

МУНИЦИПАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ
ГОРОДСКОЙ ОКРУГ ГОРОД СУРГУТ

ДУМА ГОРОДА СУРГУТА
РЕШЕНИЕ

Принято на заседании Думы 27 ноября 2009 года
№ 651-IV ДГ

О протесте прокурора города Сургута на решение Думы города от 29.09.2006 № 74-IV ДГ «О Правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута»

Рассмотрев протест прокурора города Сургута от 12.10.2009 № 1/99 70-09 на решение Думы города от 29.09.2006 № 74-IV ДГ «О Правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута», в целях приведения указанного решения в соответствие с действующим законодательством Дума города РЕШИЛА:

1. Внести в решение Думы города от 29.09.2006 № 74-IV ДГ «О Правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута» изменения, изложив приложение к решению в новой редакции согласно приложению к настоящему решению.

2. Приложения 2, 3 к Правилам распространения наружной рекламы на территории города Сургута, утверждённым приложением к настоящему решению, вступают в силу с 01.01.2010.

3. Признать утратившими силу:

1) с момента официального опубликования настоящего решения: часть 5 решения Думы города от 29.09.2006 № 74-IV ДГ «О Правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута»;

пункты 1 – 11 части 1 решения Думы города от 30.05.2007 № 214-IV ДГ «О внесении изменений в Правила распространения наружной рекламы на территории города Сургута»;

части 1, 2 решения Думы города от 29.11.2007 № 303-IV ДГ «О внесении изменений в решение Думы города от 29.09.2009 № 74-IV ДГ

«О Правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута»;

2) с 01.01.2010:

пункты 12, 13 части 1, часть 2 решения Думы города от 30.05.2007 № 214-IV ДГ «О внесении изменений в Правила распространения наружной рекламы на территории города Сургута»;

части 3, 4 решения Думы города от 29.11.2007 № 303-IV ДГ «О внесении изменений в решение Думы города от 29.09.2009 № 74-IV ДГ «О Правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута»;

часть 1 решения Думы города от 27.12.2007 № 332-IV ДГ «Об утверждении методики определения размера платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление».

Глава города

А.Л. Сидоров

«05» декабря 2009 г.

Правила
распространения наружной рекламы на территории города Сургута

Статья 1. Общие положения

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.

2. Настоящие Правила регулируют порядок проектирования, выдачи разрешений и условия эксплуатации объектов наружной рекламы на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление.

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, в соответствии с Уставом муниципального образования городской округ город Сургут Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, Правилами организации благоустройства города Сургута, утверждёнными решением городской Думы от 02.12.2005 № 532-III ГД, Правилами создания, содержания и охраны зеленых насаждений в городе Сургуте, утверждёнными решением Думы города от 28.06.2007 № 236-IV ДГ.

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

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.

6. Объекты наружной рекламы не являются объектами недвижимости.

7. Основанием для размещения объектов наружной рекламы является разрешение на установку объекта наружной рекламы (далее – разрешение), выдаваемое уполномоченным органом Администрации города и договор на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление.

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

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

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

1. Размещение объектов наружной рекламы на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление допускается в соответствии с разработанной, согласованной и утверждённой документацией по планировке территории городского округа, проектами территориального размещения объектов наружной рекламы.

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.

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.

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

лицом, обладающим правом хозяйственного ведения, оперативного или доверительного управления имуществом, на котором планируется устанавливать объекты наружной рекламы;

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.

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

6. Размещение на территории города объектов наружной рекламы должно соответствовать Государственному стандарту РФ ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения».

7. Рабочие проекты на рекламные конструкции должны быть выполнены в соответствии с действующим законодательством, техническими регламентами, строительными нормами и правилами, настоящими Правилами.

8. Рабочий проект в обязательном порядке согласовывается с:
органом Администрации города, уполномоченным в области архитектуры и градостроительства;
лицом, обладающим правом хозяйственного ведения, оперативного или доверительного управления имуществом.

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

9. Рекламораспространитель вправе вносить дополнения и изменения в утверждённый рабочий проект рекламной конструкции по согласованию с лицами, установленными частью 8 настоящей статьи.

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

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

12. Все объекты наружной рекламы должны иметь маркировку, выполненную в соответствии с пунктом 5.10 ГОСТ Р 52044-2003.

13. Отдельно стоящие объекты наружной рекламы должны быть выполнены в соответствии с пунктом 6.12 ГОСТ Р 52044-2003. Они не должны создавать помехи для прохода пешеходов и механизированной уборки улиц и тротуаров, а также для содержания (ухода) зеленых насаждений.

14. 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».

15. Рекламораспространитель обязан:
за счёт собственных средств содержать объекты наружной рекламы в надлежащем техническом состоянии, обеспечивать уборку прилегающей территории в соответствии с Правилами организации благоустройства города

Сургута, утверждёнными решением городской Думы от 02.12.2005 № 532-III ГД;

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

16. Не допускается размещение объектов наружной рекламы или отдельных их частей, если такое размещение влечет повреждение (гибель) зеленых насаждений.

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

1. Объекты наружной рекламы подразделяются на следующие категории:

отдельно размещённые;

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

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

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 4,7 м; 3 x 6 м; 5x 12 м и более;

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

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

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 нём вывески (информационной таблички), подлежит согласованию с органом Администрации города, уполномоченным в области архитектуры и градостроительства;

2) **крышные установки** – объемные или плоскостные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше;

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;

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-х метров от уровня земли либо не менее 4,5 метра от проезжей части;

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 неосвещённые, изготовленные из жестких материалов и из материалов на мягкой основе.

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

6) **проекционные установки** – технические устройства, предназначенные для воспроизведения изображения на земле, плоскостях стен и в объёме. Конструкции проекционных установок состоят из проецирующего устройства и поверхности (экрана) или объёма, в котором формируется изображение в целях рекламы;

7) **электронные экраны (табло)** – объекты наружной рекламы и информации, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счёт светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов;

8) **маркизы** – объекты наружной рекламы, выполненные в виде козырьков и навесов с нанесённой на них рекламной информацией и размещённые над витринами, входами или проёмами зданий и сооружений. Маркизы состоят из элементов крепления к зданию, каркаса и информационного поля, выполненного на мягкой или жёсткой основе;

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.

Статья 4. Порядок оформления разрешительной документации

1. Выдача разрешений на установку рекламных конструкций осуществляется уполномоченным органом Администрации города. Разрешение выдается на каждую рекламную конструкцию на срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

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.

2. Размещение новых объектов наружной рекламы, устанавливаемых на основании проектов территориального размещения на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление, производится путем проведения торгов в соответствии с Положением о порядке организации и проведения торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление (приложение 1 к настоящим Правилам).

3. Для получения разрешения на установку рекламной конструкции победитель торгов в срок не позднее 45-ти дней после получения утверждённого председателем конкурсной комиссии протокола конкурсной комиссии должен:

предоставить рабочий проект рекламной конструкции, выполненный и согласованный в порядке, установленном настоящими Правилами;

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

4. Договор на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление заключается на срок 5 лет, за исключением договора на установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции, который может быть заключен на срок не более чем 12 месяцев. Разрешение на установку рекламных (ой) конструкций (и) вступает в силу с момента заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление.

Плата по договору определяется согласно методике, изложенной в приложении 2 к настоящим Правилам, либо по результатам торгов, проводимых согласно Положению о порядке организации и проведения торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление, и перечисляется в бюджет города.

Методика определения размера платы за установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление, применяется для расчёта начальной цены предмета торгов, а также для определения платы по договору в случае признания торгов несостоявшимися.

5. Уполномоченный орган Администрации города имеет право аннулировать разрешение на установку рекламной конструкции в случаях, предусмотренных Федеральным законом «О рекламе».

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

1. 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.

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

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-х дней после установки объекта наружной рекламы.

3. По окончании 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 приёмке в эксплуатацию объекта наружной рекламы.

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

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 Федеральным законом «О рекламе». Удалить информацию, размещённую на такой рекламной конструкции, в течение 3-х дней;

в случае самовольной установки объекта наружной рекламы.

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

6. При невыполнении рекламораспространителем обязанностей, установленных в части 5 настоящей статьи, организацию работ по удалению рекламной информации и демонтажу объекта наружной рекламы, установленного на объектах муниципальной собственности, обеспечивает уполномоченный орган Администрации города.

Владелец рекламной конструкции обязан возместить фактические расходы, понесённые в связи с демонтажем, хранением или уничтожением рекламной конструкции.

7. После демонтажа объекта наружной рекламы на территории, на которой располагался объект наружной рекламы, организация, осуществившая демонтаж, обязана восстановить нарушенное благоустройство. Демонтаж объекта наружной рекламы необходимо проводить вместе с его фундаментом.

8. Рекламораспространитель, незаконно разместивший объект наружной рекламы, несёт ответственность в соответствии с действующим законодательством.

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

Уполномоченный орган Администрации города предупреждает рекламораспространителя о необходимости демонтажа объектов наружной рекламы не позднее 10-ти дней до начала работ.

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

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.

2. Лицо, обладающее правом хозяйственного ведения, оперативного или доверительного управления имуществом:

участвует в приёмке объектов наружной рекламы, размещённых на имуществе, при вводе в эксплуатацию;

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

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

Статья 7. Особенности распространения социальной рекламы

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

2. Заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламораспространителя в пределах 5-ти процентов годового объёма распространяемой им рекламы (общей площади рекламных конструкций). Заключение такого договора осуществляется в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации и законодательством Российской Федерации о размещении муниципального заказа.

Приложение 1
к Правилам распространения
наружной рекламы на территории
города Сургута

Положение

о порядке организации и проведения торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление

Статья 1. Общие положения

1. Настоящее Положение регламентирует порядок организации и проведения торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление (далее – торги).

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 надёжности рекламных конструкций.

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

4. Торги проводятся по инициативе законного владельца муниципального недвижимого имущества, указанного в частях 5 – 7 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», либо собственника муниципального недвижимого имущества по согласованию с указанным владельцем.

5. Предметом торгов является право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление, на определённом месте размещения объекта наружной рекламы (далее – рекламное место).

6. 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.

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

8. Торги признаются несостоявшимися, если к участию в них допущен один участник.

Статья 2. Организатор торгов

1. Организатором торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и), на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление, выступает уполномоченный орган Администрации города.

2. Организатор торгов:

разрабатывает перечень рекламных мест, выставляемых на торги по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и);

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, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление, согласно приложению 2 к Правилам распространения наружной рекламы на территории города Сургута;

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;

даёт разъяснения по конкурсной документации по запросам претендентов;

публикует информацию о результатах торгов в официальном печатном издании города;

осуществляет иные функции, возложенные на организатора торгов настоящим Положением.

Статья 3. Конкурсная комиссия

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

2. Количественный и персональный состав конкурсной комиссии утверждается распоряжением Администрации города.

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-х заявок;

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

осуществляет иные функции, возложенные на конкурсную комиссию настоящим Положением.

4. Конкурсная комиссия вправе принимать решения, если на её заседании присутствует не менее 2/3 членов комиссии. Конкурсная комиссия принимает решения по вопросам, входящим в её компетенцию, большинством голосов от числа присутствующих членов комиссии. При равенстве голосов, голос председателя комиссии является решающим.

Статья 4. Извещение о проведении торгов

1. Извещение о проведении торгов должно быть опубликовано в официальном печатном издании города и на официальном интернет-сайте Администрации города.

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 приёма заявок и документов от претендентов;

размер, срок и порядок внесения задатка, реквизиты счёта 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.

3. Организатор торгов несёт ответственность за достоверность публикуемой информации.

Статья 5. Претенденты и участники торгов

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, утверждённой 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.

Конкурсное предложение по цене предмета торгов и другим условиям конкурса предоставляется в запечатанном конверте. Предложение претендента на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) оформляется в печатном виде и подтверждается подписью и печатью претендента. Предложения по цене предмета торгов указываются как цифрами, так и прописью.

2. Задаток вносится в размере 10-ти процентов от начальной цены предмета торгов.

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

Статья 6. Подача и прием заявок

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

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

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.

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

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

6. Претендент не допускается к участию в торгах в следующих случаях: заявка подана по истечении срока приёма заявок, указанного в извещении;

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

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.

8. По окончании срока приёма заявок организатор торгов передаёт поступившие материалы в конкурсную комиссию.

Статья 7. Процедура проведения торгов

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

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

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.

4. Конкурсная комиссия оценивает предложения участников торгов на основании критериев, определённых конкурсной документацией.

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

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.

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

7. При проведении торгов победителем признаётся лицо, предложившее лучшие условия.

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.

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.

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

11. В течение 5-ти рабочих дней со дня проведения торгов участникам, не ставшим победителями торгов, возвращаются внесённые задатки.

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

13. Задаток не подлежит возврату, если победитель торгов отказался от подписания протокола о результатах торгов или от заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и).

Статья 8. Подведение итогов торгов. Заключение договора

1. Протокол конкурсной комиссии после его утверждения председателем конкурсной комиссии направляется в течение 3-х рабочих дней организатору торгов для заключения договора с победителем торгов.

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

3. В случае признания торгов несостоявшимися договор на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) заключается с лицом, которое являлось единственным участником конкурса.

4. После получения утвержденного председателем конкурсной комиссии протокола конкурсной комиссии организатор торгов в 3-хдневный срок направляет победителю торгов договор на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) для заключения в установленном порядке.

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.

6. Результаты торгов публикуются в официальном печатном издании города организатором торгов в недельный срок с момента их проведения.

Статья 9. Разрешение споров

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

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

Приложение 2
к Правилам распространения
наружной рекламы на
территории города Сургута

Методика определения размера платы за установку и эксплуатацию
рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности,
в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или
доверительное управление

Размер платы (**Рп**) определяется по следующей формуле:

$R_p = (BC \times S \times \Pi \times K_{тр} \times K_{рк} \times K_1) + НДС$, где:

BC – базовая ставка;

S – площадь информационного поля рекламной конструкции (кв. м);

Π – период размещения рекламной конструкции (базовая ставка равна 1; при исчислении периода в месяцах, месяц равен 1/12 базовой ставки; при исчислении в днях, один день равен 1/365 базовой ставки);

K_{тр} – коэффициент, учитывающий территориальную привязку места размещения рекламной конструкции (таблица 1);

K_{рк} – коэффициент, учитывающий вид рекламной конструкции (таблица 2);

K₁ – понижающий коэффициент;

НДС – сумма налога на добавленную стоимость.

Таблица 1

Категория территориальной зоны для размещения объектов наружной рекламы	Значение коэффициента K _{тр}	Территориальные зоны города
I	1,25	Участок пр. Ленина – от ул. Профсоюзов до ул. 50 лет ВЛКСМ. Участок пр. Мира – от пр. Ленина до ул. Островского. Участок ул. Островского – от пр. Ленина до пр. Мира
II	1	Территориальные зоны в соответствии с Правилами землепользования и застройки на территории города, ограниченные Югорским трактом, ул. Крылова, Грибоедова, Югорской, Мелик-Карамова, Щепеткина, 30 лет Победы, пр.

		Пролетарским, Нефтеюганским шоссе и улицей Аэрофлотской. Участок ул. Аэрофлотской – от ул. Крылова до аэропорта. Участок Нефтеюганского шоссе – от Югорского тракта до западной границы города
Ш	0,75	Прочие территории

Таблица 2

№ п/п	Вид рекламной конструкции	Значение Крк
1.	Отдельно стоящие конструкции, щитовые установки большого и малого формата	1,25
2.	Электронные экраны (табло)	9,6
3.	Панель-кронштейны	2,98
4.	Настенные панно:	
	до 100 кв.м,	0,23
	до 200 кв.м,	0,24
	более 300 кв.м	0,21
5.	Транспарант-перетяжки	2,5
6.	Другие конструкции	1,24

При распространении наружной рекламы на пересечении улиц разных категорий в расчёт принимается высшая категория. Данное правило распространяется также на часть улицы до 100 м более низкой категории, с которой визуально воспринимается реклама с улицы по более высокой категории.

Понижающий коэффициент

K1 = 0,7 – понижающий коэффициент, стимулирующий внедрение более сложных и современных рекламных конструкций. Применяется на один год для каждого индивидуального проекта рекламной конструкции, отличного от уже существующих проектов (смонтированных или не смонтированных объектов наружной рекламы), и является принципиально новым дизайнерским, инженерным, технологическим и конструктивным решением.

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, в том числе переданных в хозяйственное
ведение, оперативное или доверительное управление

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, (_____

(наименование лица, осуществляющего хозяйственное ведение, оперативное или
доверительное управление объектами муниципальной собственности)

именуемый (ая) в дальнейшем «Уполномоченное лицо», 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»;

Статья 1. Предмет договора

В соответствии с условиями настоящего договора Администрация
(Уполномоченное лицо) предоставляет Рекламораспространителю за плату
право на установку и эксплуатацию объектов наружной рекламы на
объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в
хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление,
согласно перечню объектов наружной рекламы (приложение 1 к
настоящему договору) и в соответствии с согласованной разрешительной
и проектной документацией.

Статья 2. Цена договора и расчёты сторон

1. Цена договора составляет ____ рублей __ копеек, в том числе налог
на добавленную стоимость (__ %) _____ рублей _____ копеек (приложение 2 к
настоящему договору), в том числе плата за ____ год, включая НДС,
составляет _____ рублей __ копеек, за ____ год _____ рублей __ копеек.

2. Годовая плата по договору вносится Рекламораспространителем
равными долями в течение первых 3-х кварталов текущего года не позднее

25-го числа последнего месяца текущего квартала, а в 4-ом квартале – не позднее 1-го декабря текущего года.

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. В том числе налог на добавленную стоимость (далее – НДС) _____ рублей _____ копеек.

4. Администрация (Уполномоченное лицо) вправе изменять размер оплаты по настоящему договору на основании муниципальных правовых актов, регулирующих установку и эксплуатацию объектов наружной рекламы на территории города Сургута.

Изменение оплаты осуществляется путем подписания дополнительного соглашения и применяется с даты вступления в силу муниципальных правовых актов. Указанное дополнительное соглашение должно быть подписано Рекламодателем в течение 10-ти рабочих дней с момента получения проекта дополнительного соглашения от Администрации (Уполномоченного лица). Неподписание дополнительного соглашения в указанные сроки, а также отказ от подписания являются основанием для одностороннего отказа Администрации (Уполномоченного лица) от исполнения договора. При одностороннем отказе Администрации (Уполномоченного лица) от исполнения договора по указанным основаниям договор считается расторгнутым после истечения 10-тидневного срока, предоставляемого Рекламодателю для направления подписанного дополнительного соглашения.

Статья 3. Права Рекламодателя

Рекламодатель имеет право использовать рекламные (ое) места (о) в соответствии с целями и условиями их предоставления.

Статья 4. Обязанности Рекламодателя

Рекламодатель обязан:

1. Своевременно и в полном объеме вносить оплату в соответствии с пунктами 1, 2, 3 статьи 2 настоящего договора.

2. Установить объекты наружной рекламы в соответствии с согласованной разрешительной и проектной документацией.

3. Восстановить нарушенное благоустройство в течение 2-х дней после завершения работ по размещению объектов наружной рекламы, а в случае повреждения зелёных насаждений в зимний период, восстановить их после наступления весеннего периода.

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

насаждений, находящихся в непосредственной близости к объектам наружной рекламы.

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

6. За свой счёт 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.

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.

8. Исполнять предписания органа местного самоуправления, уполномоченного в области архитектуры и градостроительства, связанные с устранением нарушений обязательств по настоящему договору.

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

10. В течение 5-ти дней уведомлять Администрацию (Уполномоченное лицо) обо всех фактах возникновения у третьих лиц прав в отношении рекламной конструкции (сдача рекламной конструкции в аренду, внесение рекламной конструкции в качестве вклада по договору простого товарищества, заключение договора доверительного управления, иные факты).

11. В течение 5-ти дней письменно известить Администрацию (Уполномоченное лицо) о перемене адреса, наименования, номера расчётного счёта Рекламораспространителя.

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

Статья 5. Права Администрации (Уполномоченного лица)

Администрация (Уполномоченное лицо) имеет право:

1. Направлять требования и выдавать предписания о демонтаже объектов наружной рекламы или приведении их в соответствие с установленными требованиями.
2. Демонтировать объекты наружной рекламы при невыполнении Рекламораспространителем условий пункта 12 статьи 4 настоящего договора.

Статья 6. Обязанности Администрации (Уполномоченного органа)

Администрация (Уполномоченное лицо) обязана:

1. Предоставить места для установки объектов наружной рекламы в соответствии с приложением 1 к настоящему договору.
2. Осуществлять контроль за установкой и эксплуатацией объектов наружной рекламы.

Статья 7. Ответственность сторон

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

2. В случае невнесения оплаты в установленный срок Рекламораспространитель оплачивает пеню в размере 0,1 % от просроченной суммы за каждый день просрочки платежа. Администрация (Уполномоченное лицо) ежеквартально производит начисление пени за просрочку платежа и ежеквартально предъявляет её Рекламораспространителю.

3. В случае нарушения Рекламораспространителем обязательств, предусмотренных пунктами 1 – 9 статьи 4 настоящего договора, Администрация (Уполномоченное лицо) направляет письменное предупреждение. При неисполнении Рекламораспространителем указаний, содержащихся в предупреждении в течение 14-ти дней после получения письменного предупреждения, Администрация (Уполномоченное лицо) направляет Рекламораспространителю письменное уведомление об одностороннем отказе от исполнения договора.

Договор считается прекращённым с момента получения Рекламораспространителем уведомления Администрации (Уполномоченного лица).

При этом выплаченные по договору суммы не возвращаются, а задолженность взыскивается в установленном законом порядке.

Статья 8. Приостановление действия и досрочное расторжение договора

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 (Уполномоченное лицо) обязана предупредить Рекламораспространителя о необходимости демонтажа объектов наружной рекламы и приостановлении действия договора не позднее 10-ти дней до начала работ. При этом действие договора приостанавливается на весь период строительных работ.

В случае, если строительные работы длятся более 30-ти дней, Рекламораспространитель имеет право отказаться от договора в части демонтированных объектов наружной рекламы. При этом Администрация (Уполномоченное лицо) обязана вернуть сумму оплаты за весь оплаченный, но не использованный период времени по настоящему договору.

2. Отказ от исполнения договора Администрацией (Уполномоченным лицом) без возмещения убытков Рекламораспространителю 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. Отказ от исполнения договора Администрацией (Уполномоченным лицом) вследствие изменения градостроительной ситуации возможно по истечении 2-х месяцев с момента получения письменного уведомления о расторжении договора. Отказ от исполнения договора Администрацией (Уполномоченным лицом) в связи с нарушением условий пункта 1 статьи 4 настоящего договора производится при задержке оплаты по договору более чем на 10 банковских дней.

Администрация (Уполномоченное лицо) возвращает Рекламораспространителю сумму оплаты за весь оплаченный, но не использованный период. При отказе Администрации (Уполномоченного лица) от исполнения договора в одностороннем порядке договор считается расторгнутым с момента получения Рекламораспространителем соответствующего уведомления.

Статья 9. Рассмотрение споров

Все споры и разногласия, возникающие при заключении и исполнении настоящего договора, разрешаются путём переговоров, а при недостижении согласия – в суде. Срок рассмотрения претензий – 10 рабочих дней.

Статья 10. 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-х 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.

Статья 11. Срок действия договора

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

Статья 12. Прочие условия

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

2. Неотъемлемой частью настоящего договора являются следующие приложения:

перечень объектов наружной рекламы (приложение 1);

расчёт платы за установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) (приложение 2).

3. Настоящий договор составлен на ___ страницах в 2-х экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, по одному экземпляру для каждой из сторон.

Адреса и реквизиты сторон

Администрация (Уполномоченное лицо):

Рекламораспространитель:

Приложение 1
к типовому договору на
установку и эксплуатацию
рекламных (ой) конструкций (и)
на объектах муниципальной
собственности, в том числе
переданных в хозяйственное
ведение, оперативное или
доверительное управление

Перечень объектов наружной рекламы

№ п/п	Вид объекта наружной рекламы	№ разрешения	Адрес размещения	Площадь информационного поля (кв.м)
1.				
2.				
3.				
4.				

Администрация (Уполномоченное лицо)

Рекламораспространитель

Приложение 2

к типовому договору на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление

РАСЧЁТ

платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций
за _____
(указать период)

Расчёт платы определяется по формуле:

$R_{п} = (БС \times S \times П \times K_{тр} \times K_{рк} \times K1) + НДС$, где:

№ – номер объекта наружной рекламы в соответствии с приложением 1;

БС – базовая ставка (в рублях);

S – площадь информационного поля рекламной конструкции (в квадратных метрах);

П – период размещения рекламной конструкции (базовая ставка равна 1, при исчислении периода в месяцах, месяц равен 1/12 базовой ставки, при исчислении в днях, один день равен 1/365 базовой ставки);

K_{тр} – коэффициент, учитывающий территориальную привязку места размещения рекламной конструкции;

K_{рк} – коэффициент, учитывающий вид рекламной конструкции;

K1 – понижающий коэффициент;

НДС – сумма налога на добавленную стоимость.

№ п/п	БС (руб.)	S (кв.м)	П	K _{тр}	K _{рк}	K1	Всего без нало- га	Нало- говая став- ка	Сумма налога	Всего с учётом налога (R _п)
1.										
2.										
3.										
4.										
Итого (сумма плате- жа без НДС)										

Администрация (Уполномоченное лицо)

Рекламораспространитель