СВОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

О предложениях, поступивших в связи с проведением публичных обсуждений по проекту решения Курганской городской Думы «О внесении изменений и дополнений в решение Курганской городской Думы от 18.04.2012 г. № 77 «Об утверждении Правил выдачи разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в городе Кургане»

В ходе проведения публичных обсуждений по проекту решения Курганской городской Думы «О внесении изменений и дополнений в решение Курганской городской Думы от 18.04.2012 г. № 77 «Об утверждении Правил выдачи разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в городе Кургане» (далее - проект решения), проводимых Департаментом архитектуры, строительства и земельных отношений Администрации города Кургана (Разработчик) в соответствии с порядком, утвержденным решением Курганской городской Думы от 31.01.2018 г. № 8 в установленный срок поступили следующие предложения:

Лицо, представившее предложения	Содержание предложения	Структурное подразделение Разработчика, рассмотревшее предложение	Сведения об учете или причинах отклонения предложения
ООО «ИстВуд» и ООО «Дилайт»	**1.** Предлагаем п.4.3.1 изложить в следующей редакции: «4.3.1. ОРГАНИЗАТОР ТОРГОВ не осуществляет перерасчет платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в период размещения социальной рекламы на рекламной конструкции на платной основе.» **2.** Поправки в часть 1 статьи 8 исключить, так как по аналогии со ст. 18 Федерального закона от 21.12.2001 г. № 178-ФЗ при продаже государственного или муниципального имущества на аукционе размер задатка ограничен 20% от начальной цены. Предлагаемый размер задатка в 85% от начальной цены является мерой	ДАСиЗО	**1.**Указанное предложение подлежит отклонению в связи с тем, что противоречит принципу добросовестного поведения участников гражданских правоотношений, закрепленного в пунктах 3,4 статьи 1 ГК РФ. **2.** Данное предложение отклоняется, по причине того, что такая аналогия закона не применима к предложенному проекту, так как предметом торгов является не продажа государственного или муниципального имущества, а продажа права на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящимся в муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена.

	ограничивающий конкуренцию, так как при желании компании участвовать в конкурсе по нескольким лотам она вынуждена перечислять и «замораживать» существенные средства у организатора торгов на длительный период. **3.**Поправки в часть 3 статьи 9 оставить в прежней редакции, так как требование о предоставлении указанных пунктах 3.2.2, 3.2.3 и 3.2.4 документов не предусмотрено ФЗ «О рекламе». **4.** Поправки в пункт 4.2. части 4 предлагаем изложить в следующей редакции «4.2. доля социальной рекламы, размещаемой безвозмездно (значимость – пять процентов)». 5. Также просим рассмотреть вопрос о введении стандартной формы конкурсной заявки на 1-2 листа с указанием в ней всей необходимой информации. Данное изменение приведет к значительному ускорению подготовки и обработки конкурсных заявок.		Более того, данная поправка не ограничивает конкуренцию, так как начальная цена за лот, устанавливается в размере 29000 руб. 85% это около 22000 руб. В связи с чем, указанные денежные средства не являются существенными для субъектов предпринимательской деятельности в области распространения наружной рекламы. **3.** Указанное предложение отклоняется, так как перечень документов, прилагаемых к заявке на участие в торгах не предусмотрен ФЗ «О рекламе». Общие положения о торгах предусмотрены ст. 448 ГК РФ. **4.** Указанное предложение подлежит отклонению по причине того, что такой низкий процент значимости размещения социальной рекламы не удовлетворяет интересы общества, так как социальная реклама направлена на изменения моделей общественного поведения и привлечения внимания к проблемам социума. **5.** Данный вопрос подлежит отклонению так как не отражается в обсуждаемом проекте.

Совет рекламных компаний	**1.** Пункт 2.2. в разделе 2 не отвечает требованиям нормативного документа, так как имеет прочерки. Объем безвозмездно размещаемой социальной рекламы является существенным условием. Необходимо прописать откуда берется этот объем. **2.** Подпункт 3.2.2. пункта 3.2. раздела 3 оставить без изменения, так как Уведомление считается частью претензионного порядка. **3.** Пункт 4.3. изложить в следующей редакции: «4.3. ПРОДАВЕЦ осуществляет перерасчет платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, если распространение социальной рекламы владельцем рекламной конструкции превысило годовой объем социальной рекламы, размещаемой на указанной рекламной конструкции безвозмездно, в соответствии с п.2.2. настоящего договора. В этом случае плата по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции не взимается за период размещения на ней социальной рекламы. Ранее оплаченный период учитывается в счет оплаты следующего периода.». В исходном проекте не прописано, каким образом производится перерасчет платы по договору, учитывая, что плата за период размещения социальной рекламы уже внесена. Предложение не осуществлять перерасчет платы по договору, если размещение социальной рекламы производилось на платной основе предполагает, что перерасчета производиться вообще не будет. Предложение не осуществлять перерасчет		Предложения, указанные в пунктах **1** и **2,** подлежат отклонению так как основаны на неверном толковании действующего законодательства. **3.** Указанное предложение подлежит отклонению в связи с тем, что противоречит принципу добросовестного поведения участников гражданских правоотношений, закрепленного в пунктах 3,4 статьи 1 ГК РФ. **4.** Данное предложение подлежит отклонению в связи с тем, что в обсуждаемом проекте в соответствии со ст. 32 ГПК РФ применена договорная подсудность. **5.** Указанное предложение подлежит отклонению в связи с тем, что такая аналогия закона не применима к предложенному проекту. **6.** Указанное предложение отклоняется, так как перечень документов, прилагаемых к заявке на участие в торгах не регулируется ФЗ «О рекламе». Общие положения о торгах предусмотрены ст. 448 ГК РФ. 7. Данное предложение подлежит отклонению так как противоречит части 8 ст. 448 ГК РФ Предложения, изложенные в пунктах **8,9,10 и 11,** подлежат отклонению в связи с тем, что рассматриваемый проект не предусматривает изменений и дополнений по указанным вопросам.

	платы по договору если имеется задолженность А) ограничивает возможности Департамента обратиться к «должнику» с просьбой о размещении социальной рекламы, Б) задолженность может быть зафиксирована только решением суда. **4.** В пункте 8.1. раздела 8 слова «в Арбитражном суде Курганской области» заменить словами «по месту нахождения Ответчика», по общему правилу действующему на территории РФ. **5.** Часть 1 статьи 8 приложения 4 оставить без изменения, так как максимальный размер 30% (по аналогии с Постановлением Правительства от 30.12.2016 № 1551. Предусмотрено авансирование в бюджетных учреждениях в 2019 году на следующих основаниях: не выше 30% от НМЦК – на поставку товаров, выполнение работ и оказание услуг). **6.** Часть 3 статьи 9 оставить без изменения, так как не предусмотрено требование о предоставлении указанных документов в ФЗ «О рекламе». **7.** Часть 8 статьи 4 предлагаем изложить в следующей редакции «8. Право, приобретенное владельцем рекламной конструкции по договору, может быть передано другим лицам. **8.** Пункт 4.2. договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или другом имуществе, находящимся в муниципальной собственности изложить в следующей редакции: «4.2. Датой оплаты считается дата списания денежных средств с расчетного счета владельца рекламной конструкции.»		

	9. Также просим урегулировать вопрос о расторжении договора в одностороннем порядке, так как в договоре не утвержден принцип равноправия сторон. **10.** Установить срок действия договора и обязанности оплаты с момента подписания акта приемки отдельно стоящей конструкции. **11.** Установить обязанность и срок возврата владельцу рекламной конструкции оставшихся денежных средств за оплаченный период в случае аннулирования разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.		

Предложения по проекту решения, представленные ООО «ИстВуд», ООО «Дилайт» и Советом рекламных компаний в ходе проведения публичных обсуждений, рассмотрены Разработчиком. Данные предложения не могут быть учтены по основаниям, указанным в таблице.

Таким образом, проект решения не содержит положений, в отношении которых не проводились публичные обсуждения, и направляется в уполномоченный орган для подготовки заключения.

Директор Департамента архитектуры
строительства и земельных отношений
Администрации города Кургана

Е.Г. Иванова

Департамент архитектуры, строительства
и земельных отношений
Администрации города Кургана
Дата поступления
«20» 02 2019 г.