

МУНИЦИПАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ
ГОРОДСКОЙ ОКРУГ ГОРОД СУРГУТ

ДУМА ГОРОДА СУРГУТА
РЕШЕНИЕ

Принято на заседании Думы 29 сентября 2006 года

№ 74-IV ДГ

О Правилах распространения
наружной рекламы на территории
города Сургута

В целях приведения Правил распространения наружной рекламы на территории города Сургута, утвержденных решением городской Думы от 26.10.2005 № 507-III ГД, в соответствие с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» Дума города РЕШИЛА:

1. Утвердить Правила распространения наружной рекламы на территории города Сургута (далее – Правила) согласно приложению.
2. Установить базовую ставку для определения размера платы при заключении договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности и землях, находящихся в ведении муниципального образования и не обремененных правами третьих лиц, в размере трех минимальных размеров оплаты труда в год за один квадратный метр рекламной площади.
3. Считать утратившим силу решение городской Думы от 26.10.2005 № 507-III ГД «О Правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута», за исключением приложения 2 к Правилам.
4. Настоящее решение вступает в силу с момента официального опубликования, за исключением приложения 2 к Правилам.
5. Администрации города подготовить проект решения Думы города об утверждении методики определения размера платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности и землях, находящихся в ведении муниципального образования и не обремененных правами третьих лиц, с обоснованием применения коэффициентов, учитывающих вид рекламной конструкции, и представить проект решения на утверждение Думы города в срок до 01.12.2006.
6. Контроль за выполнением настоящего решения возложить на депутатов Думы города Котика С.А., Булиха А.И.

Глава города

А.Л. Сидоров

Правила
распространения наружной рекламы на территории
города Сургута

1. Общие положения

1.1. Правила распространения наружной рекламы на территории города Сургута (далее – Правила) разработаны в целях улучшения архитектурного облика города, установления единых требований к объектам наружной рекламы, их территориальному размещению (установка, монтаж, нанесение на поверхности зданий, сооружений и объектов инженерной, транспортной и социальной инфраструктуры и т.п.), эксплуатации, демонтажу.

1.2. Настоящие Правила регулируют порядок проектирования, выдачи разрешений и условия эксплуатации объектов наружной рекламы.

1.3. Правила разработаны на основании Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», в соответствии с основными положениями Конституции Российской Федерации, Градостроительного, Гражданского, Жилищного и Земельного кодексов Российской Федерации и иных нормативных правовых актов Российской Федерации и Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, Устава муниципального образования городской округ город Сургут.

1.4. Соблюдение настоящих Правил обязательно для всех юридических и физических лиц независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности.

1.5. Под понятием «объекты наружной рекламы» подразумеваются любые технические средства (рекламные конструкции) стабильного территориального размещения, являющиеся носителями рекламной информации, размещаемые в городской среде и предназначенные для визуального восприятия.

1.6. Объекты наружной рекламы не являются объектами недвижимости.

1.7. Основанием для размещения объектов наружной рекламы является разрешение на установку объекта наружной рекламы (далее – разрешение), выдаваемое уполномоченным органом Администрации города и договор с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником (собственниками).

1.8. Использование муниципальной собственности под размещение объектов наружной рекламы осуществляется на основании договора с Администрацией города при наличии предварительного согласования с

лицами, обладающими вещными или обязательственными правами на объекты муниципальной собственности (приложение 3 к настоящим Правилам).

1.9. Установка объекта наружной рекламы без разрешения (самовольная установка) не допускается.

1.10. Требования настоящих Правил в части получения разрешений не распространяются на витрины, киоски, лотки, передвижные пункты торговли, уличные зонтики.

2. Общие требования к проектированию, размещению и эксплуатации объектов наружной рекламы

2.1. Размещение объектов наружной рекламы допускается в соответствии с разработанными, согласованными и утвержденными проектами территориального размещения объектов наружной рекламы (схемами территориального размещения) для улиц, территорий кварталов, микрорайонов и других элементов планировочной структуры города в границах установленных красных линий или границах земельных участков.

2.2. Орган Администрации города, уполномоченный в области архитектуры и градостроительства, осуществляет общее градостроительное и архитектурно-художественное руководство, организует разработку проектов территориального размещения объектов наружной рекламы.

2.3. Основанием для выполнения или корректировки проекта территориального размещения объектов наружной рекламы является задание на проектирование и архитектурно-планировочное задание, выдаваемое уполномоченным органом Администрации города, которое включает в себя основные архитектурные, планировочные требования к размещению объектов наружной рекламы, а также требования по благоустройству прилегающей территории (места размещения), сроки разработки, согласования и реализации проекта.

2.4. Проекты территориального размещения объектов наружной рекламы подлежат согласованию с:

собственником имущества, на котором планируется устанавливать объекты наружной рекламы, либо лицом, уполномоченным собственником (собственниками);

собственниками (владельцами) объектов инженерной инфраструктуры;

органом милиции, уполномоченным осуществлять контрольные, надзорные и разрешительные функции в области обеспечения безопасности дорожного движения на территории города Сургута;

органом Администрации города, уполномоченным в области транспорта связи и эксплуатации дорог;

органом Администрации города, уполномоченным в области природопользования и экологии.

2.5. Разработанные и согласованные проекты территориального размещения объектов наружной рекламы утверждаются органом Администрации города, уполномоченным в области архитектуры и градостроительства.

2.6. Рабочие проекты на рекламные конструкции должны быть выполнены в соответствии с действующим законодательством, техническими регламентами, строительными нормами и правилами, настоящими Правилами. Рабочие проекты разрабатываются, согласовываются и утверждаются в порядке, предусмотренном пунктами 4.6, 4.7, 4.8 настоящих Правил.

2.7. Если конструкция объекта наружной рекламы предусматривает подсветку рекламно-информационного поля, ее включение должно осуществляться в соответствии с графиком режима работы уличного освещения.

2.8. Отдельно стоящие щитовые установки не должны находиться без рекламной информации.

2.9. Все объекты наружной рекламы должны иметь маркировку с указанием владельца и номера его телефона. Маркировка должна размещаться под информационным полем.

2.10. Объекты наружной рекламы или отдельные их части не могут размещаться над полосой движения автомобильных дорог. Исключение составляют транспарант - перетяжки и дорожные порталы, конструкция которых предусматривает размещение наружной рекламы над полосами движения автомобильных дорог.

2.11. Отдельно стоящие объекты наружной рекламы не должны создавать помехи для прохода пешеходов и механизированной уборки улиц и тротуаров, а также для содержания (ухода) зеленых насаждений.

2.12. Не допускается размещение объектов наружной рекламы, являющихся источниками шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных и иных излучений и полей, вблизи жилых и лечебных зданий, детских дошкольных учреждений и школ, с нарушением требований технических регламентов и санитарных правил и норм. Наибольшая яркость должна соответствовать подпунктам 7.45, 7.70, 7.71 СНИП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещение».

2.13. Рекламораспространитель не имеет права вносить дополнения и изменения в утвержденный рабочий проект рекламной конструкции без согласования в порядке, установленном пунктом 4.6 настоящих Правил.

2.14. Рекламораспространитель обязан:

за счет собственных средств содержать объекты наружной рекламы в надлежащем техническом состоянии, обеспечивать уборку прилегающей территории в соответствии с Правилами организации благоустройства города Сургута;

нести ответственность за любые нарушения правил безопасности, возникающие в связи с этим неисправности и аварийные ситуации.

2.15. Не допускается размещение объектов наружной рекламы или отдельных их частей, если такое размещение влечет повреждения (гибель)

зеленых насаждений.

2.16. Размещение новых объектов наружной рекламы, устанавливаемых на основании проектов территориального размещения на объектах муниципальной собственности и землях, находящихся в ведении муниципального образования и не обремененных правами третьих лиц, производится путем проведения торгов в соответствии с Положением о порядке организации и проведения торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности и землях, находящихся в ведении муниципального образования и не обремененных правами третьих лиц (приложение 1 к настоящим Правилам).

3. Категории и типы объектов наружной рекламы. Специальные требования к их размещению

3.1. Объекты наружной рекламы подразделяются на следующие категории:

отдельно размещенные;

размещаемые на зданиях, сооружениях, элементах инженерной инфраструктуры и благоустройства города.

3.2. Типы отдельно стоящих объектов наружной рекламы и специальные требования к их размещению.

3.2.1. Щитовые установки (рекламные щиты) – отдельно стоящие конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения информации и состоящие из основания, каркаса и информационного поля.

По размерам информационного поля щитовые установки подразделяются на:

щитовые установки большого формата, имеющие стандартные размеры информационного поля 2,9 x 4,7м; 3 x 6м; 5x 12м и более;

щитовые установки малого формата, имеющие стандартные размеры информационного поля 2 x 4м, 1,5 x 3м, 1,2 x 1,8м и менее.

Требования к щитовым установкам:

щитовые установки выполняются в одностороннем и многостороннем варианте;

щитовые установки, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону;

основания отдельно стоящих щитовых установок не должны выступать над уровнем земли, а при невозможности их заглубления должны быть декоративно оформлены;

не допускается размещение объектов наружной рекламы или отдельных их частей ближе чем на 3 метра к краю проезжей части автомобильной дороги (улицы), если иное не предусмотрено федеральными нормативными правовыми актами и специальными рабочими проектами, предусматривающими иное размещение конструктивных элементов объектов наружной рекламы к краю проезжей части автомобильной дороги (улицы);

расстояние между щитовыми установками определяется проектом территориального размещения объектов наружной рекламы.

Размещение щитовых установок следует осуществлять с учетом требований по содержанию дорог и улиц, возможности установки средств регулирования дорожного движения и их эксплуатации.

При отсутствии проекта территориального размещения объектов наружной рекламы допускается размещение щитовых установок на объектах, не относящихся к муниципальной собственности, при этом запрещается размещение:

- на расстоянии менее 50 метров между соседними щитовыми установками большого формата и на расстоянии 25 метров между соседними щитовыми установками малого формата при размещении на одной оси видимости;

- ограничивающее видимость технических средств организации дорожного движения или мешающее их восприятию;

 - на одной опоре с дорожными знаками и светофорами;

- вызывающее ослепление участников дорожного движения светом, в том числе отраженным;

 - на аварийно-опасных участках дороги;

- в пределах треугольников видимости «транспорт-транспорт» и «транспорт-пешеход», определяемых в соответствии с действующими стандартами;

 - в одном сечении с дорожными знаками;

 - на канализирующих островках в зоне пересечения дорог;

- на железнодорожных переездах и на расстоянии менее 50 метров от них;

 - на расстоянии менее 20 метров от остановочных карманов;

- на расстоянии менее 20 метров от пешеходных переходов и перекрестков.

Расстояние от нижнего края щитовых установок большого формата до поверхности земли должно быть не менее 4,5 метра, если иное не определено рабочим проектом.

3.2.2. Объемно - пространственные конструкции (ОПК), воздушные шары, аэростаты – объекты наружной рекламы, в которых для распространения наружной рекламы используется как форма конструкции, так и ее поверхность. Данные конструкции выполняются по индивидуальным рабочим проектам.

Допускается размещение объемно – пространственных конструкций на стенах зданий, сооружений и иных конструкциях.

3.2.3. Флажные композиции и навесы – объекты наружной рекламы, состоящие из основания, одного или нескольких флагштоков (стоек) и мягких полотнищ.

Флажные конструкции могут использовать в качестве основания опоры освещения, здания и сооружения.

3.2.4. Наземные панно – объекты наружной рекламы, размещаемые на поверхности земли, состоящие из нанесенных либо встроенных в

дорожное или земляное покрытие строительных материалов, подразделяющиеся на следующие виды:

каркасные панно на склонах (откосах) трасс и дорог;

покрытия тротуаров улиц различными красящими веществами или пленочными материалами;

панно на тротуарах улиц, изготавливаемые из дорожно-строительных материалов.

Применяемые материалы не должны ухудшать покрытие тротуаров или иных мест размещения панно.

3.3. Типы объектов наружной рекламы, размещаемых на зданиях, сооружениях, элементах инженерной инфраструктуры и благоустройства города.

3.3.1. Фасадные вывески – элементы оформления фасадов зданий, содержащие сведения, относящиеся к рекламе.

Не относятся к объектам наружной рекламы вывески (информационные таблички), предназначенные для доведения до сведения потребителя информации об изготовителе (исполнителе, продавце) согласно статье 9 Федерального закона «О защите прав потребителей».

Информационная табличка должна содержать информацию, раскрывающую профиль предприятия и его наименование, в соответствии со статьей 54 Гражданского кодекса Российской Федерации. Допускается размещать на информационной табличке зарегистрированные в установленном порядке товарные знаки, логотипы и знаки обслуживания данного предприятия, а также декоративные элементы. Прочая информация, размещенная на информационной табличке, считается рекламной.

Для размещения информационной таблички, соответствующей настоящим требованиям, разрешение на установку рекламной конструкции не требуется.

Изменение фасада здания, вызванное размещением на нем вывески (информационной таблички), подлежит согласованию с органом Администрации города, уполномоченным в области архитектуры и градостроительства.

3.3.2. Крышные установки – объемные или плоскостные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше.

3.3.3. Настенные панно – объекты наружной рекламы, размещаемые на плоскости стен зданий и сооружений в виде:

изображения (информационного поля), непосредственно нанесенного на стену;

конструкции, состоящей из элементов крепления, каркаса и информационного поля.

Настенные панно выполняются по индивидуальным проектам.

3.3.4. Панель-кронштейны – консольные плоскостные конструкции, устанавливаемые на собственных опорах, опорах уличного освещения или на зданиях и сооружениях.

Типовые габаритные размеры панель-кронштейнов, размещаемых на опорах (в вертикальном исполнении):

1,2 x 1,8 м – для магистралей, проспектов и площадей;

0,9 x 1,2 м – для узких улиц и переулков.

Габаритные размеры панель-кронштейнов, размещаемых на фасадах зданий, определяются архитектурными особенностями здания. Возможность размещения панель-кронштейнов больших размеров определяется на основании индивидуальных рабочих проектов.

В целях безопасности в эксплуатации панель-кронштейны должны быть установлены на высоте не менее 3 метров от уровня земли либо не менее 4,5 метра от проезжей части.

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

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

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

При отсутствии проектов территориального размещения объектов наружной рекламы допускается установка транспарантов-перетяжек на объектах, не относящихся к муниципальной собственности, при этом:

расстояние между соседними транспарантами-перетяжками не может быть менее 100 метров;

транспаранты-перетяжки над проезжей частью улиц не должны располагаться ниже 6 метров.

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

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

3.3.7. Электронные экраны (табло) – объекты наружной рекламы и информации, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов.

3.3.8. Маркизы – объекты наружной рекламы, выполненные в виде козырьков и навесов с нанесенной на них рекламной информацией и размещенные над витринами, входами или проемами зданий и сооружений. Маркизы состоят из элементов крепления к зданию, каркаса и информационного поля, выполненного на мягкой или жесткой основе.

3.3.9. Объекты наружной рекламы на ограждениях объектов строительства и розничной (уличной) торговли, а также других временных

и постоянных ограждениях должны обеспечивать художественное оформление данных объектов.

В случаях, когда на строительной площадке имеются сооружения (строительные леса при реконструкции здания, бытовые помещения, мачты для прожекторов, краны и т.д.), а также ограждающая сетка, возможно размещение других объектов наружной рекламы в порядке, предусмотренном настоящими Правилами.

4. Порядок оформления разрешительной документации

4.1. Выдача разрешений на установку рекламных конструкций осуществляется уполномоченным органом Администрации города.

4.2. Для получения разрешения на установку рекламной конструкции на объекте, не относящемся к муниципальной собственности, лицо, заинтересованное в установке рекламной конструкции, обращается в уполномоченный орган Администрации города.

При обращении в уполномоченный орган Администрации города лицо, заинтересованное в установке рекламной конструкции, предоставляет заявление, к которому должны быть приложены следующие документы:

копия свидетельства о регистрации предприятия (организации) или копия свидетельства о регистрации индивидуального предпринимателя без образования юридического лица или паспорт – для физического лица;

юридический адрес, идентификационный номер налогоплательщика (ИНН), банковские реквизиты, фамилии руководителя и главного бухгалтера, номера телефонов;

свидетельство о праве собственности или предварительное согласие собственника имущества;

эскизный проект объекта;

ситуационный план территориального размещения объекта наружной рекламы.

4.3. На основании представленных документов уполномоченный орган Администрации города принимает решение о возможности территориального размещения заявленной рекламной конструкции и о возможности выдачи разрешения на установку рекламной конструкции.

4.4. Решение о возможности выдачи разрешения или об отказе в выдаче разрешения должно быть принято уполномоченным органом Администрации города по результатам рассмотрения заявления и иных представленных документов в срок, не превышающий 10 дней со дня подачи документов. О принятом решении заявителю сообщается в письменной форме.

Основанием для отказа в возможности размещения может служить наличие заявления, поданного другим заявителем ранее, либо разрешения на установку рекламной конструкции, выданного другому заявителю. В этом случае ответ должен содержать сроки повторного обращения.

4.5. Обоснованный письменный отказ в выдаче разрешения на установку рекламной конструкции выдается заявителю в следующих случаях:

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

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

нарушение требований нормативных актов по безопасности движения транспорта;

нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа;

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

4.6. Положительное решение о возможности выдачи разрешения может содержать требования к архитектурно - планировочному решению и порядку согласования. Рекламораспространитель должен предоставить рабочий проект рекламной конструкции в срок не позднее 45 дней с момента принятия положительного решения, если иное не указано в решении. Рабочий проект рекламной конструкции согласовывается в порядке, установленном настоящими Правилами.

4.7. Рабочий проект в обязательном порядке согласовывается с:

органом Администрации города, уполномоченным в области архитектуры и градостроительства;

собственником имущества, на котором планируется установить объект наружной рекламы, либо лицом, уполномоченным собственником (собственниками), в случаях размещения объекта наружной рекламы на объектах, не относящихся к муниципальной собственности.

Срок согласования каждой согласующей инстанцией не должен превышать 10 дней. Любые отказы должны быть письменными и мотивированными.

4.8. Рабочий проект подлежит экспертизе на соответствие действующим нормам, правилам и техническим регламентам в соответствии с действующим законодательством.

4.9. В случае не предоставления рекламораспространителем рабочего проекта в срок, указанный в пункте 4.6 настоящих Правил, решение о возможности территориального размещения рекламной конструкции и о возможности выдачи разрешения на установку рекламной конструкции утрачивает свою силу.

4.10. За выдачу разрешения на установку рекламной конструкции заявитель уплачивает государственную пошлину в размере и порядке, установленных законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

4.11. Уполномоченный орган Администрации города выдает разрешение на установку рекламной конструкции при наличии квитанции об оплате государственной пошлины.

4.12. Разрешение на установку рекламной конструкции выдается сроком на 5 лет либо на меньший срок, по заявлению рекламодателя.

4.13. При размещении объектов наружной рекламы на объектах муниципальной собственности и землях, находящихся в ведении муниципального образования и не обремененных правами третьих лиц, разрешение на установку рекламной конструкции вступает в силу с момента заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности и землях, находящихся в ведении муниципального образования и не обремененных правами третьих лиц.

Плата по договору определяется согласно методике, изложенной в приложении 2 к Правилам, либо по результатам торгов, проводимых согласно Положению о порядке организации и проведения торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности и землях, находящихся в ведении муниципального образования и не обремененных правами третьих лиц (приложение 1 к настоящим Правилам), и перечисляется в бюджет города.

Методика определения размера платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности и землях, находящихся в ведении муниципального образования и не обремененных правами третьих лиц, применяется для расчета начальной цены предмета торгов, а также для определения платы по договору в случае признания торгов несостоявшимися и принятия решения Главой города о предоставлении рекламного места конкретному заявителю.

4.14. В случае изменения характеристик объекта наружной рекламы, указанных в ранее оформленной разрешительной документации, а также в согласованном рабочем проекте рекламной конструкции, рекламодатель обязан предварительно переоформить разрешительную документацию, а также согласовать в порядке, установленном настоящими Правилами, изменения, вносимые в рабочий проект.

4.15. Уполномоченный орган Администрации города имеет право аннулировать разрешение на установку рекламной конструкции в следующих случаях:

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

в течение месяца с момента направления ему собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, документа, подтверждающего прекращение договора, заключенного между таким собственником или владельцем недвижимого имущества и владельцем рекламной конструкции;

прекращение действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности и землях, находящихся в ведении муниципального образования и не обремененных правами третьих лиц;

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

если рекламная конструкция используется не в целях распространения рекламы.

Разрешение может быть признано недействительным в судебном порядке в случаях, предусмотренных законодательством.

5. Монтаж, приемка в эксплуатацию и демонтаж объектов наружной рекламы

5.1. Монтажные работы по установке объектов наружной рекламы выполняются в соответствии с рабочим проектом рекламной конструкции организациями, имеющими лицензии на проведение этих работ.

5.2. Рекламораспространитель обязан выполнить благоустройство территории, предоставленной под размещение объекта наружной рекламы, в соответствии с рабочим проектом, а также восстановить нарушенное благоустройство в течение 2 дней после установки объекта наружной рекламы.

5.3. По завершению работ по установке объекта наружной рекламы комиссией, определенной уполномоченным органом Администрации города, выдающим разрешения на установку рекламной конструкции, осуществляется приемка объекта в эксплуатацию и оформляется акт о приемке в эксплуатацию объекта наружной рекламы.

5.4. После оформления акта о приемке в эксплуатацию объекта наружной рекламы уполномоченный орган Администрации города регистрирует объект наружной рекламы в городском реестре объектов наружной рекламы.

5.5. Рекламораспространитель обязан демонтировать объект наружной рекламы:

в течение одного месяца – в случае аннулирования или признания недействительным разрешения на установку рекламной конструкции по основаниям, предусмотренным пунктом 4.14 настоящих Правил;

в течение 10 дней – в случае самовольной установки объекта наружной рекламы.

Демонтаж производится рекламораспространителем своими силами или силами сторонних организаций за счет собственных средств.

5.6. При невыполнении рекламораспространителем условий, изложенных в пункте 5.5 настоящих Правил, демонтаж объекта наружной рекламы осуществляет собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому такая конструкция была присоединена.

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.

5.7. Демонтаж объектов наружной рекламы, самовольно установленных на объектах муниципальной собственности, владельцы которых не установлены, обеспечивает уполномоченный орган Администрации города, выдающий разрешения на установку рекламных конструкций.

5.8. После демонтажа объекта наружной рекламы на территории, на которой располагался объект наружной рекламы, организация, осуществившая демонтаж, обязана восстановить нарушенное благоустройство.

5.9. Рекламораспространитель, незаконно разместивший объект наружной рекламы, несет ответственность в соответствии с действующим законодательством.

5.10. Если для производства строительных работ необходимо временно демонтировать рекламную конструкцию, организация, планирующая указанные работы, в целях своевременного извещения владельца рекламной конструкции обязана в срок не позднее 15 дней уведомить уполномоченный орган Администрации города о графике производства строительных работ.

6. Контроль за размещением и эксплуатацией объектов наружной рекламы. Ответственность за нарушение Правил

6.1. Орган Администрации города, уполномоченный в области архитектуры и градостроительства:

осуществляет контроль за размещением и эксплуатацией объектов наружной рекламы, направляет требования и выдает предписания о демонтаже объектов наружной рекламы или улучшении их внешнего вида;

выявляет административные правонарушения при размещении, эксплуатации и демонтаже объектов наружной рекламы и направляет материалы в компетентный орган или должностному лицу для привлечения нарушителей к административной ответственности;

принимает решение о демонтаже незаконно установленных объектов наружной рекламы.

6.2. Собственник имущества или лицо, уполномоченное собственником (собственниками):

участвует в приемке объектов наружной рекламы, размещенных на имуществе, при вводе в эксплуатацию;

осуществляет контроль за техническим состоянием и эксплуатацией объектов наружной рекламы, расположенных на его имуществе.

осуществляет демонтаж, хранение или в необходимых случаях уничтожение объектов наружной рекламы в установленном законодательством порядке.

6.3. Рекламораспространитель обязан выполнять все предписания органов, осуществляющих контроль за размещением средств наружной рекламы, в том числе по их демонтажу.

6.4. Нарушение настоящих Правил при размещении, эксплуатации и демонтаже объектов наружной рекламы влечет за собой наступление ответственности в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

7. Особенности распространения социальной рекламы

7.1. Распространение социальной рекламы на территории города осуществляется путем предоставления рекламораспространителями принадлежащих им объектов наружной рекламы для размещения информации, имеющей социальную направленность.

7.2. Рекламораспространители обязаны обеспечить размещение социальной рекламы в пределах 5 процентов годового объема (общей рекламной площади рекламных конструкций) распространяемой ими рекламы.

Приложение 1
к Правилам распростра-
нения наружной рекламы на
территории города Сургута

Положение

о порядке организации и проведения торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности и землях, находящихся в ведении муниципального образования и не обремененных правами третьих лиц

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение регламентирует порядок организации и проведения торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности и землях, находящихся в ведении муниципального образования и не обремененных правами третьих лиц (далее – торги).

1.2. Торги проводятся в целях:

улучшения благоустройства и внешнего облика города;
создания равных условий и возможностей для получения мест размещения объектов наружной рекламы на территории города;
оптимизации размещения объектов наружной рекламы, повышения уровня дизайнерских и конструкторских решений, степени надежности рекламных конструкций.

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

1.4. Предметом торгов является право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности и землях, находящихся в ведении муниципального образования и не обремененных правами третьих лиц, на определенном месте размещения объекта наружной рекламы (далее – рекламное место).

1.5. Торги проводятся в форме конкурса.

Организатор торгов разрабатывает конкурсную документацию, которая представляет собой комплект документов, содержащий информацию о предмете конкурса и конкурсных условиях (критериях определения победителя торгов). Конкурсная документация может содержать конкурсные условия по благоустройству территории и вариантам праздничного оформления прилегающей территории.

1.6. В торгах может участвовать любое заинтересованное юридическое или физическое лицо, удовлетворяющее требованиям к заявителям – участникам торгов.

1.7. Торги признаются несостоявшимися, если в них приняло участие менее двух участников.

2. Организатор торгов

2.1. Организатором торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности и землях, находящихся в ведении муниципального образования и не обремененных правами третьих лиц, выступает уполномоченный орган Администрации города.

2.2. Организатор торгов:

разрабатывает перечень рекламных мест, выставляемых на торги по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

разрабатывает конкурсную документацию;

определяет начальную цену предмета торгов в соответствии с методикой определения размера платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности и землях, находящихся в ведении муниципального образования и не обремененных правами третьих лиц, согласно приложению 2 к Правилам;

устанавливает критерии определения победителя торгов;

осуществляет материально-техническое обеспечение работы конкурсной комиссии;

организует составление и опубликование извещения о проведении торгов;

определяет дату, время и место проведения торгов;

принимает от претендентов заявки для участия в торгах;

дает разъяснения по конкурсной документации по запросам претендентов;

публикует информацию о результатах торгов;

осуществляет иные функции, возложенные на организатора торгов настоящим Положением.

3. Конкурсная комиссия

3.1. Для проведения торгов в соответствии с настоящим Положением, оценки предложений участников торгов и выявления победителей создается конкурсная комиссия.

3.2. Персональный состав конкурсной комиссии утверждается распоряжением Администрации города.

3.3. Конкурсная комиссия:

в назначенный день и час рассматривает и оценивает заявки участников торгов;

определяет победителя торгов на основании установленных критериев;

признает торги несостоявшимися, если подано менее 2 заявок;

направляет протокол конкурсной комиссии организатору торгов для заключения договора с победителем торгов;

осуществляет иные функции, возложенные на конкурсную комиссию настоящим Положением.

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

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

При равенстве голосов, голос председателя комиссии является решающим.

4. Извещение о проведении торгов

4.1. Извещение о проведении торгов должно быть опубликовано в официальных средствах массовой информации и на официальном интернет-сайте Администрации города.

4.2. Извещение в обязательном порядке должно содержать следующие сведения:

дата, время и место проведения торгов;

предмет торгов с указанием номера и местонахождения рекламного места;

начальная цена предмета торгов;

конкурсные условия;

порядок ознакомления претендентов с процедурой и условиями торгов;

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

размер, срок и порядок внесения задатка, реквизиты счета для его перечисления;

критерии определения победителя торгов;

срок заключения договора;

способ уведомления об итогах торгов;

контактные телефоны и местонахождение ответственного лица организатора торгов;

другая информация по решению организатора торгов.

4.3. Организатор торгов несет ответственность за достоверность публикуемой информации.

5. Претенденты и участники торгов

5.1. Участником торгов может стать любое юридическое или физическое лицо – претендент, предоставивший организатору торгов не позднее чем за 5 рабочих дней до даты проведения торгов, указанной в извещении, следующие документы:

заявку на участие в торгах (по форме, утвержденной организатором торгов);

копию учредительных документов и свидетельства о государственной регистрации (для юридического лица), копию свидетельства о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя (для физического лица);

документ, подтверждающий отсутствие задолженности по уплате налогов в местный бюджет;

доверенность на лицо, уполномоченное действовать от имени претендента;

платежный документ, подтверждающий внесение задатка в установленном размере.

Также предоставляется запечатанный конверт с конкурсными предложениями по цене предмета торгов и другим условиям конкурса. Предложение претендента на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции оформляется в печатном виде и подтверждается подписью и печатью претендента. Предложения по цене предмета торгов указываются как цифрами, так и прописью.

5.2. Задаток вносится в размере 10 процентов от начальной цены предмета торгов.

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

6. Подача и прием заявок

6.1. Лицо, желающее стать участником торгов, имеет право до подачи заявки ознакомиться с установленным порядком проведения торгов, утвержденным конкурсной документацией, организатор торгов обязан обеспечить ему возможность ознакомления с этими документами.

6.2. К заявке прилагается подписанная претендентом опись (в 2 экземплярах) предоставленных им документов, один экземпляр которой остается у претендента с отметкой работника организатора торгов о принятии документов.

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

6.4. При принятии заявки и прилагаемых к ней документов проверяется их комплектность и соответствие предъявляемым требованиям.

6.5. Один претендент имеет право подать только одну заявку на участие в торгах.

6.6. Претендент не допускается к участию в торгах в следующих случаях:

заявка подана по истечении срока приема заявок, указанного в извещении;

к заявке не приложены документы, предоставление которых требуется в соответствии с настоящим Положением.

6.7. Организатор торгов принимает меры по обеспечению сохранности предоставленных заявок и прилагаемых к ним документов, а также конфиденциальности сведений о лицах, подавших заявки, и содержании предоставленных документов.

6.8. По окончании срока приема заявок организатор торгов передает поступившие материалы в конкурсную комиссию.

7. Процедура проведения торгов

7.1. В назначенный день и час конкурсная комиссия на открытом заседании вскрывает запечатанные конверты с предложениями участников торгов.

7.2. Перед вскрытием конвертов конкурсная комиссия проверяет целостность указанных конвертов, что фиксируется в протоколе о результатах торгов.

7.3. При вскрытии конвертов и оглашении предложений могут присутствовать все участники торгов или их представители, имеющие надлежащим образом оформленную доверенность, а также представители средств массовой информации, с согласия конкурсной комиссии.

7.4. Конкурсная комиссия оценивает предложения участников торгов на основании критериев, определенных конкурсной документацией.

Конкурсная комиссия в процессе торгов вправе требовать от участников объяснений по представленным документам, запрашивать дополнительные сведения.

7.5. Цена предложения должна быть указана цифрами и прописью, при этом, если цифрой и прописью указаны разные цены, конкурсная комиссия принимает во внимание цену, указанную прописью.

7.6. Предложения, содержащие цену ниже начальной, не рассматриваются.

7.7. При проведении торгов победителем признается лицо, предложившее лучшие условия.

7.8. При равенстве предложений победителем признается тот участник, чья заявка была подана раньше.

В случае, если представленные предложения ни одного из участников не соответствуют условиям конкурсной документации, торги считаются состоявшимися, но имеющими отрицательный результат.

В этом случае победитель торгов не определяется и в установленном порядке назначаются повторные торги.

7.9. Результаты торгов оформляются протоколом конкурсной комиссии, который подписывается всеми присутствующими членами конкурсной комиссии, а также победителем торгов.

Член комиссии, не согласившийся с решением комиссии, имеет право приложить к протоколу свое особое мнение в письменной форме.

7.10. Протокол о результатах проведения торгов составляется в 2 экземплярах, имеющих одинаковую силу, один из которых после утверждения председателем конкурсной комиссии передается победителю торгов, а другой – организатору торгов.

7.11. В течение 5 рабочих дней со дня проведения торгов участникам, не ставшим победителями торгов, возвращаются внесенные задатки.

7.12. Победителю торгов задаток засчитывается в сумму оплаты по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

7.13. Задаток не подлежит возврату, если победитель торгов отказался от подписания протокола о результатах торгов или от заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

8. Подведение итогов торгов. Заключение договора

8.1. Протокол конкурсной комиссии после его утверждения председателем конкурсной комиссии направляется организатору торгов для заключения договора с победителем торгов.

8.2. Решение конкурсной комиссии считается недействительным, если оно принято неполномочным составом комиссии или в отсутствие необходимого кворума, установленного для принятия комиссией решений.

8.3. В случае признания торгов несостоявшимися, конкурсная комиссия принимает решение о повторном проведении торгов либо вносит Главе города предложение о возможности предоставления данного рекламного места конкретному заявителю.

8.4. После получения утвержденного председателем конкурсной комиссии протокола конкурсной комиссии организатор торгов в трехдневный срок направляет победителю торгов договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции для заключения в установленном порядке.

8.5. В случае, если победитель торгов откажется (уклонится) от подписания договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, по решению конкурсной комиссии победителем торгов может быть признан тот участник торгов, чье предложение по предмету торгов было признано лучшим после предложения победителя.

8.6. Для получения разрешения на установку рекламной конструкции победитель торгов в срок не позднее 45 дней после получения

утвержденного председателем конкурсной комиссии протокола конкурсной комиссии должен:

предоставить рабочий проект рекламной конструкции, согласованный в порядке, установленном пунктами 4.7, 4.8 настоящих Правил;

уплатить за выдачу разрешения на установку рекламной конструкции государственную пошлину в размерах и порядке, установленных законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

8.7. После получения разрешения на установку рекламной конструкции и заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции победитель торгов вправе приступить к монтажу объекта наружной рекламы.

8.8. Результаты торгов публикуются в официальных средствах массовой информации организатором торгов в недельный срок с момента их проведения.

9. Разрешение споров

9.1. Участники торгов, выразившие свое несогласие с решением или действиями организатора торгов или конкурсной комиссии, вправе обжаловать их в судебном порядке в соответствии с законодательством Российской Федерации.

9.2. Споры, связанные с признанием результатов торгов недействительными, а также с исполнением заключенных на торгах договоров, рассматриваются в судебном порядке в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Приложение 3
к Правилам распространения
наружной рекламы на
территории города Сургута

Типовой договор на установку и эксплуатацию рекламных (ой)
конструкций (и) на объектах муниципальной собственности и землях,
находящихся в ведении муниципального образования и не обремененных
правами третьих лиц

г. Сургут

«__» _____ 200__ г.

Администрация города Сургута, действующая от имени
муниципального образования городской округ город Сургут, именуемая в
дальнейшем «Администрация», в лице _____, действующего на
основании _____, с одной стороны, и _____, именуемое в
дальнейшем «Рекламораспространитель», в лице _____,
действующего на основании _____, с другой стороны, заключили договор
о нижеследующем:

1. Предмет договора

В соответствии с условиями настоящего договора Администрация
предоставляет Рекламораспространителю за плату места для установки и
эксплуатации объектов наружной рекламы на объектах муниципальной
собственности и землях, находящихся в ведении муниципального
образования и не обремененных правами третьих лиц, согласно перечню
объектов наружной рекламы (приложение 1 к настоящему договору) и в
соответствии с согласованной исходно-разрешительной и проектной
документацией.

2. Цена договора и расчеты сторон

2.1. Цена договора составляет _____ рублей ___ копеек без учета
НДС согласно расчету платы за установку и эксплуатацию рекламных (ой)
конструкций (и) (приложение 2 к настоящему договору). Налог на
добавленную стоимость в размере _____ (18 %) рублей ___ копеек
Рекламораспространитель перечисляет в соответствующий бюджет
самостоятельно, исполняя при этом обязанности налогового агента.

2.2. Оплата производится согласно графику платежей (приложение 3
к настоящему договору).

2.3. Оплата за установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) производится по следующим реквизитам:

В поле «назначение платежа»:

Оплата по договору № _____ от « ____ » _____ на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) за _____ квартал ____ года. Без налога на добавочную стоимость (далее – НДС).

2.4. Уплата НДС производится Рекламораспространителем по следующим реквизитам: _____.

2.5. Администрация вправе изменять размер оплаты по настоящему договору на основании местных нормативно-правовых актов, регулирующих установку и эксплуатацию объектов наружной рекламы на территории города Сургута.

2.6. Оплата производится с момента выдачи разрешения на установку рекламных (ой) конструкций (и).

2.7. В случае распространения Рекламораспространителем социальной рекламы по заявке Администрации, сумма по настоящему договору уменьшается на основании данных Администрации о фактическом размещении социальной рекламы. Перерасчет сумм производится Администрацией и учитывается в последнем платеже за календарный год.

3. Права рекламораспространителя

3.1. Рекламораспространитель имеет право:

3.1.1. Использовать рекламные (ое) места (о) в соответствии с целями и условиями их предоставления.

3.1.2. Подать заявку на продление срока действия настоящего договора при исполнении всех условий и обязательств настоящего договора не позднее одного месяца до истечения срока действия договора. В том случае, если заявка не будет подана в установленный срок, договор на новый срок считается не заключенным, а объекты наружной рекламы подлежат демонтажу по истечении срока действия настоящего договора.

4. Обязанности рекламораспространителя

4.1. Рекламораспространитель обязан:

4.1.1. Своевременно и в полном объеме вносить оплату в соответствии с пунктами 2.1, 2.2, 2.3, 2.4 и 2.6 настоящего договора.

4.1.2. Установить объекты наружной рекламы в соответствии с согласованной исходно-разрешительной и проектной документацией.

4.1.3. Восстановить нарушенное благоустройство в течение двух дней после завершения работ по размещению объектов наружной рекламы.

4.1.4. При производстве работ по размещению и обслуживанию объектов наружной рекламы не допускать повреждения (уничтожения)

зеленых насаждений, находящихся в непосредственной близости к объектам наружной рекламы.

4.1.5. Сдать рекламную конструкцию в эксплуатацию в порядке, установленном Правилами распространения наружной рекламы на территории города Сургута.

4.1.6. За свой счет содержать объекты наружной рекламы в надлежащем эстетическом и техническом состоянии: производить ежегодный ремонт, обновление внешнего вида рекламной конструкции (благоустройство прилегающей территории, сезонный ремонт основания конструкции, окраску и ремонт конструктивных элементов, ремонт и восстановление рекламного поля), соблюдать правила безопасности.

4.1.7. В случае возникновения необходимости в изменении местоположения, характеристик объекта наружной рекламы, указанных в ранее оформленной разрешительной документации, а также в согласованном рабочем проекте рекламной конструкции, предварительно переоформить разрешительную документацию, согласовать изменения, вносимые в рабочий проект.

4.1.8. Исполнять предписания органа местного самоуправления, уполномоченного в области архитектуры и градостроительства.

4.1.9. Осуществлять размещение социальной рекламы в пределах пяти процентов времени в течение каждого года срока действия договора.

4.1.10. Распространять наружную рекламу с соблюдением требований Федерального закона «О рекламе», других федеральных законов, нормативно-правовых актов органов государственной власти и органов местного самоуправления города Сургута, регламентирующих рекламную деятельность.

4.1.11. В случае передачи права собственности на объекты наружной рекламы третьим лицам, уведомить об этом Администрацию в течение 5 дней со дня передачи права собственности.

4.1.12. В течение 5 дней письменно известить Администрацию о перемене адреса, наименования, номера расчетного счета Рекламораспространителя.

4.1.13. По истечении срока действия договора или со дня его досрочного расторжения прекратить распространять рекламу на объектах наружной рекламы. В течение 15 дней по истечении срока действия договора или со дня его досрочного расторжения произвести за счет собственных средств демонтаж объектов наружной рекламы и устранить повреждения объектов муниципальной собственности, связанные с установкой и демонтажом рекламных конструкций, составить акт о восстановлении объекта муниципальной собственности и благоустройства.

4.1.14. Возместить Администрации расходы, которые она понесла в связи с демонтажом, предусмотренным пунктом 5.1.3 настоящего договора, хранением и уничтожением (в необходимых случаях) рекламных конструкций.

5. Права Администрации

5.1. Администрация имеет право:

5.1.1. Отказать в продлении договора на новый срок в части тех объектов наружной рекламы, в отношении которых аннулировано разрешение, а также в случае изменения градостроительной ситуации.

5.1.2. Направлять требования и выдавать предписания о демонтаже объектов наружной рекламы или приведении их в соответствие с установленными требованиями.

5.1.3. Демонтировать объекты наружной рекламы, при невыполнении Рекламораспространителем условий пункта 4.1.13 настоящего договора.

5.1.4. Подавать заявки на распространение социальной рекламы не позднее одного месяца до предполагаемого срока распространения.

5.1.5. Отказать в продлении договора в части тех объектов наружной рекламы, размещение которых становится невозможным в случае изменения Правил распространения наружной рекламы на территории города Сургута и технических регламентов.

6. Обязанности Администрации

6.1. Администрация обязана:

6.1.1. Предоставить места для установки объектов наружной рекламы в соответствии с приложением 1 к настоящему договору.

6.1.2. Осуществлять контроль за установкой и эксплуатацией объектов наружной рекламы.

7. Ответственность сторон

7.1. За неисполнение или ненадлежащее исполнение условий договора стороны несут ответственность в соответствии с действующим законодательством и настоящим договором.

7.2. В случае не внесения оплаты в установленный срок, Рекламораспространитель оплачивает пеню в размере 0,1% от просроченной суммы за каждый день просрочки платежа.

7.3. В случае нарушения Рекламораспространителем обязательств, предусмотренных пунктами 4.1.1 - 4.1.10 настоящего договора, Администрация направляет письменное предупреждение; при непринятии мер в течение 14 дней после получения письменного предупреждения Администрация направляет Рекламораспространителю письменное уведомление о прекращении действия настоящего договора. Договор считается прекращенным по истечении 14 дней с момента отправления уведомления Администрацией. При этом выплаченные по договору суммы не возвращаются, а задолженность взыскивается в установленном законом порядке.

8. Присоединение действия и досрочное расторжение договора

8.1. В случае возникновения необходимости проведения строительных работ в местах размещения объектов наружной рекламы, при условии, что объекты наружной рекламы не могут находиться в данных местах, Администрация обязана предупредить Рекламодателя о необходимости демонтажа объектов наружной рекламы и приостановлении действия договора не позднее 10 дней до начала работ. При этом действие договора приостанавливается на весь период строительных работ.

В случае, если строительные работы длятся более 30 дней, Рекламодатель имеет право отказаться от договора в части демонтированных объектов наружной рекламы. При этом Администрация обязана возратить сумму оплаты за весь оплаченный, но не использованный период времени по настоящему договору.

8.2. Досрочное расторжение договора по инициативе Администрации без возмещения убытков Рекламодателю производится в части тех объектов наружной рекламы, в отношении которых: аннулировано разрешение, в случае невозможности размещения объекта наружной рекламы на данном месте вследствие изменения градостроительной ситуации, а также в порядке, предусмотренном пунктом 7.3 настоящего договора. При этом расторжение договора в связи с нарушением условий пункта 4.1.1 настоящего договора производится при задержке оплаты по договору более чем на 10 банковских дней. Администрация возвращает Рекламодателю сумму оплаты за весь оплаченный, но не использованный период. Соответствующие изменения оформляются дополнительным соглашением к настоящему договору.

9. Рассмотрение споров

Все споры, возникающие в ходе исполнения настоящего договора, или в связи с ним, разрешаются путем переговоров или в судебном порядке.

9. Форс - мажор

При наступлении обстоятельств, вследствие которых любая из сторон не в состоянии полностью или частично исполнять обязательства по настоящему договору (форс-мажор: стихийные бедствия, введение чрезвычайного положения, ведение военных действий, забастовки, пожары, революции), стороны не несут ответственности в случае своевременного (не позднее 3 дней) извещения об этом другой стороны.

Несвоевременное уведомление о наступлении форс-мажорных обстоятельств лишает сторону права ссылаться на них. Наступление и срок действия форс-мажорных обстоятельств должны быть подтверждены справками соответствующих государственных органов.

11. Срок действия договора

Срок действия настоящего договора с «__» _____ 200_г.
по «__» _____ 200_г.

12. Прочие условия

12.1. Изменения и дополнения к настоящему договору оформляются дополнительными соглашениями и являются неотъемлемой частью настоящего договора.

12.2. Неотъемлемой частью настоящего договора являются следующие приложения:

перечень объектов наружной рекламы;

расчет платы за установку и эксплуатацию рекламных (ой)

конструкций (и);

график платежей.

12.3. Настоящий договор составлен на _____ страницах в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, по одному экземпляру для каждой из сторон.

13. Адреса и реквизиты сторон

Администрация:

Рекламораспространитель: