

Ленинградская область  
Лужский муниципальный район  
совет депутатов Лужского муниципального района  
второго созыва

**РЕШЕНИЕ**

от 14 июня 2011 года № 172

О размещении наружной рекламы  
на территории Лужского муниципального  
района Ленинградской области

В соответствии с Федеральным законом от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе», совет депутатов Лужского муниципального района РЕШИЛ:

1. Установить, что торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях и ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Муниципального образования Лужский муниципальный район Ленинградской области или на земельных участках государственная собственность на которые не разграничена на территории Лужского муниципального района Ленинградской области проводить в форме конкурса.

2. Утвердить Порядок распространения наружной рекламы на территории Лужского муниципального района Ленинградской области согласно приложению 1.

3. Утвердить Порядок расчета оплаты по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, зданиях и ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Лужского муниципального района Ленинградской области и на земельных участках собственности на которые не разграничена на территории Лужского муниципального района Ленинградской области, согласно приложению 2.

4. Утвердить Положение "О Порядке организации и проведения торгов (конкурсов) по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на муниципальной собственности", согласно приложению 3.

5. Решение вступает в силу с момента опубликования в газете «Лужская правда».

6. Контроль за исполнением решения возложить на главу администрации Лужского муниципального района Ленинградской области В.П. Ейбогина.

Глава Лужского муниципального  
района, исполняющий полномочия  
председателя совета депутатов

С.Э.Самородов



УТВЕРЖДЕН

Решением совета депутатов  
Лужского муниципального района  
от «14» июня 2011 № 172  
Приложение №1

ПОРЯДОК  
РАСПРОСТРАНЕНИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ НА ТЕРРИТОРИИ  
ЛУЖСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА ЛЕНИНГРАДСКОЙ  
ОБЛАСТИ

1. Общие положения.

1.1. Настоящий Порядок разработан в соответствии с:

- Гражданским кодексом Российской Федерации (далее ГК РФ);
- Градостроительным кодексом Российской Федерации;
- Земельным кодексом Российской Федерации;
- Жилищным кодексом Российской Федерации;
- Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях;
- Федеральным законом от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее Федеральный закон);
- Федеральным законом от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»
- Уставом Лужского муниципального района Ленинградской области и регулирует отношения, возникающие в процессе распространения наружной рекламы (размещения и эксплуатации объектов наружной рекламы) на территории Лужского муниципального района Ленинградской области в целях пополнения бюджета, обеспечения защиты потребителей от недобросовестной и ненадлежащей рекламы.

1.2. Соблюдение требований настоящего Порядка обязательно для всех юридических и физических лиц, заинтересованных в размещении наружной рекламы, а также предоставляющих свои здания, сооружения и территорию для распространения наружной рекламы на территории Лужского муниципального района Ленинградской области.

1.3. На территории Лужского муниципального района Ленинградской области разрешается устанавливать объекты наружной рекламы, только после получения разрешения на установку.

## 2. Основные понятия.

В настоящем Порядке используются следующие основные понятия:

2.1. Реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;

2.2. Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования на основании договора с ее собственником;

2.3. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее - Договор)- договор, заключенный между владельцем рекламной конструкции и собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе арендатором;

2.4. Информационное поле рекламной конструкции - часть рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы;

2.5. Муниципальная рекламная конструкция - рекламная конструкция, находящаяся в собственности муниципального образования Лужский муниципальный район Ленинградской области;

2.6. Муниципальное рекламное место - рекламное место на объектах муниципальной собственности и на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена на территории Лужского муниципального района, находящееся в собственности Лужского муниципального района, за исключением объектов культурного наследия;

2.7. Объект информации - объект, предназначенный для распространения информации нерекламного характера, установленный на объектах недвижимости и свободных землях в границах муниципального образования Лужского муниципального района, территориях общего пользования, других земельных участках и ориентированный на визуальное восприятие потребителями информации;

2.8. Паспорт рекламной конструкции - согласованный с уполномоченными органами, в том числе с органом местного самоуправления, документ, содержащий сведения, относящиеся к территориальному размещению, внешнему виду и техническим параметрам конструкции, включающий в себя:

- чертежи и расчет конструкции (паспорт изготовителя для изделий заводского производства);

- вид (фасад) средства в цвете с указанием отделки, технологии размещения рекламной информации, подсветки в темное время суток (при ее наличии);

- цветные фотомонтажи средства в месте предполагаемого

размещения с визуальных сторон размещения рекламной информации (размером не менее 10 x 15 см);

- план размещения, выполненный на топографической съемке М 1:500 для средств, устанавливаемых на земле;

- схему размещения (в М 1:500 - М 1:2000) для средств, устанавливаемых на здании (сооружении);

2.9. Разрешение на установку рекламной конструкции (далее - Разрешение) - документ, являющийся законным основанием для установки рекламной конструкции, выдаваемый администрацией Лужского муниципального района на основании заявления собственника или иного законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции;

2.10. Рекламное место - территория, внешняя поверхность здания, сооружения и иного объекта, используемая для установки рекламной конструкции;

2.11. Рекламная конструкция - объект, предназначенный для распространения рекламы, установленный на объектах недвижимости и свободных городских землях в границах муниципального образования Лужский муниципальный район, территориях общего пользования, других земельных участках и ориентированный на визуальное восприятие потребителями информации. К рекламным конструкциям относятся щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, воздушные шары, аэростаты и иные технические средства стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта, несущие информацию коммерческого и некоммерческого характера.;

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

2.13. Социальная реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

### 3. Полномочия органов местного самоуправления Лужского муниципального района Ленинградской области.

3.1. Администрация Лужского муниципального района, в соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»:

3.1.1. Определяет рекламные места.

### 3.1.2. Выдает:

- разрешения на установку рекламных конструкций на территории Лужского муниципального района;
- предписания о демонтаже самовольно установленных рекламных конструкций на территории муниципального района.

### 3.1.3. Издаёт постановления об аннулировании выданных ранее разрешений.

### 3.1.4. Ведёт реестр рекламных мест.

### 3.1.5. Ведёт реестр выданных разрешений на установку рекламных конструкций

### 3.1.6. Ведёт реестр заключённых договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на муниципальных рекламных местах.

3.2. В реестр рекламных мест Лужского муниципального района заносятся сведения обо всех рекламных местах в муниципальном образовании Лужский муниципальный район на текущий год. Реестр рекламных мест утверждается ежегодно постановлением администрации Лужского муниципального района. Реестр рекламных мест ведётся отделом архитектуры и градостроительства администрации Лужского муниципального района. Реестр ведётся в электронной форме.

3.3. В реестр выданных разрешений на установку рекламных конструкций заносятся учётные записи обо всех выданных разрешениях на установку рекламной конструкции.

В реестр подлежат внесению следующие сведения:

- а) порядковый номер и дата выдачи Разрешения;
- б) место размещения рекламной конструкции;
- в) тип и формат рекламной конструкции;
- г) площадь информационного поля рекламной конструкции;
- д) данные о владельце рекламной конструкции:

- наименование юридического лица или фамилия, имя, отчество индивидуального предпринимателя;

- место нахождения юридического лица или индивидуального предпринимателя;

- основной государственный регистрационный номер юридического лица или индивидуального предпринимателя.

Реестр выданных разрешений на установку рекламных конструкций ведётся отделом архитектуры и градостроительства администрации Лужского муниципального района. Реестр ведётся в электронной форме.

3.4. Реестр заключённых договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на муниципальных рекламных местах ведётся с целью обобщения сведений о заключённых договорах на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на муниципальных рекламных местах.

В реестр вносятся следующие сведения:

- а) порядковый номер и дата заключения Договора;
- б) данные о предмете заключения Договора:
  - место размещения рекламной конструкции;
  - тип и формат рекламной конструкции;

в) данные о лице, которому в соответствии с Договором было предоставлено право на установку и эксплуатацию рекламной конструкции:

- наименование юридического лица или фамилия, имя, отчество индивидуального предпринимателя;

- место нахождения юридического лица или индивидуального предпринимателя;

- основной государственный регистрационный номер юридического лица или индивидуального предпринимателя;

г) данные о заключенных дополнительных соглашениях к Договору (при их наличии).

3.5. Реестр заключенных договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на муниципальных рекламных местах ведется комитетом по управлению муниципальным имуществом администрации Лужского муниципального района Ленинградской области. Реестр ведется в электронной форме.

3.6. Глава администрации Лужского муниципального района в соответствии с полномочиями самостоятельно определяет порядок согласования действий Администрации Лужского муниципального района с уполномоченными органами, необходимых для принятия решений о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче.

#### 4. Выдача разрешений на установку рекламных конструкций

4.1. Для получения разрешения на установку рекламной конструкции на территории Лужского муниципального района заявитель представляет в администрацию Лужского муниципального района:

- заявление о выдаче разрешения на установку рекламной конструкции на имя Главы администрации Лужского муниципального района с указанием адреса предполагаемого места установки рекламной конструкции и ее типа, с приложением ситуационного плана в масштабе 1:2000 (основание: территориальное размещение и технические параметры, ч.9, ст.19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»);

- документ об оплате государственной пошлины за выдачу разрешения на установку рекламной конструкции (основание: п.105 части 1 ст.333.33 Налогового Кодекса Российской Федерации);

- сведения о заявителе: для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей – адрес местонахождения (юридический и фактический), копия устава (для юридических лиц), копия свидетельства о постановке на учет в налоговом органе по месту нахождения на территории Российской Федерации, банковские реквизиты, должность и фамилия руководителя, номер телефона, копия свидетельства о регистрации; для физических лиц – фамилия, имя, отчество, паспортные данные и место регистрации (основание: п.1 ч.11 ст.19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»);

- цветные фотографии (10х15) рекламного места с нанесенной на него в масштабе рекламной конструкцией и без нее, а также размещенного

рекламного изображения, на фотобумаге и электронном носителе (основание: территориальное размещение и внешний вид, ч.12 ст.19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»);

- паспорт рекламной конструкции: технический проект рекламной конструкции и (или) адресный расчет на прочность и устойчивость рекламной конструкции, ее габаритный чертеж (основание: технические параметры и безопасность движения, ч.12, п.3 ч.15, п.5 ч.20 ст.19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»);

- документ, подтверждающий соответствие проектной документации действующим техническим регламентам и СНиП (основание: технические параметры и безопасность движения, ч.12, п.3 ч.15, п.5 ч.20 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»);

- письменное согласие собственника и/или договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с собственником или иным законным владельцем соответствующего недвижимого имущества (если заявитель не является собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества), к которому будет присоединена рекламная конструкция (основание: п.2 ч.11 ст.19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»);

- иные документы в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации, необходимые для согласования с соответствующими органами.

4.2. Разрешение выдается на каждую рекламную конструкцию на срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. В разрешении указываются владелец рекламной конструкции, собственник земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, тип рекламной конструкции, площадь ее информационного поля, место установки рекламной конструкции, срок действия разрешения, орган, выдавший разрешение, номер и дата его выдачи, иные сведения.

4.3. Установка рекламной конструкции без разрешения (самовольная установка) не допускается. В случае самовольной установки рекламной конструкции она подлежит демонтажу на основании предписания администрации Лужского муниципального района в установленном порядке.

4.4. Администрация Лужского муниципального района:

- принимает и регистрирует заявления на установку рекламных конструкций;
- принимает и проверяет комплектность и содержание представленных заявителем материалов;
- определяет перечень согласующих органов с целью получения согласований, необходимых для принятия решения о выдаче разрешения на установку рекламной конструкции;
- при самостоятельном согласовании заявителем, выдает типовой бланк разрешения на установку рекламной конструкции заявителю;
- регистрирует и направляет Заявителю подписанные Главой администрации Лужского муниципального района или уполномоченным должностным

лицом администрации Лужского муниципального района разрешение на установку рекламной конструкции;

- ведет реестр выданных разрешений на установку рекламных конструкций;

- 4.5. Разрешение на установку рекламной конструкции выдается лицу, не занимающему преимущественного положения в сфере распространения наружной рекламы в соответствии с Федеральным законом «О рекламе».

4.6. Разрешение на установку рекламной конструкции, подписанное уполномоченным лицом, выдается заявителю. Форма разрешения на установку рекламных конструкций является приложением №1 к настоящему порядку.

4.7. Решение об отказе в выдаче разрешения принимается по следующим основаниям:

- несоответствие проекта рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технического регламента;

- несоответствие установки рекламной конструкции в заявленном месте схеме территориального планирования или генеральному плану;

- нарушение требований нормативных актов по безопасности движения транспорта;

- нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселения;

- нарушение требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании;

- нарушение требований, установленных частями 5.1 – 5.7 и 9.1 статьи 19 Федерального закона Российской Федерации от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

4.8. Решение в письменной форме о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче должно быть направлено администрацией Лужского муниципального района заявителю в течение двух месяцев со дня приема от него необходимых документов. Заявитель, не получивший в указанный срок от администрации Лужского муниципального района решения в письменной форме о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче, в течение трех месяцев вправе обратиться в суд или арбитражный суд с заявлением о признании бездействия администрации Лужского муниципального района незаконным.

4.9. В случае отказа администрации Лужского муниципального района в выдаче разрешения заявитель в течение трех месяцев со дня получения решения об отказе в выдаче разрешения вправе обратиться в суд или арбитражный суд с заявлением о признании такого решения незаконным.

4.10. Решение об аннулировании разрешения может быть обжаловано в суд или арбитражный суд в течение трех месяцев со дня его получения.

4.11. Решение об аннулировании разрешения на установку рекламной конструкции принимается в следующих случаях:

- в течение месяца после направления в адрес администрации Лужского муниципального района владельцем рекламной конструкции уведомления в

письменной форме о своем отказе от дальнейшего использования разрешения на установку рекламной конструкции;

- в течение месяца после направления в адрес администрации Лужского муниципального района собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, документа, подтверждающего прекращение договора, заключенного между таким собственником или таким владельцем недвижимого имущества и владельцем рекламной конструкции;

- в случае, если в течение года со дня выдачи разрешения рекламная конструкция не установлена;

- в случае, если рекламная конструкция используется не в целях распространения рекламы, социальной рекламы;

- в случае, если разрешение выдано лицу, заключившему договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с нарушением требований, установленных частями 5.1-5.7 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе", либо результаты конкурса признаны недействительными в соответствии с законодательством Российской Федерации;

- в случае нарушения требований, установленных частями 9.1 и 9.3 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе".

4.12. В случае аннулирования разрешения 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.

4.13. При невыполнении обязанности по демонтажу рекламной конструкции администрация Лужского муниципального района вправе обратиться в суд с иском о принудительном осуществлении демонтажа рекламной конструкции. В случае принятия судом решения о принудительном осуществлении демонтажа рекламной конструкции ее демонтаж, хранение или в необходимых случаях уничтожение осуществляется за счет собственника или иного законного владельца недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция. По требованию собственника или иного законного владельца такого недвижимого имущества владелец рекламной конструкции обязан возместить ему разумные расходы, понесенные в связи с демонтажем, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции.

4.14. При невыполнении обязанности по удалению размещенной на рекламной конструкции информации в случае аннулирования разрешения или признания его недействительным собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, осуществляет удаление этой информации за свой счет. По требованию собственника или иного законного владельца такого недвижимого имущества владелец рекламной конструкции обязан

возместить ему разумные расходы, понесенные в связи с удалением этой информации.

## **5. Требования к рекламным конструкциям**

5.1. Рекламные конструкции должны использоваться исключительно в целях распространения наружной рекламы и не могут эксплуатироваться без размещенного согласованного с администрацией рекламного изображения и (или) информации, а также информационной таблички с указанием владельца рекламной конструкции, номера бланка разрешения на распространение наружной рекламы, телефона (телефонов) владельца рекламной конструкции (рекламораспространителя).

5.2. Распространение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается.

5.3. Рекламные конструкции и их территориальное размещение должно соответствовать требованиям технического регламента. Проектная документация на рекламные конструкции должна быть выполнена в соответствии с действующими государственными стандартами, СНиП и другими нормативными актами. Изготовление, монтаж рекламных конструкций, а также связанные с ними другие работы, требующие лицензии на них производство, должны выполняться организациями, имеющими необходимые лицензии.

5.4. Типовые и индивидуальные проекты рекламных конструкций должны пройти техническую экспертизу (на устойчивость, ветровую нагрузку, прочность фундамента и т.д.) в специализированных организациях и иметь соответствующие заключения.

После завершения монтажных работ отдельностоящих конструкций и крышных установок владелец в пятидневный срок обязан предоставить в администрацию заключение технической экспертизы на соответствие установленной конструкции представленной проектной документации.

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

Монтаж на зданиях и сооружениях производится в присутствии представителей балансодержателя объекта недвижимости.

5.6. Не допускается снижения прочности, устойчивости и надежности зданий и сооружений, на которых размещаются рекламные конструкции, или их повреждение.

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

5.8. Закладка фундаментов рекламных конструкций и проведение других земляных работ при их установке должны осуществляться в соответствии с

требованиями действующего законодательства Российской Федерации, регулирующего проведение землестроительных работ.

5.9. При производстве работ по установке рекламных конструкций непосредственный исполнитель должен иметь при себе разрешение на установку рекламной конструкции, проект рекламной конструкции, лицензию на проведение лицензируемых работ, договор на выполнение подрядных работ, другие документы, необходимые для производства работ по установке рекламной конструкции.

5.10. Владелец рекламной конструкции не имеет право вносить дополнения и изменения в утвержденную проектную документацию рекламной конструкции.

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

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

5.13. 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 не обеспечения безопасности рекламной конструкции.

5.14. После монтажа (демонтажа) отдельно стоящих рекламных конструкций их владельцы обязаны восстановить благоустройство места установки рекламных конструкций: восстановить газоны, асфальтовое покрытие и т.п. При этом недопустимы повреждения цветников, деревьев и кустарников.

5.15. Восстановление газона, асфальтового покрытия должно проводиться в кратчайший срок с учетом климатических условий, но не более 10 суток с момента монтажа (демонтажа) рекламной конструкции.

5.16. Расходы по благоустройству места установки рекламной конструкции несет лицо, которому выдано разрешение на установку рекламной конструкции, если в заключаемых на основании настоящего Порядка Договорах не указано иное.

5.17. Владельцы рекламных конструкций обязаны в соответствии с требованием администрации Лужского муниципального района за свой счет производить ремонт, окраску принадлежащих им рекламных конструкций, а также замену элементов рекламных конструкций, не соответствующих техническим требованиям и паспорту рекламной конструкции.

5.18. Использование зеленых насаждений для крепления средств наружной рекламы не допускается.

5.19. В случаях реализации проектов строительства капитальных, временных объектов и благоустройства территории района, не предусматривающих сохранение установленной ранее рекламной конструкции, владелец рекламной конструкции освобождает муниципальное рекламное место за свой счет не позднее срока начала производства строительных работ. В этом случае владелец рекламной конструкции имеет право на предоставление ему другого равнозначного муниципального рекламного места.

5.20. Владелец рекламной конструкции, которому было выдано разрешение на ее установку, обязан в письменной форме уведомить орган местного самоуправления, выдавший такое Разрешение, обо всех фактах возникновения у третьих лиц прав в отношении этой рекламной конструкции (сдачи рекламной конструкции в аренду и иных фактах). Срок уведомления не должен превышать 3 дней с момента возникновения таких прав.

5.21. Отсутствие уведомления органа местного самоуправления, выдавшего разрешение на установку рекламной конструкции, о фактах возникновения у третьих лиц прав в отношении этой рекламной конструкции является основанием для аннулирования разрешения на установку рекламной конструкции.

## **6. Рекламные конструкции**

Стационарные рекламные конструкции и требования, предъявляемые к их размещению.

6.1. К стационарным рекламным конструкциям относятся носители рекламных сообщений, имеющие постоянное место размещения.

Стационарные рекламные конструкции подразделяются на следующие виды:

- отдельно стоящие;
- размещаемые на зданиях, сооружениях, опорах электросетей и элементах благоустройства.

6.2. Типы отдельно стоящих стационарных рекламных конструкций:

6.2.1. Щитовые рекламные конструкции – отдельно стоящие конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения информации и состоящие из фундамента, стойки, каркаса и информационного поля.

Типовые щитовые рекламные конструкции подразделяются по размерам информационного поля на следующие виды:

а) малого формата:

- до 2 кв. м. включительно;
- от 2 до 10 кв. м.;

б) среднего формата:

от 10 до 35 кв. м.;

в) большого формата:

- свыше 35 кв. м.

Требования к щитовым рекламным конструкциям:

- выполняются, как правило, в двустороннем варианте;
- в случае одностороннего варианта обратная сторона должна быть декоративно оформлена;
- фундаменты отдельно стоящих рекламных конструкций не должны выступать над уровнем земли;
- конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения элементов 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).

В отдельных случаях могут применяться:

- конструкции, размещаемые в соответствии с разработанными концепциями наружного оформления площадей, трасс;
- конструкции, размещаемые с учетом конкретных градостроительных условий.

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

6.2.3. Композиции из флагов и навесы – рекламные конструкции, состоящие из основания, одного или нескольких флагштоков (стоек) и мягких полотнищ.

Для установки флагов можно использовать в качестве основания опоры освещения, здания и сооружения.

6.2.4. Наземные панно размещаются на поверхностях земли и состоят из нанесенных либо встроенных в дорожное или земляное покрытие строительных материалов.

Наземные панно подразделяются на следующие виды:

- каркасное 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.

6.3. Типы стационарных рекламных конструкций, размещаемых на зданиях, сооружениях и элементах благоустройства:

6.3.1. Крышные рекламные конструкции – объемные или плоскостные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на его крыше.

Крышные рекламные конструкции состоят из элементов крепления, несущей части конструкции и информационной установки.

Рекомендуется изготовление информационных частей крышных рекламных конструкций с применением газосветных и волоконно-оптических элементов, с внутренним подсветом, электронных табло.

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

6.3.2. Настенные панно (брендмауэры) – рекламные конструкции, размещаемые на плоскости стен и сооружений в виде:

- изображения (информационного поля), непосредственно нанесенного на стену;
- конструкции, состоящей из элементов крепления, краска и информационного поля.

Настенные панно выполняются по типовым или индивидуальным проектам.

6.3.3. Рекламные кронштейны – двухсторонние консольные плоскостные рекламные конструкции, установленные на собственных опорах, мачтах-опорах освещения, опорах контактной сети или на зданиях.

Рекламные кронштейны должны выполняться в двустороннем варианте с внутренней подсветкой.

Типовые размеры рекламных кронштейнов составляют (в вертикальном исполнении):

- 1,8 х 1,2м – для магистралей, проспектов и площадей;
- 1,5 х 1,0м – для узких улиц и переулков.

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

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

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

Рекламные кронштейны, устанавливаемые на зданиях и сооружениях, должны находиться в пределах 1,5м от точки крепления к зданию.

6.3.4. Рекламные конструкции, устанавливаемые на остановочных павильонах общественного транспорта, на павильонах подземных переходов, на киосках, должны размещаться в плоскости, подлежащих остеклению, или на крышах павильонов и киосков.

6.3.5. Транспаранты–перетяжки – состоят из собственных опор, устройства крепления к собственным опорам или фасадам зданий, устройства натяжения и информационного изображения.

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

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

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

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

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

6.3.6. Объемные рекламные конструкции, устанавливаемые в остекленных проемах окон и витражей зданий и сооружений либо в виде отдельно стоящих рекламных конструкций.

6.3.7. Проекционные рекламные установки – рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на земле, на плоскостях стен и в объеме. Конструкции проекционных установок состоят из проецирующего устройства и поверхности (экрана) или объема, в котором формируется информационное изображение.

6.3.8. Рекламные маркизы – рекламные конструкции, выполненные в виде козырьков и навесов с нанесенной на них рекламной информацией и размещенные над витринами, входами или проемами зданий и сооружений. Рекламные маркизы состоят из элементов крепления к зданию, каркаса и информационного поля, выполняемого на мягкой или жесткой основе.

6.3.9. Информационные стенды – рекламные конструкции для размещения объявлений предприятий, предпринимателей и частных лиц крепятся, как правило, к стенам зданий, сооружений, стационарным заборам или выполняются на самостоятельных стойках.

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

6.4. Временные рекламные конструкции.

К временным рекламным конструкциям относятся носители рекламных сообщений, размещаемые на определенном участке территории населенного пункта с условиями ограниченной по времени размещения.

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

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

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

Рекомендуется оформлять данные объекты отдельными щитами, мягким оформлением или сплошной лентой. В случаях применения щитовых

рекламных конструкций их высота не должна превышать размеров несущих элементов ограждений более чем на  $\frac{1}{2}$  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 рекламных конструкций, предусмотренных настоящими Правилами.

6.4.3. Временные рекламные конструкции на подъемных воздушных шарах, аэростатах, дирижаблях, размещаемые в воздушном пространстве, представляют собой временное рекламное оформление на период проведения праздничных, тематических мероприятий.

6.4.4. В качестве временных могут также регистрироваться и стационарные рекламные конструкции при условии оформления разрешительной документации на срок, ограниченный продолжительностью рекламой или иной информационной компании. По истечению указанного срока действие выданной разрешительной документации заканчивается, временная рекламная конструкция полностью демонтируется, а место ее размещения считается свободным от обязательств.

## **7. Порядок установки рекламных конструкций**

7.1. Установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются ее владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором. В случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции предполагается использовать общее имущество собственников помещений в многоквартирном доме, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции возможно только при наличии согласия собственников помещений в многоквартирном доме, полученного в порядке, установленном Жилищным кодексом Российской Федерации. Заключение такого договора осуществляется лицом, уполномоченным на его заключение общим собранием собственников помещений в многоквартирном доме. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается на срок пять лет, за исключением договора на установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции, который может быть заключен на срок не более чем двенадцать месяцев. По окончании срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции обязательства сторон по договору прекращаются.

7.2. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется на основе торгов форме конкурса, проводимых органами государственной власти, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в соответствии с

законодательством Российской Федерации. Форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти или представительными органами муниципальных образований. Торги по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции проводятся в форме конкурса в соответствии с законодательством Российской Федерации, на основании Положения «О порядке организации проведения торгов (конкурсов) по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на муниципальной собственности Лужского муниципального района. Торги проводятся в отношении муниципальных рекламных мест. Размер платы по договору определяется на основании порядка расчетов за распространение наружной рекламы на территории Лужского муниципального района Ленинградской области.

7.3. Заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламораспространителя в пределах пяти процентов годового объема распространяемой им рекламы (в том числе общего времени рекламы, распространяемой в теле- и радиопрограммах, общей рекламной площади печатного издания, общей рекламной площади рекламных конструкций).

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

7.5. Конкурс на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, которое находится в государственной или муниципальной собственности и на котором на основании договора между соответственно органом государственной власти, органом местного самоуправления и владельцем рекламной конструкции установлена рекламная конструкция, проводится по истечении срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

7.6. В случае, если к участию в конкурсе допущен один участник, конкурс признается несостоявшимся.

7.7. В случае, если недвижимое имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, закреплено собственником за другим лицом на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с лицом, обладающим правом хозяйственного ведения, правом оперативного управления или иным вещным правом на такое недвижимое имущество, при наличии согласия такого собственника.

7.8. В случае, если недвижимое имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, передано собственником в доверительное управление, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с доверительным управляющим при условии, что договор

доверительного управления не ограничивает доверительного управляющего в совершении таких действий с соответствующим имуществом.

7.9. На период действия договора владелец рекламной конструкции имеет право беспрепятственного доступа к недвижимому имуществу, к которому присоединяется рекламная конструкция, и пользования этим имуществом для целей, связанных с осуществлением прав владельца рекламной конструкции, в том числе с ее эксплуатацией, техническим обслуживанием и демонтажом.

## **8. Распространение информации, не относящейся к рекламе**

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

8.1.1. Учрежденческие доски, содержащие информацию для неопределенного круга лиц о наименовании учреждения, место его нахождения (юридического адреса), режим его работы, букв в тексте должна быть не менее 3 см.

Учрежденческие доски должны выполняться в форме настенного панно и располагаться при входе в учреждение. Учрежденческая доска должна иметь размер от 0,3 до 1,5 кв.м. Высота букв в тексте должна не менее 3 см.

8.1.2. Объявления органов государственной власти и органов местного самоуправления, содержащие информацию, связанную с выполнением возложенных на них функций, регистрации не подлежат.

8.1.3. Информация, размещаемая в витринах организаций, содержащая фирменное наименование организации, его зарегистрированные товарные знаки и знаки обслуживания, изобразительные элементы, раскрывающие профиль организации и соответствующие его фирменному наименованию, элементы декоративного оформления, праздничное оформление, размещаемое в обязательном порядке к государственным и муниципальным праздникам, регистрации не подлежит, если она не содержит торговых марок, наименований, торговых знаков и знаков обслуживания других фирм.

Приложение №1  
к Порядку  
распространения наружной рекламы  
на территории Лужского муниципального района Ленинградской области

Администрация Лужского муниципального района Ленинградской  
области

**Разрешение на установку рекламной конструкции**

\_\_\_\_\_ вид (тип) рекламной конструкции

\_\_\_\_\_ номер разрешения

Владелец рекламной конструкции:

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О., наименование,  
ОГРН, ИНН)

Собственник имущества, к которому присоединена рекламная  
конструкция:

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О., наименование, ОГРН, ИНН)

Размер информационного поля рекламной конструкции:

\_\_\_\_\_  
Площадь информационного поля рекламной конструкции:

\_\_\_\_\_  
Адрес места установки рекламной конструкции:

\_\_\_\_\_  
Номер паспорта рекламной конструкции:

\_\_\_\_\_  
Дата выдачи разрешения:

\_\_\_\_\_  
Срок действия разрешения:

\_\_\_\_\_  
Иные сведения:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(должность лица, выдавшего разрешение)  
(Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

УТВЕРЖДЕН  
Решением совета депутатов  
Лужского муниципального района  
Ленинградской области  
от 14 июня 2011 года № 172  
приложение № 2

## ПОРЯДОК

расчета размера оплаты по договору на установку и эксплуатацию  
рекламной конструкции на земельных участках, зданиях или ином  
недвижимом имуществе, находящихся в собственности Лужского  
муниципального района Ленинградской области,  
и на земельных участках, государственная собственность на которых не  
разграничена на территории Лужского муниципального района  
Ленинградской области

1. Установка и эксплуатация рекламной конструкции на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Лужского муниципального района Ленинградской области, и на земельных участках, государственная собственность на которых не разграничена на территории Лужского муниципального района Ленинградской области осуществляется по договору на установку и эксплуатации рекламной конструкции.
2. Договором на установку и эксплуатацию рекламной конструкции устанавливается плата, которая определяется исходя из размера рекламной конструкции, ее типа, месторасположения, содержания.
3. Размер ежемесячной платы по договору определяется по следующей формуле (без учета налога на добавленную стоимость):

$$A = A_c \times S \times K_1 \times K_2 \times K_3 \times K_4$$

где:

A - размер оплаты в месяц

A<sub>c</sub> - базовая ставка оплаты за 1 кв.м. информационного поля рекламной конструкции в месяц в размере 100 рублей;

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

К1-коэффициент, отражающий зависимость размера оплаты от площади информационного поля конструкции.

| № | площадь информационного поля, кв. м. | Значение К1 |
|---|--------------------------------------|-------------|
| 1 | До 2 включительно                    | 1,0         |
| 2 | От 2 до 10                           | 0,9         |
| 3 | От 10 до 35                          | 0,8         |
| 4 | Свыше 35                             | 0,6         |

К2-коэффициент, отражающий зависимость размера оплаты от типа рекламной конструкции.

| № | Тип рекламной конструкции                                                                                                    | Значение К2 |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| 1 | Объекты, размещаемые на крышах зданий, сооружений                                                                            | 2,0         |
| 2 | Объекты, размещаемые над проезжей частью дорог («перетяжки» в жилых зонах)                                                   | 1,5         |
| 3 | Объекты, размещаемые на опорах уличного освещения, столбах, фасадах ремонтируемых зданий и временных строительных сооружений | 0,5         |
| 4 | Отдельностоящие и прочие рекламоносители                                                                                     | 1,0         |

К3-коэффициент, отражающий зависимость размера оплаты от места расположения рекламной конструкции на территории Лужский муниципальный район Ленинградской области

| № | Территория                                  | Значение К3 |
|---|---------------------------------------------|-------------|
| 1 | В границах г. Луга                          | 1,5         |
| 2 | В границах населенных пунктов кроме г. Луга | 1           |
| 3 | Прочая территория                           | 1           |

К4-коэффициент, отражающий содержание рекламной информации

| № | Информация                                                                                                                                               | Значение К4 |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| 1 | Некоммерческая информация (социальная реклама культурно-массовых, спортивных, благотворительных, просветительских и иных социально значимых мероприятий) | 0,0         |
| 2 | Коммерческая реклама ( п.1 ст.3 ФЗ «О рекламе» №38-ФЗ от 13 марта 2006 г.)                                                                               | 1,0         |

4. Без применения базовой ставки и коэффициентов производится расчет оплаты по следующим типам рекламных конструкций:

| N | Рекламная конструкция                                                                                                                                                      | Размер оплаты за 1 месяц (руб.) |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| 1 | Рекламно-информационная отдельно стоящая установка о стоимости товаров и услуг перед автозаправочной станцией                                                              | 1500                            |
| 2 | Стритлайн (выносная конструкция с общей площадью поверхности не более 2 кв. м, используемая в часы работы предприятия и располагаемая в непосредственной близости от него) | 120                             |

5 Значения коэффициентов, а также величина базовой ставки могут пересматриваться не более 1 раза в год.

Приложение №3  
УТВЕРЖДЕН  
решением Совета депутатов  
Лужского муниципального района  
от 14 июня 2011 г. № 172

Положение "О порядке организации и проведения торгов (конкурсов)  
по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию  
рекламной конструкции на муниципальной собственности"

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение разработано в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации и Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", регламентирующими порядок установки и эксплуатации рекламных конструкций, и определяет порядок организации и проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования Лужский муниципальный район Ленинградской области, в том числе закрепленном собственником за другим лицом на праве хозяйственного ведения, оперативного или доверительного управления или ином вещном праве, или имуществе, которым органы местного самоуправления Лужского муниципального района вправе распоряжаться в соответствии с действующим законодательством (далее - торги).

1.2. Торги, проводимые на основании данного Положения, являются открытыми по составу участников и проводятся в форме конкурса.

1.3. На торги выставляется право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Один лот может формироваться как из одного, так и из нескольких рекламных мест для размещения рекламных конструкций.

1.4. Основными принципами организации и проведения торгов являются:

1) создание равных условий участия в конкурсе для юридических лиц независимо от их организационно-правовой формы, индивидуальных предпринимателей и физических лиц;

2) добросовестная конкуренция участников конкурса;

3) доступность информации о проведении конкурса и обеспечение открытости его проведения;

4) равные условия для всех претендентов, открытость, гласность и состязательность всех участников.

1.5. Основными целями торгов являются:

- улучшение организации рекламной деятельности в муниципальном образовании Лужский муниципальный район с учетом развития рыночных отношений и интересов города;

- оптимизация размещения рекламных конструкций, повышение уровня дизайнерских и конструктивных решений.

1.6. При проведении торгов не допускается:

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

## 2. Основные понятия

2.1. В Положении используются следующие понятия:

Задаток - денежная сумма, выдаваемая одной из договаривающихся сторон в доказательство заключения Договора и в обеспечение его исполнения.

Заявка на участие в конкурсе (далее - заявка) - письменное подтверждение намерения лица участвовать в конкурсе на условиях, указанных в извещении о проведении конкурса. Заявка подается в срок и по форме, установленной конкурсной документацией.

Конкурс - торги, победителем которых признается лицо, которое предложило лучшие условия заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Конкурсная комиссия - коллегиальный орган, действующий на основании настоящего Положения и уполномоченный проводить конкурсы по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Конкурсная документация - комплект документов, содержащий информацию о предмете конкурса, условиях его проведения, разработанный организатором конкурса и утвержденный компетентным должностным лицом администрации Лужского муниципального района.

Объект конкурса - рекламные места, на которых будет располагаться рекламная конструкция после заключения Договора.

Организатор конкурса – администрация Лужского муниципального района или лицо, которому администрацией Лужского муниципального района делегированы полномочия по организации и проведению торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

Отзыв заявки - отказ участника конкурса от участия в конкурсе после подачи им заявки организатору конкурса.

Предмет конкурса - право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах недвижимости, находящихся на территории муниципального образования Лужский муниципальный район.

Продавец - администрация Лужского муниципального района или иное учреждение, организация или предприятие, которому администрацией Лужского

муниципального района делегированы полномочия по продаже права на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

Претендент - хозяйствующий субъект любой формы собственности (юридическое лицо или индивидуальный предприниматель), выразивший согласие участвовать в конкурсе на предложенных условиях посредством подачи заявки.

Уполномоченное лицо - лицо, которому администрацией Лужского муниципального района делегированы полномочия по организации и проведению торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

Участник конкурса - претендент, допущенный конкурсной комиссией к участию в конкурсе.

### 3. Полномочия организатора конкурса, конкурсной комиссии, уполномоченного лица

3.1. При продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции организатор конкурса:

- формирует перечень и составляет календарные графики проведения конкурсов;
- утверждает состав конкурсной комиссии;
- формирует и утверждает состав лотов, выставляемых на торги;
- устанавливает начальную цену лотов, сумму задатка на участие в конкурсе;
- подписывает итоговый протокол по результатам конкурса;
- осуществляет материально-техническое обеспечение работы конкурсной комиссии;
- организует составление и опубликование информационного сообщения (извещения) о проведении торгов, об изменении условий и предмета торгов, об итогах конкурса и прочее;
- принимает от претендентов заявки для участия в конкурсе и прилагаемые к ним документы, ведет журнал приема заявок;
- дает разъяснения относительно положений конкурсной документации;
- определяет время и место проведения конкурса в рамках назначенной даты торгов;
- хранит конкурсную и иную документацию;
- передает лицам, выигравшим торги, соответствующую разрешительную документацию, удостоверяющую купленное право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;
- выступает истцом и ответчиком в суде по искам, поданным по итогам торгов;
- в целях обеспечения эффективного контроля исполнения условий конкурса:
  - а) ведет учет Договоров, заключенных по результатам конкурса;
  - б) осуществляет учет обязательств победителей конкурса, определенных

Договорами, и контроль их исполнения;

в) проводит проверку документов, представляемых лицами, выигравшими конкурс, в подтверждение выполнения условий конкурса, а также проверку фактического исполнения условий конкурса в месте расположения проверяемых объектов;

г) принимает предусмотренные законодательством Российской Федерации и Договором меры воздействия, направленные на устранение нарушений и обеспечение выполнения условий конкурса.

3.2. Конкурсная комиссия в ходе проведения торгов осуществляет следующие функции:

- вскрывает конверты с заявками на участие в конкурсе;
- осуществляет отбор участников конкурса;
- рассматривает, оценивает и сопоставляет заявки на участие в конкурсе;
- определяет победителя торгов на основании критериев, установленных настоящим Положением и конкурсной документацией;
- признает конкурс несостоявшимся в установленных действующим законодательством и настоящим Положением случаях;
- осуществляет ведение протокола вскрытия конвертов с заявками на участие в конкурсе, протокола рассмотрения заявок на участие в конкурсе, протокола оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе и иных протоколов.

Состав конкурсной комиссии, председатель и заместитель председателя комиссии утверждаются организатором торгов в каждом конкретном случае.

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

Решения конкурсной комиссии принимаются голосованием. Голосование осуществляется открыто. Для принятия поставленного на голосование решения необходимо простое большинство голосов членов комиссии, присутствующих на заседании, проголосовавших за данное решение.

При голосовании каждый член конкурсной комиссии имеет один голос. В случае равенства голосов принимается решение, за которое голосовал председатель конкурсной комиссии. Председатель конкурсной комиссии вправе принимать решение "за" или "против".

Член конкурсной комиссии, не согласный с принятым решением, имеет право изложить свое мнение в письменном виде и приложить его к протоколу заседания конкурсной комиссии.

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

3.3. Уполномоченное лицо заключает договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций с победителем конкурса или единственным участником конкурса, в случае если конкурс признан несостоявшимся, в порядке, предусмотренном настоящим Положением.

#### 4. Требования к участникам торгов

4.1. При проведении торгов устанавливаются следующие обязательные требования к претендентам:

4.1.1. Соответствие претендента требованиям, установленным Законом о рекламе.

4.1.2. Отсутствие решения арбитражного суда о признании претендента - юридического лица, индивидуального предпринимателя банкротом и об открытии конкурсного производства.

4.1.3. Неприменение в отношении претендента на день подачи заявки на участие в конкурсе санкции, предусмотренной Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях, в виде приостановления его деятельности.

4.1.4. Отсутствие у претендента задолженности по начисленным налогам, сборам и иным обязательным платежам в бюджеты любого уровня или государственные внебюджетные фонды.

## 5. Условия допуска к участию в конкурсе

5.1. Лицо, желающее участвовать в конкурсе, представляет организатору конкурса заявку на участие в конкурсе по утвержденной организатором конкурса форме не позднее даты, указанной в извещении о проведении торгов.

При рассмотрении заявок на участие в конкурсе претендент не допускается конкурсной комиссией к участию в торгах в следующих случаях:

1) непредставление документов, указанных в извещении о проведении конкурса, либо наличие в таких документах недостоверных сведений о претенденте;

2) несоответствие требованиям, предъявляемым к заявкам на участие в конкурсе настоящим Положением;

3) претендент не соответствует требованиям, установленным ст. 19 Закона о рекламе;

4) заявка подписана лицом, не уполномоченным претендентом на осуществление таких действий;

5) не подтверждено поступление денежных средств в качестве задатка на счет в установленный срок и отсутствует оригинал платежного поручения с отметкой банка об исполнении или выписка банка о перечислении претендентом денежных средств с отметкой банка либо нотариально заверенная копия таких документов;

6) несоответствие заявки на участие в конкурсе требованиям документации о конкурсе, в том числе наличие в такой заявке предложения о цене за право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции ниже начальной (минимальной) цены.

5.2. Организатор конкурса или конкурсная комиссия вправе запросить у соответствующих органов и организаций сведения о проведении ликвидации участника торгов, подавшего заявку на участие в конкурсе, о принятии арбитражным судом решения о признании такого участника банкротом и об

открытии конкурсного производства, о приостановлении деятельности такого участника в порядке, предусмотренном Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях, о наличии задолженностей такого участника по начисленным налогам, сборам и иным обязательным платежам в бюджеты любого уровня и в государственные внебюджетные фонды за прошедший календарный год, об обжаловании наличия таких задолженностей и о результатах рассмотрения жалоб. Указанные органы и организации в течение десяти дней обязаны предоставить необходимые сведения по запросу организатора конкурса или конкурсной комиссии, уполномоченного органа.

5.3. В случае установления недостоверности сведений, содержащихся в документах, представленных претендентом, и других перечисленных в п. 5.2 Положения случаях конкурсная комиссия обязана отстранить такого участника от участия в конкурсе на любом этапе его проведения.

5.4. В случае если в заявке на участие в конкурсе числом и прописью указываются разные цены, комиссия принимает во внимание цену, указанную прописью.

## 6. Извещение о проведении конкурса

6.1. Извещение о проведении конкурса публикуется организатором конкурса в официальном печатном издании муниципального образования Лужского муниципального района (газете " Лужская правда") не менее чем за тридцать дней до его проведения.

6.2. В извещении о проведении торгов должны быть указаны следующие сведения:

- 1) форма торгов (открытый конкурс);
- 2) наименование, место нахождения, почтовый адрес, номер контактного телефона организатора конкурса;
- 3) дата, время, место проведения конкурса;
- 4) предметы (лоты), выставляемые на конкурс, с указанием их номеров и предполагаемого местонахождения каждой рекламной конструкции;
- 5) начальная (минимальная) цена за право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;
- 6) размер задатка в конкурсе, срок и порядок внесения денежных средств в качестве задатка;
- 7) основной и дополнительные (в случае их внесения организатором конкурса) критерии, по которым будет определяться победитель конкурса;
- 8) порядок ознакомления претендентов с процедурой и условиями конкурса (конкурсной документацией);
- 9) порядок оформления заявок, перечень документов, которые должны в них содержаться, даты начала и окончания приема заявок и документов от претендентов;
- 10) срок, в течение которого организатор конкурса вправе отказаться от его

проведения;

11) способ уведомления об итогах конкурса;

12) срок для заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

13) иная необходимая в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации информация.

6.3. Организатор конкурса вправе принять решение о внесении изменений в извещение о проведении конкурса, при этом изменение предмета торгов не допускается. В случае изменения обязательных сведений, содержащихся в извещении, организатор должен до истечения срока подачи заявок на участие в конкурсе опубликовать данные изменения.

В течение пяти рабочих дней со дня принятия указанного решения такие изменения соответственно опубликовываются организатором конкурса в официальном печатном издании (газете "Лужская правда»). При этом срок подачи заявок на участие в конкурсе должен быть продлен так, чтобы со дня опубликования внесенных изменений в извещение о проведении конкурса до даты окончания подачи заявок на участие в конкурсе такой срок составлял не менее пятнадцати дней.

6.4. Организатор конкурса вправе отказаться от проведения конкурса в любое время, но не позднее чем за тридцать дней до проведения конкурса, если иное не указано в извещении о проведении конкурса. Извещение об отказе от проведения конкурса опубликовывается организатором конкурса в газете "Лужская правда" в течение трех рабочих дней со дня принятия решения об отказе от проведения конкурса. В течение трех рабочих дней со дня принятия указанного решения организатором конкурса направляются соответствующие уведомления всем претендентам, подавшим заявки на участие в конкурсе. В данном случае задаток возвращается претендентам в течение пяти рабочих дней со дня опубликования принятого решения об отказе от проведения конкурса.

6.5. Организатор конкурса несет ответственность за достоверность публикуемой информации.

## 7. Конкурсная документация

7.1. Конкурсная документация должна содержать:

1) требования к содержанию, форме и составу заявки на участие в конкурсе, перечень документов, прилагаемых к заявке;

2) информацию о предметах (лотах), выставляемых на конкурс, с указанием их номеров и предполагаемого местонахождения каждой рекламной конструкции;

3) начальную (минимальную) цену за право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (цену лота);

4) порядок, место, дату начала и дату окончания срока подачи заявок на участие в конкурсе;

- 5) требования к участникам конкурса;
- 6) порядок и срок отзыва заявок на участие в конкурсе;
- 7) место, порядок, дату и время вскрытия конвертов с заявками на участие в конкурсе, место, дату и время рассмотрения заявок на участие в конкурсе, место, дату и время проведения конкурса (оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе и признания лица победителем конкурса);
- 8) основной критерий оценки заявок на участие в конкурсе, связанный с определением победителя конкурса, - цена за право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;
- 9) дополнительные критерии оценки заявок, связанные с определением победителя конкурса (вносятся по усмотрению организатора конкурса):
  - предложения по благоустройству территории, прилегающей к рекламной конструкции;
  - использование рекламной конструкции, которая будет установлена на рекламном месте по итогам конкурса, в социальных целях;
  - возможность размещения по итогам конкурса на рекламном месте эргономически и технологически усовершенствованных рекламных конструкций;
- 10) размер задатка в конкурсе, срок и порядок внесения денежных средств в качестве задатка;
- 11) срок со дня подписания протокола оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе, в течение которого победитель конкурса должен подписать договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;
- 12) реквизиты счета для перечисления денежных средств - цены, предложенной по результатам конкурса за право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

7.2. К конкурсной документации должен быть приложен проект договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, который является неотъемлемой частью конкурсной документации.

7.3. Состав конкурсной документации может быть дополнен или изменен конкурсной комиссией по согласованию с организатором конкурса.

7.4. Сведения, содержащиеся в конкурсной документации, должны соответствовать сведениям, указанным в извещении о проведении открытого конкурса.

7.5. Со дня опубликования извещения о проведении конкурса организатор конкурса на основании заявления любого заинтересованного лица, поданного в письменной форме, в течение двух рабочих дней со дня получения соответствующего заявления обязан предоставить такому лицу документацию в порядке, указанном в извещении о проведении конкурса.

7.6. Предоставление документации о конкурсе до опубликования извещения о проведении конкурса не допускается.

## 8. Порядок подачи заявок на участие в конкурсе

8.1. Претендент подает заявку на участие в конкурсе в письменной форме в запечатанном конверте. При этом на конверте указывается:

- наименование открытого конкурса (его номер и дата), номер лота, на участие в котором подается данная заявка;
- данные о претенденте: наименование, юридический адрес, адрес фактического места нахождения (для юридического лица) или фамилия, имя, отчество, сведения о месте жительства (для физического лица).

По требованию претендента, подавшего конверт с заявкой на участие в торгах, организатор конкурса выдает расписку в получении конверта с такой заявкой с указанием даты и времени его получения.

8.2. Претендент, подающий заявку на участие в конкурсе, должен представить организатору конкурса нотариально заверенную копию документа, подтверждающего его полномочия действовать от имени юридического лица (приказ, решение о назначении директором и т.д.).

В случае подачи заявки на участие в конкурсе представителем претендента к ней прилагается надлежащим образом оформленная доверенность, содержащая конкретные полномочия представителя на подачу заявки на участие в конкурсе.

8.3. Заявка на участие в конкурсе должна содержать все документы, указанные в извещении и конкурсной документации, а также может содержать эскиз, рисунок, чертеж, фотографию, иное изображение рекламной конструкции, установка которой планируется на рекламном месте в случае признания претендента победителем конкурса, проект благоустройства прилегающей территории.

8.4. Претендент вправе подать только одну заявку на участие в конкурсе в отношении каждого предмета торгов (лота).

8.5. Все листы заявки на участие в конкурсе и приложения к ней должны быть прошиты и пронумерованы. Заявка на участие в конкурсе и прилагаемые документы должны содержать опись входящих в их состав документов, быть скреплены печатью участника конкурса (для юридических лиц) и подписаны участником конкурса или лицом, уполномоченным таким участником конкурса.

8.6. Заявка претендента регистрируется работником организатора конкурса в журнале регистрации заявок с указанием в нем даты и времени подачи заявки, а также номера, присвоенного ей в журнале регистрации заявок.

8.7. Днем начала подачи заявок на участие в конкурсе считается день, указанный в извещении о проведении конкурса.

8.8. Прием заявок на участие в конкурсе прекращается за 1 рабочий день до дня вскрытия конвертов с такими заявками.

8.9. Претендент, подавший заявку на участие в конкурсе, вправе отозвать заявку на участие в торгах в любое время до окончания срока подачи заявок на участие в конкурсе.

8.10. По окончании срока приема заявок организатор конкурса передает поступившие конверты с заявками в конкурсную комиссию.

## 9. Начальная (минимальная) цена за право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, задаток

9.1. Начальная (минимальная) цена за право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования Лужский муниципальный район, представляет собой минимальную цену, по которой предлагается для продажи право на заключение договора.

Начальная (минимальная) цена определяется организатором конкурса с учетом рекламной ценности конкретного рекламного места исходя из расчета не менее 20 процентов и не более 100 процентов от ежегодной платы по договору на установку и эксплуатацию данной рекламной конструкции.

9.2. Для участия в конкурсе организатором конкурса устанавливается требование о внесении претендентом задатка в размере двадцати процентов от начальной (минимальной) цены за право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Требования и порядок внесения задатка содержатся в извещении о проведении конкурса.

9.3. После заключения договора задатка с продавцом претендент вносит указанную сумму задатка посредством ее перечисления на счет, указанный в договоре.

9.4. Документом, подтверждающим поступление задатка на счет, является выписка из счета (платежное поручение).

9.5. При уклонении или отказе победителя конкурса, единственного участника конкурса, с которым подлежит заключению договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, от заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции задаток таким участникам не возвращается.

9.6. Суммы задатка, внесенные претендентами, возвращаются претендентам в течение пяти рабочих дней с даты подведения итогов конкурса.

9.7. Требование о внесении задатка в равной мере распространяется на всех претендентов.

## 10. Порядок проведения конкурса

10.1. Конверты с заявками вскрываются конкурсной комиссией в день, во время и в месте, указанные в извещении о проведении конкурса.

10.2. Конкурсной комиссией вскрываются конверты с заявками, которые поступили организатору конкурса до даты окончания подачи заявок, указанной в извещении. В случае установления факта подачи одним претендентом двух и более заявок на участие в конкурсе в отношении одного и того же предмета торгов (лота), при условии, что поданные ранее заявки таким претендентом не отозваны, все

заявки на участие в конкурсе такого претендента, поданные в отношении данного предмета торгов (лота), не рассматриваются и возвращаются такому претенденту.

10.3. Наименование (для юридического лица), фамилия, имя, отчество (для физического лица) и почтовый адрес каждого претендента, конверт с заявкой на участие в конкурсе которого вскрывается, наличие сведений и документов, предусмотренных извещением и конкурсной документацией, цена заключения договора, иные условия, являющиеся критерием оценки заявок на участие в конкурсе, объявляются при вскрытии конвертов с заявками и заносятся в протокол вскрытия конвертов с заявками на участие в конкурсе. В случае если по окончании срока подачи заявок подана только одна заявка на участие в конкурсе или не подано ни одной заявки, в указанный протокол вносится информация о признании конкурса несостоявшимся.

10.4. Протокол вскрытия конвертов с заявками на участие в конкурсе ведется конкурсной комиссией и подписывается всеми присутствующими членами непосредственно после вскрытия конвертов с заявками на участие в конкурсе.

10.5. Конкурсная комиссия рассматривает заявки на участие в конкурсе на соответствие требованиям, установленным конкурсной документацией. Срок рассмотрения заявок на участие в конкурсе не может превышать двадцать дней со дня вскрытия конвертов с заявками на участие в конкурсе.

10.6. На основании результатов рассмотрения заявок на участие в конкурсе конкурсной комиссией принимается решение о допуске к участию в конкурсе претендента и о признании его участником конкурса или об отказе в допуске такого претендента к участию в конкурсе в порядке и по основаниям, которые предусмотрены конкурсной документацией и настоящим Положением, а также оформляется протокол рассмотрения заявок на участие в конкурсе, который ведется конкурсной комиссией и подписывается всеми присутствующими на заседании членами в день окончания рассмотрения заявок на участие в торгах.

Протокол должен содержать сведения о претендентах, подавших заявки, решение о допуске претендента к участию в конкурсе и о признании его участником конкурса или об отказе в допуске претендента к участию в конкурсе с обоснованием такого решения.

10.7. Претенденты, подавшие заявки на участие в конкурсе и не допущенные к участию в нем, уведомляются организатором конкурса о принятом конкурсной комиссией решении в следующий рабочий день после подписания протокола рассмотрения заявок на участие в конкурсе.

10.8. Конкурсная комиссия осуществляет оценку и сопоставление заявок на участие в конкурсе, поданных претендентами, признанными участниками конкурса. Срок оценки и сопоставления таких заявок не может превышать десяти дней со дня подписания протокола рассмотрения заявок на участие в конкурсе.

10.9. Оценка и сопоставление заявок на участие в конкурсе осуществляются конкурсной комиссией в закрытом заседании в целях выявления лучших условий исполнения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в соответствии с критериями и в порядке, которые установлены конкурсной

документацией.

10.10. На основании результатов оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе конкурсной комиссией каждой заявке на участие в конкурсе относительно других по мере уменьшения степени выгоды содержащихся в них условий исполнения договора присваивается порядковый номер. Заявке на участие в конкурсе, в которой содержатся лучшие условия исполнения договора, присваивается первый номер.

10.11. При равном совокупном значении критериев нескольких заявок на участие в конкурсе меньший порядковый номер присваивается заявке того участника, с кем ранее был заключен договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на заявленном месте и срок его действия на момент проведения торгов истек.

10.12. В случае если в нескольких заявках на участие в конкурсе содержатся одинаковые условия исполнения договора и при отсутствии участника, указанного в пункте 10.12 настоящего раздела Положения, либо наличии двух и более участников, соответствующих требованиям, указанным в пункте 10.12 настоящего раздела Положения, меньший порядковый номер присваивается той заявке на участие в конкурсе, которая поступила ранее других заявок на участие в конкурсе, содержащих такие условия.

10.13. Победителем конкурса признается участник конкурса, который предложил лучшие условия исполнения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и заявке на участие в конкурсе которого присвоен первый номер.

10.14. Конкурсная комиссия ведет протокол оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе (итоговый протокол о результатах конкурса), в котором должны содержаться следующие сведения:

- регистрационный номер торгов;
- сведения о присвоении заявкам на участие в конкурсе порядковых номеров;
- предметы (лоты), выставляемые на конкурс, с указанием их номеров и предполагаемого местонахождения каждой рекламной конструкции;
- имя (наименование) лица, выигравшего конкурс (реквизиты юридического лица или паспортные данные гражданина);
- цена, за которую было продано право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;
- срок оплаты лицом, выигравшим торги, купленного права.

Протокол подписывается всеми присутствующими членами конкурсной комиссии. Протокол составляется в двух экземплярах, один из которых хранится у продавца, второй - у организатора конкурса.

10.15. Лицо, выигравшее конкурс, и организатор конкурса подписывают протокол оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе (итоговый протокол о результатах конкурса) в течение трех дней после проведения конкурса (день составления протокола оценки и сопоставления заявок и определения победителя конкурса), который имеет силу Договора. Лицо, выигравшее конкурс, при

уклонении от подписания протокола оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе (итогового протокола о результатах конкурса) утрачивает внесенный им задаток и лишается права на подписание договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в дальнейшем.

10.16. Информация о результатах конкурса публикуется в газете "Лужская правда" в течение 15 дней после подписания указанного протокола.

Данная информация должна включать в себя:

- наименование организатора конкурса;
- наименование (имя) победителя конкурса;
- местоположение рекламного места, на котором будет размещена рекламная конструкция по итогам заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

10.17. В срок, указанный в извещении о проведении конкурса, после подписания протокола оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе (итогового протокола о результатах конкурса) победитель торгов и уполномоченное лицо заключают договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

## 11. Признание конкурса несостоявшимся

11.1. Конкурс по каждому выставленному предмету торгов признается несостоявшимся в случае, если:

- а) на участие в конкурсе была подана только одна заявка;
- б) по итогам рассмотрения заявок к участию в конкурсе был допущен только один претендент;
- в) ни один из претендентов по итогам рассмотрения заявок на участие в конкурсе не был признан участником торгов;
- г) лицо, заявке на участие в конкурсе которого был присвоен последний порядковый номер, уклонилось или отказалось от подписания протокола оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе (итоговый протокол о результатах конкурса);
- д) лицо, признанное победителем конкурса и подписавшее протокол оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе (итоговый протокол о результатах конкурса), уклонилось или отказалось от подписания договора на установку или эксплуатацию рекламной конструкции.

11.2. В случае если по окончании срока подачи заявок на участие в конкурсе подана только одна заявка, конкурс признается несостоявшимся.

Конверт с указанной заявкой вскрывается, и она рассматривается в установленном настоящим Положением порядке. В случае если указанная заявка соответствует требованиям и условиям, предусмотренным конкурсной документацией, право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции может быть продано единственному претенденту, подавшему заявку на участие в конкурсе и признанному участником конкурса. При

этом право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции продается такому участнику конкурса на условиях и по цене, которые предусмотрены такой заявкой и конкурсной документацией, но цена не может быть ниже начальной (минимальной) цены, указанной в извещении о проведении открытого конкурса. Участник конкурса, подавший указанную заявку, не вправе отказаться от заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

11.3. В случае если конкурс признан несостоявшимся и только один из претендентов, подавших заявку на участие в конкурсе, допущен к участию в конкурсе, право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции может быть продано единственному лицу, допущенному к участию в конкурсе. При этом право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции продается такому участнику конкурса на условиях и по цене, которые предусмотрены поданной им заявкой и конкурсной документацией, но цена не может быть ниже начальной (минимальной) цены, указанной в извещении о проведении открытого конкурса. Единственный участник конкурса, признанный таковым, не вправе отказаться от заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

11.4. В случае отказа или уклонения победителя конкурса от подписания протокола оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе (итогового протокола о результатах конкурса) право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции может быть продано участникам конкурса, заявкам на участие в конкурсе которых присвоены последующие порядковые номера. В случае отказа или уклонения такого участника договор может быть заключен с участником, заявке которого присвоен следующий за отказавшимся порядковый номер. Согласившийся в таком случае на подписание договора участник конкурса признается победителем конкурса.

При этом право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции продается такому участнику конкурса на условиях и по цене, которые предусмотрены поданной им заявкой и конкурсной документацией, но цена не может быть ниже начальной (минимальной) цены, указанной в извещении о проведении открытого конкурса.

В случае уклонения или отказа участника конкурса, заявке на участие в конкурсе которого присвоен последний порядковый номер, от подписания протокола оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе (итогового протокола о результатах конкурса) конкурсной комиссией конкурс признается несостоявшимся.

11.5. В случае отказа или уклонения победителя конкурса от заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции может быть продано участникам конкурса, заявкам на участие в конкурсе которых присвоены последующие порядковые номера. В случае отказа или уклонения такого участника договор может быть заключен с участником, заявке которого присвоен

следующий за отказавшимся порядковый номер. Факт отказа или уклонения от заключения договора на установку или эксплуатацию рекламной конструкции подтверждается актом, составленным представителями уполномоченного лица.

При этом право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции продается такому участнику конкурса на условиях и по цене, которые предусмотрены поданной им заявкой и конкурсной документацией, но цена не может быть ниже начальной (минимальной) цены, указанной в извещении о проведении открытого конкурса.

В случае уклонения или отказа участника конкурса, заявке на участие в конкурсе которого присвоен последний порядковый номер, от заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции конкурсной комиссией конкурс признается несостоявшимся.

11.6. Во всех случаях решение конкурсной комиссии о признании конкурса несостоявшимся должно содержаться в соответствующем протоколе.

## 12. Заключительные положения

12.1. Протоколы, составленные в ходе проведения конкурса, заявки на участие в конкурсе, конкурсная документация хранятся у организатора конкурса.

12.2. Представленные в составе заявки на участие в конкурсе документы не возвращаются претендентам.

12.3. Споры, связанные с признанием результатов торгов недействительными, обжалованием действий организатора торгов, конкурсной комиссии, уполномоченного лица, лиц, уклоняющихся от подписания договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, разрешаются в судебном порядке.