

**О мерах по реализации Закона Республики Беларусь
«Об изменении законов по вопросам рекламы»**

Изменения и дополнения:

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 6 октября 2021 г. № 561 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 08.10.2021, 5/49499) <С22100561>;

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 25 марта 2022 г. № 175 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 09.04.2022, 5/50110) <С22200175>;

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 8 июля 2024 г. № 484 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 10.07.2024, 5/53655) <С22400484> - внесены изменения и дополнения, вступившие в силу 12 июля 2024 г., за исключением изменений и дополнений, которые вступят в силу 1 июля 2025 г.;

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 30 сентября 2024 г. № 722 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 02.10.2024, 5/54005) <С22400722>

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. № 225-3 «О рекламе» и во исполнение абзаца второго статьи 5 Закона Республики Беларусь от 4 января 2021 г. № 82-3 «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 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. Для целей настоящего постановления используются термины в значениях, установленных законами Республики Беларусь «О рекламе» и от 28 октября 2008 г. № 433-З «Об основах административных процедур», а также термины и их определения согласно приложению 3.

4. Внести изменения в постановления Совета Министров Республики Беларусь согласно приложению 4.

5. Признать утратившими силу постановления Совета Министров Республики Беларусь и их структурные элементы согласно приложению 5.

6. 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, за исключением разрешений на размещение средств наружной рекламы на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны, увеличенный в соответствии с настоящим постановлением, продлевается автоматически на соответствующий срок;

действие разрешений на размещение средств наружной рекламы, указанных в приложении 2, и договоров на размещение (распространение) наружной рекламы, заключенных в связи с выдачей таких разрешений до вступления в силу настоящего постановления, прекращается автоматически. Плата по таким договорам, зачисленная в бюджет соответствующей административно-территориальной единицы, не возвращается; приведение условий договоров на размещение (распространение) наружной рекламы, заключенных в связи с выдачей разрешений на размещение средств наружной рекламы до вступления в силу настоящего постановления, в соответствие с настоящим постановлением не требуется.

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

8. Настоящее постановление вступает в силу в следующем порядке:

часть вторая пункта 5 Положения о порядке выдачи, продления действия, переоформления и прекращения действия разрешения на размещение средства наружной рекламы, утвержденного настоящим постановлением, – с 1 января 2023 г.;

иные положения настоящего постановления – с 8 июля 2021 г.

Премьер-министр Республики Беларусь

Р.Головченко

Приложение 1
к постановлению
Совета Министров
Республики Беларусь
07.07.2021 № 395

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 улиц, дорог или площадей населенных пунктов, не должны:

иметь сходство по внешнему виду, световому и (или) звуковому эффекту с техническими средствами организации дорожного движения или специальными сигналами, за исключением указателя;

создавать впечатление нахождения на автомобильной дороге, улице, дороге населенного пункта транспортного средства, пешехода, животного или иного объекта;

вызывать ослепление светом участников дорожного движения, а также превышать наибольшую допустимую среднюю яркость средств наружной рекламы, установленную техническими нормативными правовыми актами;

ограничивать видимость, мешать восприятию участниками дорожного движения дорожной обстановки, создавать препятствие для движения пешеходов, велосипедистов и коммунальной техники;

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

размещаться:

на разделительной полосе (в разделительной зоне), над проезжей частью и обочинами автомобильной дороги, улицы, дороги населенного пункта, за исключением растяжек и средств наружной рекламы на путепроводах (мостах), а также случаев размещения средств наружной рекламы в указанных местах по решению Президента Республики Беларусь, Совета Министров Республики Беларусь в целях обеспечения национальных интересов;

на дорожном знаке, его опоре или ином техническом средстве организации дорожного движения, за исключением указателя;

на опорах наружного освещения или контактной сети, за исключением средства наружной рекламы с площадью рекламного поля до 2,2 кв. метра;

на расстоянии менее 10 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 средства наружной рекламы с площадью рекламного поля до 2,2 кв. метра, размещаемого на опоре наружного освещения или контактной сети, указателя, тумбы;

в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) аварийно-опасного и опасного участка автомобильной дороги, красных линий аварийно-опасного и опасного участка улицы, дороги или площади населенного пункта;

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

без информации о наименовании (фамилии, инициалах) и номере контактного телефона рекламодателя на средстве наружной рекламы;

в пределах треугольников видимости на регулируемых и нерегулируемых перекрестках, примыканиях автомобильных дорог, улиц, дорог населенных пунктов, определяемых в зависимости от установленного скоростного режима;

на пешеходных переходах и в пределах треугольников видимости перед пешеходными переходами, определяемых в зависимости от установленного скоростного режима;

на железнодорожных переездах и в пределах треугольников видимости перед железнодорожными переездами, определяемых в зависимости от установленного скоростного режима.

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

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

размещаться:

в полосе отвода автомобильной дороги, за исключением средства наружной рекламы с площадью рекламного поля до 2,2 кв. метра, размещаемого на опоре наружного освещения или контактной сети либо в месте организованной стоянки транспортных средств, и указателя;

на расстоянии менее 200 метров до начала съездов транспортных развязок, мест примыканий или пересечений автомобильных дорог;

в придорожной полосе (контролируемой зоне) автомобильной дороги 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;

на расстоянии менее 15 метров от края проезжей части автомобильной дороги I категории, Минской кольцевой автомобильной дороги либо менее 10 метров от края проезжей части автомобильной дороги иной категории до ближайшего края отдельно стоящего средства наружной рекламы. 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;

вдоль международных автомобильных дорог, за исключением средств наружной рекламы на зданиях (сооружениях) объектов придорожного сервиса, их территориях, рекламное поле которых располагается параллельно оси автомобильной дороги.

3. Средства наружной рекламы, размещаемые в пределах красных линий улиц, дорог или площадей населенных пунктов, также не должны:

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

размещаться на расстоянии менее 5 метров от края проезжей части (бордюрного камня) магистральных улиц непрерывного движения категории М либо менее 2 метров

от края проезжей части (бордюрного камня) иных улиц, дорог, площадей населенного пункта до ближайшего края отдельно стоящего средства наружной рекламы.

4. Средства наружной рекламы, размещаемые в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, красных линий улиц, дорог или площадей населенных пунктов, должны выдерживать нормативные значения ветровой, снеговой и вибрационной нагрузок.

Приложение 2
к постановлению
Совета Министров
Республики Беларусь
07.07.2021 № 395

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 оборудование производственных объектов, торговых объектов или иных объектов обслуживания, включая банкоматы, закрепляемое на внешних сторонах зданий (сооружений), вне зданий (сооружений) или в подземных пешеходных переходах.
4. Навесы над оконными проемами на зданиях (сооружениях), используемые для размещения (распространения) наружной рекламы о расположенных в этих зданиях (сооружениях) производственных объектах, торговых объектах или 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 или иных объектов обслуживания, используемые для размещения образцов товаров (результатов работ, услуг), производимых и (или) реализуемых в этих объектах, и (или) размещения (распространения) наружной рекламы об этих товарах (работах, услугах), в том числе об их средствах индивидуализации, за исключением витрин, используемых для размещения (распространения) наружной рекламы об игорных заведениях, азартных играх.
6. Плакатницы и иные выносные рекламные конструкции с площадью рекламного поля до 1 кв. метра, размещаемые за пределами придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, красных линий улиц, дорог или 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 пассажирских терминалов и аэропортов, 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 или на внешних сторонах ограждений территорий производственных объектов.
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 на внешних сторонах ограждений территорий рынков либо имеющих площадь рекламного поля 18 кв. 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 внешних сторонах ограждений территорий открытых физкультурно-спортивных сооружений, или на здании (сооружении) на высоте более 7 метров либо имеющих опору более 7 метров (кроме флаговых рекламных конструкций).

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 о культурных мероприятиях, экспозициях, размещаемые организациями культуры на объектах культурной инфраструктуры или их территориях.

13. Средства наружной рекламы на территориях парков и парковых зон, используемые для размещения (распространения) наружной рекламы об этих парках и парковых зонах, располагаемых на таких территориях торговых объектах и иных объектах обслуживания, реализуемых в этих объектах товарах (работах, услугах) и (или) продавцах (исполнителях), за исключением средств наружной рекламы, размещаемых операторами наружной рекламы.

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

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

16. Средства наружной рекламы на автозаправочных станциях, содержащие информацию о цене топлива, наименовании (фамилии, собственном имени, отчестве (если таковое имеется) владельца автозаправочной станции, его логотипе и (или) средстве индивидуализации, используемом для обозначения реализуемых на автозаправочной станции товаров (работ, услуг).

17. Неспециализированные средства наружной рекламы, выполненные в виде строительных сеток, используемых для ограждения строительных объектов.

18. Средства наружной рекламы, специально предназначенные и используемые для размещения (распространения) социальной рекламы, размещаемые за пределами придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, красных линий улиц, дорог или площадей населенных пунктов.

19. Иные средства наружной рекламы с площадью рекламного поля до 0,5 кв. метра, размещаемые за пределами придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, красных линий улиц, дорог или площадей населенных пунктов, за исключением кронштейнов.

20. Средства наружной рекламы, используемые для размещения (распространения) наружной рекламы о религиозных организациях (их капитальных строениях (зданиях, сооружениях), размещаемые на территориях объектов культового назначения.

Примечания:

1. Для целей настоящего приложения под наружной рекламой понимается:

о производственных объектах, торговых объектах или иных объектах обслуживания – наружная реклама, содержащая информацию о наименовании этих объектов, их месте нахождения, режиме работы, логотипах или другую дополнительную информацию об этих объектах;

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), или другую дополнительную информацию об этих товарах (работах, услугах);

о владельцах производственных объектов, торговых объектов или иных объектов обслуживания, производителях (продавцах, исполнителях), организациях, ведущих лесное хозяйство, – наружная реклама, содержащая информацию о наименовании (фамилии, собственном имени, отчестве (если таковое имеется) этих лиц, их месте нахождения (месте жительства, месте пребывания), логотипах, контактных данных 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, за исключением плакатниц и иных выносных рекламных конструкций, используемых для размещения меню.

3. В случае, если средство наружной рекламы одновременно подпадает под определение вида средства наружной рекламы, указанного в настоящем приложении, и под определение вида средства наружной рекламы, размещение которого допускается при наличии разрешения на размещение средства наружной рекламы, такое средство наружной рекламы относится к виду средства наружной рекламы, указанному в настоящем приложении.

Приложение 3
к постановлению
Совета Министров
Республики Беларусь
07.07.2021 № 395

ТЕРМИНЫ и их определения

Афиша – средство доведения информации о проведении культурно-зрелищного мероприятия, кинематографического мероприятия, фестиваля или иного культурного мероприятия, экспозиции, спортивного, спортивно-массового или физкультурно-оздоровительного мероприятия, имеющее площадь не более 1 кв. 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, представляющего собой остекленную поверхность стены, оконного и (или) дверного проемов здания (сооружения).

Вывеска – вид средства наружной рекламы, имеющего площадь рекламного поля не более 5,5 кв. метра, используемого для размещения (распространения) информации на русском или белорусском языке о наименовании, месте нахождения организации или фамилии, собственном имени, отчестве (если таковое имеется), месте жительства (месте пребывания) гражданина, производящих и (или) реализующих товары (работы, услуги), виде, типе и (или) наименовании, месте нахождения производственного объекта, торгового объекта или иного объекта обслуживания, режиме их работы, группе и (или) виде товаров (работ, услуг), товарном знаке и (или) знаке обслуживания, логотипе и (или) иной информации, обязанность по размещению (распространению) которой на таком средстве возложена на организацию или гражданина законодательством, размещаемого на здании (сооружении), в котором осуществляют деятельность эти организация или гражданин либо располагаются эти производственный объект, торговый объект или иной объект обслуживания.

Вывеска рекламного характера – вид средства наружной рекламы, используемого для размещения (распространения) наружной рекламы об организации или гражданине, производственном объекте, торговом объекте или ином объекте обслуживания, размещаемого на здании (сооружении), в котором осуществляют деятельность эти организация или гражданин либо располагаются эти производственный объект, торговый объект 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 инфраструктуры, 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 фамилии, собственном имени, отчестве (если таковое имеется) гражданина, виде, типе и (или) наименовании производственного объекта, торгового объекта 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 или иной объект обслуживания, имеющее площадь не более 0,2 кв. метра, или на двери входа в такое здание (сооружение), имеющее площадь не более 0,3 кв. метра.

Категория территории – 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, закрепляемого консольно на поверхности здания (сооружения), опоре или ограждении.

Лайтпостер (световой короб) – вид средства наружной рекламы, имеющего одно или несколько рекламных полей с внутренней подсветкой.

Место размещения средства наружной рекламы – имущество, в том числе земельный участок, предоставляемое для размещения средства наружной рекламы, 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 и их территориях, путем замены его конструктивных элементов более эффективными, приводящих к повышению технического уровня и (или) экономических характеристик средства наружной рекламы, в результате которых площадь рекламного поля средства наружной рекламы не изменяется или изменяется в согласованных местным исполнительным и распорядительным органом, государственным учреждением «Администрация Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень» размерах.

Мультимедийная рекламная конструкция – вид средства наружной рекламы, используемого для размещения (распространения) мультимедийной рекламы, в том числе светодиодный экран.

Надкрышная рекламная конструкция – вид средства наружной рекламы, размещаемого на поверхности здания (сооружения) выше уровня карниза или на крыше здания (сооружения).

Наземное панно – вид средства наружной рекламы, размещаемого на земельном участке вдоль его поверхности.

Настенная рекламная конструкция – вид средства наружной рекламы, размещаемого 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, используемые при организации работы нестационарных торговых объектов и нестационарных объектов обслуживания передвижное средство развозной, разносной торговли, зонт, навес, тент, роллет и ограждение, оборудование производственных объектов, торговых объектов или иных объектов обслуживания, закрепляемое на внешних сторонах зданий (сооружений),

вне зданий (сооружений) или в подземных пешеходных переходах, воздушный шар, строительный кран, иной вид техники, иное средство, имеющее самостоятельное функциональное назначение, на которое наружная реклама наносится с помощью краски, принта, пленочного покрытия или иным способом без использования креплений, иных технических средств).

Образец товара (результата работы, услуги) – товар (результат работы, услуги) в натуральном виде, его изображение, 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), в том числе пункты приема заказов на приобретение товаров (выполнение работ, оказание услуг) и выдачи заказанных товаров (результатов работ, услуг).

Объемно-пространственная рекламная конструкция – вид средства наружной рекламы, имеющего 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, состоящего из нескольких одинаковых технических средств в количестве от 4 до 32 единиц включительно, последовательно размещаемых на расстоянии не более 50 метров друг от друга, имеющих одно или несколько рекламных полей, площадь каждого из которых не может превышать 2,2 кв. метра, содержащих одновременно наружную рекламу определенного объекта рекламирования, представленную для размещения (распространения) одним рекламодателем.

Пилон – вид средства наружной рекламы, размещаемого на земельном участке и имеющего 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, размещаемого на имуществе, но не имеющего прочной связи с ним.

Призматрон – вид средства наружной рекламы, имеющего одно или несколько рекламных полей, способных за счет действия призм обеспечивать автоматическую смену (ротацию) рекламы.

Проект привязки средства наружной рекламы к участку местности – проектный документ, предназначенный для размещения отдельно стоящего средства наружной рекламы с заглубленным или наземным фундаментом, отображающий его точное размещение с привязкой к объектам недвижимости, опорам наружного освещения, краю проезжей части автомобильной дороги, улицы, дороги или площади населенного пункта, выполненный на актуальной (изготовленной не более двух лет назад) выкопировке из топографической карты (плана) в масштабе 1:500 с нанесением фактического местоположения инженерных сетей, содержащий согласования организаций, эксплуатирующих инженерные сети, расположенные в месте размещения средства наружной рекламы, а также содержащий ситуационный план местности в масштабе 1:2000 или 1:5000 с указанием места размещения средства наружной рекламы.

Производственный объект – капитальное строение (здание, сооружение) или его часть (части) либо временная конструкция, не являющаяся капитальным строением (зданием, сооружением) или его частью, оснащенные оборудованием, предназначенным для производства, переработки продукции (товаров) и (или) выполнения иных производственных и (или) технологических операций, связанных с производством, переработкой продукции (товаров).

Растяжка – вид средства наружной рекламы, имеющего одно или два рекламных поля, закрепленного 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 (световой короб), надкрышная или настенная рекламная конструкция, наземное панно, объемно-пространственная рекламная конструкция, панель, пилон, плакатница или иная выносная рекламная конструкция, призматрон, растяжка, мультимедийная рекламная конструкция, тумба, указатель, флаговая рекламная конструкция, щит, электронное табло, иное средство наружной рекламы, выполненное отдельными буквами, знаками и (или) иными изображениями, и другое).

Тумба – вид средства наружной рекламы, имеющего одно или несколько рекламных полей объемной формы в размере каркаса данного вида средства наружной рекламы, соединенных между собой.

Указатель – вид средства наружной рекламы, специально предназначенного и используемого для размещения (распространения) наружной рекламы, содержащей информацию о направлении движения к объекту рекламирования и (или) расстоянии до него, размещаемого в увязке с информационно-указательным знаком и (или) на его опоре в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, красных линий улиц, дорог или площадей населенных пунктов, имеющего площадь рекламного поля не более 1,8 кв. метра, изготовленного в соответствии с требованиями к дорожным знакам, установленными техническими нормативными правовыми актами.

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, государственное учреждение или их подразделения.

Флаговая рекламная конструкция – вид средства наружной рекламы, имеющего одно или несколько рекламных полей в виде полотнищ, используемых для размещения (распространения) наружной рекламы, прикрепленных к флагштоку или флагштокам, в том числе отдельно стоящим на расстоянии не более 3 метров друг от друга, составляющим единую композицию.

Щит – вид средства наружной рекламы, размещаемого на земельном участке и имеющего одно или несколько рекламных полей плоской формы.

Электронное табло – вид средства наружной рекламы, имеющего рекламное поле в виде табло с электронным или иным способом изменения символов на его рекламном поле.

Приложение 4
к постановлению
Совета Министров
Республики Беларусь
07.07.2021 № 395

ПЕРЕЧЕНЬ изменений, вносимых в постановления Совета Министров Республики Беларусь

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

абзац пятый пункта 4 дополнить словами «и (или) срокам ее размещения (распространения)».

2. Подпункт 4.34 пункта 4 Положения о Министерстве образования Республики Беларусь, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 4 августа 2011 г. № 1049, изложить в следующей редакции:

«4.34. согласовывает рекламу об учебе за пределами Республики Беларусь граждан Республики Беларусь, иностранных граждан, лиц без гражданства, постоянно проживающих в Республике Беларусь, за исключением наружной рекламы и рекламы на транспортном средстве;».

3. Исключен.

4. 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»:

подпункт 2.2 пункта 2 исключить;

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

в пункте 1:

часть первую изложить в следующей редакции:

«1. Настоящее Положение разработано в соответствии с абзацем пятым статьи 7, пунктами 1 и 3 статьи 24 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 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:

абзац третий изложить в следующей редакции:

«для оценки качества социальной наружной рекламы и (или) социальной рекламы на транспортном средстве, производимой на основании договора о выполнении работ (оказании услуг), заключенного между государственным органом и рекламопроизводителем (далее – договор), по окончании выполнения рекламопроизводителем работ (оказания услуг) до их приемки государственным органом – изготовленный макет социальной наружной рекламы и (или) социальной рекламы на транспортном средстве;»;

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

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

пункты 9 и 10 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 30 дней со дня представления материалов, указанных в части первой пункта 7 настоящего Положения.

10. Государственный орган, получивший решение Межведомственного совета, содержащее положительную оценку качества социальной теле- и радиорекламы, социальной наружной рекламы и (или) социальной рекламы на транспортном средстве, продолжает производство и (или) обеспечивает ее размещение (распространение).

Размещение (распространение) социальной теле- и радиорекламы, социальной наружной рекламы и (или) социальной рекламы на транспортном средстве, качество которой признано Межведомственным советом ненадлежащим, не допускается.»;

в пункте 12:

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

дополнить пункт частями следующего содержания:

«Заявка не подается в случае, если рекламодатель самостоятельно обратился в государственный орган с просьбой о предоставлении ему социальной рекламы для ее размещения (распространения).

Рекламодатель прекращает размещение (распространение) социальной рекламы, содержащей информацию о государственных праздниках, праздничных днях, памятных датах, сроках проведения мероприятий по случаю государственных праздников, праздничных дней, памятных дат, иных мероприятий республиканского или местного

значения, не позднее трех рабочих дней со дня окончания государственных праздников, праздничных дней, памятных дат, сроков проведения указанных мероприятий.»;

включить в состав Межведомственного совета по рекламе, утвержденный этим постановлением, Булавко Игоря Михайловича – начальника главного управления идеологической работы и по делам молодежи Гродненского облисполкома, Сильвестровича Олега Константиновича – начальника главного управления по наркоконтролю и противодействию торговле людьми криминальной милиции Министерства внутренних дел, исключив из него А.Л.Версоцкого и А.В.Саладовникова.

5. В приложении к постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 17 октября 2018 г. № 740 «О перечне административных процедур, прием заявлений и выдача решений по которым осуществляются через службу «одно окно»:

графу «Наименования административных процедур, осуществляемых в соответствии с законодательством местными исполнительными и распорядительными органами (их структурными подразделениями)» пункта 168 изложить в следующей редакции:

«168. Выдача дубликата разрешения на размещение средства наружной рекламы»;
пункт 169 исключить.

6. Графу «Наименование административных процедур» пункта 91 приложения 2 к постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 20 мая 2020 г. № 299 «О документах, срок действия по которым продлевается» изложить в следующей редакции:

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

Приложение 5
к постановлению
Совета Министров
Республики Беларусь
07.07.2021 № 395

ПЕРЕЧЕНЬ

утративших силу постановлений Совета Министров Республики Беларусь и их структурных элементов

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. Постановление 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 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».

7. 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».

8. 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 постановлений и структурного элемента постановления Совета Министров Республики Беларусь».

9. 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».

УТВЕРЖДЕНО

Постановление
Совета Министров
Республики Беларусь
07.07.2021 № 395

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, если не указано иное, – разрешение) организациям, индивидуальным предпринимателям, нотариусам, адвокатам, гражданам, осуществляющим ремесленную деятельность или деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма (далее, если не указано иное, – рекламодатель).

2. Настоящим Положением не регулируются отношения, возникающие в процессе размещения:

средств наружной рекламы, включенных в перечень средств наружной рекламы, размещение которых допускается без наличия разрешения, установленный в приложении 2 к постановлению, утвердившему настоящее Положение (далее – перечень средств наружной рекламы, размещение которых допускается без наличия разрешения);

средств доведения информации, 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 подразделений, закрепляемых на внешних сторонах зданий (сооружений), вне зданий (сооружений);

информационных табличек;

афиш и иных средств доведения информации, обязанность по размещению (распространению) которых 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).

Действие настоящего Положения не распространяется на отношения, связанные с выдачей, продлением действия, переоформлением и прекращением действия разрешения, если эти отношения урегулированы правовыми актами Президента Республики Беларусь.

3. Соответствующий вид средства наружной рекламы согласно приложению 1 указывается в паспорте средства наружной рекламы, оформляемом по форме согласно приложению 2.

В случае, если вид средства наружной рекламы определяется решением Минского городского, городского (города областного подчинения) или районного исполнительного комитета (далее – местный исполнительный и распорядительный орган), государственного

учреждения «Администрация Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень» (далее – администрация парка), в строку «вид средства наружной рекламы» паспорта средства наружной рекламы вносится запись «специализированное средство наружной рекламы» или «неспециализированное средство наружной рекламы» с указанием в скобках соответствующего вида средства наружной рекламы.

4. Выдача, продление действия, переоформление и прекращение действия разрешения осуществляются соответствующим местным исполнительным и распорядительным органом по принципу «одно окно», а при размещении средства наружной рекламы на территории индустриального парка «Великий камень» – администрацией парка.

Местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка ведет учет выданных разрешений.

5. Местный исполнительный и распорядительный орган вправе своим решением делегировать подчиненной организации полномочия по:

приему, подготовке к рассмотрению, принятию административного решения об отказе в принятии заявления на выдачу разрешения, заявления на продление действия разрешения, заявления на выдачу дубликата разрешения, заявления на переоформление разрешения;

заключению от имени местного исполнительного и распорядительного органа договора на размещение средства наружной рекламы, дополнительных соглашений об изменении условий договора на размещение средства наружной рекламы (далее – дополнительное соглашение);

учету выданных разрешений;

демонтажу средства наружной рекламы.

ГЛАВА 2 ПОРЯДОК ВЫДАЧИ РАЗРЕШЕНИЯ

6. Для получения разрешения рекламодатель представляет в местный исполнительный и распорядительный орган, администрацию парка заявление и иные документы, предусмотренные в регламенте административной процедуры по получению разрешения на размещение средства наружной рекламы, утвержденном Министерством антимонопольного регулирования и торговли.

В случае, если разрешение выдается по результатам проведения торгов на право размещения средства наружной рекламы на недвижимом имуществе* (далее – торги), заявление подается рекламодателем – победителем торгов (лицом, приравненным к победителю торгов) не позднее 10 рабочих дней со дня утверждения протокола о результатах торгов.

* Земельные участки, относящиеся к землям общего пользования или землям под дорогами и иными транспортными коммуникациями, капитальные строения (здания, сооружения), находящиеся 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 находящиеся 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.

7. Местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка принимают административное решение об отказе в принятии заявления в случаях и порядке, установленных в статье 17 Закона Республики Беларусь «Об основах административных процедур», а также в случае наличия у рекламодателя просроченной задолженности по плате, подлежащей взиманию в соответствии с одним из ранее заключенных договоров на размещение средства наружной рекламы на территории соответствующей административно-территориальной единицы.

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

Для подготовки заявления к рассмотрению местный исполнительный и распорядительный орган:

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

в случае, если разрешение выдается по результатам проведения торгов, запрашивает при необходимости у организатора торгов копию протокола о результатах торгов; оформляет паспорт средства наружной рекламы в двух экземплярах;

в случае размещения средства наружной рекламы в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, красных линий улиц, дорог или площадей населенных пунктов направляет паспорт средства наружной рекламы для согласования размещения средства наружной рекламы 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 для согласования размещения средства наружной рекламы 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», без категории и их территориях, в том числе на капитальных строениях (зданиях, сооружениях), иных объектах, которые находятся на территориях недвижимых материальных историко-культурных ценностей и относятся к исторической застройке, направляет эскиз средства наружной рекламы на согласование в Министерство культуры;

передает паспорт средства наружной рекламы для согласования размещения средства наружной рекламы 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 охраны недвижимых материальных историко-культурных ценностей независимо от их категории;

оформляет договор на размещение средства наружной рекламы.

Для подготовки заявления к рассмотрению администрация парка осуществляет полномочия, предусмотренные абзацами третьим–шестым, девятым части второй настоящего пункта.

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

Местный исполнительный и распорядительный орган в течение 10 рабочих дней со дня получения от рекламораспространителя проекта привязки осуществляет его согласование с организациями, эксплуатирующими инженерные сети, расположенные в месте размещения средства наружной рекламы, и утверждение.

Администрация парка в течение 5 рабочих дней со дня принятия заявления осуществляет согласование проекта привязки с организациями, эксплуатирующими инженерные сети, расположенные в месте размещения средства наружной рекламы, и его утверждение.

10. 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 пяти рабочих дней со дня получения паспорта средства наружной рекламы согласовывают размещение средства наружной рекламы либо направляют в местный исполнительный и распорядительный орган, администрацию парка письменный отказ в таком согласовании.

Согласование осуществляется путем внесения в паспорт 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.

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

Согласование осуществляется путем проставления на эскизе средства наружной рекламы грифа «СОГЛАСОВАНО», содержащего дату согласования и подпись уполномоченного должностного лица с указанием его фамилии и инициалов, заверенную печатью Министерства культуры, либо проставления штампа, содержащего 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.

12. Местный исполнительный и распорядительный орган или администрация парка, собственник имущества (уполномоченное лицо) и рекламодатель в течение 10 рабочих дней со дня регистрации заявления заключают договор на размещение средства наружной рекламы, в соответствии с которым:

местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка предоставляет рекламодателю право на использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях;

собственник имущества (уполномоченное лицо) оказывает рекламодателю содействие в размещении (распространении) наружной рекламы путем предоставления имущества во временное пользование для размещения средства наружной рекламы (далее – содействие в размещении (распространении) наружной рекламы).

Вместо многостороннего договора на размещение средства наружной рекламы могут заключаться двусторонние договоры на размещение средства наружной рекламы – между местным исполнительным и распорядительным органом или администрацией парка и рекламодателем и между собственником имущества (уполномоченным лицом) и рекламодателем.

Двусторонний договор на размещение средства наружной рекламы между местным исполнительным и распорядительным органом или администрацией парка и рекламодателем также заключается в случае, если:

местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка являются собственниками имущества (уполномоченными лицами). Согласно условиям такого договора местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка предоставляют рекламодателю право на использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях и оказывают содействие в размещении (распространении) наружной рекламы;

рекламодатель является собственником имущества (уполномоченным лицом). Согласно условиям такого договора местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка предоставляет рекламодателю право на использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях.

При размещении средства наружной рекламы на имуществе, находящемся в общей собственности нескольких лиц, заключать договор на размещение средства наружной рекламы от имени собственников имущества вправе уполномоченное на это собственниками имущества лицо (товарищество собственников, организация застройщиков, уполномоченное лицо по управлению общим имуществом совместного домовладения или иное лицо, уполномоченное собственниками имущества).

Договор на размещение средства наружной рекламы заключается на срок действия разрешения, за исключением случаев, предусмотренных в абзаце третьем части шестой настоящего пункта и абзаце втором пункта 49 настоящего Положения.

Местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка вправе в одностороннем порядке отказаться от исполнения договора на размещение средства наружной рекламы, проинформировав об этом рекламораспространителя в течение трех рабочих дней со дня принятия такого решения, в случаях:

неисполнения или ненадлежащего исполнения рекламораспространителем условий договора на размещение средства наружной рекламы;

принятия местным исполнительным и распорядительным органом, администрацией парка административного решения об отказе в выдаче или продлении действия разрешения.

В случае одностороннего отказа местного исполнительного и распорядительного органа, администрации парка от исполнения договора на размещение средства наружной рекламы такой договор считается расторгнутым.

13. В соответствии с договором на размещение средства наружной рекламы определяется и взимается плата, если иное не установлено законодательством:

местным исполнительным и распорядительным органом, администрацией парка – за предоставление права на использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях, а также за предоставление имущества во временное пользование для размещения средства наружной рекламы в случае, если местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка являются собственниками имущества (уполномоченными лицами);

собственником имущества (уполномоченным лицом) – за содействие в размещении (распространении) наружной рекламы.

Плата в соответствии с договором на размещение средства наружной рекламы, взимаемая местным исполнительным и распорядительным органом, а также администрацией парка – за предоставление права на использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях, зачисляется в бюджет соответствующей административно-территориальной единицы.

Плата в соответствии с договором на размещение средства наружной рекламы взимается:

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

при заключении дополнительного соглашения, предусматривающего перерасчет платы, – со дня его заключения, если иное не предусмотрено таким договором или дополнительным соглашением.

Плата в соответствии с договором на размещение средства наружной рекламы не взимается при размещении (распространении) на средстве наружной рекламы:

социальной рекламы;

рекламы мероприятий в сфере культуры, физической культуры и спорта, в число организаторов которых входят государственные органы.

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

Понижающие коэффициенты не применяются в случаях:

отсутствия рекламы на средстве наружной рекламы, за исключением периода замены рекламы продолжительностью не более 24 часов;

размещения наружной рекламы игорных заведений, азартных игр;

в иных случаях, определяемых собственником имущества (уполномоченным лицом).

В случае, если средство наружной рекламы одновременно соответствует определениям нескольких указанных в приложении 1 видов средств наружной рекламы, размещение которых допускается при наличии разрешения, такое средство наружной рекламы относится к виду средства наружной рекламы, за размещение которого взимается меньшая по размеру плата.

Уплаченная по договору на размещение средства наружной рекламы плата не подлежит возврату в связи с прекращением действия разрешения.

14. Местный исполнительный и распорядительный орган 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, администрация парка в течение 10 рабочих дней со дня регистрации заявления принимают административное решение о выдаче или об отказе в выдаче разрешения.

15. Местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка 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 уполномоченного структурного подразделения), администрации парка, и указания срока действия разрешения.

Эскиз средства наружной рекламы прилагается к паспорту средства наружной рекламы и является его неотъемлемой частью.

16. Разрешение выдается на срок:

не менее 7 лет на мультимедийные рекламные конструкции, электронные табло;

не менее 5 лет на иные технически сложные средства наружной рекламы (надкрышные рекламные конструкции, средства наружной рекламы на путепроводах (мостах), щиты с площадью рекламного поля 32 кв. метра и более, иные средства наружной рекламы с площадью рекламного поля более 50 кв. метров, щиты с внутренней подсветкой, щиты с вращающимися рекламными полями, призматыроны, лайтпостеры (световые коробки) с площадью рекламного поля более 2,16 кв. метра, лайтпостеры (световые коробки) в подземных пешеходных переходах, панели с внутренней подсветкой, а также иные средства наружной рекламы, отнесенные к технически сложным средствам наружной рекламы решением местного исполнительного и распорядительного органа), объемно-пространственные рекламные конструкции;

не менее 3 лет на лайтпостеры (световые коробки) с площадью рекламного поля до 2,16 кв. метра включительно, за исключением размещаемых в подземных пешеходных переходах, щиты с площадью рекламного поля до 32 кв. метров без внутренней подсветки, пилоны, панели без внутренней подсветки, указатели с внутренней подсветкой, иные средства наружной рекламы, закрепляемые на земельном участке, а также вывески и вывески рекламного характера, размещаемые на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны;

на вывески рекламного характера, за исключением вывесок рекламного характера, размещаемых на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны, – до окончания расположения производственного объекта, торгового объекта или иного объекта обслуживания или осуществления рекламораспространителем деятельности по месту размещения вывески рекламного характера;

не менее 1 года, если иное не определено договором на размещение средства наружной рекламы, на иные средства наружной рекламы.

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

17.1. заявление подано рекламораспространителем на выдачу разрешения, которое выдается по результатам проведения торгов, до их проведения или с нарушением срока, указанного в части второй пункта 6 настоящего Положения;

17.2. средство наружной рекламы включено в перечень средств наружной рекламы, размещение которых допускается без наличия разрешения;

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

требованиям, установленным в частях первой–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 постановлению, утвердившему настоящее Положение;

требованиям к размеру и (или) иным техническим характеристикам средств наружной рекламы, установленным решением местного исполнительного и распорядительного органа, администрации парка, 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 решением местного исполнительного и распорядительного органа, администрации парка по согласованию с Министерством культуры;

иным требованиям актов законодательства, в том числе обязательных для соблюдения технических нормативных правовых актов;

17.4. местным исполнительным и распорядительным органом, администрацией парка, являющимися собственниками имущества (уполномоченными лицами), отказано в выдаче согласия на размещение средства наружной рекламы по основаниям, указанным в пункте 19 настоящего Положения, в случае, когда торги не проводятся;

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

17.6. организацией, эксплуатирующей инженерные сети, расположенные в месте размещения средства наружной рекламы, представлен письменный отказ в согласовании проекта привязки;

17.7. соответствующим подразделением Государственной автомобильной инспекции Министерства внутренних дел, владельцем автомобильной дороги представлен письменный отказ в согласовании размещения средства наружной рекламы;

17.8. органом управления архитектурной, градостроительной и строительной деятельностью местного исполнительного и распорядительного органа представлен письменный отказ в согласовании размещения средства наружной рекламы, в том числе по причине ухудшения архитектурного облика здания (сооружения), застройки территории в связи с размещением средства наружной рекламы, критерии которого определяются местным исполнительным и распорядительным органом;

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

17.10. не заключен договор на размещение средства наружной рекламы между местным исполнительным и распорядительным органом, администрацией парка и рекламораспространителем и (или) между собственником имущества (уполномоченным лицом) и рекламораспространителем;

17.11. рекламораспространителем в течение трех лет, предшествовавших подаче заявления, осуществлялось размещение средства наружной рекламы без разрешения, за исключением средства наружной рекламы, включенного в перечень средств наружной рекламы, размещение которых допускается без наличия разрешения;

17.12. действие выданного рекламораспространителю разрешения было прекращено в течение года, предшествовавшего подаче заявления, в случаях, указанных в подпунктах 44.4, 44.7 и 44.10 пункта 44 настоящего Положения;

17.13. место размещения средства наружной рекламы, указанное рекламораспространителем в заявлении, указано также в заявлении другого рекламораспространителя, зарегистрированном местным исполнительным и распорядительным органом, администрацией парка на более раннюю дату в случае, когда торги не проводятся.

18. В случае, если разрешение выдается по результатам проведения торгов, местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка вправе принять административное решение об отказе в выдаче разрешения в случаях и порядке, установленных в статьях 25 и 26 Закона Республики Беларусь «Об основах административных процедур», а также в случаях, указанных в подпунктах 17.1, 17.5–17.10 пункта 17 настоящего Положения.

19. Местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка, являющиеся собственниками имущества (уполномоченными лицами), отказывают в выдаче согласия на размещение средства наружной рекламы по следующим основаниям:

при наличии документально подтверждаемых планов по проведению в месте размещения средства наружной рекламы работ по застройке, благоустройству территорий, строительству, реконструкции или ремонту зданий (сооружений), иных элементов инфраструктуры, мероприятий по случаю государственных праздников, праздничных дней, памятных дат, иных мероприятий республиканского или местного значения либо использованию места размещения средства наружной рекламы в иных целях, не связанных с размещением средств наружной рекламы;

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 определены местным исполнительным и распорядительным органом, администрацией парка.

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

21. В случае утраты или приведения в негодность разрешения рекламодатель вправе подать в местный исполнительный и распорядительный орган, администрацию парка заявление о выдаче дубликата разрешения, составленное в произвольной форме с указанием причины получения дубликата, к которому прилагаются две фотографии с обозначением места размещения средства наружной рекламы размером 9 x 13 сантиметров, выполненные в цвете, а также пришедшее в негодность разрешение (при наличии).

ГЛАВА 3 ПОРЯДОК ПРОДЛЕНИЯ ДЕЙСТВИЯ РАЗРЕШЕНИЯ

22. Для продления действия разрешения рекламодатель не ранее чем за два месяца и не позднее чем за пять рабочих дней до окончания срока действия разрешения представляет в местный исполнительный и распорядительный орган, администрацию парка заявление и иные документы, предусмотренные в регламенте административной процедуры по продлению действия разрешения на размещение средства наружной рекламы, утвержденном Министерством антимонопольного регулирования и торговли.

23. Местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка принимают административное решение об отказе в принятии заявления:

в случаях и порядке, установленных в статье 17 Закона Республики Беларусь «Об основах административных процедур», а также если заявление подано с нарушением срока, указанного в пункте 22 настоящего Положения;

в случае наличия у рекламодателя просроченной задолженности по плате, подлежащей взиманию в соответствии с одним из ранее заключенных договоров на размещение средства наружной рекламы на территории соответствующей административно-территориальной единицы.

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

25. Местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка в течение пяти рабочих дней со дня регистрации заявления принимает административное решение о продлении действия разрешения или об отказе в таком продлении.

26. Местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка принимают административное решение о продлении действия разрешения путем указания в паспорте средства наружной рекламы нового срока его действия, заверенного печатью местного исполнительного и распорядительного органа (его уполномоченного подразделения), администрации парка.

27. Действие разрешения продлевается на срок:

не менее 7 лет на мультимедийные рекламные конструкции, электронные табло;

не менее 5 лет на иные технически сложные средства наружной рекламы (надкрышные рекламные конструкции, средства наружной рекламы на путепроводах (мостах), щиты с площадью рекламного поля 32 кв. метра и более, иные средства наружной рекламы с площадью рекламного поля более 50 кв. метров, щиты с внутренней подсветкой, щиты с вращающимися рекламными полями, призматроны, лайтпостеры (световые коробки) с площадью рекламного поля более 2,16 кв. метра, лайтпостеры (световые коробки) в подземных пешеходных переходах, панели с внутренней подсветкой, а также иные средства наружной рекламы, отнесенные к технически сложным средствам наружной рекламы решением местного исполнительного и распорядительного органа), объемно-пространственные рекламные конструкции;

не менее 3 лет на лайтпостеры (световые коробки) с площадью рекламного поля до 2,16 кв. метра включительно, за исключением размещаемых в подземных пешеходных переходах, щиты с площадью рекламного поля до 32 кв. метров без внутренней подсветки, пилоны, панели без внутренней подсветки, указатели с внутренней подсветкой, иные средства наружной рекламы, закрепляемые на земельном участке, а также вывески и вывески рекламного характера, размещаемые на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны;

до окончания расположения производственного объекта, торгового объекта или иного объекта обслуживания или осуществления рекламораспространителем деятельности по месту размещения вывески рекламного характера на вывески рекламного характера, за исключением вывесок рекламного характера, размещаемых на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны;

не менее 1 года, если иное не определено договором на размещение средства наружной рекламы, на иные средства наружной рекламы.

28. Действие договора на размещение средства наружной рекламы продлевается на срок продления действия разрешения путем заключения дополнительного соглашения на соответствующий срок.

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

29.1. средство наружной рекламы размещается на недвижимых материальных историко-культурных ценностях категории «0», «1», «2» или без категории и их территориях, а также на капитальных строениях (зданиях, сооружениях), иных объектах, которые находятся на территориях недвижимых материальных историко-культурных ценностей и относятся к исторической застройке, и при выдаче разрешения на его размещение согласование эскиза средства наружной рекламы с Министерством культуры не осуществлялось;

29.2. средство наружной рекламы размещается с нарушением:

требований, установленных 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 постановлению, утвердившему настоящее Положение;

требований к размеру и (или) иным техническим характеристикам средств наружной рекламы, установленных решением местного исполнительного и распорядительного органа, администрации парка;

иных требований актов законодательства, в том числе обязательных для соблюдения технических нормативных правовых актов;

29.3. 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 охраны недвижимых материальных историко-культурных ценностей соответствующей категории;

о несоответствии размещения средства наружной рекламы требованиям статьи 110 Кодекса Республики Беларусь о культуре;

об ухудшении архитектурного облика здания (сооружения), застройки территории в связи с размещением средства наружной рекламы, критерии которого определяются местным исполнительным и распорядительным органом;

29.4. местным исполнительным и распорядительным органом, администрацией парка, являющимися собственниками имущества (уполномоченными лицами), отказано в выдаче согласия на дальнейшее размещение средства наружной рекламы по основаниям, указанным в пункте 19 настоящего Положения;

29.5. средство наружной рекламы размещается с отступлением от обозначенного в проекте привязки места его размещения;

29.6. рекламодателем неоднократно (два и более раза) в течение года, предшествующего подаче заявления, 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;

29.7. рекламодателем в течение срока действия разрешения, в отношении которого подано заявление, допущено ненадлежащее исполнение условий договора на размещение средства наружной рекламы или сторонами не заключено дополнительное соглашение, предусмотренное в пункте 28 настоящего Положения.

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

ГЛАВА 4 ПОРЯДОК ПЕРЕОФОРМЛЕНИЯ РАЗРЕШЕНИЯ

31. Для переоформления разрешения рекламодатель представляет в местный исполнительный и распорядительный орган, администрацию парка заявление и иные документы, предусмотренные в регламенте административной процедуры по переоформлению разрешения на размещение средства наружной рекламы, утвержденном Министерством антимонопольного регулирования и торговли.

Заявление представляется:

не позднее одного месяца со дня наступления основания, указанного в абзаце третьем части первой пункта 32 настоящего Положения;

не позднее чем за пять рабочих дней до дня наступления основания, указанного в абзаце четвертом части первой пункта 32 настоящего Положения.

32. Основаниями для переоформления разрешения являются:

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

переход права собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления на средство наружной рекламы к другому рекламодателю;

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

Переоформление не осуществляется в случаях:

изменения наименования или фамилии, собственного имени, отчества (если таковое имеется) рекламодателя, в том числе в результате реорганизации в форме преобразования;

изменения места нахождения или места жительства (места пребывания) рекламодателя;

модернизации средства наружной рекламы, не влекущей изменения вида средства наружной рекламы и (или) площади его рекламного поля.

В случаях, указанных в части второй настоящего пункта, рекламодатель не позднее одного месяца со дня наступления соответствующего события письменно уведомляет об этом местный исполнительный и распорядительный орган, администрацию парка, который прилагает данное уведомление к ранее выданному разрешению.

33. Местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка принимает административное решение об отказе в принятии заявления в случаях и 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 в части первой пункта 32 настоящего Положения.

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

35. В случае, если в связи с переоформлением разрешения требуется внесение изменений в условия договора на размещение средства наружной рекламы, такие изменения вносятся в договор путем заключения дополнительного соглашения.

36. Местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка принимает административное решение о переоформлении или об отказе в переоформлении разрешения в течение пяти рабочих дней со дня регистрации заявления.

37. Местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка принимает административное решение о переоформлении разрешения путем перенесения необходимых данных из ранее утвержденного паспорта средства наружной рекламы в новый паспорт средства наружной рекламы и нанесения на него штампа, содержащего слово «ПЕРЕОФОРМЛЕН».

Новый 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 уполномоченного структурного подразделения), администрации парка, и указания срока действия разрешения.

Срок действия переоформленного разрешения должен соответствовать сроку действия ранее выданного разрешения, а в случае переоформления разрешения по основанию, указанному в абзаце четвертом части первой пункта 32 настоящего Положения, – сроку действия разрешения на размещение соответствующего средства наружной рекламы, предусмотренному в пункте 16 настоящего Положения (с учетом истекшего срока действия ранее выданного разрешения).

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

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

заявление подано с нарушением сроков, указанных в части второй пункта 31 настоящего Положения;

представленные документы не подтверждают наличие основания для переоформления разрешения;

запланированные изменения средства наружной рекламы не являются модернизацией;

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 решением местного исполнительного и распорядительного органа, администрации парка, или иным требованиям актов законодательства, в том числе обязательных для соблюдения технических нормативных правовых актов;

не заключено дополнительное соглашение, предусмотренное в пункте 35 настоящего Положения.

39. Местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка 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. Плата, взимаемая при осуществлении административной процедуры по выдаче (продлению действия, переоформлению) разрешения (далее – плата за услуги), вносится рекламораспространителем на счет местного исполнительного и распорядительного органа, администрации парка.

41. Информация о размере платы за услуги размещается по месту нахождения местного исполнительного и распорядительного органа, подчиненной организации, администрации парка в доступном для обозрения месте (на информационных стендах, табло и (или) иным способом), а также на официальных сайтах местного исполнительного и распорядительного органа, подчиненной организации, администрации парка в глобальной компьютерной сети Интернет.

42. Плата за услуги подлежит возврату рекламораспространителю в случаях: принятия административного решения об отказе в принятии заявления; если не установлено взимание платы за услуги.

ГЛАВА 6

ПОРЯДОК ПРЕКРАЩЕНИЯ ДЕЙСТВИЯ РАЗРЕШЕНИЯ

43. Действие разрешения прекращается: в связи с истечением срока его действия – со дня, следующего за днем истечения; на основании акта о прекращении действия разрешения, составленного местным исполнительным и распорядительным органом, администрацией парка по форме согласно приложению 3, – со дня его составления.

44. Акт о прекращении действия разрешения составляется не позднее 10 рабочих дней со дня возникновения следующих оснований:

44.1. демонтаж средства наружной рекламы, произведенный по инициативе рекламораспространителя до окончания срока действия разрешения;

44.2. ликвидация (прекращение деятельности), смерть рекламораспространителя;

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

44.4. неисполнение или ненадлежащее исполнение рекламораспространителем 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;

44.5. 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;

44.6. размещение средства наружной рекламы с отступлением от обозначенного в проекте привязки места его размещения;

44.7. 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;

44.8. расторжение договора на размещение средства наружной рекламы в связи с неисполнением или ненадлежащим исполнением рекламодателем его условий;

44.9. выявление факта незаключения договора на размещение средства наружной рекламы между собственником имущества (уполномоченным лицом) и рекламодателем, когда двусторонние договоры на размещение средства наружной рекламы заключаются в соответствии с частью второй пункта 12 настоящего Положения;

44.10. использование средства наружной рекламы не по назначению;

44.11. неразмещение средства наружной рекламы в течение двух месяцев (при выдаче разрешения на размещение мультимедийной рекламной конструкции – в течение шести месяцев) со дня выдачи разрешения, если иной срок не предусмотрен договором на размещение средства наружной рекламы;

44.12. переход права владения, пользования, распоряжения средством наружной рекламы к другому рекламодателю или проведение модернизации средства наружной рекламы, в результате которой изменился вид средства наружной рекламы и (или) размеры площади его рекламного поля, без подачи рекламодателем заявления на переоформление разрешения в установленные сроки;

44.13. неосуществление модернизации средства наружной рекламы в течение двух месяцев (при изменении вида средства наружной рекламы на мультимедийную рекламную конструкцию – в течение шести месяцев) со дня получения рекламодателем уведомления местного исполнительного и распорядительного органа, администрации парка о принятом административном решении о переоформлении разрешения по основанию, предусмотренному в абзаце четвертом части первой пункта 32 настоящего Положения;

44.14. проведение в месте размещения средства наружной рекламы работ по застройке, благоустройству территорий, строительству, реконструкции или ремонту зданий (сооружений), иных элементов инфраструктуры, мероприятий по случаю государственных праздников, праздничных дней, памятных дат, иных мероприятий республиканского или местного значения;

44.15. размещение (распространение) рекламы, содержащей призывы к экстремистской деятельности или пропагандирующей такую деятельность и (или) поощряющей, пропагандирующей культ насилия и жестокости или побуждающей к насилию, жестокости, опасным действиям, способным нанести вред здоровью граждан, имуществу государства, организаций или граждан либо угрожающим их безопасности;

44.16. неисполнение требования государственного органа о размещении (распространении) социальной наружной рекламы государственных праздников, общереспубликанских праздничных дней и памятных дат, а также социальной наружной рекламы в сфере обеспечения государственной и (или) общественной безопасности;

44.17. размещение средства наружной рекламы без внесения в установленный срок платы, подлежащей взиманию местным исполнительным и распорядительным органом, администрацией парка в соответствии с договором на размещение средства наружной рекламы.

45. На основании акта о прекращении действия разрешения местным исполнительным и распорядительным органом, администрацией парка на паспорт средства наружной рекламы наносится гриф «ПРЕКРАЩЕНО», содержащий дату прекращения действия разрешения и подпись уполномоченного должностного лица с указанием его фамилии и инициалов, заверенную печатью местного исполнительного и распорядительного органа (его уполномоченного структурного подразделения), администрации парка, либо проставляется штамп, содержащий слово «ПРЕКРАЩЕНО»,

дату прекращения действия разрешения и подпись уполномоченного должностного лица с указанием его фамилии и инициалов.

46. Местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка выносит предписание о демонтаже средства наружной рекламы:

46.1. рекламораспространителю в течение 10 рабочих дней со дня: выявления факта несвоевременного демонтажа средства наружной рекламы в случае, указанном в абзаце втором пункта 43 настоящего Положения;

составления акта о прекращении действия разрешения в случаях, указанных в подпунктах 44.3–44.14 пункта 44 настоящего Положения;

46.2. собственнику имущества (уполномоченному лицу) в течение 10 рабочих дней со дня составления акта о прекращении действия разрешения в случае, указанном в подпункте 44.2 пункта 44 настоящего Положения.

47. При прекращении действия разрешения демонтаж средства наружной рекламы производится:

47.1. рекламораспространителем в течение трех рабочих дней:

со дня прекращения действия разрешения или получения предписания о демонтаже средства наружной рекламы в случае, указанном в абзаце втором пункта 43 настоящего Положения;

со дня получения предписания о демонтаже средства наружной рекламы в случаях, указанных в подпунктах 44.3–44.14 пункта 44 настоящего Положения;

47.2. собственником имущества (уполномоченным лицом) в течение трех рабочих дней со дня получения предписания о демонтаже средства наружной рекламы в случае, указанном в подпункте 44.2 пункта 44 настоящего Положения.

48. В случае невыполнения рекламораспространителем, собственником имущества (уполномоченным лицом) обязанности по демонтажу средства наружной рекламы в сроки, указанные в пункте 47 настоящего Положения, такой демонтаж производится местным исполнительным и распорядительным органом. При этом местный исполнительный и распорядительный орган принимает меры по возмещению рекламораспространителем понесенных в связи с демонтажем средства наружной рекламы расходов, если действие разрешения прекращено в случаях, указанных в абзаце втором пункта 43 и подпунктах 44.3–44.14 пункта 44 настоящего Положения.

49. При прекращении действия разрешения действие договора на размещение средства наружной рекламы прекращается:

в случаях, указанных в абзаце втором пункта 43 и подпунктах 44.3–44.14 пункта 44 настоящего Положения, – со дня демонтажа средства наружной рекламы, а если срок демонтажа установить невозможно, – со дня вынесения местным исполнительным и распорядительным органом, администрацией парка предписания о демонтаже средства наружной рекламы;

в случаях, указанных в подпунктах 44.1 и 44.2 пункта 44 настоящего Положения, – со дня прекращения действия разрешения.

Приложение 1

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

ВИДЫ средств наружной рекламы

1. Витрина.
2. Вывеска.
3. Вывеска рекламного характера.
4. Кронштейн.
5. Лайтпостер (световой короб).
6. Мультимедийная рекламная конструкция.
7. Надкрышная рекламная конструкция.

8. Наземное панно.
9. Настенная рекламная конструкция.
10. Объемно-пространственная рекламная конструкция.
11. Панель.
12. Пилон.
13. Плакатница или иная выносная рекламная конструкция.
14. Призматрон.
15. Растяжка.
16. Тумба.
17. Указатель.
18. Флаговая рекламная конструкция
19. Щит.
20. Электронное табло.
21. Иные виды, определенные решением местного исполнительного и распорядительного органа, администрации парка.

Приложение 2

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

Форма

УТВЕРЖДЕНО

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

М.П.

(дата утверждения)

(наименование местного исполнительного и распорядительного органа, администрации парка)

ПАСПОРТ СРЕДСТВА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

(номер разрешения)

Сведения о рекламодателе:
наименование (фамилия, собственное имя, отчество (если таковое имеется))

учетный номер плательщика _____
место нахождения (место жительства или место пребывания) _____

номер контактного телефона (код) _____
организация, индивидуальный предприниматель, нотариус, адвокат либо гражданин,
осуществляющий ремесленную деятельность или деятельность по оказанию услуг в сфере
агротуризма (нужное подчеркнуть);
оператор наружной рекламы (да/нет) _____

Сведения о средстве наружной рекламы:
вид средства наружной рекламы _____

адрес (адресные ориентиры) места размещения средства наружной рекламы

категория территории (высшая, первая, вторая) _____
площадь рекламного поля (при наличии), кв. метров _____
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) _____

Место для фотографии с обозначением места размещения средства наружной
рекламы.

Место для выкопировки из топографической карты (плана) в масштабе 1:500 либо ситуационный план местности в масштабе 1:2000 или 1:5000 с обозначением места размещения средства наружной рекламы (в случае размещения средства наружной рекламы на земельном участке).

Информация о согласовании.

Орган управления архитектурной, градостроительной и строительной деятельностью местного исполнительного и распорядительного органа:

наименование _____

_____ место для грифа, штампа

Подразделение Государственной автомобильной инспекции Министерства внутренних дел:

наименование _____

_____ место для грифа, штампа

Владелец автомобильной дороги:

наименование _____

_____ место для грифа, штампа

Действует до ____ ____ 20__ г.

Примечание. Срок действия разрешения на размещение вывески рекламного характера допускается указывать словами «Действует до окончания расположения производственного объекта, торгового объекта или 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 таких объекта или рекламораспространителя.

Приложение 3

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

Форма

_____ (наименование местного исполнительного и распорядительного органа, администрации парка)

АКТ

о прекращении действия разрешения на размещение средства наружной рекламы

_____ (дата составления)

№ _____

На основании настоящего акта прекращается действие разрешения на размещение средства наружной рекламы:

номер разрешения _____

дата утверждения разрешения _____

дата окончания действия разрешения _____

Сведения о средстве наружной рекламы:

вид средства наружной рекламы _____

адрес (адресные ориентиры) места размещения средства наружной рекламы _____

Сведения о рекламодателе:

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

учетный номер плательщика _____

место нахождения (место жительства или место пребывания) _____

Настоящий акт составлен на основании _____

(указываются основания

составления, источник полученной информации)

К акту прилагаются документы (при наличии) на _____ листах:

(должность уполномоченного должностного лица,
составившего акт)

(подпись)
М.П.

(фамилия, инициалы)

УТВЕРЖДЕНО

Постановление
Совета Министров
Республики Беларусь
07.07.2021 № 395

ПОЛОЖЕНИЕ

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

ГЛАВА 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Настоящим Положением определяется порядок организации и проведения торгов на право размещения средств рекламы на недвижимом имуществе (земельные участки, относящиеся к землям общего пользования или землям под дорогами и иными транспортными коммуникациями, капитальные строения (здания, сооружения), находящиеся 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 не указано иное, – государственное недвижимое имущество).

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

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

В случае получения организатором торгов письменного обращения о проведении торгов решение об их проведении принимается не позднее двух месяцев со дня регистрации такого обращения.

4. Организатором торгов могут являться:

Государственный комитет по имуществу или уполномоченное им юридическое лицо – при проведении торгов на право размещения средства рекламы на недвижимом имуществе, находящемся в собственности Республики Беларусь и составляющем казну Республики Беларусь;

местный исполнительный и распорядительный орган – при проведении торгов на право размещения средства рекламы на земельном участке, относящемся к землям общего пользования или землям под дорогами и иными транспортными коммуникациями, или ином недвижимом имуществе, находящемся в коммунальной собственности и составляющем казну соответствующей административно-территориальной единицы;

иное государственное юридическое лицо – при проведении торгов на право размещения средства рекламы на недвижимом имуществе, находящемся в государственной собственности и закрепленном за ним на праве хозяйственного ведения или оперативного управления либо переданном ему 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 его собственности, а также на государственном недвижимом имуществе, переданном ему в безвозмездное пользование;

специализированная организация, действующая на основании договора с лицами, указанными в абзацах втором–пятом настоящей части, и выступающая от их или своего имени либо уполномоченная на проведение торгов в соответствии с законодательством (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.

5. Организатор торгов:

принимает решение о проведении торгов и определяет их форму;

определяет место, дату, время начала и окончания приема заявлений на участие в торгах, место, дату и время проведения торгов, а также открытия предложений участников конкурса (в случае проведения торгов в форме конкурса);

устанавливает начальную цену предмета торгов, а также сумму задатка для участия в торгах;

создает комиссию по проведению торгов (далее – комиссия);

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

организует поиск потенциальных участников, при необходимости размещение (распространение) рекламы о проведении торгов;

организует прием заявлений и прилагаемых к ним документов;

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

заключает с участниками торгов 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 иными актами законодательства (далее – соглашение);

осуществляет денежные расчеты с участниками торгов;

обеспечивает проведение торгов и оформление их результатов;

принимает решение об аннулировании результатов торгов в случаях, предусмотренных настоящим Положением.

ГЛАВА 2 ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТОРГОВ

6. Извещение подлежит обязательному опубликованию в печатном средстве массовой информации, определенном Советом Министров Республики Беларусь, а при проведении торгов на право размещения средства рекламы на недвижимом имуществе, находящемся в коммунальной собственности, может быть дополнительно опубликовано в печатном средстве массовой информации, определенном местным исполнительным и распорядительным органом, не менее чем за 30 дней до проведения торгов, а в случае повторных торгов – не менее чем за 10 дней до их проведения.

Информация об объявленных торгах и предмете торгов дополнительно размещается в глобальной компьютерной сети Интернет на официальном сайте организатора торгов, а если организатором торгов выступает специализированная организация, – также на официальном сайте лица, принявшего решение о проведении торгов.

7. В извещении должны быть указаны:

форма и предмет торгов;

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

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

место нахождения государственного недвижимого имущества, требования к размещаемому средству рекламы;

сумма задатка, порядок и сроки его внесения;
информация о порядке и сроках возмещения затрат на подготовку и проведение торгов;
место, дата, время начала и окончания приема заявлений и прилагаемых к ним документов, перечень указанных документов;
информация о порядке проведения торгов (сведения об оформлении участия в торгах, определении победителя торгов и начальной цене предмета торгов);
срок, предоставляемый для заключения договора на размещение средства рекламы (далее, если не указано иное, – договор).

8. Для организации и проведения торгов организатор торгов создает комиссию, в состав которой могут включаться представители лиц, указанных в абзацах втором – пятом части первой пункта 4 настоящего Положения, если организатором торгов выступает специализированная организация, а также другие заинтересованные лица (с их согласия).

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

Комиссия выполняет следующие функции:

объявляет победителя торгов, определяет единственного участника несостоявшегося конкурса, согласившегося на приобретение предмета конкурса на предложенных им условиях, или единственного участника несостоявшегося аукциона, согласившегося на приобретение предмета аукциона по начальной цене, увеличенной на 5 процентов (далее – лицо, приравненное к победителю торгов), либо принимает иное решение по результатам торгов в соответствии с настоящим Положением;

оформляет протокол о результатах торгов (конкурса и (или) аукциона), в том числе протокол о признании торгов (аукциона) нерезультативными (в случае признания аукциона нерезультативным), протокол о признании торгов (аукциона или конкурса) несостоявшимися (в случае признания аукциона или конкурса несостоявшимися);

разрешает спорные вопросы, возникающие в ходе проведения торгов;
выполняет иные функции в соответствии с настоящим Положением.

Заседание комиссии считается правомочным при присутствии на нем не менее двух третей членов комиссии. Решения комиссии принимаются простым большинством голосов членов комиссии, присутствующих на заседании, путем открытого голосования. В случае равенства голосов председатель комиссии (при отсутствии – его заместитель) имеет право решающего голоса.

Решения комиссии оформляются протоколами, которые подписываются председателем (при отсутствии – его заместителем) и членами комиссии, присутствовавшими на заседании.

9. Организатор торгов вправе отказаться от проведения торгов в любое время, но не менее чем за три дня до проведения аукциона либо за 30 дней до проведения конкурса. Задаток, внесенный участниками торгов до отказа организатора торгов от их проведения, возвращается участникам торгов в течение пяти рабочих дней со дня такого отказа. В случае, когда организатор торгов отказался от проведения торгов с нарушением указанного срока, он обязан возместить участникам торгов понесенный ими реальный ущерб.

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

10. Торги, проводимые после аукциона, признанного нерезультативным, или аннулирования результатов торгов, считаются повторными.

При проведении повторных торгов в извещении указываются данные, предусмотренные в пункте 7 настоящего Положения.

11. Начальная цена предмета торгов устанавливается организатором торгов.

ГЛАВА 3 УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ В ТОРГАХ

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

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

представляет документы, указанные в пункте 14 настоящего Положения;

заключает с организатором торгов соглашение.

13. В соглашении предусматриваются условие о задатке, права, обязанности и ответственность сторон в процессе организации и проведения торгов, в том числе размер штрафа, определяемый в соответствии с частью третьей подпункта 1.2 пункта 1 Указа Президента Республики Беларусь от 5 мая 2009 г. № 232 «О некоторых вопросах проведения аукционов (конкурсов)», уплачиваемого:

победителем торгов (лицом, приравненным к победителю торгов), отказавшимся или уклонившимся от подписания протокола о результатах торгов, договора и (или) возмещения затрат на организацию и проведение торгов;

участниками аукциона, отказавшимися объявить свою цену за предмет аукциона, в результате чего аукцион признан нерезультативным в соответствии с частью третьей пункта 39 настоящего Положения.

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

14. Заявление на участие в торгах подается по форме согласно приложению с приложением следующих документов:

заверенная банком копия платежного документа о внесении суммы задатка на текущий (расчетный) банковский счет организатора торгов*;

копия документа, подтверждающего государственную регистрацию юридического лица или индивидуального предпринимателя, желающих принять участие в торгах;

эскиз средства наружной рекламы, выполненный в цвете на бумажном носителе в формате А4 или электронном носителе;

предложения по выполнению условий конкурса (в случае проведения торгов в форме конкурса). Данные предложения подписываются участником, скрепляются печатью, представляются в запечатанном конверте, являются окончательными и уточнению в ходе конкурса не подлежат.

* За исключением внесения задатка посредством использования автоматизированной информационной системы единого расчетного и информационного пространства.

15. При подаче организатору торгов документов для участия в торгах и заключении соглашения представляются:

физическим лицом, в том числе индивидуальным предпринимателем, – документ, удостоверяющий личность;

представителем физического лица, индивидуального предпринимателя, юридического лица – оригинал документа, подтверждающего его полномочия, и документ, удостоверяющий личность.

16. К участию в торгах допускаются лица, выполнившие условия, предусмотренные в пункте 12 настоящего Положения, в порядке и сроки, указанные в извещении.

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

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

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

Отказом признаются как письменное заявление, так и неявка на торги. Лицу, отказавшемуся от участия в торгах, в течение пяти рабочих дней со дня проведения торгов

возвращается внесенный им задаток. Факт отказа от участия в торгах фиксируется комиссией в протоколе о результатах торгов.

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

ГЛАВА 4 ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРСА

21. Конкурс проводится в день, время и месте, указанные в извещении.

22. До начала конкурса его участники проходят регистрацию.

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

24. При проведении конкурса комиссия проверяет соблюдение требований настоящего Положения.

25. Открытие предложений производится комиссией в день, время и месте, указанные в извещении.

26. На заседание комиссии с ее согласия могут быть приглашены участники конкурса, специалисты, эксперты, переводчики.

27. Победителем торгов (конкурса) признается участник, предложение которого соответствует условиям конкурса. При равных условиях победителем торгов (конкурса) признается участник, предложивший наивысшую цену.

28. Победитель торгов (конкурса) объявляется председателем комиссии в день вскрытия конвертов.

29. Протокол о результатах торгов (конкурса) составляется в двух экземплярах, подписывается председателем комиссии (при отсутствии – его заместителем), членами комиссии, присутствовавшими на заседании, победителем торгов (конкурса) и утверждается организатором торгов (конкурса) в день его проведения.

В протоколе о результатах торгов (конкурса) указываются:

наименование предмета торгов (конкурса);

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

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

срок действия договора;

обязанность победителя торгов (конкурса) (лица, приравненного к победителю торгов) по возмещению расходов на организацию и проведение конкурса.

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

30. Член комиссии, не согласный с решением комиссии, обязан подписать протокол о результатах торгов (конкурса). При этом он имеет право представить председателю комиссии свое особое мнение в письменной форме.

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

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

32. 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

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

34. До начала аукциона его участники проходят регистрацию.

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

36. Аукцион проводит аукционист, определяемый организатором торгов, проводимых в форме 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.

37. 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.

Аукционист трижды называет цену, по которой продан предмет аукциона, и объявляет о продаже данного предмета аукциона, а также сообщает номер участника, выигравшего аукцион по данному предмету аукциона, который является победителем торгов (аукциона).

38. 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 объявляет о продаже предмета торгов (аукциона), а участника аукциона – победителем торгов (аукциона) по соответствующему предмету торгов (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 объявляет о продаже предмета торгов (аукциона), а участника аукциона – победителем торгов (аукциона) по соответствующему предмету торгов (аукциона). Если ни один из участников аукциона не предложил своей цены, аукцион в отношении соответствующего предмета торгов (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.

39. Аукцион по конкретному предмету торгов (аукциона) признается несостоявшимся, о чем комиссией составляется протокол о признании торгов (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 торгов (аукциона) продается этому участнику при его согласии по начальной цене, увеличенной на 5 процентов. Согласие либо отказ такого участника приобрести предмет торгов (аукциона) отражается в протоколе о признании торгов (аукциона) несостоявшимся.

Аукцион по конкретному предмету торгов (аукциона) признается нерезультативным, о чем комиссией составляется протокол о признании торгов (аукциона) нерезультативными, в случаях, если:

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

ни один из участников аукциона не предложил свою цену за предмет торгов (аукциона) в соответствии с пунктом 38 настоящего Положения.

40. Протокол о результатах торгов (аукциона) составляется в двух экземплярах, подписывается председателем комиссии (при отсутствии – его заместителем), членами комиссии, присутствовавшими на заседании, победителем торгов (аукциона) (лицом, приравненным к победителю аукциона) и утверждается организатором торгов (аукциона) в день их проведения.

В протоколе о результатах торгов (аукциона) указываются:

наименование предмета торгов (аукциона);

информация о победителе торгов (аукциона) (лице, приравненном к победителю торгов);

начальная цена предмета торгов (аукциона);

цена продажи предмета торгов (аукциона);

сумма затрат на организацию и проведение аукциона;

обязательства победителя торгов (аукциона) (лица, приравненного к победителю торгов) по перечислению суммы средств, за которую продан предмет торгов (аукциона);

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

срок действия договора.

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

41. Спорные вопросы, возникшие в ходе проведения торгов (аукциона), решаются комиссией с учетом мнения аукциониста.

ГЛАВА 6

РАСЧЕТЫ С УЧАСТНИКАМИ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДОГОВОРА, АННУЛИРОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ТОРГОВ

42. Победитель торгов (лицо, приравненное к победителю торгов) в течение пяти рабочих дней со дня проведения торгов обязан перечислить на текущий (расчетный) банковский счет, указанный в протоколе о результатах торгов, сумму средств, за которую продан предмет торгов, за вычетом внесенной им суммы задатка, а также возместить организатору торгов затраты на их организацию и проведение.

43. Задаток возвращается всем участникам торгов, кроме их победителя (лица, приравненного к победителю торгов), в течение пяти рабочих дней со дня проведения торгов.

Победителю торгов (лицу, приравненному к победителю торгов) задаток не возвращается, за исключением случая, указанного в абзаце третьем части третьей пункта 45 настоящего Положения. Внесенный победителем торгов (лицом, приравненным к победителю торгов) задаток учитывается при окончательных расчетах по договору, за исключением случая, указанного в абзаце втором части третьей пункта 45 настоящего Положения.

44. 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.

45. Результаты торгов аннулируются по решению организатора торгов в случаях, если победитель торгов (лицо, приравненное к победителю торгов) в установленный срок отказался или уклонился от:

подписания протокола о результатах торгов;
перечисления суммы средств, за которую продан предмет торгов;
возмещения затрат на организацию и проведение торгов;
подписания договора.

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

В случае аннулирования результатов торгов по:

основаниям, указанным в части первой настоящего пункта, задаток, внесенный победителем торгов (лицом, приравненным к победителю торгов), остается в распоряжении организатора торгов;

основанию, указанному в части второй настоящего пункта, победителю торгов (лицу, приравненному к победителю торгов) возвращаются внесенный им задаток и сумма средств, за которую продан предмет торгов.

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

Форма

(полное наименование организатора торгов)

(наименование (фамилия, собственное имя,
отчество (если таковое имеется), учетный
номер плательщика (при наличии), место
нахождения (место жительства или место
пребывания) заявителя)

(для граждан, не являющихся
индивидуальными предпринимателями, –
данные документа, удостоверяющего личность)

Регистрационный номер заявления _____

Дата регистрации заявления _____

ЗАЯВЛЕНИЕ

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

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

(наименование (фамилия,

собственное имя, отчество (если таковое имеется) заявителя)

к участию в торгах на право размещения средства рекламы

(вид средства наружной рекламы)

на недвижимом имуществе _____

(название и адрес места

нахождения имущества)

В случае победы в торгах обязуюсь (обязуемся) заключить договор на размещение средства рекламы в указанный в извещении о проведении торгов срок.

Подтверждаю(ем), что предусмотренных законодательством препятствий для участия в торгах не имеется.

Текущий (расчетный) банковский счет, на который перечисляется сумма возвращаемого участнику торгов задатка, банковские реквизиты:

Сведения о внесении задатка, если такой задаток внесен посредством использования автоматизированной информационной системы единого расчетного и информационного пространства:

дата внесения _____

номер платежа _____

сумма, рублей _____

Необходимые документы согласно извещению о проведении торгов прилагаются на ____ листах:

(должность уполномоченного лица)

(подпись)

(фамилия, инициалы)

(реквизиты доверенности)

(дата подачи заявления)