



УЖГОРОДСЬКА МІСЬКА РАДА

ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ

Р І Ш Е Н Н Я

Ужгород

№ _____

**Про затвердження Порядку
розміщення зовнішньої реклами
у м. Ужгород**

Відповідно до законів України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про благоустрій населених пунктів», керуючись Постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами», з метою удосконалення порядку розміщення об'єктів зовнішньої реклами у м. Ужгород, виконком міської ради **ВИРІШИВ:**

1. Затвердити Порядок розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгород (додається).
2. Уповноважити департамент міського господарства Ужгородської міської ради виступати робочим органом по регулюванню діяльності з розміщення зовнішньої реклами.
3. Уповноважити управління муніципальної варти Ужгородської міської ради виступати контролюючим органом у сфері розміщення зовнішньої реклами.
4. Визнати таким, що втратило чинність, рішення виконкому від 30.05.2012 № 164 «Про Порядок розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгороді» зі змінами та доповненнями.
5. Департаменту міського господарства Ужгородської міської ради вжити заходів щодо переоформлення діючих договорів тимчасового користування місцями для розміщення засобів зовнішньої реклами з рекламорозповсюджувачами відповідно до вимог зазначеного Порядку.
6. Рішення набуває чинності з дня його офіційного оприлюднення у засобах масової інформації та на сайті Ужгородської міської ради.
7. Контроль за виконанням рішення покласти на міського голову.

Міський голова

Богдан АНДРІЙВ

Порядок розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгород

1. Загальні положення

1.1. Порядок розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгород (далі – Порядок) розроблений відповідно до законів України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності», «Про благоустрій населених пунктів», «Про адміністративні послуги», «Про захист прав споживачів», «Про доступ до публічної інформації», на підставі Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003р. № 2067, рішень Ужгородської міської ради від 26.09.03 № 137 «Про Положення про порядок формування та використання джерел цільового фонду соціально-економічного розвитку м. Ужгорода» зі змінами від 04.06.2004 року № 315 «Про зміни до рішення XXI сесії міської ради IV скликання від 26.09.03 № 137», від 11.01.2008 року № 587 «Про внесення змін до «Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів», затвердженого рішенням XXIX сесії міської ради IV скликання від 04.06.04 № 315», від 27.09.2012 року № 654 «Про зміни до IV сесії міської ради V скликання від 11.01.2008 № 587», від 07.12.2012 року № 724 «Про зміни та доповнення до рішення XXIX сесії міської ради IV скликання від 04.06.04 № 315», від 28.12.2012 року № 771 «Про зміни до рішень міської ради від 11.01.08 № 587 та від 27.09.12 № 654 » та від 20.09.2013 року № 1028 «Про зміни до рішення міської ради від 11.01.2008 року № 587».

1.2. Порядок регулює відносини, що виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами у м. Ужгород та визначає порядок надання дозволів на розміщення такої реклами.

Розміщення рекламних засобів з порушенням вимог цього Порядку забороняється.

1.3. Дія цього Порядку поширюється на всю територію м. Ужгород, на всі підприємства, установи та організації, незалежно від форми власності та відомчої належності, а також на фізичних осіб, які здійснюють діяльність у сфері зовнішньої реклами у м. Ужгород. Порядок є обов'язковим для виконання усіма учасниками рекламної діяльності.

1.4. У цьому Порядку термінівживаються у такому значенні:

- **реклама** – інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена формувати або підтримати споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару;

- **зовнішня реклама** – реклама, що розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг;

- **соціальна реклама** – інформація будь-якого виду, розповсюджена у будь-якій формі, яка спрямована на досягнення суспільно корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку;

- **рекламні засоби** – засоби, що використовуються для доведення реклами до її споживача;

- **розповсюджувач реклами** – особа, яка здійснює розповсюдження реклами;

- **місце розташування (розміщення) рекламного засобу** – площа зовнішньої поверхні будинку, споруди, елемента вуличного обладнання або відведеної території на відкритій місцевості у межах м. Ужгород, що надається розповсюдженню зовнішньої реклами у тимчасове користування власником або уповноваженим ним органом (особою);

- **договір тимчасового користування місцем (-ями) розташування (розміщення) засобу (-ів) зовнішньої реклами** – двосторонній договір, укладений між розповсюдженню зовнішньої реклами таробочим органом Ужгородської міської ради, що визначає їх взаємні права та обов'язки щодо користування місцем (-ями) для розміщення зовнішньої реклами, що перебуває у комунальній власності;

- **алея** – дорога в парку, саду, сквері, лісопарку, на бульварі, обсаджена, як правило, з двох боків деревами та чагарником;

- **пішохідна доріжка** – елемент дороги, призначений для руху пішоходів, облаштований у її межах чи поза нею і позначений дорожнім знаком;

- **спеціальні конструкції** – тимчасові та стаціонарні рекламні засоби (світлові та несвітлові, наземні та неназемні (повітряні), плоскі та об'ємні стенди, щити, панно, транспаранти, троли, таблички, короби, механічні, динамічні, електронні табло, екрани, панелі, тумби, складні просторові конструкції, аеростати, повітряні кулі тощо), які використовуються для розміщення реклами;

- **дозвіл** – документ установленої форми, виданий розповсюдженню зовнішньої реклами на

підставі рішення виконавчого комітету, який дає право на розміщення зовнішньої реклами на певний строк та у певному місці;

- **виконавчий орган ради** – виконавчий комітет Ужгородської міської ради;

- **робочий орган** – департамент міського господарства Ужгородської міської ради, який уповноважений Ужгородською міською радою виконувати покладені на нього функції, передбачені цим Порядком, Типовими правилами розміщення зовнішньої реклами, затвердженими постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003р. № 2067;

- **Центр надання адміністративних послуг (ЦНАП)** – робочий орган Ужгородської міської ради, в якому представники регіональних, місцевих дозвільних органів та державний адміністратор діють за принципом організаційної єдності щодо видачі документів дозвільного характеру, переоформлення, видачі дублікатів, анулювання документів дозвільного характеру;

- **контролюючий орган** – управління муніципальної варти Ужгородської міської ради, уповноважене здійснювати контроль за дотриманням порядку розміщення, утримання та експлуатації рекламних засобів на території м. Ужгород, передбачених цим Порядком, Типовими правилами розміщення зовнішньої реклами, затвердженими постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003р. № 2067;

- **самовільно встановлений рекламний засіб** – рекламний засіб, розміщений без виданого у встановленому порядку дозволу, або не демонтований власником після прийняття рішення виконавчим комітетом про відмову у продовженні дозволу або про його скасування у встановлений термін;

- **демонтаж** – комплекс заходів, які передбачають відокремлення рекламного засобу разом з основою від місця його розміщення, включаючи його транспортування на спеціально відведену територію для подальшого зберігання. При цьому вказані дії не передбачають переходу права власності на рекламний засіб. Демонтаж незаконно розміщених та технічно несправних рекламоносіїв підпадає під ознаки самозахисту територіальної громади м. Ужгород у розумінні ст. 19 Цивільного кодексу України.

1.5. Терміни, не визначені цим Порядком, вживаються у значеннях, визначених законодавством України.

1.6. Зовнішня реклама розміщується на підставі дозволів та відповідно до цього Порядку.

1.7. На територіях, будинках і спорудах зовнішня реклама розміщується за згодою їх власників, уповноважених ними органів (осіб), або самими власниками, з урахуванням пунктів даного положення, а також архітектурних,

функціонально-планувальних, історико-культурних чинників, типології елементів місцевого середовища та додержанням Правил благоустрою міста Ужгород.

2. Повноваження органів у сфері реклами

2.1. Робочий орган:

2.1.1. Розробляє у межах компетенції проекти нормативно-правових актів, направлених на регулювання діяльності у сфері реклами, вносить у встановленому порядку пропозиції щодо зміни та/або доповнення до Порядку розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгород.

2.1.2. Розглядає заяви розповсюджувачів зовнішньої реклами на надання дозволу, внесення змін у дозвіл, переоформлення дозволу та продовження строку його дії.

2.1.3. Приймає рішення про встановлення пріоритету заявника на місцерозташування рекламного засобу, продовження строку, на який встановлено зазначений пріоритет, або про відмову у встановленні такого пріоритету, скасування пріоритету на підставі заяви заявника, за яким було встановлено пріоритет; внесення змін до дозволу або відмову у внесенні змін, переоформлення дозволу та відмову у переоформленні.

2.1.4. Готує проекти рішень виконавчого комітету щодо надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами, продовження строку дії дозвільних документів, скасування (анулювання) дії дозволу, відмову у його наданні та подає на розгляд виконавчого комітету у встановленому порядку.

2.1.5. Підписує, реєструє та передає державному адміністратору дозвіл на розміщення зовнішньої реклами або письмове повідомлення суб'єкту господарювання про відмову у видачі дозволу на підставі відповідного рішення виконавчого комітету.

2.1.6. Укладає з розповсюджувачами зовнішньої реклами договори тимчасового користування місцями, які перебувають у комунальній власності для тимчасового розміщення рекламних засобів.

2.1.7. Здійснює контроль за своєчасним надходженням плати за тимчасове користування місцями, які перебувають у комунальній власності для тимчасового розміщення рекламних засобів.

2.1.8. Здійснює ведення інформаційної бази даних місць розташування рекламних засобів.

2.1.9. Подає територіальному органу спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів матеріали про порушення порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Ужгород.

2.1.10. Розробляє та подає на затвердження міської ради пропозиції щодо економічно обґрунтованого розміру плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розміщення зовнішньої реклами.

2.1.11. Здійснює інші повноваження відповідно до чинного законодавства.

2.2. Робочий орган не може виступати заявником на розміщення рекламних засобів та одержувати дозвіл.

2.3. У процесі регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами, робочим органом залучаються на громадських засадах представники галузевих рад підприємців, об'єднань громадян та об'єднань підприємств, які проводять діяльність у сфері реклами.

2.4. Контролюючий орган:

2.4.1. У межах своєї компетенції здійснює інспектування території міста на предмет дотримання підприємствами, установами, організаціями, незалежно від форм власності, та фізичними особами, встановлених Законом України «Про рекламу», Типовими правилами розміщення зовнішньої реклами та цим Порядком, вимог до розміщення, утримання та експлуатації рекламних засобів та інформує робочий орган про виявлені порушення.

2.4.2. Здійснює обстеження місць розміщення рекламних засобів на предмет відповідності встановлення рекламної конструкції виданому дозволу (та/або проектно-технічній документації) та надає робочому органу матеріали про виявлені невідповідності.

2.4.3. За результатами перевірок стану зовнішньої реклами інформує відповідним письмовим поданням робочий орган про рекламні засоби, що підлягають примусовому демонтажу, у разі якщо розповсюджувач зовнішньої реклами не усунув недоліки у встановлений термін або не здійснив демонтаж самостійно, та здійснює контроль за проведенням демонтажу рекламних засобів у відповідності до вимог розділу 7 цього Порядку.

2.4.4. Спільно з робочим органом організовує демонтаж самовільно розміщених рекламних засобів у порядку, визначеному у розділі 7 цього Порядку.

2.4.5. Виконує інші функції, передбачені цим Порядком.

2.5. Контролюючий орган не може виступати заявником на розміщення рекламних засобів та одержувати дозвіл на розміщення зовнішньої реклами.

3. Порядок надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами

3.1. Розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгород проводиться **виключно** на підставі дозволів, що видаються на підставі рішення виконавчого комітету Ужгородської міської ради.

Надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами відбувається у два етапи.

3.1.1. Перший етап – **встановлення пріоритету** на місце розташування рекламного засобу.

Розповсюджувач зовнішньої реклами (далі – заявник) особисто, або уповноважена ним особа, подає адміністратору Центру надання адміністративних послуг (далі –адміністратор ЦНАП) наступні документи:

1) заяву про встановлення пріоритету на розміщення зовнішньої реклами (засвідчується підписом заявника або уповноваженої ним особи та скріплюється печаткою при її наявності);

2) кольорову фотокартку або комп'ютерний макет місця (розміром не менш як 6 см х 9 см), на якому планується розташування рекламного засобу (засвідчується підписом заявника та скріплюється печаткою при її наявності);

3) ескіз рекламного засобу з конструктивним рішенням спеціальної конструкції (конструктивне рішення, завірене підписами і печаткою розробника повинно містити інформацію про основні габаритні розміри, вузли кріплення, застосовані матеріали, підключення до інженерних мереж, разом із завіреною належним чином копією ліцензії (кваліфікаційного сертифікату) розробника, що підтверджує право останнього надавати послуги (роботи) на право будівельного проектування та конструювання).

Перелік документів, що додаються до заяви для встановлення пріоритету, є вичерпним.

3.1.2. Адміністратор ЦНАП перевіряє документи, що посвідчують особу заявника, та реєструє заяву і документи, що додаються до неї.

Заява та документи, що додаються до неї, приймаються за описом, копія якого негайно видається (направляється) заявнику з відміткою про дату та номер їх реєстрації.

Заявник несе відповідальність за достовірність відомостей, зазначених у поданих документах.

Заява та документи, що додаються до неї, передаються адміністратором до робочого органу у день реєстрації заяви або протягом наступного робочого дня.

У випадку неповної комплектності переданих адміністратором документів, передбачених пунктом 3.1.1. цього Порядку, робочий орган повертає заявнику документи з обґрунтованою відмовою.

3.1.3. Робочий орган протягом п'ятиднів з дати реєстрації заяви перевіряє місце розташування рекламного засобу, зазначене у заяві, на предмет наявності на це місце пріоритету іншого заявника або надання на заявлене місце зареєстрованого в установленому порядку дозволу, та на предмет його відповідності вимогам п. 5 цього Порядку.

3.1.4. Після перевірки місця розташування рекламного засобу, робочий орган приймає рішення (наказ) про встановлення за заявником пріоритету на заявлене місце або про відмову у встановленні пріоритету, що підписується керівником робочого органу.

3.1.5. У разі прийняття рішення **про встановлення пріоритету**, робочий орган готує заявнику повідомлення (відповідь) про встановлення за ним пріоритету на заявлене місце та протягом одного робочого дня від дати прийняття такого рішення передає таке повідомлення (відповідь) разом із

двома примірниками бланків дозволу (додаток 2 до цього Порядку) для відповідного оформлення та погодження.

3.1.6. Пріоритет заявника на місце розташування рекламного засобу встановлюється строком на 3 (три) місяці з дати прийняття робочим органом відповідного рішення, про що зазначається в наказі робочого органу.

3.1.7. Строк встановлення пріоритету на місце розташування рекламного засобу може бути продовжений робочим органом додатково не більш як на 3 (три) місяці за письмовою заявою заявника у разі:

1) продовження строку оформлення дозволу у зв'язку з потребою виконання архітектурно-планувальних робіт та розроблення проектно-технічної документації;

2) продовження строку оформлення дозволу з підстав, передбачених у п. 3.2.2. цього Порядку;

3) письмового звернення заявника (або уповноваженої ним особи) щодо продовження строку оформлення дозволу.

Робочий орган може скасувати пріоритет на місце розташування рекламного засобу за заявою заявника, за яким було встановлено цей пріоритет.

3.1.8. Дата і номер рішення (наказу) робочого органу про встановлення пріоритету заявнику на місце розташування рекламного засобу, відмову у встановленні такого пріоритету, продовження строку, на який встановлено пріоритет або відмову у його продовженні, скасування пріоритету на підставі відповідної заяви заноситься у журнал реєстрації.

3.1.9. На місце розташування рекламного засобу, яке перебуває у комунальній власності територіальної громади міста Ужгород, заявник протягом 5 (п'яти) днів укладає договір (пріоритету) тимчасового користування місцем (-ями) розміщення засобу(-ів) зовнішньої реклами (додаток 3.1 до цього Порядку).

Протягом строку, передбаченого пунктом 3.1.6 цього Порядку, заявник щомісяця вносить плату за право тимчасового користування місцем (-ями), що перебуває у комунальній власності територіальної громади міста Ужгород, у розмірі 25 відсотків від розміру плати, встановленої рішенням Ужгородської міської ради.

У разі продовження строку встановленого пріоритету відповідно до пункту 3.1.7 цього Порядку, щомісячна плата за право тимчасового користування місцями, які перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Ужгород, справляється у розмірі 100 відсотків від розміру плати, встановленої рішенням Ужгородської міської ради.

У разі неукладення заявником з робочим органом договору пріоритету тимчасового користування місцем (-ями) розміщення засобу(-ів) зовнішньої реклами протягом строку, визначеного абзацом 1 цього пункту, заява вважається неподаною, пріоритет на місце розміщення РЗ втрачається, документи повертаються заявнику (або уповноваженій ним особі), про

щоробочий орган робить відповідний запис в журналі реєстрації. У такому випадку робочий орган передає адміністратору разом із відповідним повідомленням усі подані заявником (або уповноваженою ним особою) документи та робить відповідний запис у журналі реєстрації. Адміністратор не пізніше наступного робочого дня із дня отримання від робочого органу зазначеного повідомлення та поданих документів інформує заявника або уповноважену ним особу про час та місце повернення поданих документів.

При розміщенні рекламних засобів на місцях, що належать до державної чи приватної власності, заявник (або уповноважена ним особа) подає робочому органу лист за підписом власника місця або уповноваженого ним органу (особи), який надає згоду на розміщення зовнішньої реклами на об'єкті державної або приватної власності, або копію договору на тимчасове користування цим місцем, укладеного з власником або уповноваженим ним органом (особою), та у будь-якому разі копію документів про підтвердження права власності або управління відповідно об'єктом приватної чи державної власності.

3.1.10. У разі, якщо прийнято рішення (наказ) **про відмову у встановленні пріоритету**, робочий орган готує заявникові вмотивовану відповідь із зазначенням причини відмови: дати встановлення пріоритету іншого заявника на заявлене місце розташування рекламного засобу або дати і номери рішення виконавчого комітету про надання дозволу на заявлене місце іншій особі.

Робочий орган, протягом трьох робочих днів від дати прийняття рішення про відмову у встановленні пріоритету, передає адміністратору ЦНАП разом із відмовою усі подані заявником (або уповноваженою ним особою) документи.

3.1.11. Відмова у встановленні пріоритету, продовженні строку, на який встановлено пріоритет, може бути оскаржена у порядку, встановленому законодавством.

Інформація про подані заяви та встановлені робочим органом пріоритети є відкритою і надається будь-якій особі за її письмовою заявою.

3.1.12. У разі недовержання заявником строку дії встановленого пріоритету, зазначеного у пунктах 3.1.6. та 3.1.7. цього Порядку, та у разі не надання ним в установлений строк документів, зазначених у пунктах 3.1.5. цього Порядку, заява вважається неподаною, пріоритет на місце розміщення рекламного засобу втрачається, документи повертаються заявнику, про щоробочий орган робить відповідний запис в електронний журнал реєстрації.

3.2. Погодження дозволу.

3.2.1. Дозвіл погоджується у відповідній черговості з:

- 1) власником місця або уповноваженим ним органом (особою);

2) управлінням містобудування та архітектури Ужгородської міської ради щодо можливості розташування рекламного засобу на пропонованому місці з урахуванням вимог цього Порядку.

3.2.2. На вимогу робочого органу дозвіл погоджується з:

3) уповноваженим підрозділом Національної поліції – у разі розміщення зовнішньої реклами у межах смуги відведення автомобільних доріг, на перехрестях, біля дорожніх знаків, світлофорів, пішохідних переходів та зупинок транспорту загального користування;

4) уповноваженим органом у сфері охорони культурної спадщини відповідно до вимог законодавства про охорону культурної спадщини – у разі розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках культурної спадщини місцевого значення, у межах зон охорони таких пам'яток у межах історичного ареалу міста; Міністерства культури України – у разі розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках національного значення, у межах зон охорони цих пам'яток у межах історичного ареалу міста;

5) утримувачем інженерних комунікацій – у разі розміщення зовнішньої реклами у межах охоронних зон цих комунікацій.

Кожен із перерахованих у пунктах 3.2.1 та 3.2.2. органів (осіб) погоджує дозвіл протягом п'яти робочих днів з дати звернення заявника.

Погодження органів, перерахованих у пунктах 3.2.1 та 3.2.2. цього Порядку, дійсні протягом строку дії дозволу.

3.2.3.

Дії щодо отримання зазначених погоджень вчиняються заявником протягом строку, встановленого для отримання дозволу.

3.2.4. У разі відмови у погодженні дозволу органами (особами), зазначеними у пунктах 3.2.1. та 3.2.2. цього Порядку, заявник повинен надіслати мотивоване повідомлення за підписом уповноваженої особи підприємства, установи та організації.

У випадку виникнення обставин, які унеможливають подальше розміщення рекламного засобу на відповідному місці, органи, перераховані у пунктах 3.2.1. та 3.2.2. цього Порядку, зобов'язані невідкладно, у письмовій формі, повідомити про це робочий орган.

Відмова у погодженні дозволу може бути оскаржена у порядку, встановленому законодавством.

3.2.5. Виправлення та підчистки у примірниках дозвільних документів не допускаються.

3.3. Другий етап – надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

3.3.1. Заявник особисто, або уповноважена ним особа, подає адміністратору ЦНАП такі документи:

1) заяву про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами (засвідчується підписом заявника або уповноваженої ним особи та скріплюється печаткою за її наявності);

2) два належним чином оформлені та погоджені примірники бланків дозволу (разом з фотокарткою або комп'ютерним макетом місця з фрагментом місцевості, на якому планується розташування рекламного засобу; ескізом з конструктивним рішенням рекламного засобу; топогеодезичним знімком місцевості (М1:500) з прив'язкою місця розташування рекламного засобу з нанесеними комунікаціями, що виконаний ліцензованою організацією, давністю виготовлення не більше одного року);

Робочий орган протягом не більше 15 (п'ятнадцяти) робочих днів з дати одержання оформлених належним чином двох примірників бланків дозволу, розглядає заяву, готує та подає на розгляд виконавчого комітету міської ради пропозиції і проєкт відповідного рішення.

3.3.2. Виконавчий комітет міської ради на черговому засіданні виконавчого комітету приймає рішення про надання дозволу або про відмову у його наданні.

3.3.3. У разі прийняття виконавчим комітетом **рішення про надання дозволу** (після його підписання та реєстрації) керівник робочого органу протягом п'яти робочих днів підписує обидва примірники дозволу та скріплює їх печаткою.

Наступного робочого дня після підписання та скріплення печаткою керівником робочого органу дозволів, один примірник дозволу передається адміністратору ЦНАП, а другий – залишається робочому органу для обліку та контролю.

3.3.4. Дозвіл надається строком на 5 (п'ять) років, якщо менший строк не зазначено у заяві.

Дозвіл на розміщення зовнішньої реклами видається лише на один рекламний засіб (один об'єкт).

3.3.5. У разі прийняття виконавчим комітетом **рішення про відмову** у наданні дозволу (після його підписання та реєстрації), робочий орган протягом 5 (п'яти) робочих днів готує заявнику повідомлення про відмову у наданні дозволу та передає адміністратору ЦНАП разом з усіма поданими документами.

Підставами для відмови у наданні дозволу є:

подання суб'єктом господарювання неповного або не належним чином оформленого пакета документів, необхідних для одержання документа дозвільного характеру, згідно з встановленим вичерпним переліком;

виявлення у документах, поданих суб'єктом господарювання, недостовірних відомостей;

негативний висновок за результатами проведених експертиз та обстежень або інших наукових і технічних оцінок, необхідних для видачі документа дозвільного характеру.

Законом можуть встановлюватися інші підстави для відмови у видачі документа дозвільного характеру.

Рішення про відмову у наданні дозволу може бути оскаржене у порядку, встановленому законодавством.

3.3.6. Протягом 5 (п'яти) робочих днів після підписання та реєстрації рішення виконавчого комітету про надання дозволу, робочий орган готує розповсюджувачу зовнішньої реклами для підписання договір тимчасового користування місцем (-ями) розміщення зовнішньої реклами (додаток 3.2 до цього Порядку).

3.3.7. Адміністратор ЦНАП наступного робочого дня, із дня отримання відповідних документів, повідомляє заявника про час і місце їх видачі.

3.3.8. Виданий у встановленому порядку дозвіл є підставою для розміщення рекламного засобу та виконання робіт, пов'язаних із благоустроєм місця при встановленні наземних рекламних засобів.

3.3.9. Після встановлення рекламного засобу розповсюджувач зовнішньої реклами у п'ятиденний термін зобов'язаний подати робочому органу фотокартку місця розташування рекламного засобу (розміром не менш як 6 см х 9 см), про що робочий орган робить відмітку в обох примірниках дозволу, яка засвідчується підписом керівника робочого органу та скріплюється його печаткою.

У разі виявлення невідповідності місця встановлення та/або форми рекламного засобу дозволу та проектно-технічній документації, робочим та контролюючим органом складається акт невідповідності спеціальної конструкції зовнішньої реклами характеристикам (місце розташування рекламного засобу, його площа, вид або розміри), вказаним у дозволі та проектно-технічній документації (додаток 4 до цього Порядку).

На підставі цього акта робочий орган у десятиденний термін скеровує розповсюджувачу вимогу (додаток 5 до цього Порядку) про приведення рекламного засобу у відповідність до дозволу та/або проектно-технічної документації. У разі невиконання вимоги – робочий орган готує проєкт рішення виконавчого комітету про демонтаж рекламного засобу.

3.3.10. При видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами забороняється втручання у форму та зміст зовнішньої реклами.

3.4. Внесення змін до дозволу.

3.4.1. Якщо протягом строку дії дозволу виникла потреба у **зміні технологічної (конструктивної) схеми рекламного засобу**, розповсюджувач зовнішньої реклами (або уповноважена ним особа) звертається до робочого органу з письмовою заявою про внесення у дозвіл відповідних змін через адміністратора ЦНАП, який не пізніше наступного робочого дня передає подані документи робочому органу.

При цьому, під зміною технологічної (конструктивної) схеми рекламного засобу розуміється зміна його зовнішнього вигляду, у тому числі типу, окремих конструктивних елементів, без зміни його місця розташування.

3.4.2. До заяви додаються:

1) технічна (конструктивна) характеристика змін у технологічній (конструктивній) схемі рекламного засобу;

2) кольорова фотокартка рекламного засобу (засвідчується підписом заявника та скріплюється печаткою при її наявності). При розміщенні на фасаді будівель та споруд надається фотокартка всього фасаду будівлі з усіма вже розміщеними рекламними засобами;

3) ескіз рекламного засобу із конструктивним рішенням (завірений підписами і печаткою розробника, разом із завіреною належним чином копією ліцензії (кваліфікаційного сертифікату) розробника, що підтверджує право останнього надавати послуги (роботи) на право будівельного проектування та конструювання, та який містить інформацію про основні габаритні розміри, вузли кріплення, застосовані матеріали, підключення до інженерних мереж, інші технічні характеристики щодо дотримання встановлених нормативними документами вимог до проектування та конструювання, що включає розрахунок міцності та стійкості спеціальної конструкції);

3.4.3. Робочий орган протягом не більш як 15 (п'ятнадцяти) робочих днів із дати реєстрації цієї заяви розглядає її і вносить відповідні зміни у дозвіл або вмотивовано відмовляє у внесенні змін.

3.4.4. На підставі прийнятого рішення (наказу), робочий орган вносить зміни до дозволу та договору тимчасового користування місцем розміщення зовнішньої реклами.

3.4.5. Наступного робочого дня із дня внесення відповідних змін до дозволу, робочий орган повертає його власнику, а у разі відмови – письмово інформує про це заявника.

Адміністратор ЦНАП не пізніше наступного робочого дня із дня отримання від робочого органу дозволу із внесеними змінами або вмотивованої відмови у внесенні змін повідомляє заявника про час та місце видачі дозволу з внесеними змінами або вмотивованої відмови.

3.4.6. Робочий орган відмовляє у внесенні змін до дозволу з таких підстав:

1) зміни, що пропонуються розповсюджувачем зовнішньої реклами, порушують вимоги та обмеження, встановлені розділом 5 цього Порядку;

2) заявником подані не всі документи, передбачені підпунктом 3.4.2. цього Порядку.

3.4.7. Відмова у зміні технологічної схеми рекламного засобу може бути оскаржена у порядку, встановленому законодавством.

3.4.8. **У разі зміни містобудівної ситуації**, проведення реконструкції, ремонту, будівництва на місці розташування рекламного засобу, які зумовлюють необхідність зміни місця розташування рекламного засобу, робочий орган у семиденний строк письмово повідомляє про це розповсюджувача зовнішньої реклами та скеровує вимогу про необхідність проведення демонтажу рекламного засобу.

У разі невиконання розповсюджувачем зовнішньої реклами вимоги про демонтаж рекламного засобу, зумовленого зміною містобудівної ситуації, проведенням реконструкції, ремонту, будівництва тощо на місці розташування рекламного засобу, демонтаж здійснюється силами комунальних служб міста

за наявності відповідного рішення міської ради (рішення виконкому, розпорядження міського голови) та листа від замовника робіт з будівництва, реконструкції, ремонту тощо щодо необхідності демонтажу рекламного засобу.

У термін 10 (десяти) робочих днів із дати початку зміни містобудівної ситуації, реконструкції, ремонту, будівництва тощо, робочий орган надає розповсюджувачу зовнішньої реклами інформацію про інше рівноцінне місце.

У разі досягнення згоди щодо нового місця розташування рекламного засобу вносяться зміни у дозвіл.

3.4.9. Строк дії дозволу продовжується на час, необхідний для вирішення питання про надання рівноцінного місця.

Плата за надання робочим органом послуг, пов'язаних із зміною місця розташування рекламного засобу, не справляється.

Відшкодування витрат, пов'язаних з демонтажем та монтажем рекламного засобу на новому місці, здійснюється власником рекламного засобу.

3.4.10. У разі досягнення згоди щодо тимчасового демонтажу рекламного засобу на час проведення відповідних робіт з реконструкції, ремонту, будівництва тощо та повернення рекламного засобу на те саме місце після закінчення цих робіт, інше місце не надається.

3.4.11. Після закінчення реконструкції, ремонту, будівництва на місці розташування рекламного засобу, розповсюджувач зовнішньої реклами має пріоритетне право на розташування рекламного засобу на попередньому місці (якщо це технічно можливо та відповідає містобудівним умовам і обмеженням та даному Порядку), про що робочий орган повідомляє рекламорозповсюджувача у 10-денний термін (за умови звільнення розповсюджувачем рівноцінного тимчасового (нового) місця розташування рекламного засобу).

Якщо на момент повернення рекламного засобу на попереднє місце розміщення з'явилися нові інженерні комунікації, дозвіл підлягає погодженню з утримувачами цих інженерних комунікацій.

3.5. Продовження строку дії дозволу.

3.5.1. Строк дії дозволу продовжується на підставі заяви, яка подається розповсюджувачем зовнішньої реклами (або уповноваженої ним особи) адміністратору ЦНАП з оригіналом другого примірника дозволу не пізніше ніж за місяць до закінчення строку дії дозволу за відсутності письмових заперечень з боку власника місця розташування спеціальної конструкції та інших органів, що здійснювали погодження цього дозволу, або органу, у погодженні якого виникла необхідність.

До заяви додається лист-погодження від власника (балансоутримувача) місця розташування рекламного засобу (або уповноваженої ним особи) щодо відсутності заперечення на розміщення рекламного засобу на строк продовження дії дозволу, наданий не пізніше ніж за місяць до звернення із заявою про продовження строку дії дозволу.

Адміністратор ЦНАПу день надходження або наступного робочого дня передає заяву та додані до неї документи робочому органу.

3.5.2. Робочий та контролюючий органи протягом 15 (п'ятнадцяти) днів із дати одержання заяв перевіряють рекламний засіб на предмет його відповідності виданому дозволу та/або проектно-технічній документації, про що складають акт обстеження (додаток 4 до цього Порядку).

3.5.3. У разі, якщо дозвіл, строк дії якого закінчується, потребує приведення його у відповідність до вимог підпунктів 3.2.1., 3.2.2. та /або вимог розділу 5 цього Порядку, робочий орган за три місяці до закінчення строку дії цього дозволу скеровує рекламного розповсюджувачу рекомендованим листом перелік вимог, у відповідність до яких необхідно привести дозвіл та проектно-технічну документацію.

3.5.4. Розповсюджувач зовнішньої реклами протягом місяця з дати отримання вимог робочого органу приводить у відповідність рекламний засіб, дозвілну та/або проектно-технічну документацію.

Приведену у відповідність дозвілну та/або проектно-технічну документацію розповсюджувач подає робочому органу одночасно з заявою про продовження строку дії дозволу.

3.5.5. У разі протермінування подачі заяви на продовження строку дії дозволу, розповсюджувач зовнішньої реклами оформляє новий дозвіл згідно з вимогами цього Порядку.

3.5.6. У продовженні строку дії дозволу може бути відмовлено, якщо:

1) заявником подані не всі документи, передбачені підпунктом 3.5.1. цього Порядку.

2) існує заборгованість з оплати за тимчасове користування місцями, які перебувають у комунальній власності, для розміщення рекламних засобів за існуючим договором понад два місяці, за умови, якщо заборгованість не оскаржується розповсюджувачем зовнішньої реклами у судовому порядку;

3) існує заборгованість зі сплати штрафів за самовільне встановлення рекламних засобів;

4) зафіксована та не ліквідована до закінчення строку дії дозволу невідповідність рекламного засобу дозволу та/або проектно-технічній документації та Правилам благоустрою м. Ужгорода;

5) зафіксовані самовільно встановлені рекламні засоби в інших місцях на території міста.

3.5.7. Робочий орган протягом 15 (п'ятнадцяти) днів з дати одержання заяви розповсюджувача зовнішньої реклами готує проєкт рішення виконавчого комітету про продовження строку дії дозволу або, за наявності підстав, про відмову у його продовженні.

Після прийняття відповідного рішення виконавчим комітетом, робочий орган протягом 3 (трьох) робочих днів з дати підписання та реєстрації цього рішення, готує заявнику повідомлення про продовження строку дії дозволу або про відмову у його продовженні із зазначенням дати та номера відповідного рішення виконавчого комітету та передає адміністратору ЦНАП разом з примірником дозволу.

3.5.8. Продовження строку дії дозволу фіксується внесенням відповідних змін до дозволу, який підписує керівник робочого органу та скріплює печаткою.

3.5.9. Продовження строку дії дозволу є підставою для продовження строку дії договору тимчасового користування місцем (-ями) розміщення зовнішньої реклами.

Один примірник оригіналу дозволу видається заявникові, а другий – залишається у робочого органу для обліку та контролю.

3.5.10. Відмова у продовженні строку дії дозволу може бути оскаржена у порядку, встановленому законодавством.

3.5.11. Розповсюджувач зовнішньої реклами зобов'язаний демонтувати рекламний засіб, строк дії дозволу на який не був продовжений, протягом 15 (п'ятнадцяти) днів з дати прийняття відповідного рішення.

3.6. Переоформлення дозволу.

3.6.1. Дозвіл підлягає переоформленню у разі:

- 1) набуття права власності на рекламний засіб іншою особою;
- 2) передачі рекламного засобу в оренду (користування);
- 3) інших підстав, встановлених законом для переоформлення документів дозвільного характеру.

3.6.2. У разі виникнення підстав для переоформлення дозволу на розміщення зовнішньої реклами, суб'єкт господарювання зобов'язаний протягом одного місяця із дня настання таких підстав через адміністратора ЦНАП подати заяву про переоформлення документа дозвільного характеру разом із оригіналом зареєстрованого дозволу, що підлягає переоформленню.

3.6.3. До заяви додається:

- 1) документ, який засвідчує перехід (набуття) права власності (користування) на рекламний засіб;
- 2) оригінал примірника дозволу, що підлягає переоформленню;
- 3) письмове погодження власника місця розташування рекламного засобу або уповноваженого ним органу (особи).
- 4) документ, який підтверджує відсутність заборгованості у нового та попереднього власників (користувачів) рекламного засобу щодо якого іде переоформлення дозволу.

При переоформленні дозволу погодження органів (осіб), зазначених у пунктах 3.2. цього Порядку не здійснюється.

3.6.4. У разі відсутності зауважень до поданих заявником документів, робочий орган протягом 3 (трьох) робочих днів із дня одержання від адміністратора ЦНАП заяви про переоформлення дозволу та документів, що додаються до неї, перевіряє рекламний засіб на предмет його відповідності виданому дозволу та/або проектно-технічній документації про що разом з контролюючим органом складає акт відповідності рекламного засобу (додаток 4 до цього Порядку).

3.6.5. У разі відповідності рекламного засобу виданому дозволу та проектно-технічній документації, робочий орган протягом 2 (двох) робочих днів після перевірки приймає рішення (наказ) про переоформлення дозволу і вносить відповідні зміни у дозвіл, та передає адміністратору ЦНАП переоформлений дозвіл з урахуванням змін, зазначених у заяві.

Строк дії переоформленого документа дозвільного характеру не може перевищувати строку дії дозволу, що переоформлявся.

У разі переоформлення документа дозвільного характеру, робочий орган, не пізніше наступного робочого дня із дня переоформлення документа дозвільного характеру приймає рішення (наказ) про визнання недійсним документа дозвільного характеру, що переоформлявся.

Непереоформлений встановлений строк документ дозвільного характеру є недейсним.

3.6.6. У переоформленні дозволу може бути відмовлено, якщо у заявника або попереднього власника (користувача) рекламного засобу:

1) зафіксована та не ліквідована невідповідність рекламного засобу дозволу та/або проектно-технічній документації;

2) у випадку неповної комплектності поданих документів щодо переоформлення дозволу.

3) існує заборгованість з оплати за тимчасове користування місцем (-ями) за існуючим договором;

4) існує заборгованість зі сплати штрафів за несвоєчасну оплату за тимчасове користування місцем (-ями) за існуючим договором;

5) існує заборгованість зі сплати штрафів за самовільне встановлення рекламних засобів;

6) існують невиконані зобов'язання щодо компенсації витрат з примусового демонтажу та зберігання рекламних засобів заявника;

7) зафіксовані самовільне встановлені рекламні засоби.

3.6.7. Переоформлення дозволу фіксується у журналі реєстрації та приводиться у відповідність догівір тимчасового користування місцем розміщення зовнішньої реклами.

3.6.8. Відмова у переоформленні дозволу може бути оскаржена у порядку, встановленому законодавством.

3.7. Скасування (анулювання) дозволу.

3.7.1. Дозвіл скасовується (анулюється) до закінчення строку дії на підставі рішення виконавчого комітету (або судового рішення) за таких підстав:

1) за письмовою заявою розповсюджувача зовнішньої реклами у разі невикористання місця розташування рекламного засобу безперервно протягом шести місяців, до якої долучено підтвердження відсутності рекламного засобу на заявленому місці (фотофіксація);

2) у разі непереоформлення дозволу в установленому порядку;

3) припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця;

4) припинення юридичної особи шляхом реорганізації (злиття, приєднання, поділу, перетворення) або ліквідації, якщо інше не встановлено законодавством;

5) інші підстави, встановлені законом для скасування документів дозвільного характеру.

У разі скасування (анулювання) дозволу за заявою розповсюджувача, якому було переоформлено дозвіл згідно з підпунктом 3.6.1. цього Порядку,

робочий орган при підготовці проєкту рішення виконавчого комітету про скасування (анулювання) дозволу враховує умови договору оренди, на які здійснено посилення у підпункті 3.6.1. цього Порядку, та долучає письмову згоду власника рекламної конструкції на скасування (анулювання) дозволу.

3.7.2. Рішення про скасування(анулювання) дозволу є підставою для дострокового припинення строку дії договору тимчасового користування місцем розміщення зовнішньої реклами.

Рішення про скасування(анулювання) дозволу може бути оскаржене у порядку, встановленому законодавством.

3.7.3. Розповсюджувач зобов'язаний демонтувати рекламний засіб, дозвіл на який було скасовано (анульовано), протягом 10 (десяти) днів з дати прийняття відповідного рішення.

4. Платежі у галузі зовнішньої реклами

4.1. Плата за тимчасове користування місцями, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів здійснюється на підставі договору між робочим органом та розповсюджувачем відповідно до Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів, затвердженого рішенням XXIX сесії міської ради IV скликання від 04.06.2004 № 315 із змінами, внесеними рішенням IV сесії міської ради V скликання від 11.01.2008 № 587, а місцями, що перебувають у державній або приватній власності – на договірних засадах з їх власником або уповноваженим ним органом (особою). При цьому площа місця розташування рекламного засобу визначається як сума площі горизонтальної проекції рекламного засобу на це місце та прилеглої ділянки завширшки 0,5 метра за периметром горизонтальної проекції цього засобу. Для неназемного та недахового рекламного засобу площа місця дорівнює площі вертикальної проекції цього засобу на уявну паралельну їй площину.

4.2. Плата за видачу дозволів не справляється.

4.3. Плата за тимчасове користування місцем розміщення зовнішньої реклами, що перебуває у комунальній власності, справляється з дати підписання договору тимчасового користування місцем розміщення зовнішньої реклами між уповноваженим власником місця розташування рекламного засобу та розповсюджувачем зовнішньої реклами. Відсутність рекламного засобу на вказаному місці не є підставою для звільнення від плати за користування місцем, крім випадків, передбачених у підпункті 3.4.8 цього Порядку.

4.4. За несвоєчасне внесення плати за тимчасове користування місцями реклами розповсюджувач сплачує пеню у розмірі, встановленому відповідно до договору тимчасового користування місцем розміщення зовнішньої реклами, згідно з діючим на цей час законодавством.

4.5. За несвоєчасний демонтаж рекламного засобу, самовільного встановлення на рекламних розповсюджувачах накладаються штрафні санкції згідно з вимогами чинного законодавства (ст. 231 Господарського кодексу України) та договору про тимчасове користування місцем для розміщення рекламного засобу.

4.6. Розмір плати за право тимчасового користування місцями для розміщення рекламного засобу, які перебувають у комунальній власності, не може встановлюватися залежно від змісту реклами.

4.7. За несвоєчасне або неповне внесення плати за користування місцями розміщення спеціальних конструкцій зовнішньої реклами, які перебувають в комунальній власності територіальної громади м. Ужгород, за порушення умов договору, укладеного за формою згідно з додатком 3 до цього Положення, настає відповідальність, передбачена договором та чинним законодавством України.

4.8. Несплата або неповна сплата за тимчасове користування місцями розміщення рекламних засобів, які перебувають в комунальній власності м. Ужгород, у термін більше 2 (двох) місяців є підставою для припинення (розірвання) договору з порушником зобов'язань в односторонньому порядку.

5. Вимоги до розміщення засобів зовнішньої реклами

5.1. Спеціальні конструкції повинні розміщуватись відповідно до чинного законодавства, нормативно-правових актів, у тому числі цього Порядку та додержанням вимог техніки безпеки.

5.1.1. Розміщення рекламних засобів здійснюється з дотриманням вимог щодо типів і розмірів рекламних засобів, поданих у класифікаторі рекламних засобів (додаток 9 до цих Правил).

Вибір формату рекламних засобів здійснюється відповідно до рекламно-містобудівного зонування м. Ужгород (додаток 8 до цих Правил).

5.2. Загальні вимоги до розміщення зовнішньої реклами.

5.2.1. Зовнішня реклама повинна розміщуватися із додержанням таких вимог:

- розроблення необхідної технічної документації, монтаж (демонтаж) рекламного засобу здійснюється спеціалізованими підприємствами, установами та організаціями (за наявності відповідної ліцензії), обраними розповсюджувачами зовнішньої реклами;

- рекламні засоби повинні відповідати по якості та дизайну сучасним стандартам та правилам, бути лаконічними, їх монтаж (демонтаж) проводиться без відхилень від затвердженої проектною документації;

- матеріали, які використовуються при виготовленні усіх типів спеціальних конструкцій, повинні відповідати сучасним вимогам якості та дизайну;

- при встановленні наземних спеціальних конструкцій на території зелених зон, обов'язковою умовою є

забезпечення якнайменшого пошкодження елементів озеленення та благоустрою. Відшкодування витрат на відновлення благоустрою (завізгрунту, посів трави, відновлення тротуарного покриття, демонтаж фундаментів після знесення щитів, тощо), ремонт фасадів та дахів після демонтажу рекламних засобів здійснюється за рахунок розповсюджувача зовнішньої реклами;

- інтервали між стаціонарними рекламними засобами, встановленими в одному напрямку, повинні бути витримані таким чином, щоб не створювати візуального враження перенасиченості міського простору елементами зовнішньої реклами;

- освітлення зовнішньої реклами не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також не повинно освітлювати вікна квартир житлових будинків;

- рекламні засоби повинні розміщуватися із забезпеченням видимості дорожніх знаків, світлофорів, перехресть, пішохідних переходів, зупинок транспорту загального користування та не відтворювати зображення дорожніх знаків;

- нижній край зовнішньої реклами, що розміщується над проїжджою частиною вулиць і доріг, у тому числі, на мостах, естакадах тощо, повинен розташовуватися на висоті не менш як 5 метрів від поверхні дорожнього покриття; у разі, якщо рекламний засіб встановлений над пішохідною зоною – то на висоті не менше, ніж 3 м від поверхні дорожнього покриття;

- розміщення рекламних засобів на фасадах будівель і споруд повинно здійснюватися з дотриманням структурної побудови фасадів без пошкодження елементів архітектурного оздоблення, з урахуванням візуального навантаження рекламних площин на 1 кв.м. зовнішньої площини будівлі;

- конструкції повинні утримуватись в належному технічному та естетичному стані, елементи конструкції акуратно пофарбовані (в один уніфікований колір для всіх рекламодавців);

- відсутність на каркасі конструкції будь-яких додаткових декоративних елементів;

- задня сторона рекламної конструкції має бути оформлена декоративною панеллю (не допускається візуальне оголення каркаса);

- інформаційне поле, на якому тимчасово не розміщено рекламний сюжет, заповнюється однотонним фоном або іншим сюжетом (на вибір рекламорозповсюджувача), зміст якого не заборонений законом та не суперечить суспільній моралі;

- кожен елемент рекламного засобу повинен відповідати проекту та бути складовою цілісного естетичного вигляду рекламного засобу;

- рекламні засоби забезпечуються маркуванням, яке повинно кріпитись у нижній частині рекламного засобу із зазначенням найменування розповсюджувача зовнішньої реклами, номера його телефону, дати видачі дозволу та строку його дії (вказана інформація повинна легко читатись).

5.2.2. Рекламні засоби будь-яких видів, незалежно від місця розташування, без належного маркування вважаються такими, власники яких невідомі та підлягають демонтажу у відповідності з вимогами законодавства.

5.2.3. Відповідальність за монтаж (демонтаж) спеціальних конструкцій, експлуатацію, санітарний, технічний та естетичний стан, порушення вимог техніки безпеки несе розповсюджувач зовнішньої реклами згідно з чинним законодавством.

5.3. Вимоги до наземних засобів зовнішньої реклами

5.3.1. Розміщення рекламних засобів повинно здійснюватись із дотриманням вимог їх уніфікації у межах однієї вулиці: за типом конструкцій, розмірів, висотою нижнього краю площини від поверхні землі, кутом нахилу площини рекламних засобів до дороги, відстанню дорожнього розташування опори рекламних засобів від дорожнього полотна, відстанню між наступною рекламною конструкцією та попередньою, освітленням рекламних площин (або відсутності освітлення).

5.3.2. Рекламні засоби повинні розміщуватися в одну умовну лінію (орієнтир по краях рекламних площин), паралельну до осі вулиці.

Конструкції можуть бути розташовані з кожного боку вулиці, на роздільних смугах, зелених зонах між тротуаром і проїжджою частиною.

5.3.3. Відстань між наземними великоформатними рекламними засобами (площини яких розташовані під кутом або перпендикулярно дорожній смузі), розміщеними в одну лінію не повинна бути меншою ніж 50 метрів прямої видимості (допускається відхилення до 5 метрів). Кут розміщення рекламних конструкцій до дорожньої смуги має бути однаковим для всіх рекламних площин даної вулиці.

5.3.4. Відстань між краями великоформатних рекламних конструкцій, у разі розміщення рекламних засобів площинами паралельно до проїжджої частини, повинна становити 2 метри.

Такий спосіб розміщення допускається лише у випадку, якщо позаду зазначених рекламних конструкцій не знаходяться житлові або багатоквартирні будинки, а також магазини, ресторани, офісні приміщення і встановлені конструкції не блокують видові характеристики з вікон (відстань має бути не менше як 30 метрів).

Не допускається такий вид розміщення рекламних конструкцій у випадку, якщо вони перешкоджають візуальному сприйняттю монументів, скульптур, пам'ятників, скверів, парків тощо.

5.3.5. Відстань між рекламними засобами типу «сітілайт», «стела», «пілон», «тумба» тощо не повинна бути меншою ніж 20 метрів прямої видимості (допускається відхилення до 2 метрів).

Відстань між двома окремо розташованими рекламними засобами різного формату не може бути менше відстані, передбаченої для рекламних засобів більшого формату.

5.3.6. Вимоги цього пункту не поширюються на рекламні засоби, дозволи на розміщення яких були видані до набрання чинності цього Порядку.

5.3.7. До перехрестя та до пішохідного переходу рекламні носії встановлюються не ближче 20 метрів, до залізничного переїзду – не ближче 50 метрів. Рекламні конструкції не повинні закривати дорожні знаки. Їх не можна монтувати в місцях концентрації дорожньо-транспортних пригод.

У випадку розміщення декількох рекламних засобів в одному напрямку тип, габарити та інтервали між ними повинні бути ідентичними.

5.3.8. При встановленні наземних спеціальних конструкцій на території зеленої зони обов'язковою умовою є забезпечення якнайменшого пошкодження елементів озеленення та благоустрою.

Для підсвічування конструкції необхідно підключатися до існуючих мереж зовнішнього освітлення під землею кабелем у трубах. Підключення підсвічування рекламних засобів до електромереж повинно здійснюватися відповідно до законодавства з дотриманням умов і правил експлуатації та техніки безпеки.

Відшкодування витрат на відновлення благоустрою (завіз чорнозему, посів трави, відновлення тротуарного покриття, демонтаж фундаментів після знесення щитів тощо), ремонт фасадів та дахів після демонтажу засобу зовнішньої реклами здійснюється за рахунок розповсюджувача зовнішньої реклами.

5.3.9. Для забезпечення доступності пересування людей та підвищення естетичності міського середовища фундаменти наземних конструкцій повинні бути заглиблені в ґрунт з відновленням твердого покриття, трав'яного покриву та виконанням у повному обсязі інших робіт з відновлення благоустрою міста.

Заборонено розміщення рекламних засобів, фундамент яких виступає над рівнем землі.

5.3.10. Відхилення від цієї вимоги в частині заглиблення фундаменту рекламного засобу можливе виключно у випадку, якщо таке заглиблення є технічно небезпечним у зв'язку з розміщенням під поверхнею місця розташування рекламного засобу ліній тепло-, енерго-, водопостачання, комунікаційних засобів тощо. У такому випадку, частина фундаменту, що виступає над поверхнею землі, повинна бути декоративно оформлена з урахуванням архітектурних, естетичних та історичних чинників, принадних міському середовищу.

5.3.11. У разі розміщення рекламного засобу над поверхнею місця розташування ліній тепло-, енерго-, водопостачання, комунікаційних засобів тощо, рекламний засіб встановлюється при узгодженні та дотриманні умов встановлення, які надають власники мереж.

У випадку виникнення аварійної ситуації, власник рекламного засобу повинен в термін 3 години демонтувати рекламний засіб за власний рахунок.

Власники мережі для усунення аварійної ситуації мають право самотійно демонтувати рекламний засіб при умові його вивезення та збереження на штрафмайданчику.

5.3.12. На опорах наземної зовнішньої реклами, що розміщується вздовж проїжджої частини вулиць і доріг, за вимогою органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері безпеки дорожнього руху, наноситься

вертикальна дорожня розмітка із світлоповертаючих матеріалів заввишки до 2 метрів від поверхні землі.

5.3.13. У місцях, де проїжджа частина вулиці межує з цоколями будівель або огорожами, зовнішня реклама може розміщуватися в одну з фасадів будівель або огорож лінійно.

Розміщення наземних конструкцій не повинно створювати перешкод вільному огляду реклами на раніше встановлених конструкціях, сприйняття технічних засобів організації дорожнього руху.

5.3.14. Наземні рекламні засоби типу «щит» повинні мати моноопорну конструкцію висотою не менше 3 метрів від поверхні землі.

5.4. Вимоги до наземних засобів зовнішньої реклами

5.4.1. Розташування спеціальних конструкцій на фасадах, дахах будинків (будівель) та на спорудах має здійснюватися з дотриманням структури фасадів без пошкодження елементів архітектурних деталей, конструктивних елементів будинків, споруд та комунікацій.

5.4.2. Розміщення і способи кріплення спеціальних конструкцій на освітлювальних опорах та опорах контактної мережі здійснюється за погодженням інженерно-технічних служб тих підприємств, які утримують освітлювальні опори та опори контактної мережі.

Зовнішня реклама на опорах контактної мережі і зовнішнього освітлення розміщується з підсвічуванням від мережі зовнішнього освітлення міста.

5.4.3. Кронштейни на опорах міського освітлення встановлюються на висоті не менше 3 м від поверхні землі до нижнього краю кронштейна з розміщенням у бік тротуару, пішохідної доріжки, газону.

Кронштейни на будинках (будівлях) та спорудах встановлюються з максимальним відступом від стіни 1,0 м на висоті не менше 2,5 м від поверхні землі до нижнього краю кронштейна з розміщенням у бік тротуару, пішохідної доріжки, газону.

5.4.4. Розміщення рекламних засобів на фасадах будівель і споруд повинно здійснюватися з дотриманням структурної побудови фасадів без пошкодження елементів архітектурного оздоблення, з урахуванням візуального навантаження рекламних площин на 1 кв.м. зовнішньої площини будівлі.

Розміщення рекламних засобів на фасадах будинків можливе лише після проведеного аналізу управління містобудування та архітектури (та наданні умов і обмежень по формі, розміру та способу кріплення конкретної конструкції, які будуть враховувати індивідуальні характеристики конкретного будинку).

5.5. Типові розміри рекламних площин

5.5.1. Вибір формату наземних спеціальних конструкцій та порядок опрацювання їх прив'язки до місцевості має здійснюватись відповідно до архітектурно-планувальних вимог.

5.5.2. Виходячи із містобудівної ситуації, приймаються такі типові розміри наземних щитових конструкцій: 1.2м x 1.8м, 2.0м x 3.0м, 2.3м x 3.14м, 3.0м x 4.0м, 3.0м x 6.0м, 3.0м x 12.0м.

5.5.3. Кронштейни встановлюються з такими типовими розмірами:

- 1.2м x 1.8м, 1.0м x 1.5м, 0.7м x 1.0м для конструкцій вертикального компонування;

- 3.0м x 0.65м, 2.0м x 0.65м, 1.5м x 0.65м для конструкцій горизонтального компонування.

5.5.4. Розміри рекламних конструкцій типу «банер», «розтяжка», «перетяжка», «транспарант», «брандмауер» встановлюються, якщо їх загальна площа не менше 18 кв. м.

5.5.5. Виходячи із містобудівної ситуації, рекламні конструкції на фасадах будівель та споруд до 5 поверхів, не можуть перевищувати розмір 18 кв.м.

На будівлях з 5-ти та більшою кількістю поверхів допускаються більші розміри рекламних конструкцій (за наявності відповідного погодження управління містобудування та архітектури).

5.6. Заборона на розміщення рекламних засобів

5.6.1. Забороняється розміщення будь-яких рекламних засобів у межах історичної частини міста, а саме:

- вулиць: Корзо, Августина Волошина, Олександра Духновича, Михайла Лучкая, Замкової, Капітульної;

- провулків: Підгірний, Ботанічний, Театральний;

- площ: Театральної, Євгена Фенцика, Шандора Петефі, Корядовича;

- набережної Незалежності.

5.6.2. Забороняється розміщення великоформатних рекламних засобів типу «білборд», «призматрон», «беклайт», «брандмауер», «банер» у межах центральної частини міста, а саме:

- вулиць: Корзо, Августина Волошина, Олександра Духновича, Тихої, Капітульної, Олександра Фединця, Міклоша Берчені, Панаса Мирного, Підгірної, Івана Ольбрахта, Михайла Лучкая, Олександра Довженка, Ференца Ракоці, Юрія Гойди, Михайла Ломоносова, Дмитра Менделєєва, Івана Крилова, Тараса Шевченка, Небесної Сотні, Братів Брацкайків Собранецької (№№ 2-72, №№ 1-47);

- провулків: Театральний, Підгірний, Ботанічний;

- площ: Театральної, Євгена Фенцика, Шандора Петефі, Корядовича, Народної, Жупанатської, Поштової;

- набережних: Незалежності, Православної, Київської;

- на відрізках дорожнього полотна з круговою схемою руху, а саме: на площах Дружби Народів та Богдана Хмельницького.

5.6.3. Забороняється розміщення на тротуарах виносних рекламних засобів (штендерів, виносних щитів та інших інформаційних виносних носіїв) на території міста.

5.6.4. Забороняється розміщення на території міста об'єктів зовнішньої реклами типу «банер», «розтяжка», «перетяжка», «транспарант», «брандмауер», загальна площа яких менше 18 кв. м.

5.6.5. Забороняється розміщення об'єктів зовнішньої реклами за допомогою зображення, яке демонструють на електронних носіях (екрани/телевізори; світлодіодні табло, за винятком повнокольорових екранів; рухомі LED-рядки тощо) або за допомогою інформаційних конструкцій/вивісок із використанням мерехтливих елементів у центральній зоні міста, яка визначена рішенням XI сесії міської ради VII скликання 28.02.2017 року № 607.

Вищезазначені заборони не поширюються на розміщення короткострокової реклами на період проведення ярмарок та свят загальнодержавного або місцевого значення.

5.6.6. Забороняється розміщення на території міста об'єктів зовнішньої реклами:

- якщо рекламні засоби перешкоджають візуальному сприйняттю монументів, пам'ятників, скульптур, парків, скверів, пам'яток архітектури тощо

- на фасадах будинків, віднесених до переліку пам'яток культури державного та місцевого значення, ареалу історичної забудови м.Ужгородата інших будівель громадських та державних установ. Розміщення рекламних засобів на фасадах таких будинків (будівель) дозволяється (типу «банер на захисній будівельній сітці»)лише у разі, коли фасад будинку (будівлі) перебуває у стані реставрації, потребує реставрації, що підтверджено висновком будівельно-технічної експертизи, іншими належними документами на проведення таких робіт;

- на фасадах будівель та споруд у випадках, коли вони закриватимуть елементи декору фасаду (на поверхнях з декоративними рельєфами, на карнизах, огороженнях балконів, еркерах, колоннах, пілястрах, контрфорсах, вікнах), а також ближче як 10 метрів до встановлених меморіальних таблиць, пам'ятних знаків, скульптур тощо;

- на фасадах будівель із закриттям вікон;

- якщо вони заважають сприйняттю технічних засобів організації дорожнього руху (дорожніх знаків, шлагбаумів тощо);

- якщо вони заважають візуальній оцінці ситуації на дорозі (перехрестях, поворотах) для учасників дорожнього руху;

- на тротуарах, пішохідних та велосипедних доріжках, алеях, парках та скверах, а також на пішохідних зонах, які визначені такими;

- на зупинках маршрутних транспортних засобів ближче ніж 20 м у межах видимості в обидва боки тротуару від встановленого дорожнього знаку, що позначає зупинку (крім випадків, коли на зупинковому комплексі спеціально передбачено місця для розміщення реклами);

- дахові рекламні засоби без попередньої технічної експертизи спеціалізованих підприємств, установ та організацій щодо встановлених норм та вимог чинного законодавства, зокрема: рівня шумових коливань, вібрації, світлових, електромагнітних та інших випромінювань;

- у населених пунктах на висоті менш як 5 метрів від поверхні дорожнього покриття, якщо їх рекламна поверхня виступає за межі краю проїжджої частини;

- на підтримуючих, опорних та інших елементах контактної мережі, на засобах та обладнанні (у тому числі опорах) зовнішнього освітлення;

- на конструкціях дорожніх знаків, світлофорів, деревах;

- на газонах, клумбах, тротуарах (для виносних конструкцій);

- двох та більше рівневих рекламних засобів;

- методом наклеювання на поверхні елементів вуличного обладнання, будівель і споруд;

- розміщувати рекламні засоби над проїжджою частиною вулиць та доріг, на перехрестях, біля дорожніх знаків, світлофорів, пішохідних переходів та зупинок транспорту загального користування без погодження з уповноваженим підрозділом Національної поліції;

- будь-які рекламні площини та конструкції, вмонтовані в елементи декоративних огорож, огорож, підпірних стін, мурів та інших обмежувальних конструкцій вздовж транспортних шляхів та пішохідних зон усіх форм власності;

- в інших випадках відповідно до чинного законодавства.

5.6.7. Розміщення рекламних засобів повинно здійснюватися із врахуванням архітектурних, історико-культурних цінностей, типології елементів міського середовища, з дотриманням правил благоустрою території та відповідно до економіко-планувального зонування м. Ужгород.

Обов'язковою умовою встановлення рекламоносіїв є збереження умов цілісного візуального сприйняття архітектурних ансамблів та домінант, культових споруд, міських перспектив, цінних видових картин, ландшафтів та інших містоутворюючих факторів.

6. Соціальна реклама

6.1. Соціальна реклама чи інформація соціального характеру не повинна містити посилань на конкретний товар та/або його виробника, на рекламодавця, на об'єкти права інтелектуальної власності, що належать виробнику товару або рекламодавцю соціальної реклами.

Рекламні матеріали, що розміщуються як соціальна реклама чи інформація соціального характеру, не повинні містити власну назву або марку конкретного товару та/або назви, логотипу, трейдмарки, бренду, знаку для товарів та послуг чи іншої ідентифікації його виробника; символіки або логотипів партій (блоків) – суб'єктів виборчого права, атак само повідомлення про підтримку соціальних програм партією (блоком)

чипевною особою, як кандидатом у депутати; посилань на рекламодавця соціальної реклами.

Рекламні матеріали соціальної реклами повинні відповідати чинному законодавству України, зокрема законодавству України про мови, а також сучасним художньо-естетичним вимогам якості та дизайну.

6.2. Розповсюджувач зобов'язаний подати робочому органу фотозвіт соціальної реклами на перший та останній день експонування разом з адресною програмою. У разі, якщо період експонування перевищує місяць, фотозвіт надається розповсюджувачем кожного останнього дня місяця.

6.3. Забезпечення фінансування виготовлення друкованої продукції з соціальною рекламою та/або інформацією соціального характеру покладається на замовників такої соціальної реклами чи інформації соціального характеру.

7. Умови демонтажу засобів зовнішньої реклами

7.1. Під демонтажем розуміють комплекс заходів, які передбачають відокремлення рекламного засобу разом з основою від місця його розташування та транспортування у місце його подальшого зберігання. При цьому демонтаж та подальше зберігання рекламного засобу не передбачає переходу права власності на нього до територіальної громади м. Ужгорода.

7.2. Демонтаж рекламних засобів є засобом протидії порушенню прав територіальної громади м. Ужгорода та їх самозахисту щодо надання у тимчасове користування місць (для розміщення рекламних засобів) або усунення порушень договірних зобов'язань розповсюджувачами зовнішньої реклами за договорами про надання у тимчасове користування місць (власниками та/або законними користувачами рекламних засобів), а також засобом усунення порушень в інших випадках.

7.3. Демонтажу згідно з цим Порядком підлягають рекламні засоби:

7.3.1. Самовільно встановлені, власник яких невідомий, у тому числі, у разі відсутності маркування на рекламному засобі;

7.3.2. Самовільно встановлені, власник яких відомий, але рішення виконавчого комітету про демонтаж не виконав;

7.3.3. У разі невідповідності спеціальної конструкції виданому дозволу та/або проектно-технічній документації, конструктивному рішення, та нежиття протягом встановленого строку заходів для їх усунення;

7.3.4. У разі, коли технічний стан рекламного засобу створює загрозу життю або здоров'ю людей та/або заподіяння шкоди (майнової чи немайнової) третім особам;

7.3.5. Систематичні протягом року (п'ять і більше разів) порушення вимог чинного законодавства України про рекламу, Правил благоустрою міста та цього Порядку.

7.3.6. У випадку зміни містобудівної ситуації за наявності відповідного рішення міської ради (рішення виконкому, розпорядження міського голови) та листа від замовника робіт з будівництва, реконструкції, ремонту тощо щодо

необхідності демонтажу рекламного засобу, що заважає проведенню відповідних робіт;

7.3.7. У разі користування місцем для розміщення засобу зовнішньої реклами, яке перебуває у комунальній власності територіальної громади міста Ужгорода, за відсутності укладеного договору на право його тимчасового користування;

7.3.8. У разі розірвання договору тимчасового користування місцем розміщення засобу зовнішньої реклами;

7.3.9. У разі, коли строк дії дозволу закінчився або його скасовано (анульовано).

Демонтаж рекламних засобів у випадках, встановлених пунктом 7.3. цього Порядку, здійснюється на підставі рішення виконавчого комітету про демонтаж (за винятком п. 7.3.6.)

7.4. У вказаних у пункті 7.3. цього Порядку випадках (крім випадку, коли власника рекламного засобу неможливо встановити), демонтаж засобу зовнішньої реклами повинен бути проведений власниками (користувачами) рекламного засобу самостійно за власний рахунок у термін, вказаний у вимозі робочого органу про усунення порушень вимог Порядку розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгороді.

Вимога направляється в письмовій формі поштою з повідомленням про вручення або вручається уповноваженому представнику розповсюджувача зовнішньої реклами особисто під підпис. У випадках, передбачених підпунктами 7.3.3, 7.3.4, 7.3.5 пункту 7.3. цього Порядку, до вимоги може додаватися акт, в якому фіксуються виявлені порушення, за підписом представників робочого та контролюючого органу.

Розповсюджувач зовнішньої реклами зобов'язаний протягом 10 (десяти) календарних днів з моменту отримання вимоги провести демонтаж засобу зовнішньої реклами та повідомити в цей же термін робочий орган у письмовій формі.

Демонтаж рекламного засобу здійснюється без направлення вимоги, якщо власник або адреса власника засобу зовнішньої реклами не встановлені.

У разі виникнення аварійної ситуації, зазначеної у підпункті 7.3.4, демонтаж рекламного засобу здійснюється без попереднього надсилання вимоги та складається відповідний акт за участю робочого та контролюючого органу, власника місця розташування спеціальної конструкції (за згодою) і представника управління з питань надзвичайних ситуацій та цивільного захисту населення.

У разі виконання власником (законним користувачем) рішення виконкому про демонтаж, він повинен привести прилеглу територію в належний первинний стан та в обов'язковому порядку направити до робочого органу повідомлення про виконання рішення з фотофіксацією місця до і після демонтажу.

7.5. У разі, коли розповсюджувач зовнішньої реклами самостійно не провів демонтаж рекламного засобу, він проводиться силами комунальних служб міста на замовлення робочого та контролюючого органів, із подальшим стягненням затратчених коштів за виконання роботи з

власника рекламного засобу. Такий демонтаж повинен бути здійснений протягом 30 (тридцяти) робочих днів після спливу строку на добровільне виконання вимоги про демонтаж.

У разі необхідності, під час проведення демонтажу можуть бути присутні власник або законний користувач рекламного засобу, представники державних органів, міських служб та інших організацій.

У випадках, передбачених підпунктами 7.3.3. та 7.3.7. пункту 7.3. цього Порядку, демонтаж рекламного засобу не проводиться, якщо розповсюджувач зовнішньої реклами у встановлений термін повністю усув порушення та повідомив в той же строк про це робочий орган у письмовій формі.

7.6. Про проведення демонтаж рекламного засобу працівниками контролюючого органу та іншими особами, що були присутні при його проведенні, складається акт проведення демонтажу рекламного засобу (додаток 6 до цього Порядку). До акта додається в обов'язковому порядку фотофіксація місця розташування рекламного засобу до і після демонтажу.

Акт проведення демонтажу складається у 4-х примірниках, один – залишається в робочого органу, другий – у контролюючого органу, третій – у комунальної служби, що здійснювала демонтаж, четвертий – передається власнику демонтованого рекламного засобу після складання такого акта, у разі його присутності.

У разі відсутності власника рекламного засобу або його відмови від підписання акта проведення демонтажу, робиться відповідна відмітка, примірник акта проведення демонтажу робочий орган у семиденний термін надсилає рекомендованим листом поштою за місцем знаходження власника (якщо відоме його місцезнаходження). Якщо місцезнаходження власника невідоме, робочий орган у цей же термін повідомляє про проведення демонтаж та місцезнаходження рекламного засобу міський відділ Національної поліції України у Закарпатській області.

Після проведення демонтажу комунальною службою, що здійснила демонтаж, складається:

- акт виконаних робіт з демонтажу спеціальної конструкції із зазначенням характеру робіт та їх вартості;
- калькуляція вартості витрат за виконані роботи по демонтажу.

7.7. Компенсація витрат комунальних служб міста, що проводили демонтаж спеціальної конструкції, покладається на власника (законного користувача) демонтованого рекламного засобу на підставі виставленого рахунку та акта виконаних робіт з демонтажу, які надсилаються власнику в обов'язковому порядку у семиденний термін із дати демонтажу.

Демонтовані засоби зовнішньої реклами передаються на тимчасове зберігання за актом приймання-передачі (додаток 7 до цього Порядку).

7.8. Для повернення демонтованого рекламного засобу власнику рекламного засобу необхідно звернутись до керівника комунальної служби, що проводила демонтаж, з такими документами:

1) заявою на ім'я керівника про повернення демонтованого рекламного засобу;

2) документом, що підтверджує право власності (інше майнове право) на демонтований рекламний засіб;

3) документом, що підтверджує оплату витрат, пов'язаних з демонтажем рекламного засобу, транспортуванням та зберіганням.

7.9. Облік та тимчасове зберігання демонтованих рекламних засобів здійснюється у встановленому порядку.

Демонтований рекламний засіб зберігається у спеціально відведених для цього місцях (сховищах, складах тощо).

7.10. Демонтовані рекламні засоби визначаються безхазяйним майном і переходять у власність територіальної громади м. Ужгорода у порядку, визначеному цивільним законодавством.

8. Контроль за дотриманням цього Порядку та відповідальність за його порушення

8.1. Контроль за дотриманням цього Порядку здійснює робочий орган на підставі інформації, поданої контролюючим органом, а також іншими органами (організаціями) згідно з законодавством у межах своєї компетенції.

8.2. Контролюючий орган уповноважений інспектувати територію міста на предмет виявлення самовільно встановлених рекламних засобів. При виявленні – уповноважена особа робить фотофіксацію рекламного засобу та надає інформацію про це робочому органу. Контролюючий орган інспектує територію міста щодо технічного стану (пошкодження спеціальної конструкції), естетичного стану (пошкодження рекламного постеру, неохайний вигляд спеціальної конструкції) рекламного засобу. При виявленні порушень уповноважена особа складає Протокол про адміністративне правопорушення згідно з Кодексом України про адміністративні правопорушення. На звернення робочого органу збирає та надає інформацію про порушення Порядку розміщення зовнішньої реклами у місті Ужгород (маркування, освітлення рекламних засобів, відповідність встановленим вимогам тощо).

8.3. Розповсюджувач зовнішньої реклами зобов'язаний:

8.3.1. Виконати роботи зі встановлення рекламного засобу без пошкодження архітектурних деталей, конструктивних елементів будівель та споруд, підземних і наземних комунікацій, елементів благоустрою та озеленення. При вимушеному пошкодженні елементів благоустрою та озеленення рекламорозповсюджувач зобов'язаний їх відновити протягом п'яти днів після встановлення рекламного засобу. При

неможливості відновити озеленення рекламного розповсюджувача з обов'язаний сплатити його відновлювальну вартість у встановленому порядку.

8.3.2. Забезпечити відповідність рекламного засобу дозволу та проектно-технічній документації, державним стандартам, нормам і правилам конструктивної міцності, електротехнічної, експлуатаційної та пожежної безпеки і санітарних норм. Розповсюджувач зовнішньої реклами несе відповідальність за будь-які порушення норм безпеки, несправності та аварійні ситуації повинен за свій рахунок усувати всі дефекти, що виникають у процесі розміщення та експлуатації рекламних засобів.

8.3.3. Демонтувати рекламний засіб, на який закінчився строк дії дозволу або на який було скасовано (анульовано) дозвіл, протягом 10 (десяти) днів з дати закінчення строку дії дозволу або прийняття відповідного рішення виконавчим комітетом.

Після демонтажу рекламного засобу розповсюджувач протягом 5 (п'яти) днів має відновити зелені насадження та дорожнє покриття або відшкодувати витрати, пов'язані з їх відновленням, у встановленому порядку.

8.4. У разі виявлення порушення вимог цього Порядку робочий орган звертається до розповсюджувача зовнішньої реклами з вимогою про усунення порушень у вказаний у вимозі термін. Зазначений термін не може перевищувати 30 (тридцять) календарних днів.

Вимоги робочого органу направляються рекомендованим листом розповсюджувачу зовнішньої реклами у разі виявлення порушень контролюючим органом.

8.5. У разі виконання власником (законним користувачем) у зазначений вимогою термін про усунення порушень цього Порядку, рекламний розповсюджувач в обов'язковому порядку скеровує робочому органу повідомлення про виконання вимог у письмовій формі та фотофіксацію місця розташування рекламного засобу до і після усунення порушення.

8.6. У разі невиконання розповсюджувачем у зазначений вимогою термін щодо проведення демонтажу самовільно встановленого рекламного засобу або не приведення рекламного засобу у відповідність до дозволу та/або проектно-технічній документації, контролюючий орган, після підтвердження невиконання вимог щодо усунення порушення, звертається до робочого органу для підготовки проекту рішення виконавчого комітету про примусовий демонтаж.

8.7. Робочий орган готує проект рішення виконавчого комітету, в якому зазначається рекламний засіб, що підлягає демонтажу, із зазначенням місця його розташування.

8.8. Робочий орган, на підставі інформації, наданої контролюючим органом, у п'ятиденний термін звертається з поданням до територіального органу з питань захисту прав споживачів у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України для притягнення до

відповідальності розповсюджувача за порушення ним вимог чинного законодавства про рекламу.

9. Перехідні положення

9.1. Розміщення стаціонарних рекламних засобів здійснюється відповідно до цього Порядку з дотриманням вимог щодо типів і розмірів рекламних засобів, поданих у класифікаторі рекламних засобів (додаток 9 до цих Правил) та з додержанням вимог техніки безпеки.

Вибір формату рекламних засобів здійснюється відповідно до рекламно-містобудівного зонування м. Ужгород (додаток 10 до цих Правил) та є невід'ємною частиною Порядку розміщення зовнішньої реклами в м. Ужгород.

9.2. Питання, що не врегульовані цим Порядком, вирішуються згідно з чинним законодавством України.

9.3. Спори, що виникають при вирішенні питань, пов'язаних із розміщенням зовнішньої реклами у м. Ужгороді, вирішуються у порядку, встановленому чинним законодавством України.

Додаток 1
до Порядку розміщення
зовнішньої реклами у м. Ужгороді

Керівнику робочого органу
« » _____ 20____ р.
№ _____

ЗАЯВА
про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами

Заявник _____

(для юридичної особи - повна назва; для фізичної особи - прізвище, ім'я та по батькові)

реклами, для фізичної особи - прізвище, ім'я та по батькові)

Адреса заявника

(для юридичної особи - місцезнаходження, для фізичної особи -

місце проживання, паспортні дані)

Ідентифікаційний код юридичної особи

або ідентифікаційний номер фізичної особи-підприємця _____

Телефон (телефакс) _____

Прошу надати дозвіл на розміщення зовнішньої реклами за адресою

(повна адреса місця розташування рекламного засобу)

строком на

(літерами)

Перелік документів, що додаються _____

Заявник
або уповноважена
ним особа

(підпис)

(ініціали та прізвище)

М.П

Додаток 2
до Порядку розміщення
зовнішньої реклами у м. Ужгороді

ДОЗВІЛ № _____
на розміщення зовнішньої реклами

Виданий _____ р. на підставі рішення

(дата видачі)

(виконавчий орган сільської, селищної, міської ради, дата і номер рішення)

(для юридичної особи - повне найменування розповсюджувача зовнішньої
реклами, для фізичної особи - прізвище, ім'я та по батькові)

(місцезнаходження (місце проживання), номер телефону (телефаксу),
банківські реквізити,

ідентифікаційний код (номер)

Адреса місця розташування рекламного засобу _____

Характеристика (в тому числі технічна) рекламного засобу

(вид, розміри, площа місця розташування рекламного засобу)

Фотокартка або комп'ютерний макет місця з фрагментом місцевості (розміром не менш як 6 х 9 сантиметрів), на якому планується розташування рекламного засобу

Ескіз з конструктивним рішенням рекламного засобу

Топогеодезичний знімок місцевості (М 1:500) з прив'язкою місця розташування рекламного засобу

Відповідальний за топогеодезичне знімання

_____ М. П.
(підпис) (ініціали та прізвище)

Погоджувальна частина

1. Власник місця розташування рекламного засобу або уповноважений ним орган (особа)

(для юридичної особи - повна найменування, підпис керівника,
для фізичної особи - прізвище,

ім'я та по батькові, паспортні дані)

М. П.

2. Спеціально уповноважений орган з містобудування та архітектури

(підпис уповноваженої особи)

(ініціали та прізвище)

М. П.

3. На вимогу робочого органу:

Уповноважений підрозділ Національної поліції у разі розміщення зовнішньої реклами на перехрестях, біля дорожніх знаків, світлофорів, біля дорожніх переходів та зупинок транспорту загального користування

(підпис уповноваженої особи)

(ініціали та прізвище)

центральний або місцевий орган виконавчої влади у сфері охорони культурної спадщини та об'єктів природно-заповідного фонду у разі розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках історії і архітектури та в межах зон охорони пам'яток національного або місцевого значення, у межах об'єктів природно-заповідного фонду

(підпис уповноваженої особи)

(ініціали та прізвище)

утримувач інженерних комунікацій у разі розміщення зовнішньої реклами в межах охоронних зон зазначених комунікацій

(підпис уповноваженої особи)

(ініціали та прізвище)

Строк дії дозволу з _____

до _____

Продовжено з _____

до _____

Продовжено з _____

до _____

Продовжено з _____

до _____

Керівник робочого
органу

(підпис)

(ініціали та прізвище)

М. П.

Фотокартка місця (розміром не менш як 6 х 9 сантиметрів) після розташування на ньому рекламного засобу

Керівник робочого
органу

(підпис)

(ініціали та прізвище)

М. П.

Додаток 3.1
до Порядку розміщення
зовнішньої реклами у м. Ужгород

**ДОГОВІР пріоритету №
тимчасового користування місцем (-ями) розміщення засобу(-ів)
зовнішньої реклами**

м. Ужгород «_____» _____ 20__ р.

Департамент міського господарства Ужгородської міської ради, код 36541721, адреса: 88000, м. Ужгород, пл. Поштова, 3, в особі директора департаменту _____, що діє на підставі Положення, затвердженого рішенням Ужгородської міської ради _____ р. № _____, що надалі іменується «Сторона 1», з одного боку, та розповсюджувач зовнішньої реклами в особі _____, код _____, що зареєстрований за адресою: _____ та діє на підставі _____, що надалі іменується «Сторона 2», з іншого боку, уклали цей договір про наступне:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1. Сторона 1, відповідно до наказу від _____ року № _____ встановлює Стороні 2 пріоритет на місце розташування рекламного засобу (надалі – РЗ), яке знаходиться за адресою: _____.

У тимчасове платне користування передається місце площею _____ кв. м. в _____ зоні міста.

2. УМОВИ ДОГОВОРУ

2.1. Договір діє з «__» _____ 20__ року до моменту прийняття виконкомом Ужгородської міської ради рішення про надання дозволу на розміщення РЗ, але не більше ніж на 3 (три) місяці з моменту його підписання.

2.2. Дія договору може бути продовжена за зверненням Сторони 2 шляхом укладення додаткової угоди.

2.3. У випадку втрати пріоритету даний Договір припиняє свою дію.

3. ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

3.1. Розмір плати за тимчасове користування місцем для розміщення зовнішньої реклами, що надане у користування за цим договором, складає: _____ грн. (_____ грн. ____ коп.)

3.2. З дня укладення даного Договору і до дня прийняття рішення міськвиконкомом про надання дозволу на розміщення РЗ, яке встановлюється на місці, наданому за Договором (в період дії пріоритету), Стороною 2 щомісячно вноситься плата у розмірі 25 % від суми визначеної п.3.1. даного Договору, що складає _____ грн. (_____ грн. ____ коп.), перераховується на р/р № _____, код ЄДРПОУ одержувача _____, МФО банку _____, банк ГУДКСУ в Закарпатській області, одержувач: УК у м. Ужгороді, призначення платежу – за користування місцями для розміщення засобів зовнішньої реклами.

Обчислення розміру місячної плати здійснюється з урахуванням індексу інфляції, визначеного Державним комітетом статистики України.

Оплата за місяць складається із розміру суми, визначеної абзацом 1 п.3.2. Договору, помноженої на індекс інфляції за поточний місяць.

Плата вноситься Стороною 2 рівними частинами протягом строку дії договору починаючи з дати прийняття рішення (наказу) про встановлення пріоритету щомісячно до 10-го числа наступного за попереднім місяцем.

3.3. У разі продовження строку дії пріоритету на місце на підставі письмового звернення Сторони 2 плата, визначена п. 3.1. даного Договору сплачується у розмірі 100% від суми, визначеної п. 3.1. цього Договору.

3.4. За несвоєчасне внесення плати Стороною 2 справляється пеня у розмірі 0,1 відсотка місячної плати, за кожний день прострочення, а за прострочення понад тридцять днів додатково стягується штраф у розмірі семи відсотків вказаної вартості.

3.5. Розмір плати переглядається на вимогу Сторони 1, у разі внесення змін в чинне законодавство, яке регулює відносини у сфері зовнішньої реклами або в рішення міської ради в частині місячної плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів.

4. ПРАВА ТА ОBOB'ЯЗКИ СТОРІН

Права та обов'язки Сторони 1:

- 4.1. Сторона 1 має право вимагати від Сторони 2:
- 4.1.1. Використовувати місце за цільовим призначенням.
- 4.1.2. Своєчасно вносити плату за користування місцем для розміщення РЗ.
- 4.1.3. Достроково розірвати договір, у разі не виконання пунктів 3.1., 3.2. Договору.
- 4.2. Сторона 1 зобов'язана:
- 4.2.1. Передати в користування місце для розміщення РЗ.
- 4.2.2. Утримуватись від встановлення пріоритету іншим суб'єктам господарювання на місце для розміщення РЗ.
- Права та обов'язки Сторони 2:
- 4.3. Сторона 2 має право:
- 4.3.1. Самостійно господарювати на місці, наданому для розміщення РЗ.
- 4.3.2. На продовження строку дії договору на новий термін у разі продовження строку дії пріоритету на місце розміщення РЗ.
- 4.4. Сторона 2 зобов'язана:
- 4.4.1. Виконувати вимоги, зазначені у пунктах 3.1., 3.2., 3.3. цього Договору.
- 4.4.2. Не проводити будь-які роботи, пов'язані з розташуванням РЗ до отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.
- 4.4.3. Утримувати місце розташування РЗ відповідно до Правил благоустрою території міста Ужгород, містобудівних, санітарних норм. За власний рахунок усувати можливі пошкодження місця та рослинності, що на ньому розташована.
- 4.4.4. Після одержання дозволу на розміщення зовнішньої реклами укласти зі Стороною 2 Договір тимчасового користування місцем (-ями) розміщення засобу(-ів) зовнішньої реклами на строк дії отриманого дозволу.
- 4.4.5. Дотримуватись умов даного Договору, вимог чинного законодавства України з питань реклами, в тому числі рішень Ужгородської міської ради та Порядку розміщення зовнішньої реклами у місті Ужгород.

5. ФОРС-МАЖОР

5.1. Сторони звільняються від відповідальності за повне або часткове невиконання договірних зобов'язань на період дії форс-мажорних обставин. Сторона, яка посилається на дію форс-мажорних обставин, протягом 3 (трьох) робочих днів з моменту їх настання зобов'язана письмово повідомити іншу про обставини непереборної сили, які виникли після підписання цього Договору, які не можна передбачити в момент укладання договору, запобігти її виникненню, яку не можна уникнути, або ж попередити її наслідки, і яка не викликана з вини жодної із сторін і створює неможливість виконання договору, його частини або конкретного зобов'язання. Належним доказом дії обставин непереборної сили буде довідка уповноваженого державного органу України.

5.2. При наявності форс-мажорних обставин виконання договірних зобов'язань Сторін призупиняються на термін дії таких обставин. Під час

терміну дії форс-мажорних обставин, кожна із Сторін має право ініціювати дострокове припинення дії Договору.

5.3. При тимчасовому припиненні дії Договору за форс-мажорними обставинами Сторони проводять розрахунки по факту виконаних зобов'язань на дату припинення дії Договору про що складається додаткова угода, яка стає невід'ємною частиною цього Договору.

5.4. Обставинами непереборної сили є зовнішні і надзвичайні події, а саме: стихійні лиха (пожежі, повені, землетруси, епідемії, епізоотії, природні катаклізми та їх наслідки, воєнні дії, повстання, мобілізація, тощо).

6. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

6.1. Спори та розбіжності, що виникають між Сторонами під час виконання цього договору, вирішуються шляхом проведення переговорів.

6.2. У разі неможливості вирішення спорів шляхом проведення переговорів вони вирішуються у судовому порядку.

7. ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

7.1. Зміни та доповнення до цього Договору, з винятком п. 2.4., вносяться за письмовою згодою Сторін шляхом укладання додаткових угод, які стають невід'ємною частиною Договору.

7.2. Всі угоди та договори, які були підписані Сторонами до укладання цього договору і безпосередньо стосуються його предмету, втрачають юридичну силу з дати підписання Сторонами даного договору.

7.3. Цей договір складено українською мовою у трьох примірниках, які мають однакову юридичну силу.

7.4. У разі зміни у однієї із Сторін адреси та/або платіжних реквізитів, відомостей Сторона, у якої виникли такі зміни, зобов'язана у п'ятиденний термін направити іншій Стороні письмове повідомлення про зміни. В іншому випадку Сторона, яка не була повідомлена про зміни не несе відповідальності за неналежне виконання умов цього Договору.

7.5. Повноважні представники Сторін своїми підписами підтверджують про досягнення згоди щодо всіх істотних умов Договору.

8. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

РОБОЧИЙ ОРГАН

Департамент міського господарства
тел./ факс: 614190
88000, м. Ужгород, пл. Поштова, 3

Отримувач: УК у м. Ужгороді

Р/р UA938999980000034225999007002
в Казначействі України

РОЗПОВСЮДЖУВАЧ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ

Розповсюджувач
тел./ факс:
Адреса:

Р/р

ПН 365417207013

код ЄДРПОУ38015610

Ідент. код

МФО 899998

Підписисторін

Директор департаменту

Розповсюджувач

П.І.П./_____ /

П.І.П. /_____ /

Додаток 3.2
до Порядку розміщення
зовнішньої реклами у м. Ужгород

ДОГОВІР № тимчасового користування місцем (-ями) розміщення засобу(-ів) зовнішньої реклами

м. Ужгород «_____» _____ 20__ р.

Департамент міського господарства Ужгородської міської ради, код 36541721, адреса: 88000, м. Ужгород, пл. Поштова, 3, в особі директора департаменту _____, що діє на підставі Положення, затвердженого рішенням Ужгородської міської ради _____ р. № ____, що надалі іменується «Сторона 1», з одного боку, та розповсюджувач зовнішньої реклами в особі _____, код _____, що зареєстрований за адресою: _____ та діє на підставі _____, що надалі іменується «Сторона 2», з іншого боку, уклали цей договір про наступне:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1. Сторона 1 на підставі рішення виконавчого комітету Ужгородської міської ради від _____ року № ____, передає, а Сторона 2 приймає в тимчасове платне користування місце для розміщення рекламного засобу (надалі – РЗ), яке знаходиться за адресою: _____.

В тимчасове платне користування передається місце площею ____ кв. м.
в _____ зоні міста.

2. УМОВИ ДОГОВОРУ

2.1. Договір укладається строком до _____ року включно.

Після закінчення строку дії договору Сторона 2 має переважне право на його поновлення на новий строк. У цьому разі Сторона 2 повинна письмово повідомити Сторону 1 про бажання щодо продовження його дії та внесення відповідних змін до Договору на новий строк не пізніше, ніж за два місяці до його закінчення.

2.2. Плата за тимчасове користування місцями для розміщення зовнішньої реклами у сумі _____ грн. (_____ грн. ____ коп.) вноситься Стороною 2 щомісячно у грошовій формі, перераховується на р/р № _____, код ЄДРПОУ одержувача _____, МФО банку _____, банк ГУДКСУ в Закарпатській області, одержувач: УК у м. Ужгороді, призначення платежу – за користування місцями для розміщення засобів зовнішньої реклами.

Обчислення розміру місячної плати здійснюється з урахуванням індексу інфляції, визначеного Державним комітетом статистики України.

Оплата за місяць складається із розміру суми, визначеної п.2.2. Договору, помноженої на індекс інфляції за поточний місяць.

Плата вноситься Стороною 2 рівними частинами протягом строку дії договору починаючи з дати видачі дозволу щомісячно до 10-го числа наступного за попереднім місяцем.

2.3. За несвоєчасне внесення плати Стороною 2 справляється пеня у розмірі 0,1 відсотка місячної плати, за кожний день прострочення, а за прострочення понад тридцять днів додатково стягується штраф у розмірі семи відсотків вказаної вартості.

2.4. Розмір плати переглядається на вимогу Сторони 1, у разі внесення змін в чинне законодавство, яке регулює відносини у сфері зовнішньої реклами або в рішення міської ради в частині місячної плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів.

2.5. У разі припинення або розірвання договору Сторона 2 зобов'язана повернути Стороні 1 місце для розміщення РЗ у стані, не гіршому, ніж вона його отримала, не порушуючи зовнішні інженерні мережі та зовнішній шар ґрунту.

У разі не повернення відповідного місця, Сторона 2 зобов'язана здійснити оплату за період фактичного користування місцем відповідно до умов даного Договору.

2.6. Сторона 2 зобов'язана утримувати у належному стані місце для розміщення РЗ та дотримуватись правил благоустрою міста.

2.7. Сторона 2 зобов'язана дотримуватись Порядку розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгороді, затвердженого рішенням виконкому _____ року № ____.

2.8. Сторона 2 зобов'язана протягом 10 (десяти) днів з моменту розірвання договору демонтувати РЗ за власний рахунок.

2.9. Сторона 2 погоджується сплатити Стороні 1 плату за користування місцем комунальної власності для розташування рекламного засобу від _____ року до дати підписання даної угоди у розмірі виходячи із помісячного розрахунку плати за тимчасове користування місцями для розміщення зовнішньої реклами визначеної п. 2.2. Договору.

3. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

Права та обов'язки Сторони 1:

3.1. Сторона 1 має право вимагати від Сторони 2:

3.1.1. Використовувати місце за цільовим призначенням.

3.1.2. Своєчасно вносити плату за користування місцем для розміщення ЗЗР.

3.1.3. Достроково розірвати договір, у разі не виконання пунктів 2.6., 2.7. Договору.

3.1.4. Демонтувати РЗ у разі розірвання або припинення договору, невиконання пунктів 2.6. - 2.8.

3.2. Сторона 1 зобов'язана:

3.2.1. Передати в користування місце для розміщення РЗ.

3.2.2. Не вчиняти дій, які б перешкоджали Стороні 2 користуватися місцем для розміщення РЗ.

Права та обов'язки Сторони 2:

3.3. Сторона 2 має право:

3.3.1. Самостійно господарювати на місці, наданому для розміщення ЗЗР.

3.3.2. Отримувати доходи.

3.3.3. На продовження строку дії договору на новий термін в разі належного виконання своїх зобов'язань.

3.4. Сторона 2 зобов'язана:

3.4.1. Виконувати вимоги, зазначені у пунктах 2.2., 2.3., 2.4., 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. цього Договору.

3.4.2. Розміщувати РЗ тільки відповідно до умов виданого у встановленому порядку дозволу.

3.4.3. Після розташування РЗ у 5-ти денний строк надати Стороні 1 фотокартку місця з розташованим РЗ.

3.4.4. Дотримуватись правил техніки безпеки, протипожежної безпеки, правил благоустрою, вимог містобудівних та санітарних норм.

3.4.5. У випадку псування спеціальної конструкції та/або розміщеної на ній реклами своєчасно проводити їх заміну, ремонт.

3.4.5. Не передавати надане місце для розміщення РЗ, іншим особам (фізичним, юридичним) без переоформлення дозвільної документації на нового власника РЗ.

3.4.6. У разі проведення демонтажу РЗ Стороною 1 відшкодувати фактично витрачені кошти за демонтаж та зберігання РЗ, згідно наданих рахунків за проведений демонтаж (зберігання) РЗ.

3.4.7. Проводити роботи з відновлення благоустрою місць розміщення ЗЗР після його демонтажу.

4. УМОВИ ЗМІНИ, ПРИПИНЕННЯ, РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ

4.1. Зміна умов даного договору здійснюється за взаємною згодою Сторін, крім випадків, передбачених п.2.4. Договору.

У разі недосягнення згоди щодо зміни умов договору спір вирішується в судовому порядку.

4.2. Договір припиняється у разі:

4.2.1. Закінчення строку, на який його було укладено.

4.2.2. Смерті фізичної особи або припинення підприємницької діяльності фізичної особи-підприємця, засудження її до позбавлення волі та відмови осіб, які є родичами цієї особи від виконання укладеного договору.

4.2.3. Ліквідації юридичної особи.

4.2.4. Припинення дії дозволу, його анулювання або відмова у його продовженні.

4.2.5. Невідповідності розташованого РЗ та/або місця його розташування вимогам виданого Дозволу.

4.2.6. Невжиття Стороною 2 належних заходів щодо усунення порушень Порядку розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгороді за результатами розгляду звернень (вимог, приписів) Сторони 1.

4.2.7. Передачі місця розташування РЗ, на який видано Дозвіл у встановленому порядку, Стороною 2 іншій особі без відповідного переоформлення Дозволу.

4.2.8. Якщо розміщений РЗ створює загрозу життю або здоров'ю людей.

4.2.9. В інших випадках, передбачених законодавством.

4.3. Договір може бути розірваний за згодою Сторін. На вимогу однієї із Сторін договір може бути розірваний за рішенням суду в порядку, встановленому законом.

4.4. Договір може бути достроково розірваний за вимогою Сторони 1 у разі:

4.4.1. Несплати Стороною 2 плати за користуванням місцем для розміщення ЗЗР протягом двох місяців.

4.4.2. Невиконання Стороною 2 п.2.4. Договору.

4.4.3. Порушення вимог до розміщення РЗ, визначених розділом 5 Порядку розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгорода, затвердженого рішенням виконкому _____ року № ____.

Дозволи як і договори на розміщення зовнішньої реклами втрачають чинність у разі початку будівельних, ремонтних, аварійних робіт тощо, які будуть здійснюватися на земельних ділянках – місцях розташування РЗ.

У разі дострокового розірвання договору з ініціативи Сторони 1, остання за 3 дні письмово повідомляє Сторону 2 про намір дострокового розірвання договору.

У разі дострокового розірвання договору з ініціативи Сторони 2, у зв'язку з відмовою в подальшому використовувати місце для розміщення РЗ, Сторона 1 має право на отримання плати від Сторони 2 за два місяці, якщо протягом зазначеного періоду не надійшло пропозицій від інших осіб на укладення договору цього ж місця, за винятком випадків, коли розірвання договору було обумовлено невиконанням або неналежним виконанням Стороною 1 договірних зобов'язань.

4.5. У разі припинення або розірвання договору Сторона 2 зобов'язана за свій рахунок демонтувати РЗ на умовах, визначених договором.

5. ФОРС-МАЖОР

5.1. Сторони звільняються від відповідальності за повне або часткове невиконання договірних зобов'язань на період дії форс-мажорних обставин. Сторона, яка посилається на дію форс-мажорних обставин, протягом 3-х робочих днів з моменту їх настання зобов'язана письмово повідомити іншу про обставини непереборної сили, які виникли після підписання цього Договору, які не можна передбачити в момент укладання договору, запобігти їй виникненню, яку не можна уникнути, або ж попередити її наслідки, і яка не викликана з вини жодної із сторін і створює неможливість виконання договору, його частини або конкретного зобов'язання. Належним доказом дії обставин непереборної сили буде довідка уповноваженого державного органу України.

5.2. При наявності форс-мажорних обставин виконання договірних зобов'язань Сторін призупиняються на термін дії таких обставин. Під час терміну дії форс-мажорних обставин, кожна із Сторін має право ініціювати дострокове припинення дії Договору (Дозволу).

5.3. При тимчасовому припиненні дії Договору за форс-мажорними обставинами Сторони проводять розрахунки по факту виконаних зобов'язань на дату припинення дії Договору про що складається додаткова угода, яка стає невід'ємною частиною цього Договору.

5.4. Обставинами непереборної сили є зовнішні і надзвичайні події, а саме: стихійні лиха (пожежі, повені, землетруси, епідемії, епізоотії, природні катаклізми та їх наслідки, війсьні дії, повстання, мобілізація, тощо).

6. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

6.1.Спори та розбіжності, що виникають між Сторонами під час виконання цього договору, вирішуються шляхом проведення переговорів.

6.2.У разі неможливості вирішення спорів шляхом проведення переговорів вони вирішуються у судовому порядку.

7. ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

7.1. Зміни та доповнення до цього Договору, з винятком п. 2.4., вносяться за письмовою згодою Сторін шляхом укладання додаткових угод, які стають невід'ємною частиною Договору.

7.2. Всі угоди та договори, які були підписані Сторонами до укладання цього договору і безпосередньо стосуються його предмету, втрачають юридичну силу з дати підписання Сторонами даного договору.

7.3. Цей договір складено українською мовою у трьох примірниках, які мають однакову юридичну силу.

7.4. У разі зміни у однієї із Сторін адреси та/або платіжних реквізитів, відомостей Сторона, у якої виникли такі зміни, зобов'язана у п'ятиденний термін направити іншій Стороні письмове повідомлення про зміни. В іншому випадку Сторона, яка не була повідомлена про зміни не несе відповідальності за неналежне виконання умов цього Договору.

7.5. Повноважні представники Сторін своїми підписами підтверджують про досягнення згоди щодо всіх істотних умов Договору.

8. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

РОБОЧИЙ ОРГАН

Департамент міського господарства

тел./ факс: 614190

88000, м. Ужгород, пл. Поштова,3

Отримувач: УК у м. Ужгороді

Р/р UA938999980000034225999007002 в

Казначействі України

ПІН 365417207013

код ЄДРПОУ38015610

МФО 899998

Підписисторін

РОЗПОВСЮДЖУВАЧ

ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ

Розповсюджувач

тел./ факс:

Адреса:

Р/р

Ідент. код

Директор департаменту Розповсюджувач

П.І.П./_____/ П.І.П. /_____/

Додаток 4
до Порядку розміщення
зовнішньої реклами у м. Ужгород

АКТ
(не) відповідності засобу зовнішньої реклами
Порядку розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгороді

Ми, представник робочого органу _____

представник контролюючого органу _____

розповсюджувач/власник рекламного засобу (за згодою) _____

склали цей акт про те, що рекламний засіб

характеристика РЗ _____

місця розташування _____

(не) відповідає вимогам Порядку розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгород:

1) _____

2) _____

3) _____

Необхідно: _____

що засвідчуємо своїми підписами.

Від робочого органу _____

підпис, П.І.Б.

Від контролюючого органу _____

підпис, П.І.Б.

Розповсюджувач (власник РЗ) _____

підпис, П.І.Б.

Від інших організацій _____

підпис, П.І.Б.

Додаток 5
до Порядку розміщення
зовнішньої реклами у м. Ужгород

ВИМОГА № _____
про усунення порушень Порядку
розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгород

м. Ужгород «__» _____ 20__ р.

Видано розповсюджувачу зовнішньої реклами _____

(повне найменування юридичної особи або П.І.Б. фізичної особи)

Місцезнаходження (місце проживання): _____

На спеціальній конструкції: _____

Адреси розташування спеціальних конструкцій: _____

(якщо перелік великий – згідно з додатком до вимоги)

Під час розміщення Вами рекламного засобу у м.
Ужгород встановлено такі порушення _____ :

(вказати конкретні порушення з посиланням на відповідні документи, що регламентують порядок розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгороді)

Пропонуємо у _____ строку сунути зазначені у
цій вимозі порушення _____ шляхом:

(вказати конкретні заходи, що необхідно здійснити для усунення виявлених порушень)

Про усунення порушень письмово інформуйте уповноважену особу робочого
органу Ужгородської міської _____ ради _____ (адреса) _____ до
_____.

У _____ випадку невиконання цієї вимоги _____ у
зазначений строк спеціальні конструкції будуть демонтовані спеціалізованим підприємством, що може проводити демонтаж, з покладанням на Вас (Вашу організацію) витрат, пов'язаних з демонтажем РЗ та їх зберіганням.

Керівник робочого органу _____

підпис П.І.Б.

М.П.

Додаток 6
до Порядку розміщення
зовнішньої реклами у м. Ужгород

АКТ проведення демонтажу спеціальної (-их) конструкції (-й)

м. Ужгород «_____» _____ 20__ р

Ми, що підписалися нижче:

- представник контролюючого органу _____
(підпис) (П.І.Б.)
- представник комунальної служби _____
(підпис) (П.І.Б.)
- власник РЗ (уповноважений представник) _____
(підпис) (П.І.Б.)
- представники інших організацій _____
(підпис) (П.І.Б.)

Здійснили демонтаж РЗ _____

(характеристика демонтованого РЗ)

за адресою _____

на підставі рішення міської конкомун від _____ № _____

РЗ після

демонтажу

знаходиться

Демонтований РЗ може бути повернутий власнику після звернення до керівника комунальної служби на підставі таких документів:

- заяви на ім'я керівника про повернення демонтованого РЗ;
- документа, що підтверджує право власності (інше незаконне володіння) на демонтований РЗ;
- документа, що підтверджує оплату витрат, пов'язаних з демонтажем РЗ та його зберіганням;
- документа, що підтверджує право особи, яка звернулася, одержати демонтований РЗ.

Претензії та зауваження з боку власника демонтованої конструкції (якщо він присутній під час проведення демонтажу)

Зауваження з боку представників інших організацій _____

Від контролюючого органу _____

Від власника РЗ _____

Від інших організацій _____

*Цей акт складено у 4 (чотирьох) примірниках, що мають однакову юридичну силу.

Додаток 7
до Порядку розміщення
зовнішньої реклами у м. Ужгород

АКТ
прийому – передачі засобу зовнішньої реклами на тимчасове зберігання

Ми, що підписалися нижче
з однієї Сторони _____
з іншої Сторони _____
склали цей акт в тому, що перший здав, а другий прийняв на тимчасове
зберігання рекламні засоби:

№ п/п	Назва (характеристика) РЗ	Одиниця виміру	Кількість

РЗ здав: _____

РЗ прийняв: _____

Додаток 8
до Порядку розміщення
зовнішньої реклами у м. Ужгород

Рекламно-містобудівне зонування м.Ужгорода

№ з/п	Характеристика зони	Опис меж території
1.	Зона 1 (Пішохідна зона історичного центру м. Ужгород)	Вулиці: Корзо, Августина Волошина, Олександра Духновича, Михайла Лучкая, Замкова, Капітульна. Провулки: Підгірний, Ботанічний, Театральний. Площі: Театральна, Євгена Фенцика, Шандора Петефі, Корятовича. Набережна Незалежності.
2.	Зона 2 (центральна)	Перелік вулиць, провулків та площ міста згідно з додатком до рішення XI сесії VI скликання від 28 лютого 2017 року № 607

3.	Зона 3 (серединна)	Перелік вулиць, провулків та площ міста згідно з додатком до рішення XI сесії VI скликання від 28 лютого 2017 року № 607
4.	Зона 4 (периферійна)	Перелік вулиць, провулків та площ міста згідно з додатком до рішення XI сесії VI скликання від 28 лютого 2017 року № 607, межа співпадає з межею міста.

* Будівлі, споруди, зелені зони, незабудовані території, розташовані по обидва боки вулиці, яка є межею території **зони 1,2,3**, вважаються такими, що належать до цієї зони.

**Рекламно-містобудівне зонування м.Ужгорода
(графічне зображення)**



Класифікатор
рекламних засобів, встановлення яких дозволяється в м. Ужгороді

№ з/п	Назва рекламного засобу	Розміри	Дозволена зона розміщення
1.	Щитова конструкція (білборд) – рекламний засіб, що має зовнішні поверхні для розміщення реклами, складається з фундаменту, опорної стійки, каркаса та інформаційного поля (полів). Окремостоячі щитові конструкції поділяються за конструктивним рішенням рекламного засобу на: - щитові конструкції одно- або двосторонні/двоплощинні на одній опорі: "прапор", "гусак", "подвійний прапор" (односторонній рекламний щит - має одну зовнішню площину для розміщення реклами; двосторонній рекламний щит - має дві зовнішні площини для розміщення реклами; подвійний рекламний щит - має дві зовнішні площини для розміщення реклами, які розміщені під кутом одна до одної; двоплощинний рекламний щит - має дві зовнішні послідовні площини для розміщення реклами); - щитові конструкції тристоронні на одній опорі: "птиця" (тресторонній рекламний щит - має три зовнішні площини для розміщення реклами) - двохярусний рекламний щит - має зовнішні площини для розміщення реклами, розташовані у два яруси; - призматрон, скролл – рекламні конструкції зі змінним зображенням; - беклайти – рекламні конструкції з внутрішньою підсвіткою	Розмір 3мх4м, 3мх6м, 3мх12м; 2,37 м х 3,37 м; 2,3 м х 3,14м; висота опорної стійки – від 3м	2-4
2.	Щитова конструкція на фасаді будівлі (споруди) – рекламний засіб, що встановлюється на фасаді будівлі (споруди), має зовнішню площину для розміщення реклами, складається з просторового металевих каркаса та рекламного поля.	За індивідуальним проектом	2-4
3.	Сітілайт – двосторонній світловий стенд (короб). Розміщується як окремо розташована конструкція, так і на опорах. Поділяється за конструктивним рішенням рекламного засобу на: -сітілайт на високій опорі (висота від поверхні землі до низу конструкції – 2,5 м); -сітілайт на низькій опорі	Розмір інформаційного поля, як правило, 1,2м х 1,8м	2-4

4.	Трієдр – динамічний тристоронній лайтпостер, з прямими гранями, встановлений на опорі-осі, навколо якої обертається	Зовнішні габарити рекламної панелі - 1,4мх1,9м; розмір інформаційного поля - 1,2мх1,8м, висота опорної стійки - 2,5м.	2-4
5.	Тумба – рекламна конструкція циліндричної форми з діаметром як правило 0,9 м і більше та висотою 1,8 м і більше з внутрішньою підсвіткою	За індивідуальним проектом	2-4
6.	Пілон - рекламний засіб, що стоїть окремо у вигляді плоскої стели з двома вигнутими наверх, підсвіченими зсередини рекламними поверхнями	2,8мх1,4м або 3,0мх1,5м	2-4
7.	Стела - рекламна конструкція, яка складається з окремих світлових коробів із назвою або рекламною інформацією; може бути одно-, дво- та тристороння і поєднувати різні технології виробництва	За індивідуальним проектом	2-4
8.	Флагштоки (прапорці) - спеціальні рекламні конструкції з символікою (товарні знаки, скорочені найменування тощо), що складаються з основи, одного або декількох стійок і м'яких полотнищ (можливе застосування зовнішнього освітлення).	Розмір інформаційного поля 1мх3м; може мінятись в залежності від функціонального навантаження.	3-4
9.	Інформаційний вказівник - спеціальна конструкція одно- або двостороння, яка несе незмінну інформацію щодо розміщення об'єкту (можливе застосування зовнішнього освітлення).	Розмір інформаційного поля залежить від функціонального навантаження; висота опорної стійки - до 3м	2-4
10.	Брандмауер (настінне панно) – рекламний засіб, який, як правило, закріплений на бічній або задній (рідко – лицьовій) стороні фасаду будівлі (споруди), великих, нестандартних розмірів, виготовлений з банерного полотна.	Розмір обмежений розміром стіни будівлі (споруди)	2-4

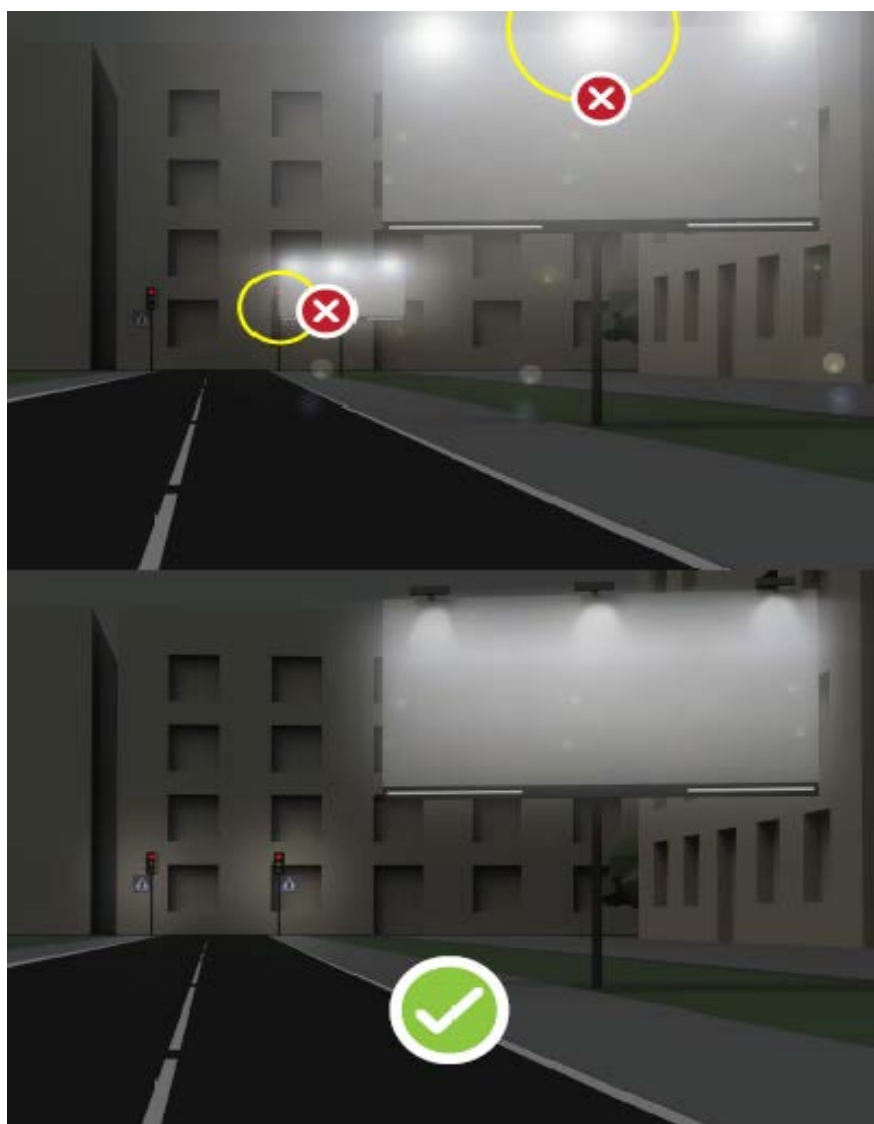
11.	Даховіконструкції – об’ємніабоплощинніспеціальніконструкції, що розташовуються цілком або частково вище рівня карниза будинку (споруди) або на даху; складаються з елементів кріплення, несучої частини конструкції та інформаційної установки; допускається кріпленнябезпосередньо до металевої рами, що змонтована на стіні будівлі (споруди)	Розміри установки визначаються габаритами даху, на якому монтується конструкція,та/ або несучою строможністю стін будівлі	2-4
12.	Вуличнімонітори – рекламніконструкції, призначені для відтвореннязмінногозображення на площиніекрана (електронніекрани/табло): відеоекран, що стоїть окремо – рекламний засіб, що розміщується на відкритій місцевості та використовується для відображення і передачі візуальної інформації; складається з фундаменту, стійки, просторового каркаса та світлодіодного рекламного поля; відеоекран на фасаді будівлі (споруди) – рекламний засіб, що встановлюється на фасаді будівлі (споруди) та використовується для відображення і передачі візуальної інформації; складається з просторового каркаса та світлодіодного рекламного поля; електронне табло («рядок, що біжить») на фасаді будівлі (споруди) – рекламний засіб, що встановлюється на фасаді будівлі (споруди) та використовується для відображення і передачі візуальної інформації; складається з каркаса та світлодіодного рекламного поля.	За індивідуальним проектом	3-4
13.	Лайт-бокс - спеціальна конструкція, що являє собою плоский короб з внутрішнім підсвічуванням; встановлюється на стінах будівель, споруд, павільйонах, опорах освітлення, стовпах тощо (можливі технології зі змінним зображенням).	Зовнішні габарити рекламної панелі - 1,0мх1,5м; 1,0мх2,0м; 1,5мх2,0м	2-4
14.	Банер на фасаді будівлі (споруди) – рекламний засіб, що розміщується на фасаді будівлі (споруди), складається з каркаса та рекламного поля і системи натягу; розміщується тільки на фасадах, що не мають віконних отворів.	Не менше 18 кв.м.	3-4

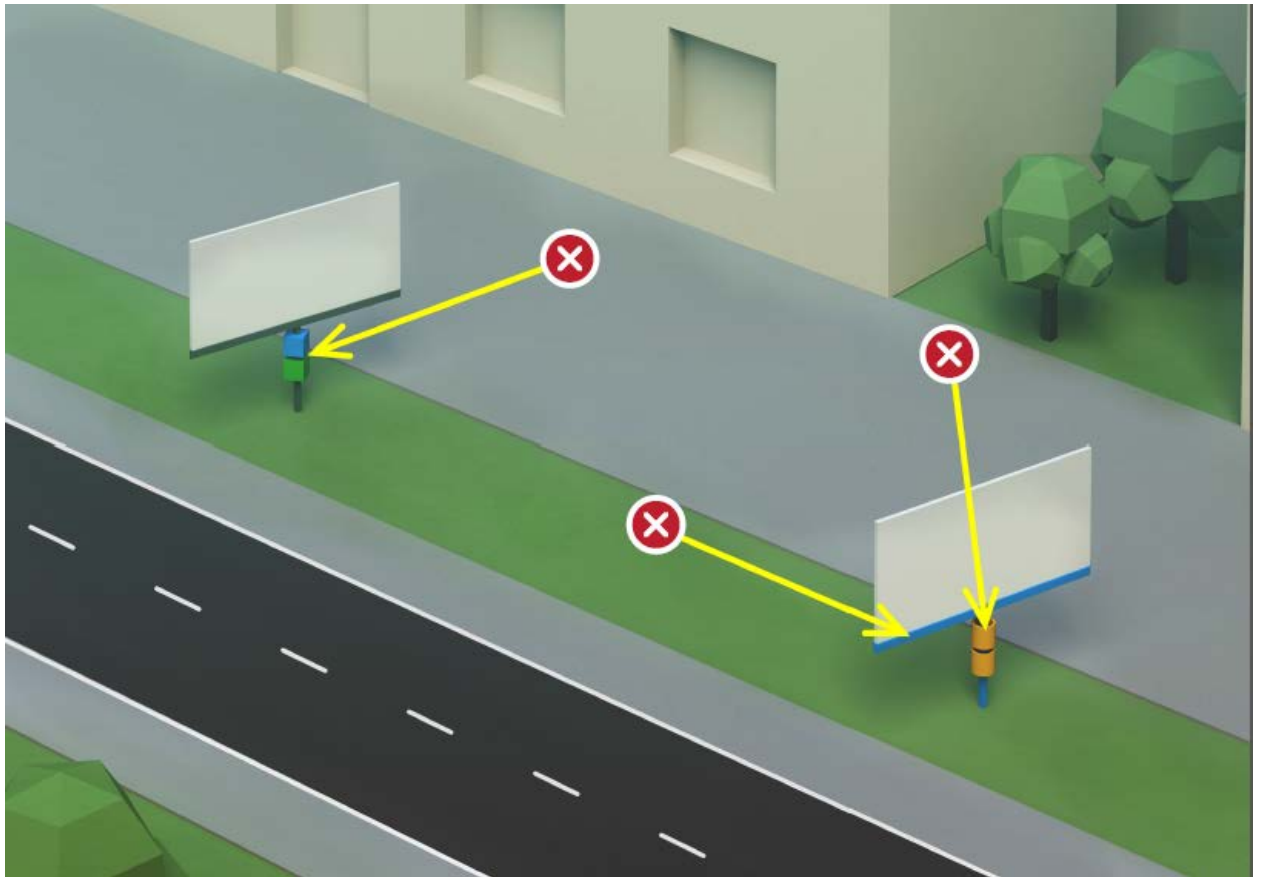
15.	Банер на паркані (перилах) – рекламний засіб, що розміщується на паркані (перилах), має зовнішні поверхні для розміщення реклами та складається з каркаса, рекламного поля та системи натягу; розмір рекламного поля обмежується розміром паркану (перил); банерне полотно кріпиться до металевої рами, змонтованої на паркані (перилах).	Може мати різні конфігурації залежно від розмірів паркану (перил), але не менше 18 кв.м.	3-4
16.	Банер на захисній будівельній сітці – рекламний засіб, який виготовляється на банерній сітці та розміщується виключно на огорожувальних об'єктах або будівельних риштуваннях у місцях будівництва/реконструкції.	Може мати різні конфігурації залежно від розмірів будівельної сітки, але не менше 18 кв.м.	2-4
17.	Транспарант-перетяжка – рекламна конструкція, що розміщується над проїжджою частиною вулиць, з використанням сучасних матеріалів, на м'якій основі у жорсткому каркасі (банерне полотно, тентова тканина, плівка тощо)	Не менше 18 кв.м.	4
18.	Рекламні конструкції на кронштейнах – рекламні конструкції, що розміщується на опорах освітлення та електротранспорту, на фасадах. У тому числі: Холдери – виконуються у розмірах, як правило, 0,7 м х 2 м на банерній тканині у жорсткому каркасі	Типові розміри - 1,2мх1,8м, 1,0мх1,5м, 0,7мх1,0м для вертикального компонування; 3,0мх0,65м, 2,0мх0,65м, 1,5мх0,65м для конструкцій горизонтального компонування	2-4
19.	Вмонтований конструктивний елемент зупинки громадського транспорту - конструкція може бути розташована у будь-якій частині міста, відповідно до схеми розташування зупинок транспорту загального користування (можливі технології зі змінним зображенням)	Розмір інформаційного поля - 1,2мх1,8м	1-4
20.	Інформаційний стенд - спеціальна конструкція висотою до 2,5м та розміром рекламної площі до 5 кв.м., яка розміщується в пішохідних зонах та призначена для розміщення дрібноформатних афіш культурних та розважальних заходів, інформаційних та агітаційних матеріалів, соціальної реклами, листівок суб'єктів підприємницької діяльності тощо	Розмір інформаційного поля - 1,5мх1,5м; 1,2мх0,9м;	2-4

21.	Індивідуальний рекламний засіб – розроблений за індивідуальним проектним рішенням ліцензійною організацією, не відноситься до жодного з перелічених рекламних засобів.	За індивідуальним проектом	2-4
-----	---	----------------------------	-----

Вимоги до розміщення засобів зовнішньої реклами (графічне зображення)

п.5.2.

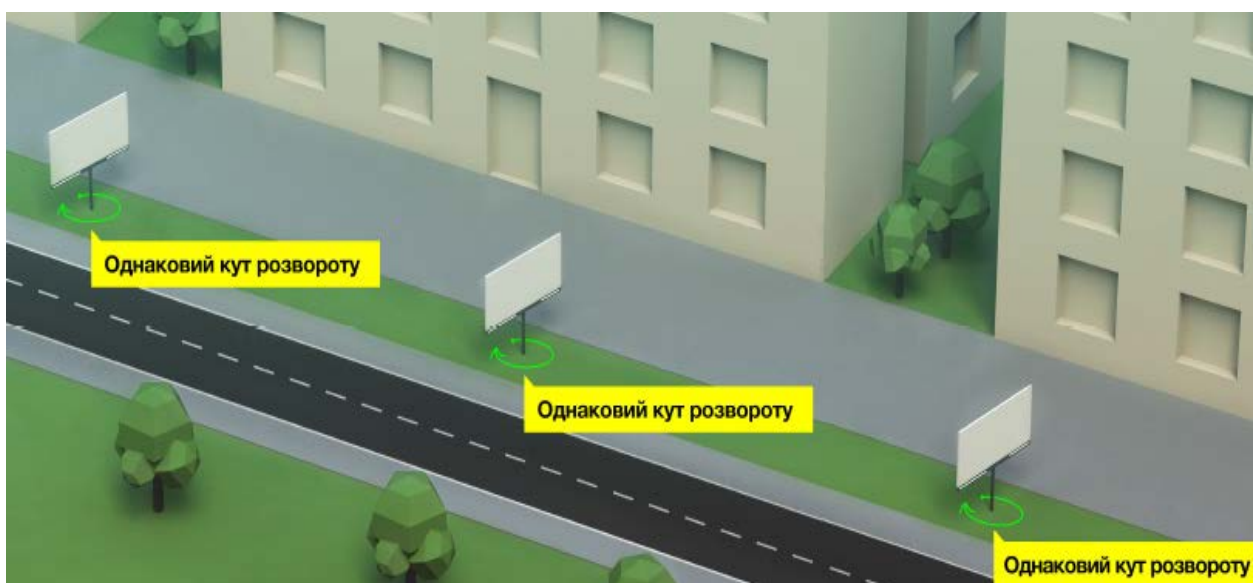
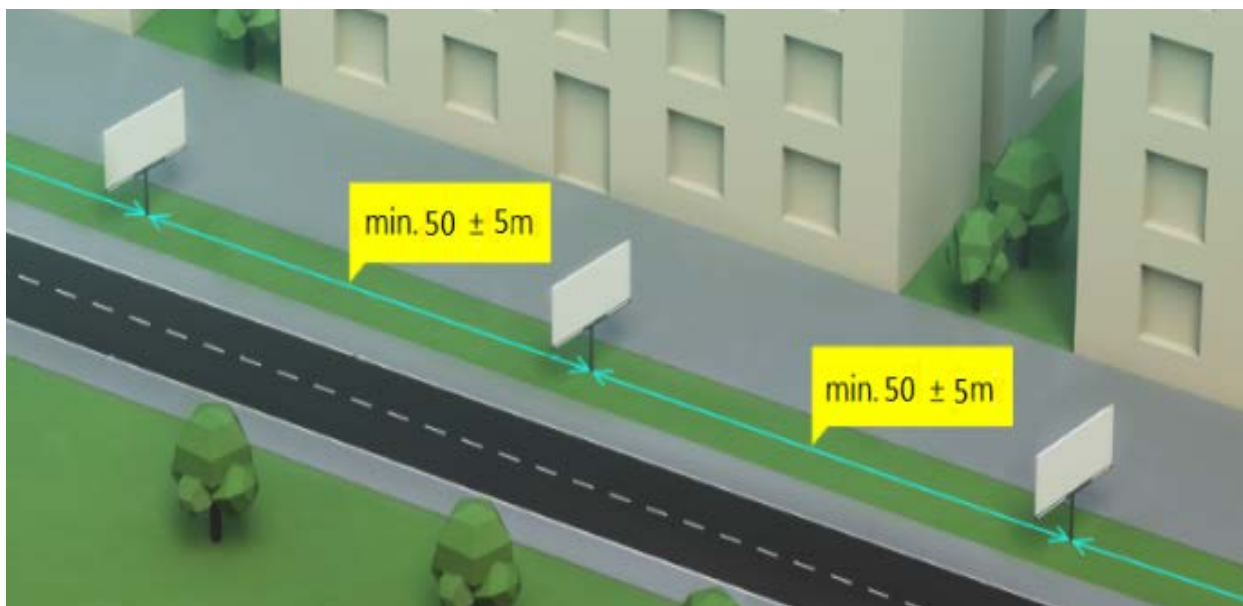


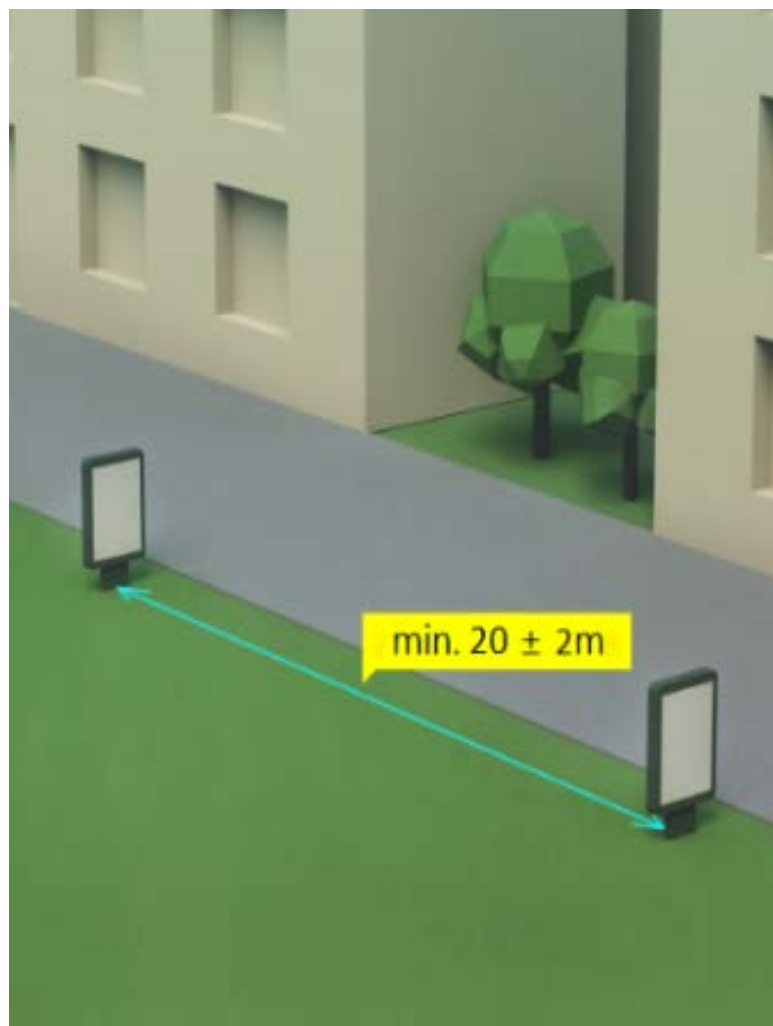
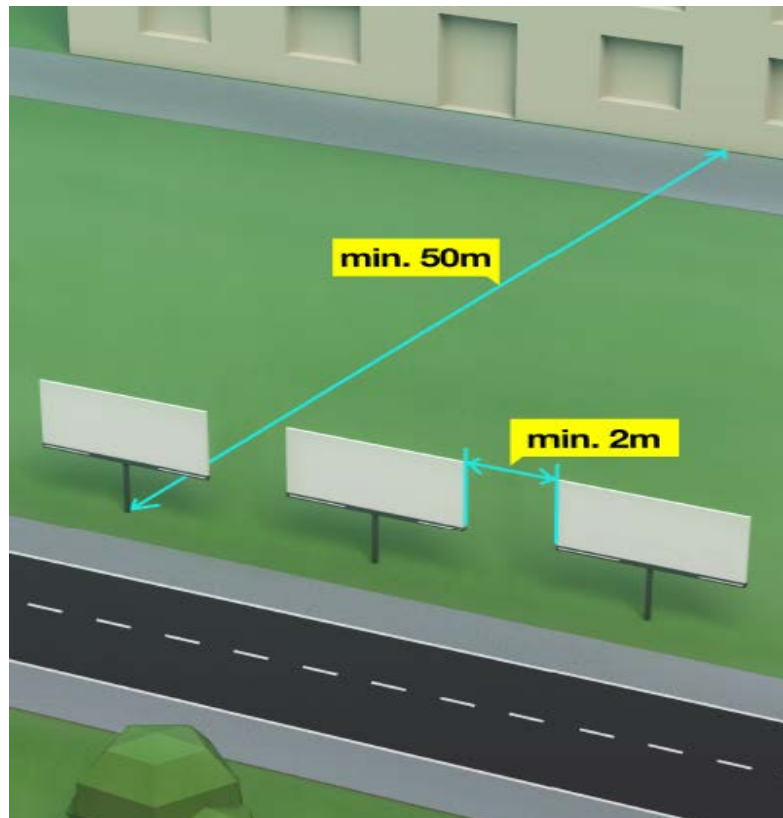


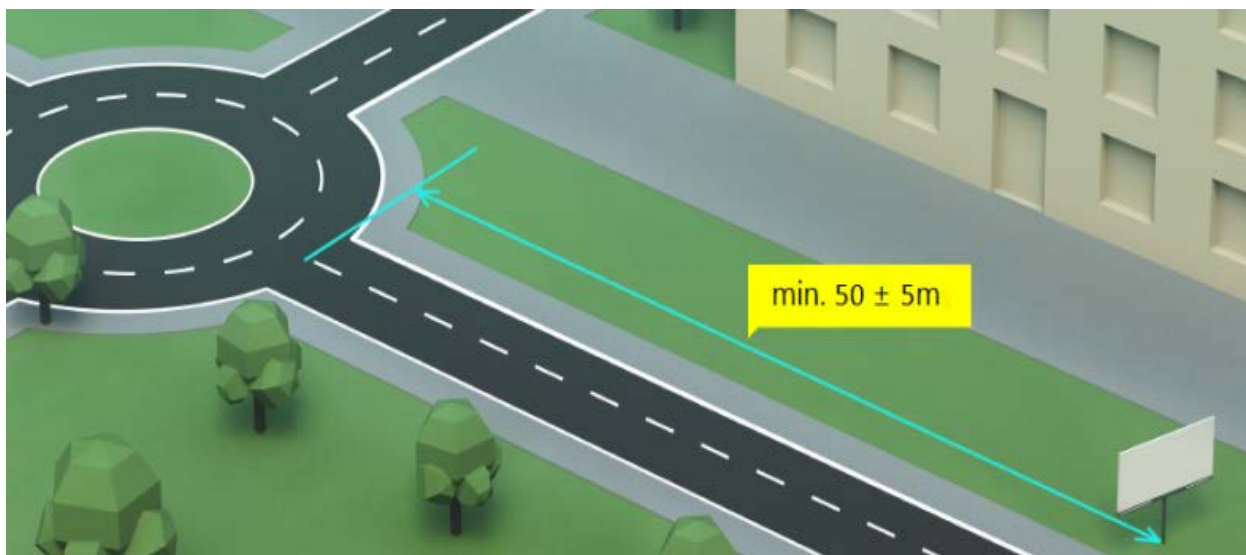




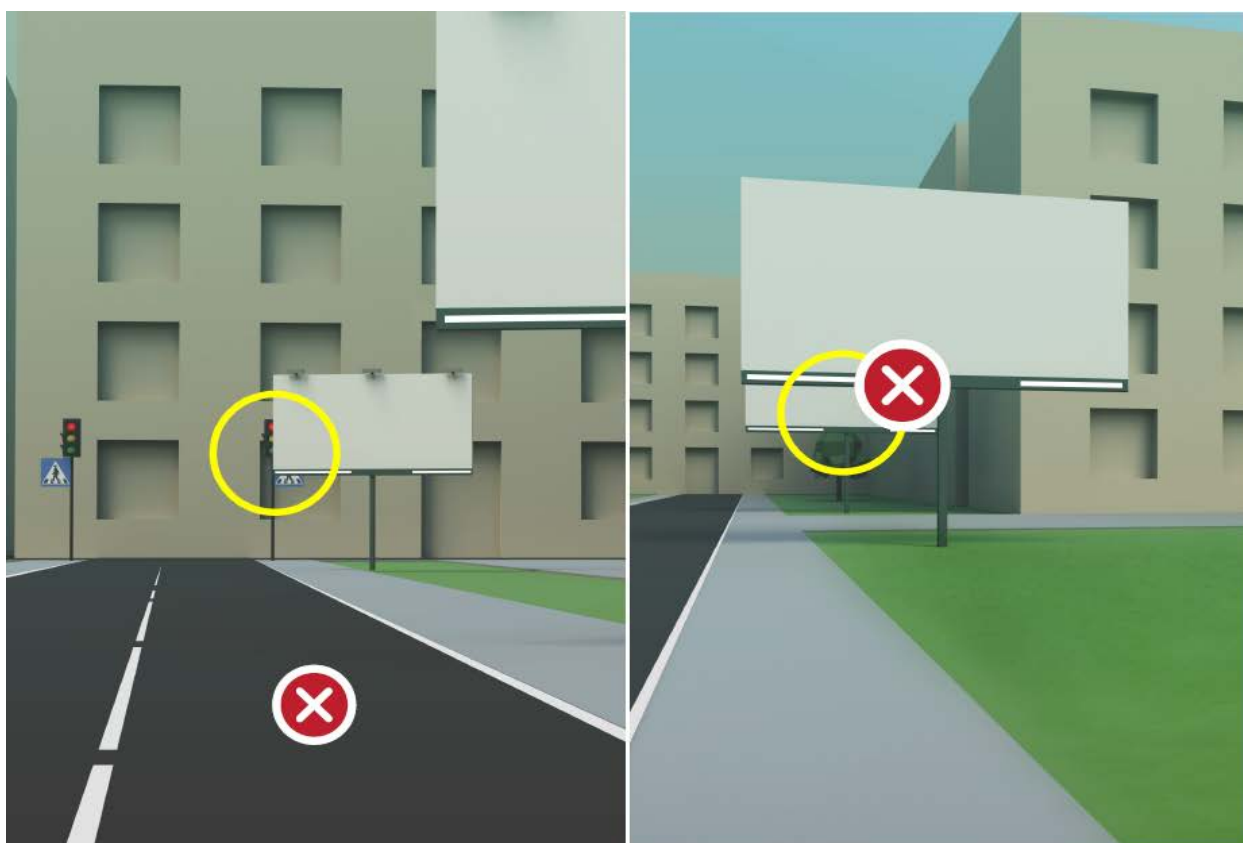








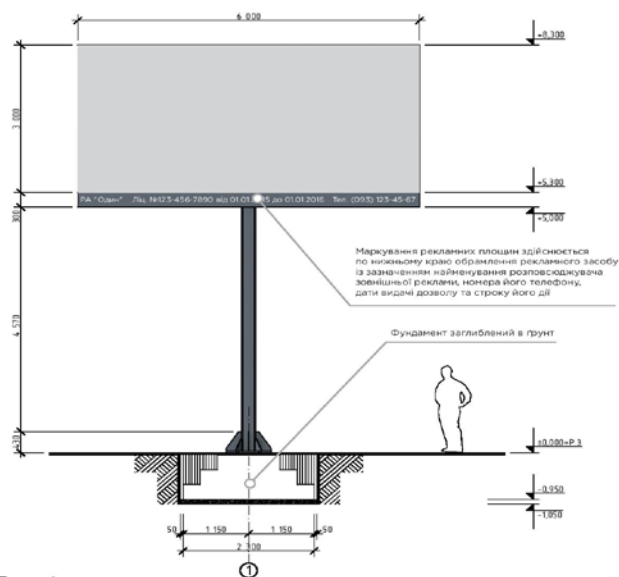




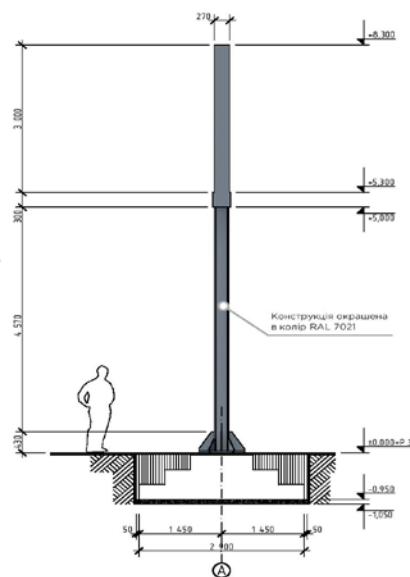


ОДНОСТОРОННЯ РЕКЛАМНА КОНСТРУКЦІЯ ФОРМАТУ 6М X 3М

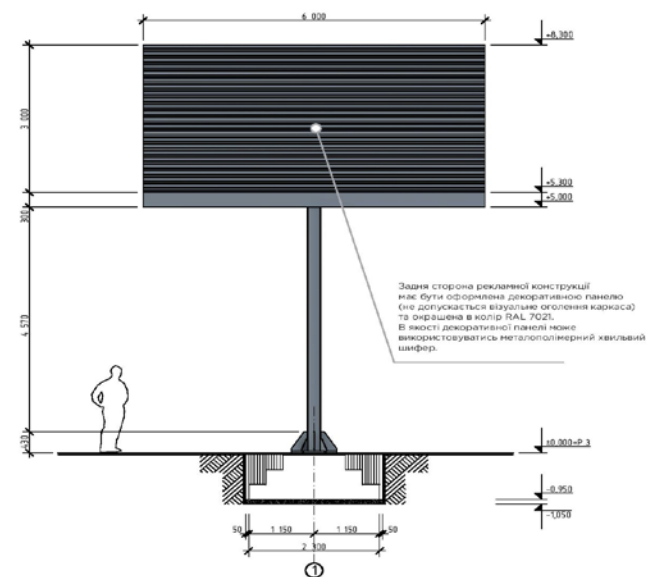
ФАСАД ГОЛОВНИЙ



ФАСАД БОКОВИЙ



ФАСАД ЗАДНІЙ

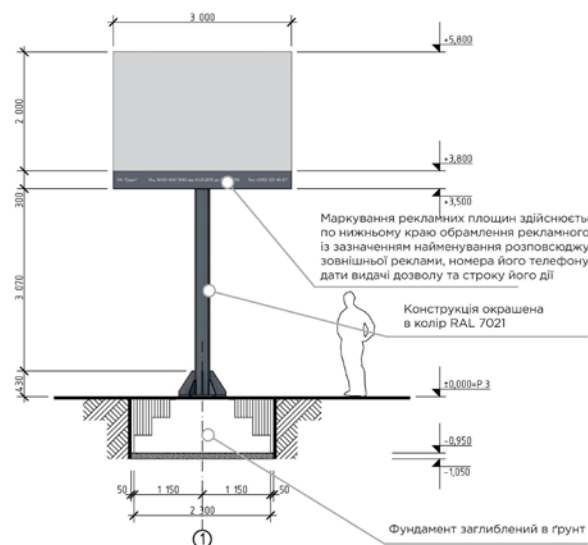


Примітка:

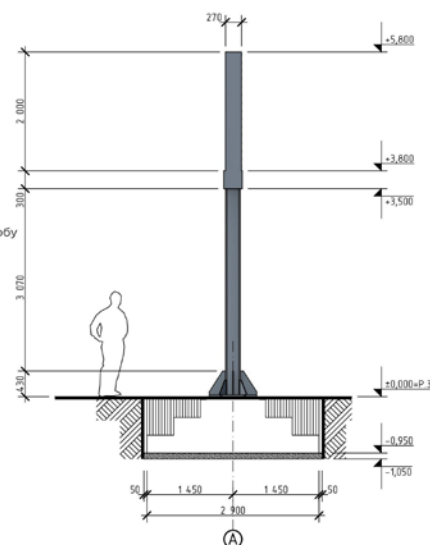
1. За умовну позначку ± 0.000 прийнято рівень землі.
2. Оздоблення фасаду виконувати згідно таблиці кольорів опорядження фасадів.

ОДНОСТОРОННЯ РЕКЛАМНА КОНСТРУКЦІЯ ФОРМАТУ 4М X 3М

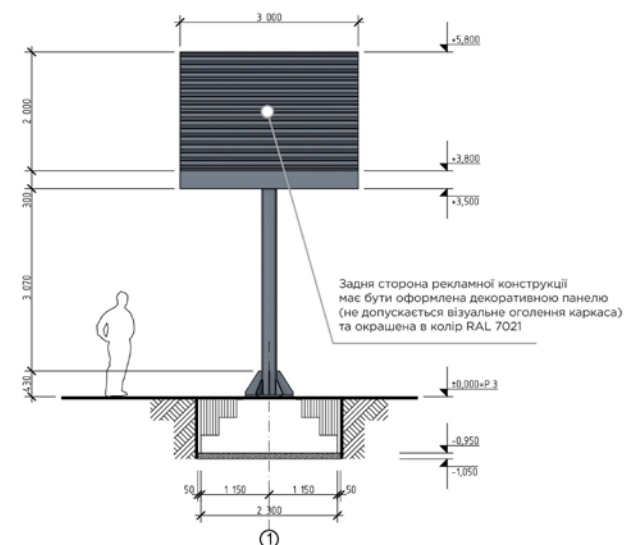
ФАСАД ГОЛОВНИЙ



ФАСАД БОКОВИЙ



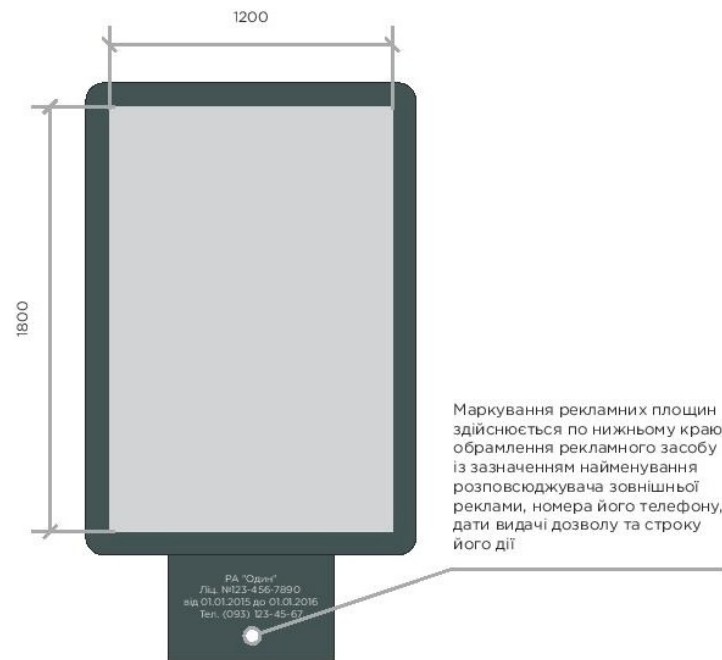
ФАСАД ЗАДНІЙ



Примітка:

1. За умовну позначку ± 0.000 прийнято рівень землі.
2. Оздоблення фасаду виконувати згідно таблиці кольорів опорядження фасадів.

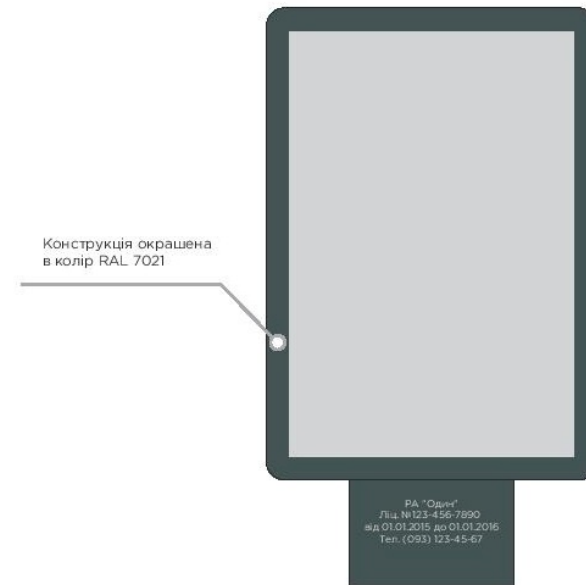
ДВОХСТОРОННЯ РЕКЛАМНА КОНСТРУКЦІЯ ФОРМАТУ 1.8М X 1.2М (CITYLIGHT)



Фронтальний вид



Боковий вид



Задній вид

Аналіз регуляторного впливу
проєкту рішення виконавчого комітету Ужгородської міської ради
«Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами
у м. Ужгород»

Назва регуляторного акта: рішення виконавчого комітету Ужгородської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгород».

Регуляторний орган: Ужгородська міська рада.

Розробник документа: Департамент міського господарства Ужгородської міської ради.

Відповідальна особа: директор департаменту міського господарства.

Контактний телефон: 615311, 614190.

I. Визначення проблеми

На сьогоднішній день місто Ужгород потребує нового формування рекламно-інформаційного простору, в якому зовнішня реклама, як складова частина системи візуальних комунікацій та навколишнє середовище об'єднані в єдиний гармонійний ансамбль.

Даний проєкт рішення розроблено з метою формування системного підходу у напрямку підвищення ефективності використання міської території для розповсюдження зовнішньої реклами, забезпечення у процесі розміщення рекламних засобів розумного балансу комерційних інтересів та пріоритету збереження цілісності оточуючої забудови, з метою реалізації заходів з впорядкування розміщення та уніфікації засобів зовнішньої реклами, що розміщуються у межах міста, покращення вигляду рекламних засобів в міському середовищі, вирішення питання очищення міста від хаотичного розміщення об'єктів зовнішньої реклами тощо.

Зовнішня реклама суттєво впливає на загальний вигляд міста та його художньо-естетичне оформлення. Неналежне розміщення засобів зовнішньої реклами в структурі забудови міста може суттєво погіршити естетичні якості міського середовища, його привабливість, зменшити якість сприйняття міського середовища в цілому, порушує його сформований віками масштаб та художні властивості.

Скорочення загальної кількості рекламних засобів, перехід до малоформатної реклами, очищення історичної частини, стандартизація та підвищення якості об'єктів зовнішньої реклами – такі вимоги поставлені сьогоденням.

З 2012 року діє Порядок розміщення зовнішньої реклами в місті Ужгород, в якому окреслені вимоги не дають змоги приведення міста, особливо – історичного ареалу, до комфортних умов проживання його мешканців.

Чинний Порядок розміщення реклами в місті Ужгород, затверджений рішенням міськвиконкому від 30.05.2012 року № 164, встановлює загальний

порядок розміщення рекламних засобів у місті Ужгороді. Натомість, новим порядком пропонується деталізувати вимоги до їх розміщення. Зокрема:

- розміщення рекламних засобів здійснюватиметься з дотриманням вимог щодо типів і розмірів рекламних засобів, поданих у класифікаторі типових рекламних засобів;

- вибір формату рекламних засобів здійснюватиметься відповідно до рекламно-містобудівного зонування м. Ужгород.

Затвердження редакції нового Порядку розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгород, з урахуванням актів чинного законодавства в галузі зовнішньої реклами, слугуватиме фундаментальним підходом для:

- введення окремих обмежень щодо розміщення рекламних конструкцій на території міста;

- створення зони у межах історичної частини міста, вільної від будь-яких рекламних засобів;

- створення зони, вільної від великорозмірних наземних засобів зовнішньої реклами;

- посилення відповідальності розповсюджувачів зовнішньої реклами за порушення встановлених правил;

- поетапне проведення заміни застарілих рекламних конструкцій на рекламні засоби сучасного зразка;

- демонтажу розміщених рекламних засобів, встановлених без відповідних дозвільних документів;

- проведення заходів благоустрою об'єктів зовнішньої реклами.

До головних сучасних проблем, пов'язаних із розміщенням зовнішньої реклами в місті, відносяться:

- перенасиченість центральної частини міста рекламними засобами різних форматів низької якості;

- самовільне розміщення рекламних засобів;

- естетична та технічна застарілість значної частини розміщених рекламних засобів тощо.

Запропоноване регулювання покликане вирішити зазначені проблеми, вдосконаливши відносини, пов'язані з розміщенням об'єктів зовнішньої реклами на території міста.

Основні групи (підгрупи), на які проблема справляє вплив:

Групи (підгрупи)	Так	Ні
Громадяни	+	-
Органи місцевого самоврядування	+	-
Суб'єкти господарювання	+	-
у тому числі суб'єкти малого підприємництва	+	-

II. Цілі державного регулювання

Проект регуляторного акта спрямований на розв'язання проблем, визначених у першому розділі аналізу регуляторного впливу.

Метою державного регулювання є закладення основ переходу на якісно новий рівень розміщення рекламних засобів, вирішення проблеми розміщення рекламних засобів в архітектурному середовищі міста із врахуванням містобудівних умов, історичних та природно-географічних факторів тощо.

Зазначений акт виконує функції важеля з регулювання розміщення зовнішньої реклами в умовах насичення міського середовища засобами зовнішньої реклами.

Крім того, такі заходи спрямовано на збереження архітектурного ансамблю історичної частини міста.

Вказані вимоги впроваджуються через нормативні інструменти, а саме: через затвердження редакції нового Порядку зовнішньої реклами у м. Ужгород.

Основні цілі регулювання:

- забезпечення дотримання вимог чинного законодавства у сфері розміщення зовнішньої реклами, нормативно-правових актів органів місцевого самоврядування;
- впорядкування розміщення об'єктів зовнішньої реклами;
- створення єдиного естетичного середовища;
- створення єдиних умов для діяльності всіх суб'єктів господарської діяльності у сфері зовнішньої реклами.

III. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей

У відповідності з частиною 1 статті 16 Закону України «Про рекламу», розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах проводиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад, та в порядку, встановленому цими органами на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України. Таким чином, спеціальним нормативно-правовим актом у галузі зовнішньої реклами встановлено єдиний законний вид вирішення проблеми, зазначеної у пункті I цього Аналізу – прийняття відповідного рішення виконавчим комітетом Ужгородської міської ради.

Перевага обраного виду правового регулювання над усіма іншими можливими способами ґрунтується на імперативності (загальнообов'язковості) рішень виконавчого комітету міської ради для виконання на території міста Ужгорода, що передбачено статтею 144 Конституції України та статтею 73 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні».

Вирішення проблеми зазначеної у розділі I цього Аналізу можливе лише шляхом прийняття рішення виконкому Ужгородської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгород». Інші

альтернативні способи (механізми) досягнення мети не передбаченні чинним законодавством.

Залишення без змін актів органів місцевого самоврядування, що регулюють питання розміщення зовнішньої реклами у місті Ужгороді, як один з альтернативних способів досягнення цілей, не може бути реалізований, оскільки суперечить вимогам актів чинного законодавства (пункт 3 постанови Кабінету Міністрів України від 29.12.03 року № 2067).

Визначені у пункті II цього Аналізу цілі не можуть бути досягнуті за допомогою ринкових механізмів, оскільки останні не мають імперативного характеру та базуються на принципах диспозитивності та передбачають урахування вимог та інтересів всіх операторів ринку. Крім того, застосування інших засобів розв'язання проблеми, не передбачених чинним законодавством, може бути визнано таким, що суперечить чинному законодавству та є неприпустимим.

1. Визначення альтернативних способів

Вид альтернативи	Опис альтернативи
1. Альтернатива 1. Збереження існуючого стану.	Не забезпечує досягнення цілей, оскільки недосконалість існуючого механізму регулювання розміщення зовнішньої реклами та розміщення зовнішньої реклами на території міста Ужгород без належного урахування оточення, характеру архітектури забудови, природного ландшафту, знижує якість сприйняття міського середовища в цілому. Розміщення рекламних засобів буде здійснюватись хаотично, що значною мірою погіршить загальний вигляд міста.
2. Альтернатива 2. Прийняття запропонованого регуляторного акта	Відповідає потребам у вирішенні проблеми. Встановлює прозоре, зрозуміле та просте регулювання. Подолає негативні тенденції, що детально зазначені в розділі I Аналізу регуляторного впливу.

2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу інтересів органів місцевого самоврядування

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1.	Відсутні. Альтернатива є неприйнятною, оскільки не забезпечує досягнення поставленої мети.	Відсутні.

Альтернатива 2.	Прийняття проекту регуляторного акта: - враховує історичні та природно-географічні фактори при формуванні рекламної інфраструктури в архітектурному середовищі міста Ужгород; - створює систему контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами. Порівняно з існуючою ситуацією цей регуляторний акт дасть змогу більш досконало регламентувати порядок розміщення зовнішньої реклами у місті.	Опублікування прийнятого нормативного документа в засобах масової інформації. Незначні зменшення надходжень до міського бюджету.
-----------------	---	--

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1.	Відсутні.	Відсутні.
Альтернатива 2.	Врахування інтересів територіальної громади міста Ужгород. Культурно-туристична привабливість міста. Вирішення кількісної проблеми розміщених засобів зовнішньої реклами у міста.	Відсутні.

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1.	Відсутні.	Відсутні
Альтернатива 2.	Виключення ситуацій, пов'язаних з можливими корупційними діями, неофіційними витратами розповсюджувачів зовнішньої реклами. Прозора система прийняття рішень виконавчого комітету про надання або відмову у наданні дозволів на розміщення зовнішньої реклами. Додаткове забезпечення можливості оскарження незаконних дій з боку осіб, уповноважених на вчинення відповідних владних повноважень.	Витрати, пов'язані з його впровадженням не можуть бути прогнозованими, оскільки прямо залежать від практичної ситуації.

IV. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей

Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)	Бал результативності (за чотирибальною системою оцінки)	Коментарі щодо присвоєння відповідного бала
Альтернатива 1	1	Неврегульованість питання. Проблема продовжує існувати.
Альтернатива 2	4	Забезпечує вирішення проблемних питань в достатньому обсязі. Оптимальний варіант збалансування інтересів держави, громадян та суб'єктів господарювання.

Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)	Вигоди (підсумок)	Витрати (підсумок)	Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу
Альтернатива 1	Порушення прав мешканців та гостей міста, непривабливий зовнішній вигляд та порушення цілісного сприйняття міста Ужгород.	Відсутні.	Переваги обраної альтернативи відсутні. Важливі та критичні аспекти проблеми залишаються невирішеними. Не враховує інтереси жодної із сторін.
Альтернатива 2	Покращення естетики міста та підвищення його туристичної привабливості. Удосконалення механізму розміщення зовнішньої реклами на території міста, додержання інтересів територіальної громади міста, рівні	Опублікування прийнятого нормативного документа в засобах масової інформації. Витрати суб'єктів господарювання, які пов'язані з виконанням	Причини для відмови відсутні. Обрана альтернатива є найбільш раціональним варіантом урахування інтересів всіх основних груп, на яких проблема справляє вплив. Встановлення чітких та зрозумілих правил розміщення рекламних засобів.

	умови ведення діяльності для суб'єктів господарювання.	вимог запропоновано го проекту.	Цілі прийняття регуляторного акта будуть досягнуті в повному обсязі.
--	--	---------------------------------	--

V. Механізми та заходи, що пропонуються для розв'язання визначеної проблеми

Механізм, закладений в основу проекту регуляторного акта, передбачає врегулювання правовідносин, що виникають між виконавчим органом Ужгородської міської ради та фізичними і юридичними особами, незалежно від форми власності та підпорядкованості, що виникають в процесі розміщення зовнішньої реклами в на території м. Ужгород.

Проектом регуляторного акта стане затвердження Порядку розміщення об'єктів зовнішньої реклами у м. Ужгороді в новій редакції, що відповідає сучасним реаліям.

Зазначений проєкт буде впроваджуватись з механізмами, які містять в собі перспективу підвищення відповідності рекламних конструкцій по естетичності, якості та дизайну сучасним стандартам і правилам, та впорядкованості в розміщенні на території міста.

Даним проєктом удосконалюється механізм надання дозволу на розміщення об'єктів зовнішньої реклами в місті, оскільки:

- конкретизуються вимоги щодо розташування та утримання рекламоносіїв на території міста Ужгород;
- по новому регламентується розміщення зовнішньої реклами в історичній та центральній частинах міста;
- чітко регламентується розміщення виносної реклами (штендерів);
- впроваджується новий принцип при зонуванні розміщення зовнішньої реклами, який передбачає визначення формату рекламних засобів для кожної зони міста та з врахуванням його архітектурного середовища.

Прийняття запропонованого проєкту рішення виконкому Ужгородської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгород» дасть можливість забезпечити вирішення саме зазначених у цьому Аналізі проблем, встановивши наступні вимоги:

- архітектурно-естетичні – стосовно необхідності дотримання структурної побудови, стилістичної єдності фасадів, недопущення пошкодження елементів архітектури при розміщенні зовнішньої реклами тощо;
- технічні – стосовно жорсткості, міцності, стійкості конструкції, безпеки при її експлуатації, відповідності встановленим державним нормам та стандартам.

Зазначений проєкт буде впроваджуватись з механізмами, які містять в собі перспективу підвищення естетичності та туристичної привабливості міста.

Заходи, які забезпечать роз'яснення визначеної проблеми:

- видача дозволів відповідно до прийнятого рішення «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгород»;

- демонтаж конструкцій, розміщених без відповідних дозвільних документів.

Достатній рівень інформованості суб'єктів господарювання буде забезпечений за рахунок розміщення повідомлення про оприлюднення даного проєкту рішення на сайті Ужгородської міської ради та в газеті «Ужгород».

VI. Оцінка виконання вимог регуляторного акта залежно від ресурсів, якими розпоряджаються органи виконавчої влади чи органи місцевого самоврядування, фізичні та юридичні особи, які повинні проваджувати або виконувати ці вимоги

Оцінка можливості впровадження регуляторного акта та виконання його вимог суб'єктами господарювання є високою.

Прийняття зазначеного регуляторного акта врегулює правові відносини, що виникають у процесі розміщення рекламних конструкцій.

На дію регуляторного акта можуть вплинути зміни в чинному законодавстві про рекламу та про дозвільну систему у сфері господарської діяльності, які можуть привести застосування даного акта до недоцільності.

Для впровадження вимог даного регуляторного акта органам місцевого самоврядування не потрібно додаткових витрат з міського бюджету. Таким чином, поставлені цілі досягаються при виконанні вимог цього регуляторного акта з найменшими витратами для суб'єктів господарювання, громадян та держави.

Результати прийняття регуляторного акту оцінені за допомогою методу вигод та витрат.

Сфера впливу	Вигоди	Витрати
Органи місцевого самоврядування	Контроль за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами в місті Покращення рівня благоустрою міста	Витрати на оприлюднення регуляторного акта. Незначні зменшення надходження від тимчасового користування місцями розміщення засобів зовнішньої реклами до міського бюджету
Суб'єкти підприємницької діяльності	Встановлення прозорого та чіткого порядку розміщення рекламних засобів відповідно до прийнятого рішення	Витрати, пов'язані з демонтажем конструкцій, розміщених в історичному центрі міста, після закінчення терміну дії дозвільних документів Оновлення технічного та естетичного стану рекламних конструкцій

Громадяни	Створення привабливого вигляду міського середовища шляхом застосування нових підходів у формуванні рекламної інфраструктури міста. Ріст позитивного іміджу міста у потенційних туристів та громадян міста. Створення сприятливих умов для життєдіяльності міста.	Відсутні
-----------	---	----------

VII. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта

Регуляторний акт набере чинності з моменту прийняття рішення виконкомом Ужгородської міської ради.

Запропонований проєкт регуляторного акта запроваджується на довгостроковий термін дії або до прийняття нових нормативних актів.

У разі потреби, регуляторний акт може бути переглянутий за ініціативою регуляторного органу, який прийняв відповідний регуляторний акт, або на підставі аналізу звіту про відстеження результативності цього регуляторного акта, а також внаслідок змін у чинному законодавстві.

VIII. Визначення показників результативності дії регуляторного акта

У результаті прийняття рішення «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгород» буде збережено автентичність історичного середовища м. Ужгорода, підвищено його туристичну привабливість.

Показниками результативності даного регуляторного акта стане:

- очищення історичної частини міста від засобів зовнішньої реклами та гармонізація простору міського середовища;
- рівні умови для всіх розповсюджувачів зовнішньої реклами;
- наближення порядку розміщення зовнішньої реклами у м. Ужгороді до європейських стандартів.

Прийняте рішення дозволить забезпечити належний контроль за встановленням в центральній частині міста будь-яких засобів зовнішньої реклами та забезпечить очищення історичної частини міста від уже встановлених.

IX. Визначення заходів, за допомогою яких здійснюватиметься відстеження результативності дії регуляторного акта

Відносно цього регуляторного акта повинно послідовно здійснюватися базове, повторне та періодичне відстеження його результативності. Зокрема:

- базове відстеження результативності регуляторного акта здійснюється до дня набрання чинності цим регуляторним актом або набрання чинності більшістю його положень. Якщо для визначення значень показників результативності регуляторного акта використовуються виключно статистичні дані, базове відстеження результативності може бути здійснене після набрання чинності цим регуляторним актом або набрання чинності більшістю його положень, але не пізніше дня, з якого починається проведення повторного відстеження результативності цього акта;

- повторне відстеження результативності регуляторного акта здійснюється через рік з дня набрання ним чинності або набрання чинності більшістю його положень, але не пізніше двох років з дня набрання чинності цим актом або більшістю його положень, якщо рішенням регуляторного органу, який прийняв цей регуляторний акт, не встановлено більш ранній строк;

- періодичні відстеження результативності регуляторного акта здійснюються раз на кожні три роки починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності цього акта, у тому числі і в разі, коли дію регуляторного акта, прийнятого на визначений строк, було продовжено після закінчення цього визначеного строку.

Відповідні відстеження будуть проводитись шляхом аналізу статистичних даних.

ВИТРАТИ

на одного суб'єкта господарювання великого і середнього підприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта

У зв'язку з відсутністю інформації про кількість суб'єктів господарювання, що перебуває у сфері регулювання даного регуляторного акта, немає можливості визначити витрати на одного суб'єкта господарювання, які виникають внаслідок дії вказаного регуляторного акта.

БЮДЖЕТНІ ВИТРАТИ
на адміністрування регулювання для суб'єктів великого
і середнього підприємництва

Органи виконавчої влади чи органи місцевого самоврядування, в т.ч. виконавчий орган Ужгородської міської ради, при введенні в дію запропонованого проєкту регуляторного акта, не понесуть додаткових витрат коштів місцевого бюджету, а також додаткових витрат на контроль за його виконанням.

У зв'язку з відсутністю інформації про кількість суб'єктів господарювання, що перебуває у сфері регулювання даного регуляторного акта, немає можливості визначити вартість витрат, пов'язаних з адмініструванням процесу регулювання державними органами суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регуляторного акта.

В. о. директора департаменту

Олена ЯЦКІВ

Тетяна Полтавцева 614190
Ярина Свереняк 615311