Администрация Вилючинского городского округа

закрытого административно–территориального образования

города Вилючинска Камчатского края

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

13.12.2018 № 1208

г. Вилючинск

Об утверждении порядка проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Вилючинского городского округа

Руководствуясь Гражданским кодексом Российской Федерации, [Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе](garantF1://12045525.0)», Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»

**ПОСТАНОВЛЯЮ:**

1. Утвердить порядок проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Вилючинского городского округа согласно приложению к настоящему постановлению.

2. Начальнику управления делами администрации Вилючинского городского округа О.Н. Токмаковой опубликовать настоящее постановление в «Вилючинской газете. Официальных известиях администрации Вилючинского городского округа ЗАТО г. Вилючинска Камчатского края» и разместить на официальном сайте органов местного самоуправления Вилючинского городского округа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

3. Настоящее постановление вступает в силу после его официального опубликования.

4. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на заместителя главы администрации Вилючинского городского округа С.Г. Иванинова.

**Глава администрации**

**городского округа Г.Н. Смирнова**

Приложение к постановлению

администрации Вилючинского

городского округа

от 13.12.2018 № 1208

**Порядок проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Вилючинского городского округа**

**1.Общие положения**

1.1. Настоящий порядок проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Вилючинского городского округа (далее – Порядок), разработан в соответствии с требованиями Федеральных законов от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе») с целью реализации полномочий по выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Вилючинского городского округа (далее - городской округ), аннулированию таких разрешений, выдачи предписаний о демонтаже рекламных конструкций на территории городского округа.

1.2. Понятия, используемые в настоящем Порядке, употребляются в значении, установленном Федеральным законом «О рекламе».

1.3. Действие настоящего Порядка не распространяется на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера, а также на витрины, киоски, лотки, передвижные пункты торговли, уличные зонтики в случае размещения рекламы непосредственно на указанных объектах (без использования конструкций и приспособлений, предназначенных только для размещения рекламы).

1.4. Органом, уполномоченным на выдачу разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории городского округа, аннулирование таких разрешений, выдачу предписаний о демонтаже рекламных конструкций, осуществление контроля за условиями их эксплуатации в соответствии с технической характеристикой является администрация городского округа в лице отдела архитектуры и градостроительства.

1.5. Выдача разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции производится в соответствии с административным регламентом предоставления муниципальной услуги «Выдача разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции».

2.Требования к проведению торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции

2.1. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности городского округа или государственная собственность на которое не разграничена, осуществляется в результате торгов в форме открытого аукциона в соответствии с нормами Федерального закона «О рекламе» и Гражданским кодексом Российской Федерации.

Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в муниципальной собственности городского округа или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности городского округа, заключается сроком на 5 лет в соответствии с Постановлением Правительства Камчатского края от 21.10.2013 № 462-П «Об утверждении порядка предварительного согласования схем размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Камчатского края или муниципальной собственности, и вносимых в них изменений».

Аукцион на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в муниципальной собственности городского округа или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности городского округа, проводится уполномоченным органом либо уполномоченной организацией только в отношении мест размещения рекламных конструкций, указанных в схеме размещения на территории городского округа рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности городского округа, утвержденной постановлением администрации Вилючинского городского округа (далее - схема размещения рекламных конструкций).

Рекламные конструкции, установленные в местах, не соответствующих схеме размещения рекламных конструкций, до ее утверждения, могут эксплуатироваться до окончания срока действия разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции либо до его аннулирования или признания недействительным по основаниям и в порядке, установленном Федеральным законом «О рекламе».

2.2. Аукцион проводится в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации.

2.3. Предметом аукциона является право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в муниципальной собственности городского округа или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности городского округа, в месте, определенном схемой размещения рекламных конструкций, свободном от прав и имущества третьих лиц.

2.4. Организатором аукциона выступает уполномоченный орган или иная муниципальная организация, обладающая правом хозяйственного ведения, оперативного управления, постоянного (бессрочного) пользования или иного вещного права на муниципальное имущество.

2.5. Организатор аукциона:

2.5.1 определяет дату, время и место проведения аукциона;

2.5.2 публикует извещение о проведении аукциона;

2.5.3 определяет размер задатка в соответствии с законодательством Российской Федерации, срок и порядок его внесения лицами, заявившими о своем участии в аукционе (далее - претенденты);

2.5.4. определяет порядок подачи заявок;

2.5.5. принимает заявки, документы от претендентов;

2.5.6. регистрирует заявки от претендентов в журнале приема заявок, обеспечивает сохранность заявок и документов, а также конфиденциальность сведений о претендентах и содержания представленных заявок и документов до момента их оглашения при проведении аукциона;

2.5.7. проверяет правильность оформления документов, представленных претендентами;

2.5.8. принимает решение о признании претендентов участниками аукциона или отказе в допуске к участию в аукционе и уведомляет претендентов о принятом решении;

2.5.9. определяет существенные условия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

2.5.10. определяет победителя аукциона и оформляет протокол о результатах аукциона;

2.5.11. производит расчеты с претендентами и участниками аукциона;

2.5.12. осуществляет иные функции, возложенные на него в соответствии с законодательством Российской Федерации и настоящим Порядком.

2.6. Извещение о проведении аукциона публикуется в «Вилючинской газете. Официальных известиях администрации Вилючинского городского округа ЗАТО г. Вилючинска Камчатского края» и на официальном сайте органов местного самоуправления Вилючинского городского округа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (www.viluchinsk-city.ru), на официальном сайте Российской Федерации для размещении информации о проведении торгов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ([www.torgi.gov.ru](http://www.torgi.gov.ru)), не менее чем за 30 календарных дней до дня проведения аукциона.

В извещении о проведении аукциона должны быть указаны следующие сведения:

- наименование и адрес организатора аукциона, номер контактного телефона;

- предмет и порядок проведения аукциона;

- наименование лота (при наличии), начальная цена права на заключение договора;

- размер задатка, срок и порядок его внесения претендентами;

- шаг аукциона;

- место, порядок, даты начала и окончания подачи заявок, перечень документов, прилагаемых к заявке на участие в аукционе;

- основания для отказа в допуске к участию в аукционе претендентов;

- срок, предоставляемый победителю аукциона для заключения договора;

- проект договора, заключаемого с победителем аукциона.

Начальная цена права на заключение договора является равной размеру годовой платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Шаг аукциона устанавливается в размере 10 процентов от начальной цены аукциона. Задаток, внесенный в размере 50 процентов от начальной цены права на заключение договора, в случае выигрыша, засчитывается в счет платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

2.7. Если иное не предусмотрено в законе или в извещении о проведении торгов, организатор аукциона, вправе отказаться от проведения аукциона в любое время, но не позднее чем за три дня до наступления даты проведения.

Информация об отказе в проведении аукциона размещается в «Вилючинской» газете. Официальных известиях администрации Вилючинского городского округа ЗАТО г. Вилючинска Камчатского края», на официальном сайте органов местного самоуправления Вилючинского городского округа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (www.viluchinsk-city.ru), на официальном сайте Российской Федерации для размещении информации о проведении торгов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ([www.torgi.gov.ru](http://www.torgi.gov.ru)).

В случае если установлено требование о внесении задатка, организатор аукциона возвращает заявителям задаток в течении пяти рабочих дней после принятия решения об отказе от проведения аукцина.

2.7.1. Основаниями для отказа в допуске к участию в аукционе претендентов являются:

1) непредставление сведений и документов, указанных в извещении, в составе заявки на участие в аукционе;

2) предоставление недостоверной информации об участнике аукционе;

3) поступление заявки после окончания срока подачи заявки;

4) не предоставление задатка

2.8. В случае если к участию в аукционе допущен один участник, аукцион признается несостоявшимся и договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с лицом, которое являлось единственным участником аукциона. В случае, если участник аукциона, указанный в настоящем пункте, отказывается или уклоняется от заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, результаты аукциона аннулируются организатором аукциона.

2.8.1. Если по окончанию подачи срока заявок не поступило ни одной заявки, либо к участию в аукционе не допущен ни один участник, аукцион признается несостоявшимся. Организатор аукциона составляет протокол о признании аукциона несостоявшимся и публикует в течение трех рабочих дней после окончания срока подачи заявок на участие в аукционе. В течение 15 дней организатор аукциона объявляет о проведении нового аукциона, при этом условия аукциона и договора могут быть изменены.

2.9. При невнесении платы от продажи права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в течение 5 рабочих дней со дня подписания протокола о результатах аукциона, уклонении или отказе победителя аукциона от заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции победитель аукциона утрачивает право на заключение указанного договора. Предложение о заключении договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции не позднее 10 рабочих дней после отказа или уклонения от заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции направляется организатором аукциона участнику аукциона, предложение которого о цене права на заключение указанного договора содержит лучшие условия, следующие после условий, предложенных победителем аукциона. В случае согласия данного участника заключить договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции указанный участник признается победителем аукциона.

2.10. Основанием для начала проведения аукциона является подписание протокола рассмотрения заявок и допуска заявителей к участию в аукционе на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории городского округа.

2.11. Аукцион проводится указанном в извещении о проведении аукциона месте, в соответствующие день и время.

Аукцион ведет аукционист.

2.12. Аукцион ведется в следующем порядке:

2.12.1. аукцион начинается с объявления аукционистом об открытии аукциона;

2.12.2. аукционист оглашает последовательность проведения аукциона по включенным в него лотам;

2.12.3. по каждому лоту аукционист оглашает наименование, основные характеристики и начальную цены права заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее – начальная цена права), а также шаг аукциона;

2.12.4. аукцион проводится путем повышения начальной цены права по лоту на шаг аукциона;

2.12.5. участникам аукциона выдаются пронумерованные карточки участника аукциона (далее – карточки);

2.12.6. после объявления начальной цены права по лоту участникам аукциона предлагается заявить эту цену путем поднятия карточек. После заявления участниками аукциона начальной цены аукционист предлагает участникам аукциона заявлять свои предложения по цене права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, превышающей начальную цену права на шаг аукциона. Каждая последующая цена, превышающая предыдущую цену на шаг аукциона, заявляется участниками аукциона путем поднятия карточек.

2.12.7. аукционист называет номер карточки участника аукциона, который первым заявил начальную и последующую цену права, указывает на этого участника и объявляет заявленную цену как цену права на заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. При отсутствии предложений со стороны иных участников аукциона повторяет заявленную цену 3 раза. Если до третьего повторения заявленной цены ни один из участников аукциона не поднял карточку и не заявил последующую цену, аукцион завершается;

2.12.8. по завершении аукциона аукционист объявляет о продаже лота, называет цену права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и номер карточки победителя аукциона. Победителем аукциона признается участник, номер карточки которого и заявленная им цена названы аукционистом последними;

2.12.9. цена права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, предложенная победителем аукциона, а также цена права на заключение указанного договора, предложенная победителем аукциона, содержащая лучшие условия, следующие после условий, предложенных победителем аукциона, заносятся в протокол о результатах аукциона, составляемый в 2 экземплярах в день проведения аукциона. Протокол о результатах аукциона является документом, удостоверяющим право победителя аукциона на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкцию.

3. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на территории городского округа

3.1. В случае если недвижимое имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, находится в собственности городского округа и не закреплено за муниципальными унитарными предприятиями или муниципальными учреждениями, в том числе автономными, (далее - муниципальные организации) на праве хозяйственного ведения или оперативного управления, не передано в постоянное (бессрочное) пользование, а также в случае, если рекламная конструкция присоединяется к земельному участку, который находится на территории городского округа и государственная собственность на который не разграничена, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с отделом по управлению муниципальным имуществом администрации Вилючинского городского округа (далее – отдел УМИ), на основании результатов торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, приводимых в соответствии с законодательством Российской Федерации и разделом 2 настоящего Порядка.

Отдел УМИ, в течение 3 календарных дней со дня поступления в бюджет Вилючинского городского округа (далее - бюджет городского округа) от победителя торгов денежных средств, полученных от продажи права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, направляет победителю торгов надлежащим образом подписанный договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

3.2. В случае если недвижимое имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, находится в собственности городского округа и закреплено за муниципальной организацией на праве хозяйственного ведения или оперативного управления, или передано в постоянное (бессрочное) пользование, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с муниципальной организацией, обладающей правом хозяйственного ведения, оперативного управления или постоянного (бессрочного) пользования на соответствующее недвижимое имущество. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется на основании результатов торгов по продаже права на его заключение, проводимых в соответствии с законодательством Российской Федерации и разделом 2 настоящего Порядка.

3.3. Муниципальное учреждение, обладающее правом оперативного управления на недвижимое имущество, являющееся предметом договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, направляет победителю торгов подписанный договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в течение 3 календарных дней со дня поступления в бюджет городского округа от победителя торгов денежных средств, полученных от продажи права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Муниципальное предприятие, обладающее правом хозяйственного ведения на недвижимое имущество, являющееся предметом договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, а также муниципальное автономное учреждение, направляет победителю торгов подписанный договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в течение 3 календарных дней со дня поступления на свой счет от победителя торгов денежных средств, полученных от продажи права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

3.4. Порядок оплаты по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, присоединяемой к объектам недвижимого имущества, указанным в абзаце первом пункта 3.1. и абзаце первом пункта 3.2. настоящего Порядка, определяется согласно приложению к настоящему Порядку.

3.5. В случае, если победителем аукциона является физическое или юридическое лицо, незарегистрированное на территории Вилючинского городского округа, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется в течение 5 календарных дней после получения соответствующих согласований предусмотренных законом о ЗАТО.

3.6. При отказе в согласовании, предусмотренным пунктом 3.5., или неполучении согласования в течение 60 календарных дней, аукцион аннулируется, задаток перечисляется на расчетный счет победителя аукциона.

Приложение

к Порядку проведения торгов на право

заключения договора на установку и эксплуатацию

рекламных конструкций на территории

Вилючинского городского округа

**Порядок определения платы** **по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, находящихся в собственности Вилючинского городского округа или государственная собственность на которые не разграничена, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Вилючинского городского округа**

1. Размер платы

Размер платы по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций рассчитывается по формуле:

Р = БС х Кгз х Ктип х Кст х Кстор х Ксоц х Квр х Кд х П х S,

где:

Р - размер платы по договору за установку и эксплуатацию рекламных конструкций;

БС - базовая ставка;

Кт – коэффициент, учитывающий территориальное размещение рекламной конструкции;

Ктип - коэффициент, учитывающий особенности размещения отдельных типов объектов наружной рекламы и информации;

Кст - коэффициент внедрения сложных технологий;

Кстор - коэффициент, учитывающий зависимость размера платы от условий обзора рекламной конструкции водителями и пассажирами транспортных средств, определяемый количеством информационных полей (сторон) рекламной конструкции;

Ксоц - коэффициент, учитывающий социальную значимость устанавливаемого рекламного оборудования;

Квр - коэффициент, учитывающий временное ограничение визуального восприятия рекламной информации;

Кд - коэффициент-дефлятор, применяемый для расчета налоговой базы по единому налогу на вмененный доход в соответствии с главой 26.3 Налогового Кодекса Российской Федерации;

П - оплачиваемый период в месяцах;

В случае кратковременного размещения рекламной конструкции (менее суток) оплата производится за полные сутки, при этом период П принимается равным 0,5;

S - площадь информационного поля рекламной конструкции.

1.2. Плата по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции вносится со дня установки рекламной конструкции, подтвержденной актом ввода рекламной конструкции в эксплуатацию, ежемесячно, авансовым платежом в размере 100 процентов.

2. Базовая ставка

Базовая ставка - размер платы за 1 (один) квадратный метр (далее - кв. м) площади информационного поля рекламной конструкции в месяц.

Базовая ставка составляет 100 (сто) рублей за 1 кв. м площади информационного поля рекламной конструкции в месяц и применяется для расчета платы по договору за установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

3. Коэффициент, учитывающий территориальное размещение рекламной конструкции (Кт)

Коэффициент, учитывающий территориальное размещение рекламной конструкции (Кт) - корректировочный коэффициент, применяемый в зависимости от места установки и эксплуатации рекламной конструкции.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Место установки рекламной конструкции | Размер коэффициента |
| 1 | Дорога пост «ГАИ-ВАИ» - КПП «Паратунка» | 0,85 |
| 2 | ул. Лесная, дорога от кольцевого пересечения до поста «ГАИ-ВАИ» | 0,85 |
| 3 | Жилой район Приморский: ул. Спортивная, ул. Мира, мкр. Северный, мкр. Центральный, ул. Кронштадтская, ул. Победы, ул. Приморская | 1 |
| 4 | Дорога от магазина «Вилюй» до дорожного участка № 2 | 0,85 |
| 5 | Жилой район Рыбачий: ул. Вилкова, ул. Нахимова, ул. Гусарова, ул. Кобзаря, ул. 50 лет ВЛКСМ, ул. Крашенинникова | 0,75 |

4. Коэффициент (Ктип), учитывающий особенности размещения отдельных типов объектов наружной рекламы и информации

|  |  |
| --- | --- |
| Тип наружной рекламы | Размер коэффициента |
| Отдельно стоящие рекламные конструкции, размещаемые на земельных участках: Т, П-образные специализированные крупноформатные рекламные конструкции, щитовые конструкции, объемно-пространственные конструкции, наземное панно | 0,7 |
| Рекламные конструкции, размещаемые на крышах зданий | 2,5 |
| Рекламные конструкции, размещаемые на фасадах зданий | 3,5 |
| Рекламные конструкции, размещаемые на опорах линий наружного электрического освещения | 3 |
| Отдельно стоящий столб указатель | 1,5 |
| Одна сторона ограждения временного (сезонного) предприятия сферы обслуживания, в случае размещения на таком ограждении наружной рекламы | 0,9 |

Под отдельно стоящим рекламным столбом-указателем, в целях настоящих значений коэффициента, понимается: вертикальная опора с рекламными панелями, содержащими информацию об объекте, находящемся в непосредственной близости от столба-указателя (но не более 100 м); на одном столбе разрешается устанавливать не более трех уровней стрелок, при этом в обоснованных случаях допустимо объединение двух стрелок по высоте; при этом общая площадь коммерческой информации (рекламы), размещенной на рекламных панелях, не должна превышать 1,0 кв. м.

5. Коэффициент внедрения сложных технологий (Кст)  
Коэффициент внедрения сложных технологий (Кст) - корректировочный коэффициент, применяемый при внедрении сложных технологий

|  |  |
| --- | --- |
| Виды применяемых при установке рекламных конструкций технологий | Размер коэффициента |
| Электронные дисплеи (табло), видеоэкраны, светодинамические рекламные конструкции, бегущая строка, проекционные и иные экраны | 1,5 |
| Рекламные конструкции с автоматической сменой изображения (призматроны и т.п.) | 1,3 |
| Рекламные конструкции с наружной подсветкой | 0,9 |
| Рекламные конструкции с внутренней подсветкой | 0,8 |
| Газосветная, неоновая, светодиодная реклама | 0,7 |

В случае совмещения видов применяемых технологий при установке рекламных конструкций корректировочный коэффициент Кст рассчитывается следующим образом: Кст = (N 1 х N 2 х N N), где N 1, N 2, N N - размер коэффициента определенного вида применяемых при установке рекламных конструкций технологий.  
В остальных случаях коэффициент Кст применяется в значении, равном единице.

6. Коэффициент (Кстор), учитывающий зависимость размера платы от условий обзора рекламной конструкции водителями и пассажирами транспортных средств, определяемый количеством информационных полей (сторон) рекламной конструкции.

Корректировочный коэффициент, применяемый для отдельно стоящих рекламных конструкций в случае, если информационные поля (стороны) рекламной конструкции имеют равные стороны и площадь одного информационного поля не менее 8 кв. м. В остальных случаях, а также при размещении других типов рекламных конструкций коэффициент Кстор применяется равным единице.

|  |  |
| --- | --- |
| Количество информационных полей рекламной конструкции | Размер коэффициента |
| Одно информационное поле | 1 |
| Два информационных поля | 0,9 |
| Три информационных поля и более | 0,8 |

7. Коэффициент (Ксоц), учитывающий социальную значимость устанавливаемого рекламного оборудования (рекламы)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Виды конструкции, имеющих социальную значимость | | Размер коэффициента |
| Павильоны ожидания городского пассажирского транспорта, оснащенные рекламными стендами | | 0,0 |
| Газетные щиты, афишные стенды | |
| Знаки маршрутного ориентирования, информационные знаки остановок городского пассажирского транспорта, совмещенные с элементами рекламы, крупногабаритные электронные дисплеи, в случае если размещение таких объектов осуществляется на основании нормативных правовых актов Правительства Камчатского края, администрации Вилючинского городского округа | |
| Информационные стенды и информационные указатели, совмещенные с рекламными конструкциями, включенные в систему городской ориентирующей информации, размещаемые во исполнении нормативных правовых актов Правительства Камчатского края, администрации Вилючинского городского округа | |
| Рекламные конструкции, реклама, устанавливаемые по компенсационным программам инвестиционных проектов, реализуемых на конкурсной основе в соответствии с нормативными правовыми актами исполнительных органов Правительства Камчатского края, исполнительных органов Вилючинского городского округа | |
| Специализированные информационные щиты, стенды, предназначенные для размещения объявления, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности физических и юридических лиц, общая площадь информационных полей которых не превышает 1,5 кв.м. | |
| Рекламные конструкции с информационными знаками переменной информации, совмещенные с элементами общегородской информационной системы управления дорожным движением, городских некоммерческих информационных материалов (коэффициент в данном значении применяется исключительно на период размещения на рекламной конструкции общегородской информационной системы управления дорожным движением, городской некоммерческой информации) | | 0,7 |
| Рекламные конструкции, отдельно стоящие рекламные конструкции, используемые для размещения коммерческой рекламы, социальной рекламы (коэффициент в данном значении применяется исключительно в период размещения на рекламной конструкции городской некоммерческой информации, социальной рекламы) | Размещение на двух сторонах безвозмездно, в случаях если конструкция многосторонняя | 0,0 |
| Размещение на одной стороне безвозмездно, в случае если конструкции многосторонняя | 0,2 |
| Размещение на двух сторонах с предоставлением скидки на размещение более 50 процентов | 0,4 |
| Размещение на одной стороне с предоставлением скидки на размещение более 50 процентов | 0,6 |

Коэффициент Ксоц применяется при размещении на рекламной конструкции социальной рекламы, городской некоммерческой информации или культурно-массовых, спортивных, благотворительных, просветительских и иных социально значимых мероприятий, отражающей приоритеты социально-экономического развития Российской Федерации на основании договоров (соглашений) между уполномоченным органом (собственником недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция (далее - собственник имущества) и рекламораспространителем (владельцем рекламы) на период размещения на рекламной конструкции вышеуказанной информации.

Коэффициент Ксоц применяется при наличии соответствующего договора, представленного рекламораспространителем в уполномоченный орган (собственнику имущества) в срок не позднее 10 дней с даты заключения соответствующего договора.

При расчете размера платы за размещение городской некоммерческой информации, социальной рекламы, значение коэффициента Ксоц применяется при условии использования рекламных конструкций для размещения вышеуказанной информации. В случае если уполномоченным органом (собственником имущества) выявлен факт распространения коммерческой рекламы, не относящейся к категории городской некоммерческой информации, социальной рекламы, размер платы рассчитывается с применением коэффициента Ксоц в значении, равном единице, за весь квартал, в котором уполномоченным органом (собственником имущества) выявлен данный факт.

При расчете размера платы за размещение рекламы на рекламных конструкциях с информационными знаками переменной информации, совмещенных с элементами общегородской информационной системы управления дорожным движением, городских некоммерческих информационных материалов, учитывается только площадь, занятая под размещение коммерческой рекламы, при условии размещения на них городских некоммерческих информационных материалов.

В остальных случаях коэффициент Ксоц применяется в значении, равном единице.

Элементы централизованного оформления городского округа к общегородским и праздничным мероприятиям, размещаемые по договорам (соглашениям) с уполномоченным органом (собственником имущества), имеют статус городской некоммерческой информации.

В случае использования электронных дисплеев и других дисплеев, независимо от места размещения, для трансляции в установленном порядке рекламно-информационных материалов, имеющих статус городской некоммерческой информации, социальной рекламы, устанавливается размер платы, уменьшенный пропорционально времени трансляции указанных материалов по отношению к общему времени трансляции; размер платы рассчитывается уполномоченным органом (собственником имущества).

8. Коэффициент (Квр), учитывающий временное ограничение визуального восприятия рекламной информации не распространяется на внешние факторы природного и погодного характера.

При осуществлении временного демонтажа рекламной конструкции или рекламного изображения в случае ограничения визуального восприятия, обусловленного наличием внешних факторов, коэффициент Квр применяется в значении, равном 0 (при 100 % отсутствии информации), равном 0,5 (при отсутствии одного (двух и более полей) информационного поля). Применяется только на основании письменного заявления в уполномоченный орган (собственнику имущества) с указанием сроков отсутствия информации, направляется не позднее десяти дней с момента ограничения визуального восприятия информации. Действует исключительно в течение периода демонтажа рекламной конструкции или рекламного изображения.

В случае если уполномоченным органом (собственником имущества) выявлен факт размещения информации при применении коэффициента Квр в значении равном 0 или 0,5, размер платы рассчитывается с применением коэффициента Квр в значении, равном единице, за весь квартал, в котором уполномоченным органом (собственником имущества) выявлен факт распространения рекламы.

В остальных случаях коэффициент Квр применяется в значении, равном единице.