



КОМИ РЕСПУБЛИКАСА ВЕСЬКÖДЛАН КОТЫР Ш У Ö М

ПРАВИТЕЛЬСТВО РЕСПУБЛИКИ КОМИ ПОСТАНОВЛЕНИЕ

от 6 апреля 2017 г. № 212

г. Сыктывкар

О мерах по реализации законодательства в сфере рекламы

В соответствии с Федеральным законом «О рекламе», Гражданским кодексом Российской Федерации, Законом Республики Коми «О некоторых вопросах в сфере рекламы», Законом Республики Коми «О перераспределении отдельных полномочий в сфере рекламы между органами местного самоуправления муниципальных образований в Республике Коми и органами государственной власти Республики Коми» Правительство Республики Коми постановляет:

1. Определить Администрацию Главы Республики Коми уполномоченным органом исполнительной власти Республики Коми, осуществляющим заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной собственности Республики Коми, за исключением случаев, указанных в части 6 статьи 19 Федерального закона «О рекламе».

2. Определить государственное казенное учреждение Республики Коми «Коми реклама» организацией, уполномоченной на проведение торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной собственности Республики Коми.

3. Установить, что формой торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной собственности Республики Коми, а также на земельных участках, располо-

женных на территории муниципальных образований городских округов и муниципальных районов в Республике Коми, государственная собственность на которые не разграничена, является аукцион в электронной форме.

4. В целях повышения эффективности использования государственного имущества в рамках осуществляемых правомочий собственника утвердить Методику расчета размера платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной собственности Республики Коми, (далее – Методика) согласно приложению.

5. При определении расчета размера платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципальных образований в Республике Коми, а также на земельных участках, расположенных на территории муниципальных образований городских округов и муниципальных районов в Республике Коми, государственная собственность на которые не разграничена, рекомендовать руководствоваться положениями Методики.

6. Рекомендовать органам местного самоуправления муниципальных образований в Республике Коми привести муниципальные нормативные правовые акты в сфере рекламы в соответствие с положениями федерального законодательства и законодательства Республики Коми в указанной сфере.

7. Настоящее постановление вступает в силу со дня его принятия.

Первый заместитель Председателя
Правительства Республики Коми

Л. Максимова



МЕТОДИКА

расчета размера платы по договору на установку и эксплуатацию
рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином
недвижимом имуществе, находящемся в государственной
собственности Республики Коми

1. Размер ежемесячной платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции рассчитывается по формуле:

$$C = BC \times \Pi \times K1 \times K2 \times K3 \times K4 \times K5 \times K6,$$

где:

C – размер ежемесячной платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (единица измерения – рубль);

BC – базовая ставка за 1 квадратный метр площади информационного поля в месяц (единица измерения – рубль);

Π – общая площадь информационных полей рекламной конструкции без учета способа демонстрации рекламной информации (единица измерения – квадратный метр);

K1 – коэффициент муниципального образования;

K2 – коэффициент зоны престижности размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования;

K3 – коэффициент, учитывающий вид и формат рекламной конструкции;

K4 – коэффициент, учитывающий площадь информационного поля рекламной конструкции, присоединяемой к зданию, сооружению и иным объектам недвижимости;

K5 – коэффициент, учитывающий способ демонстрации рекламной информации;

K6 – коэффициент, устанавливающий размер платежа по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (единица измерения – процент).

2. Размер базовой ставки за 1 квадратный метр площади информационного поля в месяц (BC) определяется с учетом мониторинга стоимости размещения рекламы на конструкциях большого формата в г. Сыктывкаре, утверждается приказом Администрации Главы Республики Коми ежегодно до 31 декабря и вводится в действие с 1 января следующего календарного года.

Размер базовой ставки за 1 квадратный метр площади информационного поля в месяц (БС) на 2017 год утверждается приказом Администрации Главы Республики Коми до 1 мая 2017 года.

Размер базовой ставки применяется для расчетов размеров платежей по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций всех форматов на территории всех муниципальных образований в Республике Коми.

3. Общая площадь информационных полей рекламной конструкции без учета способа демонстрации рекламной информации (П) определяется как площадь части рекламной конструкции, предназначенной для распространения рекламы в виде рекламного сообщения или изображения.

4. В случае, если рекламная конструкция состоит из нескольких типов рекламных конструкций (щитовая, с автоматической сменой изображения, электронное табло), то она является конструкцией комбинированного типа и расчет размера платы по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций рассчитывается для каждого типа отдельно, а затем суммируется.

5. Если площадь информационного поля отдельных средств наружной рекламы имеет сложную конфигурацию информационного поля, то расчет производится по площади прямоугольника, в который полностью вписывается информационное поле средства наружной рекламы.

6. Коэффициент муниципального образования (К1) в зависимости от категории района принимает следующие значения:

- 1 категория – 1;
- 2 категория – 0,8;
- 3 категория – 0,6;
- 4 категория – 0,4.

Каждому муниципальному образованию присваивается категория района. Перечень муниципальных образований, распределенных по категориям, определяется с учетом мониторинга цен на размещение рекламы и уровня развития рынка наружной рекламы в отдельно взятом муниципальном образовании, утверждается приказом Администрации Главы Республики Коми ежегодно до 31 декабря и вводится в действие с 1 января следующего календарного года.

Перечень муниципальных образований, распределенных по категориям, на 2017 год утверждается приказом Администрации Главы Республики Коми до 1 мая 2017 года.

7. По принципам престижности размещения рекламных конструкций каждое муниципальное образование делится на зоны. Границы зон престижности для расчета размера платы за размещение рекламных конструкций утверждаются приказом Администрации Главы Республики Коми ежегодно до 31 декабря и вводятся в действие с 1 января следующего календарного года.

Границы зон престижности на 2017 год утверждаются приказом Администрации Главы Республики Коми до 1 мая 2017 года.

Коэффициент зоны престижности размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования (K2) принимает следующие значения:

зона 1 – 1,1;

зона 2 – 1;

зона 3 – 0,8.

В случае установления в границах муниципального образования 2 зон коэффициент K2 принимает следующие значения:

зона 1 – 1,1;

зона 2 – 0,9.

При отсутствии утвержденных границ зонирования коэффициент K2 принимает значение – 1.

В случае, если предполагаемое место установки рекламной конструкции находится в районе пересечения улиц, находящихся в разных зонах престижности, и в иных спорных ситуациях, то это место следует относить к зоне большей престижности.

7. В зависимости от вида и формата рекламной конструкции коэффициент K3 принимает следующие значения:

0,7 – для рекламных конструкций малого формата (рекламные конструкции, площадь одной информационной поверхности которых не превышает 6 кв. метров);

0,8 – для рекламных конструкций крупного формата (рекламные конструкции, площадь одной информационной поверхности которых составляет более 18 кв. метров);

1 – для рекламных конструкций большого формата (рекламные конструкции, площадь одной информационной поверхности которых более 15 кв. метров до 18 кв. метров включительно), рекламных конструкций, присоединяемых к зданиям, сооружениям и иным объектам недвижимости;

1,2 – для рекламных конструкций среднего формата (рекламные конструкции, площадь одной информационной поверхности которых более 6 кв. метров до 15 кв. метров включительно).

8. Коэффициент, учитывающий площадь информационного поля рекламной конструкции, присоединяемой к зданию, сооружению и иным объектам недвижимости, (K4) принимает следующие значения:

для таких типов рекламных конструкций, как крышная конструкция, настенное панно (щит, планшет, брендмауэр), проекционное и иное предназначенное для проекции рекламы на любые поверхности оборудование:

при площади информационного поля до 36 кв. метров - 1,0;

при площади информационного поля от 36 до 200 кв. метров:

36 кв. метров учитываются с коэффициентом 1,0;

остальная площадь - с коэффициентом 0,5;

при площади информационного поля более 200 кв. метров:

36 кв. метров учитываются с коэффициентом 1,0;

164 кв. метров – с коэффициентом 0,5;

остальная площадь – с коэффициентом 0,1;

для остальных рекламных конструкций – 1,0.

10. В зависимости от способа демонстрации рекламной информации коэффициент К5 принимает следующие значения:

3,2 – для рекламных конструкций типов «медиафасад» и «видеоэкран»;

1,6 – для рекламных конструкций с автоматической сменой изображения (кроме рекламных конструкций типов «медиафасад» и «видеоэкран»);

1,0 – для остальных конструкций.

11. В случае временного демонтажа рекламной конструкции по обращению государственного учреждения Республики Коми, наделенного полномочиями в сфере наружной рекламы (далее – государственное учреждение Республики Коми), органа местного самоуправления или организации, эксплуатирующей сооружение инженерно-технического обеспечения, транспорта, связи, электро-, газо-, водоснабжения и водоотведения (далее – сооружение), в связи с прокладкой, ремонтом, реконструкцией указанного сооружения плата по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с момента ее демонтажа и до завершения работ, препятствующих восстановлению рекламной конструкции, не взимается.

12. Факт и период выполнения работ, указанных в пункте 11 настоящей Методики, подтверждаются на основании сведений органов местного самоуправления, в границах которых установлена рекламная конструкция, и (или) организаций, эксплуатирующих сооружение.

13. За период размещения социальной рекламы по заявкам государственного учреждения Республики Коми плата по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции не взимается.

14. В случаях, указанных в пунктах 11 и 13 настоящей Методики, размер ежемесячной платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции уменьшается на сумму, рассчитанную по следующей формуле:

$$B = C / D_m * D,$$

где:

B – сумма, исключаемая из ежемесячной платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (единица измерения – рубль);

C – размер ежемесячной платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (единица измерения – рубль);

D – количество дней в месяце, когда имели место обстоятельства, указанные в пунктах 11, 13 настоящей Методики;

D_м – количество календарных дней в расчетном месяце.

15. Для рекламных конструкций с автоматической сменой изображения расчет суммы, исключаемой из размера ежемесячной платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции за период размещения социальной рекламы по заявкам государственного учреждения Республики Коми, производится по формуле, указанной в пункте 14 настоящей Методики, после демонстрации всего объема социальной рекламы, демонстрация которого для рекламораспространителя является обязательной в соответствии со статьей 10 Федерального закона «О рекламе».

16. Определить значение коэффициента, устанавливающего размер платежа по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций (К6), равным 15%.