



КонсультантПлюс
надежная правовая поддержка

Решение Совета народных депутатов города
Владимира от 18.02.2009 N 25
(ред. от 27.11.2013)

"О "Правилах установки и эксплуатации
средств наружной рекламы и информации на
территории города Владимира"
(вместе с "Положением о порядке проведения
торгов (конкурсов, аукционов) по продаже
права на заключение договора на установку и
эксплуатацию рекламной конструкции и на
размещение рекламы на муниципальных
транспортных средствах")
(с изм. и доп., вступившими в силу с
01.01.2014)

Документ предоставлен **КонсультантПлюс**

www.consultant.ru

Дата сохранения: 29.01.2014

СОВЕТ НАРОДНЫХ ДЕПУТАТОВ ГОРОДА ВЛАДИМИРА

РЕШЕНИЕ

от 18 февраля 2009 г. N 25

О "ПРАВИЛАХ УСТАНОВКИ И ЭКСПЛУАТАЦИИ СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДА ВЛАДИМИРА"

(в ред. решений Совета народных депутатов города Владимира от 16.09.2009 [N 177](#), от 24.03.2010 [N 37](#), от 24.03.2010 [N 38](#), от 22.06.2011 [N 82](#), от 23.12.2011 [N 236](#), от 22.02.2012 [N 25](#), от 19.12.2012 [N 291](#), от 30.01.2013 [N 3](#), от 31.07.2013 [N 142](#), от 27.11.2013 [N 228](#))

Рассмотрев представление главы города "О "Правилах установки и эксплуатации средств наружной рекламы и информации на территории города Владимира" и в соответствии со [ст. 26](#) Устава муниципального образования город Владимир Совет народных депутатов решил:

1. Утвердить "[Правила](#) установки и эксплуатации средств наружной рекламы и информации на территории города Владимира" согласно приложению.

2. Считать утратившими силу следующие решения Совета народных депутатов города Владимира:

от 23.05.2006 [N 116](#) "О "Методике расчета платы по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости и использования в рекламных целях транспортных средств";

от 22.11.2006 [N 281](#) "О внесении изменений в "Методику расчета платы по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости и использования в рекламных целях транспортных средств";

от 18.04.2007 [N 90](#) "О внесении изменений в "Методику расчета платы по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости и использования в рекламных целях транспортных средств";

от 20.06.2007 [N 126](#) "О внесении изменений в "Методику расчета платы по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости и использования в рекламных целях транспортных средств";

от 21.11.2007 [N 275](#) "О внесении изменений в "Методику расчета платы по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости и использования в рекламных целях транспортных средств";

от 20.02.2008 [N 22](#) "О внесении изменений в "Методику расчета платы по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости и использования в рекламных целях транспортных средств";

от 23.03.2006 [N 65](#) "О "Положении о порядке проведения торгов (конкурсов, аукционов) по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию объектов наружной рекламы и на размещение рекламы на транспорте";

от 29.06.2006 [N 158](#) "О внесении изменений и дополнений в "Положение о порядке организации и проведения торгов (конкурсов, аукционов) по продаже права на заключение договора аренды рекламного места на территории города Владимира";

от 28.09.2006 [N 226](#) "О внесении изменений в "Порядок организации и проведения торгов (конкурсов, аукционов) по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на территории города Владимира";

от 19.09.2007 [N 220](#) "О внесении изменений в решение Совета народных депутатов города Владимира от 23.03.2006 [N 65](#) "О "Положении о порядке организации и проведения торгов (конкурсов, аукционов) по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на территории города Владимира";

от 21.05.2008 [N 93](#) "О внесении изменений в "Положение о порядке проведения торгов (конкурсов, аукционов) по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию объектов наружной

рекламы и на размещение рекламы на транспорте".

3. Контроль за исполнением решения возложить на комитет по экономике, собственности, земельным отношениям, архитектуре и градостроительству (А.А. Андреев, С.Н. Киселев).

4. Настоящее решение подлежит официальному опубликованию в средствах массовой информации.

Глава города Владимира
А.П.РЫБАКОВ

Председатель Совета
народных депутатов
С.А.КРУГЛИКОВ

Приложение
к решению
Совета народных депутатов
города Владимира
от 18.02.2009 N 25

ПРАВИЛА УСТАНОВКИ И ЭКСПЛУАТАЦИИ СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДА ВЛАДИМИРА

(в ред. решений Совета народных депутатов города Владимира
от 16.09.2009 N 177, от 24.03.2010 N 37,
от 24.03.2010 N 38, от 22.06.2011 N 82,
от 23.12.2011 N 236, от 22.02.2012 N 25,
от 19.12.2012 N 291, от 30.01.2013 N 3,
от 31.07.2013 N 142, от 27.11.2013 N 228)

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Правила установки и эксплуатации средств наружной рекламы и информации в городе Владимире (далее - Правила) приняты в целях усиления контроля за процессом формирования благоприятной архитектурной и информационной городской среды, эксплуатацией средств наружной рекламы и информации, использованием имущества города Владимира в целях распространения наружной рекламы и информации.

1.2. Настоящие Правила разработаны в соответствии со следующими нормативными правовыми актами:

- Гражданским **кодексом** Российской Федерации;
- **Кодексом** Российской Федерации об административных правонарушениях;
- Федеральным **законом** от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе";
- Федеральным **законом** от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции";
- **Законом** РФ "О защите прав потребителей" от 07.02.1992 N 2300-1;
- Федеральным **законом** от 25.06.2002 N 73-ФЗ "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации";
- **постановлением** Госстроя РФ от 27.02.2003 N 27 "Об инструкции о порядке разработки, согласования, экспертизы и утверждения градостроительной документации";
- **Законом** Владимирской области от 14.02.2003 N 11-ОЗ "Об административных правонарушениях во Владимирской области";
- **решением** Владимирского городского Совета народных депутатов от 24.10.2002 N 170 "О новой редакции "Положения о порядке управления и распоряжения муниципальной собственностью города

Владимира".

1.3. Понятия, используемые в Правилах:

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

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 31.07.2013 N 142)

- рекламное место - часть здания, сооружения, территории, транспортного средства или иного объекта, используемая для размещения СНРИ;

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

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 31.07.2013 N 142)

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

- договор на размещение рекламы на муниципальном транспортном средстве - документ, дающий право разместить и эксплуатировать рекламоноситель на транспортном средстве;

- уполномоченные органы - структурные подразделения администрации города, муниципальные учреждения, в соответствии со своей компетенцией рассматривающие СНРИ и места их установки на соответствие требованиям законодательства о рекламе, нормативных правовых актов Владимирской области и муниципальных правовых актов города Владимира, проектных решений.

(абзац введен [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

2. СРЕДСТВА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ

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

(п. 2.1 в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 31.07.2013 N 142)

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

- отдельно стоящие, размещаемые на земельных участках;

- размещаемые на зданиях и сооружениях;

- абзац исключен. - [Решение](#) Совета народных депутатов города Владимира от 19.12.2012 N 291.

2.3. В зависимости от рекламной привлекательности мест размещения СНРИ территория города подразделяется на зоны рекламной ценности, которым присваивается коэффициент рекламной ценности в соответствии с [Перечнем](#) категорий зон рекламной ценности (приложение 1 к настоящим Правилам).

2.4. Отдельно стоящие СНРИ

2.4.1. Общие требования к отдельно стоящим СНРИ.

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

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

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

№ п/п	Тип отдельно стоящего рекламоносителя	Размер закрепленной территории, кв. м
-------	---------------------------------------	---------------------------------------

1.	Отдельно стоящие плоскостные рекламоносители большого формата - размер одной рекламной поверхности 3 (h) x 6 м	18
2.	Отдельно стоящие плоскостные рекламоносители малого или городского формата - размеры одной рекламной поверхности 2,6 (h) x 3,6 м	10
3.	Отдельно стоящие плоскостные рекламоносители малого или городского формата - размеры одной рекламной плоскости 1,8 (h) x 1,2 м	8
4.	Транспаранты-перетяжки на специальных опорах	12
5.	Объемно-пространственные рекламоносители	Размер закрепленной территории определяется расчетным путем

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

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

2.4.2. Щитовые конструкции.

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

2.4.2.2. Щитовые СНРИ выполняются, как правило, в двустороннем варианте.

СНРИ, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону.

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

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

2.4.3. Объемно-пространственные СНРИ - рекламные конструкции, у которых для распространения рекламной информации используется как объем, так и поверхность.

Данные объекты выполняются по индивидуальным проектам.

Площадь информационного поля объемно-пространственных объектов определяется расчетным путем.

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

2.4.4. Транспаранты-перетяжки.

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

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

Площадь информационного поля перетяжки определяется площадью двух ее сторон.

Транспаранты-перетяжки размещаются только в двухстороннем варианте.

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

Флаги могут устанавливаться на опорах освещения, зданиях и сооружениях.

Площадь информационного поля флага определяется площадью двух сторон его полотнища.

2.4.6. Штендеры - выносные щитовые конструкции для размещения обязательной информации, предназначенной для ознакомления потребителей с предлагаемыми товарами и услугами.

При использовании штендеров обязательны к исполнению следующие правила:

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

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

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

- штендеры должны располагаться не далее 5 метров от входа в организацию, предприятие вдоль фасада здания;

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

Запрещается использование штендеров:

- мешающих проходу пешеходов;

- при ширине тротуара в месте размещения менее 3 м;

- ориентированных на восприятие с проезжей части;

- путем размещения на газонах, клумбах, остановочных пунктах.

Не допускается:

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

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

Штендеры размещаются на основании согласования уполномоченного органа администрации города сроком на один год.

(п. 2.4.6 в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 31.07.2013 N 142)

2.5. СНРИ на зданиях и сооружениях

2.5.1. Общие требования к СНРИ на зданиях и сооружениях.

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

- высокий уровень технического исполнения;

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

- привязка к композиционным осям и ритмической организации фасада, соответствие логике архитектурного решения;

- сомасштабность месту расположения и архитектурно-пространственному окружению;

- согласованность в пределах фасада независимо от принадлежности объектов;

- соответствие условиям восприятия (визуальная доступность, читаемость);

- цветовая гармония с архитектурным фоном;

- приоритет мемориальных объектов (мемориальных досок, знаков и т.п.);

- безопасность для людей и для физического состояния архитектурных объектов;

- удобство эксплуатации и ремонта.

2.5.1.2. Конструкции СНРИ на зданиях и сооружениях должны обеспечивать:

- наименьшее число точек крепления и сопряжения;

- легкость монтажа и демонтажа;

- ремонтпригодность (возможность замены блоков, элементов подсветки и т.п.);

- безопасность эксплуатации и обслуживания.

2.5.1.3. Стилистика СНРИ должна соответствовать особенностям окружающего пространства:

- в зоне исторической застройки города стилистика СНРИ должна определяться архитектурно-художественными особенностями и масштабом фасадов исторических зданий и городских

пространств, носить сдержанный характер, подчеркивающий уникальные черты архитектурного фона;

- в районах массовой застройки оправдано подчеркнуто современное, акцентное решение СНРИ, отвечающее масштабу и характеру архитектурного окружения.

2.5.1.4. Цветовое решение СНРИ должно отвечать следующим требованиям:

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

Для металлических деталей СНРИ рекомендуются цвета:

- в исторической застройке: графит, темно-коричневый, темно-зеленый, патинированная бронза, темно-серый;

- в районах современной застройки: графит, серый, светлые нейтральные.

Запрещается:

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

2.5.2. Настенные панно.

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

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

2.5.2.2. Не допускается:

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

- размещение настенных панно без изображения;

- размещение настенных панно без согласования художественного и эстетического решения эскиза изображения уполномоченного органа;

(в ред. решения Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

- размещение настенных панно на фасадах, имеющих ненадлежащий вид;

- использование СНРИ вместо ремонта фасадов.

2.5.3. Крышные СНРИ.

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

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

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

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

Площадь информационного поля крышных СНРИ определяется по внешним габаритным размерам.

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

2.5.4. Кронштейны.

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

Типовые размеры кронштейнов, размещаемых на опорах электрических сетей:

- для магистральных улиц - 1,5 м (h) x 1,0 м;

- для дорог и улиц квартального значения - 1,5 (h) м x 1,0 м; 1,0 м (h) x 0,75 м.

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

Размеры кронштейнов, размещаемых на фасадах зданий, определяются архитектурными особенностями здания.

В целях безопасности в эксплуатации кронштейны должны быть установлены на высоте не менее 2,5

м над газонами и не менее 3,0 м - над тротуарами и пешеходными зонами.

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

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

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

2.5.5. СНРИ на остановках общественного транспорта - конструкции, размещаемые на застекленных и иных плоскостях остановочных павильонов.

Размещение СНРИ, устанавливаемых на остановках общественного транспорта, определяется конструкцией остановочного навеса и могут располагаться в плоскостях, параллельных и перпендикулярных проезжей части.

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

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

2.5.6. Маркизы.

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

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

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

2.5.7. СНРИ на ограждениях.

2.5.7.1. СНРИ на ограждениях - щитовые установки, коробка, тканевые панно и полотнища, размещаемые на временных или постоянных ограждениях (заборах).

СНРИ должны размещаться в пределах ограждений.

(абзац введен **решением** Совета народных депутатов города Владимира от 22.02.2012 N 25)

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

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

Высота рекламных конструкций должна быть одинакова в одном направлении.

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

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

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

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

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

По завершении строительства конструкции подлежат демонтажу в пятидневный срок.

Запрещается использовать строительные ограждения для нанесения рекламы краской.

2.5.7.3. СНРИ на пешеходных ограждениях (турникетах) - реклама, устанавливаемая на застекленной или иной плоскости пешеходных ограждений.

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

2.5.7.4. Запрещается размещение СНРИ на решетчатых ограждениях архитектурных ансамблей, парков, скверов, территорий промышленных предприятий, учреждений науки, культуры, образования, спортивных и торговых комплексов, АЗС, гаражей и автостоянок, а также строительных и производственных

площадок на основных магистралях города, кроме размещения установленной законодательством обязательной информации.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

2.5.7.5. Исключен. - [Решение](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82.

2.6. СНРИ на транспортных средствах

2.6.1. Размещение рекламных изображений на транспортных средствах не должно:

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

в любое время суток.

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

2.6.3. Запрещается использовать транспортные средства в качестве стационарных рекламных конструкций.

(подп. 2.6.3 введен [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира от 19.12.2012 N 291)

2.7. Информационное оформление предприятий и организаций по обслуживанию населения

2.7.1. Вывески.

2.7.1.1. Вывеской считается техническое средство стабильного территориального размещения, предназначенное для размещения обязательной информации:

- фирменное наименование (наименование) организации - для юридических лиц (например, ООО "Марс");

- организационно-правовая форма;

- ФИО - для индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность без образования юридического лица (например, ИП Иванов А.М.);

- место нахождения (адрес) и режим работы.

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

2.7.1.2. В дополнение к обязательной информации на вывеске допускается размещение информации, раскрывающей профиль предприятия (тип, специализация).

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

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

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 31.07.2013 N 142)

2.7.1.3. Тексты, содержащиеся на вывесках, должны выполняться на русском языке с использованием общепринятого написания слов (исключая зарегистрированные товарные знаки и знаки обслуживания, фирменные наименования, указанные в учредительных документах).

Исключение составляют предприятия сферы услуг, расположенные в исторической части города, информация о типе и специализации которых выполняется на русском и английском языках.

Недопустимо использование в текстах иностранных слов, выполненных русскими буквами, и наоборот, русских слов, выполненных латинскими буквами.

Используемые наименования объектов должны отвечать словообразовательным, произносительным и стилистическим нормам современного русского литературного языка.

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

2.7.1.5. Предприятия, осуществляющие свою деятельность с использованием игр, основанных на

риске или пари, вправе устанавливать и эксплуатировать при входе вывеску с указанием профиля предприятия.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 16.09.2009 N 177)

При этом должно быть исключено использование дополнительных технических устройств, изобразительных приемов и оборудования, усиливающих привлекательность данных предприятий для потенциальных клиентов (стробоскопы, светодинамические установки и т.д.), а также декоративных элементов.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 16.09.2009 N 177)

2.7.1.6. Конструктивно вывеска может состоять из нескольких неповторяющихся элементов: информационной таблички, предназначенной для размещения обязательной информации, и информационного элемента, предназначенного для размещения наименования организации (объекта, находящегося в данном помещении) и (или) профиля предприятия (организации).

2.7.1.7. Информационные элементы могут размещаться на внешних и внутренних элементах зданий, а также сооружениях и земельных участках, непосредственно прилегающих к месту нахождения предприятия (организации).

2.7.1.8. Информационная табличка должна располагаться рядом с входом в здание или помещение владельца вывески, информационный элемент - рядом с входом в здание или помещение или над окнами помещения, занимаемого владельцем вывески.

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

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

2.7.1.9. Крупные настенные вывески располагаются преимущественно между первым и вторым этажами, формируют основную горизонталь информационного поля фасада.

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

Малые консольные вывески предпочтительны в условиях ограниченной возможности восприятия настенных вывесок, располагаются между 1 - 2 этажами в пределах участка фасада, занимаемого владельцем, у входа в здание, а также у арки или угловой границы фасада (при размещении объекта вне пределов данного фасада не далее 50 м), имеют размеры не более 1,2 м по высоте, 0,5 м по ширине.

Вертикальные консольные вывески располагаются преимущественно в пределах одного этажа у боковых границ фасада. Размеры вертикальных консольных вывесок не более 3 м по высоте и 0,6 м по ширине, текстовая информация должна быть размещена по вертикали.

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

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

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

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

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

Договор на использование имущества, находящегося в собственности или в ведении муниципального образования город Владимир, для размещения вывески-стелы не заключается.

2.7.1.11. Вывески в витринах:

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

2.7.1.12. Вывески и рекламное оформление предприятий, находящихся в зданиях торговых и деловых центров с большим количеством собственников или арендаторов, должно размещаться в соответствии с единым проектом для конкретного здания, обеспечивающим художественное и стилистическое единство оформления фасада.

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

2.7.2. Витрины.

2.7.2.1. Витрины - остекленная часть фасадов зданий, предназначенная для размещения информации о товарах и услугах, реализуемых в данном предприятии.

Витрины делятся на три основных типа:

- ленточного типа по периметру фасада предприятия;
- изолированные друг от друга простенками зданий;
- полностью сливающиеся с интерьером помещения.

2.7.2.2. Витрины предприятий потребительского рынка и услуг оформляются образцами товарной продукции, товарно-декоративными, декоративными элементами, при необходимости с использованием текстов, раскрывающих потребительские свойства товаров или услуг, в соответствии с профилем предприятия и предложенными рекомендациями.

2.7.2.3. Витрины предприятий оформляются по праздничной тематике в соответствии с перечнем государственных праздников, памятных и значимых дат, других мероприятий, определяемых нормативными актами, обеспечиваются декоративными и световыми установками.

Предприятия с закрытыми витринными пространствами (или не имеющие их) оформляют по праздничной тематике вход в предприятие или фасад здания (по возможности).

2.7.2.4. Витрины предприятий оформляются с учетом фактора сезонности, при этом необходимо систематически обновлять экспозиции в витрине.

2.7.2.5. Не допускается:

- сплошное заклеивание внешнего остекления витрин;
- использование крупноформатных изобразительных элементов;
- доминирование текстов в оформлении витрин;
- неопрятный вид оформления витрины и остекления.

2.8. Знаки информирования участников дорожного движения

(введен [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 37)

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

Знаки информирования, соответствующие требованиям [ГОСТа Р 52044-2003](#) "Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения", разрешается устанавливать в зоне рекламной ценности 5.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

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

2.8.2. Совместно с информационными дорожными знаками индивидуального проектирования, утвержденными [ГОСТом Р 52290-2004](#) "Технические средства организации дорожного движения. Знаки дорожные. Общие технические требования", допускается размещать информацию об объектах притяжения участников дорожного движения в объеме допустимой пиктограммы согласно [ГОСТу Р 52044-2003](#).

2.9. Общие требования к СНРИ

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

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

Размещение СНРИ в пешеходных зонах должно быть согласовано со службами, производящими

уборку данных территорий.

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

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

2.9.4. В пределах городских территорий, исключая промышленные зоны, открытые межмагистральные пространства, въезды в город, запрещается установка отдельно стоящих СНРИ сверхбольшого формата.

2.9.5. Запрещается размещение всех видов СНРИ в охранных зонах памятников, входящих в перечни Всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО, федерального значения.

В случае размещения наружной рекламы на зданиях или сооружениях, относящихся к памятниками истории и культуры, не входящих в перечни Всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО, а также перечни федерального значения, необходимо согласование возможности размещения СНРИ на указанных объектах в Государственной инспекция по охране объектов культурного наследия Владимирской области.

2.9.6. В исторической части города не допускается:

- использование всех типов СНРИ больших форматов, а также настенных панно с рекламной информацией предприятий и организаций в дополнение к информации, содержащейся на вывесках и в витринах (перечень оказываемых услуг, ассортимент предлагаемой продукции и т.д.);

- размещение выносной рекламы (штендеров) - по ул. Б. Московская на участке от Театральной площади до Соборной площади, по ул. Гагарина - до пересечения с улицей 2-я Никольская, в том числе в открытых галереях зданий;

- использование СНРИ с активной пластикой, громоздких, нарочито стилизованных форм консолей и других вспомогательных элементов, темных насыщенных цветов в качестве фона вертикальных консольных СНРИ;

- использование рукописных шрифтов и рисованных фигур, диссонирующих с архитектурой фасада.

В границах исторического ядра предпочтительно бесфоновое решение малоформатных СНРИ, корректное по отношению к архитектуре фасадов.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Вид подключения определяет энергоснабжающая организация с учетом резерва мощности системы.

При размещении рекламных объектов в исторической застройке, в местах пешеходных переходов, остановочных комплексов, перекрестков, вблизи учреждений и предприятий, на площадях, магистралях и

проезжей части различного значения следует предусматривать подземную кабельную прокладку электрических сетей.

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

Обязательно наличие подсветки СНРИ и витрин при их размещении в зонах рекламной ценности 1 и 2. Исключение могут составлять СНРИ, подсветка которых технически затруднена или нецелесообразна (транспаранты-перетяжки, флаговые композиции, маркизы).

Включение подсветки СНРИ и витрин должно осуществляться в соответствии с графиком включения уличного освещения.

В случае подключения СНРИ к сети уличного освещения сумма оплаты за потребленную электроэнергию определяется расчетным путем на основании суточного графика включения и отключения сетей наружного освещения города Владимира, утвержденного в установленном порядке.

2.9.9. Материалы, используемые при изготовлении СНРИ, должны:

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

При изготовлении СНРИ не допускается:

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

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

2.9.10. Монтаж СНРИ осуществляется при наличии разрешительной и проектной документации.

Владелец СНРИ несет ответственность за соблюдение правил безопасности при его монтаже в соответствии с законодательством.

2.9.11. До начала установки СНРИ организация-заказчик на выполнение монтажных работ обязана оформить ордер на производство земляных работ в соответствии с установленным порядком.

2.9.12. При наличии отступлений от проекта или несоответствия места фактического размещения СНРИ территориальному размещению, указанному в разрешительной документации, рекламораспространитель обязан устранить выявленные нарушения по предписанию контролирующих органов.

2.9.13. При установке отдельно стоящих СНРИ обязательно присутствие представителей управления наружной рекламы и информации (далее - УНРИ) и организаций, согласовавших размещение конструкции, при установке СНРИ на зданиях и сооружениях - представителя собственника здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется СНРИ, или лица, уполномоченного собственником.

2.9.14. Благоустройство места установки СНРИ производится каждый раз после его монтажа и демонтажа за счет средств лица, на имя которого оформлена разрешительная документация на установку СНРИ, в сроки от момента начала работ не более:

- двух суток - на улицах и магистралях 1 и 2 категорий зон рекламной ценности;
- трех суток - на улицах 3 и 4 категории зон рекламной ценности;
- пяти суток - на улицах 5 категории зон рекламной ценности.

С момента начала работ по установке СНРИ (демонтажу) и благоустройству и до их завершения место производства работ должно быть обозначено любым способом (табличка "Ведутся работы", лента и т.п.).

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

2.9.15. Границы территории, подлежащей благоустройству, сроки, порядок, формы и объемы благоустройства определяются в соответствии с требованиями к производству земляных работ и санитарному содержанию территории, установленными на территории города Владимира.

2.9.16. При установке (демонтаже) СНРИ недопустимы повреждения цветников, деревьев и кустарников.

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

Снос существующих зеленых насаждений производится в соответствии с установленным порядком.

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

2.9.18. Все СНРИ, за исключением вывесок, витрин, а также панно на зданиях, сооружениях с площадью информационной поверхности менее 1 кв. м, должны иметь маркировку с обозначением собственника/владельца рекламной (нерекламной) конструкции, номера разрешения, согласования на основании которых рекламные (нерекламные) конструкции установлены.

(п. 2.9.18 в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 31.07.2013 N 142)

3. РАЗРЕШИТЕЛЬНАЯ ДОКУМЕНТАЦИИ НА РАЗМЕЩЕНИЕ СНРИ И ОФОРМЛЕНИЕ ВИТРИН

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

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

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 31.07.2013 N 142)

- для информационных объектов и витрин - согласование уполномоченного органа администрации города.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

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

3.2. Разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее - разрешение) выдается администрацией города Владимира.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 31.07.2013 N 142)

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

Порядок оформления разрешительной документации устанавливается администрацией города Владимира.

3.3. В случае изменения места размещения или площади информационного поля СНРИ действующий договор прекращает свое действие.

Заключение нового договора осуществляется с соблюдением процедуры торгов.

(п. 3.3 в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 37)

3.4. Сроки договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, в случае присоединения их к имуществу, находящемуся в собственности или в ведении муниципального образования город Владимир, устанавливаются в конкурсной документации о торгах уполномоченным лицом по подготовке и заключению договоров в зависимости от типа и вида рекламной конструкции, применяемых технологий демонстрации рекламы, в границах предельных сроков, определенных на территории Владимирской области. Исключения составляют договоры на установку временных рекламных конструкций, срок размещения которых обусловлен их функциональным назначением и местом установки (строительные сетки, ограждения строительных площадок, спортивных площадок, территорий парков и скверов, мест торговли и иных подобных мест, другие аналогичные технические средства, на зданиях, находящихся в состоянии строительства, реконструкции или ремонта) и составляет не более чем двенадцать месяцев.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 27.11.2013 N 228)

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

По окончании срока действия договора обязательства сторон по договору прекращаются.

3.5. Утратил силу. - [Решение](#) Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 37.

3.6. Размещение СНРИ на стенах, крышах и иных элементах многоквартирных жилых домов, управляемых товариществами собственников жилья, жилищными или иными специализированными потребительскими кооперативами, управляющими организациями или непосредственно собственниками помещений в многоквартирном доме, производится в соответствии с договорами, заключаемыми рекламодателями и указанными организациями, если данные организации уполномочены

собственниками предоставлять в пользование или ограниченное пользование часть общего имущества.

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

Средства по договору поступают на счета организаций, заключивших договор на установку СНРИ.

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

3.8. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объекте, находящемся в собственности или в ведении муниципального образования город Владимир.

3.8.1. Если рекламное место, на котором предполагается установить рекламную конструкцию, является частью недвижимого имущества, находящегося в собственности или в ведении муниципального образования город Владимир, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее - договор) на данном рекламном месте заключается по результатам торгов, порядок организации и проведения которых определяется "[Положением](#) о порядке проведения торгов (конкурсов, аукционов) по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и на размещение рекламы на муниципальных транспортных средствах" (приложение 2 к настоящим Правилам). (в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.02.2012 N 25)

3.8.2. Уполномоченным лицом по подготовке и заключению договоров в случае присоединения их к имуществу, находящемуся в собственности или в ведении муниципального образования город Владимир, является управление наружной рекламы и информации (далее - УНРИ).

3.8.3. В случае присоединения рекламных конструкций к объектам недвижимости, находящимся в собственности муниципального образования город Владимир и переданным другим лицам на праве хозяйственного ведения или праве оперативного управления, договор заключается между УНРИ, лицом, обладающим правом хозяйственного ведения или правом оперативного управления на такое имущество, и рекламораспространителем с соблюдением требований, установленных [пунктом 3.8.1](#) настоящих Правил.

В случае присоединения рекламных конструкций к объектам недвижимости, находящимся в собственности или в ведении муниципального образования город Владимир и переданным другим лицам на праве аренды, договор заключается между лицом, обладающим правом аренды на такое недвижимое имущество, и рекламораспространителем с соблюдением требований, установленных [пунктом 3.8.1](#) настоящих Правил.

(п. 3.8.3 в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.02.2012 N 25)

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

(п. 3.8.4 в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 31.07.2013 N 142)

3.8.5. Порядок производства платежей, связанных с размещением рекламных конструкций в случае присоединения их к объектам недвижимости, находящимся в собственности или в ведении муниципального образования город Владимир, определяется [приложением 3](#) к настоящим Правилам.

(п. 3.8.5 в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.02.2012 N 25)

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

3.8.7. Размещение рекламы на муниципальных транспортных средствах осуществляется на основании договора на размещение рекламы на муниципальном транспортном средстве, заключаемого между рекламодателем или рекламораспространителем и лицом, уполномоченным администрацией города, либо лицом, обладающим правом хозяйственного ведения или оперативного управления в отношении муниципального транспортного средства.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.02.2012 N 25)

Право на заключение договора на размещение рекламы на муниципальных транспортных средствах предоставляется по итогам торгов, порядок организации и проведения которых определяется "[Положением](#) о порядке проведения торгов (конкурсов, аукционов) по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и на размещение рекламы на муниципальных транспортных средствах" (приложение 2 к настоящим Правилам).

(в ред. [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.02.2012 N 25)

По истечении срока действия договора на размещение рекламы на муниципальных транспортных средствах новый договор заключается через процедуру торгов.

(в ред. [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.02.2012 N 25)

Абзацы четвертый - пятый исключены. - [Решение](#) Совета народных депутатов города Владимира от 19.12.2012 N 291.

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

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

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

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

(п. 3.9 введен [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира от 16.09.2009 N 177)

3.10. Управление наружной рекламы и информации администрации города ведет реестр СНРИ, размещенных на территории города, а также определяет состав сведений, подлежащих включению в реестр.

Сведения о регистрационном номере, типе, владельце, месте и сроке размещения СНРИ подлежат опубликованию на официальном сайте органов местного самоуправления города Владимира.

(подп. 3.10 введен [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

4. ТРЕБОВАНИЯ К СНРИ В ПЕРИОД ЭКСПЛУАТАЦИИ

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

Владелец СНРИ и/или витрины обязан:

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

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

- своевременно производить текущий ремонт СНРИ и витрин;

- содержать в надлежащем состоянии прилегающую к СНРИ территорию в радиусе 5 м от опоры (опор) рекламоносителя (не допускать наличия мусора, регулярно производить покос травы - если конструкция располагается на газоне, и уборку снега - если конструкция располагается в местах уборки снега);

- своевременно очищать от грязи и пыли, а в зимнее время - от запотевания и замерзания витрины и межвитринное пространство;

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

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

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

Обследование включает:

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

- контрольный расчет несущей способности конструкции.

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

4.3. УНРИ может назначить контрольное обследование СНРИ по своей инициативе. Основанием для контрольного обследования может служить профилактическое обследование с целью исключения аварийных ситуаций, обследование в связи с обращением в УНРИ организаций и должностных лиц в ходе выполнения ими своих функциональных обязанностей, выявленные признаки несоответствия СНРИ требованиям СНиП, ведомственных актов или разрешения на установку и эксплуатацию.

4.4. Владелец СНРИ обязан устранять в месячный срок (а при аварийной ситуации - немедленно) недостатки, указанные в заключениях по результатам обследований.

Если СНРИ оказывается в ситуации, представляющей угрозу нанесения вреда имуществу юридических и физических лиц, здоровью граждан, нормальному функционированию объектов городского хозяйства, владелец СНРИ обязан по первому требованию должностных лиц соответствующих служб предпринять необходимые меры (вплоть до демонтажа СНРИ), предотвращающие данную угрозу.
(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 16.09.2009 N 177)

УНРИ в экстренных случаях имеет право предпринимать действия, направленные на предотвращение угрозы нанесения вреда СНРИ, оказавшемся в аварийной ситуации, привлекая к выполнению данных действий третьих лиц. В этих случаях владелец СНРИ обязан оплатить услуги третьих лиц по ликвидации аварийной ситуации.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 16.09.2009 N 177)

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

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

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

При смене экспозиций или ремонте витрин витринные стекла фасада здания должны быть закрыты драпировочными материалами, щитами в едином стиле, иметь опрятный внешний вид.

Эстетически устаревшие СНРИ и витрины подлежат замене.

5. ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СНРИ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ ИНФОРМАЦИИ

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

5.1. Порядок размещения социальной рекламы от лица администрации города Владимира.

5.1.1. Размещение социальной рекламы от лица администрации города Владимира производится в соответствии с тематическим планом информационной поддержки социально значимых событий, общественно-политических, культурно-массовых и спортивных мероприятий (далее - тематический план) средствами наружной рекламы.

5.1.2. Тематический план разрабатывается администрацией города и включает в себя информацию о тематической направленности социальной рекламы, примерный объем ее размещения, иную информацию.

5.1.3. В случае размещения социальной рекламы, включенной в тематический план, на СНРИ, присоединенном к имуществу, находящемуся в собственности или в ведении муниципального образования город Владимир, платежи по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции корректируются в соответствии с "[Методикой](#) расчета платы по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в собственности или в ведении муниципального образования город Владимир".

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

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

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

5.2.2. СНРИ, предназначенные для размещения печатных материалов и находящиеся в муниципальной собственности, передаются по договору пользования организациям и индивидуальным предпринимателям, оказывающим услуги по размещению печатных материалов, на условиях открытого конкурса.

Порядок организации и проведения конкурса определяется "[Положением](#) о порядке проведения конкурса на заключение договора пользования муниципальными конструкциями для размещения печатных рекламно-информационных материалов" (приложение 4 к настоящим Правилам).

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

Самостоятельное размещение нерекламных объявлений недопустимо.

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

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

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

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

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

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

6. ТРЕБОВАНИЯ УПОЛНОМОЧЕННЫХ ОРГАНОВ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ ПОРЯДКА РАЗМЕЩЕНИЯ И СОДЕРЖАНИЯ СНРИ

(в ред. решения Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

6.1. Уполномоченные органы проверяют:

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

6.2. За незаконное размещение СНРИ, размещение печатных материалов в неустановленных местах, нарушение требований, предъявляемых к содержанию СНРИ, имущества, к которому присоединяются

СНРИ и/или на котором размещаются печатные материалы, юридические, должностные и физические лица (в том числе индивидуальные предприниматели) несут ответственность в соответствии с [Законом Владимирской области от 14.02.2003 N 11-ОЗ "Об административных правонарушениях во Владимирской области"](#).

Приложение 1
к Правилам
установки и эксплуатации
средств наружной рекламы
и информации на территории
города Владимира

ПЕРЕЧЕНЬ КАТЕГОРИЙ ЗОН РЕКЛАМНОЙ ЦЕННОСТИ

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

Категория зоны	Наименования магистралей, улиц, площадей	Коэффициент Крц		
1.	Основные транспортные магистрали и примыкающие к ним улицы, площади и т.п., содержащие наружную рекламу, хорошо просматриваемую с основных магистралей	2,0		
	<table border="0"><tr><td style="vertical-align: top;"><ul style="list-style-type: none">- Большая Московская ул.;- Большая Нижегородская ул.;- Верхняя Дуброва ул.;- Гоголя ул. (здания на Театральной площади);- Горького ул.;- Дворянская ул.;- Добросельская ул.;- Ленина пр.;- Московское шоссе;- Мира ул.</td><td style="vertical-align: top;"><ul style="list-style-type: none">- Октябрьский пр.;- Строителей пр. (включая площадь адмирала Лазарева);- Студеная Гора ул.;- Суздальский пр.;- Усти-на-Лабе ул. (территория, прилегающая к площади Фрунзе);- Чайковского ул.;- ФАД М-7 (в пределах границ г. Владимира)</td></tr></table>	<ul style="list-style-type: none">- Большая Московская ул.;- Большая Нижегородская ул.;- Верхняя Дуброва ул.;- Гоголя ул. (здания на Театральной площади);- Горького ул.;- Дворянская ул.;- Добросельская ул.;- Ленина пр.;- Московское шоссе;- Мира ул.	<ul style="list-style-type: none">- Октябрьский пр.;- Строителей пр. (включая площадь адмирала Лазарева);- Студеная Гора ул.;- Суздальский пр.;- Усти-на-Лабе ул. (территория, прилегающая к площади Фрунзе);- Чайковского ул.;- ФАД М-7 (в пределах границ г. Владимира)	
<ul style="list-style-type: none">- Большая Московская ул.;- Большая Нижегородская ул.;- Верхняя Дуброва ул.;- Гоголя ул. (здания на Театральной площади);- Горького ул.;- Дворянская ул.;- Добросельская ул.;- Ленина пр.;- Московское шоссе;- Мира ул.	<ul style="list-style-type: none">- Октябрьский пр.;- Строителей пр. (включая площадь адмирала Лазарева);- Студеная Гора ул.;- Суздальский пр.;- Усти-на-Лабе ул. (территория, прилегающая к площади Фрунзе);- Чайковского ул.;- ФАД М-7 (в пределах границ г. Владимира)			
2.	Основные транспортные магистрали и примыкающие к ним улицы, площади и т.п., содержащие наружную рекламу, хорошо просматриваемую с основных магистралей	1,8		
	<table border="0"><tr><td style="vertical-align: top;"><ul style="list-style-type: none">- Безыменского ул.;- Вокзальная пл.;- Гагарина ул.;- Девическая ул.;- Дзержинского ул.;- Егорова ул.;- Ерофеевский спуск</td><td style="vertical-align: top;"><ul style="list-style-type: none">- Комиссарова ул.;- Куйбышева ул.;- Ноябрьская ул.;- Октябрьский пр.;- Судогодское шоссе;- Рокадная дорога;- Тракторная ул.</td></tr></table>	<ul style="list-style-type: none">- Безыменского ул.;- Вокзальная пл.;- Гагарина ул.;- Девическая ул.;- Дзержинского ул.;- Егорова ул.;- Ерофеевский спуск	<ul style="list-style-type: none">- Комиссарова ул.;- Куйбышева ул.;- Ноябрьская ул.;- Октябрьский пр.;- Судогодское шоссе;- Рокадная дорога;- Тракторная ул.	
<ul style="list-style-type: none">- Безыменского ул.;- Вокзальная пл.;- Гагарина ул.;- Девическая ул.;- Дзержинского ул.;- Егорова ул.;- Ерофеевский спуск	<ul style="list-style-type: none">- Комиссарова ул.;- Куйбышева ул.;- Ноябрьская ул.;- Октябрьский пр.;- Судогодское шоссе;- Рокадная дорога;- Тракторная ул.			
3.	Основные транспортные магистрали и примыкающие к ним улицы, площади и т.п., содержащие наружную рекламу, хорошо просматриваемую с основных магистралей	1,5		

	<ul style="list-style-type: none"> - Балакирева ул.; - Батурина ул.; - 850-летия ул.; - Вокзальная ул.; - Диктора Левитана ул.; - Кирова ул.; - Красноармейская ул.; - Музейная ул. 	<ul style="list-style-type: none"> - Луначарского ул.; - Мещерская ул.; - 1-я Никольская ул.; - 1-я Пионерская ул.; - Передний Боровок ул.; - Полины Осипенко ул.; - Почаевская ул.; - Усти-на-Лабе ул.; - 16 лет Октября ул. 	
4.	Основные транспортные магистрали и примыкающие к ним улицы, площади и т.п., содержащие наружную рекламу, хорошо просматриваемую с основных магистралей		1,2
	<ul style="list-style-type: none"> - Белоконской ул.; - Белякова ул.; - Благоднравова ул.; - Василисина ул.; - Гастелло ул.; - Гоголя ул.; - Княгининская ул.; - Нижняя Дуброва ул.; - Пичугина ул. 	<ul style="list-style-type: none"> - Разина ул.; - Растопчина ул.; - Северная ул.; - Соколова-Соколенка ул.; - Ставровская ул.; - Чапаева ул.; - Юбилейная ул.; - Юрьевская ул. 	
5.	Прочие территории и улицы		1,0

Приложение 2
 к Правилам
 установки и эксплуатации
 средств наружной рекламы
 и информации на территории
 города Владимира

**ПОЛОЖЕНИЕ
 О ПОРЯДКЕ ПРОВЕДЕНИЯ ТОРГОВ (КОНКУРСОВ, АУКЦИОНОВ) ПО
 ПРОДАЖЕ ПРАВА НА ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДОГОВОРА НА УСТАНОВКУ И
 ЭКСПЛУАТАЦИЮ РЕКЛАМНОЙ КОНСТРУКЦИИ И НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ
 НА МУНИЦИПАЛЬНЫХ ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВАХ**

(в ред. решений Совета народных депутатов города Владимира
 от 16.09.2009 N 177, от 24.03.2010 N 37,
 от 24.03.2010 N 38, от 22.06.2011 N 82,
 от 23.12.2011 N 236, от 22.02.2012 N 25,
 от 19.12.2012 N 291, от 30.01.2013 N 3)

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее "Положение о порядке проведения торгов (конкурсов, аукционов) по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и на размещение рекламы на муниципальных транспортных средствах" (далее по тексту - Положение) определяет порядок организации и проведения торгов по продаже прав на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в собственности или в ведении муниципального образования город Владимир, а также договоров на размещение рекламы на муниципальных транспортных средствах.

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

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

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

1.4. При проведении торгов не допускается:

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

(в ред. **решения** Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

- необоснованное ограничение доступа к участию в торгах.

2. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

2.1. В Положении используются следующие понятия:

- предмет торгов - право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объекте недвижимости, находящимся в собственности или в ведении муниципального образования город Владимир, или договоров на размещение рекламы на муниципальных транспортных средствах (далее - право на заключение договора);

- организатор торгов (далее по тексту - Организатор) - администрация города в лице управления наружной рекламы и информации администрации города Владимира;

(в ред. **решения** Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

- абзац исключен. - **Решение** Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38;

- Конкурсная (аукционная) комиссия (далее по тексту - Конкурсная комиссия) - коллегиальный орган, действующий на основании настоящего Положения и уполномоченный проводить торги по продаже права на заключение договора;

- Претендент - хозяйствующий субъект любой формы собственности (физическое или юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющий предпринимательскую деятельность без образования юридического лица), подавший в соответствии с настоящим Положением заявку о намерении участвовать в торгах;

(в ред. **решения** Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 37)

- Победитель торгов - лицо, предложившее наиболее высокую цену в случае проведения аукциона или предложившее лучшие конкурсные условия в случае проведения конкурса;

- конкурсная документация - комплект документов, содержащий информацию о предмете торгов и условиях их проведения;

(в ред. **решения** Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

- начальная цена лота в случае проведения торгов в форме аукциона - это минимальная цена предмета торгов, по которой Организатор торгов готов продать лот;

(в ред. **решения** Совета народных депутатов города Владимира от 30.01.2013 N 3)

- начальные конкурсные условия в случае проведения торгов в форме конкурса - это начальный объем обязательств, состоящий из минимальной цены предмета торгов и дополнительных как фиксированных, так и минимальных количественных и/или качественных обременений, устанавливаемых конкурсной документацией, за реализацию которых Организатор готов продать лот.

(абзац введен **решением** Совета народных депутатов города Владимира от 30.01.2013 N 3)

Минимальная цена предмета торгов определяется в размере удвоенной составляющей годовой платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, учитывающей особенности рекламной конструкции и места ее размещения, рассчитанной в соответствии с "**Методикой** расчета платы по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в собственности или в ведении муниципального образования город Владимир" без применения коэффициентов Ks, Kсоц (кроме видеозэкранов), Kти, Kтк.

(абзац введен **решением** Совета народных депутатов города Владимира от 30.01.2013 N 3)

Минимальная цена предмета торгов при продаже прав на заключение договора на размещение

рекламы на муниципальном транспорте определяется по формуле:
(абзац введен [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира от 30.01.2013 N 3)

$Цлт = Сд \times \text{Амин} \times S + \text{НДС}$, где:
(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 19.12.2012 N 291)

Сд - срок действия договора на размещение рекламы на муниципальном транспорте;
(абзац введен [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира от 19.12.2012 N 291)

Цлт - начальная цена лота, руб.;

Амин - базовая ставка платы по договорам, руб. х кв. м/год, устанавливается Советом народных депутатов;

S - суммарная площадь фрагментов бортов транспортного средства, пригодных для размещения рекламы, кв. м;

(в ред. решений Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38, от 22.06.2011 N 82, от 23.12.2011 N 236, от 22.02.2012 N 25)

- "шаг аукциона" - величина повышения начальной цены лота. "Шаг аукциона" устанавливается в размере пяти процентов начальной (минимальной) цены лота, указанной в извещении о проведении аукциона;

(абзац введен [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира от 23.12.2011 N 236)

- задаток - денежная сумма, вносимая в качестве обеспечения заявки на участие в торгах (далее - задаток). Размер задатка по каждому лоту, выставляемому на торги, устанавливается в размере от 25% до 100% начальной цены лота или начальных конкурсных условий.

3. ПОЛНОМОЧИЯ ОРГАНИЗАТОРА, КОНКУРСНОЙ КОМИССИИ (в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

3.1. При продаже права на заключение договора Организатор:

- формирует лоты, выставляемые на торги;
- определяет форму торгов (аукцион или конкурс) и дату их проведения;
- разрабатывает условия проведения торгов;
- осуществляет материально-техническое обеспечение работы Конкурсной комиссии;
- организует составление и опубликование информационного сообщения (извещения) о проведении и итогах торгов;
- определяет время и место проведения торгов в рамках назначенной даты торгов;
- принимает от Претендентов заявки для участия в торгах и прилагаемые к ним документы, ведет журнал приема заявок;
- назначает аукциониста;
- дает разъяснения по конкурсной документации;
- хранит протоколы и иную документацию Конкурсной комиссии;
- подписывает протокол по результатам торгов (итоговый протокол);
- передает Победителю торгов соответствующую разрешительную документацию, удостоверяющую купленное им право на заключение договора;
- утверждает акт о выполнении Победителем конкурсных условий, подписанный Конкурсной комиссией;
- осуществляет учет обязательств Победителей торгов, определенных договорами, и контроль их исполнения;
- принимает от Победителей торгов отчетные документы, подтверждающие выполнение обязательств;
- ведет учет договоров, заключенных по результатам торгов;
- проводит проверку документов, представляемых Победителями торгов, в подтверждение выполнения условий торгов, а также проверку фактического исполнения условий торгов в месте расположения проверяемых объектов;
- принимает предусмотренные законодательством Российской Федерации и договором меры воздействия, направленные на устранение нарушений и обеспечение выполнения условий проведения

торгов;

- выступает истцом и ответчиком в суде по искам, поданным по итогам торгов;
- осуществляет иные функции, возложенные на Организатора торгов настоящим Положением.

(п. 3.1 в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

3.2. Конкурсная комиссия:

- абзац исключен. - [Решение](#) Совета народных депутатов города Владимира от 23.12.2011 N 236;
- определяет Победителя торгов на основании критериев, установленных настоящим Положением и конкурсной документацией;

- осуществляет проверку фактического исполнения обязательств, принятых на себя Победителем торгов согласно условиям проведения торгов на основании представленных Победителем торгов отчетных документов, принимает соответствующие решения:

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

а) о признании торгов недействительными:

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

- если Победитель торгов не выполнил обязательства, включенные в условия торгов по конкретному лоту, по причинам, не зависящим от Победителя торгов (отказ уполномоченных органов в согласовании места размещения рекламной конструкции, изменение градостроительной ситуации).

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

Средства, внесенные Победителем торгов, подлежат возврату;

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

- если Победитель торгов не выполнил обязательства, включенные в условия торгов по конкретному лоту, по причине своей недобросовестности.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

Средства, внесенные Победителем торгов, возврату не подлежат;

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

б) о выполнении Победителем торгов обязательств, включенных в условия торгов;

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

- осуществляет иные функции, возложенные на Конкурсную комиссию настоящим Положением.

Персональный состав Конкурсной комиссии, председатель и заместитель председателя комиссии утверждаются администрацией города.

(в ред. [решений](#) Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38, от 22.06.2011 N 82)

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

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

При равенстве голосов голос председателя комиссии является решающим.

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

3.3. Исключен. - [Решение](#) Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38.

4. КОНКУРСНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

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

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

4.2. В конкурсную документацию включаются следующие документы:

- конкурсные условия, содержащие следующие сведения:

форма проведения торгов (конкурс, аукцион);

наименование предмета торгов;

описание рекламной конструкции;

начальная цена лота;

шаг аукциона - в случае проведения торгов в форме аукциона;

обязательства Победителя торгов по реализации результатов торгов и сроки их выполнения;

размер, сроки и порядок внесения задатка;

место и срок приема заявок на участие в торгах;
информация о месте и времени проведения и подведении итогов торгов;
место нахождения и контактный телефон Организатора торгов;

(в ред. решения Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

- сведения о рекламном месте;
- образец заявки на участие в торгах;
- перечень и требования к документам, которые должны быть приложены к заявке;
- проект договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

По решению Организатора торгов в состав конкурсной документации могут включаться иные документы.

4.3. Сведения о рекламном месте в конкурсную документацию включаются в следующем составе:

- фотомонтаж рекламной конструкции с привязкой к рекламному месту, выполненный в формате не менее чем А4.

В случае нетипового проекта рекламной конструкции, которую предполагается разместить на указанном месте, на фотомонтаже может быть отображено концептуальное решение рекламной конструкции;

- топоплан местности (масштаб 1:500, формат листа А3 или А4) с точным указанием предполагаемого рекламного места;

- иная информация, относящаяся к рекламной конструкции или к месту ее установки.

4.4. Рекламное место, указанное в конкурсной документации, может быть согласовано уполномоченными органами и инженерными службами как в полном объеме, так и частично.

В зависимости от полноты согласований рекламных мест, представленных в конкурсной документации, определяются сроки и порядок оплаты купленного права, которые указываются в конкурсной документации.

4.5. В качестве критериев определения Победителя торгов устанавливаются:

- максимальная цена лота, предложенная одним из участников торгов, если торги проводятся в форме аукциона;

- наилучшие конкурсные условия, предложенные одним из участников торгов, если торги проводятся в форме конкурса.

4.6. Исключен. - Решение Совета народных депутатов города Владимира от 22.02.2012 N 25.

5. ТОРГИ И ИЗВЕЩЕНИЕ ОБ ИХ ПРОВЕДЕНИИ

5.1. На торги выставляется право на заключение договора.

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

Решение о составе лота принимает Организатор торгов.

5.2. Торги (конкурс, аукцион) проводятся при наличии не менее двух участников по предмету торгов (по каждому лоту).

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

При наличии одной заявки на участие в торгах по отдельному лоту, торги признаются несостоявшимися, и Претенденту, оказавшемуся единственным участником торгов, предоставляется право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламоносителя на предложенных им условиях, при условии соблюдении требований, установленных действующим законодательством и конкурсными условиями.

5.3. Организатор торгов не менее чем за 30 дней до даты проведения торгов публикует извещение о проведении торгов по продаже права на заключение договора на официальном Интернет-сервере органов местного самоуправления города Владимира "Город Владимир" www.vladimir-city.ru.

(в ред. решений Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38, от 19.12.2012 N 291)

5.4. Извещение о торгах должно содержать следующие обязательные сведения:

- дата, время, место проведения торгов;
- форма проведения торгов (конкурс, аукцион);
- предмет торгов;
- начальная цена по каждому лоту;
- шаг аукциона - в случае проведения торгов в форме аукциона;

- срок подачи заявок на участие в торгах;
- размер, сроки и порядок внесения задатка;
- порядок проведения торгов;
- критерии определения Победителя торгов;
- срок заключения договора;
- номер контактного телефона и местонахождение Организатора торгов.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

5.5. Организатор торгов при изменении предмета торгов, начальных конкурсных условий или цены лота и других существенных сведений, содержащихся в информационном сообщении о торгах, вправе:

- внести изменение в извещение;
- снять с торгов любой лот без объявления причин;
- отказаться от проведения торгов.

Изменения должны быть опубликованы при проведении аукциона - не позднее чем за три дня до наступления даты его проведения, конкурса - не позднее чем за тридцать дней до проведения конкурса.

Организатор торгов имеет право без внесения изменений в извещение изменить только место и время проведения торгов, о чем участники торгов извещаются письменно или телефонограммой.

(подп. 5.5 в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

5.6. Организатор торгов несет ответственность за достоверность публикуемой информации.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

6. ПРЕТЕНДЕНТЫ И УЧАСТНИКИ ТОРГОВ

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 23.12.2011 N 236)

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

Заявка на участие в торгах должна содержать:

а) сведения и документы о лице, подавшем такую заявку:

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

- копия учредительных документов заявителя (для юридических лиц), заверенная печатью юридического лица и подписанная руководителем юридического лица или лицом, должным образом уполномоченным. В случае если указанная копия не заверена заявителем надлежащим образом, представленная копия учредительных документов заверяется печатью Организатора торгов и подписью Организатора торгов при предоставлении при этом оригинала учредительных документов;

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 19.12.2012 N 291)

- копия документа, удостоверяющего личность (для физических лиц). Копия представленного документа заверяется печатью Организатора торгов и подписью Организатора торгов при предоставлении при этом оригинала документа, удостоверяющего личность заявителя;

- реквизиты расчетного счета банка (для физических лиц);

- абзац исключен. - [Решение](#) Совета народных депутатов города Владимира от 19.12.2012 N 291;

- полученная не ранее чем за шесть месяцев до даты опубликования извещения о проведении торгов выписка из Единого государственного реестра юридических лиц или нотариально заверенная копия такой выписки - для юридических лиц, полученная не ранее чем за шесть месяцев до даты опубликования извещения о проведении торгов выписка из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей или нотариально заверенная копия такой выписки - для индивидуальных предпринимателей;

- документ, подтверждающий полномочия лица на осуществление действий от имени заявителя - юридического лица (копия документа о назначении или об избрании руководителя юридического лица на должность, в соответствии с которым такой руководитель обладает правом действовать от имени юридического лица без доверенности).

Если от имени заявителя действует иное лицо, заявка на участие в торгах должна содержать также

доверенность на право участия в торгах и подписания необходимых документов от имени заявителя, заверенную печатью заявителя и подписанную руководителем заявителя (для юридических лиц) или уполномоченным этим руководителем лицом, либо нотариально заверенную копию такой доверенности. Если указанная доверенность подписана лицом, уполномоченным руководителем заявителя, заявка на участие в торгах должна содержать также документ, подтверждающий полномочия такого лица.

Если заявитель не ранее шести месяцев, предшествующих подаче заявки, предоставлял Организатору торгов указанные в настоящем подпункте документы в составе заявки на участие в ранее состоявшихся торгах, повторное их предоставление не требуется за исключением случаев, когда в такие документы и сведения с момента их последнего предоставления вносились изменения;
(абзац введен [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира от 19.12.2012 N 291)

б) документы или копии документов, подтверждающих соответствие заявителей установленным требованиям и условиям допуска к участию в торгах:

- документы или заверенные в установленном порядке копии документов, подтверждающие внесение денежных средств в качестве обеспечения заявки на участие в торгах (задаток);

- документы, подтверждающие отсутствие задолженности по начисленным налогам, сборам и иным обязательным платежам в бюджеты любого уровня, полученные не ранее чем за шесть месяцев до даты опубликования извещения о проведении торгов.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 19.12.2012 N 291)

Заявка должна содержать перечень прилагаемых к ней документов.

Требовать от заявителей иные не предусмотренные [пунктом 6.1](#) настоящего Положения документы и сведения не допускается.

6.2. При проведении торгов в форме конкурса лицо, желающее участвовать в конкурсе, представляет в комиссию в день проведения торгов запечатанный конверт с конкурсными предложениями, сформированными в соответствии с условиями торгов по каждому лоту.

6.3. При получении заявки на участие в конкурсе, поданной в форме электронного документа, заверенного электронно-цифровой подписью (ЭЦП), Организатор торгов обязан подтвердить в письменной форме или в форме электронного документа ее получение в течение одного рабочего дня со дня получения такой заявки.

6.4. Предложения участника торгов должны быть конкретными и иметь срок реализации, который устанавливается по соглашению между Победителем торгов и Организатором и закрепляется в итоговом протоколе и договоре.

6.5. Предложения Претендента оформляются в печатном виде на русском языке, с указанием номера лота (лотов), заверяются подписью и печатью Претендента.

Цена указывается числом и прописью.

6.6. Участником торгов не вправе быть лицо:

- находящееся в стадии ликвидации - для юридического лица;

- в отношении которого проводится процедура банкротства - для юридического лица, индивидуального предпринимателя;

- деятельность которого приостановлена в порядке, предусмотренном [Кодексом](#) Российской Федерации об административных правонарушениях, на день рассмотрения заявки на участие в торгах;

- у которого имеются задолженности по начисленным налогам, сборам и иным обязательным платежам в бюджеты любого уровня;

- имеющее на территории города Владимира рекламные конструкции, разрешения на размещение и эксплуатацию которых аннулированы или признаны недействительными и демонтаж которых не произведен в установленный законом срок, а также рекламные конструкции, срок размещения которых истек и размещение которых на новый срок не предполагается;

- занимающее преимущественное положение в сфере распространения наружной рекламы на момент подачи заявки на участие в торгах.

Преимущественным положением лица в сфере распространения наружной рекламы на территории города Владимира признается положение лица, при котором его доля в этой сфере на территории города Владимира превышает тридцать пять процентов (за исключением случаев, если на территории города Владимира установлено не более чем десять рекламных конструкций). Доля лица в сфере распространения наружной рекламы определяется в соответствии с законодательством.

7. ПОДАЧА И ПРИЕМ ЗАЯВОК

7.1. Организатор торгов осуществляет прием заявок на участие в торгах в сроки, указанные в извещении. При этом датой начала срока подачи заявки на участие в торгах является день, следующий за днем официального опубликования информации о торгах на официальном Интернет-сервере органов местного самоуправления города Владимира "Город Владимир" www.vladimir-city.ru.

(в ред. решений Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38, от 19.12.2012 N 291)

Срок подачи заявок должен составлять не менее чем двадцать дней.

(в ред. решения Совета народных депутатов города Владимира от 23.12.2011 N 236)

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

(в ред. решения Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

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

(в ред. решения Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

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

(в ред. решения Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

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

(в ред. решения Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

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

(в ред. решения Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

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

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

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

(в ред. решения Совета народных депутатов города Владимира от 23.12.2011 N 236)

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

7.7. В случае выявления несоответствия:

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

- информации о количестве общей площади информационных полей рекламных конструкций и других сведений, предоставленных Претендентами торгов, данным соответствующих уполномоченных служб, заявка вместе с описью, на которой делается отметка о принятии документов с указанием основания отказа, возвращается заинтересованному лицу или его полномочному представителю под расписку.

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

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

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

(в ред. решения Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

Отзыв заявки регистрируется в журнале приема заявок.

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

(в ред. решения Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

7.12. Подведение итогов приема заявок, определение участников торгов, рассмотрение предложений участников конкурса и подведение итогов торгов осуществляются Конкурсной комиссией в сроки, определенные настоящим Положением, если иное не указано в конкурсной документации.

7.13. Конкурсная комиссия рассматривает заявки на соответствие их требованиям настоящего Положения и условиям торгов.

На основании результатов рассмотрения заявок оформляется протокол допуска к участию в торгах, который подписывается всеми присутствующими на заседании членами Конкурсной комиссии.

Претендент не допускается к участию в торгах в случаях:

- 1) наличия в документах, приложенных к заявке, недостоверных сведений о Претенденте;
- 2) Претендент занимает преимущественное положение в сфере распространения наружной рекламы;
- 3) несоответствия заявки на участие в торгах требованиям настоящего Положения и документации о торгах;
- 4) наличия решения о ликвидации Претендента - юридического лица;
- 5) наличия решения арбитражного суда о признании Претендента - юридического лица, индивидуального предпринимателя банкротом и об открытии конкурсного производства;
- 6) приостановления деятельности Претендента в порядке, предусмотренном [Кодексом](#) Российской Федерации об административных правонарушениях, на день рассмотрения заявки на участие в торгах;
- 7) наличия задолженности по начисленным налогам, сборам и иным обязательным платежам в бюджеты любого уровня;
- 8) наличия у Претендента на территории города Владимира рекламных конструкций, разрешения на размещение и эксплуатацию которых аннулированы или признаны недействительными и демонтаж которых не произведен в установленный законом срок, а также рекламные конструкции, срок размещения которых истек и размещение которых на новый срок не предполагается.

Претенденты, не допущенные к участию в торгах, уведомляются о принятом решении до проведения торгов с указанием причин отказа.

(п. 7.13 введен [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира от 23.12.2011 N 236)

7.14. Претендент приобретает статус участника торгов с момента оформления Конкурсной комиссией протокола о допуске Претендентов к участию в торгах.

В случае проведения торгов в форме аукциона в протоколе о признании Претендентов участниками торгов указываются аукционные номера Претендентов.

(п. 7.14 введен [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира от 23.12.2011 N 236)

8. ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ ТОРГОВ

8.1. Перед началом торгов Претенденты проходят регистрацию у Организатора торгов.
(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

Основанием для регистрации является журнал регистрации заявок и наличие документа, удостоверяющего личность участника, и документа, подтверждающего его полномочия.

При проведении аукциона во время регистрации участнику выдается аукционная карточка с номером.

8.2. Если на основании результатов рассмотрения заявок на участие в торгах принято решение об отказе в допуске к участию в торгах всем подавшим заявки или о допуске к участию в торгах только одного участника, торги признаются несостоявшимися.

(п. 8.2 в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 23.12.2011 N 236)

8.3. Если к участию в торгах допущен один участник, право на заключение договора предоставляется единственному участнику торгов при соблюдении требований, установленных действующим законодательством и условиями торгов:

- на предложенных единственным участником условиях - в случае проведения торгов в форме конкурса;

- по начальной цене лота - в случае проведения торгов в форме аукциона.

(п. 8.3 в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 23.12.2011 N 236)

8.4. Торги регулируются Конкурсной комиссией и ведутся аукционистом - в случае проведения аукциона.

Все споры и разногласия, возникшие в ходе торгов, решаются Конкурсной комиссией, ее решение является окончательным.

Конкурсная комиссия вправе в ходе торгов изменить шаг аукциона, объявив об этом участникам аукциона.

8.5. Аукцион, открытый по форме подачи предложений о цене лота, проводится в следующем порядке.

Аукцион начинается с объявления Конкурсной комиссией об открытии аукциона.

Торги по каждому лоту начинаются с оглашения аукционистом номера лота, его наименования, краткой характеристики, начальной цены лота, шага аукциона, а также количества участников торгов по данному лоту.

После оглашения аукционистом начальной цены продажи участникам аукциона предлагается заявить эту цену путем поднятия аукционных карточек. Если после троекратного объявления начальной цены продажи ни один из участников аукциона не поднял аукционную карточку, аукцион признается несостоявшимся по данному лоту.

Поднятие аукционной карточки означает безусловное и безотзывное согласие участника купить выставленный на торги лот по объявленной аукционистом цене.

После заявления участниками аукциона начальной цены аукционист предлагает участникам аукциона заявлять свои предложения по цене продажи, превышающей начальную цену.

Каждое последующее поднятие аукционной карточки участниками означает согласие приобрести лот по цене, превышающей последнюю названную цену на шаг аукциона.

Аукционист называет номер карточки участника аукциона, который первым заявил начальную или последующую цену, указывает на этого участника и объявляет заявленную цену как цену продажи. При отсутствии предложений со стороны иных участников аукциона аукционист повторяет эту цену три раза. Если до третьего повторения заявленной цены ни один из участников аукциона не поднял аукционную карточку и не заявил последующую цену, аукцион завершается.

По завершении аукциона аукционист объявляет о продаже права, называет его продажную цену и аукционный номер Победителя торгов.

Цена продажи, предложенная Победителем торгов, заносится в протокол об итогах аукциона.

Победителем торгов признается участник, аукционный номер которого и заявленная им цена были названы аукционистом последними.

8.6. Конкурс проводится в следующем порядке:

Организатор торгов принимает предложения от участников конкурса, которые пожелали представить их непосредственно перед началом проведения конкурса.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

Организатор торгов разъясняет участникам конкурса их право на представление других предложений непосредственно до начала проведения конкурса.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

На конкурсе рассматривается предложение, которое участник конкурса подал последним.

Перед вскрытием запечатанных конвертов с предложениями проверяется их целостность, что фиксируется в протоколе о результатах торгов.

При вскрытии конвертов и оглашении предложений помимо участника конкурса, предложение которого рассматривается, могут присутствовать остальные участники конкурса или их представители, имеющие доверенность.

Конкурсная комиссия рассматривает предложения участников конкурса и определяет Победителя конкурса в сроки, указанные в конкурсной документации, но не более десяти дней со дня подписания протокола допуска к участию в конкурсе.

При равенстве предложений по цене лота Конкурсная комиссия вправе принимать во внимание дополнительные конкурсные предложения, содержащиеся в заявке.

При отсутствии дополнительных предложений лучшей конкурсной заявкой в этом случае считается заявка, поданная первой.

Конкурсные предложения Претендентов ниже начальных не рассматриваются.

Победителем торгов признается участник конкурса, предложивший лучшие конкурсные условия.

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

(подп. 8.7 введен [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

9. ОФОРМЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ТОРГОВ

9.1. Результаты проведения торгов оформляются итоговым протоколом, который подписывается Организатором, всеми членами Конкурсной комиссии, аукционистом - в случае проведения торгов в форме

аукциона, и Победителем торгов в день подведения итогов торгов в 2 экземплярах, имеющих одинаковую силу, один из которых передается Победителю торгов, второй - направляется на хранение Организатору торгов.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

По каждому лоту оформляется отдельный протокол, в котором отражаются:

- список членов комиссии - участников заседания;
- предмет торгов и его основные характеристики;
- наименование и адреса участников торгов;
- результаты торгов с указанием цены права на заключение договора, предложенной Победителем;
- Победитель торгов с занесением в протокол его юридического адреса и иных реквизитов;
- порядок реализации результатов торгов;

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.02.2012 N 25)

- абзац исключен. - [Решение](#) Совета народных депутатов города Владимира от 23.12.2011 N 236;

- принятые Победителем обязательства и порядок их исполнения, периодичность и форма представления отчетных документов, конечный срок выполнения условий конкурса в целом с приложением всех необходимых документов;

- иные обстоятельства по ходу заседания, требующие отражения в протоколе.

Итоговый протокол является основанием для заключения договора.

9.2. При отсутствии заявок на участие в торгах протокол о признании торгов несостоявшимся составляется в одном экземпляре, подписывается Организатором и всеми членами Конкурсной комиссии и хранится у Организатора торгов.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 38)

9.3. В случае, если Победитель торгов в форме конкурса уклоняется от подписания итогового протокола, то подписание итогового протокола осуществляется с участником конкурса, предложения которого признаны лучшими после Победителя конкурса, на условиях, предложенных этим участником конкурса, но не ниже указанных в конкурсной документации.

В случае, если Победитель торгов в форме аукциона уклоняется от подписания итогового протокола, то аукцион признается недействительным.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

Задаток Победителю торгов, уклонившемуся от подписания итогового протокола или договора, не возвращается.

9.4. Информация о результатах торгов публикуется на официальном Интернет-сервере органов местного самоуправления города Владимира "Город Владимир" www.vladimir-city.ru, в месячный срок со дня подписания итогового протокола.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 19.12.2012 N 291)

Информация включает в себя:

- а) наименование Организатора торгов;
- в) имя (наименование) Победителя торгов;
- г) местоположение (адрес) рекламного места.

9.5. Порядок оплаты купленного права определяется [приложением 3](#) к настоящим Правилам.

(п. 9.5 в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.02.2012 N 25)

9.6. Если по результатам проведения торгов (конкурса, аукциона) лицо, оказавшееся Победителем торгов, приобретает преимущественное положение в сфере распространения наружной рекламы, данные результаты являются недействительными. Задаток лицу, оказавшемуся Победителем торгов, не возвращается.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

10. ПРИЗНАНИЕ ТОРГОВ НЕСОСТОЯВШИМИСЯ

10.1. Торги (конкурс, аукцион) по каждому выставленному предмету торгов признаются несостоявшимися в случае, если:

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

б) на основании результатов рассмотрения заявок на участие в конкурсе принято решение об отказе в допуске к участию в конкурсе всех участников конкурса, подавших заявки на участие в конкурсе;

- в) в Конкурсную комиссию не поступило ни одного предложения, отвечающего условиям конкурса;
- г) ни один из участников торгов при проведении торгов в форме аукциона после троекратного объявления начальной цены продажи не поднял карточку;
- д) ни один из участников торгов при проведении конкурса или аукциона в соответствии с решением Организатора торгов не был признан Победителем торгов;
- е) Победитель торгов в форме аукциона уклонился от подписания итогового протокола о результатах торгов, заключения договора.

11. РАЗРЕШЕНИЕ СПОРОВ

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

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

Приложение 3
к Правилам
установки и эксплуатации
средств наружной рекламы
и информации на территории
города Владимира

МЕТОДИКА РАСЧЕТА ПЛАТЫ ПО ДОГОВОРАМ НА УСТАНОВКУ И ЭКСПЛУАТАЦИЮ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ НА ОБЪЕКТАХ НЕДВИЖИМОСТИ, НАХОДЯЩИХСЯ В СОБСТВЕННОСТИ ИЛИ В ВЕДЕНИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОД ВЛАДИМИР

(в ред. решений Совета народных депутатов города Владимира
от 16.09.2009 N 177, от 24.03.2010 N 37,
от 22.06.2011 N 82, от 22.02.2012 N 25,
от 19.12.2012 N 291)

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

2. Плата по договору, заключаемому управлением наружной рекламы и информации (далее - УНРИ), рассчитывается на каждый календарный год по формуле:

$Пит = Пд + Пт$, где:

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

Пт - составляющая платежа, руб./год, определяемая по результатам торгов, рассчитывается в соответствии с [пунктом 4](#).

Средства по договору поступают на расчетный счет УНРИ и после уплаты НДС в полном объеме зачисляются в бюджет города".

(п. 2 введен [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.02.2012 N 25)

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

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.02.2012 N 25)

$ПД = \text{Амин} \times S \times \text{Крц} \times \text{Ks} \times \text{Кнр} \times \text{Ксоц} \times \text{Кси} \times \text{Кти} \times \text{Ктк} + \text{НДС, руб./год.}$

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

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

Крц - коэффициент зоны рекламной ценности территории города (определяется в соответствии с [приложением 2](#) к Правилам установки и эксплуатации средств наружной рекламы и информации на территории города Владимира).

Ks - коэффициент, определяемый размером информационного поля рекламной конструкции:

Ks = 0,5, если 90 кв. м < S < 150 кв. м;

Ks = 0,2, если S >= 150 кв. м;

Ks = 1,0 - для остальных конструкций.

Кнр - коэффициент, определяемый назначением рекламных конструкций:

Кнр = 1,05 - для отдельно стоящих рекламных конструкций, предназначенных для оказания услуг по распространению рекламы;

Кнр = 1,0 - для остальных рекламных конструкций.

Ксоц - коэффициент использования рекламных конструкций под размещение социальной рекламы:

Ксоц = 1 - для всех видов рекламных конструкций, кроме видеозэкранов.

Для видеозэкранов:

Ксоц = 0,75, если одновременно экспонируется один социальный видеоролик;

Ксоц = 0,50, если одновременно экспонируются два социальных видеоролика;

Ксоц = 0,25, если одновременно экспонируются три социальных видеоролика.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 24.03.2010 N 37)

В случае использования рекламных конструкций, кроме видеозэкранов, для размещения социальной рекламы плата по договору уменьшается на величину Псоц, рассчитываемую по формуле:

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

$Псоц = ПД / 365 \times \text{Днсоц}$, где

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

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

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.06.2011 N 82)

Кси - коэффициент, определяемый способом исполнения поверхности для размещения изображения:

Кси = 10 - для видеозэкранов;

Кси = 4 - для роллерных поверхностей;

Кси = 2 - для призматронов;

Кси = 1 - для рекламных конструкций, не использующих динамическую смену изображения.

Кти - коэффициент, определяемый типом информации, размещаемой на рекламной конструкции;

Кти = 0 - для рекламных конструкций, которые предназначены исключительно для размещения социальной рекламы, а также объявлений юридических и физических лиц, включая афиши;

Кти = 1 - для остальных рекламных конструкций.

Ктк - коэффициент, определяемый наличием преимущественно социальной функции у рекламной конструкции;

Ктк = 0 - для рекламных скамеек и остановок общественного транспорта, размещаемых как рекламные объекты;

Ктк = 1,0 - для остальных рекламных конструкций.

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

$Пт = \text{Ки} \times \text{Цл} / \text{Сд}$, где:

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

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

Ки - коэффициент роста платежа.

В первый год действия договора Ки равен 1, в последующие годы равен прогнозируемому коэффициенту инфляции (индексу потребительских цен), определяемому Минэкономразвития России.
(п. 4 введен [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.02.2012 N 25)

5. В случае присоединения рекламных конструкций к объектам недвижимости, находящимся в собственности или в ведении муниципального образования город Владимир и переданным другим лицам на праве аренды, платеж, определенный в результате торгов по продаже прав на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, зачисляется в бюджет города через расчетный счет УНРИ в порядке, установленном [пунктом 4](#) настоящего приложения. Порядок производства платежей устанавливается договором о реализации результатов торгов между организатором торгов и лицом, приобретшим право на заключение договора.

В случае размещения рекламы на муниципальном транспорте плата по договору на размещение рекламы на муниципальном транспорте определяется по результатам торгов по продаже прав на заключение договора на размещение рекламы на муниципальном транспортном средстве и равна стоимости лота, приходящейся на одно транспортное средство.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 19.12.2012 N 291)

(п. 5 введен [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира от 22.02.2012 N 25)

Приложение 4
к Правилам
установки и эксплуатации средств
наружной рекламы и информации
на территории города Владимира

ПОЛОЖЕНИЕ
О ПОРЯДКЕ ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРСА НА ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДОГОВОРА
ПОЛЬЗОВАНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫМИ КОНСТРУКЦИЯМИ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ
ПЕЧАТНЫХ РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ

(введено [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира
от 22.06.2011 N 82;

в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира
от 19.12.2012 N 291)

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение о порядке проведения конкурса на заключение договора пользования муниципальными конструкциями для размещения печатных рекламно-информационных материалов (далее - Положение) определяет порядок организации и проведения конкурса на заключение договора пользования муниципальными конструкциями для размещения печатных рекламно-информационных материалов (далее - СНРИ).

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

1.3. Конкурсы, проводимые на основании данного Положения, являются открытыми по составу участников.

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

1.4. При проведении конкурса не допускается:

- создание преимущественных условий, в том числе предоставление доступа к конфиденциальной информации, для участия отдельного лица или группы лиц;
- осуществление организатором конкурса 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 конкурсе.

2. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

2.1. В Положении используются следующие понятия:

- предмет конкурса - право на заключение договора пользования муниципальными СНРИ (далее - право на заключение договора пользования);
- организатор конкурса (далее по тексту - Организатор) - администрация города в лице управления наружной рекламы и информации администрации города;
- Конкурсная комиссия - коллегиальный орган, действующий на основании настоящего Положения и уполномоченный проводить конкурс по продаже права на заключение договора пользования;
- Претендент - хозяйствующий субъект любой формы собственности (юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющий предпринимательскую деятельность без образования юридического лица), подавший в соответствии с настоящим Положением заявку о намерении участвовать в конкурсе;
- Победитель конкурса - лицо, предложившее лучшие конкурсные условия;
- конкурсная документация - комплект документов, содержащий информацию о предмете конкурса и условиях его проведения;
- начальные конкурсные условия - условия, содержащие минимальные качественные или количественные показатели, на которых Организатор конкурса готов заключить договор пользования.

По решению Организатора в начальные конкурсные условия могут включаться обязательства победителя по ремонту и содержанию передаваемых СНРИ, изготовлению по согласованным проектам и установке новых СНРИ, по оказанию услуг по размещению информационных материалов по заявкам администрации города.

3. ПОЛНОМОЧИЯ ОРГАНИЗАТОРА, КОНКУРСНОЙ КОМИССИИ

3.1. Организатор конкурса:

- разрабатывает конкурсную документацию, в том числе определяет начальные условия конкурса;
- определяет время и место проведения конкурса в рамках назначенной даты конкурса;
- организует составление и опубликование информационного сообщения (извещения) о проведении конкурса, об изменении условий и предмета конкурса, об итогах конкурса и прочее;
- принимает от Претендентов заявки для участия в конкурсе и прилагаемые к ним документы, ведет журнал приема заявок;
- дает разъяснения по конкурсной документации;
- хранит протоколы и иную документацию Конкурсной комиссии;
- подписывает протокол по результатам конкурса (итоговый протокол) и заключает договор с Победителем по результатам конкурса;
- утверждает акт о выполнении Победителем условий конкурса, подписанный Конкурсной комиссией;
- в целях обеспечения эффективного контроля исполнения условий конкурса:
 - а) проводит проверки документов, представляемых лицами, выигравшими конкурс, в подтверждение выполнения условий конкурса, а также проверки фактического исполнения условий конкурса;
 - б) принимает предусмотренные законодательством Российской Федерации и договором пользования меры воздействия, направленные на устранение нарушений и обеспечение выполнения условий конкурса;
- осуществляет материально-техническое обеспечение работы Конкурсной комиссии;
- выступает истцом и ответчиком в суде по искам, связанным с итогами конкурсов;
- осуществляет иные функции, возложенные на Организатора конкурса настоящим Положением.

3.2. Конкурсная комиссия:

- определяет Победителя конкурса на основании критериев, установленных настоящим Положением и конкурсной документацией;
- осуществляет проверку фактического исполнения условий конкурса на основании представленного Победителем конкурса сводного (итогового) отчета и подписывает акт о выполнении конкурсных условий Победителем конкурса;
- осуществляет иные функции, возложенные на Конкурсную комиссию настоящим Положением.

Персональный состав Конкурсной комиссии, председатель и заместитель председателя комиссии утверждаются распоряжением администрации города.

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

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

При равенстве голосов голос председателя комиссии является решающим.

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

4. КОНКУРС И ИЗВЕЩЕНИЕ О ЕГО ПРОВЕДЕНИИ

4.1. На конкурс выставляется право на заключение договора пользования.

4.2. Организатор конкурса не менее чем за 30 дней до даты проведения конкурса публикует извещение о проведении конкурса на официальном Интернет-сервере органов местного самоуправления города Владимира "Город Владимир" www.vladimir-city.ru.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 19.12.2012 N 291)

4.3. Извещение о конкурсе должно содержать следующие обязательные сведения:

- дату, время, место проведения конкурса;
- предмет конкурса;
- начальные конкурсные предложения;
- срок подачи заявок на участие в конкурсе;
- порядок проведения конкурса;
- условия определения лица, выигравшего конкурс;
- срок заключения договора пользования;
- номер контактного телефона и местонахождение Организатора конкурса.

4.4. Организатор конкурса при изменении предмета конкурса, начальных конкурсных условий и других существенных сведений, содержащихся в информационном сообщении, вправе:

- внести изменение в извещение;
- снять с конкурса любой лот без объявления причин;
- отказаться от проведения конкурса.

Изменения в извещение должны быть опубликованы не позднее чем за тридцать дней до проведения конкурса.

Организатор конкурса имеет право без внесения изменений в извещение изменить только место и время проведения конкурса, о чем участники конкурса извещаются письменно или телефонограммой.

4.5. Организатор конкурса несет ответственность за достоверность публикуемой информации.

5. ПРЕТЕНДЕНТЫ И УЧАСТНИКИ КОНКУРСА

5.1. Лицо, желающее участвовать в конкурсе, представляет через Организатора конкурса в Конкурсную комиссию заявку на участие в конкурсе по форме, разработанной Организатором конкурса, не позднее даты, указанной в извещении о проведении конкурса.

К заявке юридических лиц прилагаются следующие документы:

- а) копия учредительных документов;
- б) свидетельство о регистрации в Едином государственном реестре юридических лиц;
- в) документ, удостоверяющий полномочия заявителя.

Индивидуальные предприниматели представляют копию свидетельства о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя.

Заявка должна содержать перечень прилагаемых к ней документов.

5.2. Лицо, желающее участвовать в конкурсе, представляет в Конкурсную комиссию в день проведения конкурса запечатанный конверт с конкурсными предложениями, сформулированными в соответствии с требованиями конкурсной документации.

5.3. Во время конкурса могут быть представлены альтернативные предложения, существенно улучшающие начальные конкурсные условия или содержащие дополнительные обязательства Претендента.

Конкурсные и альтернативные предложения должны быть конкретными и иметь сроки реализации, которые закрепляются в договоре пользования.

5.4. Предложения Претендента оформляются в печатном виде на русском языке, заверяются подписью и печатью Претендента.

6. КОНКУРСНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

6.1. Лицо, желающее стать участником конкурса, имеет право ознакомиться с установленным порядком проведения конкурса, утвержденной конкурсной и иной документацией о проведении конкурса, а Организатор обязан обеспечить ему возможность ознакомления с этими документами.

6.2. Конкурсная документация должна содержать следующие обязательные сведения:

- конкурсные условия;
- наименование предмета конкурса;
- информацию о месте и времени проведения и подведения итогов конкурса;
- сведения о конструкциях, предлагаемых для расклеивания, местах их нахождения;
- сведения об Организаторе конкурса;
- критерии, по которым будет определяться Победитель конкурса;
- образец заявки на участие в конкурсе;
- перечень и требования к документам, которые должны быть приложены к заявке;
- место и срок приема заявок и прилагаемых к ним документов;
- дату, место и время заседания Конкурсной комиссии, на котором будет производиться вскрытие конвертов с предложениями участников конкурса;
- проект договора пользования между лицом, выигравшим конкурс, и Организатором конкурса;
- начальные конкурсные условия.

6.3. Конкурсная документация по решению Организатора может содержать дополнительные сведения.

6.4. Критериями оценки конкурсных предложений участников конкурса являются:

- качественные и количественные показатели по позициям, включенным в конкурсные условия;
- дополнительные обязательства, принимаемые Претендентом по отношению к обязательствам, включенным в начальные конкурсные условия;
- сроки исполнения дополнительных обязательств;
- социальная значимость предлагаемых дополнительных обязательств;
- цена предмета конкурса.

7. ПОДАЧА И ПРИЕМ ЗАЯВОК

7.1. Организатор конкурса осуществляет прием заявок на участие в конкурсе в сроки, указанные в извещении. При этом датой начала срока подачи заявки на участие в конкурсе является день, следующий за днем официального опубликования информации о конкурсе на официальном Интернет-сервере органов местного самоуправления города Владимира "Город Владимир" www.vladimir-city.ru.
(в ред. решения Совета народных депутатов города Владимира от 19.12.2012 N 291)

7.2. Заявка на участие в конкурсе подается Организатору заинтересованным лицом лично либо его уполномоченным представителем.

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

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

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

7.5. Организатор конкурса отказывает в приеме заявки в следующих случаях:

- а) заявка подается до начала или по истечении срока приема заявок, указанного в извещении о проведении конкурса;
- б) заявка подается лицом, не уполномоченным действовать от имени Претендента;

в) представлены не все документы, указанные в [разделе 5](#) настоящего Положения;

г) представленные документы оформлены с нарушением требований, предусмотренных настоящим Положением.

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

7.7. В случае выявления несоответствия представленных заинтересованным лицом документов требованиям законодательства Российской Федерации и перечню, опубликованному в информационном сообщении о проведении конкурса, заявка вместе с описанием, на которой делается отметка о принятии документов с указанием основания отказа, возвращается заинтересованному лицу или его полномочному представителю под расписку.

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

7.9. Один Претендент имеет право подать только одну заявку на участие в конкурсе по каждому лоту.

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

Отзыв заявки регистрируется в журнале приема заявок.

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

7.12. Подведение итогов приема заявок, определение участников конкурса, рассмотрение предложений участников конкурса и подведение итогов осуществляются Конкурсной комиссией в день проведения торгов, указанный в информационном сообщении, если в конкурсной документации и информационном сообщении не указано иное.

7.13. Претенденты, не допущенные к участию в конкурсе, уведомляются о принятом решении до проведения конкурса с указанием причин отказа.

8. ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРСА

8.1. Перед началом конкурса Претенденты проходят регистрацию у Организатора конкурса. Основанием для регистрации является журнал регистрации заявок и наличие документа, удостоверяющего личность участника, и документа, подтверждающего его полномочия.

Претендент приобретает статус участника конкурса с момента оформления Конкурсной комиссией протокола о признании Претендентов участниками конкурса.

8.2. Конкурс регулируется Конкурсной комиссией. Все споры и разногласия, возникшие в ходе конкурса, разрешаются Конкурсной комиссией, ее решение является окончательным.

8.3. Конкурс проводится в следующем порядке:

а) Организатор конкурса принимает предложения от участников конкурса, которые пожелали представить их непосредственно перед началом проведения конкурса.

Организатор конкурса разъясняет участникам их право на представление других предложений непосредственно до начала проведения конкурса.

На торгах рассматривается предложение, которое участник конкурса подал последним;

б) перед вскрытием запечатанных конвертов с предложениями Организатор конкурса проверяет их целостность, что фиксируется в протоколе о результатах конкурса.

При вскрытии конвертов и оглашении предложений помимо участника конкурса, предложение которого рассматривается, могут присутствовать остальные участники конкурса или их представители, имеющие доверенность.

Предложения должны быть изложены на русском языке и подписаны участником конкурса (его представителем).

Предложения, содержащие конкурсные предложения ниже начальных, не рассматриваются.

Дата оглашения результатов конкурса определяется Конкурсной комиссией в день проведения конкурса;

в) результаты проведения конкурса оформляются протоколом, который подписывается Организатором конкурса и лицом, выигравшим конкурс, в 2 экземплярах, имеющих одинаковую силу, один

из которых после утверждения протокола передается лицу, выигравшему конкурс, второй остается у Организатора конкурса.

В случае признания конкурса несостоявшимся протокол об итогах конкурса составляется в день проведения конкурса в 1 экземпляре, который подписывается всеми присутствующими членами Конкурсной комиссии;

г) лицом, выигравшим конкурс, признается участник, предложивший лучшие конкурсные условия и наиболее соответствующий критериям определения Победителя.

Конкурс по выставленному предмету конкурса признается несостоявшимся в случаях, если:

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

б) ни один из участников конкурса в соответствии с решением Организатора конкурса не был признан лицом, выигравшим конкурс;

в) на основании результатов рассмотрения заявок на участие в конкурсе принято решение об отказе в допуске к участию в конкурсе подавших заявки на участие в конкурсе;

г) о допуске к участию в конкурсе и признании участником конкурса только одного участника. В таком случае право на заключение договора пользования предоставляется лицу, оказавшемуся единственным участником конкурса.

9. ОФОРМЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ КОНКУРСА

9.1. В итоговом протоколе указываются:

а) предмет конкурса;

б) предложения участников конкурса;

в) имя (наименование) лица, выигравшего конкурс (реквизиты юридического лица или паспортные данные гражданина);

г) периодичность и форма представления отчетных документов лицом, выигравшим конкурс (не чаще одного раза в месяц), срок подачи сводного (итогового) отчета о выполнении им условий конкурса в целом с приложением всех необходимых документов.

9.2. Протокол о результатах конкурса является основанием для заключения с лицом, выигравшим конкурс, договора пользования.

9.3. Информация о результатах конкурса публикуется на официальном Интернет-сервере органов местного самоуправления города Владимира "Город Владимир" www.vladimir-city.ru в месячный срок со дня подписания итогового протокола.

(в ред. [решения](#) Совета народных депутатов города Владимира от 19.12.2012 N 291)

Информация включает в себя:

а) наименование Организатора конкурса;

КонсультантПлюс: примечание.

Нумерация пунктов дана в соответствии с официальным текстом документа.

в) имя (наименование) Победителя конкурса;

г) предмет конкурса.

9.4. В случае, если Победитель конкурса уклоняется от подписания итогового протокола, подписание итогового протокола осуществляется с участником, предложения которого признаны лучшими после Победителя конкурса, на условиях, предложенных участником конкурса, но не ниже указанных в конкурсной документации.

9.5. Последствия уклонения лиц, выигравших конкурс, а также Организатора конкурса от подписания протокола, договора пользования определяются в соответствии с гражданским законодательством Российской Федерации.

10. РАЗРЕШЕНИЕ СПОРОВ

Споры по результатам конкурса рассматриваются по искам заинтересованных лиц в судебном порядке.