

**Дума Артемовского городского округа**

 **VI созыв**

**12 заседание**

 **РЕШЕНИЕ**

 **от 16 февраля 2017 года № 107**

***О принятии Положения о порядке оформления и размещения наружной рекламы на территории Артемовского городского округа***

В соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Земельным кодексом Российской Федерации, Федеральными законами от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», от 29.07.1998 № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации»,

статьей 23 Устава Артемовского городского округа, принятого решением Артемовской Думы от 16.06.2005 № 530 (с изменениями и дополнениями), Правилами проведения конкурсов или аукционов на право заключения договоров аренды, договоров безвозмездного пользования, договоров доверительного управления имуществом, иных договоров, предусматривающих переход прав в отношении государственного или муниципального имущества, утвержденных Приказом Федеральной антимонопольной службы от 10.02.2010 № 67, Дума Артемовского городского округа

РЕШИЛА:

1. Принять Положение о порядке оформления и размещения наружной рекламы на территории Артемовского городского округа (Приложение).

2. Опубликовать настоящее решение в газете «Артемовский рабочий» и разместить на официальном сайте Думы Артемовского городского округа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

3. Контроль за исполнением настоящего решения возложить на постоянную комиссию по экономическим вопросам, бюджету и налогам (Соловьев А.Ю.).

|  |  |
| --- | --- |
| Председатель ДумыАртемовского городского округа  К.М. Трофимов |  Глава Артемовского городского округа А.В. Самочернов |

Приложение

к решению Думы

Артемовского городского округа

от 16 февраля 2017 года № 107

**ПОЛОЖЕНИЕ**

**О ПОРЯДКЕ ОФОРМЛЕНИЯ И РАЗМЕЩЕНИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ НА ТЕРРИТОРИИ АРТЕМОВСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА**

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Настоящее Положение разработано в соответствии с Федеральными законами от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», от 29.07.1998 № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации», Правилами проведения конкурсов или аукционов на право заключения договоров аренды, договоров безвозмездного пользования, договоров доверительного управления имуществом, иных договоров, предусматривающих переход прав в отношении государственного или муниципального имущества, утвержденных Приказом Федеральной антимонопольной службы России от 10.02.2010 № 67, действующим законодательством Российской Федерации и Свердловской области и регулирует отношения, возникающие в процессе размещения и распространения наружной рекламы на рынках товаров, работ и услуг (далее - рекламная деятельность) на территории Артемовского городского округа и обязательно для исполнения всеми физическими и юридическими лицами.

2. Положение определяет порядок выдачи разрешений на распространение наружной рекламы, порядок взимания платы за выдачу разрешений, порядок заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, регламентирует рекламную деятельность хозяйствующих субъектов, связанную с использованием на территории Артемовского городского округа зданий и сооружений, конкретизирует архитектурно-технические требования к определенным видам наружной рекламы, устанавливает ограничения на содержание рекламы и места ее размещения.

3. В настоящем Положении используются следующие основные понятия:

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

2) объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама;

3) товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

4) ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

5) рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

6) рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;

7) рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;

8) потребители рекламы - лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама;

9) спонсор - лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности;

10) спонсорская реклама - реклама, распространяемая на условии обязательного упоминания в ней об определенном лице как о спонсоре;

11) наружная реклама - распространение рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта;

12) 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. В социальной рекламе не должны упоминаться коммерческие организации и индивидуальные предприниматели, а также конкретные марки (модели, артикулы) их товаров, равно как и марки (модели, артикулы) товаров, являющихся результатом предпринимательской деятельности некоммерческих организаций;

13) средства наружной рекламы - технические приспособления, предназначенные для размещения наружной рекламы.

4. К средствам наружной рекламы относятся следующие рекламные конструкции:

1) рекламный щит - щит большого размера для размещения наружной рекламы;

2) баннер - графическое изображение рекламного характера;

3) рекламный стенд - представляет собой щит или конструкцию с текстовой и (или) графической информацией различного содержания;

4) афишный щит - это рекламные носители, ориентированные на размещение информации о развлекательно-познавательных мероприятиях (концерты, лекции, выставки), а также информации о вакансиях работодателей;

5) рекламная скамья - информация, размещенная на уличной мебели;

6) указатели - элементы оформления, содержащие сведения о месте нахождения организаций (объектов), занимающихся коммерческой деятельностью;

7) временные выносные рекламные средства (выносная реклама) - средства наружной рекламы, которые могут выноситься в пределы пешеходной зоны непосредственно напротив зданий, в которых находятся организации, или устанавливаться на газоны;

8) плакаты, листовки и иная печатная продукция, содержащая информацию об организациях, занимающихся коммерческой деятельностью и отражающая эту деятельность, расклеиваемая в специально отведенных местах;

9) установки - различного рода объемные или плоскостные установки, расположенные полностью или частично выше уровня карниза или на крыше;

10) отдельно стоящие щитовые установки - односторонние или многосторонние (плоскостные или объемные) конструкции, устанавливаемые на газонах, грунте, асфальте;

11) брандмауэрные панно - конструкции, размещаемые на стенах зданий и сооружений;

12) щитовые установки, размещаемые на временных или постоянных ограждениях;

13) установки в виде объемно-пространственных конструкций;

14) растяжки, выполненные на мягкой основе;

15) кронштейны, устанавливаемые на мачтах - опорах городского освещения, на отдельно стоящих стойках;

16) щитовые конструкции над проезжей частью дорог, на мостах;

17) конструкции, устанавливаемые на остановочных павильонах общественного транспорта;

18) проекционные установки для воспроизведения рекламных сообщений на плоскостях стен;

19) световые, электронные и динамические табло и экраны.

5. Настоящее Положение не распространяется:

1) на политическую рекламу, в том числе предвыборную агитацию и агитацию по вопросам референдума;

2) информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом;

3) справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой;

4) сообщения органов государственной власти, иных государственных органов, сообщения органов местного самоуправления, сообщения муниципальных органов, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, если такие сообщения не содержат сведений рекламного характера и не являются социальной рекламой;

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

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

7) информацию о товаре, его изготовителе, об импортере или экспортере, размещенную на товаре или его упаковке;

8) любые элементы оформления товара, помещенные на товаре или его упаковке и не относящиеся к другому товару;

9) упоминания о товаре, средствах его индивидуализации, об изготовителе или о продавце товара, которые органично интегрированы в произведения науки, литературы или искусства и сами по себе не являются сведениями рекламного характера.

II. ОРГАНЫ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИЕ

РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

6. Регулирование рекламной деятельности на территории Артемовского городского округа осуществляют:

1) Комитет по управлению муниципальным имуществом Артемовского городского округа (далее – Комитет по имуществу), который:

- заключает с рекламораспространителями договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности Артемовского городского округа, находящихся в казне и не закрепленных в пользование за третьими лицами, а также на земельных участках, находящихся в муниципальной собственности, и земельных участках, право государственной собственности на которые не разграничено;

- выступает главным администратором доходов бюджета Артемовского городского округа по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций;

- осуществляет контроль исполнения заключенных договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций;

- предоставляет отчетность в Финансовое управление Администрации Артемовского городского округа по доходам, полученным по договорам на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

2) Комитет по архитектуре и градостроительству Артемовского городского округа (далее – Комитет по архитектуре), который:

- осуществляет разработку и подготовку к утверждению, Схемы размещения рекламных конструкций на территории Артемовского городского округа и вносимые в нее изменения;

- выдает разрешения на размещение средств наружной рекламы и осуществляет регистрацию данных разрешений;

- осуществляет контроль за соответствием рекламной деятельности на территории Артемовского городского округа требованиям градостроительных норм и правил, соответствием средств наружной рекламы установленным техническим условиям и эстетическим требованиям;

- выдает решение об аннулировании разрешения на установку рекламной конструкции;

- осуществляет работу по выявлению рекламных конструкций, размещенных без разрешения;

- выдает предписание на демонтаж самовольно установленной рекламной конструкции.

3) Администрация Артемовского городского округа, которая:

- утверждает схемы размещения рекламных конструкций на территории Артемовского городского округа.

III. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РАСПРОСТРАНЕНИЮ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

7. Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

8. Недобросовестной признается реклама, которая:

1) содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

2) порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;

3) представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, если она осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождественен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара, в отношении рекламы которого установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара;

4) является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

9. Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения:

1) о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

2) о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара;

3) об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока;

4) о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара;

5) об условиях доставки, обмена, ремонта и обслуживания товара;

6) о гарантийных обязательствах изготовителя или продавца товара;

7) об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товара;

8) о правах на использование официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов) и символов международных организаций;

9) об официальном или общественном признании, о получении медалей, призов, дипломов или иных наград;

10) о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами;

11) о результатах исследований и испытаний;

12) о предоставлении дополнительных прав или преимуществ приобретателю рекламируемого товара;

13) о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар;

14) об объеме производства или продажи рекламируемого или иного товара;

15) о правилах и сроках проведения конкурса, игры или иного подобного мероприятия, в том числе о сроках окончания приема заявок на участие в нем, количестве призов или выигрышей по результатам, сроках, месте и порядке их получения, а также об источнике информации о таком мероприятии;

16) о правилах и сроках проведения основанных на риске игр, пари, в том числе о количестве призов или выигрышей по результатам проведения основанных на риске игр, пари, сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей по результатам проведения основанных на риске игр, пари, об их организаторе, а также об источнике информации об основанных на риске играх, пари;

17) об источнике информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральными законами;

18) о месте, в котором до заключения договора об оказании услуг заинтересованные лица могут ознакомиться с информацией, которая должна быть предоставлена таким лицам в соответствии с федеральными законами или иными нормативными правовыми актами Российской Федерации;

19) о лице, обязавшемся по ценной бумаге;

20) об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

10. Реклама не должна:

1) побуждать к совершению противоправных действий;

2) призывать к насилию и жестокости;

3) иметь сходство с дорожными знаками или иным образом угрожать безопасности движения автомобильного, железнодорожного, водного, воздушного транспорта;

4) формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц;

5) содержать информацию порнографического характера.

11. При производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

12. Рекламная конструкция должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы, социальной рекламы.

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

14. Комитет по архитектуре осуществляет разработку и подготовку к утверждению схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках, расположенных на территории Артемовского городского округа, независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности Артемовского городского округа, и вносимых в нее изменений с исполнительным органом государственной власти Свердловской области, уполномоченным Правительством Свердловской области на осуществление предварительного согласования схем размещения рекламных конструкций и вносимых в них изменений.

 Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. Схема размещения рекламных конструкций должна соответствовать документам территориального планирования и обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности и содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций.

Для целей настоящего пункта под информационным полем рекламной конструкции понимается часть рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы.

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

16. Нарушение и неисполнение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе, требований настоящего Положения на территории Артемовского городского округа влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

IV. ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ КОНСТРУКЦИИ

И ОФОРМЛЕНИЯ РАЗРЕШИТЕЛЬНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ

17. Распространение наружной рекламы на территории Артемовского городского округа осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламораспространителем, с соблюдением требований действующего законодательства о рекламе и настоящего Положения.

18. 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.

19. 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.

20. В случае если недвижимое имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, закреплено собственником за другим лицом на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с лицом, обладающим правом хозяйственного ведения, правом оперативного управления или иным вещным правом на такое недвижимое имущество, при наличии согласия такого собственника и с соблюдением требований, установленных частью 5.1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ.

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

22. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах, находящихся в муниципальной собственности, является разрешительным документом для распространения наружной рекламы путем ее установки на земельных участках, зданиях, сооружениях и иных объектах, находящихся в муниципальной собственности Артемовского городского округа.

Наличие договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции является обязательным условием распространения наружной рекламы.

При отсутствии указанного договора рекламораспространитель не вправе устанавливать рекламу и несет ответственность, установленную действующим законодательством и настоящим Положением.

23. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в государственной собственности, муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Артемовского городского округа, осуществляется на основе торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых Комитетом по имуществу в соответствии с законодательством Российской Федерации. Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции проводятся Комитетом по имуществу при наличии утвержденных схем размещения рекламных конструкций и только в отношении рекламных конструкций, указанных в данных схемах. Форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается Комитетом по имуществу самостоятельно.

Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы, но не менее чем на пять лет и не более чем на десять 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.

24. Аукцион или конкурс на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в государственной собственности, муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Артемовского городского округа, и на котором на основании договора между Комитетом по имуществу и владельцем рекламной конструкции установлена рекламная конструкция, проводится по истечении срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

25. Размер арендной платы определяется по результатам оценки рыночной стоимости объекта, проводимой в соответствии с Федеральным законом от 29.07.1998 № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации». Плата по договору вносится путем перечисления денежных средств по реквизитам, указанным в договоре, и в соответствии с условиями, указанными в договоре.

26. Для участия в торгах (аукционе или конкурсе) лицо обязано предоставить в Комитет по имуществу следующие документы:

- заявка на участие в торгах по установленной форме с указанием реквизитов счета для возврата задатка;

- эскизный проект рекламной конструкции с указанием размеров;

- предложения по техническому исполнению рекламной конструкции;

- для физических лиц: копию документа, удостоверяющего личность;

- для индивидуальных предпринимателей: копию свидетельства о государственной регистрации лица в качестве индивидуального предпринимателя, выписку из ЕГРИП (единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей), копию документа, удостоверяющего личность;

- для юридических лиц: выписку из ЕГРЮЛ; копии учредительных документов юридического лица; выписку из протокола (приказа) соответствующего органа управления о выборе (назначении) руководителя, имеющего право действовать без доверенности от имени юридического лица, заверенная печатью заявителя; выписка из протокола (приказа) соответствующего органа управления о совершении сделки, заверенная печатью заявителя; доверенность (в случае подачи заявки представителем заявителя).

Один заявитель вправе подать только одну заявку на участие в торгах.

27. Комитет по имуществу выдает рекламораспространителю договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в течение десяти дней с момента подписания протокола о результатах торгов.

28. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется в соответствии с нормами Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и гражданского законодательства.

29. В случае если к участию в аукционе или конкурсе допущен один участник, аукцион или конкурс признается несостоявшимся и договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с лицом, которое являлось единственным участником аукциона или конкурса.

30. Установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии [разрешения](#P269) на установку рекламной конструкции (далее – разрешение) выдаваемого на основании [заявления](#P304) собственника или законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции. Заявление подается в Комитет по архитектуре для рассмотрения по существу.

К указанному заявлению прилагаются следующие документы:

1) копия документа, удостоверяющего личность заявителя (заявителей), являющегося физическим лицом, либо личность представителя физического или юридического лица;

2) копия свидетельства о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя (для индивидуальных предпринимателей), копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица (для юридических лиц) или выписка из государственных реестров о юридическом лице или индивидуальном предпринимателе, являющемся заявителем, ходатайствующим о приобретении прав на земельный участок;

3) копия документа, удостоверяющего права (полномочия) представителя физического или юридического лица, если с заявлением обращается представитель заявителя (заявителей);

4) план-схема размещения рекламной конструкции, выполненная на актуализированной топографической съемке территории М 1:500, на которой предполагается разместить рекламные средства, согласованная с организациями-владельцами инженерных коммуникаций, находящихся в зоне расположения рекламных конструкций;

5) фотомонтаж размещаемой рекламной конструкции с указанием способа крепления (в двух экземплярах);

6) документ, свидетельствующий о согласии собственника или иного законного владельца объекта недвижимости на установку рекламной конструкции (копия договора, письменное согласие или другой документ).

В случае если для установки и эксплуатации рекламной конструкции необходимо использование общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, в качестве документа, подтверждающего согласие этих собственников, предоставляется протокол общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме (оригинал и копия).

7) копии документов, подтверждающих право собственности или законного владения объектом недвижимости, на котором предполагается установка рекламной конструкции, за исключением случаев, когда для установки и эксплуатации рекламной конструкции необходимо использование общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме.

31. Комитет по архитектуре в целях проверки проводит экспертизу представленных документов на соответствие требованиям законодательства, в том числе:

- проверяет документ, подтверждающий согласие собственника (собственников) или законного владельца недвижимого имущества на установку рекламной конструкции, а также документы, подтверждающие право собственности или законного владения объектом недвижимости, на котором предполагается установка рекламной конструкции, за исключением случаев, когда для установки и эксплуатации рекламной конструкции необходимо использование общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме;

- запрашивает данные о государственной регистрации юридического лица или о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя в федеральном органе исполнительной власти, осуществляющем такую регистрацию, в электронном виде посредством установления доступа к сайту соответствующего федерального органа исполнительной власти в сети Интернет;

- проверяет соответствие полученных данных о государственной регистрации юридического лица или о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя данным, указанным в заявлении.

32. Комитет по архитектуре направляет заявителю решение о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче в течение двух месяцев со дня приема от заявителя необходимых документов, указанных в настоящем Положении.

33. Решение об отказе в выдаче разрешения должно быть мотивировано и принято Комитетом по архитектуре исключительно по следующим основаниям:

1) в случае установления недостоверности данных в результате проведенной экспертизы представленных документов;

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

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

4) нарушение требований нормативных актов по безопасности движения транспорта;

5) нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа;

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

7) нарушение требований, установленных частями 5.1, 5.6, 5.7 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

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

35. Разрешение выдается на каждую рекламную конструкцию на срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. В случае если владелец рекламной конструкции является собственником недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, разрешение выдается на срок, указанный в заявлении, при условии соответствия указанного срока предельным срокам, которые установлены субъектом Российской Федерации и на которые могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, а разрешение в отношении временной рекламной конструкции - на срок, указанный в заявлении, но не более чем на двенадцать месяцев. В разрешении указываются владелец рекламной конструкции, собственник земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, тип рекламной конструкции, площадь ее информационного поля, место установки рекламной конструкции, срок действия разрешения, орган, выдавший разрешение, номер и дата его выдачи, иные сведения. Разрешение является действующим до истечения указанного в нем срока действия либо до его аннулирования или признания недействительным. Для целей настоящего пункта под временными рекламными конструкциями понимаются рекламные конструкции, срок размещения которых обусловлен их функциональным назначением и местом установки (строительные сетки, ограждения строительных площадок, мест торговли и подобных мест, аналогичные технические средства) и составляет не более чем двенадцать месяцев.

V. ОБЯЗАННОСТИ РЕКЛАМОРАСПРОСТРАНИТЕЛЯ

36. Рекламораспространитель осуществляет эксплуатацию принадлежащих ему средств наружной рекламы, поддерживает их в исправном состоянии с соблюдением всех норм технической безопасности. Рекламораспространитель несет ответственность за любые неисправности и аварийные ситуации.

37. Рекламораспространитель обязан осуществлять демонтаж наружной рекламы в случае прекращения эксплуатации по любым основаниям, а также осуществлять ремонт дефектов, возникших в связи с ее эксплуатацией.

38. Рекламораспространитель обязан выполнять все предписания органов, регулирующих рекламную деятельность, связанную с выполнением ими своих контрольных функций, в том числе и по досрочному демонтажу наружной рекламы.

39. Рекламораспространитель обязан письменно уведомлять Комитет по имуществу о любом действии, связанном с изменением рекламной конструкции, в срок не менее чем за 10 дней до даты такового изменения в установленном порядке.

40. Рекламораспространитель обязан не производить изменений или смены рекламного сообщения без согласования таковых изменений; в том числе изменении площади, повороте, перемещении или внесении в конструкцию существенных изменений. Рекламораспространитель вправе произвести указанное действие только после согласования и (или) подписания соответствующего дополнительного соглашения к договору.

VI. АННУЛИРОВАНИЕ И ПРИЗНАНИЕ НЕДЕЙСТВИТЕЛЬНЫМ

РАЗРЕШЕНИЯ НА УСТАНОВКУ РЕКЛАМНОЙ КОНСТРУКЦИИ

41. Комитет по архитектуре может принять решение об аннулировании разрешения на установку рекламной конструкции в следующих случаях:

1) в течение месяца со дня направления владельцем рекламной конструкции уведомления в письменной форме о своем отказе от дальнейшего использования разрешения;

2) в течение месяца с момента направления 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 рекламная конструкция не установлена в течение года со дня выдачи разрешения или со дня демонтажа рекламной конструкции ее владельцем в период действия разрешения;

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, 5.6, 5.7 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», либо результаты аукциона или конкурса признаны недействительными в соответствии с законодательством Российской Федерации;

6) в случае нарушения требований, установленных частью 9.3 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Решение об аннулировании разрешения может быть обжаловано в суде в течение трех месяцев со дня его получения.

42. Разрешение может быть признано недействительным в судебном порядке в случае:

1) неоднократного или грубого нарушения рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе - по иску антимонопольного органа;

2) обнаружения несоответствия рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технического регламента - по иску органа, осуществляющего контроль за соблюдением технических регламентов;

3) несоответствия установки рекламной конструкции в заявленном месте схеме размещения рекламных конструкций на земельных участках, расположенных на территории Свердловской области, независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности Свердловской области или муниципальной собственности муниципальных образований, расположенных на территории Свердловской области и вносимым в нее изменениям;

4) нарушения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа - по иску Комитета по архитектуре;

5) несоответствия рекламной конструкции требованиям нормативных актов по безопасности движения транспорта - по иску органа, осуществляющего контроль за безопасностью движения транспорта.

43. В случае аннулирования разрешения или признания его недействительным владелец рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец соответствующего недвижимого имущества, к которому такая конструкция присоединена, обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции.

Комитет по архитектуре осуществляет бюджетные полномочия администратора доходов бюджета Артемовского городского округа в части получения государственной пошлины за выдачу разрешения на установку рекламных конструкций.

VII. ДЕМОНТАЖ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

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

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

46. Комитет по архитектуре выявляет рекламные конструкции, установленные без разрешения (далее - самовольно установленные рекламные конструкции), а также установленные с нарушением требований, предусмотренных Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»; о выявленных фактах нарушения действующего законодательства о рекламе вправе сообщить государственным надзорным органам.

47. При выявлении самовольно установленной рекламной конструкции Комитет по архитектуре выдает предписание на демонтаж самовольно установленной рекламной конструкции владельцу рекламной конструкции и (или) собственнику или иному законному владельцу недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция.

48. Владелец рекламной конструкции обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции в течение месяца со дня выдачи предписания Комитета по архитектуре о демонтаже рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения, а также удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции, в течение трех дней со дня выдачи указанного предписания.

49. Если в установленный срок владелец рекламной конструкции не выполнил указанную обязанность по демонтажу рекламной конструкции или владелец рекламной конструкции неизвестен, Комитет по архитектуре выдает предписание о демонтаже рекламной конструкции собственнику или иному законному владельцу недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, за исключением случая присоединения рекламной конструкции к объекту муниципального имущества или к общему имуществу собственников помещений в многоквартирном доме при отсутствии согласия таких собственников на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

50. Собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, обязан демонтировать рекламную конструкцию в течение месяца со дня выдачи соответствующего предписания. Демонтаж, хранение или в необходимых случаях уничтожение рекламной конструкции осуществляется за счет собственника или иного законного владельца недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция.

51. По требованию собственника или иного законного владельца данного недвижимого имущества владелец рекламной конструкции обязан возместить этому собственнику или этому законному владельцу необходимые расходы, понесенные в связи с демонтажем, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции.

52. Если рекламная конструкция присоединена к объекту муниципального имущества или к общему имуществу собственников помещений в многоквартирном доме при отсутствии согласия таких собственников на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, в случае, указанном в [п.](#P250) 48 настоящего Положения, ее демонтаж, хранение или в необходимых случаях уничтожение осуществляется за счет средств местного бюджета.

53. Владелец рекламной конструкции обязан возместить необходимые расходы, понесенные в связи с демонтажем, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции.

54. При невыполнении обязанности по демонтажу рекламной конструкции Комитет по архитектуре вправе обратиться в суд с иском о принудительном осуществлении демонтажа рекламной конструкции.

55. В соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в случае принятия судом решения о принудительном осуществлении демонтажа рекламной конструкции ее демонтаж, хранение или в необходимых случаях уничтожение осуществляется за счет собственника или иного законного владельца недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция. По требованию собственника или иного законного владельца такого недвижимого имущества владелец рекламной конструкции обязан возместить ему разумные расходы, понесенные в связи с демонтажем, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции, и привести место ее установки в первоначальный вид.