заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных
конструкций на земельных участках, зданиях, ином недвижимом
имуществе, находящемся в муниципальной собственности
муниципального образования «город Слободской»**

1. Общие положения

1.1. Положение о порядке проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях, ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования «город Слободской», (далее - Положение) разработано в соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Федеральным законом от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Уставом муниципального образования «город Слободской» и определяет порядок организации и проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях, ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования «город Слободской».

1.2. В соответствии с законодательством Российской Федерации настоящее Положение определяет принципы проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, условия участия в торгах, а также порядок определения победителя и

заключения с ним соответствующего договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций (далее - Договор).

1.3. Торги на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях, ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования «город Слободской», проводятся только в отношении конструкций, которые указаны в Схеме установки рекламных конструкций, утвержденных в порядке, установленном действующим законодательством.

1.4. Торги проводятся форме аукциона.

1.5. По составу участников торги могут быть только открытыми.

1.6. В случае если к участию в торгах допущен один участник, торги признаются несостоявшимися. В соответствии с Федеральным законом «О рекламе» при соблюдении требований, установленных настоящим Положением, договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций заключается с лицом, которое являлось единственным участником торгов, по начальной цене лота.

1.7. Торги на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в соответствии с настоящим Положением проводятся в отношении земельных участков, находящихся в муниципальной собственности муниципального образования «город Слободской», а также зданий, иного недвижимого имущества, находящегося в муниципальной собственности муниципального образования «город Слободской».

1.8. Решение о заключении Договора на торгах, определении даты, формы торгов, утверждении начального размера платы на установку и эксплуатацию рекламной конструкции по Договору (цена лота), утверждении аукционной документации принимается главой администрации города Слободского.

1.9. Начальная цена Договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, величина ее повышения («шаг аукциона») определяется в соответствии с методикой расчета, утверждаемой постановлением администрации города Слободского.

1.10. Для победителя торгов в соответствии со статьей 10 Федерального закона «О рекламе» является обязательным заключение договора на распространение социальной рекламы в пределах пяти процентов годового объема распространяемой им рекламы. Заключение такого договора осуществляется в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации.

1.11. Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях, ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования «город Слободской», на котором на основании договора между администрацией города Слободского и владельцем рекламной конструкции установлена рекламная конструкция, проводятся по истечении срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

2. Основные понятия

В тексте настоящего Положения применяются следующие основные понятия:

аукцион - форма торгов, при которой право на заключение Договора приобретает лицо, предложившим наиболее высокую цену за право на заключение Договора в отношении рекламных конструкций, указанных в Положении о распространении рекламной информации, размещении средств наружной рекламы и информации на территории города Слободского;

предмет торгов аукциона - право на заключение Договора;

организатор торгов - администрация города Слободского;

претендент - юридическое лицо, физическое лицо, в том числе индивидуальный предприниматель, имеющий намерение участвовать в торгах на предложенных условиях;

участник торгов - претендент, допущенный к участию в торгах;

победитель торгов аукциона - участник торгов аукциона, который признан комиссией по проведению торгов на право заключения Договора обладателем права на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

аукционная комиссия - коллегиальный совещательный орган по проведению торгов на право заключения Договора на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования «город Слободской»;

заявка - комплект документов, подготовленный претендентом в соответствии с требованиями законодательства и настоящего Положения;

шаг аукциона - величина повышения начальной цены Договора.

3. Организатор торгов

3.1. Организатором торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования «город Слободской», является администрация города Слободского.

3.2. Организатор торгов:

3.2.1. Создает комиссию по проведению торгов.

3.2.2. Вносит на утверждение главы администрации города Слободского предложения по форме торгов, дате их проведения, начальном размере платы на установку и эксплуатацию рекламной конструкции по Договору (цене лота).

3.2.3. Разрабатывает и представляет на утверждение главы администрации города Слободского аукционную документацию.

В составе аукционной документации должны быть разработаны: извещение о проведении торгов, заявка, проект Договора и иные необходимые документы.

3.2.4. В рамках утвержденной главой администрации города Слободского даты проведения торгов определяет время и место их проведения.

3.2.5. Осуществляет материально-техническое обеспечение работы аукционной комиссии.

3.2.6. Дает разъяснения по аукционной документации по запросам претендентов.

3.2.7. Принимает от претендентов заявки на участие в торгах и ведет их учет.

3.2.8. Представляет аукционной комиссии поступившие заявки для участия в торгах.

3.2.9. Информировывает участников торгов аукциона об их результатах.

3.2.10. Запрашивает информацию и документы в целях проверки соответствия участника аукциона требованиям, установленным законодательством, у органов власти в соответствии с их компетенцией и иных лиц, за исключением лиц, подавших заявку на участие в соответствующем аукционе. При этом организатор торгов не вправе возлагать на участников аукциона обязанность подтверждать соответствие данным требованиям.

3.2.11. Вносит предложения на утверждение главы администрации города Слободского о внесении изменений в извещение о проведении торгов аукциона. Глава администрации города Слободского принимает решение о внесении изменений в извещение о проведении торгов не позднее чем за пять дней до даты окончания подачи заявок на участие в торгах. В течение одного дня с даты принятия указанного решения такие изменения размещаются организатором торгов в средствах массовой информации, определенных в пункте 4.1 настоящего Положения. При этом срок подачи заявок на участие в торгах должен быть продлен таким образом, чтобы с даты внесенных изменений в извещение о проведении торгов до даты окончания подачи заявок на участие в аукционе он составлял не менее пятнадцати дней до даты окончания подачи заявок на участие в аукционе.

3.2.12. Вносит предложение на утверждение главы администрации города Слободского об отмене торгов. Глава администрации города Слободского принимает решение об отмене торгов не позднее чем за три дня до даты окончания срока подачи заявок на участие в аукционе. Извещение об отказе от проведения аукциона размещается организатором торгов в средствах массовой информации, определенных в пункте 4.1 настоящего Положения, в течение одного дня с даты принятия решения об отказе от проведения аукциона. В течение двух рабочих дней с даты принятия указанного решения

организатор торгов направляет соответствующие уведомления всем заявителям.

3.2.13. Осуществляет иные полномочия, предусмотренные законодательством Российской Федерации.

4. Извещение о проведение торгов

4.1. Извещение о проведении торгов должно быть опубликовано в газете «Слободские куранты».

Кроме того, извещение о проведении торгов должно быть размещено на официальном сайте муниципального образования в сети Интернет для всеобщего сведения.

4.2. Извещение должно содержать следующие обязательные сведения:

- дата, время, место проведения торгов;
- форма проведения торгов - аукцион;
- предмет торгов (лоты) с указанием их номеров и указанием места расположения каждой рекламной конструкции;
- шаг аукциона - в случае проведения торгов в форме аукциона;
- начальная цена предмета торгов (цена лота);
- порядок ознакомления претендентов с процедурой и условиями торгов;
- порядок оформления заявок, дата начала и окончания приема и рассмотрения заявок и документов от претендентов;
- критерии определения победителя торгов;
- способ уведомления об итогах торгов;
- срок, в течение которого победитель торгов обязан заключить Договор;
- номер контактного телефона и место нахождения ответственного лица организатора торгов.

4.3. Организатор торгов несет ответственность за достоверность публикуемой и размещаемой информации.

5. Аукционная комиссия

5.1. Для проведения торгов, оценки предложений участников торгов и выявления победителей создается аукционная комиссия (далее - Комиссия).

5.2. Организатором торгов может быть принято решение о создании единой постоянно действующей Комиссии по проведению торгов на заключение Договора. Такая Комиссия осуществляет функции аукционной комиссии.

5.3. Комиссию возглавляет председатель, в случае отсутствия его обязанности исполняет заместитель председателя Комиссии.

5.4. Секретарь Комиссии обеспечивает подготовку и проведение заседаний Комиссии, оформляет протоколы заседаний Комиссии и прочие документы Комиссии.

5.5. Аукционная комиссия:

в назначенный день и час рассматривает и оценивает заявки участников торгов;

определяет победителя торгов на основании установленных критериев;

признает торги несостоявшимися в отношении тех лотов, на которые подано менее двух заявок;

осуществляет иные функции, возложенные на аукционную комиссию настоящим Положением.

5.6. Аукционная комиссия вправе принимать решения (имеет кворум), если на ее заседании присутствуют не менее пятидесяти процентов общего числа членов Комиссии.

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

При равенстве голосов голос председателя Комиссии является решающим.

6. Претенденты и участники торгов

6.1. Участником торгов может стать любое юридическое или физическое лицо, а также индивидуальный предприниматель - претендент, представивший организатору торгов следующие документы:

6.1.1. Заявку на участие в торгах (по форме, утвержденной организатором торгов) не позднее даты, указанной в извещении о проведении торгов.

6.1.2. Копию учредительных документов и свидетельства о государственной регистрации (для юридического лица), копию свидетельства о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя (для физического лица).

6.1.3. Доверенность на физическое лицо, уполномоченное действовать от имени претендента при подаче заявки.

6.1.4. Информацию об общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы этому лицу и его аффилированным лицам на соответствующей территории, в соответствии с частью 5.5 статьи 19 Федерального закона «О рекламе».

6.2. Претендент приобретает статус участника соответствующего аукциона с момента регистрации его заявки организатором торгов.

6.3. В соответствии с частью 5.2 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» участником торгов в форме аукциона не вправе быть лицо, занимающее преимущественное положение в сфере распространения наружной рекламы на момент подачи заявки на участие в торгах.

7. Подача и прием заявок

7.1. Лицо, желающее стать участником торгов, имеет право до подачи заявки ознакомиться с установленным порядком проведения торгов, утвержденной аукционной документацией, а организатор торгов обязан обеспечить ему возможность ознакомления с этими документами.

7.2. Заявка претендента регистрируется работником организатора торгов в журнале регистрации заявок с указанием в нем даты и времени подачи заявки, а также порядкового номера. При принятии заявки проверяется комплектность прилагаемых к ней документов на соответствие требованиям, предъявляемым к ней законодательством Российской Федерации.

7.3. Один претендент имеет право подать только одну заявку на участие в аукционе в отношении каждого предмета конкурса (лота).

7.4. Полученные после окончания установленного срока приема заявок на участие в аукционе заявки не рассматриваются и в тот же день возвращаются соответствующим претендентам.

7.5. Претендент имеет право отозвать поданную заявку в любое время до установленных даты и времени рассмотрения заявок в случае проведения торгов в форме аукциона, письменно уведомив об этом организатора торгов.

Претенденту возвращается пакет поданных им документов в течение 5 рабочих дней со дня поступления организатору торгов уведомления об отзыве заявки на участие в торгах.

7.6. Организатор торгов принимает меры по обеспечению сохранности представленных заявок и прилагаемых к ним документов, а также конфиденциальности сведений о лицах, подавших заявки, и содержании представленных документов.

7.7. По окончании срока приема заявок организатор торгов передает поступившие материалы в аукционную комиссию.

7.8. В случае если по окончании срока подачи заявки подана только одна заявка или не подано ни одной заявки, аукцион признается несостоявшимся. В случае если документацией предусмотрено два и более лота, аукцион признается несостоявшимся только в отношении тех лотов, в отношении которых подана только одна заявка или не подано ни одной заявки.

8. Порядок рассмотрения заявок на участие в торгах

8.1. Комиссия рассматривает заявки на участие в аукционе на предмет соответствия требованиям, установленным аукционной документацией, и соответствия заявителей требованиям, установленным законодательством Российской Федерации.

8.2. Срок рассмотрения заявок на участие в аукционе не может превышать десяти дней с даты окончания срока подачи заявок.

8.3. По результатам рассмотрения заявок Комиссия принимает решение о допуске к участию в торгах претендента и о признании претендента участником или об отказе в допуске такого претендента к участию в торгах

по основаниям, предусмотренным законодательством. Указанные решения фиксируются в протоколе рассмотрения заявок.

8.4. Претендент не допускается Комиссией к участию в торгах в следующих случаях:

8.4.1. Непредставления документов, представление которых требуется в соответствии с настоящим Положением, либо наличия в таких документах недостоверных сведений.

8.4.2. Несоответствия претендента требованиям, установленным законодательством Российской Федерации.

8.4.3. Несоответствия заявки на участие в аукционе требованиям аукционной документации.

8.4.4. Наличия решения о ликвидации заявителя - юридического лица или наличие решения арбитражного суда о признании заявителя - юридического лица, индивидуального предпринимателя банкротом и об открытии конкурсного производства.

8.4.5. Наличия решения о приостановлении деятельности заявителя в порядке, предусмотренном Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях, на день рассмотрения заявки на участие в аукционе.

8.4.6. Наличия у указанных лиц задолженности по начисленным налогам, сборам и иным обязательным платежам в бюджеты любого уровня или государственные внебюджетные фонды за прошедший календарный год, размер которой превышает двадцать пять процентов балансовой стоимости активов указанных лиц по данным бухгалтерской отчетности за последний отчетный период, при условии, что указанные лица не обжалуют наличие указанной задолженности в соответствии с законодательством Российской Федерации.

8.4.7. Наличия у указанных лиц задолженности по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях, ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования «город Слободской», а также договорам на

распространение рекламы на городском рекламном месте города Слободского.

8.4.8. Наличие у лиц, указанных в подпункте 8.4.7, задолженности за фактическое использование (эксплуатацию) рекламных конструкций по окончании срока действия договоров, установленной решением суда.

8.5. В случае установления факта подачи одним претендентом двух и более заявок на участие в аукционе в отношении одного и того же лота при условии, что поданные ранее заявки этим претендентом не отозваны, все заявки на участие в аукционе такого претендента, поданные в отношении данного лота, не рассматриваются и возвращаются претенденту.

9. Процедура проведения торгов в форме аукциона

9.1. Аукцион проводится организатором аукциона в присутствии членов Комиссии и участников аукциона (их представителей).

9.2. Аукцион проводится путем повышения начальной (минимальной) цены договора (цены лота), указанной в извещении о проведении аукциона, на «шаг аукциона», который устанавливается в размере пяти процентов начальной (минимальной) цены договора (цены лота), указанной в извещении о проведении аукциона.

9.3. Аукцион проводится в следующем порядке:

9.3.1. 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).

9.3.2. 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.

9.3.3. Участник аукциона после объявления аукционистом начальной (минимальной) цены договора (цены лота) и цены договора, увеличенной в соответствии с «шагом аукциона», поднимает карточку в случае, если он согласен заключить договор по объявленной цене.

9.3.4. 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», и «шаг аукциона», в соответствии с которым повышается цена.

9.3.5. Если после троекратного объявления аукционистом цены договора ни один участник аукциона не поднял карточку, участник аукциона, надлежащим образом исполнявший свои обязанности по ранее заключенному договору в отношении имущества, права на которое передаются по договору, и письменно уведомивший организатора аукциона о желании заключить договор (далее - действующий правообладатель), вправе заявить о своем желании заключить договор по объявленной аукционистом цене договора.

9.3.6. Если действующий правообладатель воспользовался правом, предусмотренным настоящим Положением, аукционист вновь предлагает участникам аукциона заявлять свои предложения о цене договора, после чего в случае, если такие предложения были сделаны и после троекратного объявления аукционистом цены договора ни один участник аукциона не поднял карточку, действующий правообладатель вправе снова заявить о своем желании заключить договор по объявленной аукционистом цене договора.

9.3.7. Аукцион считается оконченным, если после троекратного объявления аукционистом последнего предложения о цене договора или после заявления действующего правообладателя о своем желании заключить договор по объявленной аукционистом цене договора ни один участник

аукциона не поднял карточку. В этом случае аукционист объявляет об окончании проведения аукциона (лота), последнее и предпоследнее предложения о цене договора, номер карточки и наименование победителя аукциона и участника аукциона, сделавшего предпоследнее предложение о цене договора.

9.4. Победителем аукциона, признается лицо, предложившее наиболее высокую цену договора, либо действующий правообладатель, если он заявил о своем желании заключить договор по объявленной аукционистом наиболее высокой цене договора.

9.5. При проведении аукциона организатор аукциона в обязательном порядке осуществляет аудио- или видеозапись и ведет протокол аукциона, который подписывается всеми членами Комиссии в день проведения аукциона.

9.6. В случае, если в аукционе участвовал один участник или в случае, если в связи с отсутствием предложений о цене договора, предусматривающих более высокую цену договора, чем начальная (минимальная) цена договора (цена лота), «шаг аукциона» снижен до минимального размера и после троекратного объявления предложения о начальной (минимальной) цене договора (цене лота) не поступило ни одного предложения о цене договора, которое предусматривало бы более высокую цену договора, аукцион признается несостоявшимся. В случае если документацией об аукционе предусмотрено два и более лота, решение о признании аукциона несостоявшимся принимается в отношении каждого лота отдельно.

9.7. Результаты проведения аукциона оформляются протоколом, который подписывается всеми присутствующими членами аукционной комиссии в день проведения аукциона.

9.8. Протокол о результатах проведения аукциона размещается на официальном сайте муниципального образования организатором аукциона в течение дня, следующего за днем подписания протокола.

9.9. Протокол о результатах проведения аукциона составляется в двух экземплярах, один из которых остается у организатора аукциона.

Организатор аукциона в течение трех рабочих дней с даты подписания протокола передает победителю аукциона один экземпляр протокола и проект договора, который составляется путем включения цены договора, предложенной победителем аукциона, в проект договора, прилагаемый к документации об аукционе.

10. Подведение итогов торгов. Заключение договора

10.1. Протокол аукционной комиссии о результатах торгов после его подписания членами аукционной комиссии направляется для заключения Договора с победителем торгов.

Заключение Договора осуществляется в порядке, предусмотренном Гражданским кодексом Российской Федерации.

10.2. Решение аукционной комиссии считается недействительным, если оно принято неуполномоченным составом Комиссии или в отсутствие необходимого кворума, установленного для принятия Комиссией решений.

10.3. Если по результатам проведения торгов лицо приобретает преимущественное положение в сфере распространения наружной рекламы, результаты торгов в соответствии с частью 5.2 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» являются недействительными.

10.4. После получения протокола аукционной комиссии организатор торгов в течение трех рабочих дней с даты подписания протокола членами Комиссии направляет победителю торгов один экземпляр протокола и проект Договора для заключения его в установленном порядке. Победитель торгов должен подписать Договор в срок, предусмотренный аукционной документацией.

10.5. Победитель торгов производит оплату по Договору в срок, установленный Договором.

10.6. В случае если победитель торгов отказался (уклонился) от заключения Договора, аукционная комиссия признает победителем торгов, проводимых в форме аукциона - лицо, предложившее следующую за победившим цену лота.

10.7. Победитель торгов, заключивший Договор, вправе приступить к установке рекламной конструкции в сроки, предусмотренные Договором, после оформления в установленном порядке Разрешения на установку эксплуатацию рекламной конструкции. Срок обращения победителем торгов с заявлением о выдаче Разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции предусматривается Договором.

12. Разрешение споров

Споры, связанные с признанием результатов торгов недействительными, а также с исполнением заключенных на торгах Договоров, рассматриваются по искам заинтересованных лиц в судебном порядке.

Приложение № 2
к Положению о распространении
рекламной информации,
размещении средств наружной
рекламы и информации
на территории муниципального
образования «город Слободской

1. Размер годовой платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции определяется по формуле:

$$A = Cб \times S \times K1 \times K2 \times K3 \times K4 \times K5 \times K6, \text{ где:}$$

A - размер оплаты;

Cб - базовая ставка, утверждаемая постановлением администрации города Слободского;

S - общая площадь информационного поля рекламной конструкции в кв. м.

1.1. K1 - коэффициент, учитывающий размер рекламного пространства (таблица № 1).

Таблица № 1

№ п/п	Площадь рекламной поверхности, кв. м	Значение коэффициента K1
1.	До 3	1
2.	От 3 до 18 (включительно)	0,9
3.	От 18 до 36 (включительно)	0,8
4.	От 36 до 100 (включительно)	0,7

1.2. K2 - коэффициент, учитывающий техническое исполнение рекламы (таблица № 2).

Таблица № 2

№ п/п	Техническое исполнение рекламы	Значение коэффициента K2
1.	Объемныйрекламоноситель, имеющий сложную конфигурацию, объемные отдельно выполненные буквы	0,7

2.	Перетяжка	1,2
3.	Неон	0,5
4.	Реклама с автоматической сменой изображения	0,6
5.	Электронные дисплеи (табло)	2,0
6.	Рекламоносители, не перечисленные в пунктах таблицы № 2	1,0
Наличие наружной подсветки уменьшает значение К2 на 0,1		
Наличие внутренней подсветки уменьшает значение К2 на 0,2		

1.3. К3 - коэффициент, учитывающий размещение рекламы в городской застройке (таблица № 3).

Таблица № 3

№ п/п	Местонахождение рекламоносителя	Значение коэффициента К3
1.	На земельном участке (тротуаре, газоне)	2,0
2.	На стене здания, сооружения	1,4
3.	На крыше здания	1,4
4.	На заборе, ограждении	0,8
5.	На остановках транспорта и киосках	1,5
6.	На временных строительных сооружениях (в т.ч. заборах, строительных лесах, строительных сетках)	0,8

1.4. К4 - коэффициент, учитывающий территориальное расположение рекламного места (таблица № 4).

Таблица № 4

Участок	Границы участков	Значение коэффициента К4
Участок 1	Территория площади Революции. Данный участок представляет собой квартал, ограниченный улицами Энгельса, Набережной, Большевиков и ул. Советской.	3
Участок 2	Территория Христорождественского монастыря, в кадастровом квартале 43:44:310191, ограниченный следующими улицами – Ленина, Вятская, Гоголя и Большевиков.	2
Участок 3	Центральная часть города. Точкой отсчета участка № 3 считается пересечение ул. Первомайская с ул. Советской в направлении по часовой стрелке. Граница идет вдоль ул. Набережной до пересечения с ул. Грина. Далее вдоль территории стадиона и «старого» кладбища по ул. Советской. Затем с пересечения ул. Советской и ул. Грина, вдоль ул. Грина до пересечения улиц Грина и Ленина. Затем	1,5

	поворачивает на север, идет вдоль ул. Ленина до ул. Ст.Халтурина, далее идет по улице Ст.Халтурина до ул.Гоголя. Затем идет по вдоль ул. Гоголя до перекрестка улиц Гоголя и П.Стучки, затем поворачивает на восток и идет вдоль ул. П.Стучки до ул. Ленина. Далее поворачивает на север и идет вдоль ул. Ленина до ул. К. Маркса. Затем идет вдоль ул. К. Маркса до ул. Советской, затем вдоль ул. Советской до ул. Первомайской.	
Участок 4	Точкой отсчета участка № 4 считается перекресток улиц Советская и Свободы, далее граница участка проходит на запад вдоль ул. Свободы до ул. Красноармейской, затем продолжается вдоль ул. Красноармейской до ул. Урицкого. Затем идет вдоль ул. Урицкого до ул. Дерышева. Далее вдоль ул. Дерышева до ул. Большевиков, затем вдоль ул. Большевиков до ул. Красноармейской и далее вдоль ул. Красноармейской до ул. Горького. Затем идет вдоль ул. Горького до ул. Ленина.	1,5
Участок 5	Вся остальная территория города.	1

В случае пересечения зон применяется больший коэффициент. Пересечением зон является территория протяженностью 100 метров от края дороги.

1.5. К5 - коэффициент, учитывающий социальную значимость рекламы (таблица № 5).

Таблица № 5

№ п/п	Наименование	Значение коэффициента К5
1.	Праздничное оформление улиц	0
2.	Реклама, несущая в себе элементы функционального назначения (применяется в случае, если средство наружной рекламы размещено на здании, в котором находится организация)	0,8
3.	Реклама органов государственной власти и управления, учреждений, находящихся на бюджетном финансировании	0
4.	Социальная реклама, распространяемая вне муниципального заказа, на объектах муниципальной собственности	0,5
5.	Коммерческая направленность наружной рекламы и прочее	1

1.6. К6 - коэффициент, учитывающий специфику содержания информации, размещенной на средстве рекламы (таблица № 6).

Таблица № 6

№ п/п	Наименование показателей рекламы	Значения коэффициента
-------	----------------------------------	-----------------------

		К6
1.	Реклама производителей товаров:	
1.1.	Местных (городских или областных)	0,3
1.2.	Российских	1
1.3.	Зарубежных	1,5
2.	Прочее	1

Приложение №3
к Положению о распространении
рекламной информации,
размещении средств наружной
рекламы и информации
на территории муниципального
образования «город Слободской»

ЗАЯВЛЕНИЕ
НА УСТАНОВКУ И ЭКСПЛУАТАЦИЮ
РЕКЛАМНОЙ (ИНФОРМАЦИОННОЙ) КОНСТРУКЦИИ

Наименование заявителя: _____

Юридический адрес организации, телефон _____

Почтовый адрес _____

Рас/счет _____

БИК _____ Кор. счет _____

ИНН _____ Регистрационный номер _____

Местонахождение рекламы: _____

Средство рекламы: _____

Площадь рекламы, кв. м: _____

Техническое исполнение рекламы: _____

Собственник рекламного места: _____

Рекламоизготовитель: _____

Предполагаемый срок распространения рекламы: с _____

Содержание рекламы: _____

Обязательные приложения к заявке:

1. Письменное согласие собственника рекламного места, собственника земельного участка, здания или лица, обладающего правом хозяйственного ведения, правом оперативного управления или иным вещным правом на имущество либо документ, подтверждающий право заявителя на указанные объекты.

2. Эскизный проект рекламного средства.

3. Фотомонтаж планируемого к размещению рекламного средства применительно к земельному участку либо к зданию, сооружению (2 - 3 панорамных снимка с прилегающей территорией).

4. Топографическая съемка территории, на которой предполагается разместить рекламное средство, в масштабе 1:500 с указанием места его

размещения и всех ранее размещенных поблизости рекламных конструкций (для конструкций, размещаемых на земельных участках).

5. Эскиз изображения, размещаемого на информационном поле (2-3 варианта).

6. Копия устава или свидетельства о регистрации заявителя, свидетельство о постановке на учет в налоговом органе, свидетельство о регистрации в Едином государственном реестре, приказ о назначении директора.

С Положением о размещении средств наружной рекламы в городе Слободском ознакомлен. Сведения, указанные в настоящей заявке, правдивы и точны.

Должность

М.П.

Подпись

Фамилия

Примечание:

1. Данная заявка утрачивает силу по прошествии 30 дней с момента рассмотрения и согласования с администрацией города Слободского.

2. На каждое рекламное место подается отдельная заявка.

Приложение № 4
к Положению о распространении
рекламной информации,
размещении средств наружной
рекламы и информации
на территории муниципального
образования «город Слободской»

ПАСПОРТ
РЕКЛАМНОГО МЕСТА

Заявка на размещение средства наружной рекламы

№ _____ от _____ 20____

Наименование	Данные о рекламодателе и рекламной конструкции
Рекламодатель	
Руководитель	
Местонахождение рекламодателя	
ИНН	
КПП	
ОГРН	
Адрес рекламного места	
Тип рекламной конструкции	
Число сторон	
Размер рекламного поля	
Техническая характеристика	
Наличие подсветки	
Наличие проекта рекламной конструкции и проекта электроустановки	
Наличие заключения о соответствии проекта рекламной конструкции и электроустановки требованиям технического регламента, СНиП и ПУЭ	
Наличие согласований с уполномоченными органами и организациями	

СОГЛАСОВАНО:

Администрация города Слободского:

Отдел ГИБДД:

Уполномоченные органы: