Приложение к решению

Думы г. Бодайбо и района

от 18.06.2018 № 13-па

**ПРАВИЛА**

**РАСПРОСТРАНЕНИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ НА ТЕРРИТОРИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ Г.БОДАЙБО И РАЙОНА**

Глава 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Правила распространения наружной рекламы на территории муниципального образования г. Бодайбо и района (далее - Правила) разработаны на основании Федерального [закона](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52BDCFD27FA9585BA8A9DF50061A811AD5DA80BCA5E083E04C2E94D441FE59y0JEB) от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), Федерального [закона](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52BDCFD27FA9585BA8ABD15A021A811AD5DA80BCA5E083E04C2E94D440FD58y0J5B) от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Федерального [закона](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52BDCFD27FA95858A6ADD15A061A811AD5DA80BCyAJ5B) от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации», Федерального [закона](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52BDCFD27FA9585BA8A9DF50001A811AD5DA80BCyAJ5B) от 25.06.2002 № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации», Градостроительного [кодекса](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52BDCFD27FA9585BA8A8D65B041A811AD5DA80BCyAJ5B) Российской Федерации, Жилищного [кодекса](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52BDCFD27FA9585BA9ABDF5D001A811AD5DA80BCyAJ5B) Российской Федерации, муниципальных правовых актов органов местного самоуправления муниципального образования г. Бодайбо и района.

2. Правила устанавливают единые порядок и требования к размещению наружной рекламы, установке, эксплуатации рекламных конструкций на территории муниципального образования г. Бодайбо и района и контролю за соблюдением этих требований.

3. Правила приняты в целях формирования благоприятной архитектурной и информационной среды, сохранения историко-градостроительного облика, упорядочения мест для установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории муниципального образования г. Бодайбо и района, эффективного использования муниципального имущества муниципального образования г. Бодайбо и района в целях размещения наружной рекламы.

4. Настоящие Правила обязательны для всех юридических лиц независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности, а также для физических лиц и индивидуальных предпринимателей при установке и эксплуатации рекламных конструкций.

5. Настоящие Правила не распространяются на:

1) вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера;

2) объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности;

3) конструкции с информацией муниципальных образований:

а) технические средства организации дорожного движения (за исключением информационно-сервисных знаков индивидуального проектирования);

б) информационные указатели ориентирования в населенных пунктах: названия улиц, номера зданий, расписание движения пассажирского транспорта, схемы и карты ориентирования в населенных пунктах, входящих в состав муниципального образования г. Бодайбо и района (далее - населенных пунктах) не содержащие коммерческой рекламы и размещаемые соответствующими службами;

в) конструкции с информацией о проведении строительных, дорожных, аварийных и других видов работ, распространяемой в целях безопасности и информирования населения;

г) конструкции с информацией об объектах инфраструктуры: города, поселков, архитектурных ансамблях, парковых комплексах;

д) конструкции с праздничным некоммерческим оформлением населенных пунктов (без использования названий, наименований и/или иных средств их индивидуализации организаций и знаков обслуживания других юридических и/или физических лиц);

е) различного рода декоративные элементы (мягкое стяговое оформление, флаговые композиции, световые установки, настенные панно, мягкие перетяжки, гирлянды и др.) без использования названий, наименований и/или иных средств индивидуализации организаций и знаков обслуживания других юридических и/или физических лиц;

ж) конструкции с информацией о проведении социально значимых мероприятий (перепись населения, выборы, субботник и т.п.);

з) конструкции с информацией об официальных мероприятиях (конференции, форумы и т.п.);

и) конструкции с информацией предприятий общественного питания, предназначенной для ознакомления потребителя об оказываемых услугах (меню, прейскуранты, условия обслуживания и т.д.), без использования наименований и/или иных средств индивидуализации организаций и знаков обслуживания других юридических и/или физических лиц;

4) конструкции с информацией учреждений культуры, образования, физкультуры и спорта и здравоохранения местного, областного подчинения по профилю их деятельности, в том числе информацию о концертах, репертуарах театров и кинотеатров (театральные и киноафиши), если она не содержит торговых марок, наименований, товарных знаков и знаков обслуживания других юридических и/или физических лиц;

5) витрины, киоски, лотки, передвижные пункты торговли, уличные зонтики, в части получения разрешений, в случае размещения рекламы непосредственно на указанных объектах (без использования конструкций и приспособлений, предназначенных только для размещения рекламы).

Глава 2. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В ПРАВИЛАХ

6. Реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием [любых](consultantplus://offline/ref=B93A3CB39C584104C86DFE39242AD21F869DEDF00034C7E3D96787692D3E75798B210669042E2B00g4x4E) средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

7. Рекламные конструкции в рамках настоящих Правил в соответствии с требованиями Закона о рекламе - щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, воздушные шары, аэростаты, иные технические средства стабильного территориального размещения, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также на остановочных пунктах движения общественного транспорта и на других объектах инфраструктуры населенных пунктов, установленные на территории муниципального образования г. Бодайбо и района в целях размещения наружной рекламы.

8. Наружная реклама - реклама, размещаемая на территории муниципального образования г. Бодайбо и района с использованием рекламных конструкций.

9. 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.

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

11. Место под рекламную конструкцию - место, на котором предполагается установить или установлена и эксплуатируется рекламная конструкция (фасад или стена здания, строения, сооружения, земельный участок, участок улично-дорожной сети и др.).

12. Самовольно размещенная рекламная конструкция - рекламная конструкция, установленная и (или) эксплуатируемая без разрешения.

13. Постановочный эскиз - документ, содержащий фрагмент (фотографию) территориального размещения рекламной конструкции, схематический план местности с указанием места под установку рекламной конструкции.

14. Информационное поле рекламной конструкции - конструктивная часть рекламной конструкции, предназначенная для размещения рекламы и (или) социальной рекламы, включая элементы обрамления данной части.

Глава 3. РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ

15. Установка рекламных конструкций на территории муниципального образования г. Бодайбо и района осуществляется в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования г. Бодайбо и района на земельном участке, который находится в муниципальной собственности муниципального образования г. Бодайбо и района или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности муниципального образования г. Бодайбо и района, утверждаемой в порядке, предусмотренном [пунктом 5.8 статьи 19](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52BDCFD27FA9585BA8A9DF50061A811AD5DA80BCA5E083E04C2E94D6y4J2B) Закона о рекламе (далее - схема размещения рекламных конструкций).

16. 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, управомоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется в соответствии с нормами Закона о рекламе и гражданского законодательства.

17. Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования г. Бодайбо и района или земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, проводятся в форме аукциона, только в отношении рекламных конструкций, указанных в схеме размещения рекламных конструкций.

18. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования г. Бодайбо и района или земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, осуществляется по результатам торгов, проводимых Администрацией г. Бодайбо и района (Приложение № 1 к настоящим Правилам).

19. Установка рекламных конструкций на территории муниципального образования г. Бодайбо и района допускается при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций (далее - разрешение), выданного в порядке, установленном административным регламентом предоставления муниципальной услуги «Выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже рекламных конструкций на территории муниципального образования г.Бодайбо и района».

20. Установка рекламных конструкций не влечет за собой возникновение прав на земельные участки, на которых они расположены, и не требует оформления разрешительной документации на право пользования землей, кроме документов, указанных в настоящих Правилах.

21. В договоре на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования г. Бодайбо и района или земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, предусматривается обязанность рекламораспространителей по размещению социальной рекламы в пределах пяти процентов годового объема распространяемой им рекламы.

22. В случае необходимости размещения социальной рекламы Администрация г. Бодайбо и района направляет в адрес рекламораспространителей соответствующее письмо, оформленное на бланке Администрации г. Бодайбо и района.

23. Рекламные конструкции могут быть:

1) длительного периода размещения - рекламные конструкции характеризуются постоянным местом размещения и сроком размещения более двенадцати месяцев;

2) временными - рекламные конструкции, срок размещения которых обусловлен их функциональным назначением и местом установки (строительные сетки, ограждения строительных площадок, мест торговли и иных подобных мест, другие аналогичные технические средства) и составляет не более чем двенадцать месяцев.

24. Рекламные конструкции длительного периода размещения подразделяются на следующие виды:

1) отдельно стоящие рекламные конструкции:

а) щитовые конструкции - отдельно стоящие рекламные конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения информации и состоящие из фундамента, каркаса, стойки и информационного поля.

Щитовые конструкции подразделяются на:

- щитовые конструкции большого формата - конструкции с размером рекламной поверхности 2,0 x 3,0 м, 2,7 x 3,7 м (ситиборд), 3,0 x 6,0 м (билборд), 3,0 x 12,0 м, 3,0 x 18,0 м, 4,0 x 12,0 м 5,0 x 12,0 м, 5,0 x 15,0 м (суперсайт);

- щитовые конструкции малого формата - конструкции с размером рекламной поверхности от 0,8 x 1,2 м до 1,4 x 3,0 м, в том числе 1,2 x 1,8 м с внутренней подсветкой (ситилайт), 1,2 x 1,8 м (пилон), 1,4 x 3,0 м (пилларс).

Щитовые конструкции форматом более чем 3,0 x 6,0 м рекомендуется размещать на крупных транспортных развязках и въездах в населенный пункт;

б) афишные щиты - отдельно стоящие рекламные конструкции, предназначенные для размещения исключительно рекламы о концертах, репертуарах театров, спортивных и иных массовых мероприятиях, событиях общественного, культурного, развлекательного, спортивно-оздоровительного характера.

Афишные щиты подразделяются на:

- афишные стенды - отдельно стоящие рекламные конструкции малого формата с размером рекламной поверхности 0,8 x 1,28 м, 1,22 x 3,0 м;

- рекламные тумбы - отдельно стоящие рекламные конструкции малого формата с размером рекламной поверхности 1,8 x 3,0 м;

- тумбы афишные круглые - отдельно стоящие рекламные конструкции с размером рекламной поверхности 1,4 м (диаметр) x 2,5 м (высота).

На одной улице должны устанавливаться афишные щиты, сохраняющие между собой стилистическое единство.

Рекламные материалы, размещаемые на афишных щитах, могут содержать информацию о спонсорах соответствующих мероприятий.

Максимально допустимый размер одного информационного поля афишного щита составляет 5,4 кв. м;

в) стелы - отдельно стоящие рекламные конструкции в индивидуальном исполнении, в которых для размещения рекламы может использоваться как объем конструкции, так и ее поверхность.

Площадь информационного поля стел определяется расчетным путем.

На рекламные конструкции данного типа и правила их размещения распространяются требования, предъявляемые к отдельно стоящим щитовым конструкциям.

Не допускается использование стел под размещение сменной информации, за исключением стел автозаправочных станций.

Стелы автозаправочных станций (далее - АЗС) - отдельно стоящие рекламные конструкции, размещенные за границами территории АЗС и предназначенные для размещения сменной информации с указанием ассортимента и цен на отпускаемые нефтепродукты;

г) светодиодные экраны (электронные экраны (электронные табло, в том числе "Бегущая строка") - рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов.

"Бегущая строка" - отдельно стоящая рекламная конструкция в виде электронного табло, на котором появляется текст.

Установка отдельно стоящей рекламной конструкции "Бегущая строка" на территории муниципального образования г. Бодайбо и района запрещена.

Площадь информационного поля определяется габаритами светоизлучающей поверхности.

На конструкции данного типа и правила их размещения распространяются требования, предъявляемые к отдельно стоящим щитовым конструкциям;

д) наземные панно - рекламные конструкции, размещаемые на поверхности земли, асфальта или тротуарной плитки.

Материалы, применяемые для наземных панно, не должны нарушать целостность покрытия тротуаров.

Не допускается исполнение наземного панно путем нанесения на поверхность асфальта или тротуарной плитки аэрографического рисунка краской;

2) рекламные конструкции, присоединяемые к объектам недвижимости (зданиям, строениям, сооружениям):

а) рекламные крышные конструкции - различного рода объемные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше.

Рекламные крышные конструкции не должны нарушать архитектурного решения кровли и фасада здания.

Высота рекламных крышных конструкций должна быть:

- не более одной шестой части от высоты фасада при высоте здания от цоколя до кровли не более или равной 15 метрам, со стороны которого размещается конструкция;

- не более одной восьмой части от высоты фасада при высоте здания от цоколя до кровли более 15 метров, со стороны которого размещается конструкция.

Рекламные крышные конструкции в виде отдельных букв и логотипов должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Не допускается размещение рекламных крышных конструкций, изготовленных в виде плоскостных панелей с внутренним и внешним подсветом;

б) настенные панно - рекламные конструкции, размещаемые на стенах зданий, строений, сооружений, состоящие из каркаса, одного информационного поля и элементов крепления.

В границах зон охраны объектов культурного наследия не допускается размещение настенных панно, закрывающих значительную часть фасада здания (более 20% поверхности фасада здания, сооружения без учета оконных проемов), остекление витрин, окна, арки, архитектурные детали и декоративное оформление на главных фасадах и просматриваемых с улиц боковых фасадах.

Не допускается прикрепление информационных полей настенных панно без каркаса непосредственно на стену здания или сооружения;

в) медиафасады (электронные экраны (электронные табло, в том числе "Бегущая строка") - рекламные конструкции, размещаемые на поверхности стен зданий, строений, сооружений, состоящие из светодиодных модулей в гибких шлейфах на основе металлической сетки с интегрированными светодиодами.

Размер информационного поля медиафасада определяется размером демонстрируемого изображения.

Размер медиафасада определяется индивидуально в зависимости от архитектуры здания на основании согласованного проекта рекламной конструкции.

На объектах культурного наследия размещение медиафасадов не допускается.

"Бегущая строка" - рекламная конструкция в виде электронного табло, на котором появляется текст. Площадь рекламной конструкции "Бегущая строка" не должна превышать 0,6 кв. м. Допустимо размещение рекламных конструкций "Бегущая строка" в специально отведенных местах на фасаде зданий, предусмотренных архитектурными особенностями зданий.

Медиафасады должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности;

г) маркизы - рекламные конструкции, выполненные в виде козырьков и навесов с нанесенной на них рекламной информацией и размещенные над витринами, входами или проемами зданий и сооружений.

Маркизы располагаются в проемах витрин, над входом и сочетают функции солнцезащитных устройств и рекламоносителей;

д) объект уличной звуковой рекламы - рекламные конструкции, предназначенные для передачи звуковой информации, передаваемой по проводной и беспроводной связи, с использованием громкоговорителей, ретрансляторов, репродукторов и других звукоусиливающих и звуковоспроизводящих устройств, размещаемые на зданиях, строениях, сооружениях, опорах освещения населенного пункта, опорах контактной сети.

Уровень звука, создаваемого звуковой рекламой, должен соответствовать санитарным нормам [СН 2.2.4/2.1.8.562-96](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52BDCFD27FA95858A0ACDF59071A811AD5DA80BCyAJ5B) "Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки", утвержденным постановлением Госкомсанэпиднадзора России от 31.10.1996 N 36, и не должен ухудшать условия проживания граждан.

Разрешенный режим вещания уличной звуковой рекламы с 10 часов до 19 часов.

Не допускается размещение объекта уличной звуковой рекламы на территории муниципального образования г. Бодайбо и района:

- в выходные и праздничные дни, за исключением случаев проведения общественных мероприятий;

- ближе пятидесяти метров от наземных пешеходных переходов и остановок общественных транспортных средств;

- ближе, чем сто метров от жилых зданий, кинотеатра, музея, домов и дворцов культуры, библиотек, строений, сооружений, занимаемых детскими, образовательными, медицинскими организациями;

3) рекламные конструкции, присоединяемые к объектам городской и поселковой инфраструктуры:

а) 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 x 1,5 м.

Рекламные конструкции на остановочных павильонах должны быть с внутренним подсветом, оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности;

б) уличная мебель с рекламой (скамейки, урны и т.д.) - размещение эмблемы, логотипа, надписи и иных знаков индивидуализации компаний-спонсоров, монтируемые на конструктивных элементах уличной мебели. Максимальный размер информационного поля 0,3 x 0,3 м;

в) панель-кронштейн - двухсторонняя плоскостная или объемно-пространственная рекламная конструкция малого формата с размером рекламной поверхности 0,8 x 1,2 м, 1,2 x 1,8 м, устанавливаемая на опорах освещения населенных пунктов, опорах контактной сети или на зданиях, которая может быть оборудована внутренним подсветом и системой аварийного отключения от сети электропитания.

Расстояние между панель-кронштейнами, расположенными на одной стороне улицы, должно быть не менее 30 м.

Панель-кронштейн, устанавливаемый на опорах, должен быть ориентирован в сторону тротуаров либо вдоль тротуаров. Панель-кронштейны, прикрепленные к опорам, расположенным вдоль проезжей части или пешеходной зоны по одной стороне улицы (в пределах от перекрестка до перекрестка), должны иметь одинаковые размеры, одинаковый угол разворота и располагаться на одинаковом расстоянии от поверхности земли.

Не допускается размещение на одной опоре более одного панель-кронштейна или более двух иных рекламных конструкций.

При установке панель-кронштейнов на опорах контактной сети муниципального электротранспорта не следует использовать элементы самой контактной сети и перекрывать доступ к ним.

Расстояние от поверхности земли до нижнего края панель-кронштейна, прикрепленного к опоре, должно быть не менее 4,5 метра.

Расстояние от поверхности тротуара, пешеходной зоны, газона вне проезжей части до нижнего края панель-кронштейна должно быть не менее 2,5 метра.

Панель-кронштейны, прикрепляемые к фасадам зданий и сооружений, не должны выступать более чем на 1,5 м от точки крепления к стене.

Панель-кронштейны, присоединяемые к фасадам зданий и сооружений, не должны оснащаться механизмом, периодически заменяющим одно стационарное изображение другим.

Не допускается размещение панель-кронштейнов на одной опоре со знаками дорожного движения, рекламное изображение на панель-кронштейне не должно иметь сходства со знаками дорожного движения;

г) указатели с рекламой - рекламные конструкции малого формата, на одной опоре которых одновременно размещается указатель наименования улицы или направления движения и реклама.

Установка указателей с рекламой может производиться на опорах освещения населенного пункта, а также на самостоятельных опорах.

Не допускается размещение указателей с рекламой на одной опоре со знаками дорожного движения.

Максимальный размер указателя с рекламной информацией не должен превышать 1,2 x 1,5 м;

д) транспаранты-перетяжки, состоящие из устройства крепления, устройства натяжения и информационного изображения, изготовленного из жестких материалов и из материалов на мягкой основе.

Установка транспарантов-перетяжек на территории муниципального образования г. Бодайбо и района допускается только для размещения социальной рекламы. Площадь рекламного поля не более 15% от площади транспарантов-перетяжек;

4) уникальные (нестандартные) рекламные конструкции:

а) скроллеры, призматроны и др. - рекламные конструкции с динамически меняющимся изображением;

б) проекционные установки - рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения в объеме или на земле, на плоскостях стен;

в) воздушные шары, аэростаты.

К уникальным рекламным конструкциям относятся конструкции, имеющие формат, отличный от форматов, определенных настоящими Правилами.

Площадь информационного поля уникальных рекламных конструкций определяется расчетным путем. На уникальные рекламные конструкции распространяются все требования, предъявляемые к отдельно стоящим щитовым конструкциям.

25. Временные рекламные конструкции могут быть следующих типов:

1) рекламные конструкции с использованием строительных ограждений и строительных сеток - рекламные конструкции, ограждающие объекты строительства, используемые для временного размещения рекламной информации.

Размещение наружной рекламы на строительных ограждениях и/или строительных сетках производится при проведении строительных работ на внешней стороне (фасаде) здания.

На время проведения строительных, реставрационных работ в границах территории, прилегающей к объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, а также на основных магистралях населенного пункта рекомендуется размещение на строительных ограждениях и/или строительных сетках изображений фасадов реконструируемых зданий и его окрестностей (панорам);

2) флаговые композиции - рекламные конструкции, состоящие из основания, одного или нескольких флагштоков (стоек) и мягких полотнищ, на которые нанесена реклама.

Флаговые композиции могут устанавливаться на опоре освещения, на опоре контактной сети, на мостах, виадуках и эстакадах, на зданиях и сооружениях.

Площадь одной стороны информационного поля флага не может быть более 2кв. м.

Общая площадь информационного поля рекламной конструкции одного флага определяется площадью его полотнищ.

Глава 4. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РАЗМЕЩЕНИЮ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

26. Установка и эксплуатация рекламных конструкций должна соответствовать требованиям Закона о рекламе, Федерального [закона](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52BDCFD27FA9585BA8A9DF50001A811AD5DA80BCyAJ5B) от 25.06.2002 № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации», Градостроительного [кодекса](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52BDCFD27FA9585BA8A8D65B041A811AD5DA80BCyAJ5B) Российской Федерации, Жилищного [кодекса](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52BDCFD27FA9585BA9ABDF5D001A811AD5DA80BCyAJ5B) Российской Федерации, ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения и другим нормативным правовым и иным актам, регулирующим установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

27. Рекламные конструкции должны использоваться исключительно в целях размещения рекламы, социальной рекламы.

28. Рекламные конструкции не должны:

- нарушать требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия народов Российской Федерации, их охране и использовании, нарушать визуальное восприятие объектов культурного наследия, их архитектурный облик, фасадную композицию и целостность восприятия;

- размещаться в одном визуальном пространстве с памятниками, монументами, скульптурными композициями, культовыми и мемориальными сооружениями;

- препятствовать восприятию информации, размещенной на другой конструкции;

- ограничивать видимость технических средств организации дорожного движения и мешать восприятию водителем дорожной обстановки или эксплуатации транспортного средства;

- вызывать ослепление участников движения светом, в том числе отраженным;

- иметь сходство (по внешнему виду, изображению или звуковому эффекту) с техническими средствами организации дорожного движения и специальными сигналами, а также создавать впечатление нахождения на дороге транспортного средства, пешехода или какого-либо объекта;

- издавать звуки, которые могут быть услышаны в пределах автомобильной дороги лицами с нормальным слухом.

29. Установка рекламных конструкций должна соответствовать требованиям:

1) размещения без ущерба композиции, стилистике, отделке, декоративному убранству фасада, эстетическим качествам среды населенных пунктов;

2) согласованности размещения нескольких рекламных конструкций в пределах фасада независимо от принадлежности объектов;

3) соответствия условиям восприятия (визуальная доступность, читаемость информации);

4) приоритету мемориальных объектов (мемориальных и памятных досок, знаков и т.п.);

5) безопасности для людей;

6) безопасности для физического состояния архитектурных объектов;

7) удобства эксплуатации и ремонта.

30. Проектирование, изготовление, монтаж, эксплуатация и утилизация рекламных конструкций и их частей должны соответствовать установленным в Российской Федерации требованиям качества и безопасности, предъявляемым к продукции, согласно:

1) техническим регламентам и условиям, строительным нормам и правилам (СНиП);

2) [правилам](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52BDCFD27FA95850A8ABD15D09478B128CD682yBJBB) устройства электроустановок (ПУЭ);

3) [правилам](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52BDCFD27FA9585DA0A7D15809478B128CD682BBAABF94E7052295D441FEy5JFB) технической эксплуатации электроустановок потребителей (ПТЭЭП);

4) [правилам](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52BDCFD27FA95858A9A9DE5F021A811AD5DA80BCA5E083E04C2E94D441FF5Fy0J6B) по охране труда при эксплуатации электроустановок (Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 24.07.2013 N 328н);

5) пожарной безопасности зданий и сооружений;

6) национальным стандартам ГОСТ Р;

7) другим нормативным актам, содержащим требования для конструкций данного типа.

31. Рекламная конструкция может быть установлена только при наличии проекта рекламной конструкции.

Проект рекламной конструкции разрабатывается индивидуально для каждой рекламной конструкции с целью обеспечения безопасности при установке, монтаже и эксплуатации рекламной конструкции. Проект рекламной конструкции в обязательном порядке должен содержать проект крепления рекламной конструкции. При наличии электроустановки в составе рекламной конструкции проект рекламной конструкции должен содержать проект электроустановки, а также оборудования системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

32. Монтаж рекламной конструкции должен быть произведен только в соответствии с проектом рекламной конструкции и на месте, обозначенном в разрешительной документации. При разработке новых рекламных конструкций, размещаемых на фасадах зданий, строений, сооружений, должны учитываться архитектурные особенности таких зданий, строений, сооружений.

33. Размещение рекламных конструкций на зданиях осуществляется в соответствии с паспортом фасадов здания (при наличии).

34. Рекламные конструкции должны иметь специальную маркировку с указанием владельца рекламной конструкции, номера его телефона, инвентарного номера. Инвентарный номер присваивается при выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и указывается в разрешении. Размер букв и цифр в инвентарном номере не должен быть менее 0,15 метра вне зависимости от размеров рекламной конструкции, в том числе от ее высоты и места ее размещения.

35. Площадь информационного поля рекламной конструкции определяется общей площадью ее поверхности, предназначенной для размещения рекламы.

36. Рекламные конструкции, за исключением наземных панно, уличной мебели с рекламой, маркиз, должны иметь подсветку рекламно-информационного поля в темное время суток при наличии технической возможности.

37. Надписи на рекламных конструкциях выполняются на русском языке. Допускается установка 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 рекламной конструкции должен обладать правом на использование товарного знака или знака обслуживания, зарегистрированным в установленном законодательством порядке.

Допускается использование в текстах рекламных конструкций товарных знаков и знаков обслуживания в оригинальном написании (на иностранном языке) при условии их регистрации в установленном порядке на территории Российской Федерации при наличии у владельца рекламной конструкции исключительного права на использование товарного знака или знака обслуживания, а также коммерческого обозначения.

38. Не допускается использование в текстах рекламных конструкций иностранных слов, выполненных в русской транслитерации (за исключением зарегистрированных товарных знаков и знаков обслуживания, исключительным правом на использование которых обладает владелец рекламной конструкции).

39. В целях упорядоченности оформления населенных пунктов размещение рекламных конструкций на фасаде здания общественного назначения площадью более 150 кв. м рекомендуется осуществлять на основании единого проекта, выполненного с учетом комплексности размещения конструкций на здании, с обозначением их характеристик (тип, вид, габариты, способ подсветки и т.д.).

40. Не допускается размещение рекламных конструкций, являющихся источниками шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных и иных излучений и полей, вблизи жилых помещений с нарушением установленных санитарных норм.

41. Установка и эксплуатация отдельно стоящих рекламных конструкций на территориях общего пользования не должны создавать помех для пешеходов, уборки улиц и тротуаров, располагаться вблизи жилых домов с нарушением установленных санитарных норм.

42. Запрещается установка рекламных конструкций на газонах, цветниках, а также на тротуарах, если после их установки ширина прохода для пешеходов составит менее 2 метров.

43. При установке рекламной конструкции учитывается удобство содержания автомобильных дорог и улиц, тротуаров и газонов.

44. До начала проведения работ по установке отдельно стоящей рекламной конструкции должно быть получено разрешение на проведение земляных работ в порядке, предусмотренном муниципальными правовыми актами органов местного самоуправления муниципальных образований, входящих в состав муниципального образования г. Бодайбо и района.

45. Отдельно стоящие рекламные конструкции должны быть выполнены в трехстороннем или двухстороннем варианте. Односторонний вариант отдельно стоящей рекламной конструкции разрешается к размещению, если вторая сторона данной рекламной конструкции закрыта для просмотра (стеной здания, строения, зелеными насаждениями и т.п.) и декоративно оформлена.

46. Отдельно стоящие рекламные конструкции не должны иметь видимых элементов соединения различных частей конструкций (торцевые поверхности конструкций, крепление осветительной арматуры, соединение с основанием - крепежные элементы).

Фундаменты размещения стационарных средств наружной рекламы должны быть заглублены на 15 - 20 см ниже уровня грунта с последующим восстановлением газона на нем. Фундаменты опор не должны выступать над уровнем земли более чем на 5 см. Допускается размещение выступающих более чем на 5 см фундаментов опор на тротуаре при наличии бортового камня или дорожных ограждений, если это не препятствует движению пешеходов и уборке улиц.

47. Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т.п.) рекламных конструкций должны быть закрыты декоративными элементами. Не допускается повреждение сооружений при креплении к ним средств размещения рекламы, а также снижение их прочности и устойчивости.

48. Щитовые рекламные конструкции форматов 2,0 x 3,0 м, 3,0 x 6,0 м, 2,7 x 3,7 м, 3,0 x 12,0 м должны устанавливаться с соблюдением следующих дополнительных требований:

1) рекламные конструкции, установленные вдоль полосы движения транспорта, должны иметь одинаковое конструктивное исполнение и габариты;

2) опорная стойка рекламной конструкции должна иметь форму прямоугольной или округленной профильной трубы и должна быть окрашена в серый или черный цвет ;

3) нижний край каркаса рекламной конструкции, на котором закрепляется информационное поле, должен располагаться на высоте не менее 4,5 м от поверхности земли;

4) рекламные конструкции должны иметь одинаковые информационные поля, закрывающие конструктивные элементы крепления (болтовые соединения, элементы опор и другие) со всех сторон.

49. Рекламные конструкции, установленные на одной улице (в пределах от перекрестка до перекрестка), должны быть однотипными, иметь одинаковые размеры и располагаться на одинаковом расстоянии от автомобильной дороги или пешеходной зоны.

50. Зона разрешенного безопасного размещения рекламных конструкций определяется как территория за пределами коридора безопасности, границы которого устанавливаются в соответствии с ГОСТ Р 52044-2003.

51. Границы коридора безопасности определяются по общему правилу следующим образом:

- ширина коридора безопасности определяется от края проезжей части до ближайшей к краю проезжей части точки горизонтальной проекции края рекламной конструкции и составляет 0,6 м в населенном пункте;

- опоры рекламных конструкций должны быть установлены за пределами коридора безопасности.

52. Рекламная конструкция, площадь информационного поля которой составляет менее 4,5 кв. м, расположенная под прямым углом к проезжей части, должна быть установлена на расстоянии не менее 5 м от расположенного перед ней по ходу движения дорожного знака, если верхняя точка данной рекламной конструкции находится выше нижнего края дорожного знака.

53. Для подсвета щитовых конструкций малого формата должна использоваться подземная подводка электропитания при наличии технической возможности.

54. В целях обеспечения безопасности работ по монтажу рекламных конструкций на опорах контактной сети, а также сохранности муниципального имущества муниципального образования г. Бодайбо и района их монтаж осуществляется лицом, обладающим вещным правом на данное имущество, либо специализированной организацией.

55. Запрещается крепить рекламные конструкции к деревьям и другим зеленым насаждениям. Не допускается уничтожение или повреждение зеленых насаждений на территории, прилегающей к месту установки рекламной конструкции.

56. Не допускается установка рекламных конструкций:

1) на подпорных стенках;

2) на территории парков, скверов, улиц набережных, садов;

3) на фасадах зданий, расположенных на территории муниципальных унитарных предприятий и муниципальных учреждений;

4) на оконных и дверных проемах зданий, строений, сооружений;

5) на ограждениях и иных конструктивных элементах балконов и лоджий;

6) путем нанесения либо вкрапления, с использованием строительных материалов, краски, дорожной разметки и т. п., в поверхность автомобильных дорог и улиц.

57. Установка рекламной конструкции на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается.

58. Владелец рекламной конструкции несет ответственность за любые нарушения правил безопасности, а также за неисправности и аварийные ситуации, возникшие из-за нарушения им условий монтажа и эксплуатации рекламной конструкции.

59. Не допускается распространение наружной рекламы на объектах культурного наследия, включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также на их территориях, за исключением территорий достопримечательных мест.

Требования [абзаца первого](#P289) настоящего пункта не применяются в отношении распространения на объектах культурного наследия, их территориях наружной рекламы, содержащей исключительно информацию о проведении на объектах культурного наследия, их территориях театрально-зрелищных, культурно-просветительных и зрелищно-развлекательных мероприятий или исключительно информацию об указанных мероприятиях с одновременным упоминанием об определенном лице как о спонсоре конкретного мероприятия при условии, если такому упоминанию отведено не более чем десять процентов рекламной площади (пространства). Требования к распространению на объектах культурного наследия, их территориях наружной рекламы указываются в охранном обязательстве собственника или иного законного владельца объекта культурного наследия в случае распространения наружной рекламы, предусмотренной настоящим абзацем.

60. Требования к особенностям размещения рекламных конструкций в границах зон охраны объектов культурного наследия применяются вне зависимости от владельца рекламной конструкции или формы собственности недвижимого имущества, находящегося на территории муниципального образования г. Бодайбо и района.

61. В границах зон охраны объектов культурного наследия, в зонах с ограничениями по хозяйственной деятельности действуют ограничения по размещению рекламных конструкций (за исключением информации, размещаемой в витринах) (регулирование размеров, пропорций, цветового решения, материала исполнения, места и способа крепления) на основании согласования, выданного Службой по охране объектов культурного наследия Иркутской области.

62. Предпочтительные цвета фона настенных и консольных конструкций - оттенки серого, графит, темно-зеленый, темно-коричневый и иные подобные цвета, соответствующие цветовому решению фасадов здания.

63. В границах зон охраны объектов культурного наследия, следующих типов рекламных конструкций:

|  |  |
| --- | --- |
| Допустимые типы рекламных конструкций | Особые требования |
| Афишные стенды и рекламные тумбы | При соответствии стилю и колористике объектов культурного наследия |
| Маркизы с рекламой | При соответствии стилю и колористике объектов культурного наследия |
| Рекламные конструкции с использованием строительных ограждений и строительных сеток | На период проведения строительных работ - с изображением фасадов реконструируемых зданий и его окрестностей (панорам). Площадь рекламного поля, выделяемого для размещения логотипов и/или иных знаков индивидуализации компаний-спонсоров, - не более 10% от информационного поля рекламной конструкции |

Размещение иных типов рекламных конструкций в границах зон охраны объектов культурного наследия не допускается.

Глава 5. ТРЕБОВАНИЯ К ВНЕШНЕМУ ВИДУ, СОДЕРЖАНИЮ

И ТЕХНИЧЕСКОМУ ОБСЛУЖИВАНИЮ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

64. Требования к внешнему виду рекламных конструкций устанавливают единые и обязательные требования в сфере внешнего вида и определяют порядок их содержания в надлежащем состоянии.

65. Рекламные конструкции должны постоянно поддерживаться в исправном состоянии, чистоте и порядке, по мере необходимости ремонтироваться и обновляться. Ответственность за надлежащее состояние рекламных конструкций, а также за любые нарушения правил безопасности при эксплуатации рекламных конструкций и возникшие в связи с этим аварийные ситуации несут владельцы рекламных конструкций.

66. Надлежащее состояние внешнего вида рекламных конструкций подразумевает:

1) недопущение факта отсутствия рекламной информации на рекламной конструкции;

2) целостность рекламных конструкций;

3) отсутствие механических повреждений;

4) отсутствие порывов полотен (плакатов);

5) отсутствие сколов краски на металлических частях рекламных конструкции, ржавчины и грязи на всех частях и элементах рекламных конструкций;

6) отсутствие на всех частях и элементах рекламных конструкций наклеенных объявлений, посторонних надписей, изображений и других информационных сообщений;

7) исправность элементов подсвета рекламных конструкций в темное время суток в соответствии с графиком работы уличного освещения при наличии технической возможности.

67. Владелец рекламной конструкции обязан мыть и чистить ее по мере необходимости, но не реже:

1) двух раз в месяц - рекламные конструкции малого формата, рекламные конструкции, присоединяемые к объектам инфраструктуры населенного пункта, афишные щиты, маркизы;

2) двух раз в год (в мае - июне и августе - сентябре) - щитовые конструкции большого формата, уникальные (нестандартные) рекламные конструкции, стелы.

68. Устранение разрывов рекламных изображений на рекламных конструкциях осуществляется их владельцами незамедлительно после выявления указанных фактов и/или по предписаниям Администрации г. Бодайбо и района.

69. Рекламные конструкции не должны иметь следов ржавчины или сколов краски, загрязнений более 15 кв. см. В средствах наружной рекламы используют осветительные приборы промышленного изготовления, обеспечивающие требования электро- и пожаробезопасности. Осветительные приборы и устройства, подключаемые к электросети, должны соответствовать требованиям Правил устройства электроустановок, а их эксплуатация - требованиям Правил эксплуатации и техники безопасности.

При внутреннем или наружном освещении рекламы осветительные приборы и устройства должны быть установлены таким образом, чтобы исключить ослепление участников движения прямыми или отраженными световыми лучами.

Крепление осветительных приборов и устройств должно обеспечивать их надежное соединение с опорной частью конструкции и выдерживать нормативные ветровую, снеговую и вибрационную нагрузки.

70. В случае необходимости приведения рекламных конструкций в надлежащий вид их владельцы обязаны выполнить покраску конструкции.

71. Владельцы рекламных конструкций обязаны выполнять иные предписания уполномоченных органов, связанные с необходимостью устранения недостатков в техническом состоянии и внешнем виде рекламных конструкций, а также по их демонтажу, выданные в соответствии с настоящими Правилами и действующим законодательством Российской Федерации.

Глава 6. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОШЛИНА ЗА ВЫДАЧУ РАЗРЕШЕНИЯ И ПЛАТА ЗА УСТАНОВКУ И ЭКСПЛУАТАЦИЮ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

72. За выдачу разрешений уплачивается государственная пошлина в размерах и порядке, которые установлены законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

73. За размещение (установку и эксплуатацию) рекламной конструкции на объектах, находящихся в муниципальной собственности муниципального образования г. Бодайбо и района или на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, взимается плата. Размер платы определяется по результатам торгов.

Глава 7. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ НАСТОЯЩИХ ПРАВИЛ

74. За установку и (или) эксплуатацию рекламных конструкций без разрешения владельцы рекламных конструкций несут административную ответственность в соответствии с [Кодексом](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52BDCFD27FA9585BA9ABDF5C031A811AD5DA80BCyAJ5B) Российской Федерации об административных правонарушениях, [Правилами](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52A3C2C413F35458ABF1DA580611D44389DCD7E3F5E6D6A00C28C19705F25F06077EDFyBJ0B) благоустройства территории населенных пунктов, утвержденными решением представительных органов муниципальных образований.

75. Ответственность за содержание рекламных конструкций в ненадлежащем состоянии, за нарушение требований к внешнему виду, за организацию и осуществление комплекса работ по помывке, покраске, а также по устранению разрывов 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).

76. Решение об аннулировании разрешения принимается:

1) в течение месяца со дня направления в Администрацию г. Бодайбо и района владельцем рекламной конструкции уведомления в письменной форме о своем отказе от дальнейшего использования разрешения;

2) в течение месяца с момента направления в Администрацию г. Бодайбо и района собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, документа, подтверждающего прекращение договора, заключенного между таким собственником или таким владельцем недвижимого имущества и владельцем рекламной конструкции;

3) в случае, если в течение года со дня выдачи разрешения или со дня демонтажа рекламной конструкции ее владельцем в период действия разрешения рекламная конструкция не установлена;

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

5) в случае, если разрешение выдано лицу, заключившему договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, с нарушением требований, установленных [частями 5.1](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52BDCFD27FA9585BA8A9DF50061A811AD5DA80BCA5E083E04C2E94D441FA5Ey0J5B), [5.6](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52BDCFD27FA9585BA8A9DF50061A811AD5DA80BCA5E083E04C2E94D441FB56y0J5B), [5.7 статьи 19](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52BDCFD27FA9585BA8A9DF50061A811AD5DA80BCA5E083E04C2E94D6y4J3B) Закона о рекламе, либо результаты торгов признаны недействительными в соответствии с законодательством Российской Федерации;

6) в случае нарушения требований, установленных [частью 9.3 статьи 19](consultantplus://offline/ref=33F0592FDB0B6CE9AE52BDCFD27FA9585BA8A9DF50061A811AD5DA80BCA5E083E04C2E94D441FA5Ey0J1B) Закона о рекламе.

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

Глава 7. ДЕМОНТАЖ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

78. На территории муниципального образования г. Бодайбо и района подлежат демонтажу самовольно размещенные рекламные конструкции в следующих случаях:

а) установки и эксплуатации без разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

б) по истечении срока действия разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

в) аннулирования разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции или признания его недействительным в соответствии со [ст. 19](consultantplus://offline/ref=17ED9E786D597403E7B3D86F4C40DAF95184CB86D588B8CF80D4A28DBBE9B5396CB832E3E9498D8ArETBE) Закона о рекламе.

79. Выявление самовольно размещенных рекламных конструкций на территории муниципального образования г. Бодайбо и района осуществляется Администрацией г. Бодайбо и района на основании обращений граждан, организаций, информации от органов государственной власти, органов местного самоуправления о самовольно размещенной рекламной конструкции, а также в результате осуществления мониторинга территории муниципального образования г. Бодайбо и района с целью выявления самовольно размещенных рекламных конструкций.

В случае выявления самовольно размещенной рекламной конструкции Администрация г. Бодайбо и района в течение 1 (одного) рабочего дня, следующего за днем выявления самовольно размещенной рекламной конструкции, составляет акт.

В акте указываются дата, время составления акта, наименование органа, фамилия, имя, отчество и должность лица (лиц), составившего(-их) акт, место нахождения самовольно размещенной рекламной конструкции, сведения о выявленных нарушениях, о лицах (если такие установлены), на которых возлагается ответственность за совершение этих нарушений и другие сведения. К акту прилагается фотосъемка самовольно размещенной рекламной конструкции с возможной привязкой к объекту окружающей среды, с помощью которого возможно определить местоположение самовольно размещенной рекламной конструкции.

80. В случаях, указанных в [пункте 79](#P51) настоящих Правил, самовольно размещенная рекламная конструкция подлежит демонтажу на основании предписания о демонтаже самовольно размещенной рекламной конструкции (далее - Предписание), выданного владельцу самовольно размещенной рекламной конструкции.

Предписание оформляется в течение 7 (семи) рабочих дней со дня составления акта и содержит сведения о месте нахождения самовольно размещенной рекламной конструкции на территории муниципального образования г. Бодайбо и района, ее типе, а также требование к владельцу самовольно размещенной рекламной конструкции добровольно произвести демонтаж в установленный в Предписании срок.

81. Владелец самовольно размещенной рекламной конструкции обязан:

- в течение месяца со дня выдачи Предписания произвести демонтаж самовольно размещенной рекламной конструкции;

- в течение трех календарных дней со дня выдачи Предписания удалить информацию, размещенную на рекламной конструкции, принадлежащей муниципальному образованию г. Бодайбо и района.

82. Собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому присоединена самовольно размещенная рекламная конструкция, обязан в течение месяца со дня выдачи Предписания произвести демонтаж самовольно размещенной рекламной конструкции.

83. Владелец самовольно размещенной рекламной конструкции, собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому присоединена данная рекламная конструкция, обязан демонтировать такую рекламную конструкцию за свой счет, восстановить благоустройство территории земельного участка, а также фасады здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединена самовольно размещенная рекламная конструкция, в том виде, который существовал до ее установки и эксплуатации с использованием аналогичных материалов и технологий, примененных в отделке недвижимого имущества.

84. Демонтаж элементов самовольно размещенной рекламной конструкции не считается надлежащим способом исполнения обязанности по ее демонтажу, в случае если в Предписании содержится требование о полном демонтаже, включая элементы крепежа, фундамента (при наличии).

85. При невыполнении обязанности по удалению размещенной на самовольно размещенной рекламной конструкции информации в случае аннулирования разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции или признания его недействительным собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому присоединена данная рекламная конструкция, осуществляет удаление этой информации за свой счет. По требованию собственника или иного законного владельца такого недвижимого имущества владелец самовольно размещенной рекламной конструкции обязан возместить ему разумные расходы, понесенные в связи с удалением этой информации.

86. В случае если в установленный срок собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому присоединена самовольно размещенная рекламная конструкция, либо владелец данной рекламной конструкции не выполнили обязанность по ее демонтажу, либо собственник или иной законный владелец данного недвижимого имущества неизвестен демонтаж, хранение и в необходимых случаях уничтожение демонтированной рекламной конструкции осуществляется за счет средств бюджета муниципального образования г. Бодайбо и района.

87. По истечении месяца со дня выдачи Предписания собственнику или иному законному владельцу недвижимого имущества, к которому присоединена самовольно размещенная рекламная конструкция, Администрация г. Бодайбо и района обеспечивает размещение информации о самовольно размещенных рекламных конструкциях и подлежащих демонтажу на официальном сайте Администрации муниципального образования города Бодайбо и района в сети Интернет [www.bodaybo38.ru](http://www.bodaybo38.ru).

88. Демонтаж, хранение или в необходимых случаях уничтожение самовольно размещенной рекламной конструкции осуществляет организация, привлеченная Администрацией г. Бодайбо и района в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

Хранение демонтированных самовольно размещенных рекламных конструкций осуществляется в течение трех месяцев со дня составления акта вывоза самовольно размещенной рекламной конструкции и акта передачи демонтированной самовольно размещенной рекламной конструкции на хранение.

Акт вывоза самовольно размещенной рекламной конструкции и акт передачи демонтированной самовольно размещенной рекламной конструкции на хранение составляются лицом, осуществляющим демонтаж и вывоз самовольно размещенной рекламной конструкции, и подписываются лицами, ответственными за демонтаж и вывоз указанной рекламной конструкции.

89. Демонтированная самовольно размещенная рекламная конструкция возвращается в течение срока, предусмотренного [пунктом 86](#P79) настоящих Правил, законному владельцу самовольно размещенной рекламной конструкции на основании поданного владельцем самовольно размещенной рекламной конструкции (его представителем) в Администрацию г. Бодайбо и района заявления с приложением документов, подтверждающих право владения данной самовольно размещенной рекламной конструкцией.

Возврат демонтированной самовольно размещенной рекламной конструкции производится после оплаты расходов по ее демонтажу и хранению по акту приема-передачи, подписанному Администрацией г. Бодайбо и района, организацией, привлеченной Администрацией г. Бодайбо и района в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации, и владельцем указанной рекламной конструкции.

90. В случае если самовольно размещенная рекламная конструкция в течение срока, предусмотренного [пунктом 88](#P79) настоящих Правил, не востребована ее владельцем, а также, в случае, если самовольно размещенная рекламная конструкция непригодна для дальнейшей эксплуатации по назначению, она подлежит уничтожению.

91. По требованию Администрации г. Бодайбо и района владелец демонтированной самовольно размещенной рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена самовольно размещенная рекламная конструкция, обязан возместить необходимые расходы, понесенные в связи с демонтажем, хранением и в необходимых случаях уничтожением самовольно размещенной рекламной конструкции.

92. Решение о выдаче Предписания, демонтаж самовольно размещенной рекламной конструкции могут быть обжалованы в суде или в арбитражном суде в течение трех месяцев со дня получения соответствующего Предписания или со дня демонтажа самовольно размещенной рекламной конструкции.

Глава 8. КОНТРОЛЬ ЗА СОБЛЮДЕНИЕМ НАСТОЯЩИХ ПРАВИЛ

93. Государственный контроль за соблюдением законодательства в области рекламы осуществляет Управление Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области в пределах своей компетенции.

94. Государственный контроль за соблюдением законодательства в области защиты прав потребителей осуществляет Управление Роспотребнадзора по Иркутской области (Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека).

95. В рамках своих полномочий Администрация г. Бодайбо и района:

1) выдает разрешения на установку и (или) эксплуатацию рекламных конструкций на территории муниципального образования г. Бодайбо и района;

2) заключает договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования г. Бодайбо и района, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена и расположенных на территории муниципального образования г. Бодайбо и района;

3) выявляет факты неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций;

4) вправе разрабатывать концептуальные, методические положения и нормы в области размещения рекламных конструкций;

5) организует и проводит аукцион на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена и расположенных на территории муниципального образования г. Бодайбо и района;

6) осуществляет инвентаризацию рекламных конструкций;

7) проверяет наличие разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций;

8) осуществляет контроль за состоянием рекламных конструкций;

9) при выявлении нарушений градостроительных норм и правил, технических и эстетических требований, а также требований настоящих Правил, предъявляемых к размещению рекламных конструкций, выдает соответствующие предписания об устранении нарушений или демонтаже рекламных конструкций;

10) осуществляет демонтаж рекламных конструкций, размещенных в нарушение настоящих Правил и действующего законодательства;

11) в случае выявления нарушений законодательства в области рекламы, настоящих Правил направляет материалы о таких нарушениях в Управление Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области, органы прокуратуры, соответствующий суд, административную комиссию для принятия ими мер в соответствии с законодательством.

Приложение № 1

к Правилам

**Порядок  
подготовки и проведения торгов по продаже права на заключение**

**договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции  
на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности муниципального образования г. Бодайбо и района, а также**

**на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена**

1.Общие положения

1.1 Настоящий Порядок подготовки и проведения торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции  
на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности муниципального образования г. Бодайбо и района, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена (далее - Порядок), разработан в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации, Федеральным Законом от 06.10.2003 года № 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", Федеральным Законом от 13.03.2006 года 38-ФЗ "О рекламе", Уставом муниципального образования г. Бодайбо и района и регламентирует порядок организации и проведения торгов (аукционов) по продаже права на размещение средств наружной рекламы с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности муниципального образования г. Бодайбо и района, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена.

1.2. Торги являются открытыми по форме предложения цены, проводятся в форме аукциона.

Предметом аукциона является право на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на муниципальном имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования г. Бодайбо и района, а также на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена.

1.3. Аукцион - форма торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования г. Бодайбо и района, при которой победителем торгов становится участник, предложивший наибольшую цену.

Начальная цена, устанавливаемая при проведении аукциона, определяется независимым экспертом - оценщиком в соответствии с законодательством об оценочной деятельности в Российской Федерации.

На аукционе, открытом по форме предложения цены, участники вносят предложения по цене непосредственно путем поднятия билета участника аукциона. Каждый участник вправе предлагать новую цену в соответствии с шагом аукциона неограниченное количество раз.

1.4. В случае, если к участию в аукционе допущен один участник, аукцион признается не состоявшимся и договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с лицом, которое являлось единственным участником аукциона.

2. Организатор аукциона

2.1. Организатором аукциона является Администрация г. Бодайбо и района.

2.2. Организатор аукциона:

- издает муниципальный правовой акт (постановление) об определении условий проведения аукциона по продаже права на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

- разрабатывает и утверждает аукционную документацию о проведении аукциона по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

- разрабатывает информационное сообщения о проведении аукциона по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее – извещение о проведении аукциона) и опубликовывает его в газете «Ленский шахтер», на официальном сайте РФ в сети «Интернет» torgi.gov.ru и на официальном сайте Администрации муниципального образования г. Бодайбо и района [www.bodaybo38.ru](http://www.bodaybo38.ru);

- принимает от претендентов заявки для участия в аукционе;

- дает разъяснения по аукционной документации по запросам претендентов;

- заключает с победителями аукциона договоры на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

- публикует информацию о результатах аукциона;

- осуществляет иные функции, возложенные на организатора аукциона настоящим Порядком.

3. Комиссия по проведению аукциона

3.1. Аукцион проводит комиссия по проведению аукциона (далее – комиссия). Муниципальным правовым актом мэр г. Бодайбо и района утверждает персональный состав комиссии, назначает председателя комиссии. Секретарь и аукционист избираются из членов комиссии. Комиссия состоит из 5 членов.

3.2. Комиссия:

- в день, во время и в месте, указанные в извещении о проведении аукциона, рассматривает и оценивает заявки участников аукциона;

- определяет победителя в соответствии с условиями аукциона;

- признает аукцион несостоявшимся в установленных законодательством и настоящим Порядком случаях;

- направляет протокол о результатах аукциона мэру г. Бодайбо и района на утверждение;

- осуществляет иные функции, возложенные на аукционную комиссию настоящим Порядком.

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

Комиссия принимает решения по вопросам, входящим в ее компетенцию, большинством голосов от числа присутствующих членов комиссии. В случае равенства голосов, голос председателя комиссии является решающим.

4. Извещение о проведении аукциона

4.1. Извещение о проведении аукциона должно быть опубликовано в газете «Ленский шахтер», на официальном сайте РФ в сети «Интернет» torgi.gov.ru и на официальном сайте Fдминистрации муниципального образования г. Бодайбо и района [www.bodaybo38.ru](http://www.bodaybo38.ru) для всеобщего сведения не менее чем за 30 календарных дней до его проведения.

4.2. Извещение о проведении аукциона должно содержать следующие обязательные сведения:

- форму торгов;

- дату, время, место проведения аукциона;

- предмет аукциона (лоты) с указанием их номеров и указанием местонахождения каждого рекламного места;

- о начальной цене, шаге аукциона;

- порядок ознакомления претендентов с процедурой и условиями аукциона;

- порядок оформления заявок, дату начала и окончания приема заявок и документов от претендентов;

- размер, срок и порядок внесения задатка, а также счет организатора аукциона, на который он должен быть перечислен Размер задатка устанавливается в размере 30% от начальной цены;

- срок для заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (в течение 5 рабочих дней после завершения аукциона и оформления протокола). При заключении договора с лицом, выигравшим аукцион, сумма внесенного им задатка засчитывается в счет исполнения обязательств по заключенному договору;

- срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

- о порядке проведения аукциона;

- номер контактного телефона и местонахождение ответственного лица организатора аукциона.

4.3. Организатор аукциона несет ответственность за достоверность опубликованной информации.

4.4. Организатор аукциона вправе принять решение о внесении изменений в извещение не позднее чем за пять календарных дней до даты окончания подачи заявок на участие в аукционе. В течение одного дня с даты принятия указанного решения такие изменения размещаются организатором аукциона, на официальном сайте РФ в сети «Интернет» torgi.gov.ru. При этом срок подачи заявок на участие в аукционе должен быть продлен таким образом, чтобы с даты размещения на официальном сайте РФ в сети «Интернет» torgi.gov.ru внесенных изменений в извещение до даты окончания подачи заявок на участие в аукционе он составлял не менее пятнадцати дней.

4.5. Организатор аукциона вправе отказаться от проведения аукциона не позднее чем за пять календарных дней до даты окончания срока подачи заявок на участие в аукционе. Извещение об отказе от проведения аукциона размещается на официальном сайте РФ в сети «Интернет» torgi.gov.ru в течение одного дня с даты принятия решения об отказе от проведения аукциона. В течение двух рабочих дней с даты принятия указанного решения организатор аукциона направляет соответствующие уведомления всем заявителям. В случае если установлено требование о внесении задатка, организатор аукциона возвращает заявителям задаток в течение пяти рабочих дней с даты принятия решения об отказе от проведения аукциона.

5. Условия участия в аукционе

5.1. Участником аукциона может быть юридическое или физическое лицо (далее по тексту - претендент), представившее организатору аукциона следующие документы и информацию:

а) заявку на участие в аукционе (по форме, утвержденной организатором аукциона) не позднее времени и даты, указанных в извещении о проведении аукциона;

б) документ, удостоверяющий личность претендента (представителя претендента);

в) платежный документ, подтверждающий внесение задатка в установленном размере (в случае, если претендент намерен приобрести несколько предметов аукциона, то задаток оплачивается по каждому);

г) документ, подтверждающий полномочия лица на осуществление действий от имени заявителя (в случае если Претендент участвует в аукционе через уполномоченного представителя);

д) копию документа, подтверждающего государственную регистрацию юридического лица, индивидуального предпринимателя (для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей);

е) заявление об отсутствии решения о ликвидации заявителя - юридического лица, об отсутствии решения арбитражного суда о признании заявителя - юридического лица, индивидуального предпринимателя банкротом и об открытии конкурсного производства, об отсутствии решения о приостановлении деятельности заявителя в порядке, предусмотренном [Кодексом](consultantplus://offline/ref=49FED28A3BCA8B86BE0CAC1D4966DCC89F40F4FF9F48BD1B127A13B3496CB0B8232FB8E418QCM4H) Российской Федерации об административных правонарушениях.

Выписку из ЕГРЮЛ, ЕГРИП запрашивает организатор аукциона самостоятельно.

6. Подача, прием и рассмотрение заявок

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

6.2. К заявке с документами, указанными в разделе 5 настоящего Порядка, прилагается подписанная претендентом опись (в двух экземплярах) представленных им документов, один экземпляр которой остается у претендента с отметкой работника организатора аукциона о принятии документов.

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

6.4. Претенденту отказывается в участии в аукционе в следующих случаях:

а) к заявке не приложены документы, представление которых требуется в соответствии с разделом 5 настоящего Порядка;

б) невнесения задатка на счет организатора аукциона, в срок, установленный аукционной документацией;

в) 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.

6.5. Прием заявок на участие в аукционе прекращается в указанный в извещении о проведении аукциона день рассмотрения заявок на участие в аукционе непосредственно перед началом рассмотрения заявок.

6.6. Полученные после окончания установленного срока приема заявок на участие в аукционе заявки не рассматриваются и в тот же день возвращаются соответствующим претендентам. В случае если было установлено требование о внесении задатка, организатор аукциона обязан вернуть задаток указанным претендентам в течение пяти рабочих дней с даты подписания протокола аукциона.

6.7. Претендент имеет право отозвать поданную заявку до окончания срока регистрации заявок, в письменной форме уведомив об этом организатора аукциона.

Отзыв заявки регистрируется в журнале.

Претенденту возвращается пакет поданных им документов и внесенный задаток в течение пяти рабочих дней со дня поступления отзыва к организатору аукциона.

6.8. Организатор аукциона принимает меры по обеспечению сохранности представленных заявок и прилагаемых к ним документов, а также конфиденциальности сведений о лицах, подавших заявки, и содержания представленных документов.

6.9. По окончании срока приема заявок организатор аукциона передает поступившие материалы в комиссию.

6.10. Претендент вправе подать только одну заявку на участие в аукционе в отношении каждого предмета аукциона (лота).

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

6.12. На основании результатов рассмотрения заявок на участие в аукционе комиссией принимается решение о допуске к участию в аукционе претендента и о признании претендента участником аукциона или об отказе в допуске такого претендента к участию в аукционе в порядке и по основаниям, предусмотренным пунктом 6.4. настоящего Порядка, которое оформляется протоколом рассмотрения заявок на участие в аукционе. Протокол ведется секретарем комиссии и подписывается всеми присутствующими на заседании членами комиссии в день окончания рассмотрения заявок. Протокол должен содержать сведения о претендентах, решение о допуске претендента к участию в аукционе и признании его участником аукциона или об отказе в допуске к участию в аукционе с обоснованием такого решения и с указанием положений настоящего Порядка, которым не соответствует претендент, положений аукционной документации, которым не соответствует его заявка на участие в аукционе, положений такой заявки, не соответствующих требованиям аукционной документации. Указанный протокол в день окончания рассмотрения заявок на участие в аукционе размещается организатором аукциона на официальном сайте РФ в сети «Интернет» torgi.gov.ru. Претендентам направляются уведомления о принятых комиссией решениях не позднее дня, следующего за днем подписания указанного протокола. В случае если по окончании срока подачи заявок на участие в аукционе подана только одна заявка или не подано ни одной заявки, в указанный протокол вносится информация о признании аукциона несостоявшимся.

6.13. В случае если в аукционной документации было установлено требование о внесении задатка, организатор аукциона обязан вернуть задаток претенденту, не допущенному к участию в аукционе, в течение пяти рабочих дней с даты подписания протокола рассмотрения заявок.

6.14. В случае если принято решение об отказе в допуске к участию в аукционе всех претендентов или о признании только одного претендента участником аукциона, аукцион признается несостоявшимся. В случае если аукционной документацией предусмотрено два и более лота, аукцион признается несостоявшимся только в отношении того лота, решение об отказе в допуске к участию в котором принято относительно всех претендентов, или решение о допуске к участию в котором и признании участником аукциона принято относительно только одного претендента.

7. Порядок проведения аукциона

7.1. В аукционе могут участвовать только претенденты, признанные участниками аукциона. Организатор аукциона обязан обеспечить участникам аукциона возможность принять участие в аукционе непосредственно или через своих представителей.

7.2. Аукцион проводится аукционистом, который выбирается из числа членов комиссии путем открытого голосования членов комиссии большинством голосов.

7.3. Аукцион проводится путем повышения начальной (минимальной) цены договора (цены лота), указанной в извещении, на "шаг аукциона".

7.4. "Шаг аукциона" устанавливается в размере пяти процентов начальной (минимальной) цены договора (цены лота), указанной в извещении.

7.5. Аукцион проводится в следующем порядке:

1) секретарь комиссии непосредственно перед началом проведения аукциона регистрирует явившихся на аукцион участников аукциона (их представителей). В случае проведения аукциона по нескольким лотам аукционная комиссия перед началом каждого лота регистрирует явившихся на аукцион участников аукциона, подавших заявки в отношении такого лота (их представителей). При регистрации участникам аукциона (их представителям) выдаются пронумерованные карточки (далее - карточки);

2) аукцион начинается с объявления аукционистом начала проведения аукциона (лота), номера лота (в случае проведения аукциона по нескольким лотам), предмета договора, начальной (минимальной) цены договора (лота), "шага аукциона", после чего аукционист предлагает участникам аукциона заявлять свои предложения о цене договора;

3) участник аукциона после объявления аукционистом начальной (минимальной) цены договора (цены лота) и цены договора, увеличенной в соответствии с "шагом аукциона" в порядке, установленном пунктом 7.4 настоящего Порядка, поднимает карточку в случае если он согласен заключить договор по объявленной цене;

4) аукционист объявляет номер карточки участника аукциона, который первым поднял карточку после объявления аукционистом начальной (минимальной) цены договора (цены лота) и цены договора, увеличенной в соответствии с "шагом аукциона", а также новую цену договора, увеличенную в соответствии с "шагом аукциона" в порядке, установленном пунктом 7.4 настоящего Порядка, и "шаг аукциона", в соответствии с которым повышается цена;

5) если после троекратного объявления аукционистом цены договора ни один участник аукциона не поднял карточку, участник аукциона, последним предложивший цену за предмет аукциона. В этом случае аукционист объявляет об окончании проведения аукциона (лота), последнее и предпоследнее предложения о цене договора, номер карточки и наименование победителя аукциона и участника аукциона, сделавшего предпоследнее предложение о цене договора.

7.6. Победителем аукциона признается лицо, предложившее наиболее высокую цену договора.

7.7. При проведении аукциона в обязательном порядке ведется протокол аукциона, в котором должны содержаться сведения о месте, дате и времени проведения аукциона, об участниках аукциона, о начальной (минимальной) цене договора (цене лота), последнем и предпоследнем предложениях о цене договора, наименовании и месте нахождения (для юридического лица), фамилии, об имени, отчестве, о месте жительства (для физического лица) победителя аукциона и участника, который сделал предпоследнее предложение о цене договора. Протокол подписывается всеми присутствующими членами комиссии в день проведения аукциона. Протокол составляется в двух экземплярах, один из которых остается у организатора аукциона. Организатор аукциона в течение пяти рабочих дней с даты подписания протокола передает победителю аукциона один экземпляр протокола и проект договора, который составляется путем включения цены договора, предложенной победителем аукциона, в проект договора, прилагаемый к аукционной документации. Сумма внесенного им задатка засчитывается в счет исполнения обязательств по заключенному договору

7.8.. Протокол аукциона размещается на официальном сайте РФ в сети «Интернет» torgi.gov.ru организатором аукциона в течение дня, следующего за днем подписания указанного протокола.

7.9. Любой участник аукциона вправе осуществлять аудио- и/или видеозапись аукциона.

7.10. Любой участник аукциона после размещения протокола аукциона вправе направить организатору аукциона в письменной форме, в том числе в форме электронного документа, запрос о разъяснении результатов аукциона. Организатор аукциона в течение двух рабочих дней с даты поступления такого запроса обязан представить такому участнику аукциона соответствующие разъяснения в письменной форме или в форме электронного документа.

7.11. В случае если было установлено требование о внесении задатка, организатор аукциона в течение пяти рабочих дней с даты подписания протокола аукциона обязан возвратить задаток участникам аукциона, которые участвовали в аукционе, но не стали победителями, за исключением участника аукциона, который сделал предпоследнее предложение о цене договора. Задаток, внесенный участником аукциона, который сделал предпоследнее предложение о цене договора, возвращается такому участнику аукциона в течение пяти рабочих дней с даты подписания договора с победителем аукциона. В случае если победитель аукциона уклонился от заключения договора, задаток, внесенный таким участником, не возвращается.

В случае отказа победителя аукциона от заключения договора право заключения договора получает участник аукциона сделавший предпоследнее предложение о цене договора. В случае если участник аукциона, сделавший предпоследнее предложение о цене договора, при уклонении указанного участника аукциона от заключения договора в качестве победителя аукциона задаток, внесенный таким участником, не возвращается.

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

7.13. Протоколы, составленные в ходе проведения аукциона, заявки на участие в аукционе, аукционная документация, изменения, внесенные в аукционную документацию, и разъяснения аукционной документации хранятся организатором аукциона не менее трех лет.