

Приложение
к решению Совета депутатов
городского округа Химки
Московской области
от 19.03.2014 № 03/2

Приложение №1
к решению Совета депутатов
городского округа Химки
Московской области
от 21.08.2013 № 08/5

**Порядок
расчета платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции на
территории, здании, сооружении, иной недвижимости, находящейся в
муниципальной собственности городского округа Химки Московской
области, а также земельных участках, государственная собственность на
которые не разграничена и распоряжение которыми осуществляется
Администрацией городского округа Химки Московской области**

1. Порядок исчисления

1.1. Для расчета размера годовой платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории, здании, сооружении, иной недвижимости, находящейся в собственности или ведении муниципального образования городского округа Химки Московской области, а также земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена и распоряжение которыми осуществляется органами местного самоуправления городского округа Химки, вводится базовая ставка платы (БС).

Размер годовой платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций, определяется по следующей формуле:

$$П = Бс \times S \times K_p \times K_m \times K_c \times K_t, \text{ где}$$

П – годовой размер платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции, рублей;

Бс – базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в размере 2500 рублей 00 копеек (без налога на добавленную стоимость).

S – площадь информационного поля рекламной конструкции (кв.м.).

Кр – коэффициент, отражающий зависимость размера оплаты от площади информационного поля одной стороны рекламной конструкции по типу рекламной конструкции:

| | | | | |
|-----------------------|---------------------|----------------------|----------------------|------------------------|
| S (Площадь) | от 0 до 18 кв.м. | от 18 до 54 кв.м. | от 54 до 90 кв.м. | от 90 и более кв.м. |
| Кр | 1 | 0,8 | 0,6 | 0,4 |

Км – коэффициент, учитывающий особенности размещения типов рекламных конструкций по ее местоположению:

| | |
|---|------------|
| Типы рекламных конструкций | Км |
| Конструкции, обеспечивающие оформление объектов строительства, на ограждениях | 0,8 |
| Рекламные конструкции в составе остановочных павильонов общественного транспорта, киосков | 1,2 |
| Транспаранты-перетяжки, щитовые конструкции на путепроводах | 2,0 |
| В остальных случаях | 1,0 |

Кс – коэффициент, стимулирующий внедрение новых технологий, в том числе учитывающий освещение рекламной конструкции:

| | |
|--|------------|
| Технологическая характеристика | Кс |
| Отсутствие подсвета | 1,2 |
| Внешний подсвет | 1,0 |
| Внутренний подсвет | 0,8 |
| Автоматическая смена экспозиций, электронные табло, другие высокотехнологичные конструкции | 0,6 |

Кт – коэффициент учитывающий территориальную привязку:

| | | | | |
|---|--|--------------|--------------|--------------|
| | Удаленность от Московской кольцевой автомобильной дороги (МКАД), км | | | |
| | 0-10 | 10-20 | 20-30 | 30-40 |
| Автомобильные дороги федерального значения: участок МКАД от границы с г. Долгопрудный до границы с г. Москва | 5.0 | 4.0 | 3.0 | 2.0 |

| | | | | |
|---|-----|-----|-----|-----|
| Автомобильные дороги регионального значения: Ленинградское ш.; Международное ш.; Шереметьевское ш.; а/д Клязьма-Старбеево от кв. Свистуха до Шереметьевского ш.; мкр. Сходня, ул. Первомайская | 3.0 | 2.0 | 1.0 | 0.6 |
| Автомобильные дороги муниципального значения: Путилково шоссе, Новосходненское шоссе, Машкинское шоссе, Вашутинское шоссе | 1.0 | 0.6 | | 0.4 |
| Городской округ: пр-т Юбилейный, пр-т Мира, ул. Московская, ул. Маяковского, ул. Молодежная, привокзальная площадь ж/д станции «Химки» | 3.0 | | 2.0 | |
| Городской округ (остальная территория городского округа), территории, не вошедшие в вышеперечисленные | 2.0 | | 1.5 | |

1.2. Исчисление платы за установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции (на срок менее двенадцати месяцев) осуществляется по следующей формуле:

$$П=(Бс*S*Kp*Km*Kc*Kt)/12*M, \text{ где}$$

М – количество месяцев, в течение которых действует договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

1.3. За размещение социальной рекламы (информация, направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства, населения и местного самоуправления), а также за размещение на рекламной конструкции праздничного оформления и рекламы, представляющей особую общественную значимость для Московской области, плата за установку и эксплуатацию рекламной конструкции не взимается. При расчете размера

оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции срок размещения социальной рекламы исключается из оплачиваемого периода. В случае размещения вышеуказанной информации в оплаченный период последний продлевается на срок ее размещения.

Для расчета суммы, на которую уменьшается плата за установку и эксплуатацию рекламной конструкции, используется следующая формула:

$$\mathbf{Всоц=П/365*Д, где}$$

Всоц – сумма, исключаемая из платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции, руб.;

Д – количество дней в году, когда рекламная конструкция использовалась для размещения праздничного оформления, социальной рекламы и рекламы, представляющей особую общественную значимость для Московской области.

2. Порядок индексирования

Если Договор заключается на срок более одного года, на второй и последующий годы размер платы изменяется на максимальный размер уровня инфляции, установленный в федеральном законе о федеральном бюджете на очередной финансовый год и плановый период.