



ПРАВИТЕЛЬСТВО НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

12.12.2024 № 598

Великий Новгород

Об утверждении Порядка проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на зданиях, строениях, сооружениях, земельных участках, находящихся в собственности Новгородской области

В соответствии со статьей 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», областным законом от 30.04.2009 № 519-ОЗ «Об управлении и распоряжении государственным имуществом Новгородской области» Правительство Новгородской области **ПОСТАНОВЛЯЕТ:**

1. Утвердить прилагаемый Порядок проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на зданиях, строениях, сооружениях, земельных участках, находящихся в собственности Новгородской области.

2. Признать утратившими силу постановления Правительства Новгородской области:

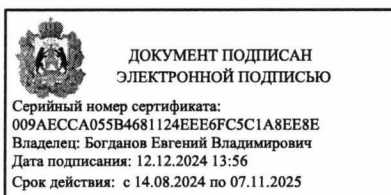
от 02.04.2014 № 200 «Об утверждении Положения о порядке проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций»;

от 12.08.2014 № 430 «О внесении изменений в Положение о порядке проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций»;

от 13.10.2015 № 404 «О внесении изменения в постановление Правительства Новгородской области от 02.04.2014 № 200».

3. Опубликовать постановление на «Официальном интернет-портале правовой информации» (www.pravo.gov.ru).

**Первый заместитель
Губернатора
Новгородской области**



Е.В. Богданов

УТВЕРЖДЕН
постановлением Правительства
Новгородской области
от 12.12.2024 № 598

ПОРЯДОК

проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на зданиях, строениях, сооружениях, земельных участках, находящихся в собственности Новгородской области

1. Общие положения

1.1. Настоящий Порядок разработан в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», приказом Федеральной антимонопольной службы от 21 марта 2023 года № 147/23 «О порядке проведения конкурсов или аукционов на право заключения договоров аренды, договоров безвозмездного пользования, договоров доверительного управления имуществом, иных договоров, предусматривающих переход прав в отношении государственного или муниципального имущества, и перечне видов имущества, в отношении которого заключение указанных договоров может осуществляться путем проведения торгов в форме конкурса» (далее приказ ФАС России № 147/23) и определяет порядок организации и проведения торгов, предметом которых является право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях, ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности Новгородской области.

1.2. При проведении торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях, ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности Новгородской области (далее торги, договор), в части, не предусмотренной настоящим Порядком, применяются положения, установленные приказом ФАС России № 147/23.

1.3. Торги проводятся в отношении рекламных конструкций, указанных в схемах размещения рекламных конструкций, утвержденных органами местного самоуправления муниципальных районов, муниципальных округов, городского округа Новгородской области в соответствии с частью 5.8 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

1.4. Торги проводятся в электронной форме в форме аукциона или конкурса и являются открытыми по составу участников и форме подачи предложений.

Заключение договоров путем проведения торгов в форме конкурса возможно исключительно в отношении видов имущества, перечень которого утвержден федеральным антимонопольным органом в соответствии с частью 5 статьи 17.1 Федерального закона от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

1.5. Торги проводятся на электронных площадках, перечень операторов которых утвержден в соответствии с законодательством Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд (далее электронная площадка).

1.6. Участником торгов может быть любое юридическое лицо независимо от организационно-правовой формы, места нахождения и места происхождения капитала или любое физическое лицо, в том числе индивидуальный предприниматель, претендующее на заключение договора.

1.7. Начальная (минимальная) цена договора (цена лота) устанавливается в размере ежегодного платежа и определяется в соответствии с Методикой определения размера ежегодного платежа и размера начальной (минимальной) цены договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях, ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности Новгородской области, согласно приложению к настоящему Порядку (далее Методика).

1.8. Для победителя торгов является обязательным заключение договора на распространение социальной рекламы в размере 5 процентов годового объема распространяемой им рекламы. Заключение такого договора осуществляется в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации.

2. Основные понятия

В настоящем Порядке применяются следующие основные понятия:

аукцион – форма торгов, при которой право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции приобретает лицом, предложившим наиболее высокую цену за право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на конкретном рекламном месте;

аукционная (конкурсная) комиссия – действующий на постоянной основе совещательный орган организатора торгов по проведению торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, зданиях, ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности Новгородской области;

заявка – комплект документов, подготовленный заявителем для участия в торгах и представленный организатору торгов в срок и по форме, установленные аукционной (конкурсной) документацией;

заявитель – любое юридическое лицо независимо от организационно-правовой формы, места нахождения, а также места происхождения капитала или любое физическое лицо, в том числе индивидуальный предприниматель, претендующее на заключение договора и подавшее заявку на участие в торгах;

конкурс – форма торгов, при которой право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции приобретает лицо, взявшим на себя обязательства выполнить условия конкурса (представившим наилучшие предложения по исполнению условий, определенных организатором торгов при объявлении конкурса);

официальный сайт – государственная информационная система «Официальный сайт Российской Федерации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (www.torgi.gov.ru) для размещения информации о проведении торгов;

победитель аукциона – участник аукциона, предложивший наиболее высокую цену договора;

победитель конкурса – участник конкурса, предложивший лучшие условия исполнения договора, заявке на участие в конкурсе которого присвоен первый номер;

предмет торгов – право на заключение договора;

социальная реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства;

участник торгов – лицо, допущенное к участию в торгах;

шаг аукциона – величина повышения начальной цены договора при проведении торгов в форме аукциона;

электронная площадка – информационная система в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», на которой проводятся торги.

3. Организатор торгов

3.1. Организатором торгов на право заключения договоров является министерство строительства, архитектуры и имущественных отношений Новгородской области.

В отношении имущества Новгородской области, переданного в оперативное управление либо хозяйственное ведение, организатором торгов является юридическое лицо, обладающее указанным правом.

3.2. Организатор торгов:

3.2.1. Создает решением в форме приказа аукционную (конкурсную) комиссию по проведению торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, определяет ее состав и порядок работы, назначает председателя комиссии;

3.2.2. Принимает решение в форме приказа о проведении торгов на право заключения договора и определяет их форму;

3.2.3. Осуществляет разработку и утверждение аукционной (конкурсной) документации;

3.2.4. Осуществляет размещение извещения о проведении торгов (аукциона, конкурса) и аукционной (конкурсной) документации на официальном сайте;

3.2.5. Принимает решение об отказе от проведения торгов;

3.2.6. Определяет начальную (минимальную) цену договора (цену лота) в соответствии с Методикой, устанавливает требование о внесении задатка и его размер;

3.2.7. Производит расчеты с заявителями, участниками и победителем торгов;

3.2.8. Запрашивает информацию и документы в целях проверки соответствия участника аукциона (конкурса) требованиям, установленным законодательством Российской Федерации, у органов государственной власти, органов местного самоуправления в соответствии с их компетенцией и иных лиц, за исключением лиц, подавших заявку на участие в соответствующем аукционе (конкурсе). При этом организатор торгов не вправе возлагать на участников аукциона (конкурса) обязанность подтверждать соответствие данным требованиям;

3.2.9. Заключает с победителем торгов (аукциона, конкурса) договор;

3.2.10. Осуществляет иные предусмотренные настоящим Порядком и законодательством Российской Федерации функции.

4. Аукционная (конкурсная) комиссия

4.1. Аукционная (конкурсная) комиссия осуществляет свою деятельность на постоянной основе.

4.2. Количество членов аукционной (конкурсной) комиссии должно составлять не менее 5 человек.

4.3. Членами аукционной (конкурсной) комиссии не могут быть лица, лично заинтересованные в результатах аукционов (конкурсов), либо лица, аффилированные с заявителями, в том числе лица, состоящие в штате заявителей, либо лица, на которых заявители способны оказать влияние

(в том числе лица, являющиеся членами органов управления, кредиторами заявителей), либо лица, состоящие в браке с руководителем заявителя или являющиеся близкими родственниками (родственниками по прямой восходящей и нисходящей линии (родителями и детьми, дедушкой, бабушкой и внуками), полнородными и неполнородными (имеющими общих отца или мать) братьями и сестрами), усыновителями руководителя или усыновленными руководителем заявителя (если заявителем является юридическое лицо).

4.4. Замена члена аукционной (конкурсной) комиссии допускается только по решению организатора торгов.

4.5. Аукционной комиссией осуществляются рассмотрение заявок на участие в аукционе и отбор участников аукциона, оформление протокола рассмотрения заявок на участие в аукционе, протокола о признании аукциона несостоявшимся, протокола подведения итогов аукциона, протокола об уклонении от заключения договора по итогам аукциона, протокола об отстранении заявителя или участника аукциона от участия в аукционе.

4.6. Конкурсной комиссией осуществляются определение участников конкурса, рассмотрение, оценка и сопоставление заявок на участие в конкурсе, определение победителя конкурса, оформление протокола рассмотрения заявок на участие в конкурсе, протокола о признании конкурса несостоявшимся, протокола оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе, протокола об уклонении от заключения договора по итогам конкурса, протокола об отстранении заявителя или участника конкурса от участия в конкурсе.

4.7. Аукционная (конкурсная) комиссия правомочна осуществлять свои функции, если на заседании аукционной (конкурсной) комиссии присутствует не менее пятидесяти процентов общего числа ее членов.

4.8. Члены аукционной (конкурсной) комиссии лично участвуют в заседаниях и подписывают протоколы заседаний аукционной (конкурсной) комиссии.

4.9. Решения аукционной (конкурсной) комиссии принимаются открытым голосованием простым большинством голосов членов аукционной (конкурсной) комиссии, присутствующих на заседании. Каждый член аукционной (конкурсной) комиссии имеет один голос.

5. Требования к участникам торгов

5.1. Участие в торгах вправе принимать заявители, зарегистрированные на официальном сайте. Заявители, зарегистрированные на официальном сайте, считаются зарегистрированными на электронной площадке не позднее рабочего дня, следующего за днем регистрации лица на официальном сайте.

5.2. Заявитель приобретает статус участника торгов с момента его допуска к участию в торгах и признания его участником торгов.

5.3. Участники торгов должны соответствовать требованиям, указанным в аукционной (конкурсной) документации, установленным в соответствии с законодательством Российской Федерации к таким участникам.

5.4. Аукционная (конкурсная) комиссия принимает решение об отклонении заявки на участие в торгах в случаях:

5.4.1. Непредставления документов и (или) сведений, определенных аукционной (конкурсной) документацией, либо наличия в таких документах и (или) сведениях недостоверной информации;

5.4.2. Несоответствия требованиям, указанным в аукционной (конкурсной) документации, установленным в соответствии с законодательством Российской Федерации к таким участникам;

5.4.3. Невнесения задатка;

5.4.4. Несоответствия заявки на участие в торгах требованиям аукционной (конкурсной) документации, в том числе наличия в таких заявках предложения о цене договора ниже начальной (минимальной) цены договора (цены лота);

5.4.5. Наличия решения о ликвидации заявителя – юридического лица или наличия решения арбитражного суда о признании заявителя – юридического лица, индивидуального предпринимателя банкротом и об открытии конкурсного производства;

5.4.6. Наличия решения о приостановлении деятельности заявителя в порядке, предусмотренном Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях, на момент подачи заявки на участие в торгах.

5.5. Не допускается взимание с участников торгов платы за участие в торгах.

6. Порядок проведения аукциона

6.1. Порядок формирования и размещения извещения о проведении аукциона, порядок разработки аукционной документации, порядок подачи и рассмотрения заявок на участие в аукционе, порядок проведения аукциона регламентируются приказом ФАС России № 147/23.

6.2. Организатор торгов устанавливает требование о внесении задатка и определяет его размер.

В случае если заявитель намерен подать заявку на участие в аукционе по нескольким лотам, задаток вносится таким заявителем по каждому из этих лотов.

6.3. Организатор торгов обеспечивает возврат задатков в соответствии с требованиями, установленными приказом ФАС России № 147/23.

6.4. Победителем аукциона признается лицо, предложившее наиболее высокую цену договора.

7. Порядок проведения конкурса. Определение победителя конкурса

7.1. Порядок формирования и размещения извещения о проведении конкурса, порядок разработки конкурсной документации, порядок разъяснения положений конкурсной документации и внесения в нее изменений, порядок подачи и рассмотрения заявок на участие в конкурсе, порядок оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе, порядок проведения конкурса регламентируются приказом ФАС России № 147/23.

7.2. Организатор торгов устанавливает требование о внесении задатка и определяет его размер.

В случае если заявитель намерен подать заявку на участие в торгах по нескольким лотам, задаток вносится таким заявителем по каждому из этих лотов.

7.3. Организатор торгов обеспечивает возврат задатков в соответствии с требованиями, установленными приказом ФАС России № 147/23.

7.4. Конкурсная комиссия осуществляет оценку заявок по следующим критериям:

цена договора;

доля социальной рекламы, размещаемой на рекламной конструкции безвозмездно.

Не допускается использование иных критериев оценки заявок на участие в конкурсе.

7.5. Определение победителей конкурса осуществляется конкурсной комиссией на основании заполненных оценочных листов конкурсных материалов по следующей форме:

Предмет конкурса	Критерии оценок	Исходные данные	Предложения участников конкурса		
			участник № 1	участник № 2	участник №...
Право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции	цена договора (без НДС) (руб.)	начальная (минимальная) цена договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции			
	доля социальной рекламы, размещаемой на рекламной конструкции безвозмездно	не менее 5 %			
	количество набранных процентов				

7.6. Для определения победителя конкурса:

7.6.1. В графу «Исходные данные» вносятся первоначальные стартовые данные по цене договора и по доле социальной рекламы, размещаемой на рекламной конструкции безвозмездно;

7.6.2. В графу «Предложения участников конкурса» вносятся предложения участников конкурса по цене договора, доле социальной рекламы, размещаемой на рекламной конструкции безвозмездно.

7.7. На основании внесенных данных определяется максимальное значение процентов из предложений участников конкурса по двум критериям:

максимальное предложение по критерию «цена договора» принимается за 70 процентов;

максимальное предложение по критерию «доля социальной рекламы, размещаемой на рекламной конструкции безвозмездно» принимается за 30 процентов.

Совокупность таких критериев должна составлять 100 процентов.

7.8. Значения процентов, соответствующих предложениям иных участников конкурса, вычисляются по формулам:

$$X_1 = \frac{\text{цена договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций (текущее значение предложения участника конкурса)} \times 70 \%}{\text{максимальное значение цены договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций из предложений участников конкурса}}, \text{ где:}$$

X_1 – значение процентов иных предложений участников конкурса по цене договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций;

$$X_2 = \frac{\text{доля социальной рекламы, размещаемой на рекламной конструкции безвозмездно (текущее значение предложения участников конкурса)} \times 30 \%}{\text{доля социальной рекламы, размещаемой на рекламной конструкции безвозмездно (максимальное значение из предложений участников конкурса)}}, \text{ где:}$$

X_2 – значение процентов иных предложений участников конкурса по доле социальной рекламы, размещаемой на рекламной конструкции безвозмездно.

7.9. На основании результатов оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе конкурсной комиссией каждой заявке на участие в конкурсе присваивается порядковый номер по мере уменьшения степени выгоды содержащихся в них условий исполнения договора. Заявке на участие в конкурсе, в которой содержатся лучшие условия исполнения договора, присваивается первый номер. В случае если в нескольких заявках содержатся одинаковые условия исполнения договора, меньший порядковый номер присваивается заявке на участие в конкурсе, которая поступила ранее других заявок на участие в конкурсе, содержащих такие же условия.

7.10. Победителем конкурса признается участник конкурса, который предложил лучшие условия исполнения договора, и заявке на участие в конкурсе которого присвоен первый номер.

8. Подведение итогов торгов. Заключение договора

8.1. Подписанный членами аукционной (конкурсной) комиссии и утвержденный организатором торгов протокол о результатах торгов является основанием для заключения организатором торгов с победителем торгов договора.

Заключение договора осуществляется в сроки, установленные организатором торгов в аукционной (конкурсной) документации, в порядке, предусмотренном Гражданским кодексом Российской Федерации.

8.2. Если победитель торгов отказался (уклонился) от заключения договора, он утрачивает внесенный им задаток. В этом случае договор заключается:

в случае проведения аукциона – с участником аукциона, сделавшим предпоследнее предложение о цене договора;

в случае проведения конкурса – с участником конкурса, заявке на участие в конкурсе которого присвоен второй номер.

8.3. Победитель торгов производит оплату договора единовременно в течение 5 рабочих дней со дня заключения договора. Задаток, внесенный победителем торгов при участии в них, засчитывается в счет оплаты ежегодного платежа.

За установку и эксплуатацию рекламной конструкции победитель торгов, заключивший договор, уплачивает ежегодный платеж. Размер ежегодного платежа по договору и срок его внесения определяются в соответствии с Методикой.

8.4. Победитель торгов, заключивший договор, вправе приступить к установке рекламной конструкции в сроки, предусмотренные договором, после оформления в установленном порядке разрешения на установку рекламной конструкции. Срок обращения победителя торгов с заявлением о выдаче разрешения на установку рекламной конструкции предусматривается договором.

9. Разрешение споров

Споры, связанные с признанием результатов торгов (аукциона, конкурса) недействительными, обжалованием действий (бездействия) организатора торгов, разрешаются в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации.

Приложение

к Порядку проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на зданиях, строениях, сооружениях, земельных участках, находящихся в собственности Новгородской области

МЕТОДИКА

определения размера ежегодного платежа и размера начальной (минимальной) цены договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях, ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности Новгородской области

1. Ежегодный платеж по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях, ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности Новгородской области, определяется по формуле:

$$П = Б_{\text{рп}} \times S \times T \times K \times K_1 \times K_2, \text{ где:}$$

- П – величина платы (руб.);
- Б_{рп} – базовый размер платы за 1,0 кв.м площади информационного поля рекламной конструкции в год (руб.);
- S – площадь информационного поля (кв.м);
- T – период эксплуатации рекламной конструкции T = 1 (год);
- K – индекс потребительских цен;
- K₁ – коэффициент, учитывающий применяемые технологии демонстрации рекламы;
- K₂ – коэффициент, учитывающий вид рекламных конструкций.

2. Базовый размер платы (Б_{рп}) составляет 1800 рублей за 1,0 кв.м в год.

3. Площадь информационного поля (S):

для рекламных конструкций со сменными рекламными изображениями определяется как общая площадь информационных полей без учета количества сменных рекламных изображений;

для рекламных конструкций, размещенных на стене здания, строения, сооружения и имеющих сложную конфигурацию, определяется как площадь прямоугольника, в который полностью вписывается рекламная конструкция;

для отдельно стоящих рекламных конструкций, имеющих сложную конфигурацию, определяется как сумма площадей прямоугольников, в которые полностью вписывается информационное поле.

4. Значение коэффициента T:

единица измерения коэффициента T принимается равной 1 году.

При исчислении периода в месяцах применяется 1/12 величины платы за год, при исчислении периода в днях – 1/365 (или 1/366) величины платы за год.

5. Значение коэффициента K_1 :

для рекламных конструкций с автоматической сменой изображения, динамической рекламы, роллеров $K_1 = 1,2$;

для всех остальных рекламных конструкций $K_1 = 1$.

6. Значение коэффициента K_2 :

Тип рекламной конструкции	Значение коэффициента K_2
1. Билборд	1,3
2. Ситиборд	1,5
3. Призмадинамическая конструкция (призмавижн)	1,6
4. Суперсайт	1,0
5. Афишный стенд	1,2
6. Сити-формат	5,5
7. Электронное табло (экран)	2,6
8. Стела	1,7
9. Стела АЗС	4,15
10. Флагшток на отдельно стоящей опоре	1,5
11. Пиллар (тумба)	1,95
12. Объемно-пространственные объекты	1,6
13. Остановочные навесы с сити-форматами	0,1
14. Настенное панно	2,8
15. Брандмауэрное панно	1,3
16. Проекционная установка	0,13

7. Размер ежегодного платежа подлежит корректировке с учетом индекса-дефлятора потребительских цен на соответствующий финансовый год.

8. Ежегодный платеж вносится владельцем рекламной конструкции единовременно не позднее 10 апреля каждого текущего года действия договора.
