

Совет Министров
Республики Беларусь

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

№

г. Минск

О мерах по реализации Закона
Республики Беларусь от 4 января
2021 г. № 82-З «Об изменении
законов по вопросам рекламы»

На основании абзацев пятого – седьмого статьи 7, пункта 2 статьи 9¹, части третьей пункта 13 статьи 10, частей первой, второй и одиннадцатой пункта 1 и части четвертой пункта 2 статьи 13, пункта 3 статьи 24, части второй пункта 1 статьи 30 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе» и во исполнение абзаца второго статьи 5 Закона Республики Беларусь от 4 января 2021 г. № 82-З «Об изменении законов по вопросам рекламы» Совет Министров Республики Беларусь ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить:

Положение о порядке выдачи, продления действия, переоформления и прекращения действия разрешения на размещение средства наружной рекламы (прилагается);

Положение о порядке проведения торгов на право размещения средств рекламы на государственном недвижимом имуществе (прилагается).

2. Установить:

требования к размещению средств наружной рекламы в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, красных линий улиц, дорог или площадей населенных пунктов согласно приложению 1;

перечень средств наружной рекламы, размещение которых допускается без наличия разрешения на размещение средства наружной рекламы, согласно приложению 2.

3. Внести изменения в следующие постановления Совета Министров Республики Беларусь:

3.1. в Положении о Межведомственном совете по рекламе, утвержденном постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 25 марта 1998 г. № 460:

часть первую пункта 1 дополнить словами «, планируемой к размещению (распространению) на телевидении, радио, средствах наружной рекламы и (или) транспортных средствах, за исключением социальной рекламы, содержащей исключительно информацию о государственных праздниках, праздничных днях, памятных датах или мероприятиях республиканского или местного значения (далее – социальная реклама)»;

в пункте 2 слова «года «О рекламе» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2007 г., № 119, 2/1321)» заменить словами «г. № 225-3 «О рекламе»»;

3.2. в едином перечне административных процедур, осуществляемых государственными органами и иными организациями в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, утвержденном постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 17 февраля 2012 г. № 156:

в подпункте 9.11.1 пункта 9.11:

в графе «Перечень документов и (или) сведений, представляемых заинтересованными лицами в уполномоченный орган для осуществления административной процедуры»:

после абзаца третьего дополнить графу абзацем следующего содержания:

«копию протокола о результатах торгов на право размещения средства наружной рекламы на государственном недвижимом имуществе (далее – торги) – если разрешение на размещение средства наружной рекламы на государственном недвижимом имуществе выдается по результатам проведения торгов <2>»;

абзац четвертый изложить в следующей редакции:

«письмо или иной документ о согласии собственника места размещения средства наружной рекламы (далее – собственник) или уполномоченного лица на размещение средства наружной рекламы, выданные в течение последних шести месяцев, – если место размещения средства наружной рекламы находится в республиканской собственности и проведение торгов не требуется, или частной собственности, за исключением случая, когда собственник (уполномоченное лицо) и рекламодатель являются одним лицом. При размещении средства наружной рекламы на имуществе, находящемся в совместной собственности нескольких лиц, в случае, когда проведение торгов не требуется, – выданный в течение последних шести месяцев документ, подтверждающий согласие собственников на размещение средства

наружной рекламы в количестве, необходимом в соответствии с законодательством для принятия таких решений (копия протокола общего собрания, письменного опроса собственников или иной предусмотренный законодательством документ) <2>»;

абзац пятый изложить в следующей редакции:

«макет вывески рекламного характера или указателя на бумажном носителе в формате А4 или электронном носителе – если планируется размещение соответственно вывески рекламного характера или указателя»;

абзац седьмой изложить в следующей редакции:

«документ, подтверждающий внесение платы, взимаемой при осуществлении административной процедуры по выдаче разрешения <15>»;

графу «Срок осуществления административной процедуры» изложить в следующей редакции:

«15 рабочих дней, а в случае, если требуются разработка проекта привязки средства наружной рекламы к участку местности и (или) подключение к инженерным коммуникациям, – 30 рабочих дней»;

в графе «Срок действия справок или других документов, выдаваемых при осуществлении административной процедуры»:

абзац второй после слова «пилоны» дополнить словом «панели»;

после абзаца второго дополнить графу абзацем следующего содержания:

«на вывески рекламного характера – на срок до окончания расположения производственного объекта, торгового объекта, иного объекта обслуживания или осуществления рекламораспространителем деятельности по месту размещения вывески рекламного характера»;

в абзаце третьем слово «договором» заменить словами «местным исполнительным и распорядительным органом»;

в подпункте 9.11.2 пункта 9.11:

абзац третий изложить в следующей редакции:

«письмо или иной документ о согласии собственника места размещения средства наружной рекламы (далее – собственник) или уполномоченного лица на размещение средства наружной рекламы, выданные в течение последних шести месяцев, – если место размещения средства наружной рекламы находится в республиканской или частной собственности, за исключением случая, когда собственник (уполномоченное лицо) и рекламораспространитель являются одним лицом. При размещении средства наружной рекламы на имуществе, находящемся в совместной собственности нескольких лиц, – выданный в течение последних шести месяцев документ, подтверждающий согласие собственников на размещение средства наружной рекламы в количестве,

необходимом в соответствии с законодательством для принятия таких решений (копия протокола общего собрания, письменного опроса собственников или иной предусмотренный законодательством документ) <2>»;

абзац четвертый графы «Перечень документов и (или) сведений, представляемых заинтересованными лицами в уполномоченный орган для осуществления административной процедуры» изложить в следующей редакции:

«документ, подтверждающий внесение платы, взимаемой при осуществлении административной процедуры по продлению действия разрешения <15>»;

в графе «Срок осуществления административной процедуры» цифру «15» заменить цифрой «5»;

в графе «Срок действия справок или других документов, выдаваемых при осуществлении административной процедуры»:

абзац второй после слова «пилоны» дополнить словом «панели»;

в абзаце третьем слово «договором» заменить словами «местным исполнительным и распорядительным органом»;

в пункте 9.12:

в графе «Перечень документов и (или) сведений, представляемых заинтересованными лицами в уполномоченный орган для осуществления административной процедуры»:

в абзаце третьем слова «для случая переоформления» заменить словами «при переоформлении»;

после абзаца третьего дополнить графу абзацами следующего содержания:

«копия документа, подтверждающего переход права владения, пользования и распоряжения средством наружной рекламы к другому лицу в результате реорганизации рекламодателя в форме слияния, присоединения, выделения или разделения (копия передаточного акта при реорганизации рекламодателя в форме слияния или присоединения, копия разделительного баланса при реорганизации рекламодателя в форме разделения или выделения), – при переоформлении разрешения в связи с переходом такого права <2>;

эскиз средства наружной рекламы в увязке с конкретной архитектурно-планировочной ситуацией по месту его размещения, выполненный в цвете на бумажном носителе в формате А4 или электронном носителе, – при переоформлении разрешения в связи с модернизацией средства наружной рекламы, в результате которой изменяется вид и (или) в допустимых размерах площадь рекламного поля средства наружной рекламы»;

абзац четвертый изложить в следующей редакции:

«документ, подтверждающий внесение платы, взимаемой при осуществлении административной процедуры по переоформлению разрешения <15>»;

в графе «Срок осуществления административной процедуры» цифру «10» заменить цифрой «5»;

пункт 9.13 исключить;

графу «Наименование административной процедуры» пункта 11.2 изложить в следующей редакции:

«11.2. Согласование рекламы об учебе за пределами Республики Беларусь граждан Республики Беларусь, иностранных граждан, лиц без гражданства, постоянно проживающих в Республике Беларусь»;

пункт 16.11 исключить;

3.3. в постановлении Совета Министров Республики Беларусь от 9 июля 2013 г. № 603 «Об утверждении Положения о порядке производства и размещения (распространения) социальной рекламы, состава Межведомственного совета по рекламе и внесении изменений и дополнений в некоторые постановления Совета Министров Республики Беларусь по вопросам рекламы»:

в Положении о порядке производства и размещения (распространения) социальной рекламы, утвержденном этим постановлением:

в пункте 1:

в части первой слова «года «О рекламе» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2007 г., № 119, 2/1321)» заменить словами «г. № 225-3 «О рекламе»»;

часть вторую дополнить словами «, планируемой к размещению (распространению) на телевидении, радио, средствах наружной рекламы и (или) транспортных средствах, за исключением социальной рекламы, содержащей исключительно информацию о государственных праздниках, праздничных днях, памятных датах или мероприятиях республиканского или местного значения (далее – социальная теле- и радиореклама, социальная наружная реклама и (или) социальная реклама на транспортном средстве)»;

в части первой пункта 7:

в абзаце третьем слова «радиорекламы, социальной наружной рекламы и» заменить словами «социальной наружной рекламы и (или)», слова «ролик социальной радиорекламы, макет социальной наружной рекламы и» заменить словами «макет социальной наружной рекламы и (или)»;

в абзацах четвертом – шестом слово «телерекламы» заменить словами «теле- и радиорекламы»;

в пунктах 8, 10, 11 и 13 слово «рекламы» заменить словами «теле- и радиорекламы, социальной наружной рекламы и (или) социальной рекламы на транспортном средстве»;

пункт 9 изложить в следующей редакции:

«9. Решение Межведомственного совета об оценке качества социальной теле- и радиорекламы, социальной наружной рекламы и (или) социальной рекламы на транспортном средстве принимается в течение тридцати дней со дня представления материалов, указанных в части первой пункта 7 настоящего Положения.»;

в пункте 12:

часть первую дополнить словами «, за исключением случая, указанного в части третьей настоящего пункта»;

дополнить пункт частью третьей следующего содержания:

«Заявка не подается государственным органом рекламораспространителю в случае, если рекламораспространитель самостоятельно обратился в государственный орган с просьбой о предоставлении ему социальной рекламы для ее размещения (распространения).»;

включить в состав Межведомственного совета по рекламе, утвержденного этим постановлением, Сильвестровича Олега Константиновича – начальника главного управления по наркоконтролю и противодействию торговле людьми криминальной милиции Министерства внутренних дел, исключив из него А.В.Саладовникова.

4. Признать утратившими силу постановления Совета Министров Республики Беларусь согласно приложению 3.

5. Установить, что:

разрешения на размещение средств наружной рекламы, выданные до вступления в силу настоящего постановления, не подлежат переоформлению в связи со вступлением в силу настоящего постановления;

срок действия разрешений на размещение средств наружной рекламы, выданных до вступления в силу настоящего постановления, увеличенный в соответствии с настоящим постановлением, продлевается автоматически на соответствующий срок;

действие разрешений на размещение средств наружной рекламы, включенных в перечень средств наружной рекламы, размещение которых допускается без наличия разрешения, установленный в приложении 2 к настоящему постановлению, и договоров на размещение (распространение) наружной рекламы (далее – договор), заключенных между местными исполнительными и распорядительными органами, собственниками мест размещения средств наружной рекламы (уполномоченными лицами) и рекламораспространителями в связи с

выдачей таких разрешений, прекращается автоматически. Плата по таким договорам, зачисленная в бюджет соответствующей административно-территориальной единицы, рекламодателю не возвращается;

приведение условий договоров, заключенных между местными исполнительными и распорядительными органами, собственниками мест размещения средств наружной рекламы (уполномоченными лицами) и рекламодателями, в соответствии с требованиями настоящего постановления не требуется.

6. Министерству антимонопольного регулирования и торговли давать разъяснения по вопросам применения настоящего постановления.

7. Настоящее постановление вступает в силу с 8 июля 2021 г.

Премьер-министр
Республики Беларусь

ТРЕБОВАНИЯ
К РАЗМЕЩЕНИЮ СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ В
ПРЕДЕЛАХ ПРИДОРОЖНОЙ ПОЛОСЫ (КОНТРОЛИРУЕМОЙ ЗОНЫ)
АВТОМОБИЛЬНОЙ ДОРОГИ, КРАСНЫХ ЛИНИЙ УЛИЦ, ДОРОГ ИЛИ
ПЛОЩАДЕЙ НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТОВ

1. Средства наружной рекламы, размещаемые в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, красных линий улицы, дороги или площади населенного пункта, не должны:

иметь сходство по внешнему виду, звуковому эффекту с техническими средствами организации дорожного движения или специальными сигналами, а также создавать впечатление нахождения на автомобильной дороге, улице, дороге населенного пункта транспортного средства, пешехода, животного или иного объекта;

вызывать ослепление светом участников дорожного движения;

находиться в ненадлежащем эстетическом и техническом состоянии, в том числе содержать посторонние надписи и рисунки;

размещаться:

на разделительной полосе автомобильной дороги, улицы, дороги населенного пункта, за исключением случая размещения средства наружной рекламы на разделительной полосе автомобильной дороги, улицы, дороги населенного пункта по решению, поручению (разрешению) Президента Республики Беларусь, Совета Министров Республики Беларусь, решению местного исполнительного и распорядительного органа в целях обеспечения национальных интересов и (или) интересов соответствующей административно-территориальной единицы;

на дорожном знаке, его опоре, ином техническом средстве организации дорожного движения, за исключением указателя, размещаемого в увязке с информационно-указательным знаком на его опоре;

на опорах наружного освещения, за исключением указателя и иного средства наружной рекламы с площадью рекламного поля до 2,2 квадратных метра;

на расстоянии менее 25 метров от остановочного пункта транспорта общего пользования в пределах участка местности, образуемого от края проезжей части автомобильной дороги, улицы, дороги населенного пункта

до линии размещения данного остановочного пункта, за исключением указателя, размещаемого в увязке с информационно-указательным знаком на его опоре или опоре наружного освещения, и иного средства наружной рекламы, имеющего площадь рекламного поля до 2,2 квадратных метра, размещаемого на опоре наружного освещения;

путем нанесения надписей и (или) рисунков на тротуары, дорожное полотно автомобильных дорог, улиц, дорог или площадей населенных пунктов;

без информации о наименовании (фамилии и инициалах) и контактном номере телефона рекламораспространителя на средстве наружной рекламы.

2. Средства наружной рекламы, размещаемые в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, также не должны:

иметь яркость элементов изображения при внутреннем и внешнем освещении выше фотометрических характеристик дорожных знаков;

освещаться в темное время суток на участках дорог, где дорожные знаки не имеют искусственного освещения;

закрывать или ограничивать видимость дорожных знаков или иных технических средств организации дорожного движения по ходу движения транспортного средства на расстоянии 350 метров от них;

размещаться:

в полосе отвода автомобильной дороги, за исключением указателя, размещаемого в увязке с информационно-указательным знаком на его опоре или опоре наружного освещения, и иного средства наружной рекламы, размещаемого в месте организованной стоянки транспортных средств или имеющего площадь рекламного поля до 2,2 квадратных метра и размещаемого на опоре наружного освещения;

в зоне транспортных развязок, пересечений и примыканий автомобильных дорог, искусственных сооружений (мостов, путепроводов) ближе расчетного расстояния видимости от них;

в придорожной полосе (контролируемой зоне) автомобильных дорог с расстоянием видимости менее 350 метров;

на расстоянии менее 200 метров между средствами наружной рекламы, последовательно расположенными вдоль одной стороны автомобильной дороги, за исключением указателя, размещаемого в увязке с информационно-указательным знаком на его опоре или опоре наружного освещения, и иного средства наружной рекламы, имеющего площадь рекламного поля до 2,2 квадратных метра, размещаемого на опоре наружного освещения;

на расстоянии менее 15 метров от края проезжей части автомобильной дороги до ближайшего края отдельно стоящего средства

наружной рекламы при размещении такого средства наружной рекламы в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильных дорог I категории и менее 10 метров от края проезжей части автомобильной дороги до ближайшего края отдельно стоящего средства наружной рекламы при размещении такого средства наружной рекламы в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильных дорог прочих категорий. При этом ближайшее расстояние от края проезжей части автомобильной дороги до основания опоры средства наружной рекламы должно быть не менее высоты средства наружной рекламы плюс 5 метров.

3. Средства наружной рекламы, размещаемые в пределах красных линий улицы, дороги или площади населенного пункта, также не должны:

закрывать или ограничивать видимость дорожных знаков или иных технических средств организации дорожного движения по ходу движения транспортного средства на расстоянии не менее 150 метров от них;

размещаться:

в пределах треугольников видимости «транспорт – транспорт», «транспорт – пешеход»;

на перекрестке с круговым движением, за исключением случая размещения средства наружной рекламы с высотой опоры до нижнего края рекламного поля не менее 4,5 метров на центральном островке с радиусом не менее 20 метров на расстоянии не менее 4 метров от края проезжей части (бордюрного камня);

на расстоянии менее 1,5 метров от края проезжей части (бордюрного камня) улиц, дорог населенных пунктов до опоры средства наружной рекламы, имеющего площадь рекламного поля до 2,2 квадратных метра, или до ближайшего края иного отдельно стоящего средства наружной рекламы.

ПЕРЕЧЕНЬ
СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ, РАЗМЕЩЕНИЕ КОТОРЫХ
ДОПУСКАЕТСЯ БЕЗ НАЛИЧИЯ РАЗРЕШЕНИЯ НА РАЗМЕЩЕНИЕ
СРЕДСТВА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

1. Вывески.
2. Содержащие рекламу передвижные средства развозной, разносной торговли, зонты, навесы, тенты, роллеты, ограждения, используемые при организации работы летних (сезонных) кафе, иных нестационарных торговых объектов и нестационарных объектов обслуживания.
3. Содержащее рекламу и размещаемое снаружи оборудование производственных объектов, торговых объектов и иных объектов обслуживания, включая банкоматы.
4. Навесы над оконными проемами на зданиях (сооружениях), используемые для размещения (распространения) наружной рекламы о расположенных в этих зданиях (сооружениях) производственных объектах, торговых объектах, иных объектах обслуживания, их владельцах, производимых (реализуемых) в этих объектах товарах (работах, услугах) и (или) их производителях (продавцах, исполнителях).
5. Витрины производственных объектов, торговых объектов и иных объектов обслуживания, используемые для размещения образцов производимых и (или) реализуемых в этих объектах товаров (результатов работ, услуг) и (или) размещения (распространения) наружной рекламы об этих товарах (работах, услугах), за исключением витрин, используемых для размещения (распространения) наружной рекламы об игорных заведениях, азартных играх.
6. Плакатницы и иные выносные средства наружной рекламы с площадью рекламного поля до 1 квадратного метра, размещаемые за пределами придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильных дорог, красных линий улиц, дорог и площадей населенных пунктов на расстоянии не более 5 метров от зданий (сооружений), в которых осуществляет деятельность рекламораспространитель или реализуются рекламируемые товары (работы, услуги).
7. Средства наружной рекламы на территориях аэропортов и вокзалов, используемые для размещения (распространения) наружной рекламы об этих объектах, их владельцах, реализуемых в этих объектах товарах (работах, услугах) и (или) их продавцах (исполнителях), за

исключением средств наружной рекламы, размещаемых операторами наружной рекламы.

8. Средства наружной рекламы на огороженных территориях заводов и иных производственных объектов, используемые для размещения (распространения) наружной рекламы об этих объектах, их владельцах, производимых в этих объектах товарах (работах, услугах) и (или) их производителях (исполнителях), за исключением средств наружной рекламы, размещаемых операторами наружной рекламы.

9. Средства наружной рекламы на огороженных территориях рынков, используемые для размещения (распространения) наружной рекламы о реализуемых на этих рынках товарах и (или) их продавцах, за исключением средств наружной рекламы, размещаемых операторами наружной рекламы или имеющих площадь рекламного поля 18 квадратных метров и более.

10. Средства наружной рекламы на огороженных территориях открытых физкультурно-спортивных сооружений, за исключением средств наружной рекламы, размещаемых операторами наружной рекламы или на здании (сооружении) на высоте более 7 метров либо имеющих опору более 7 метров.

11. Средства наружной рекламы, размещаемые на зданиях (сооружениях) объектов придорожного сервиса, их территориях, используемые для размещения (распространения) наружной рекламы об этих объектах, реализуемых в них товарах (работах, услугах) и (или) их продавцах (исполнителях).

12. Средства наружной рекламы, используемые для размещения (распространения) наружной рекламы об организациях, ведущих лесное хозяйство, размещаемые на землях лесного фонда.

13. Средства наружной рекламы, используемые для размещения (распространения) наружной рекламы о культурных мероприятиях, размещаемые рекламораспространителями – организациями культуры на объектах культурной инфраструктуры или их территориях.

14. Средства наружной рекламы, размещаемые в границах территории, отведенной в установленном порядке под ярмарки, зоопарки, передвижные аттракционы, цирки, театры, проведение иных культурных, спортивных, спортивно-массовых или физкультурно-оздоровительных мероприятий, не позднее срока окончания работы этих объектов или проведения этих мероприятий, используемые для размещения (распространения) наружной рекламы об этих объектах или мероприятиях.

15. Средства наружной рекламы на автозаправочных станциях, содержащие информацию о цене топлива, наименовании (фамилии, собственном имени, отчестве (если таковое имеется) (далее – имя))

владельца автозаправочной станции, его логотипе и (или) средстве индивидуализации, используемом для обозначения реализуемых на автозаправочной станции товаров (работ, услуг).

16. Средства наружной рекламы, специально предназначенные и используемые для размещения (распространения) социальной рекламы.

17. Иные средства наружной рекламы с площадью рекламного поля до 0,5 квадратных метров, размещаемые за пределами придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильных дорог, красных линий улиц, дорог и площадей населенных пунктов.

Примечания:

1. Для целей настоящего приложения под наружной рекламой о производственных объектах, торговых объектах, иных объектах обслуживания понимается наружная реклама, содержащая информацию о наименовании этих объектов, их месте нахождения, режиме работы, логотипах и (или) другую (дополнительную) информацию об этих объектах, под наружной рекламой о производимых (реализуемых) товарах (работах, услугах) – наружная реклама, содержащая информацию о наименовании этих товаров (работ, услуг), их потребительских свойствах, цене, скидках на них, проведении иных рекламных мероприятий в отношении этих товаров (работ, услуг), средствах индивидуализации, используемых для обозначения этих товаров (работ, услуг), и (или) другую (дополнительную) информацию об этих товарах (работах, услугах), под наружной рекламой о владельцах производственных объектов, торговых объектов, иных объектов обслуживания, производителях (продавцах, исполнителях), организациях, ведущих лесное хозяйство, – наружная реклама, содержащая информацию о наименовании (имени) этих лиц, их месте нахождения (месте жительства, месте пребывания), логотипах, контактных данных и (или) другую (дополнительную) информацию об этих лицах.

2. К средствам наружной рекламы, указанным в настоящем приложении, не относятся средства наружной рекламы, размещаемые на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны.

ПЕРЕЧЕНЬ
УТРАТИВШИХ СИЛУ ПОСТАНОВЛЕНИЙ СОВЕТА МИНИСТРОВ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

1. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12 ноября 2007 г. № 1497 «О реализации Закона Республики Беларусь «О рекламе».

2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 11 декабря 2008 г. № 1913 «О внесении изменений и дополнений в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12 ноября 2007 г. № 1497».

3. Подпункт 1.1 пункта 1 постановления Совета Министров Республики Беларусь от 5 февраля 2010 г. № 161 «О внесении дополнений и изменений в некоторые постановления Совета Министров Республики Беларусь и признании утратившими силу некоторых постановлений и отдельных положений постановлений Совета Министров Республики Беларусь по вопросам государственной регистрации и ликвидации (прекращения деятельности) субъектов хозяйствования».

4. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 27 июля 2012 г. № 701 «О внесении изменений в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12 ноября 2007 г. № 1497».

5. Подпункт 1.3 пункта 1 постановления Совета Министров Республики Беларусь от 7 августа 2012 г. № 737 «О внесении изменений и дополнений в некоторые постановления Совета Министров Республики Беларусь».

6. Подпункт 2.2 пункта 2 постановления Совета Министров Республики Беларусь от 9 июля 2013 г. № 603 «Об утверждении Положения о порядке производства и размещения (распространения) социальной рекламы, состава Межведомственного совета по рекламе и внесении изменений и дополнений в некоторые постановления Совета Министров Республики Беларусь по вопросам рекламы».

7. Подпункт 1.1 пункта 1 постановления Совета Министров Республики Беларусь от 14 апреля 2014 г. № 350 «О внесении изменений в постановления Совета Министров Республики Беларусь от 12 ноября 2007 г. № 1497 и от 17 февраля 2012 г. № 156».

8. Подпункт 1.1 пункта 1 постановления Совета Министров Республики Беларусь от 23 сентября 2015 г. № 797 «О внесении

изменений и дополнения в некоторые постановления Совета Министров Республики Беларусь по вопросам рекламы».

9. Подпункт 1.24 пункта 1 постановления Совета Министров Республики Беларусь от 12 января 2017 г. № 22 «О внесении изменений и дополнений в некоторые постановления Совета Министров Республики Беларусь, признании утратившими силу отдельных постановления и структурного элемента постановления Совета Министров Республики Беларусь».

10. Подпункт 3.8 пункта 3 постановления Совета Министров Республики Беларусь от 13 января 2017 г. № 25 «О некоторых мерах по реализации Кодекса Республики Беларусь о культуре».

Положение о порядке выдачи, продления действия, переоформления и прекращения действия разрешения на размещение средства наружной рекламы

ГЛАВА 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Настоящим Положением определяется порядок выдачи, продления действия, переоформления и прекращения действия разрешения на размещение средства наружной рекламы (далее – разрешение).

Настоящим Положением не регулируются отношения, возникающие в процессе размещения средств, не являющихся средствами наружной рекламы, в том числе:

учрежденческих досок и иных средств доведения информации о наименовании государственного органа, государственной организации, подчиненной Правительству Республики Беларусь, государственного учреждения и (или) их подразделения, закрепляемых на внешних сторонах зданий (сооружений), вне зданий (сооружений);

информационных табличек;

афиш и иных средств доведения информации, обязанность по размещению (распространению) которой на таких средствах возложена на организации или граждан в соответствии с законодательством, закрепляемых на внешних сторонах зданий (сооружений), вне зданий (сооружений) или в подземных пешеходных переходах;

мебели, инвентаря, оборудования и иных средств, содержащих рекламу, размещаемых внутри здания (сооружения), обзор которых возможен снаружи этого здания (сооружения).

2. Для целей настоящего постановления применяются термины и их определения в значениях, установленных Законом Республики Беларусь «О рекламе», Законе Республики Беларусь от 28 октября 2008 г. № 433-З «Об основах административных процедур», а также следующие термины и их определения:

афиша – средство доведения информации о проведении культурно-зрелищного мероприятия, кинематографического мероприятия, фестиваля

или иного культурного мероприятия, имеющее площадь не более 1 квадратного метра;

вид средства наружной рекламы – совокупность средств наружной рекламы, объединенных общим названием по конструктивным, иным техническим особенностям, месту, способу размещения и (или) иным квалифицирующим характеристикам;

витрина – вид средства наружной рекламы, представляющий собой остекленную поверхность стены, оконного и (или) дверного проемов здания (сооружения);

вывеска – вид средства наружной рекламы, имеющий площадь рекламного поля не более 5,5 квадратных метров, используемый для размещения (распространения) информации на русском или белорусском языке о наименовании, месте нахождения организации или фамилии, собственном имени, отчестве (если таковое имеется) (далее – имя), месте жительства (месте пребывания) гражданина, производящих и (или) реализующих товары (работы, услуги), виде, типе и (или) наименовании производственного объекта, торгового объекта и (или) иного объекта обслуживания, режиме их работы, группе и (или) виде товаров (работ, услуг), товарном знаке и (или) знаке обслуживания, логотипе, номере контактного телефона, информации о доменном имени сайта в глобальной компьютерной сети Интернет (далее – сеть Интернет) и (или) иной информации, обязанность по размещению (распространению) которой на таком средстве возложена на организацию или гражданина законодательством, размещаемый на здании (сооружении), в котором осуществляют деятельность эти организация или гражданин либо располагаются эти производственный объект, торговый объект и (или) иной объект обслуживания;

вывеска рекламного характера – вид средства наружной рекламы, используемый для размещения (распространения) наружной рекламы об организации или гражданине, производственном объекте, торговом объекте и (или) ином объекте обслуживания, размещаемый на здании (сооружении), в котором осуществляют деятельность эти организация или гражданин либо располагаются эти производственный объект, торговый объект и (или) иной объект обслуживания, не выше уровня карниза или основания крыши, за исключением вывески;

городская среда (среда населенного пункта или иных территорий) – среда проживания и (или) деятельности населения в границах административно-территориальной единицы, включающая материальные объекты производственной, социальной, инженерной, транспортной инфраструктур, водные акватории, воздушное и подземное пространство и обладающая коммерческой ценностью для целей размещения (распространения) наружной рекламы и ее средств;

демонтаж средства наружной рекламы – прекращение размещения средства наружной рекламы, выражающееся в полном удалении специализированного средства наружной рекламы (всех его конструктивных частей) с места его размещения либо в полном удалении наружной рекламы с неспециализированного средства наружной рекламы;

информационная табличка – средство доведения информации о наименовании организации или имени гражданина, виде, типе и (или) наименовании производственного объекта, торгового объекта и (или) иного объекта обслуживания, режиме их работы, закрепляемое рядом с входом в здание (сооружение), в котором осуществляют деятельность эти организация или гражданин либо располагаются эти производственный объект, торговый объект и (или) иной объект обслуживания, имеющее площадь не более 0,3 квадратных метров, или на двери входа в такое здание (сооружение), имеющее площадь не более 0,5 квадратных метров;

категория территории (высшая, первая, вторая) – классификационный признак участка территории населенного пункта, отражающий коммерческую ценность участка территории для размещения на нем средств наружной рекламы, присваиваемый соответствующим местным исполнительным и распорядительным органом;

кронштейн – вид средства наружной рекламы, закрепляемый консольно на поверхности здания (сооружения), опоре или ограждении;

лайтпостер или световой короб (далее – лайтпостер) – вид средства наружной рекламы, имеющий одно или несколько рекламных полей с внутренней подсветкой;

место размещения средства наружной рекламы – земельный участок, или иное имущество, предоставляемое для размещения средства наружной рекламы (далее – имущество), а также воздушное пространство в случае размещения средства наружной рекламы, обладающего способностью к самостоятельному передвижению в воздухе;

модернизация средства наружной рекламы – совокупность работ по усовершенствованию средства наружной рекламы, за исключением средства наружной рекламы, размещаемого на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны, путем замены его конструктивных элементов более эффективными, приводящая к повышению технического уровня и экономических характеристик средства наружной рекламы, в результате которой площадь рекламного поля средства наружной рекламы не изменяется или изменяется не значительно (в пределах 10 процентов от изначальной площади рекламного поля средства наружной рекламы) и остается неизменной высота опоры средства наружной рекламы;

надкрышная рекламная конструкция – вид средства наружной рекламы, размещаемый на поверхности здания (сооружения) выше уровня карниза или на крыше здания (сооружения);

наземное панно – вид средства наружной рекламы, размещаемый на земельном участке вдоль его поверхности;

настенная рекламная конструкция – вид средства наружной рекламы, размещаемый на здании (сооружении) не выше уровня карниза или основания крыши либо на ограждении;

неспециализированное средство наружной рекламы – средство наружной рекламы, специально не предназначенное, но используемое для размещения (распространения) наружной рекламы (часть поверхности здания (сооружения), строительная сетка, остановочный пункт транспорта общего пользования, витрина, передвижное средство развозной, разносной торговли, зонт, навес, тент, роллет, ограждение, используемые при организации работы нестационарных торговых объектов и нестационарных объектов обслуживания, размещаемое снаружи оборудование производственных объектов, торговых объектов и иных объектов обслуживания, иное средство, имеющее самостоятельное функциональное назначение, на которое наружная реклама наносится с помощью краски, принта, пленочного покрытия или иным подобным способом без использования креплений или иных технических средств);

образец товара (результата работы, услуги) – товар (результат работы, услуги) в натуральном виде, его изображение либо макет, муляж или иная имитация товара (результата работы, услуги), идентичные по внешнему виду товару (результату работы, услуги);

объект обслуживания – капитальное строение (здание, сооружение) или его часть (части) либо временная конструкция, не являющаяся капитальным строением (зданием, сооружением) или его частью, оснащенные оборудованием, предназначенным для продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг);

объемно-пространственная рекламная конструкция – вид средства наружной рекламы, имеющий одно или несколько рекламных полей объемной формы, за исключением тумбы;

оператор наружной рекламы – рекламораспространитель, осуществляющий деятельность по предоставлению рекламных полей принадлежащих ему средств наружной рекламы для размещения (распространения) наружной рекламы третьих лиц;

панель – вид средства наружной рекламы, состоящий из нескольких одинаковых технических средств в количестве от 4 до 12 единиц включительно, последовательно размещаемых на расстоянии не более 40 метров друг от друга, имеющих одно или несколько рекламных полей,

площадь каждого из которых не может превышать 2,2 квадратных метра, содержащих одномоментно единую наружную рекламу;

паспорт средства наружной рекламы – документ установленной формы, содержащий информацию о средстве наружной рекламы;

пилон – вид средства наружной рекламы, размещаемый на земельном участке и имеющий одно или два рекламных поля плоской формы в размере каркаса данного средства, соединенных между собой;

плакатница или иная выносная рекламная конструкция – вид средства наружной рекламы, размещаемый на имуществе, но не имеющий прочной связи с ним;

плата, взимаемая при осуществлении административной процедуры по выдаче (продлению действия, переоформлению) разрешения, – плата за услуги (работы), оказываемые при осуществлении административной процедуры по выдаче (продлению действия, переоформлению) разрешения;

призматрон – вид средства наружной рекламы, имеющий одно или несколько рекламных полей, способных за счет действия призм обеспечивать автоматическую смену (ротацию) рекламы;

растяжка – вид средства наружной рекламы, имеющий одно или два рекламных поля, закрепленных между зданиями (сооружениями), опорами или ограждениями;

рекламное поле – поверхность средства наружной рекламы, которая может быть использована для нанесения (воспроизведения) наружной рекламы;

специализированное средство наружной рекламы – средство наружной рекламы, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы (вывеска, вывеска рекламного характера, кронштейн, лайтпостер, надкрышная рекламная конструкция, настенная рекламная конструкция, наземное панно, объемно-пространственная рекламная конструкция, панель, пилон, плакатница, иная выносная рекламная конструкция, призматрон, растяжка, тумба, указатель, флаговая рекламная конструкция, щит, экран, электронное табло, средство наружной рекламы, выполненное отдельными буквами, знаками и (или) иными изображениями, и др.);

технически сложное средство наружной рекламы – надкрышная рекламная конструкция, средство наружной рекламы на путепроводе (мосте), щит с площадью рекламного поля более 32 квадратных метра, щит с вращающимися рекламными полями, призматрон, лайтпостер с площадью рекламного поля более 2,16 квадратных метра, электронное табло, экран, иное средство наружной рекламы с площадью рекламного поля более 50 квадратных метров, а также иное средство наружной

рекламы, отнесенное к технически сложному средству наружной рекламы решением местного исполнительного и распорядительного органа;

треугольники видимости «транспорт – транспорт», «транспорт – пешеход» – зоны обеспечения видимости на пересечениях и примыканиях улиц, дорог населенных пунктов и пешеходных переходах, образуемые в форме треугольника, размеры которых определяются техническими нормативными правовыми актами;

тумба – вид средства наружной рекламы, имеющий одно или несколько рекламных полей объемной формы в размере каркаса данного вида средства наружной рекламы, соединенных между собой;

указатель – вид средства наружной рекламы, используемый для размещения (распространения) наружной рекламы, содержащей информацию о направлении движения к объекту рекламирования и (или) расстоянии до него, изготовленный в соответствии с требованиями к дорожным знакам, установленными в обязательных для соблюдения технических нормативных правовых актах;

уполномоченное лицо – лицо, за которым имущество закреплено на праве хозяйственного ведения или оперативного управления, либо которому имущество предоставлено в безвозмездное пользование и которое уполномочено ссудодателем на выдачу согласия на размещение средства наружной рекламы на таком имуществе, либо которому имущество предоставлено на праве аренды и которое уполномочено арендодателем на выдачу согласия на размещение средства наружной рекламы на таком имуществе, либо которому имущество передано в доверительное управление;

учрежденческая доска – средство доведения информации о наименовании государственного органа, государственной организации, подчиненной Правительству Республики Беларусь, государственного учреждения и (или) их подразделения, закрепляемое на здании (сооружении) рядом с входом или на двери входа в здание (сооружение), в котором осуществляют деятельность эти государственный орган, государственная организация, подчиненная Правительству Республики Беларусь и (или) их подразделения;

флаговая рекламная конструкция – вид средства наружной рекламы, имеющий одно или несколько рекламных полей в виде полотнищ, прикрепленных к флагштоку или флагштокам, в том числе отдельно стоящим на расстоянии не более 3 метров друг от друга в количестве не более 3 единиц, составляющим единую композицию;

щит – вид средства наружной рекламы, размещаемый на земельном участке и имеющий одно или несколько рекламных полей плоской формы;

экран – вид средства наружной рекламы, имеющий рекламное поле в виде экрана;

электронное табло – вид средства наружной рекламы, имеющий рекламное поле в виде электронного табло.

3. Размещение рекрекламораспространителем – организацией, индивидуальным предпринимателем, нотариусом, адвокатом либо гражданином, осуществляющим ремесленную деятельность или деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма (далее – рекламораспространитель), средства наружной рекламы допускается при наличии разрешения. Перечень средств наружной рекламы, размещение которых допускается без наличия разрешения (далее – перечень), установлен в приложении 2 к настоящему постановлению.

4. Разрешение выдается соответствующим Минским городским, городским (города областного подчинения) или районным исполнительным комитетом (далее – местный исполнительный и распорядительный орган).

Выдача, продление действия и переоформление разрешения осуществляются местным исполнительным и распорядительным органом по принципу «одно окно».

Местный исполнительный и распорядительный орган вправе своим решением делегировать полномочия, предусмотренные пунктами 7 – 9, 18, 19, 21 – 23, 27, 29, 32 – 34, 37, 39, 48 и частью второй пункта 50 настоящего Положения, а также полномочия по заключению от имени местного исполнительного и распорядительного органа договора, предусмотренного пунктом 13 настоящего Положения, и учету средств наружной рекламы подчиненной организации.

5. Местный исполнительный и распорядительный орган вправе установить своими решениями дополнительные виды средств наружной рекламы.

Если средство наружной рекламы подпадает под определения нескольких видов средств наружной рекламы, в том числе под определения вида средства наружной рекламы, размещение которого допускается при наличии разрешения, и вида средства наружной рекламы, включенного в перечень, установленный в приложении 2 к настоящему постановлению, средство наружной рекламы относится к виду средства наружной рекламы, включенного в перечень.

Если средство наружной рекламы подпадает под определения нескольких видов средств наружной рекламы, размещение которых допускается при наличии разрешения, средство наружной рекламы относится к виду средства наружной рекламы, за размещение которого взимается меньшая плата по договору, предусмотренному пунктом 13 настоящего Положения.

Если средство наружной рекламы не подпадает под определения видов средств наружной рекламы, предусмотренных настоящим Положением и решениями местного исполнительного и распорядительного органа, вид такого средства наружной рекламы определяется по усмотрению местного исполнительного и распорядительного органа. В этом случае в паспорте средства наружной рекламы в графе «Средство наружной рекламы» указываются слова «специализированное средство наружной рекламы» или «неспециализированное средство наружной рекламы» в зависимости от характеристик средства наружной рекламы, сопровождаемые указанием в скобках вида средства наружной рекламы, определяемого по усмотрению местного исполнительного и распорядительного органа.

На здании (сооружении) допускается размещение рекламораспространителем вывесок и вывесок рекламного характера в количестве, не превышающем количество общедоступных входов в здание (сооружение), обеспечивающих доступ к объектам и (или) лицам, обозначенных этими вывесками и вывесками рекламного характера.

ГЛАВА 2 ПОРЯДОК ВЫДАЧИ РАЗРЕШЕНИЯ

6. Для получения разрешения рекламораспространитель представляет в местный исполнительный и распорядительный орган заявление по форме согласно приложению 1 и иные документы, предусмотренные в подпункте 9.11.1 пункта 9.11 единого перечня административных процедур, осуществляемых государственными органами и иными организациями в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 17 февраля 2012 г. № 156 (далее – единый перечень).

В случае, если разрешение выдается по результатам проведения торгов на право на размещение средства наружной рекламы на государственном недвижимом имуществе (далее – торги), заявление подается рекламораспространителем, выигравшим торги (приравненным к нему лицом), не позднее 10 рабочих дней со дня утверждения протокола о результатах торгов.

7. Местный исполнительный и распорядительный орган осуществляет регистрацию заявления в порядке, установленном в статье 16 Закона Республики Беларусь «Об основах административных процедур».

8. Местный исполнительный и распорядительный орган принимает административное решение об отказе в принятии заявления в случаях и в

порядке, установленных в статье 17 Закона Республики Беларусь «Об основах административных процедур».

9. При отсутствии оснований для отказа в принятии заявления местный исполнительный и распорядительный орган принимает заявление и готовит его к рассмотрению.

Для этих целей местный исполнительный и распорядительный орган:

в случае, если размещение средства наружной рекламы требует разрытия грунта или выполнения иных земляных работ, в течение 3 рабочих дней со дня принятия заявления выдает рекламораспространителю задание на разработку проекта привязки средства наружной рекламы к участку местности (далее – проект привязки) в установленной местным исполнительным и распорядительным органом форме;

оформляет паспорт средства наружной рекламы в двух экземплярах по форме согласно приложению 4;

в случае размещения средства наружной рекламы в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, красных линий улицы, дороги или площади населенного пункта направляет паспорт средства наружной рекламы на согласование в соответствующее подразделение Государственной автомобильной инспекции Министерства внутренних дел;

в случае размещения средства наружной рекламы в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги направляет паспорт средства наружной рекламы на согласование владельцу автомобильной дороги, а в случае размещения средства наружной рекламы в месте пересечения республиканской и местной автомобильных дорог – владельцу республиканской автомобильной дороги (далее – владелец автомобильной дороги);

в случае размещения средства наружной рекламы на недвижимых материальных историко-культурных ценностях категории «0», «1», «2» или без категории, их территориях и в зонах их охраны направляет эскиз средства наружной рекламы на согласование в Министерство культуры;

передает паспорт средства наружной рекламы на согласование в орган управления архитектурной, градостроительной и строительной деятельностью местного исполнительного и распорядительного органа, в том числе в случае размещения средства наружной рекламы на недвижимых материальных историко-культурных ценностях категории «3», их территориях и в зонах их охраны;

оформляет договор, предусмотренный пунктом 13 настоящего Положения.

10. Рекламораспространитель в течение 10 рабочих дней со дня выдачи ему задания на разработку проекта привязки осуществляет разработку проекта привязки и предоставляет его в местный исполнительный и распорядительный орган.

Местный исполнительный и распорядительный орган в течение 10 рабочих дней со дня получения проекта привязки осуществляет его согласование с организациями, эксплуатирующими инженерные сети, расположенные в соответствии с проектом привязки в месте размещения средства наружной рекламы (далее – организации, эксплуатирующие инженерные сети), и его утверждение.

11. Соответствующее подразделение Государственной автомобильной инспекции Министерства внутренних дел, владелец автомобильной дороги, орган управления архитектурной, градостроительной и строительной деятельностью местного исполнительного и распорядительного органа в течение 3 рабочих дней со дня получения паспорта средства наружной рекламы согласовывают его либо направляют (передают) в местный исполнительный и распорядительный орган письменный мотивированный отказ в таком согласовании.

Соответствующее подразделение Государственной автомобильной инспекции Министерства внутренних дел, владелец автомобильной дороги, орган управления архитектурной, градостроительной и строительной деятельностью местного исполнительного и распорядительного органа производят согласование паспорта средства наружной рекламы путем внесения в соответствующую графу паспорта средства наружной рекламы грифа «СОГЛАСОВАНО», содержащего дату согласования и подпись уполномоченного должностного лица с указанием его фамилии и инициалов, заверенную печатью соответствующего государственного органа (организации, подразделения), либо проставления штампа, содержащего слово «СОГЛАСОВАНО», дату согласования и подпись уполномоченного должностного лица с указанием его фамилии и инициалов.

12. Министерство культуры в течение 5 рабочих дней со дня получения эскиза средства наружной рекламы согласовывает его или направляет в местный исполнительный и распорядительный орган письменный мотивированный отказ в таком согласовании.

Министерство культуры производит согласование эскиза средства наружной рекламы путем проставления грифа «СОГЛАСОВАНО», содержащего дату согласования и подпись уполномоченного должностного лица с указанием его фамилии и инициалов, заверенную печатью Министерства культуры, либо проставляет штамп, содержащий

слово «СОГЛАСОВАНО», дату согласования и подпись уполномоченного должностного лица с указанием его фамилии и инициалов.

Согласованный Министерством культуры эскиз средства наружной рекламы прилагается к паспорту средства наружной рекламы и является его неотъемлемой частью.

13. Местный исполнительный и распорядительный орган, собственник (уполномоченное лицо) и рекламодатель заключают договор на размещение средства наружной рекламы (далее – договор), в соответствии с которым местный исполнительный и распорядительный орган предоставляет рекламодателю право на использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях, а собственник (уполномоченное лицо) – имущество во временное пользование для размещения средства наружной рекламы.

По выбору рекламодателя вместо трехстороннего договора заключаются двусторонние договоры – между местным исполнительным и распорядительным органом и рекламодателем и между собственником (уполномоченным лицом) и рекламодателем. В этом случае рекламодатель предоставляет в местный исполнительный и распорядительный орган копию договора, заключенного между собственником (уполномоченным лицом) и рекламодателем, не позднее 3 рабочих дней до окончания срока осуществления административной процедуры по выдаче разрешения.

Двусторонний договор заключается также в случаях:

если местный исполнительный и распорядительный орган и собственник (уполномоченное лицо) являются одним лицом – согласно условиям такого договора местный исполнительный и распорядительный орган предоставляет рекламодателю право на использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях и имущество во временное пользование для размещения средства наружной рекламы;

если собственник (уполномоченное лицо) и рекламодатель являются одним лицом – согласно условиям такого договора местный исполнительный и распорядительный орган предоставляет рекламодателю право на использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях.

В случае размещения средства наружной рекламы на общем имуществе совместного домовладения заключать договор от имени собственников вправе организация собственников (организация

застройщиков, товарищество собственников) или уполномоченное лицо по управлению общим имуществом совместного домовладения, назначенное местным исполнительным и распорядительным органом, после получения согласия собственников в установленном законодательством порядке.

Договор заключается на срок действия разрешения.

Местный исполнительный и распорядительный орган вправе в одностороннем порядке отказаться от исполнения договора в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения рекламораспространителем условий договора, проинформировав рекламораспространителя об этом в течение 3 рабочих дней со дня отказа от исполнения договора. В этом случае договор считается расторгнутым.

В соответствии с договором определяется и взимается плата:

местным исполнительным и распорядительным органом – за предоставление права на использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях;

собственником (уполномоченным лицом) – за предоставление имущества во временное пользование для размещения средства наружной рекламы.

В случае, если местный исполнительный и распорядительный орган и собственник (уполномоченное лицо) являются одним лицом, местным исполнительным и распорядительным органом также взимается плата за предоставление имущества во временное пользование для размещения средства наружной рекламы.

Плата, взимаемая по договору местным исполнительным и распорядительным органом, зачисляется в бюджет соответствующей административно-территориальной единицы.

В соответствии с договором плата:

взимается со дня размещения средства наружной рекламы, если иное не предусмотрено договором;

не взимается при размещении (распространении) на средстве наружной рекламы социальной рекламы, а также рекламы мероприятия в сфере культуры, физической культуры и спорта, в число организаторов которого входят государственные органы.

Местные исполнительные и распорядительные органы, собственники (уполномоченные лица) при определении порядка расчета платы, взимаемой ими по договору, вправе предусмотреть применение понижающих и (или) повышающих коэффициентов и дополнительные случаи безвозмездного размещения средств наружной рекламы.

При отсутствии рекламы на средстве наружной рекламы, за исключением периода замены рекламы продолжительностью не более 24 часов, либо размещении наружной рекламы игорных заведений,

азартных игр и в иных случаях, определяемых собственником (уполномоченным лицом), плата взимается без применения понижающих коэффициентов.

14. Местный исполнительный и распорядительный орган принимает административное решение о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче в течение 15 рабочих дней со дня регистрации заявления, а в случае, если требуются разработка проекта привязки и (или) подключение к инженерным коммуникациям, – 30 рабочих дней со дня регистрации заявления.

15. Местный исполнительный и распорядительный орган принимает административное решение о выдаче разрешения путем утверждения паспорта средства наружной рекламы. Паспорт средства наружной рекламы утверждается путем нанесения на него грифа «УТВЕРЖДЕНО», содержащего дату утверждения и подпись уполномоченного должностного лица с указанием его фамилии и инициалов, заверенную печатью местного исполнительного и распорядительного органа (его подразделения), и указания срока действия разрешения.

16. Разрешение выдается на размещение:

технически сложного средства наружной, объемно-пространственной рекламной конструкции – на срок не менее пяти лет,

лайтпостеров с площадью рекламного поля до 2,16 квадратных метра включительно, щитов с площадью рекламного поля до 32 квадратных метра включительно, пилонов, панелей, иных средств наружной рекламы, закрепляемых на земельном участке, – на срок не менее трех лет,

вывесок рекламного характера – на срок до окончания расположения производственного объекта, торгового объекта, иного объекта обслуживания или осуществления рекламораспространителем деятельности по месту размещения вывески рекламного характера;

иных средств наружной рекламы – на срок, определяемый местным исполнительным и распорядительным органом.

17. Местный исполнительный и распорядительный орган принимает административное решение об отказе в выдаче разрешения в случаях и в порядке, установленных в статьях 25 и 26 Закона Республики Беларусь «Об основах административных процедур», а также в случаях, если:

заявление подано рекламораспространителем с нарушением срока, указанного в части второй пункта 6 настоящего Положения;

средство наружной рекламы включено в перечень, установленный в приложении 2 к настоящему постановлению;

средство наружной рекламы, исходя из описания его характеристик, не соответствует указанному в заявлении виду средства наружной рекламы;

средство наружной рекламы и (или) его размещение в заявленном месте не соответствуют:

требованиям, установленным в частях второй и третьей пункта 2 статьи 13 Закона Республики Беларусь «О рекламе»;

требованиям к размещению средств наружной рекламы в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, красных линий улиц, дорог или площадей населенных пунктов, установленным в приложении 1 к настоящему постановлению;

требованиям к размеру и (или) иным техническим характеристикам средств наружной рекламы, установленным в решении местного исполнительного и распорядительного органа, а также требованиям к размеру и (или) иным техническим характеристикам средств наружной рекламы, размещаемых на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны, установленным в решении местного исполнительного и распорядительного органа по согласованию с Министерством культуры;

иным требованиям актов законодательства;

местным исполнительным и распорядительным органом в качестве собственника отказано в выдаче согласия на размещение средства наружной рекламы на имуществе коммунальной собственности по основаниям, указанным в части второй настоящего пункта, в случае, когда торги не проводятся;

рекламораспространителем не выполнено или несвоевременно выполнено задание на разработку проекта привязки;

проект привязки не согласован организациями, эксплуатирующими инженерные сети;

соответствующим подразделением Государственной автомобильной инспекции Министерства внутренних дел, владельцем автомобильной дороги, органом управления архитектурной, градостроительной и строительной деятельностью местного исполнительного и распорядительного органа представлен письменный мотивированный отказ в согласовании паспорта средства наружной рекламы;

Министерством культуры представлен письменный мотивированный отказ в согласовании эскиза средства наружной рекламы;

не заключен договор;

рекламораспространителем в течение последних двух лет осуществлялось размещение средства наружной рекламы без разрешения, за исключением средства наружной рекламы, включенного в перечень, установленный в приложении 2 к настоящему постановлению;

выданное рекламораспространителю разрешение было аннулировано в течение последнего года по одному из оснований, указанных в абзацах третьем, седьмом и восьмом пункта 45 настоящего Положения.

Местный исполнительный и распорядительный орган отказывает в качестве собственника в выдаче согласия на размещение средства наружной рекламы на имуществе коммунальной собственности по следующим основаниям:

в месте размещения средства наружной рекламы планируется проведение работ по застройке, благоустройству территорий, строительству, реконструкции или ремонту зданий (сооружений), других элементов инфраструктуры;

планируется использование места размещения средства наружной рекламы в иных целях, не связанных с размещением средств наружной рекламы;

по мнению собственника, размещение средства наружной рекламы в заявленном месте может причинить вред или создать угрозу причинения вреда жизни, здоровью граждан и (или) имуществу, создать угрозу их безопасности либо привести к иным неблагоприятным последствиям, которые должны быть четко определены местным исполнительным и распорядительным органом.

В случае, если разрешение выдается по результатам проведения торгов, местный исполнительный и распорядительный орган вправе принять административное решение об отказе в выдаче разрешения в случаях и в порядке, установленных в статьях 25 и 26 Закона Республики Беларусь «Об основах административных процедур», а также в случаях, указанных в абзацах втором, пятом – девятом, одиннадцатом – пятнадцатом части первой настоящего пункта.

В случае принятия местным исполнительным и распорядительным органом административного решения об отказе в выдаче разрешения договор, заключенный на момент принятия такого решения, считается расторгнутым.

Отказ в выдаче разрешения может быть обжалован в вышестоящий государственный орган или суд.

18. Местный исполнительный и распорядительный орган уведомляет рекламодателя о принятом административном решении в соответствии со статьей 27 Закона Республики Беларусь «Об основах административных процедур».

19. Выдача рекламодателю дубликата разрешения осуществляется местным исполнительным и распорядительным органом в соответствии с пунктом 2 статьи 28¹ Закона Республики Беларусь «Об основах административных процедур».

ГЛАВА 3

ПОРЯДОК ПРОДЛЕНИЯ ДЕЙСТВИЯ РАЗРЕШЕНИЯ

20. Для продления действия разрешения рекламораспространитель не ранее чем за один месяц и не позднее чем за 5 рабочих дней до окончания срока действия разрешения представляет в местный исполнительный и распорядительный орган заявление по форме согласно приложению 2 и иные документы, предусмотренные в подпункте 9.11.2 пункта 9.11 единого перечня.

Действие разрешения продлевается не более двух раз.

Действие разрешения не продлевается в случае размещения средства наружной рекламы на недвижимых материальных историко-культурных ценностях категории «0», «1», «2» или без категории, их территориях и в зонах их охраны.

21. Местный исполнительный и распорядительный орган осуществляет регистрацию заявления в порядке, установленном в статье 16 Закона Республики Беларусь «Об основах административных процедур».

22. Местный исполнительный и распорядительный орган принимает административное решение об отказе в принятии заявления в случаях и в порядке, установленных в статье 17 Закона Республики Беларусь «Об основах административных процедур», а также в случае, если заявление подано с нарушением срока, указанного в части первой пункта 20 настоящего Положения.

23. При отсутствии оснований для отказа в принятии заявления местный исполнительный и распорядительный орган принимает заявление и готовит его к рассмотрению.

24. Местный исполнительный и распорядительный орган принимает административное решение о продлении действия разрешения или об отказе в таком продлении в течение 5 рабочих дней со дня регистрации заявления.

25. Местный исполнительный и распорядительный орган принимает административное решение о продлении действия разрешения путем указания в разрешении нового срока его действия, заверенного печатью местного исполнительного и распорядительного органа (его уполномоченного подразделения).

26. Действие разрешения продлевается на сроки, указанные в пункте 16 настоящего Положения.

27. Местный исполнительный и распорядительный орган продлевает срок действия договора на срок действия разрешения.

28. Местный исполнительный и распорядительный орган принимает административное решение об отказе в продлении действия разрешения в случаях и в порядке, установленных в статьях 25 и 26 Закона Республики Беларусь «Об основах административных процедур», а также в случаях, если:

действие разрешения продлевалось дважды;
средство наружной рекламы размещается на недвижимых материальных историко-культурных ценностях категории «0», «1», «2» или без категории, их территориях и в зонах их охраны;

средство наружной рекламы размещается с нарушением: требований, установленным в частях первой – третьей пункта 2 статьи 13 Закона Республики Беларусь «О рекламе»;

требований к размещению средств наружной рекламы в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, красных линий улиц, дорог или площадей населенных пунктов, установленных в приложении 1 к настоящему постановлению;

требований к размеру и (или) иным техническим характеристикам средств наружной рекламы, установленным в решении местного исполнительного и распорядительного органа;

иных требований актов законодательства; органом управления архитектурной, градостроительной и строительной деятельностью местного исполнительного и распорядительного органа подготовлено заключение об оказании неблагоприятного воздействия дальнейшего размещения средства наружной рекламы на состояние недвижимых материальных историко-культурных ценностей категории «3», их территорий и зон их охраны;

местным исполнительным и распорядительным органом в качестве собственника отказано в выдаче согласия на дальнейшее размещение средства наружной рекламы на имуществе коммунальной собственности по основаниям, указанным в части второй пункта 17 настоящего Положения;

средство наружной рекламы размещается с отступлением от обозначенного в проекте привязки места размещения средства наружной рекламы, за исключением случая, указанного в части второй настоящего пункта;

рекламораспространителем неоднократно (два и более раз) в течение года допущено неисполнение или ненадлежащее исполнение предписаний об устранении выявленных нарушений законодательства о рекламе, вынесенных местным исполнительным и распорядительным органом или иным уполномоченным государственным органом, уведомившим об этом местный исполнительный и распорядительный орган;

рекламораспространителем в течение года допущено ненадлежащее исполнение условий договора.

В случае, если при установке средства наружной рекламы в обозначенном в проекте привязки месте обнаружены инженерные сети, не указанные в проекте привязки, либо их расположение отличается от

указанного в нем, рекламодатель вправе без согласования проекта привязки разместить средство наружной рекламы на доступном участке местности в радиусе 10 метров от обозначенного в проекте привязки места при условии обеспечения безопасности размещения средства наружной рекламы для жизни, здоровья граждан, имущества организаций и граждан, а также уведомления рекламодателем не позднее одного месяца со дня установки средства наружной рекламы местного исполнительного и распорядительного органа о фактическом местоположении средства наружной рекламы, причинах отступления от обозначенного в проекте привязки места с приложением к уведомлению копии исполнительной геодезической съемки фактического местоположения средства наружной рекламы. Данное требование не распространяется на случаи размещения средства наружной рекламы на территориях недвижимых материальных историко-культурных ценностей и в зонах их охраны.

Отказ в продлении действия разрешения может быть обжалован в вышестоящий государственный орган или суд.

29. Местный исполнительный и распорядительный орган уведомляет рекламодателя о принятом административном решении в соответствии со статьей 27 Закона Республики Беларусь «Об основах административных процедур».

ГЛАВА 4 ПОРЯДОК ПЕРЕОФОРМЛЕНИЯ РАЗРЕШЕНИЯ

30. Для переоформления разрешения рекламодатель (по основаниям, указанным в абзацах третьем и четвертом части первой пункта 31 настоящего Положения, – рекламодатель, которому передано права собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления на средство наружной рекламы либо к которому перешло право владения, пользования и распоряжения средством наружной рекламы в результате реорганизации рекламодателя) представляет в местный исполнительный и распорядительный орган заявление по форме согласно приложению 3 и иные документы, предусмотренные в пункте 9.12 единого перечня.

Заявление представляется:

не позднее одного месяца со дня наступления основания, указанного в абзацах третьем и четвертом части первой пункта 31 настоящего Положения;

не позднее чем за 5 рабочих дней до дня наступления основания, указанного в абзаце пятом части первой пункта 31 настоящего Положения.

31. Основаниями для переоформления разрешения являются:

изменение формы разрешения (паспорта средства наружной рекламы) в связи с изменением законодательства, если иное не предусмотрено законодательством;

передача рекламораспространителю права собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления на средство наружной рекламы;

реорганизация рекламораспространителя в форме слияния, присоединения, выделения или разделения, в результате которой к рекламораспространителю переходит право владения, пользования и распоряжения средством наружной рекламы;

модернизация средства наружной рекламы, в результате которой изменяется вид и (или) в допустимых размерах площадь рекламного поля средства наружной рекламы.

Переоформление не осуществляется в случаях изменения наименования или имени рекламораспространителя, в том числе в результате реорганизации в форме преобразования, места нахождения или места жительства (места пребывания) рекламораспространителя, модернизации средства наружной рекламы, не влекущей изменение вида и (или) площади рекламного поля средства наружной рекламы. В этих случаях рекламораспространитель не позднее одного месяца со дня наступления таких случаев письменно уведомляет об этом местный исполнительный и распорядительный орган, который прилагает данное уведомление к ранее выданному разрешению.

32. Местный исполнительный и распорядительный орган осуществляет регистрацию заявления в порядке, установленном в статье 16 Закона Республики Беларусь «Об основах административных процедур».

33. Местный исполнительный и распорядительный орган принимает административное решение об отказе в принятии заявления в случаях и в порядке, установленных в статье 17 Закона Республики Беларусь «Об основах административных процедур», а также в случае указания в заявлении основания для переоформления разрешения, не предусмотренного частью первой пункта 31 настоящего Положения.

34. При отсутствии оснований для отказа в принятии заявления местный исполнительный и распорядительный орган принимает заявление и готовит его к рассмотрению.

35. Местный исполнительный и распорядительный орган принимает административное решение о переоформлении разрешения или об отказе в таком переоформлении в течение 5 рабочих дней со дня регистрации заявления.

36. Местный исполнительный и распорядительный орган принимает административное решение о переоформлении разрешения путем перенесения необходимых данных из ранее выданного разрешения в новый паспорт средства наружной рекламы, нанесения на этот паспорт штампа, содержащего слово «ПЕРЕОФОРМЛЕН», и утверждения его путем нанесения на него грифа «УТВЕРЖДЕНО», содержащего дату утверждения и подпись уполномоченного должностного лица с указанием его фамилии и инициалов, заверенную печатью местного исполнительного и распорядительного органа (его подразделения), и указания срока действия разрешения, соответствующего сроку, указанному в ранее выданном разрешении.

Перенесение согласований из ранее выданного разрешения в новый паспорт средства наружной рекламы осуществляется местным исполнительным и распорядительным органом путем проставления в графах, содержащих наименования государственных органов (организаций, подразделений), осуществляющих согласование, штампа, содержащего слово «СОГЛАСОВАНО», дату перенесения согласований и подпись уполномоченного должностного лица с указанием его фамилии и инициалов.

37. Местный исполнительный и распорядительный орган вносит соответствующие изменения в договор, в том числе при необходимости в порядок расчета платы, взимаемой по договору.

38. Местный исполнительный и распорядительный орган принимает административное решение об отказе в переоформлении разрешения в случаях и в порядке, установленных в статьях 25 и 26 Закона Республики Беларусь «Об основах административных процедур», а также в случаях, если:

заявление подано рекламодателем с нарушением сроков, указанных в части второй пункта 30 настоящего Положения;

представленные рекламодателем документы не подтверждают наличие основания для переоформления разрешения;

запланированная модернизация средства наружной рекламы не соответствует ее определению, предусмотренному абзацем четырнадцатым пункта 2 настоящего Положения;

по результатам модернизации средство наружной рекламы не будет отвечать требованиям, установленным в частях первой – третьей пункта 2 статьи 13 Закона Республики Беларусь «О рекламе», требованиям к размеру и (или) иным техническим характеристикам средств наружной рекламы, установленным в решении местного исполнительного и распорядительного органа, или иным требованиям актов законодательства;

Отказ в продлении действия разрешения может быть обжалован в вышестоящий государственный орган или суд.

39. Местный исполнительный и распорядительный орган уведомляет рекламораспространителя о принятом административном решении в соответствии со статьей 27 Закона Республики Беларусь «Об основах административных процедур».

ГЛАВА 5

ПЛАТА, ВЗИМАЕМАЯ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ АДМИНИСТРАТИВНОЙ ПРОЦЕДУРЫ ПО ВЫДАЧЕ (ПРОДЛЕНИЮ ДЕЙСТВИЯ, ПЕРЕОФОРМЛЕНИЮ) РАЗРЕШЕНИЯ

40. Размер платы, взимаемой при осуществлении административной процедуры по выдаче (продлению действия, переоформлению) разрешения (далее – плата за услуги), не может превышать экономически обоснованных затрат, связанных с осуществлением этой административной процедуры.

41. Плата за услуги вносится рекламораспространителем на счет местного исполнительного и распорядительного органа.

В случае делегирования местным исполнительным и распорядительным органом полномочий, предусмотренных частью третьей пункта 4 настоящего Положения, подчиненной организации, плата вносится рекламораспространителем на счет подчиненной организации:

в полном объеме – в случае делегирования полномочий, предусмотренных частью третьей пункта 4 настоящего Положения, подчиненной организации, в полном объеме;

в части экономически обоснованных затрат, связанных с осуществлением подчиненной организацией отдельных полномочий, предусмотренных частью третьей пункта 4 настоящего Положения, – в случае делегирования отдельных полномочий, предусмотренных пунктом 9 настоящего Положения, подчиненной организации. В оставшейся части плата за услуги вносится на счет местного исполнительного и распорядительного органа.

42. Информация о размере платы за услуги, в том числе размере платы за услуги, вносимой рекламораспространителем на счет местного исполнительного и распорядительного органа, и платы за услуги, вносимой рекламораспространителем на счет подчиненной организации, размещается по месту нахождения местного исполнительного и распорядительного органа и подчиненной организации в доступном для обозрения месте (на информационных стендах, табло и (или) иным

способом), а также на официальных сайтах местного исполнительного и распорядительного органа и подчиненной организации в сети Интернет.

43. Плата за услуги подлежит возврату рекламодателю в случаях:

отзыва рекламодателем заявления в течение 3 рабочих дней со дня регистрации такого заявления;

принятия административного решения об отказе в принятии заявления.

Плата за услуги не взимается в случае, указанном в пункте 46 настоящего Положения.

ГЛАВА 6 ПОРЯДОК ПРЕКРАЩЕНИЯ ДЕЙСТВИЯ РАЗРЕШЕНИЯ

44. Действие разрешения прекращается в случаях:

истечения срока действия разрешения – со дня, следующего за днем истечения срока;

демонтажа средства наружной рекламы, произведенного по инициативе рекламодателя до окончания срока действия разрешения, – со дня составления местным исполнительным и распорядительным органом акта о прекращении действия разрешения;

ликвидации (прекращения деятельности), смерти рекламодателя – со дня составления местным исполнительным и распорядительным органом акта о прекращении действия разрешения;

аннулирования разрешения местным исполнительным и распорядительным органом – со дня составления местным исполнительным и распорядительным органом акта о прекращении действия разрешения.

45. Основаниями для аннулирования разрешения местным исполнительным и распорядительным органом являются:

выявление факта выдачи разрешения на основании представленных рекламодателем документов и (или) сведений, не соответствующих требованиям законодательства, в том числе подложных, поддельных или недействительных документов;

неоднократное (два и более раза) в течение года неисполнение или ненадлежащее исполнение рекламодателем предписаний об устранении выявленных нарушений законодательства о рекламе, вынесенных местным исполнительным и распорядительным органом или иным уполномоченным государственным органом, уведомившим об этом местный исполнительный и распорядительный орган;

неоднократное (два и более раза) в течение года размещение специализированного средства наружной рекламы без рекламы, за

исключением такого размещения в период замены рекламы продолжительностью не более 24 часов;

размещение средства наружной рекламы с отступлением от обозначенного в проекте привязки места размещения средства наружной рекламы, за исключением случая, указанного в части второй пункта 28 настоящего Положения;

размещение средства наружной рекламы с нарушением требований к выполнению строительных, монтажных, земляных и иных работ, установленных законодательством, в том числе обязательными для соблюдения техническими нормативными правовыми актами;

расторжение договора в связи с неисполнением или ненадлежащим исполнением рекламодателем условий договора;

использование средства наружной рекламы не по назначению;

неразмещение средства наружной рекламы в течение двух месяцев со дня выдачи разрешения, если иное не предусмотрено договором;

передача (переход) права владения, пользования, распоряжения средством наружной рекламы другому рекламодателю более месяца назад по причинам, указанным в абзацах третьем и четвертом части первой пункта 31 настоящего Положения, или проведение модернизации средства наружной рекламы, в результате которой изменился вид и (или) размеры площади рекламного поля средства наружной рекламы, без переоформления разрешения;

проведение в месте размещения средства наружной рекламы работ по застройке, благоустройству территорий, строительству, реконструкции или ремонту зданий (сооружений), иных элементов инфраструктуры, государственных праздничных или иных социально значимых мероприятий.

46. В случае, если разрешение аннулировано по основанию, предусмотренному в абзаце одиннадцатом пункта 45 настоящего Положения, местный исполнительный и распорядительный орган по выбору рекламодателя:

предоставляет рекламодателю в течение 30 рабочих дней со дня прекращения действия разрешения другое равнозначное по категории территории или запрашиваемое рекламодателем место размещения средства наружной рекламы, а в случае невозможности его предоставления иное место размещения средства наружной рекламы и выдает ему разрешение в порядке и сроки, установленные настоящим Положением, без взимания платы за услуги;

по окончании проведения работ по застройке, благоустройству территорий, строительству, реконструкции или ремонту зданий (сооружений), иных элементов инфраструктуры, государственных праздничных или иных социально значимых мероприятий и при наличии

возможности размещения средства наружной рекламы на прежнем месте выдает рекламораспространителю соответствующее разрешение в порядке и сроки, установленные настоящим Положением, без взимания платы за услуги.

47. Прекращение действия разрешения в случаях, указанных в абзацах третьем – пятом пункта 44 настоящего Положения, осуществляется местным исполнительным и распорядительным органом путем составления акта о прекращении действия разрешения по форме согласно приложению 5 в сроки:

в случаях, указанных в абзацах третьем и четвертом пункта 44 настоящего Положения, – не позднее 10 рабочих дней со дня выявления соответствующего случая;

в случае, указанном в абзаце пятом пункта 44 настоящего Положения, – не позднее 10 рабочих дней со дня выявления основания для аннулирования разрешения.

48. Оформление прекращения действия разрешения осуществляется местным исполнительным и распорядительным органом путем:

в случаях, указанных в абзацах третьем и четвертом пункта 44 настоящего Положения, – нанесения на разрешение грифа «ПРЕКРАЩЕНО», содержащего дату прекращения действия разрешения, соответствующую дате составления акта о прекращении действия разрешения, и подпись уполномоченного должностного лица с указанием его фамилии и инициалов, заверенную печатью местного исполнительного и распорядительного органа (его подразделения), либо проставления штампа, содержащего слово «ПРЕКРАЩЕНО», дату прекращения действия разрешения и подпись уполномоченного должностного лица с указанием его фамилии и инициалов;

в случае, указанном в абзаце пятом пункта 44 настоящего Положения, – нанесения на разрешение грифа «АННУЛИРОВАНО», содержащего дату прекращения действия разрешения, соответствующую дате составления акта о прекращении действия разрешения, и подпись уполномоченного должностного лица с указанием его фамилии и инициалов, заверенную печатью местного исполнительного и распорядительного органа (его подразделения), либо проставления штампа, содержащего слово «АННУЛИРОВАНО», дату прекращения действия разрешения и подпись уполномоченного должностного лица с указанием его фамилии и инициалов.

49. Местный исполнительный и распорядительный орган выносит предписание о демонтаже средства наружной рекламы (далее – демонтаж):

в случае, указанном в абзаце втором пункта 44 настоящего Положения, – рекламораспространителю в течение 10 рабочих дней со дня

выявления факта несвоевременного демонтажа
рекламораспространителем;

в случае, указанном в абзаце четвертом пункта 44 настоящего Положения, – собственнику (уполномоченному лицу) в течение 10 рабочих дней со дня составления акта о прекращении действия разрешения;

в случае, указанном в абзаце пятом пункта 44 настоящего Положения, – рекламораспространителю в течение 10 рабочих дней со дня составления акта о прекращении действия разрешения.

50. При прекращении действия разрешения демонтаж производится:

в случае, указанном в абзаце втором пункта 44 настоящего Положения, – рекламораспространителем в течение 3 рабочих дней со дня прекращения действия разрешения или получения предписания о демонтаже;

в случае, указанном в абзаце четвертом пункта 44 настоящего Положения, – собственником (уполномоченным лицом) в течение 3 рабочих дней со дня получения предписания о демонтаже;

в случаях, указанном в абзаце пятом пункта 44 настоящего Положения, – рекламораспространителем в течение 3 рабочих дней со дня получения предписания о демонтаже.

В случае невыполнения рекламораспространителем, собственником (уполномоченным лицом) обязанности по демонтажу в сроки, указанные в части первой настоящего пункта, демонтаж средства наружной рекламы производится местным исполнительным и распорядительным органом. При этом местный исполнительный и распорядительный орган вправе потребовать от рекламораспространителя возмещения понесенных в связи с демонтажем расходов, если действие разрешения прекращено в случаях, указанных в абзацах втором и пятом пункта 44 настоящего Положения.

51. При прекращении действия разрешения действие договора прекращается:

в случаях, указанных в абзацах втором и пятом пункта 44 настоящего Положения, – со дня демонтажа, а если срок демонтажа установить невозможно, со дня вынесения местным исполнительным и распорядительным органом предписания о демонтаже;

в случаях, указанных в абзацах третьем и четвертом пункта 44 настоящего Положения, – со дня прекращения действия разрешения.

В связи с прекращением действия разрешения уплаченная по договору плата возврату не подлежит.

Приложение 1
к Положению о порядке
выдачи, продления действия,
переоформления и
прекращения действия
разрешения на размещение
средства наружной рекламы

Форма

(местный исполнительный и распорядительный орган)

ЗАЯВЛЕНИЕ

на выдачу разрешения на размещение средства наружной рекламы

Сведения о рекламодателе:

наименование (фамилия, собственное имя, отчество (если таковое имеется)) _____

место нахождения (место жительства или место пребывания) _____

оператор наружной рекламы (да/нет) _____

учетный номер плательщика _____

организация, индивидуальный предприниматель, нотариус, адвокат либо гражданин, осуществляющий ремесленную деятельность или деятельность по оказанию услуг в сфере агротуризма (нужное подчеркнуть)

контактный номер телефона (код) _____

В случае, если разрешение выдается по результатам проведения торгов на право на размещение средства наружной рекламы на государственном недвижимом имуществе, дата утверждения протокола о результатах торгов _____

Сведения о собственнике места размещения средства наружной рекламы (уполномоченном лице):

наименование (фамилия, собственное имя, отчество (если таковое имеется)) _____

место нахождения (место жительства или место пребывания) _____

учетный номер плательщика _____

контактный номер телефона (код) _____

форма собственности имущества _____

(республиканская, коммунальная, частная)

Сведения о средстве наружной рекламы:

средство наружной рекламы _____
(вид средства наружной рекламы)

адрес места его размещения _____

площадь рекламного поля (при его наличии) _____

Сведения о договоре на размещение средства наружной рекламы:

подлежит заключению трехсторонний договор	
подлежат заключению два двусторонних договора (с последующим предоставлением копии договора, заключенного между собственником (уполномоченным лицом) и рекламодателем в местный исполнительный и распорядительный орган в установленные сроки)	

Сведения о внесении платы, взимаемой при осуществлении административной процедуры по выдаче разрешения, если такая плата внесена посредством использования автоматизированной информационной системы единого расчетного и информационного пространства:

дата внесения платы _____

размер платы _____

Перечень прилагаемых документов: _____

_____ 20__ г.

(дата подачи заявления)

(подпись)

(инициалы, фамилия)

Приложение 2
к Положению о порядке
выдачи, продления действия,
переоформления и
прекращения действия
разрешения на размещение
средства наружной рекламы

Форма

(местный исполнительный и распорядительный орган)

ЗАЯВЛЕНИЕ
на продление действия разрешения
на размещение средства наружной рекламы

Сведения о рекламодателе:

наименование (фамилия, собственное имя, отчество (если таковое имеется)) _____

место нахождения (место жительства или место пребывания) _____

учетный номер плательщика _____

контактный номер телефона (код) _____

Сведения о собственнике места размещения средства наружной рекламы
(уполномоченном лице):

наименование (фамилия, собственное имя, отчество (если таковое имеется)) _____

место нахождения (место жительства или место пребывания) _____

учетный номер плательщика _____

контактный номер телефона (код) _____

форма собственности имущества _____

(республиканская, коммунальная, частная)

Сведения о средстве наружной рекламы:

средство наружной рекламы _____

(вид средства наружной рекламы)

адрес места его размещения _____

размещается ли на недвижимых материальных историко-культурных ценностях категории «0», «1», «2» или без категории, их территориях и в зонах их охраны (да/нет)

Сведения о ранее выданном разрешении:

номер разрешения (паспорта средства наружной рекламы) _____

дата утверждения разрешения _____

срок окончания действия разрешения _____

Разрешение ранее продлевалось:

1 раз	2 раза	не продлевалось

Сведения о договоре на размещение средства наружной рекламы:

номер договора _____

дата заключения договора _____

Сведения о внесении платы, взимаемой при осуществлении административной процедуры по продлению действия разрешения, если такая плата внесена посредством использования автоматизированной информационной системы единого расчетного и информационного пространства:

дата внесения платы _____

размер платы _____

Перечень прилагаемых документов: _____

_____ 20__ г.

(дата подачи заявления)

(подпись)

(инициалы, фамилия)

Приложение 3
к Положению о порядке
выдачи, продления действия,
переоформления и
прекращения действия
разрешения на размещение
средства наружной рекламы

Форма

_____ (местный исполнительный и распорядительный орган)

ЗАЯВЛЕНИЕ
на переоформление разрешения
на размещение средства наружной рекламы

Сведения о рекламодателе:

наименование (фамилия, собственное имя, отчество (если таковое имеется)) _____

место нахождения (место жительства или место пребывания) _____

оператор наружной рекламы (да/нет) _____

учетный номер плательщика _____

организация, индивидуальный предприниматель, нотариус, адвокат либо гражданин, осуществляющий ремесленную деятельность или деятельность по оказанию услуг в сфере агротуризма (нужное подчеркнуть)

контактный номер телефона (код) _____

Сведения о средстве наружной рекламы:

средство наружной рекламы _____

(вид средства наружной рекламы)

адрес места его размещения _____

площадь рекламного поля (при его наличии) _____

Сведения о подлежащем переоформлению разрешении:

номер разрешения (паспорта средства наружной рекламы) _____

дата утверждения разрешения _____

Основание для переоформления разрешения:

изменение формы разрешения (паспорта средства наружной рекламы) в связи с изменением законодательства	
---	--

передача рекламодателю права собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления на средство наружной рекламы	
реорганизация рекламодателя в форме слияния, присоединения, выделения или разделения, в результате которой к рекламодателю переходит право владения, пользования и распоряжения средством наружной рекламы	
модернизация средства наружной рекламы, в результате которой изменяется вид и (или) в допустимых размерах площадь рекламного поля средства наружной рекламы	

Сведения о модернизации средства наружной рекламы (если модернизация является основанием для переоформления разрешения):
вид средства наружной рекламы после модернизации _____

площадь рекламного поля средства наружной рекламы (при его наличии) после модернизации _____
размещается ли средство наружной рекламы на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны (да/нет) _____

Сведения о договоре на размещение средства наружной рекламы:
номер договора _____
дата заключения договора _____

Сведения о внесении платы, взимаемой при осуществлении административной процедуры по переоформлению разрешения, если такая плата внесена посредством использования автоматизированной информационной системы единого расчетного и информационного пространства:
дата внесения платы _____
размер платы _____

Перечень прилагаемых документов: _____

_____ 20 ____ г.
(дата подачи заявления)

(подпись)

(инициалы, фамилия)

Приложение 4
к Положению о порядке
выдачи, продления действия,
переоформления и
прекращения действия
разрешения на размещение
средства наружной рекламы

Форма

УТВЕРЖДЕНО

_____/_____/_____
(подпись, фамилия и инициалы
должностного лица местного
исполнительного и распорядительного
органа, уполномоченного на утверждение
паспорта средства наружной рекламы)
М.П.

____ 20 ____ г.

(местный исполнительный и распорядительный орган)

ПАСПОРТ СРЕДСТВА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

Сведения о рекламодателе:

наименование (фамилия, собственное имя, отчество (если таковое
имеется)) _____

место нахождения (место жительства или место пребывания) _____

оператор наружной рекламы (да/нет) _____

учетный номер плательщика _____

организация, индивидуальный предприниматель, нотариус, адвокат либо
гражданин, осуществляющий ремесленную деятельность или
деятельность по оказанию услуг в сфере агротуризма (нужное
подчеркнуть)

контактный номер телефона (код) _____

Сведения о средстве наружной рекламы:

средство наружной рекламы _____
(вид средства наружной рекламы)

адрес места его размещения _____

категория

территории _____

(высшая, первая, вторая)

площадь рекламного поля (при его наличии) _____

Разрытие грунта или выполнение иных земляных работ для размещения средства наружной рекламы:

требуется	
не требуется	

Подключение средства наружной рекламы к инженерным коммуникациям:

требуется	
не требуется	

Фотография с обозначением места размещения средства наружной рекламы.

Выкопировка из топогеосъемки участка местности (ситуационный план) с обозначением места размещения средства наружной рекламы (М 1:500 или 1:5000).

Согласования:

1. Графа для согласования органом управления архитектурной, градостроительной и строительной деятельностью местного исполнительного и распорядительного органа

2. Графа для согласования подразделением Государственной автомобильной инспекции Министерства внутренних дел

3. Графа для согласования владельцем автомобильной дороги

Разрешение выдано _____ 20__ г.

Действует до _____ 20__ г.

Примечания:

1. Выкопировка из топогеосъемки участка местности (ситуационный план) с обозначением места размещения средства наружной рекламы не требуется, если средство наружной рекламы размещается не на земельном участке.

2. Срок действия разрешения на размещение вывески рекламного характера допускается указывать словами «Действует до окончания расположения производственного объекта, торгового объекта, иного объекта обслуживания по месту размещения вывески рекламного характера» или «Действует до окончания осуществления рекламораспространителем деятельности по месту размещения вывески рекламного характера», если вывеска рекламного характера используется для обозначения соответственно такого объекта или рекламораспространителя.

Приложение 5
к Положению о порядке
выдачи, продления действия,
переоформления и
прекращения действия
разрешения на размещение
средства наружной рекламы

Форма

(местный исполнительный и распорядительный орган)

АКТ № _____
О ПРЕКРАЩЕНИИ ДЕЙСТВИЯ РАЗРЕШЕНИЯ

_____ 20__ г.

Настоящим актом подтверждается прекращение действия разрешения на размещение средства наружной рекламы:

номер разрешения (паспорта средства наружной рекламы) _____

дата утверждения разрешения _____

срок действия _____

Действие разрешения прекращается вследствие:

демонтажа средства наружной рекламы, произведенного рекламодателем по собственной инициативе до окончания срока действия разрешения		указывается источник информации о демонтаже (дата и номер письма рекламодателя или др.)
ликвидации (прекращения деятельности), смерти рекламодателя		указывается дата внесения в Единый государственный реестр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей записи об исключении из него рекламодателя – юридического лица, индивидуального предпринимателя, дата смерти рекламодателя – физического лица
аннулирования разрешения местным исполнительным и		указывается основание аннулирования разрешения

распорядительным органом		
--------------------------	--	--

(должность уполномоченного
должностного лица местного
исполнительного и
распорядительного органа)

(подпись)

(инициалы, фамилия
уполномоченного
должностного лица местного
исполнительного и
распорядительного органа)

М.П.

Положение о порядке проведения торгов на право размещения средств рекламы на государственном недвижимом имуществе

ГЛАВА 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Настоящее Положение определяет порядок организации и проведения торгов на право размещения средств рекламы на недвижимом имуществе, находящемся в государственной собственности или собственности хозяйственных обществ, более 50 процентов акций (долей в уставных фондах) которых находится в собственности Республики Беларусь и (или) ее административно-территориальных единиц, а также на недвижимом имуществе, находящемся в общей долевой собственности Республики Беларусь и (или) ее административно-территориальных единиц и (или) хозяйственных обществ, более 50 процентов акций (долей в уставных фондах) которых находится в собственности Республики Беларусь и (или) ее административно-территориальных единиц (далее, если иное не предусмотрено настоящим Положением, – государственное недвижимое имущество).

2. Право на размещение средства рекламы, в том числе средства наружной рекламы, на государственном недвижимом имуществе предоставляется рекламораспространителю по результатам проведения торгов, если законодательством по вопросам аренды и безвозмездного пользования имуществом не установлен иной порядок сдачи в аренду или предоставления в безвозмездное пользование этого имущества.

Требование о проведении торгов на право размещения средства рекламы на государственном недвижимом имуществе (далее, если иное не предусмотрено настоящим Положением, – торги) не распространяется на случаи:

продления действия или переоформления разрешения на размещение средства наружной рекламы (далее – разрешение);

размещения на государственном недвижимом имуществе:

средства рекламы, принадлежащего владельцу государственного недвижимого имущества;

средства рекламы, специально не предназначенного, но используемого для размещения (распространения) рекламы (торговое оборудование, мебель, иные предметы и средства, предназначенные для обслуживания потребителей работ (услуг) и другого);

вывески или иного средства рекламы, используемого для размещения (распространения) рекламы об организации, гражданине, производственном объекте, торговом объекте или ином объекте обслуживания, осуществляющих деятельность или расположенных в месте нахождения государственного недвижимого имущества, а также о производимых и (или) реализуемых ими товарах (продукции, работах, услугах), проводимых ими рекламных мероприятиях, в том числе предоставляемых ими скидках;

средства наружной рекламы, на размещение которого не требуется разрешения.

3. Предметом торгов является право на размещение средства рекламы, в том числе средства наружной рекламы, на государственном недвижимом имуществе.

4. Торги проводятся в форме открытого аукциона и (или) конкурса.

5. Участниками торгов являются рекламораспространители – организации и граждане, в том числе индивидуальные предприниматели, а в случае проведения торгов на право размещения средства наружной рекламы на государственном недвижимом имуществе – организации, индивидуальные предприниматели, нотариусы, адвокаты либо граждане, осуществляющие ремесленную деятельность или деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма (далее, если иное не предусмотрено настоящим Положением, – участники).

6. В качестве организатора торгов могут выступать:

государственный орган – при проведении торгов на право размещения средства рекламы на недвижимом имуществе республиканской собственности, составляющем казну Республики Беларусь либо переданном этому лицу в безвозмездное пользование;

местный исполнительный и распорядительный орган – при проведении торгов на право размещения средства рекламы на недвижимом имуществе коммунальной собственности, составляющем казну соответствующей административно-территориальной единицы;

иное государственное юридическое лицо – при проведении торгов на право размещения средства рекламы на недвижимом имуществе государственной собственности, закрепленном за этим лицом на праве хозяйственного ведения или оперативного управления либо переданном этому лицу в безвозмездное пользование;

хозяйственное общество, более 50 процентов акций (долей в уставном фонде) которого находится в собственности Республики

Беларусь и (или) ее административно-территориальных единиц, – при проведении торгов на право размещения средства рекламы на недвижимом имуществе, находящемся в собственности этого лица;

специализированная организация, действующая на основании договора с лицами, указанными в абзацах втором – пятом настоящей части, и выступающая от их имени или от своего имени (далее – специализированная организация).

В случае, если предметом торгов является право на размещение средства рекламы на недвижимом имуществе, находящемся в общей долевой собственности Республики Беларусь и (или) ее административно-территориальных единиц и (или) хозяйственных обществ, более 50 процентов акций (долей в уставных фондах) которых находится в собственности Республики Беларусь и (или) ее административно-территориальных единиц, организаторами торгов выступают соответствующие лица, указанные в абзацах втором – пятом части первой настоящего пункта, совместно реализующие полномочия организатора торгов, предусмотренные настоящим Положением, либо специализированная организация.

7. Организатор торгов:

определяет форму торгов;

определяет дату, время начала и окончания приема документов для участия в торгах, место, дату и время проведения торгов и открытия предложений участников конкурса (в случае проведения конкурса);

устанавливает сумму задатка для участия в торгах;

создает комиссию по проведению торгов (далее – комиссия);

организует публикацию извещения о проведении торгов (далее – извещение), сообщения об отказе от проведения торгов;

организует поиск потенциальных участников, размещает (распространяет) при необходимости рекламу о проведении торгов;

принимает заявления на участие в торгах (далее – заявление) и прилагаемые к ним документы;

доводит до сведения участников до проведения торгов информацию о затратах на организацию и проведение торгов, включая расходы, связанные с изготовлением и предоставлением участникам документации, необходимой для проведения торгов, порядке и сроках их возмещения;

заключает с участниками соглашения, в которых предусматриваются права, обязанности и ответственность сторон в процессе подготовки и проведения торгов, в том числе размер штрафа, уплачиваемого участниками в случаях, установленных настоящим Положением и иным законодательством (далее – соглашение);

осуществляет денежные расчеты с участниками;

обеспечивает проведение торгов и оформление их результатов.

ГЛАВА 2 ПОДГОТОВКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТОРГОВ

8. Извещение публикуется в печатном средстве массовой информации, определенных Советом Министров Республики Беларусь или решением местного исполнительного и распорядительного органа (при проведении торгов на право размещения средства рекламы на недвижимом имуществе, находящемся в коммунальной собственности), не менее чем за тридцать дней до проведения торгов, а в случае повторных торгов – не менее чем за десять дней до их проведения. Информация об объявленных торгах и о предмете торгов дополнительно размещается в глобальной компьютерной сети Интернет на официальном сайте организатора торгов, а также на официальном сайте соответствующего лица, указанного в абзацах втором – пятом части первой пункта 6 настоящего Положения, если организатором торгов выступает специализированная организация.

В извещении должны быть указаны:

форма и предмет торгов;

дата, время и место проведения торгов, а также открытия предложений участников конкурса (в случае проведения конкурса);

наименование организатора торгов, его место нахождения и номер контактного телефона;

место нахождения государственного недвижимого имущества, требования к средству рекламы, которое будет размещено на данном имуществе;

размер задатка, порядок и сроки его перечисления;

информация о порядке и сроках возмещения затрат на подготовку и проведение торгов;

дата, время и место начала и окончания приема заявлений и прилагаемых к ним документов, перечень указанных документов;

информация о порядке проведения торгов, а именно сведения об оформлении участия в торгах, определении победителя торгов и о начальной цене предмета торгов;

срок, предоставляемый для заключения договора на размещение средства рекламы (далее, если иное не предусмотрено настоящим Положением, – договор).

9. В целях решения вопросов по подготовке и проведению торгов организатор торгов создает комиссию, в состав которой могут включаться представители соответствующего лица, указанного в абзацах втором – пятом части первой пункта 6 настоящего Положения, если организатором торгов выступает специализированная организация, а также по

усмотрению организатора торгов другие заинтересованные лица (с их согласия).

Комиссия может создаваться для подготовки и проведения одних торгов или на определенный период времени.

Заседание комиссии считается правомочным при условии присутствия на нем не менее 2/3 общего числа членов комиссии. Решения принимаются простым большинством голосов членов комиссии, присутствующих на заседании, путем открытого голосования. В случае равенства голосов председатель комиссии (в его отсутствие – заместитель председателя) имеет право решающего голоса.

Решения комиссии оформляются протоколами, которые подписываются председателем (в его отсутствие – заместителем председателя) и членами комиссии, присутствовавшими на заседании.

10. Организатор торгов, опубликовавший извещение, вправе отказаться от проведения торгов в любое время, но не менее чем за 3 дня до проведения аукциона либо за 30 дней до проведения конкурса. В случае, когда организатор торгов отказался от проведения торгов с нарушением указанного срока, он обязан возместить участникам понесенный ими реальный ущерб.

Сообщение об отказе от проведения торгов публикуется в тех же средствах массовой информации, что и извещение.

11. При проведении повторных торгов в извещении об их проведении указываются данные, предусмотренные частью второй пункта 8 настоящего Положения.

12. Начальная цена предмета торгов определяется из расчета одна базовая величина на 1 квадратный метр площади рекламного поля средства рекламы, которое будет размещено на государственном недвижимом имуществе, а если планируется размещение объемно-пространственной рекламной конструкции – из расчета 30 базовых величин за одну конструкцию.

ГЛАВА 3 УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ В ТОРГАХ

13. Лицо, желающее принять участие в торгах, не позднее срока, указанного в извещении:

уплачивает задаток путем перечисления денежных средств на текущий (расчетный) счет организатора торгов;

представляет документы в соответствии с пунктом 14 настоящего Положения;

заключает с организатором торгов соглашение.

В соглашении предусматриваются условие о задатке, а также размер штрафа, уплачиваемого:

победителем торгов в случаях, указанных в абзацах втором, четвертом и пятом части первой пункта 46 настоящего Положения;

единственным участником несостоявшегося конкурса, согласившимся на приобретение предмета конкурса на предложенных им условиях, или единственным участником несостоявшегося аукциона, согласившимся на приобретение предмета аукциона по начальной цене, увеличенной на 5 процентов (далее – лицо, приравненное к победителю торгов), в случае его отказа или уклонения от возмещения затрат на организацию и проведение торгов, и (или) подписания протокола, и (или) заключения (подписания) договора;

участниками аукциона, отказавшимися объявить свою цену за предмет аукциона, в результате чего аукцион признан нерезультативным в соответствии с частью пятой пункта 40 настоящего Положения.

Отказом или уклонением от заключения (подписания) договора не признается незаключение или расторжение договора на размещение средства наружной рекламы вследствие принятия местным исполнительным и распорядительным органом административного решения об отказе в выдаче разрешения, за исключением случая принятия местным исполнительным и распорядительным органом такого решения в связи с незаключением договора по причине отказа или уклонения рекламодателя от его заключения.

14. Заявление подается по форме согласно приложению с приложением следующих документов:

заверенной банком копии платежного документа о внесении суммы задатка на текущий (расчетный) счет организатора торгов;

предложения по выполнению условий конкурса (в случае проведения конкурса).

15. Предложения по выполнению условий конкурса подписываются участником, скрепляются печатью, представляются в запечатанном конверте, являются окончательными и уточнению в ходе конкурса не подлежат.

16. При подаче документов для участия в торгах и заключении соглашения:

физическое лицо, в том числе индивидуальный предприниматель, предъявляет организатору торгов документ, удостоверяющий личность;

представитель физического лица, индивидуального предпринимателя, юридического лица предъявляет организатору торгов оригинал документа, подтверждающего его полномочия, и документ, удостоверяющий личность.

17. К участию в торгах допускаются лица, выполнившие условия, предусмотренные частью первой пункта 13 настоящего Положения, в порядке и сроки, указанные в извещении.

18. Прием документов для участия в торгах заканчивается в срок, указанный в извещении, но не менее чем за 3 рабочих дня до проведения торгов. Документы, поступившие с нарушением установленного срока, рассмотрению не подлежат.

19. После регистрации организатором торгов документов для участия в торгах лицо, желающее принять участие в торгах, расписывается в журнале регистрации, после чего такое лицо считается допущенным к участию в торгах.

20. Лицо, допущенное к участию в торгах, до начала торгов имеет право отказаться от участия в них.

Отказом признается как письменное заявление, так и неявка на торги. Лицу, отказавшемуся от участия в торгах, в течение 5 рабочих дней со дня проведения торгов возвращается сумма внесенного им задатка. Факт отказа от участия в торгах фиксируется комиссией в протоколе.

21. Сведения об участниках не подлежат разглашению, за исключением случаев, предусмотренных законодательством.

ГЛАВА 4

ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРСА И ОФОРМЛЕНИЯ ЕГО РЕЗУЛЬТАТОВ

22. Конкурс проводится в день, время и месте проведения торгов, указанные в извещении.

23. До начала конкурса его участники проходят окончательную регистрацию.

24. До начала проведения конкурса до сведения его участников доводится информация о затратах на организацию и проведение конкурса по каждому предмету конкурса.

25. При проведении конкурса комиссия проверяет соблюдение положений настоящего Положения.

26. Открытие предложений производит комиссия в день, время и месте, указанные в извещении.

27. На заседание комиссии с ее согласия могут приглашаться участники конкурса, специалисты, эксперты, переводчики.

28. Победителем конкурса признается участник, предложение которого соответствует условиям конкурса. При прочих равных условиях победителем конкурса признается участник, предложивший наивысшую цену.

29. Победитель конкурса объявляется председателем комиссии в день вскрытия конвертов.

30. Протокол о результатах конкурса составляется в двух экземплярах, подписывается председателем комиссии (в его отсутствие - заместителем председателя), членами комиссии, присутствовавшими на заседании, победителем конкурса и утверждается организатором конкурса в день проведения конкурса.

В протоколе о результатах конкурса указываются:

наименование предмета конкурса;

информация о победителе конкурса (лице, приравненном к победителю конкурса) и его предложении;

срок, предоставляемый для заключения договора, и обязанности сторон по заключению договора;

срок действия договора;

обязанность победителя конкурса по возмещению расходов на организацию и проведение конкурса.

Один экземпляр протокола передается организатору конкурса, второй – выдается победителю конкурса (лицу, приравненному к победителю конкурса) и является документом, удостоверяющим его право на заключение договора.

31. Член комиссии, не согласный с решением комиссии, обязан подписать протокол. При этом он имеет право представить председателю комиссии свое особое мнение в письменной форме.

32. При поступлении заявления на участие в конкурсе от одного участника конкурс признается несостоявшимся.

В случае соответствия предложения такого участника условиям конкурса продажа предмета конкурса производится этому лицу. При этом к данному лицу применяются правила, установленные для победителя конкурса.

33. Конкурс, проведенный с нарушением правил, установленных настоящим Положением и иными актами законодательства, может быть признан судом недействительным по иску заинтересованного лица.

ГЛАВА 5

ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ АУКЦИОНА И ОФОРМЛЕНИЯ ЕГО РЕЗУЛЬТАТОВ

34. Аукцион проводится в день, время и месте, указанные в извещении.

35. До начала аукциона его участники проходят окончательную регистрацию.

36. До начала проведения аукциона до сведения его участников доводится информация о затратах на организацию и проведение аукциона.

37. Аукцион проводит аукционист, определяемый организатором аукциона.

Аукцион начинается с оглашения аукционистом правил проведения аукциона, шага аукциона. Шаг аукциона устанавливается аукционистом в пределах от 5 до 15 процентов от предыдущей цены предмета аукциона, названной аукционистом. Не допускается продажа предмета аукциона по начальной цене.

38. Аукцион по каждому предмету аукциона начинается с объявления аукционистом характеристики предмета аукциона, начальной цены, срока действия договора. После оглашения данной информации аукционист в соответствии с шагом аукциона объявляет первую цену предмета аукциона. Аукцион продолжается до тех пор, пока по новой объявленной аукционистом цене аукционный номер поднимет только один участник аукциона. Аукционист трижды называет цену, по которой продан предмет аукциона, и объявляет о продаже данного предмета аукциона, а также сообщает номер участника аукциона, выигравшего аукцион по данному предмету аукциона (далее - победитель аукциона).

39. Если два и более участника аукциона согласились с объявленной аукционистом ценой, но ни один из них не согласился со следующей объявленной им ценой, аукционист предлагает участникам аукциона объявить свою цену, которая должна быть выше последней цены, с которой согласились участники аукциона. После объявления участником аукциона своей цены аукционист называет аукционный номер этого участника и предложенную им цену. При этом предложенная участником аукциона цена, равная цене, предложенной другим участником аукциона, не принимается. Участники аукциона объявляют свою цену до тех пор, пока не останется только один участник, предложивший наиболее высокую цену. Аукционист называет аукционный номер этого участника, трижды предложенную им цену и при отсутствии предложений иных участников аукциона объявляет о продаже предмета аукциона, а участника аукциона - победителем аукциона по соответствующему предмету аукциона. Если после предложения аукциониста участникам аукциона объявить свою цену только один из участников объявит свою цену, аукционист называет аукционный номер этого участника, трижды предложенную им цену и при отсутствии предложений иных участников аукциона объявляет о продаже предмета аукциона, а участника аукциона - победителем аукциона по соответствующему предмету аукциона. Если ни один из участников аукциона не предложил своей цены, аукцион в

отношении соответствующего предмета аукциона признается нерезультативным.

Если два и более участника аукциона согласились с объявленной аукционистом ценой, но ни один из них не согласился со следующей объявленной им ценой и после предложения аукциониста объявить свою цену, которая должна быть выше последней цены, с которой согласились участники аукциона, ни один из этих участников не предложил свою цену, в результате чего аукцион признан нерезультативным, эти участники уплачивают штраф в соответствии с соглашением.

40. Аукцион по конкретному предмету аукциона признается несостоявшимся, о чем комиссией составляется протокол о признании аукциона несостоявшимся, если заявление на участие в нем подано только одним участником, или для участия в аукционе не было подано ни одного заявления, или на аукцион явился один из участников, или ни один из участников не явился на аукцион.

Если аукцион признан несостоявшимся в силу того, что заявление на участие в нем подано только одним участником либо для участия в нем явился только один участник, предмет аукциона продается этому участнику при его согласии по начальной цене, увеличенной на 5 процентов. Согласие либо отказ такого участника приобрести предмет аукциона отражается в протоколе аукциона.

Лицу, приравненному к победителю аукциона, сумма внесенного задатка засчитывается при оплате им стоимости предмета аукциона.

В случае отказа или уклонения лица, приравненного к победителю аукциона, от оплаты стоимости предмета аукциона, возмещения затрат на организацию и проведение аукциона, подписания договора внесенный им задаток возврату не подлежит.

Аукцион по конкретному предмету аукциона признается нерезультативным, о чем составляется протокол о признании аукциона нерезультативным, в случаях, если:

ни один из его участников после трехкратного объявления первой цены предмета аукциона не поднял аукционный номер;

ни один из участников аукциона не предложил свою цену за предмет аукциона в соответствии с пунктом 39 настоящего Положения.

41. Протокол о результатах аукциона составляется в двух экземплярах, подписывается председателем комиссии (в его отсутствие – заместителем председателя), членами комиссии, присутствовавшими на заседании, победителем аукциона и утверждается организатором аукциона в день проведения аукциона.

В протоколе о результатах аукциона указываются:
наименование предмета аукциона;

информация о победителе аукциона (лице, приравненном к победителю аукциона);
начальная цена;
цена продажи предмета аукциона;
сумма затрат на организацию и проведение аукциона;
обязательства победителя аукциона (лица, приравненного к победителю аукциона) по оплате стоимости предмета аукциона;
срок, предоставляемый для заключения договора, и обязанности сторон по заключению договора;
срок действия договора.

Один экземпляр протокола о результатах аукциона передается организатору аукциона, второй – выдается победителю аукциона (лицу, приравненному к победителю аукциона) и является документом, удостоверяющим его право на заключение договора.

42. Спорные вопросы, возникшие в ходе проведения аукциона, решаются комиссией с учетом мнения аукциониста.

ГЛАВА 6

РАСЧЕТЫ С УЧАСТНИКАМИ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДОГОВОРА, АННУЛИРОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ТОРГОВ

43. Возмещение затрат на организацию и проведение торгов осуществляется победителем торгов в течение 5 рабочих дней со дня проведения торгов на основании выставленного организатором торгов счета-фактуры.

44. Задаток возвращается всем участникам, кроме победителя торгов (лица, приравненного к победителю торгов), в течение 5 рабочих дней со дня проведения торгов. Победителю торгов задаток не возвращается, а учитывается при окончательных расчетах, за исключением случая, указанного в части второй пункта 46 настоящего Положения.

45. По результатам проведенных торгов с победителем торгов (лицом, приравненным к победителю торгов) заключается договор на условиях, определенных в протоколе о результатах торгов. В случае уклонения одной из сторон от заключения договора другая сторона вправе обратиться в суд с требованием о понуждении заключить договор, а также о возмещении убытков, причиненных уклонением от его заключения.

46. Результаты торгов аннулируются по решению организатора торгов в случаях, если победитель торгов (лицо, приравненное к победителю торгов) в установленный срок:

- не подписал протокол;
- не перечислил сумму средств, за которую продан предмет торгов;
- не возместил затраты на организацию и проведение торгов;

отказался или уклонился от заключения (подписания) договора.

Результаты торгов на право размещения средства наружной рекламы на государственном недвижимом имуществе аннулируются по решению организатора торгов, если местным исполнительным и распорядительным органом принято административное решение об отказе в выдаче разрешения.

В случае аннулирования результатов торгов по основаниям, названным в части первой настоящего пункта, внесенный победителем торгов задаток не возвращается.

Приложение
к Положению о порядке
проведения торгов на право
размещения средств
рекламы на государственном
недвижимом имуществе

Форма

(полное наименование организатора)

(наименование (фамилия, собственное имя,
отчество (если таковое имеется), место
нахождения (место жительства или место
пребывания) заявителя)

(данные документа, удостоверяющего
личность,

для индивидуального предпринимателя,
юридического лица – номер и дата выдачи
свидетельства о государственной
регистрации)

Регистрационный номер _____

от _____ 20__ г.

ЗАЯВЛЕНИЕ

на участие в торгах на право размещения средства рекламы
на государственном недвижимом имуществе

1. Изучив данные извещения о проведении _____ 20__ г.
торгов на право размещения средства рекламы на государственном
недвижимом имуществе, прошу (просим) принять настоящее заявление и
прилагаемые к нему документы и допустить

(наименование (фамилия, имя, отчество (если таковое имеется) заявителя)

к участию в торгах на право размещения средства рекламы на
государственном недвижимом имуществе _____

(вид средства рекламы (номер лота), адрес места его размещения)

2. В случае победы в торгах обязуюсь (обязуемся) заключить договор на размещение средства рекламы в указанный в извещении срок.
3. Подтверждаю(ем), что предусмотренных законодательством препятствий для участия в торгах не имеется.
4. Текущий (расчетный) счет, на который перечисляется сумма возвращаемого участнику торгов задатка, банковские реквизиты:
-
5. Необходимые документы согласно указанному извещению прилагаются.

Приложение: на _____ л. в _____ экз.

(должность уполномоченного
лица)

(подпись)

(инициалы, фамилия
уполномоченного лица)

М.П.

(реквизиты доверенности)

_____ 20 _____ г.

(дата подачи заявления)