



Администрация Ковернинского муниципального
округа Нижегородской области

ПО С Т А Н О В Л Е Н И Е

01.07.2022

721

**Об утверждении Правил установки и эксплуатации рекламных и
информационных конструкций в Ковернинском муниципальном округе
Нижегородской области**

На основании Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» администрация Ковернинского муниципального округа Нижегородской области постановляет:

1. Утвердить прилагаемые Правила установки и эксплуатации рекламных и информационных конструкций в Ковернинском муниципальном округе Нижегородской области (далее – Правила).

2. Отменить:

- постановление от 15.01.2016 №21 «Об утверждении «Правил установки и эксплуатации рекламных и информационных конструкций в Ковернинском муниципальном районе Нижегородской области»;

- постановление от 05.06.2019 №390 «О внесении изменений в «Правила установки и эксплуатации рекламных и информационных конструкций в Ковернинском муниципальном районе Нижегородской области»;

3. ОКС администрации Ковернинского муниципального округа Нижегородской области обеспечить официальное опубликование постановления в газете «Ковернинские новости» и размещение его в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте администрации Ковернинского муниципального округа.

4. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на заведующего ОКС администрации Ковернинского округа Нижегородской области В.А. Антонова.

И.о. главы местного самоуправления

А.А. Васильев



Подлинник электронного документа, подписанного ЭП,
хранится в системе электронного документооборота

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат: 00F09B986DC4343150AC16452DCB7EE469
Кому выдан: Васильев Алексей Александрович
Действителен: с 06.04.2022 до 30.06.2023

УТВЕРЖДЕНЫ
Постановлением администрации Ковернинского
муниципального округа Нижегородской области
от _____ № _____

ПРАВИЛА
установки и эксплуатации рекламных и информационных конструкций
в Ковернинском муниципальном округе Нижегородской области

1. Общие положения

1.1. Правила установки и эксплуатации рекламных и информационных конструкций на территории Ковернинского муниципального округа Нижегородской области.

1.1.1. Правила установки и эксплуатации рекламных и информационных конструкций (далее - Правила) регулируют порядок распространения, установки и эксплуатации рекламных и информационных конструкций на территории Ковернинского муниципального округа, упорядочения мест для установки и эксплуатации рекламных и информационных конструкций, формирования принципов и условий, обеспечивающих равные права и открытые условия регламентирования для всех участников отрасли наружной рекламы, эффективного использования имущества муниципального образования Ковернинский муниципальный округ (далее — муниципальное имущество) в целях распространения наружной рекламы, а так же осуществления контроля за соблюдением установленных требований.

1.1.2. Правила разработаны на основании Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», Гражданского Кодекса Российской Федерации, Градостроительного кодекса Российской Федерации, Федерального закона от 1 июня 2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации», Федерального закона от 6 октября 2003 года N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Федерального закона от 25 июня 2002 года N 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации», Федерального закона от 7 февраля 1992 года N 2300-1 «О защите прав потребителей», Кодексом Нижегородской области об административных правонарушениях от 20 мая 2003 года N 34-3, ГОСТа 52290-2004 «Знаки дорожные. Общие технические требования», ГОСТа 52289-2004 «Правила применения дорожных знаков, разметок, светофоров, дорожных ограждений и направляющих устройств», ГОСТа 52004-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях сельских поселений».

1.1.3. Соблюдение настоящих Правил обязательно для всех физических и юридических лиц независимо от формы собственности, а также для индивидуальных предпринимателей при установке и эксплуатации рекламных конструкций и информационного оформления предприятий и организаций по обслуживанию населения в Ковернинском муниципальном округе.

1.2. В целях настоящих Правил используются следующие основные понятия:

1.2.3. **Информационная конструкция** – техническое средство стабильного территориального размещения, используемое в целях ориентирования граждан, справочного обслуживания, информирования населения, в том числе указатели улиц, указатели государственных и муниципальных органов, учреждений и организаций, вывески,

картографический материал и другие объекты, установленные на внешних стенах зданий и сооружений, на территории Ковернинского муниципального округа в местах их нахождения.

1.2.4. Площадь информационного поля рекламной конструкции – площадь части рекламной конструкции, предназначенной для распространения рекламы в виде рекламного сообщения или изображения, определяемая в соответствии с настоящими Правилами.

1.2.5. Договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций – договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, заключение которого предусмотрено ст.19 ФЗ «О рекламе» между владельцем рекламной конструкции и собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, либо с лицом, обладающим правом хозяйственного ведения, правом оперативного управления или иным вещным правом на такое недвижимое имущество, при наличии согласия собственника.

1.2.6. Договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях, ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности, земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, а также муниципальном недвижимом имуществе, закреплённом за другим лицом на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве (далее по тексту – Договор, Договоры) – договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, который заключается по результатам торгов между владельцем рекламной конструкции и лицом, имеющим право в соответствии с действующим законодательством и нормативно-правовыми актами муниципального образования Ковернинский муниципальный округ, заключать такой вид договора в отношении муниципального имущества, земельных участков, государственная собственность на которые не разграничена, а также муниципального недвижимого имущества, закреплённого за другим лицом на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве.

1.2.7. Схема размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования Ковернинский муниципальный округ – схематичное отображение точных мест установки рекламных и информационных конструкций (типов, размеров и площади информационных полей), определяющее соответствие размещения рекламной конструкции архитектурному облику сложившейся застройки, схеме территориального планирования или генеральному плану.

1.2.8. Внешний архитектурный облик сложившейся застройки – эстетическое единство естественных и искусственных компонентов среды муниципального образования, связанных в единое композиционное, историческое, культурное, природное образование, имеющее материальную и духовную ценность.

1.2.9. Историко-градостроительная среда (ситуация) – совокупность особенностей населённого пункта и характер размещения в нем объектов ценного историко-культурного наследия.

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

1.2.13. **Паспорт рекламного места** – является приложением к разрешению на установку рекламной конструкции, включает в себя: ситуационный план и/или топографическую съемку в масштабе 1:1000; 1:500 с нанесением установленных объектов наружной рекламы и информации иных собственников (на листе формата А4); технические характеристики рекламной конструкции: габариты, площадь информационного поля, лист согласований с уполномоченными органами.

1.2.14. **Реестр рекламных конструкций** – информационная база (в виде таблицы в электронном виде и (или) на бумажном носителе), содержащая сведения обо всех рекламных конструкциях, установленных на территории Ковернинского муниципального округа, с указанием их местоположения, вида, площади информационного поля, а также сведения о разрешениях на установку рекламных конструкций, их сроках действия, а также иной информации в отношении установленных конструкций.

2. Органы, осуществляющие регулирование деятельности по установке и эксплуатации рекламных конструкций

2.1. Регулирование деятельности по установке и эксплуатации рекламных конструкций на территории Нижегородской области в Ковернинском муниципальном округе осуществляют:

2.1.1. Министерство государственного имущества и земельных ресурсов Нижегородской области:

а) утверждает схему размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования Ковернинский муниципальный округ.

2.1.2. Администрация Ковернинского муниципального округа Нижегородской области:

а) утверждает Порядок установки и эксплуатации рекламных и информационных конструкций в Ковернинском муниципальном округе;

б) утверждает Порядок демонтажа рекламных конструкций, установленных без разрешения на территории Ковернинского муниципального округа;

2.1.3. Комитет имущественных отношений администрации Ковернинского муниципальный округ:

а) разрабатывает схему размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования Ковернинский муниципальный округ, осуществляет сопровождение необходимых согласований;

б) организывает и проводит торги на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, на зданиях, строениях или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности Ковернинского муниципального округа, земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, а также муниципальном недвижимом имуществе, закреплённом за другим лицом на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве;

в) формирует муниципальный заказ на социальную рекламу (необходимое текстовое и графическое содержание, а также места их размещения) в соответствии с перечнем мероприятий, утверждённым главой администрации Ковернинского муниципального округа

г) заключает (вносит изменения, расторгает) договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности, в том числе на земельных участках, находящихся в муниципальной собственности Ковернинского муниципального округа, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена;

2.1.4. Отдел архитектуры, капитального строительства и ЖКХ администрации Ковернинского муниципального округа:

- а) разрабатывает проекты муниципальных правовых актов Ковернинского муниципального округа, регулирующих отношения в области наружной рекламы;
- б) принимает заявки и выдаёт разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в соответствии с порядком оформления разрешительной документации, аннулирует такие разрешения в соответствии с Федеральным законом «О рекламе»;
- в) выдаёт предписания о демонтаже самовольно установленных рекламных конструкций;
- г) осуществляет ведение Реестра рекламных конструкций, размещённых на территории Ковернинского муниципального округа;
- д) обеспечивает контроль за техническим состоянием, целевым использованием и внешним видом рекламных конструкций;
- е) осуществляет в пределах своей компетенции необходимые действия по устранению выявленных нарушений федерального законодательства в области наружной рекламы.

2.1.5. МУ «Ковернинский МФЦ»:

- а) принимает заявки на выдачу разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в соответствии с порядком оформления разрешительной документации, в соответствии с Федеральным законом «О рекламе»;

3. Типы рекламных и информационных конструкций.

3.1. Рекламные и информационные конструкции подразделяются на стационарные и временные.

3.2. Типы стационарных рекламных конструкций.

- рекламные конструкции на объектах благоустройства городской инфраструктуры;
- отдельно стоящие рекламные конструкции (размещаемые на земельных участках);
- рекламные конструкции, присоединенные к объектам недвижимости (зданиям, сооружениям).

3.2.1. Рекламные конструкции на объектах благоустройства.

Кронштейны на опорах - двусторонние консольные плоскостные рекламные конструкции малого формата с двумя информационными полями, присоединяемые к мачтам-опорам наружного освещения, к опорам контактной сети общественного транспорта, расположенных вдоль дорог, на мостах, путепроводах и эстакадах. Размещение кронштейнов на отдельных опорах, стенах зданий и (или) сооружений не допускается. Кронштейны на мачтах-опорах должны выполняться в виде двусторонней конструкции с внутренней подсветкой. Размер одной стороны информационного поля кронштейна составляет 1,2 м x 1,8 м. Площадь информационного поля кронштейна определяется общей площадью двух его сторон. В целях безопасности в эксплуатации кронштейны должны быть установлены на высоте не менее 4,5 м. Кронштейны на мачтах-опорах должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Пешеходные ограждения с рекламными модулями - рекламные конструкции малого формата, совмещённые или присоединяемые к пешеходным ограждениям, расположенным вдоль бордюрного камня, тротуара и предназначенным для упорядочения движения пешеходов и предотвращения выхода на проезжую часть. Требования к безопасности и эксплуатации данных конструкций должны соответствовать требованиям действующих нормативных актов, стандартов технических средств организации дорожного движения.

Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на пешеходном ограждении составляет 0,8 м x 1,5 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции на пешеходном ограждении определяется общей площадью двух его сторон. Фундаменты пешеходных ограждений с рекламными модулями не должны выступать над уровнем покрытия тротуара. Пешеходные ограждения с рекламными модулями должны быть с внутренним подсветом, оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Рекламные конструкции на остановочных павильонах - рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах павильонов ожидания общественного транспорта. Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на остановочном павильоне составляет 1,2 м x 1,8 м; Площадь информационного поля рекламной конструкции на остановочном павильоне определяется общей площадью двух его сторон. Фундаменты рекламных конструкций на остановочных павильонах не должны выступать над уровнем покрытия тротуара. Рекламные конструкции на остановочных павильонах должны быть с внутренним подсветом, оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Указатели с рекламным модулем - рекламные конструкции малого формата, на одной опоре которых одновременно размещается указатель наименования улицы или направления движения и рекламный модуль. Рекламный модуль на указателе должен иметь внутренний подсвет и исполняться в двустороннем варианте. Максимальный размер рекламного модуля не должен превышать 1,2 м x 1,8 м. Площадь информационного поля указателя с рекламным модулем определяется общей площадью двух сторон его рекламного модуля. Фундамент указателя допускается в двух вариантах: заглубляемый, не выступающий над уровнем дорожного покрытия и незаглубляемый. В случае использования не заглубляемого фундамента, он в обязательном порядке облицовывается композитным материалом по специальной форме, соответствующей дизайну указателя или выполняется в виде чугунного литья. Указатели с рекламными модулями должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Скамейки с рекламными модулями - рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах скамеек. Размеры информационного поля рекламного модуля могут быть от 0,5 м x 1,5 м до 0,7 м x 1,8 м. Рекламная поверхность имеет одну сторону без подсветки. Скамейка не имеет фундамента.

3.2.2. Отдельностоящие рекламные конструкции (размещаемые на земельных участках)

Сити-форматы– двухсторонние рекламные конструкции малого формата, с двумя информационными полями, располагаемые на тротуарах или на прилегающих к тротуарам газонах. Размер информационного поля рекламной конструкции сити-формата составляет 1,2 м x 1,8 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции сити-формата определяется общей площадью двух его сторон. Фундаменты рекламных конструкций сити-формата не должны выступать над уровнем дорожного покрытия. Рекламные конструкции сити-формата должны иметь внутренний подсвет, быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности;

Афишные стенды- рекламные конструкции малого формата, с одним или двумя информационными полями, располагаемые, на тротуарах или на прилегающих к тротуарам газонах. Размер одной стороны информационного поля афишного стенда составляет 1,8 м x 2 м. Площадь информационного поля афишного стенда определяется общей площадью его

эксплуатируемых сторон. Фундамент афишного стенда допускается в двух вариантах: заглубляемый, не выступающий над уровнем дорожного покрытия и незаглубляемый. В случае использования не заглубляемого фундамента, он в обязательном порядке облицовывается композитным материалом по специальной форме, соответствующей дизайну афишного стенда. Афишные стенды не имеют подсветки.

Афишные стенды предназначены для размещения рекламы и информации, исключительно о репертуарах театров, кинотеатров, спортивных и иных массовых мероприятиях, событиях общественного, культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера. Рекламные материалы, размещаемые на афишных стендах, могут содержать информацию о спонсорах соответствующих мероприятий.

Тумбы – рекламные конструкции малого формата, с внутренним подсветом имеющие форму цилиндра и три внешние поверхности с информационными полями размером 1,4 м х 3,0 м для размещения рекламы.

Пилары - рекламные конструкции малого формата, с внутренним подсветом, имеющие форму треугольного параллелепипеда, на каждой вертикальной грани которого расположены информационные поля размером 1,4 м х 3,0 м.

Площадь информационного поля рекламной конструкций тумб и пиларов определяется общей площадью трех их сторон. Фундаменты тумбы и пиларов не должны выступать над уровнем дорожного покрытия. Тумбы и пилары должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Сити-борды - рекламные конструкции малого формата, с внутренним подсветом, имеющие одну или две поверхности для размещения рекламы. Состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Площадь информационного поля сити-борда определяется общей площадью его эксплуатируемых сторон. Размер одной стороны информационного поля сити-борда составляет 2,7 м х 3,7 м. Фундамент сити-борда не должен выступать над уровнем дорожного покрытия. Сити-борды должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Щиты 4 м х 3 м - щитовые рекламные конструкции среднего формата, имеющие внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Щиты состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля размером 4 м х 3 м. Площадь информационного поля щита определяется общей площадью его сторон. Количество сторон щита не может быть более двух. Фундамент щита не должен выступать над уровнем дорожного покрытия. В исключительных случаях, когда заглубление фундамента невозможно, допускается размещение с частичным заглублением фундамента на 0,1 м – 0,2 м при наличии бортового камня или дорожных ограждений (по ГОСТу Р 52289-2004). При этом они должны быть декоративно-художественно оформлены. Щиты, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону. Щиты должны быть оборудованы внешним или внутренним подсветом, системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Щиты 6 м х 3 м - щитовые рекламные конструкции среднего формата, имеющие внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Щиты состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля размером 6 м х 3 м. Площадь информационного поля щита определяется общей площадью его сторон. Количество сторон

щита не может быть более трех. Фундамент щита не должен выступать над уровнем дорожного покрытия. В исключительных случаях, когда заглубление фундамента невозможно, допускается размещение с частичным заглублением фундамента на 0,1 м – 0,2 м при наличии бортового камня или дорожных ограждений (по ГОСТу Р 52289-2004). При этом, в целях сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселения, они должны быть декоративно-художественно оформлены. Щиты, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону. Щиты должны быть оборудованы внешним или внутренним подсветом, системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Суперборды и Суперсайты - щитовые рекламные конструкции большого формата, имеющие внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Суперборды и Суперсайты состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Суперборды и Суперсайты должны иметь внутренний или внешний подсвет. Размер одной стороны информационного поля Суперборда составляет 4 м x 12 м. Размер одной стороны информационного поля Суперсайта составляет 5 м x 15 м. Площадь информационного поля Суперборда и Суперсайта определяется общей площадью их сторон. Количество сторон Суперборда не может быть более двух. Количество сторон Суперсайта не может быть более трех. Фундамент Суперборда и Суперсайта не может выступать над уровнем дорожного покрытия или уровня земли. Суперборд и Суперсайт, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону.

Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам - рекламные конструкции, имеющие формат, отличный от иных форматов, предусмотренных настоящими Правилами, и не указанные в разделах 3.1.1 – 3.1.12. настоящей главы Правил. К уникальным рекламным конструкциям, выполненным по индивидуальному проекту, относятся следующие рекламные конструкции:

1) объемно-пространственные конструкции – рекламные конструкции, на которых для распространения рекламной информации используется как объем объекта, так и его поверхность (в том числе воздушные шары, аэростаты, объемно-пространственные модели и т.п.). Площадь информационного поля объемно-пространственных конструкций определяется расчётным путем;

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

Данные объекты выполняются по индивидуальным проектам. Площадь информационного поля уникальных конструкций определяется расчетным путем. На уникальные конструкции распространяются все требования, предусмотренные для рекламных конструкций большого формата.

3.2.3. Рекламные конструкции, присоединенные к объектам недвижимости (зданиям, сооружениям).

Крышные рекламные конструкции в виде отдельных букв и логотипов – рекламные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на

крыше, выполненные по индивидуальному проекту, состоящие из отдельно стоящих символов (букв, цифр, логотипов), оборудованные исключительно внутренним подсветом. Площадь информационного поля данного вида рекламных конструкций определяется расчетным путем.

Для каждой рекламной крышной конструкции разрабатывается проектная документация. Высота рекламных крышных конструкций должна быть не более одной десятой части от высоты фасада здания (от цоколя до кровли), со стороны которого размещается конструкция.

Для крышных рекламных конструкций в виде отдельных букв и логотипов в обязательном порядке разрабатывается рабочая проектная документация с целью обеспечения безопасности при установке, монтаже и эксплуатации. Крышные рекламные конструкции в виде отдельных букв и логотипов должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания, должны иметь системы пожаротушения и соответствовать иным требованиям пожарной безопасности.

Крышные рекламные конструкции в виде плоских объектов - рекламные конструкции, устанавливаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше, состоящие из элементов крепления, несущей части конструкции и информационного поля. Количество сторон крышной панели не может быть более одной. Для крышных рекламных конструкций в виде плоских объектов в обязательном порядке разрабатывается проектная рабочая документация с целью обеспечения безопасности при установке, монтаже и эксплуатации. Крышные рекламные конструкции в виде плоских объектов должны иметь внутренний подсвет, быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания, должны иметь системы пожаротушения и соответствовать иным требованиям пожарной безопасности.

Медиа-фасады - рекламные конструкции, размещаемые на поверхности стен зданий, строений и сооружений, состоящие из электронно-светового оборудования, позволяющего демонстрировать информационные материалы. Размер информационного поля медиа-фасада определяется размером демонстрируемого изображения.

Для размещения медиа-фасада на конкретном здании разрабатывается проектная документация. Размер медиа-фасада определяется индивидуально в зависимости от архитектуры здания на основании согласованного проекта.

Медиа-фасады должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Брандмауэрные панно - рекламные конструкции, устанавливаемые на плоскости глухих стен зданий, не имеющих оконных проемов, витрин, архитектурных деталей декоративного оформления зданий. Настенные брандмауэрные панно выполняются в виде изображения (информационного поля), непосредственно нанесенного на стену, или объектов, состоящих из элементов крепления к стене, каркаса и информационного поля. Площадь информационного поля брандмауэрного панно определяется площадью рекламного изображения или габаритами каркаса информационного поля. Брандмауэрные панно должны иметь внутренний или внешний подсвет. Для брандмауэрных панно, имеющих элементы крепления к стене, в обязательном порядке разрабатывается проект крепления объекта с целью обеспечения безопасности при эксплуатации. Брандмауэрные панно должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности;

Рекламные конструкции предприятий потребительского рынка - индивидуальные рекламные конструкции, изготавливаемые по индивидуально разработанным проектам, состоящие из элементов крепления к стене, каркаса и информационного поля, устанавливаемые на плоскостях внешних стенах зданий (сооружений), в которых осуществляется деятельность предприятий и организаций потребительского рынка.

-рекламные конструкции предприятий потребительского рынка должны иметь обязательный внутренний или внешний подсвет;

-размещение рекламных конструкций допускается только в пределах первых этажей зданий и сооружений. Размещение рекламных конструкций выше первых этажей зданий не допускается;

-рекламная информация, распространяемая с помощью данного вида рекламных конструкций, должна относиться исключительно к товарам и услугам предприятий и организаций потребительского рынка, предоставляемым в здании (сооружении), где функционируют данные предприятия. Распространение иной рекламной информации с помощью данного вида рекламных конструкций, на территории Ковернинского муниципального округа не допускается;

-предприятие потребительского рынка вправе разместить на фасаде здания (сооружения), где функционирует данное предприятие, для рекламирования своего предприятия одну рекламную конструкцию, максимальный размер которой не должен превышать 1 м по высоте и 3 м по ширине в границах зоны исторических территорий Ковернинского муниципального округа, одну десятую часть высоты фасада здания от уровня отмостки до уровня кровли со стороны, где размещается рекламная конструкция, и не более 6 м по ширине на остальной территории. При этом индивидуальный размер устанавливается для каждой конкретной рекламной конструкции в зависимости от архитектурного облика здания (сооружения), на основании проектной документации, выполненной в комплексе и в целом для всего здания с учетом размещения в нем всех предприятий потребительского рынка, которым необходимо разместить рекламные и информационные конструкции. Общий максимальный размер рекламных конструкций не может превышать 1 м по высоте и 6 м по ширине в границах зон исторических территорий Ковернинского муниципального округа, одну десятую часть высоты фасада здания от уровня отмостки до уровня кровли со стороны, где размещается рекламная конструкция, и 10 м по ширине на остальной территории;

-нанесение рекламной информации на стекла витрин и окон зданий, где располагаются предприятия потребительского рынка должно быть предусмотрено индивидуальным дизайн-проектом в комплексе со всеми другими рекламными и информационными конструкциями, предполагаемыми для размещения на здании, либо уже размещенными на здании;

-места размещения рекламной информации на рекламных конструкциях предприятий потребительского рынка, которые находятся в одном здании, определяет собственник здания на основании договора с ними.

3.3. Типы временных рекламных конструкций.

Временные рекламные конструкции – это рекламные конструкции, предусмотренные настоящими Правилами и устанавливаемые на срок не более 12 (двенадцати) месяцев.

Флаговые композиции – рекламные конструкции, состоящие из основания, одного или нескольких флагштоков (стоек) и мягких полотнищ. Флаговые композиции могут устанавливаться на опоре освещения, на опоре контактной сети, на мостах, виадуках и эстакадах, на зданиях и сооружениях. Площадь информационного поля флага определяется площадью двух сторон его полотнища.

Штендеры - временные рекламные конструкции малого формата, устанавливаемые не далее 2 м от главного входа в предприятия потребительского рынка в часы их работы.

Штендеры должны быть двусторонними, не должны иметь собственной подсветки, площадь одной стороны не должна превышать 1,5 кв.м. Штендеры устанавливаются только в пешеходных зонах и на тротуарах.

Запрещается установка и эксплуатация штендеров, мешающих проходу пешеходов, при ширине тротуара менее 2 м, а также ориентированных на восприятие с проезжей части.

Не допускается установка и эксплуатация более двух штендеров у входа в предприятие, а также использование штендеров в качестве дополнительной рекламной конструкции при наличии хорошо просматриваемых с тротуара вывески и витрин (за исключением предприятий общественного питания).

3.4. Типы стационарных информационных конструкций.

Указатели улиц, за исключением указателей наименований улиц с номером дома, размещаемых на соответствующих домах;

Указатели государственных и муниципальных органов, учреждений и организаций;

Указатели административно-территориального деления населенных пунктов;

Картографический материал;

Вывески - размещенный в месте нахождения изготовителя (исполнителя, продавца) носитель информации, содержащий наименование, коммерческое обозначение, профиль деятельности, адрес, режим работы, а также иную информацию, которая в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации, является для изготовителя (исполнителя, продавца) обязательной к размещению, не содержащая сведений рекламного характера. Допускается размещать вывески соответствующие следующим условиям:

-вывеска устанавливается на фасаде здания, не выше второго этажа, в пределах занимаемого помещения изготовителем (исполнителем, продавцом) или над входом в него, а также на ярмарках, лотках и в других местах осуществления изготовителем (исполнителем, продавцом) торговли, бытового и иного вида обслуживания вне его постоянного места нахождения. Для предприятий потребительского рынка, расположенных в помещениях с выходами не в главных фасадах зданий, либо в помещениях на этажах выше первого, допускается установка вывесок не в пределах фасада занимаемого ими помещений, а на главных фасадах не выше вторых этажей по договору с собственниками зданий;

-не допускается размещение вывесок на оконных и дверных проемах;

-размер вывески не должен превышать 1 квадратный метр, для одного предприятия потребительского рынка может быть установлена только одна вывеска;

-в текстах оформления вывесок допускается использование товарных знаков и знаков обслуживания в оригинальном написании (на иностранном языке) при условии их регистрации в установленном порядке на территории Российской Федерации;

-вывески должны иметь внутренний подсвет;

-вывески проектируются, изготавливаются и размещаются на фасадах зданий на основании проектной документации, разработанной в индивидуальном порядке;

-согласование размещения информации на вывеске между предприятиями потребительского рынка, находящимися в одном здании, осуществляет собственник здания.

3.5. Типы временных информационных конструкций.

3.5.1. Временные информационные конструкции – это конструкции, устанавливаемые для информирования о строительстве (информация о подрядчике, сроках окончания работ и пр.). Требования к ограждению строительных площадок определяются в соответствии с требованиями действующего законодательства Российской Федерации, законодательства Нижегородской области, муниципальных нормативных правовых актов к проведению строительных работ. Не допускается размещение рекламной информации на временных информационных конструкциях, за исключением информации о заказчике, подрядчике, авторе проекта.

Информационные щиты на строительных площадках – размещенный в месте строительства носитель информации о наименовании и местонахождении объекта производства работ, наименования заказчика и подрядной организации, номеров их телефонов, лицензий, допусков на выполнение работ, должности и фамилии производителя работ, даты начала и окончания строительства. Информационные щиты на строительных площадках должны также содержать графические изображения строящегося объекта с его краткой характеристикой и указанием автора или авторского коллектива, разработавшего проект, а также графическое изображение или фотографии исторического прошлого места, на котором ведется строительство (если строительство осуществляется в исторической части поселения). Размер информационных щитов должен быть не более 4 м х 6 м.

Строительные сетки на фасадах здания должны содержать графическое изображение строящегося или реконструируемого (ремонтируемого) фасада здания в натуральную величину.

Транспарант-перетяжки - конструкции среднего формата, состоящие из двух опор, устройства крепления, устройства натяжения в виде тросов и поля с информационным сообщением, выполняемым либо на мягком носителе из ткани, либо из светодекоративных материалов.

На территории Ковернинского муниципального округа использование транспарант-перетяжек в качестве рекламных конструкций запрещено. Транспарант-перетяжки могут использоваться исключительно в качестве информационных конструкций для целей временного праздничного оформления.

4. Требования к рекламным и информационным конструкциям

4.1. Общие требования к рекламным и информационным конструкциям.

4.1.1. Рекламные и информационные конструкции, установленные на территории Ковернинского муниципального округа должны соответствовать внешнему архитектурному облику сложившейся застройки, не нарушать историко-градостроительную среду Ковернинского муниципального округа.

4.1.2. Рекламная конструкция должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы, социальной рекламы. Не допускается эксплуатация рекламных и информационных конструкций без размещенных на них информационных сообщений (изображений).

4.1.3. Доведение до потребителя рекламных или информационных сообщений (изображений) на всех видах конструкций может производиться:

-с помощью неподвижных полиграфических постеров (бумага, винил);

-с помощью демонстрации постеров на динамических системах смены изображений (роллерных систем или систем поворотных панелей – призма тронов);

-с помощью изображений, демонстрируемых на электронных носителях.

4.1.4. Рекламные и информационные конструкции должны быть спроектированы, изготовлены и установлены в соответствии с существующими строительными нормами и правилами, ГОСТами, ПУЭ, техническими регламентами и другими нормативными актами, содержащими требования для конструкций данного типа. Все конструкции должны соответствовать требованиям соответствующих санитарных норм и правил (в том числе требований к освещенности, электромагнитному излучению и пр.).

4.1.5. Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т.п.) рекламных и информационных конструкций должны быть закрыты декоративными элементами.

4.1.6. Включение и отключение установок световой информации должно осуществляться владельцами указанных объектов в соответствии с графиком, согласованным с органом местного самоуправления.

4.2. Требования к порядку размещения рекламных и информационных конструкций.

4.2.1. На территории Ковернинского муниципального округа разрешается размещение исключительно указанных в разделе 3 настоящих Правил типов и размеров рекламных и информационных конструкций.

4.2.2. Фактическая установка рекламной конструкции должна точно соответствовать месту, обозначенному в паспорте рекламного места, являющемуся приложением к разрешению на установку рекламной конструкции.

4.2.3. Рекламные и информационные конструкции, устанавливаемые на территории Ковернинского муниципального округа, не должны нарушать требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании.

4.2.4. Установка и эксплуатация рекламных и информационных конструкций должна соответствовать требованиям нормативных актов по безопасности движения транспорта.

4.2.5. Установка и эксплуатация рекламных и информационных конструкций не должны нарушать требования соответствующих санитарных норм и правил.

4.2.6. Установка и эксплуатация рекламных конструкций или рекламных сообщений (изображений) на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается.

4.2.7. Установка рекламных конструкций на объектах недвижимости должны соответствовать:

-масштабу здания и его архитектурным элементам;
-масштабу окружающей застройки улицы в пределах видимости рекламной конструкции, а также зданий, прилегающих к зданию, на котором заявляется размещение рекламной конструкции;

Заявляемые конструкции не должны:

-нарушать архитектурных пропорций фасадов зданий. Габариты заявляемых рекламных конструкций по высоте не должны быть больше одной десятой высоты фасада здания и по ширине не более трех оконных пролетов с простенками;
-закрывать оконные проемы, архитектурные детали и элементы фасадов зданий.

Не допускается размещение на фасадах зданий рекламных конструкций типовых размеров, соответствующих размерам информационных полей отдельностоящих конструкций на земельных участках, а именно 1,2 м x 1,8 м, 1,8 м x 1,75 м, 0,8 м x 1,5 м, 1,4 м x 3 м, 2,7 м x 3,7 м, 3 м x 4 м, 6 м x 3 м, 4 м x 12 м, 5 м x 15 м.

4.2.8. После прекращения действия разрешения на установку рекламной конструкции владелец указанного объекта обязан в течение 15 дней произвести ее демонтаж.

4.2.9. После демонтажа рекламных и информационных конструкций владелец таких конструкций обязан в течение 3 дней восстановить место их установки в том виде, в котором оно было до монтажа конструкции. Использование средства размещения рекламы после прекращения разрешения на его установку не допускается.

4.3. Специальные требования к рекламным конструкциям.

4.3.1. Рекламные конструкции должны иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона и номера в Реестре рекламных конструкций, размещенных на территории Ковернинского муниципального округа.

4.4. Специальные требования к информационным конструкциям.

4.4.1. Информационные конструкции не могут содержать рекламу, за исключением информации об изготовителе соответствующей информационной конструкции, которая не может занимать более 1% поверхности информационной конструкции.

4.4.2. Надписи на информационных конструкциях выполняются на русском языке. Допускается размещение на информационных конструкциях декоративных элементов, а также словесных, графических обозначений или их комбинаций (на русском языке или в русской транслитерации), зарегистрированных в установленном порядке в качестве товарных знаков или знаков обслуживания. При этом владелец информационной конструкции должен обладать правом на использование товарного знака или знака обслуживания, зарегистрированным в установленном законом порядке.

4.4.3. Недопустимо использование в текстах, нанесенных на информационные конструкции, иностранных слов, выполненных в русской транслитерации (за исключением зарегистрированных товарных знаков и знаков обслуживания, правом на использование которых обладает владелец информационной конструкции).

4.4.4. Проектная документация информационных конструкций в случае размещения на зданиях и объектах историко-культурного наследия проектная документация согласовывается с Управлением государственной охраны объектов культурного наследия Нижегородской области.

4.5. Требования к внешнему виду рекламных и информационных конструкций, к содержанию и техническому обслуживанию.

4.5.1. Внешний вид и дизайн всех видов рекламных и информационных конструкций должен соответствовать требованиям настоящих Правил.

4.5.2. Средства размещения рекламы и информации должны содержаться в чистоте, загрязнения, повреждения (деформации), в том числе информационного поля, следы коррозии не допускаются. Элементы конструкций должны быть окрашены.

4.5.3. Владелец рекламной или информационной конструкции обязан мыть и чистить принадлежащие ему рекламные или информационные конструкции по мере необходимости, но не реже чем:

-одного раза в неделю рекламные конструкции на остановочных павильонах и рекламные модули на пешеходных ограждениях;

-одного раза в месяц другие конструкции малого формата (кронштейны на мачтах-опорах городского освещения, расположенные на мостах, путепроводах и эстакадах, указатели с рекламными модулями, скамейки с рекламными модулями, сити-форматы, тумбы и пилары);

-не менее двух раз в год (в марте - апреле и августе-сентябре) щиты 2,7 м x 3,7 м, 3 м x 4 м, 6 м x 3 м, суперборды и суперсайты, уникальные (нестандартные) рекламные конструкции, рекламные конструкции потребительского рынка.

4.5.4. Деятельность по выявлению несоответствия фактического состояния внешнего вида рекламных и информационных конструкций установленным требованиям, выдаче предписаний рекламовладельцам по устранению данных нарушений осуществляется отделом архитектуры, капитального строительства и ЖКХ Администрации Ковернинского муниципального округа.

4.5.5. Устранение порывов рекламных изображений на рекламных конструкциях осуществляется владельцами рекламных конструкций незамедлительно после выявления указанных фактов и (или) по предписанию отдела архитектуры, капитального строительства и ЖКХ Администрации Ковернинского муниципального округа.

4.5.6. Обеспечение надлежащего состояния внешнего вида конструкций.

Приведение рекламных конструкций в надлежащий вид осуществляется владельцами конструкций по мере необходимости, а в случае экстремальных погодных явлений (ураган, ливневый дождь, снегопад и т.п.) режим работ по устранению последствий неблагоприятных погодных явлений устанавливается в соответствии с указаниями оперативных служб Ковернинского муниципального округа.

4.6. Реклама на транспортных средствах и с их использованием.

4.6.1. Размещение рекламы на транспортном средстве осуществляется на основании договора, заключаемого рекламодателем с собственником транспортного средства или уполномоченным им лицом либо с лицом, обладающим иным вещным правом на транспортное средство.

4.6.2. Использование транспортных средств исключительно или преимущественно в качестве передвижных рекламных конструкций запрещается.

4.6.3. Запрещается размещение рекламы на транспортных средствах:

- 1) специальных и оперативных служб с предусмотренной требованиями технического регламента определенной цветографической окраской;
- 2) оборудованных устройствами для подачи специальных световых и звуковых сигналов;
- 3) федеральной почтовой связи, на боковых поверхностях которых расположены по диагонали белые полосы на синем фоне;
- 4) предназначенных для перевозки опасных грузов.

4.6.4. Размещение на транспортных средствах отличительных знаков, указывающих на их принадлежность каким-либо лицам, не является рекламой.

4.6.5. Реклама, размещенная на транспортных средствах, не должна создавать угрозу безопасности движения, в том числе ограничивать обзор управляющим транспортными средствами лицам и другим участникам движения, и должна соответствовать иным требованиям технических регламентов.

4.6.6. Распространение звуковой рекламы с использованием транспортных средств, а также звуковое сопровождение рекламы, распространяемой с использованием транспортных средств, не допускается.

5. Распространение социальной рекламы с помощью средств наружной рекламы и информации

5.1. Комитет имущественных отношений администрации Ковернинского муниципального округа ежегодно формирует муниципальный заказ на социальную рекламу (необходимое текстовое и графическое содержание, а также места их размещения) в соответствии с перечнем мероприятий, утвержденным главой местного самоуправления Ковернинского муниципального округа.

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

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

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

6. Общие технические требования к рекламным и информационным конструкциям

6.1. Требования к проектной технической документации конструкций и электроустановок рекламных и информационных конструкций

6.1.1. Рекламные и информационные конструкции и электроустановки рекламных и информационных конструкций должны изготавливаться, монтироваться и эксплуатироваться

в соответствии с проектной документацией, отвечающей требованиям нормативной документации.

6.1.2. Установка и эксплуатация рекламных и информационных конструкций без технической документации не допускается. Техническая документация должна быть разработана организацией, имеющей Свидетельство о допуске на выполнение проектных работ и работ по техническому обследованию зданий и сооружений, выданное саморегулируемой организацией в установленном порядке.

6.1.3. Конструкции и электроустановки рекламных и информационных конструкций должны соответствовать требованиям, заложенным в проектной документации, в течение расчетного срока эксплуатации, определенного и обоснованного проектировщиком и указанного в проекте.

6.1.4. Техническая документация на рекламные конструкции и информационные конструкции, размещаемые на зданиях и сооружениях, должна содержать сведения о техническом состоянии элементов строительных конструкций зданий (сооружений), на которых предполагается установка рекламных конструкций, а также заключение о возможности размещения проектируемой конструкции с учетом дополнительных нагрузок, создаваемых ею.

6.1.5. Техническая документация должна содержать указания по изготовлению, хранению, транспортировке, монтажу, наладке, эксплуатации, техническому обслуживанию, ремонту, демонтажу и утилизации рекламных и информационных конструкций, а также электроустановок рекламных и информационных конструкций.

6.1.6. Техническая документация должна содержать требования пожарной безопасности в соответствии с требованиями технического регламента о пожарной безопасности.

6.1.7. Владельцем рекламной конструкции и/или информационной конструкции не могут вноситься какие-либо изменения в проектную документацию без согласования этих изменений с разработчиком проекта или его правопреемником, а при их отсутствии, с проектировщиком, компетентным по внесению требуемых изменений.

7. Порядок оформления разрешения на установку рекламной конструкции

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

7.1.1. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется на основе торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых комитетом имущественных отношений администрации Ковернинского муниципального округа в соответствии с Положением о порядке проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на муниципальном имуществе муниципального образования Ковернинский муниципальный округ, земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена (Приложение 5 к настоящим Правилам), за исключением случаев заключения договоров:

- для размещения временных объектов рекламы и информации;
- для размещения социальной рекламы.

7.1.2. Установка и эксплуатация рекламных конструкций на территории Ковернинского муниципального округа допускается при наличии разрешения на их установку. Форма разрешения утверждается правовым актом главы местного самоуправления Ковернинского муниципального округа.

7.2. Порядок оформления разрешения на установку рекламной конструкции:

7.2.1. Разрешение выдается отделом архитектуры, капитального строительства и ЖКХ администрации Ковернинского муниципального округа по заявлению владельца рекламной конструкции либо собственника земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, или лица, уполномоченного собственником имущества, в том числе арендатора, или лица, за которым имущество закреплено на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве, или иного законного владельца недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция (далее - Уполномоченное лицо).

7.2.2. Разрешения на установку рекламных конструкций выдаются на основании соответствия заявляемой рекламной конструкции требованиям настоящих Правил.

7.2.3. Рассмотрение заявлений физических и юридических лиц, а также индивидуальных предпринимателей о выдаче разрешений на установку рекламной конструкции и выдача таких разрешений осуществляются отделом архитектуры, капитального строительства и ЖКХ администрации Ковернинского муниципального округа в соответствии с порядком и в сроки, предусмотренными настоящими Правилами.

7.3. Порядок рассмотрения заявлений о выдаче разрешения на установку рекламной конструкции и выдачи разрешений:

7.3.1. Для получения разрешения лица, указанные в п. 7.2.1. настоящих Правил, обращаются в отдел архитектуры, капитального строительства и ЖКХ администрации Ковернинского муниципального округа, в МУ «Ковернинский МФЦ», через федеральную государственную информационную систему «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)» и государственную информационную систему Нижегородской области «Единый Интернет-портал государственных и муниципальных услуг (функций) Нижегородской области».

Инвалиды и иные маломобильные группы населения подают заявление:

- в МУ «Ковернинский МФЦ»;

-через федеральную государственную информационную систему «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)»;

- через государственную информационную систему Нижегородской области «Единый Интернет-портал государственных и муниципальных услуг (функций) Нижегородской области».

К заявлению прилагаются:

7.3.1.1. Данные о заявителе - физическом лице. Данные о государственной регистрации юридического лица или о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя запрашиваются администрацией округа в федеральном органе исполнительной власти, осуществляющем государственную регистрацию юридических лиц, физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств;

7.3.1.2. Подтверждение в письменной форме согласия собственника или иного законного владельца соответствующего недвижимого имущества на присоединение к этому имуществу рекламной конструкции, если заявитель не является собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества. В случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции необходимо использование общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, документом, подтверждающим согласие этих собственников, является протокол общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме. В случае, если соответствующее недвижимое имущество находится в муниципальной собственности, администрация округа запрашивает сведения о наличии такого согласия в уполномоченном органе, если заявитель не представил документ, подтверждающий получение такого согласия, по собственной инициативе;

7.3.1.3. Паспорт рекламной конструкции (согласно приложению №2);

7.3.1.4. Схему привязки и фотомонтаж места размещения рекламной конструкции в цвете с указанием размеров в 2 экземплярах (представляется заявителем самостоятельно);

7.3.1.5. Проект рекламной конструкции, выполненный в соответствии с действующим законодательством организацией, имеющей допуск СРО в соответствии с государственным стандартом в составе деятельности: архитектурно-строительные решения (архитектурная часть), конструктивные решения (фундаменты, несущие и ограждающие конструкции), в случае разработки проекта рекламной конструкции с подсветкой в составе деятельности: инженерное оборудование, сети и системы (электрооборудование, электроосвещение) (представляется заявителем самостоятельно);

7.3.1.6. Доверенность (в случае представления интересов заявителя).

7.3.1.7. Документ, подтверждающий оплату государственной пошлины за выдачу разрешения (платежное поручение, квитанция).

7.3.2. Не допускается требовать от заявителя представления документов и сведений, не относящихся к территориальному размещению, внешнему виду и техническим параметрам рекламной конструкции.

7.3.3. Отдел архитектуры, капитального строительства и ЖКХ администрации Ковернинского муниципального округа самостоятельно осуществляют согласование с уполномоченными органами (далее - согласующие организации), необходимое для принятия решения о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче.

Перечень согласующих организаций указан в паспорте рекламной конструкции.

При этом заявитель вправе самостоятельно получить от согласующих организаций такое согласование и представить его в отдел архитектуры, капитального строительства и ЖКХ администрации Ковернинского муниципального округа.

В случае если заявитель желает самостоятельно получить от уполномоченных органов такое согласование, отдел архитектуры, капитального строительства и ЖКХ администрации Ковернинского муниципального округа выдает ему бланк паспорта рекламной конструкции с

перечнем служб и организаций, чье согласование необходимо для принятия решения о выдаче разрешения на размещение рекламной конструкции.

Паспорт рекламного места выдается с отметкой о получении комплекта документов от заявителя, перечнем согласующих организаций и отметкой заявителя о принятии решения о самостоятельном согласовании с уполномоченными органами.

Сбор согласований и оформление бланка паспорта рекламного места заявитель должен осуществить до истечения 30 календарных дней со дня приема от него органом местного самоуправления необходимых документов.

На период осуществления согласования с согласующими организациями орган местного самоуправления муниципального образования не принимает заявления от третьих лиц на оформление разрешения на установку рекламной конструкции на рекламном месте, на которое подано заявление заявителем.

7.3.4. Заявление, поданное с нарушением требований, установленных в пунктах 7.3.1.1. - 7.3.1.6. настоящих Правил, подлежит возврату заявителю.

7.3.5. Решение в письменной форме о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче должно быть направлено отделом архитектуры, капитального строительства и ЖКХ администрации Ковернинского муниципального округа заявителю (уполномоченным органом) в течение одного месяца со дня приема от него необходимых документов. Заявитель, не получивший в указанный срок от отдела архитектуры, капитального строительства и ЖКХ администрации Ковернинского муниципального округа решения в письменной форме о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче, в течение трех месяцев вправе обратиться в суд или арбитражный суд с заявлением о признании бездействия отдела архитектуры, капитального строительства и ЖКХ администрации Ковернинского муниципального округа незаконным.

7.3.6. Разрешение выдается на срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, заключенного в соответствии с требованиями пунктов 7.1. и 7.1.1. настоящих Правил.

7.3.7. Разрешение выдается на установку одной рекламной конструкции, соответствующей точной привязке на Схеме размещения рекламных конструкций.

7.3.8. Выдача разрешения на новый срок производится в соответствии с настоящими Правилами.

7.3.9. Разрешение на установку рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе независимо от формы собственности недвижимого имущества выдается лицу, не занимающему преимущественного положения в сфере распространения наружной рекламы в соответствии с законодательством Российской Федерации.

7.3.10. Лицо, которому выдано разрешение на установку рекламной конструкции, обязано уведомлять администрацию Ковернинского муниципального округа обо всех фактах возникновения у третьих лиц прав в отношении этой рекламной конструкции (сдача рекламной конструкции в аренду, внесение рекламной конструкции в качестве вклада по договору простого товарищества, заключение договора доверительного управления, иные факты).

7.4. Отказ в выдаче разрешения.

7.4.1. Решение об отказе в выдаче разрешения должно быть мотивировано и принято исключительно по указанным в Федеральном законе от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» следующим основаниям:

7.4.1.1. Несоответствие проекта рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технического регламента.

7.4.1.2. Несоответствие установки рекламной конструкции в заявленном месте схеме территориального планирования (Схеме размещения рекламных конструкций).

7.4.1.3. Нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки Ковернинского муниципального округа.

7.4.1.4. Нарушение требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании.

7.4.1.5. Нарушение требований нормативных актов по безопасности движения транспорта.

7.4.1.6. Нарушение требований, установленных пунктом 7.3.9.

7.4.2. Решение об отказе в выдаче разрешения выдается в письменном виде. При устранении оснований отказа в выдаче разрешения заявитель вправе повторно обратиться с заявлением о выдаче разрешения.

7.4.3. Отказ в выдаче разрешения может быть обжалован в суд или арбитражный суд в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

7.5. Аннулирование разрешения.

7.5.1. Администрация Ковернинского муниципального округа принимает решения об аннулировании разрешения в следующих случаях:

7.5.1.1. В течение месяца со дня направления администрации Ковернинского муниципального округа владельцем рекламной конструкции уведомления в письменной форме о своем отказе от дальнейшего использования разрешения.

7.5.1.2. В течение месяца с момента направления администрации Ковернинского муниципального округа Ковернинским собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, документа, подтверждающего прекращение договора, заключенного между таким собственником или таким владельцем недвижимого имущества и владельцем рекламной конструкции.

7.5.1.3. В случае если в течение года со дня выдачи разрешения рекламная конструкция не установлена.

7.5.1.4. В случае если рекламная конструкция используется не в целях распространения рекламы, социальной рекламы.

7.5.1.5. В случае если разрешение выдано лицу, заключившему договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с нарушением требований, установленных пунктами

7.3.1, 7.3.9, 7.3.10., либо результаты торгов признаны недействительными в соответствии с законодательством Российской Федерации.

7.5.1.6. В случае нарушения требований, установленных подпунктами 7.3.9., 7.3.10. настоящих Правил.

7.5.2. Решение об аннулировании разрешения может быть обжаловано в суд или арбитражный суд в течение трех месяцев со дня его получения в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

7.6. Признание разрешения недействительным.

7.6.1. Разрешение может быть признано недействительным в судебном порядке по заявлению администрации Ковернинского муниципального округа (уполномоченного органа) в случаях:

7.6.1.1. Несоответствия установки рекламной конструкции в данном месте Схеме территориального планирования или генеральному плану.

7.6.1.2. Нарушения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки Ковернинского муниципального округа.

7.6.2. Разрешение также может быть признано недействительным в судебном порядке по заявлениям иных органов и по иным основаниям, определенным законодательством РФ.

8. Демонтаж рекламных и информационных конструкций

8.1. Демонтаж рекламных конструкций осуществляется в случаях:

8.1.1. Аннулирования разрешения на установку или признания его недействительным - на основании решения суда о принудительном осуществлении демонтажа рекламной конструкции, вступившего в законную силу, в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации;

8.1.2. Выявления самовольно установленных рекламных конструкций - на основании предписания администрации Ковернинского муниципального округа, либо уполномоченного органа, в соответствии с утвержденным Порядком.

8.2. Порядок демонтажа рекламных конструкций, установленных без разрешения на территории Ковернинского муниципального округа, изложен в Приложении 1.

9. Ответственность за нарушение настоящих Правил

9.1. За установку и (или) эксплуатацию рекламных конструкций без разрешения и (или) с нарушением требований нормативных правовых актов в сфере технического регулирования владельцы конструкций несут административную ответственность в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

9.2. Ответственность за содержание рекламных конструкций в ненадлежащем состоянии, за нарушение требований к внешнему виду рекламных конструкций, за организацию и осуществление комплекса работ по мойке, покраске рекламных конструкций, а также по устранению порывов рекламных полотен и нарушений целостности каркасов (оснований фундаментов, опор) рекламных конструкций и за другие нарушения настоящих Правил возлагается на владельцев рекламных конструкций (юридических лиц, должностных лиц и

физических лиц) в соответствии с законодательством Российской Федерации, законодательством Нижегородской области, Кодексом Нижегородской области об административных правонарушениях, другими нормативными правовыми актами и договором на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

Применение мер ответственности не освобождает нарушителей от обязанности устранения допущенных нарушений.

10. Заключительные положения.

10.1. До утверждения установленным настоящими Правилами порядком Схемы установки рекламных конструкций на территории Ковернинского муниципального округа, на объектах, являющихся муниципальным имуществом, а также на земельных участках, государственная собственность которых не разграничена, определение мест стабильного территориального размещения рекламных конструкций, их тип и технические характеристики осуществляется администрацией Ковернинского муниципального округа, по согласованию с уполномоченными органами, необходимому для принятия решения об утверждении места установки рекламной конструкции, и включению соответствующего рекламного места в перечень рекламных мест, приобретение права заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на котором, осуществляется на основе торгов.

10.2. Рекламные конструкции, установленные до утверждения Схемы установки рекламных конструкций, включаются в Реестр рекламных конструкций и учитываются при подготовке проекта Схемы установки рекламных конструкций на территории Ковернинского муниципального округа.

**Порядок демонтажа рекламных конструкций,
установленных без разрешения на территории
Ковернинского муниципального округа Нижегородской области**

1. Общие положения

1.1. Положение о порядке демонтажа объектов наружной рекламы, размещенных с нарушением установленного порядка (далее - Положение), разработано в соответствии с нормами:

- Гражданского кодекса Российской Федерации;
- Федерального закона от 06.10.2003 N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации";
- Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе".

1.2. Настоящее Положение разработано в целях повышения эффективности контроля за организацией деятельности по распространению наружной рекламы на территории Ковернинского муниципального округа и регламентирует порядок демонтажа объектов наружной рекламы, размещенных (эксплуатируемых) на объектах муниципальной собственности, земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена с нарушениями установленного порядка. Демонтаж объектов наружной рекламы, размещенных (эксплуатируемых) на объектах, находящихся в иных формах собственности, осуществляется в соответствии с действующим федеральным законодательством.

1.3. В настоящем Положении используются следующие понятия и определения:

1.3.1. **Объекты наружной рекламы, размещенные (эксплуатируемые) с нарушениями установленного порядка (далее - незаконные рекламные конструкции)**, рекламные конструкции, установленные и (или) эксплуатируемые на объектах муниципальной собственности, с нарушениями требований законодательных и иных нормативно-правовых актов, указанных в п. 1.1 настоящего Положения.

1.3.2. **Субъекты деятельности по распространению наружной рекламы** - рекламодатели, рекламопроизводители и рекламораспространители, а также соответствующие инстанции, в установленном порядке обеспечивающие организацию и регулирование процессов и отношений в области распространения наружной рекламы.

1.4. Требования настоящего Положения являются обязательными для их исполнения всеми субъектами деятельности по распространению наружной рекламы, осуществляемой на территории Ковернинского муниципального округа.

1.5. Данный порядок демонтажа рекламных конструкций не распространяется на правоотношения, возникшие в связи с аннулированием разрешения или признанием его недействительным.

2. Предмет регулирования настоящего Положения

Предметом регулирования настоящего Положения являются условия организации и проведения демонтажа незаконных рекламных конструкций, определяющие:

- виды нарушений установленного порядка размещения (эксплуатации) рекламных конструкций, являющиеся основанием для их демонтажа;

- порядок и процедуры организации и проведения работ по демонтажу незаконных рекламных конструкций;
- порядок учета, хранения и возврата демонтированных незаконных рекламных конструкций их владельцам либо передачи их в муниципальную собственность или их утилизации;
- основания и порядок возмещения затрат, связанных с демонтажем и хранением незаконных рекламных конструкций.

3. Виды нарушений установленного порядка размещения (эксплуатации) рекламных конструкций, являющиеся основанием для их демонтажа

3.1. К видам нарушений установленного порядка размещения (эксплуатации) рекламных конструкций, являющимся основаниями для демонтажа незаконных рекламных конструкций, относятся:

3.1.1. Установка (эксплуатация) рекламных конструкций без оформления соответствующих разрешений, полученных в порядке, предусмотренном Правилами установки и эксплуатации рекламных и информационных конструкций в Ковернинском муниципальном округе Нижегородской области (далее - Правила), и (или) без заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление (далее - Договор).

3.1.2. Размещение рекламных конструкций, сроки договоров по которым истекли, в случаях, если владелец рекламной конструкции в течение 15 дней с момента истечения указанных сроков самостоятельно не осуществил их демонтаж.

3.1.3. Невыполнение рекламораспространителем условий договора, предусматривающих его обязанность самостоятельно осуществить демонтаж рекламных конструкций.

3.1.4. Иные нарушения требований нормативных правовых актов, указанных в пункте 1.1 настоящего Положения, неустранение которых в установленные сроки влечет за собой их демонтаж.

4. Порядок и процедуры организации и проведения работ по демонтажу незаконных рекламных конструкций

4.1. Обеспечение организации работ по демонтажу незаконных рекламных конструкций, а также контроль за соблюдением требований настоящего Положения осуществляются отделом архитектуры, капитального строительства и ЖКХ администрации Ковернинского муниципального округа.

4.2. Отдел архитектуры, капитального строительства и ЖКХ администрации Ковернинского муниципального округа при выявлении по собственной инициативе или на основании поступивших заявлений органов государственной власти, граждан и юридических лиц нарушений, указанных в п.п. 3.1.1. - 3.1.4. настоящего Положения:

4.2.1. Составляет соответствующий акт с указанием конкретного состава нарушений порядка установки (эксплуатации) объектов наружной рекламы.

4.2.2. Выносит предписание о демонтаже незаконных рекламных конструкций (далее - Предписание) с восстановлением объекта (земельного участка), на котором размещалась рекламная конструкция.

4.2.3. Направляет владельцу рекламной конструкции или управомоченному собственником такого имущества лицу предписание о демонтаже самовольно установленной рекламной конструкции.

4.2.4. В случае, если владелец рекламной конструкции не известен (не установлен), публикует предписание в сроки, не превышающие 10 дней с момента его вынесения в официальном информационном издании Ковернинского муниципального округа - газете "Ковернинские новости". Опубликование в официальном информационном издании считается надлежащим доведением информации до владельцев рекламных конструкций.

4.3. Предписание должно содержать следующие сведения:

4.3.1. Конкретный состав выявленных нарушений.

4.3.2. Указание на обязанность владельца рекламной конструкции произвести в добровольном порядке демонтаж с восстановлением объекта (земельного участка).

4.3.3. Срок, в течение которого владелец рекламной конструкции должен своими силами или силами сторонних организаций за счет собственных средств осуществить демонтаж незаконных рекламных конструкций, по истечении которого они будут демонтированы уполномоченным органом либо уполномоченной им организацией.

Установленный предписанием срок демонтажа рекламной конструкции составляет 30 (тридцать) календарных дней с даты получения (опубликования) предписания владельцем рекламной конструкции.

4.4. Предписание является обязательным для лиц, получивших его в порядке, установленном настоящим Положением.

4.5. При невыполнении владельцами незаконных рекламных конструкций предписания в установленные в нем сроки уполномоченный орган выносит решение об их демонтаже.

4.6. Оказание услуг по демонтажу, транспортировке и хранению незаконных рекламных конструкций осуществляется организацией, выбранной путем размещения муниципального заказа либо в ином установленном законом порядке.

4.7. Демонтаж незаконных рекламных конструкций должен быть осуществлен способами, исключающими причинение им несоразмерного ущерба, за исключением случаев, когда техническое состояние рекламных конструкций не позволяет произвести демонтаж с сохранением целостности конструктивных элементов (высокая степень коррозии, неподвижность соединительных элементов и т.п.).

4.8. Уполномоченная в порядке, предусмотренном п. 4.6. настоящего Положения, организация составляет 2 экземпляра акта о демонтаже незаконных рекламных конструкций и направляет на утверждение смету расходов по их демонтажу в администрацию Ковернинского муниципального округа, включающую также транспортные расходы и затраты на восстановление объекта (земельного участка).

4.9. В сроки, не превышающие семи дней с момента демонтажа незаконных рекламных конструкций, один экземпляр указанного акта направляется администрации Ковернинского муниципального округа, второй экземпляр которого хранится в уполномоченной организации, осуществившей их демонтаж.

4.10. В сроки, не превышающие трех дней с момента получения указанного акта, уполномоченный орган организует учет демонтированных и переданных на хранение незаконных рекламных конструкций.

5. Порядок учета, хранения и возврата демонтированных незаконных рекламных конструкций либо передачи их в муниципальную собственность

5.1. Демонтированные незаконные рекламные конструкции помещаются на хранение в специальные места складирования, определяемые уполномоченным органом.

5.2. После постановки на учет демонтированных и переданных на хранение незаконных рекламных конструкций уполномоченный орган направляет владельцу либо публикует в официальном информационном издании Ковернинского муниципального округа - газете "Ковернинские новости" уведомление о факте их демонтажа и копию смет соответствующих затрат, утвержденную администрацией Ковернинского муниципального округа.

- 5.3. Уведомление должно содержать сведения о:
- 5.3.1. Дате произведенного демонтажа незаконных рекламных конструкций.
- 5.3.2. Месте их хранения и установленном настоящим Положением порядке возврата.
- 5.3.3. Сроке, по истечении которого демонтированные конструкции будут в установленном порядке считаться бесхозными. Данный срок не может быть менее двух месяцев с момента вручения либо публикации указанного уведомления.
- 5.4. Возврат демонтированных незаконных рекламных конструкций осуществляется администрацией Ковернинского муниципального округа или уполномоченной им организацией на основании заявлений владельцев об их возврате.
- 5.5. Заявления должны подаваться в администрацию Ковернинского муниципального округа до истечения сроков, предусмотренных п. 5.3.3. настоящего Положения, с приложением документов, подтверждающих возмещение ими затрат по демонтажу незаконных рекламных конструкций, согласно предусмотренным настоящим Положением сметам, а также оплаты затрат по их хранению на основании выставляемых уполномоченной организацией счетов.
- 5.6. Возврат демонтированных незаконных рекламных конструкций, владелец которых неизвестен (не установлен), осуществляется по предъявлении помимо указанных в п. 5.5. настоящего Положения документов также документов, подтверждающих право собственности заявителя на указанные конструкции.
- 5.7. В срок не позднее семи дней с момента возврата демонтированных незаконных рекламных конструкций уполномоченным органом или уполномоченными им организациями составляется соответствующий акт, на основании которого происходит снятие с учета демонтированных и переданных на хранение незаконных рекламных конструкций.
- 5.8. Отсутствие в указанные в уведомлении о факте демонтажа незаконных рекламных конструкций сроки заявления владельца рекламной конструкции об их возврате с приложением документов, подтверждающих оплату им затрат по демонтажу и хранению, рассматривается как отказ от права собственности на них.
- 5.9. Демонтированные незаконные рекламные конструкции, от права собственности на которые владелец отказался, стоимостью явно ниже пятикратного минимального размера оплаты труда, размещенные на здании, земельном участке и других объектах, находящихся в муниципальной собственности, обращаются в муниципальную собственность путем их использования или иных действий, свидетельствующих об их обращении в муниципальную собственность.
- 5.10. В остальных случаях бесхозные демонтированные незаконные рекламные конструкции поступают в муниципальную собственность на основании решения суда согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации либо, в случае явной непригодности для дальнейшего использования (ветхость, высокая степень коррозии и прочее), подлежат утилизации на основании акта демонтажа, составляемого уполномоченной организацией. Снятие с учета демонтированных и переданных на хранение незаконных рекламных конструкций осуществляется на основании акта демонтажа.
- 5.11. Средства, вырученные от реализации демонтированных конструкций и материалов, направляются на покрытие расходов по их хранению, а в случае отказа нарушителя от возмещения расходов по демонтажу - на покрытие данных расходов.

6. Основания и порядок возмещения затрат, связанных с демонтажем и хранением незаконных рекламных конструкций

- 6.1. Затраты по демонтажу, транспортировке и хранению незаконных рекламных конструкций несет уполномоченная организация. Указанные затраты возмещаются уполномоченной организации на основании договора (муниципального контракта) на возмездное оказание услуг по демонтажу, транспортировке и хранению незаконных рекламных конструкций.

- 6.2. Демонтаж незаконных рекламных конструкций осуществляется независимо от применения к рекламодателям мер административной ответственности.
- 6.3. Применение мер административной ответственности к рекламодателям не освобождает их от обязанности возместить затраты по демонтажу и хранению незаконных рекламных конструкций.
- 6.4. За выполнение норм настоящего Положения должностные лица указанных в нем органов несут ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации и иными правовыми актами.

**МЕТОДИКА
РАСЧЕТА АРЕНДНОЙ ПЛАТЫ ЗА ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ МЕСТА
ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ КОНСТРУКЦИИ НА ОБЪЕКТАХ,
ЯВЛЯЮЩИХСЯ МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ
КОВЕРНИНСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО ОКРУГА
НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

Настоящая Методика применяется при расчете размера арендной платы по договорам на право размещения рекламной конструкции на объектах, являющихся муниципальной собственностью Ковернинского муниципального округа Нижегородской области.

1. Годовая арендная плата за использование места для размещения рекламной конструкции на объектах, являющихся муниципальной собственностью Ковернинского муниципального округа Нижегородской области, определяется по следующей формуле (в рублях за год):

$$П = БС \times S \times K1 \times K2 \times K3 \times K4 \times K5 \times K6, \text{ где}$$

П - годовая арендная плата, руб./год; БС - базовая ставка арендной платы в размере 50 руб./кв. м x год; S - площадь рекламного средства, кв. м; K1 - коэффициент, отражающий особенности типа конструкции рекламного средства; K2 - коэффициент, отражающий особенности применения освещения при эксплуатации рекламного средства. K3 - коэффициент, отражающий зависимость арендной платы от места размещения рекламного средства; K4 - коэффициент, отражающий особенности территориального расположения рекламного средства; K5 - коэффициент, применяемый при размещении социально значимой рекламы; K6 - коэффициент, применяемый при предварительной оплате по договору аренды места размещения наружного рекламного средства.

2. Площадь рекламного средства определяется как площадь полезной обзораемой поверхности рекламного средства в сумме с дополнительной площадью поверхности здания, сооружения, земли или иного объекта, необходимой для установления рекламного средства.

3. Размер базовой ставки арендной платы БС может изменяться на основании постановления главы местного самоуправления Ковернинского муниципального округа Нижегородской области.

4. Коэффициент K1 отражает зависимость арендной платы от типа конструкции рекламного средства и стимулирует внедрение новых технологий при изготовлении конструкции рекламного средства. Значение коэффициента K1 определяется в соответствии с таблицей N 1.

Таблица N 1

N п/п	Тип конструкции	K1
1.	Рекламное средство, изготовленное с применением панелей с автоматической сменой экспозиции (роллер, движущийся экран, вращающаяся плоскость; жидкокристаллический монитор и т.п.)	1,0
2.	Панель-кронштейн, лайт-бокс	1,5
3.	Растяжки	1,2
4.	Иные рекламные средства	1,2

5. Коэффициент K2 отражает степень применения освещения при размещении рекламного средства и стимулирует рекламодателей к эксплуатации рекламных средств с применением внешнего и внутреннего искусственного подсвета. Значение коэффициента K2 определяется в соответствии с таблицей N 2.

Таблица N 2

N п/п	Степень освещения	K2
1.	Без освещения	-
2.	С внешним освещением	1,2
3.	С внутренним освещением	1,2
4.	С применением неоновых или подобного типа освещения, рекламные средства, освещение которых невозможно (дорожные ограждения, штендеры и т.д.)	1,0

6. Коэффициент K3 отражает зависимость арендной платы от места размещения наружного рекламного средства. Значение коэффициента K3 определяется в соответствии с таблицей N 3.

Таблица N 3

N п/п	Место размещения	K3
1.	На крыше здания, козырьке	1,0
2.	На стене здания, сооружения	1,2
3.	На земле (грунт, газон)	1,5
4.	На заборе, ограждении	1,5
5.	На столбе, опоре	1,5
6.	На тротуаре	2,0

7. Коэффициент K4 определяет особенности территориального расположения рекламного средства. Значение коэффициента K4 определяется в соответствии

с зональным разделением территории Ковернинского муниципального округа. Для магистральных щитовых конструкций, растяжек, панелей-кронштейнов, брендмауэрных панно, иных рекламных средств, расположенных в:

- р.п.Ковернино, д. Гавриловка, д. Сухоноска, и другие населенные пункты по трассе Н.Новгород- Ковернино - $K_4=1,2$;

- иных сельских поселениях - $K_4=1,0$.

8. Коэффициент K_5 применяется только при размещении социально значимой рекламы, $K_5=0$.

9. Коэффициент K_6 применяется следующим образом: $K_6=1$ в случае единовременной оплаты за год; $K_6=1,05$ в случае единовременной оплаты за шесть месяцев; $K_6=1,1$ в случае единовременной оплаты за три месяца; $K_6=1,2$ в случае ежемесячной оплаты по договору за предоставление места для размещения рекламного средства.

Приложение 3
к Правилам установки и эксплуатации рекламных
и информационных конструкций
в Ковернинском муниципальном округе
Нижегородской области

Главе местного самоуправления администрации Ковернинского
муниципального округа Нижегородской области

от _____
(Ф.И.О. заявителя, его почтовый индекс и адрес, реквизиты)

**Заявление
на размещение рекламной конструкции**

Вид рекламной конструкции _____

Адрес расположения: _____
(полный адрес объекта с указанием субъекта РФ,

_____ административного округа и т.д.)

Сроки установки - эксплуатации рекламной конструкции:
временная (12 месяцев) 5 лет (ненужное зачеркнуть) 10 лет (ненужное зачеркнуть)

Подсветка Материал

Дата

Подпись

М.П.

Приложение:

- данные о заявителе - физическом лице либо данные о государственной регистрации юридического лица или государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя;
- подтверждение в письменной форме согласия собственника или иного законного владельца соответствующего недвижимого имущества на присоединение к этому имуществу рекламной конструкции, если заявитель не является собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества, подпись которого должна быть удостоверена нотариально;
- схема привязки, фотомонтаж места установки в цвете с указанием размеров (в 2 экз.).
- лист согласований со схемой привязки рекламной конструкции
- паспорт рекламной конструкции.

**Администрация Ковернинского муниципального округа Нижегородской
области**

**РАЗРЕШЕНИЕ № _____
НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ КОНСТРУКЦИИ**

Выдано _____

_____ (наименование организации, местонахождение, р/с и банковские реквизиты)

в лице _____

на размещение рекламной конструкции в виде

_____ (вид и тип рекламной конструкции)

размером _____

По адресу: _____

Срок размещения рекламной конструкции _____

Гос. пошлина за выдачу разрешения на размещение рекламной конструкции
составляет _____

(в соответствии со ст. 333.33 Налогового кодекса РФ (часть II))

Срок действия разрешения с " " _____ 20 г. по " " _____ 20 г.

Разрешение продлено до " " _____ года.

Глава местного самоуправления _____ (Ф.И.О.)

Оттиск печати

Монтаж рекламной конструкции произвести
в соответствии с проектом.

Информирован и согласен _____

(подпись и печать заявителя)

**Порядок
проведения торгов на право заключения договоров на установку и
эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях
или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной
собственности Ковернинского муниципального округа, а также на
земельных участках, государственная собственность на которые не
разграничена, на территории Ковернинского муниципального округа
(далее - Порядок)**

1. Общие положения

1.1. Настоящий Порядок в соответствии с Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», Гражданским кодексом Российской Федерации, приказом Федеральной антимонопольной службы от 10 февраля 2010 года № 67 «О порядке проведения конкурсов или аукционов на право заключения договоров аренды, договоров безвозмездного пользования, договоров доверительного управления имуществом, иных договоров, предусматривающих переход прав владения и (или) пользования в отношении государственного или муниципального имущества, и перечне видов имущества, в отношении которого заключение указанных договоров может осуществляться путем проведения торгов в форме конкурса» (далее - Правила, утвержденные Приказом ФАС России от 10 февраля 2010 года № 67) определяет организацию проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, зданиях, или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности Ковернинского муниципального округа, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, на территории Ковернинского муниципального округа.

1.2. В соответствии с действующим законодательством Российской Федерации настоящий Порядок определяет принципы проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, условия участия в торгах, а также порядок определения победителя и заключения с ним соответствующего договора (далее - Договор).

1.3. Торги на территории Ковернинского муниципального округа проводятся в форме аукциона или конкурса.

1.4. По составу участников торги могут быть только открытыми.

1.5. Торги проводятся при наличии не менее двух участников по предмету торгов (по каждому лоту).

В случае, если к участию в торгах допущен один участник, торги признаются несостоявшимися и договор заключается с лицом, которое являлось единственным участником торгов, по начальной цене лота.

1.6. Торги на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в соответствии с настоящим Порядком проводятся в отношении земельных участков, зданий или иного недвижимого имущества, находящегося в муниципальной собственности Ковернинского муниципального округа, а также земельных участков, государственная собственность на которые не разграничена, на территории Ковернинского муниципального округа.

1.7. Начальная цена предмета торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, за предоставление места для размещения рекламной конструкции на объектах, являющихся собственностью Ковернинского муниципального округа Нижегородской области, устанавливается в размере ежегодной арендной платы, определенной по результатам рыночной оценки в соответствии с Федеральным законом "Об оценочной деятельности в Российской Федерации".

1.8. Для победителя торгов является обязательным заключение договора на распространение социальной рекламы в пределах пяти процентов годового объема распространяемой им рекламы. Заключение такого договора осуществляется в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации.

2. Основные понятия

В тексте настоящего Порядка применяются следующие основные понятия:

аукцион - форма торгов, при которой право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции приобретает лицо, предложившее наиболее высокую цену за право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на конкретном рекламном месте;

конкурс - форма торгов, при которой право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции приобретает лицо, предложившее лучшие условия размещения и эксплуатации рекламной конструкции надлежащего качества на конкретном рекламном месте;

предмет торгов - право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

организатор торгов – уполномоченный орган местного самоуправления на проведение торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции либо лицо, обладающее имуществом на праве оперативного управления либо хозяйственного ведения;

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

участник торгов - претендент, допущенный к участию в торгах;

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

аукционная комиссия - постоянно действующий совещательный орган по проведению торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности Ковернинского муниципального округа, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, на территории Ковернинского муниципального округа;

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

шаг аукциона - величина повышения начальной цены договора;

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

3. Организатор торгов

3.1. Организатором торгов на право заключения Договоров на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности Ковернинского муниципального округа, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, на территории Ковернинского муниципального округа, является комитет имущественных отношений администрации Ковернинского муниципального округа .

Организатор торгов вправе привлечь специализированную организацию для осуществления отдельных функций по обеспечению проведения торгов (в том числе по подготовке и согласованию рекламного места). Функции специализированной организации исполняются организацией, определенной по результатам проведения конкурса. Специализированная организация осуществляет свои функции от имени организатора торгов. Оплата работ производится за счет средств бюджета муниципального округа.

3.2. Организатор торгов осуществляет следующие функции:

1) создает постоянно действующую комиссию по проведению торгов;

2) получает от отдела архитектуры, капитального строительства и ЖКХ администрации утвержденную схему размещения рекламоносителей, паспорт рекламного места для определенных торгов и перечень требований к размещению рекламоносителя.

3) принимает решение о проведении торгов на право заключения Договора;

4) осуществляет подготовку аукционной или конкурсной документации;

5) осуществляет размещение информационного сообщения о проведении торгов путем размещения его на официальном сайте организатора торгов не менее чем за тридцать дней до проведения торгов;

6) принимает решение о внесении изменений в извещение о проведении торгов не позднее чем за пять дней до даты окончания подачи заявок на участие в торгах. В течение одного дня с даты принятия указанного решения

такие изменения размещаются организатором торгов на официальном сайте торгов. При этом срок подачи заявок на участие в торгах должен быть продлен таким образом, чтобы с даты размещения на официальном сайте торгов внесенных изменений в извещение о проведении торгов до даты окончания срока подачи заявок: на участие в аукционе - не менее пятнадцати дней;

7) принимает решение об отказе от проведения торгов в любое время, но не позднее чем за три дня до наступления даты его проведения. Извещение об отказе от проведения торгов размещается на официальном сайте торгов в течение одного дня с даты принятия решения об отказе от проведения торгов. В течение двух рабочих дней с даты принятия указанного решения организатор торгов направляет соответствующие уведомления всем участникам торгов;

8) принимает от претендентов заявки на участие в торгах и ведет их учет;

9) представляет аукционной комиссии поступившие заявки или запечатанные конверты;

10) информирует участников торгов об их результатах;

11) заключает с победителем торгов договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

12) производит расчеты с претендентами, участниками и победителем торгов ;

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

14) осуществляет иные полномочия, предусмотренные действующим законодательством.

4. Аукционная комиссия

4.1. Аукционная комиссия (далее - Комиссия), осуществляя свои функции, в соответствии с пунктом 20 Правил, утвержденных Приказом ФАС России от 10 февраля 2010 года № 67, вправе запрашивать информацию и документы в целях проверки соответствия участника аукциона требованиям, установленным законодательствам, у органов власти в соответствии с их компетенцией и иных лиц, за исключением лиц, подавших заявку на участие в соответствующем аукционе. При этом Комиссия не вправе возлагать на участников аукциона обязанность подтверждать соответствие данным требованиям.

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

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

4.4. Заседания правомочны, если на них присутствует не менее пятидесяти процентов общего числа членов Комиссии.

4.5. Комиссия осуществляет рассмотрение заявок на участие в аукционе и отбор участников аукциона, ведение протокола рассмотрения заявок на участие в аукционе, протокола аукциона, протокола об отказе от заключения договора, протокола об отстранении претендента или участника аукциона от участия в аукционе.

4.6. При равенстве голосов голос председателя Комиссии является решающим.

4.7. Решения Комиссии оформляются протоколом заседания Комиссии, который подписывается всеми членами Комиссии, принявшими участие в заседании.

5. Претенденты и участники торгов

5.1. Участником торгов может быть любое юридическое лицо независимо от организационно-правовой формы, формы собственности, места нахождения и места происхождения капитала или любое физическое лицо, в том числе индивидуальный предприниматель, претендующее на заключение договора и подавшее заявку на участие в торгах (далее - заявитель).

5.2. Заявка на участие в торгах должна содержать:

1) сведения и документы о заявителе, подавшем такую заявку,

2) платежный документ, подтверждающий перечисление задатка в установленном размере (в размере 20 % от начальной цены лота в соответствии с аукционной документацией). В случае, если претендент намерен приобрести несколько лотов, то задаток оплачивается по каждому лоту;

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

6. Подача и прием заявок

6.1. Организатор торгов обеспечивает размещение аукционной или конкурсной документации на официальном сайте торгов одновременно с размещением извещения о проведении торгов.

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

6.3. Каждая заявка на участие в торгах, поступившая в срок, указанный в аукционной (конкурсной) документации, регистрируется организатором торгов.

6.4. Заявка претендента регистрируется работником организатора торгов в журнале регистрации заявок с указанием в нем даты и времени подачи заявки, а также порядкового номера.

При принятии заявки проверяется комплектность прилагаемых к ней документов на соответствие требованиям, предъявляемых к ней законодательством Российской Федерации.

6.5. Полученные после окончания установленного срока приема заявок на участие в торгах заявки не рассматриваются и в тот же день возвращаются

соответствующим претендентам. В случае, если было установлено требование о внесении задатка, организатор торгов обязан вернуть задаток указанным заявителям в течение пяти рабочих дней с даты подписания протокола аукциона.

6.6. Один претендент имеет право подать только одну заявку на участие в торгах в отношении каждого предмета торгов (лота).

6.7. Претендент имеет право отозвать поданную заявку в любое время до установленной даты и времени рассмотрения заявок. Отзыв заявки регистрируется в журнале приема заявок.

Претенденту возвращается пакет поданных им документов и внесенный задаток в течение 5 рабочих дней с даты поступления организатору торгов уведомления об отзыве заявки на участие в торгах.

6.8. Организатор торгов принимает меры по обеспечению сохранности представленных заявок и прилагаемых к ним документов.

6.9. По окончании срока приема заявок организатор торгов передает поступившие материалы в Комиссию.

6.10. В случае если по окончании срока подачи заявки подана только одна заявка или не подано ни одной заявки, торги признаются несостоявшимися. В случае, если документацией предусмотрено два и более лота, торги признаются несостоявшимися только в отношении тех лотов, в отношении которых подана только одна заявка или не подано ни одной заявки.

7. Порядок рассмотрения заявок на участие в торгах

7.1. Комиссия рассматривает заявки на участие в торгах на предмет соответствия требованиям, установленным аукционной (конкурсной) документацией, и соответствия заявителей требованиям, установленным законодательством Российской Федерации.

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

7.3. По результатам рассмотрения заявок Комиссия принимает решение о допуске к участию в торгах претендента и о признании претендента участником или об отказе в допуске такого претендента к участию в торгах по основаниям, предусмотренным законодательством. Указанные решения фиксируются в протоколе рассмотрения заявок.

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

1) непредставления документов, представление которых требуется в соответствии с настоящим Порядком, либо наличия в таких документах недостоверных сведений;

2) несоответствия требованиям, установленным законодательством Российской Федерации;

3) невнесения задатка, если требование о внесении задатка указано в извещении о проведении торгов;

4) несоответствия заявки на участие в торгах требованиям документации о торгах, в том числе наличия в таких заявках предложения о цене договора ниже начальной (минимальной) цены договора (цены лота);

5) наличия решения о ликвидации заявителя - юридического лица или наличие решения арбитражного суда о признании заявителя - юридического лица, индивидуального предпринимателя банкротом и об открытии конкурсного производства;

6) наличия решения о приостановлении деятельности заявителя в порядке, предусмотренном Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях, на день рассмотрения заявки на участие в аукционе;

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

7.6. В случае, если принято решение об отказе в допуске претендента к участию в торгах, организатор возвращает задаток претенденту в течение пяти рабочих дней с даты подписания протокола рассмотрения заявок.

8. Порядок проведения торгов в форме аукциона

8.1. Торги проводятся организатором торгов в присутствии членов Комиссии и участников торгов (их представителей).

8.1.1. В торгах могут участвовать только претенденты, признанные участниками торгов. Организатор торгов обязан обеспечить участникам торгов возможность принять участие в торгах непосредственно или через своих представителей.

8.2. Торги проводятся путем повышения начальной (минимальной) цены договора (цены лота), указанной в извещении о проведении торгов, на «шаг аукциона», который устанавливается в размере пяти процентов начальной (минимальной) цены договора (цены лота), указанной в извещении о проведении торгов.

8.4. Победителем торгов в соответствии с пунктом 142 Правил, утвержденных Приказом ФАС России от 10 февраля 2010 года № 67, признается лицо, предложившее наиболее высокую цену договора, либо действующий правообладатель, если он заявил о своем желании заключить договор по объявленной аукционистом наиболее высокой цене договора.

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

Протокол составляется в двух экземплярах, один из которых остается у организатора торгов. Организатор торгов в течение трех рабочих дней с даты подписания протокола передает победителю торгов один экземпляр протокола и проект договора, который составляется путем включения цены договора, предложенной победителем торгов, в проект договора, прилагаемый к документации о торгах.

8.6. Протокол торгов размещается на официальном сайте организатором торгов в течение дня, следующего за днем подписания протокола.

8.7. В случае, если было установлено требование о внесении задатка, организатор торгов в течение пяти рабочих дней с даты подписания протокола торгов обязан возвратить задаток участникам торгов, которые участвовали в торгах, но не стали победителями, за исключением участника торгов, который сделал предпоследнее предложение о цене договора. Задаток, внесенный участником торгов, который сделал предпоследнее предложение о цене договора, возвращается такому участнику торгов в течение пяти рабочих дней с даты подписания договора с победителем торгов или с таким участником торгов. В случае, если один участник торгов является одновременно победителем торгов и участником торгов, сделавшим предпоследнее предложение о цене договора, при уклонении указанного участника торгов от заключения договора в качестве победителя торгов задаток, внесенный таким участником, не возвращается.

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

8.9. Протоколы, составленные в ходе проведения торгов, заявки на участие в торгах, документация о торгах, изменения, внесенные в документацию о торгах, а также аудио- или видеозапись торгов хранятся организатором торгов не менее трех лет.

9. Подведение итогов торгов. Заключение договора

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

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

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

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

9.4. В случае, если победитель торгов отказался (уклонился) от заключения Договора, в соответствии со статьей 448 Гражданского кодекса Российской Федерации он утрачивает внесенный им задаток. В этом случае

Договор в соответствии с Правилами, утвержденными Приказом ФАС России от 10 февраля 2010 года № 67 заключается с лицом, предложившим следующую за победившей цену лота.

9.5. Победитель торгов производит оплату по Договору в срок, установленный Договором. Задаток, внесенный победителем торгов при участии в них, в соответствии со статьей 448 Гражданского кодекса Российской Федерации засчитывается в счет оплаты по Договору.

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

10. Разрешение споров

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

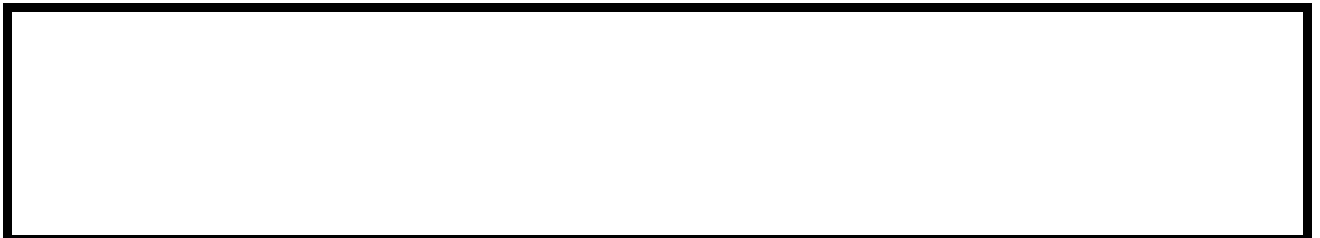
**ПАСПОРТ
РЕКЛАМНОЙ КОНСТРУКЦИИ**

№ _____

от _____

Владелец рекламной конструкции _____ Адрес регистрации: _____ Тел. _____				
Вид рекламной конструкции-	Высота, м	Длина, м	Площадь одной стороны, кв.м	Количество сторон
Адрес рекламного места: _____				
Собственник рекламного места (лицо, обладающее иным вещным правом): _____				
Дата выдачи Паспорта владельцу рекламной конструкции:				
Паспорт получил: Ф.И.О. _____ Доверенность _____ от "___" 20___ г.				

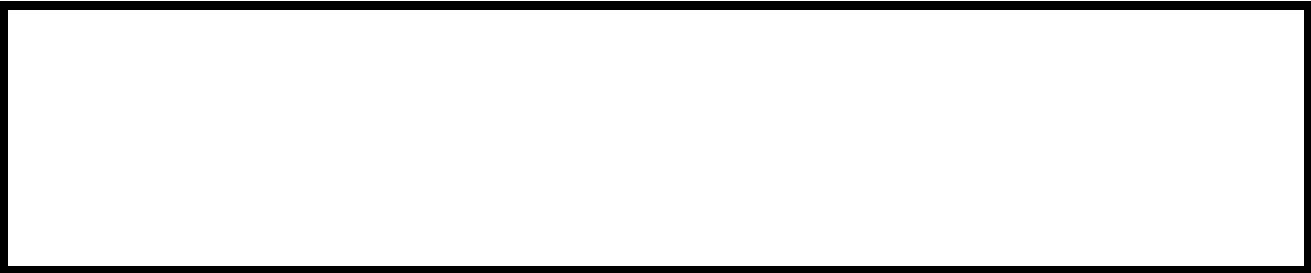
Рекламное место с установленной на нем рекламной конструкцией



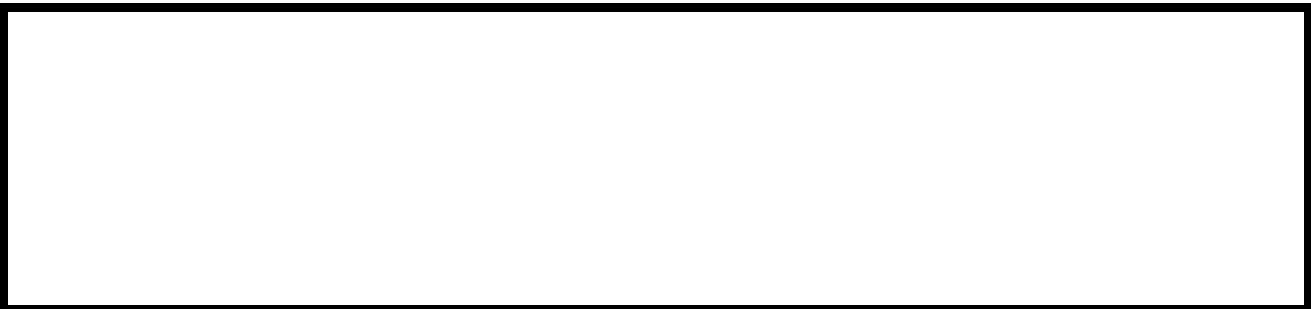
Рекламного место без установленной на нем рекламной конструкции



Схема размещения рекламной конструкции



Место для фотографии рекламного изображения(представляется заявителем по факту смены рекламного изображения с датой поступления)



СОГЛАСОВАНО:

Установку рекламной конструкции разрешаю. Заместитель главы администрации Ковернинского муниципального округа _____ « ____ » _____ 20__ г. М.П.
Представитель территориального отдела _____ « ____ » _____ 20__ г. М.П.
Председатель комитета имущественных отношений администрации Ковернинского муниципального округа _____ « ____ » _____ 20__ г. М.П.
Заведующий отделом архитектуры, капитального строительства и ЖКХ администрации Ковернинского муниципального округа _____ « ____ » _____ 20__ г. М.П.
Начальник ОГИБДД МО МВД России «Ковернинский» _____ « ____ » _____ 20__ г. М.П.
Собственник здания _____ « ____ » _____ 20__ г. М.П.
Заявитель:

- согласен с условиями, установленными действующими Правилами и настоящим паспортом

- принял бланк Паспорта для самостоятельного соглашения.

Представитель заявителя: _____

« _____ » _____ 20__ г.

М.П.

Особые условия согласующих инстанций

Памятка

1. Разрешение на установку рекламной конструкции выдаётся сроком до десяти лет.
2. В случае необходимости распространения наружной рекламы после истечения срока разрешения на установку рекламной конструкции Заявитель, выполнивший обязательства договора на установку рекламной конструкции, имеет преимущественное право на пролонгацию разрешения на установку рекламной конструкции и договора на установку рекламной конструкции. Заявка на пролонгацию подаётся не позднее чем за два месяца до окончания срока действия разрешения на установку рекламной конструкции.
3. Отделом архитектуры, капитального строительства и ЖКХ администрации Ковернинского муниципального округа Нижегородской области решение об аннулировании разрешения на установку рекламной конструкции принимается:
 - в течение месяца со дня направления ему владельцем рекламной конструкции уведомления в письменной форме о своём отказе от дальнейшего использования разрешения на установку рекламной конструкции;
 - в течение месяца с момента направления ему собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, документа, подтверждающего прекращение договора, заключённого между таким собственником или таким владельцем недвижимого имущества и владельцем рекламной конструкции;
 - в случае, если в течение года со дня выдачи разрешения на установку рекламной конструкции рекламная конструкция не установлена;
 - в случае, если рекламная конструкция используется не в целях распространения рекламы.
4. При заглублении фундамента свыше 30 см согласовать работы с соответствующими службами по подземным коммуникациям.
5. Владелец рекламной конструкции обязан ее демонтировать (или выполнить другие работы) в течение двух дней с момента получения уведомления (предписания) о демонтаже (переносе и т.д.). Уведомление (предписание) может быть выдано уполномоченным органом местного самоуправления, государственными и специализированными службами в связи с проведением ими в данном месте аварийных, строительных и других работ, а также в случаях, если рекламная конструкция не отвечает требованиям технического регламента и безопасности и (или) эксплуатируется с нарушением установленных законодательством Российской Федерации и нормативных актов органа местного самоуправления муниципального округа правил ее эксплуатации.
6. Паспорт рекламной конструкции теряет силу в случае изменения типа конструкции, смены места ее размещения или владельца, а также по истечении срока договора на ее установку».

«УТВЕРЖДАЮ»
Заведующий отделом архитектуры, капитального
строительства и ЖКХ администрации Ковернинского
муниципального округа Нижегородской области

« ___ » _____ Г.

(подпись)

АКТ
о незаконном (самовольном) размещении рекламной конструкции

_____ от « ___ » _____ Г.

Комиссией в составе: _____

в присутствии: _____
была обнаружена незаконно (самовольно) размещённая рекламная конструкция по
адресу: _____

Содержание рекламы: _____
Вид рекламной конструкции: _____
Площадь информационного поля рекламной конструкции: _____
Рекламодатель: _____
Рекламораспространитель: _____
Объяснение представителя рекламораспространителя: _____

На основании вышеизложенного предлагается:

_____ (предписания, направленные на устранение незаконного (самовольного)
_____ использования муниципального рекламного места)

Подписи членов комиссии:

С актом ознакомлен:

К акту прилагается:

Приложение 8
к Правилам установки и эксплуатации рекламных
и информационных конструкций
в Ковернинском муниципальном округе
Нижегородской области

Кому: _____

(наименование и адрес владельца или
собственника недвижимого имущества,
к которому присоединена
рекламная конструкция)

**Предписание
о демонтаже рекламной конструкции, размещённой
без разрешения на размещение рекламной конструкции**

Во исполнение пункта 10 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» Вам
необходимо демонтировать рекламную конструкцию

установленную по адресу:

без разрешения на размещение рекламной конструкции, выдаваемого в
соответствии с Федеральным законом «О рекламе».

Демонтаж осуществить до _____

С предписанием ознакомлен:

Заведующий отделом архитектуры, капитального строительства и ЖКХ администрации
Ковернинского муниципального округа Нижегородской области

тел. _____

