**Российская Федерация**

**АМУРСКАЯ ОБЛАСТЬ**

СКОВОРОДИНСКИЙ РАЙОННЫЙ СОВЕТ НАРОДНЫХ ДЕПУТАТОВ

**(**шестой созыв**)**

**Р Е Ш Е Н И Е**

г. Сковородино

Принято районным Советом народных депутатов 08 февраля 2019 года

Об утверждении Порядка определения размера арендной платы

(начальной цены) за место установки рекламной конструкции

В соответствии с Федеральным законом от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе", Сковородинский районный Совет народных депутатов,

РЕШИЛ:

1. Утвердить Порядок определения размера арендной платы (начальной цены) за место установки рекламной конструкции (прилагается).

2. Настоящее решение вступает в силу с момента его официального опубликования в официальном периодическом печатном издании «Информационный бюллетень Сковородинского района».

Председатель районного

Совета народных депутатов И.Н. Кулаковский

Глава района А.В. Прохоров

08.02.2019 года

№ 176

 УТВЕРЖДЕНО

 Решением Сковородинского

 районного Совета народных

 депутатов от 08.02.2019 № 176

ПОРЯДОК

ОПРЕДЕЛЕНИЯ РАЗМЕРА АРЕНДНОЙ ПЛАТЫ (НАЧАЛЬНОЙ ЦЕНЫ) ЗА МЕСТО УСТАНОВКИ РЕКЛАМНОЙ КОНСТРУКЦИИ

Годовой размер арендной платы (начальной цены) за место установки рекламной конструкции на муниципальном земельном участке или на земельном участке, находящемся в государственной собственности, а также на ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, право на заключение договора на установку и эксплуатацию которой предполагается к продаже посредством аукциона, определяется по формуле:

C = Р x П x К1 x К2 x К3 x К4, где:

C - годовой размер платы (начальной цены);

Р - базовый тариф стоимости размещения 1 кв. м информационного поля рекламной конструкции, определяемый по [таблице 1](file:///C%3A%5CUsers%5Cuser%5CDesktop%5C21%20%20%D1%81%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F%5C%D0%A0%D0%95%D0%A8%D0%95%D0%9D%D0%98%D0%AF%20%2021%20%D1%81%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8%5C%D0%A0%D0%95%D0%A8%D0%95%D0%9D%D0%98%D0%95%20%20%E2%84%96%20176%20%D0%BE%D1%82%2008.02.2019.docx#Par53);

П - площадь информационного поля рекламной конструкции.

Площадью информационного поля рекламной конструкции считается часть рекламной конструкции, непосредственно предназначенная для размещения рекламного изображения и информации, без учета площади рамы и других элементов несущей конструкции. При формировании рекламной конструкции из отдельных конструктивных элементов, в том числе объемно-пространственных композиций, площадь информационного поля считается как сумма площадей поверхностей отдельных элементов. При отсутствии явных границ изображения площадью информационного поля считается площадь многоугольника, построенного по крайним точкам изображения.

Таблица 1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| N № п/п | Площадь информационного поля рекламной конструкции | Базовый тариф стоимости размещения 1 кв. м в год, руб. |
| 11. | До 10 кв. м (включительно) | 400 |
| 22. | От 10 кв. м до 100 кв. м (включительно) | 350 |
| 33. | Свыше 100 кв. м | 300 |

К1, К2, К3, К4 - поправочные коэффициенты.

К1 - коэффициент местонахождения рекламной конструкции:

1,5 - зона 1 (особого городского значения);

1 - зона 2 (общегородского значения);

0,7 - зона 3 (другие территории).

К2 - коэффициент использования освещения:

1,2 - отсутствие подсветки (при возможности подключения);

1 - отсутствие подсветки (при отсутствии технической возможности подключения);

0,8 - применение внешней подсветки;

0,7 - применение внутренней подсветки.

К3 - коэффициент, учитывающий особенности размещения и вид рекламной конструкции. Определяется по таблице:

|  |  |
| --- | --- |
| Средства, предназначенные для размещения над дорожным полотном (по ходу движения) | 3,0 |
| Отдельно стоящие щитовые установки, флаговые композиции, реклама на остановочных павильонах | 2,8 |
| Отдельно стоящие рекламные конструкции с автоматической сменой экспозиций, электронные табло и другие сложные конструкции | 2,0 |
| Средства, обеспечивающие оформление объектов строительства, на ограждениях, выносные щитовые конструкции (штендеры) | 2,3 |
| Крышные установки, настенные панно, маркизы, кронштейны, устанавливаемые на зданиях | 2,5 |
| В остальных случаях | 2,0 |

К4 - коэффициент технической оснащенности рекламной конструкции:

0,7 - перемещающиеся, вращающиеся объекты;

n/3 - при автоматической смене экспозиции (где n - максимальное количество одновременно размещаемых изображений).