

Утверждено
Решением Кирсановского районного
Совета народных депутатов
от 21.02.2019 г. № 59
(с изменениями от 26.06.2019 № 90)

Положение
«О размещении, установке и эксплуатации рекламных конструкций
на территории муниципального района – Кирсановский район»

Положение «О размещении, установке и эксплуатации рекламных конструкций на территории муниципального района – Кирсановский район» (далее - Положение) разработано в соответствии с Федеральными Законами от 06.10.03 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями) и иными нормативно-правовыми актами Российской Федерации, устанавливающими требования, предъявляемые к наружной рекламе.

I. Общие положения

Статья 1.

Настоящее Положение обязательно для исполнения всех юридических лиц независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности, а также физических лиц, принимающих участие в деятельности по размещению, установке и эксплуатации рекламной конструкции на территории района.

Статья 2.

Рекламные конструкции, размещенные на территории района, должны быть оформлены в порядке, установленном настоящим Положением и Федеральным Законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями).

Статья 3.

Данное Положение не распространяется на:

- 1) политическую рекламу, в том числе предвыборную агитацию и агитацию по вопросам референдума;
- 2) информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом;

3) справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой;

4) сообщения органов государственной власти, иных государственных органов, сообщения органов местного самоуправления, сообщения муниципальных органов, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, если такие сообщения не содержат сведений рекламного характера и не являются социальной рекламой;

5) вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера;

6) объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности;

7) информацию о товаре, его изготовителе, об импортере или экспортере, размещенную на товаре или его упаковке;

8) любые элементы оформления товара, помещенные на товаре или его упаковке и не относящиеся к другому товару;

9) упоминания о товаре, средствах его индивидуализации, об изготовителе или о продавце товара, которые органично интегрированы в произведения науки, литературы или искусства и сами по себе не являются сведениями рекламного характера.

II. Основные понятия, используемые в настоящем Положении

Статья 4.

1) реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;

2) объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама;

3) товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

4) ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

5) рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

6) рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;

7) рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;

8) потребители рекламы – лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама;

9) спонсор – лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности;

10) спонсорская реклама – реклама, распространяемая на условиях обязательного упоминания в ней об определенном лице как о спонсоре;

11) социальная реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства;

12) антимонопольный орган – федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы.

13) владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) – собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

III. Общие требования к рекламе

Статья 5.

1. Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

2. Недобросовестной признается реклама, которая:

1) содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

2) порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;

3) является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

4) представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, если она осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания, которого тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара, в отношении рекламы которого установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара.

3. Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, указанные в части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

4. Реклама не должна:

- 1) побуждать к совершению противоправных действий;
- 2) призывать к насилию и жестокости;
- 3) иметь сходство с дорожными знаками или иным образом угрожать безопасности движения автомобильного, железнодорожного, водного, воздушного транспорта;
- 4) формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц;
- 5) содержать информацию порнографического характера.

5. В рекламе не допускается использование сведений и образов, указанных в части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

6. Не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводится в заблуждение потребитель рекламы.

IV. Рекламные конструкции

Статья 6.

К рекламным конструкциям относятся щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, проекционное и иное предназначенное для проекции рекламы на любые поверхности оборудование, воздушные шары, аэростаты и иные технические средства стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктах движения общественного транспорта. Распространение наружной рекламы осуществляет собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником, (далее – Рекламораспространитель).

Статья 7.

Отдельно стоящие щитовые установки – двусторонние или односторонние конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения рекламы и состоящие из фундамента, каркаса и рекламного поля, устанавливаемые стационарно на газонах, грунте, асфальте.

Отдельно стоящие щитовые установки подразделяются на следующие виды:

- малого или городского формата (до 4,5 кв.м.);
- среднего формата (от 4,5 до 10,0 кв.м.);
- большого формата (от 10,0 до 18,0 кв.м.);

- сверхбольшого формата (более 18,0 кв.м.).

Требования к щитовым установкам:

- щитовые установки должны выполняться в двустороннем варианте;
- щитовые установки, выполненные в одностороннем варианте должны иметь декоративно оформленную обратную сторону;

- фундаменты отдельно стоящих установок не должны выступать над уровнем земли. В исключительных случаях при градостроительной необходимости, когда заглубление фундамента невозможно, фундамент отдельно стоящих установок должен быть декоративно-художественно оформлен;

- конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т.п.) должны быть закрыты декоративными элементами;

- щитовые установки не должны иметь видимых элементов соединения различных частей конструкций (торцовые поверхности конструкций, крепление осветительной арматуры, соединения с основанием).

Настенные щитовые установки – установки, размещаемые на временных и постоянных ограждениях, на стенах зданий и иных сооружениях и состоят из элементов крепления, каркаса и информационного поля. Для них в обязательном порядке разрабатывается проект крепления конструкции с целью обеспечения безопасности при эксплуатации.

Щитовые установки должны иметь маркировку с указанием (идентификацией) владельца и номера его телефона. Маркировка должна размещаться под информационным полем. Размер текста должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств.

Статья 8.

Рекламные стенды – это плоские или объемные фигуры, состоящие из полноцветного изображения на пленке или бумаге, наклеенной на жесткое основание из переплетного картона.

Статья 9.

Строительные сетки – виниловый материал с ячеистой структурой.

На строительной сетке печатают, в основном, когда нужно добиться эффекта прозрачности, когда рекламное полотно будет полностью или частично закрывать окна здания, на котором располагается.

Статья 10.

Перетяжки состоят из собственных опор, устройства крепления к собственным опорам или фасада зданий, устройства натяжения и рекламного изображения.

Перетяжки подразделяются на световые (в том числе гирлянды) и неосвещенные, изготовленные из жестких материалов и из материалов на мягкой основе.

Конструкция световых перетяжек должна иметь устройство аварийного отключения от сетей электропитания.

Расстояние между соседними перетяжками не может быть менее 200,0 метров. Перетяжки над проезжей частью улиц не должны располагаться ниже 5,0 метров.

Информационная табличка о владельце перетяжки должна быть расположена на опоре либо на устройстве натяжения в непосредственной близости от места крепления к фасаду здания. Площадь информационного поля односторонней перетяжки определяется площадью одной стороны, двухсторонней перетяжки - площадью двух сторон.

Статья 11.

Электронные табло (электронные экраны) – средства наружной рекламы, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов. Ламп, иных источников света или светоотражающих элементов. Площадь информационного поля определяется габаритами светоизлучающей поверхности.

V. Общие требования к рекламным конструкциям

Статья 12.

Установка и эксплуатация рекламной конструкции на территории муниципального района – Кирсановский район допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее - разрешение), выданного администрацией района на основании заявления собственника или иного указанного законного владельца соответствующего недвижимого имущества. Указанное заявление подается заявителем в письменной форме или в форме электронного документа с использованием федеральной государственной информационной системы «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)» (далее - единый портал государственных и муниципальных услуг) и (или) региональных порталов государственных и муниципальных услуг в администрацию района.

Установка и эксплуатация рекламной конструкции без разрешения, срок действия которого не истек, не допускаются. В случае установки и (или) эксплуатации рекламной конструкции без разрешения, срок действия которого не истек, она подлежит демонтажу на основании предписания, выданного администрацией района.

Статья 13.

Обязательным требованием к рекламным конструкциям является высокий художественно-эстетический уровень ее исполнения.

При проектировании, изготовлении, монтаже и эксплуатации светотехнического оборудования рекламных конструкций должны выполняться нормы и требования к светотехническим и электрическим характеристикам оборудования, согласно требованиям, установленным действующим законодательством.

Статья 14.

Рекламные конструкции в вечернее время, как правило, должны обеспечиваться подсветкой рекламного изображения индивидуальными источниками света.

Статья 15.

Реклама, размещаемая вблизи проезжей части улиц, должна соответствовать особенностям ее восприятия из движущегося транспорта.

Статья 16. Материалы, используемые при изготовлении рекламных конструкций, должны отвечать современным требованиям качества и безопасности. Монтаж должен производиться в соответствии с проектной документацией, утвержденной и согласованной в установленном законодательством порядке. Рекламные конструкции должны содержаться в исправном состоянии, а прилегающая территория, если таковая имеется, в надлежащем порядке.

Статья 17.

Не допускается установка рекламных конструкций, являющихся источниками шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных и иных излучений и полей вблизи жилых помещений.

Статья 18.

Владелец рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец соответствующего недвижимого имущества, к которому такая конструкция присоединена, обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции в течение месяца. В соответствии с ГОСТ Р 52044 – 2003 демонтаж рекламной конструкции необходимо проводить вместе с их фундаментом.

VI. Порядок оформления Разрешений и Договоров на эксплуатацию рекламной конструкции

Статья 19.

Юридическое или физическое лицо, желающее установить наружную рекламу на территории муниципального района – Кирсановский район, подает в администрацию района заявление. К заявлению прилагаются:

1) данные о заявителе - физическом лице. Данные о государственной регистрации юридического лица или о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя запрашиваются администрацией района в федеральном органе исполнительной власти, осуществляющем государственную регистрацию юридических лиц, физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств;

2) подтверждение в письменной форме или в форме электронного документа с использованием единого портала государственных и муниципальных услуг и (или) региональных порталов государственных и муниципальных услуг согласия собственника или иного законного владельца соответствующего недвижимого имущества на присоединение к этому имуществу рекламной конструкции, если заявитель не является

собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества. В случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции необходимо использование общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, документом, подтверждающим согласие этих собственников, является протокол общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме, в том числе проведенного посредством заочного голосования с использованием государственной информационной системы жилищно-коммунального хозяйства в соответствии с Жилищным кодексом Российской Федерации. В случае, если заявитель не представил документ, подтверждающий получение такого согласия, по собственной инициативе, а соответствующее недвижимое имущество находится в государственной или муниципальной собственности, администрация района запрашивает сведения о наличии такого согласия в уполномоченном органе.

Постановлением администрации района утверждается Административный регламент предоставления муниципальной услуги, в котором определен порядок рассмотрения заявления, а также установлены формы документов (заявление, разрешение, аннулирование разрешения, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности), необходимые для предоставления муниципальной услуги.

Статья 20. Исключить.

Статья 21. Исключить.

Статья 22.

Администрация района не вправе требовать от заявителя представления документов и сведений, не относящихся к территориальному размещению, внешнему виду и техническим параметрам рекламной конструкции, а также взимать помимо государственной пошлины дополнительную плату за подготовку, оформление, выдачу разрешения и совершение иных связанных с выдачей разрешения действий.

Администрация района в целях проверки факта, является ли заявитель или давшее согласие на присоединение к недвижимому имуществу рекламной конструкции иное лицо собственником или иным законным владельцем этого имущества, сведения о которых содержатся в Едином государственном реестре прав на недвижимое имущество и сделок с ним, запрашивает в порядке межведомственного информационного взаимодействия в федеральном органе исполнительной власти, уполномоченном в области государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним, сведения о правах на недвижимое имущество, к которому предполагается присоединять рекламную конструкцию.

Статья 23.

Администрация района самостоятельно осуществляет согласование с уполномоченными органами, необходимое для принятия решения о выдаче Разрешения на установку рекламной конструкции или об отказе в его выдаче.

При этом Претендент вправе самостоятельно получить от уполномоченных органов такое согласование и представить его в администрацию района.

Статья 24. Исключить.

Статья 25. Исключить.

Статья 26. Исключить.

Статья 27.

1. Решение о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче в письменной форме или в форме электронного документа с использованием единого портала государственных и муниципальных услуг или региональных порталов государственных и муниципальных услуг администрацией района направляется заявителю в течение двух месяцев со дня приема от него необходимых документов. Заявитель, не получивший в указанный срок от администрации района решения о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче, в течение трех месяцев вправе обратиться в суд или арбитражный суд с заявлением о признании бездействия администрации района незаконным.

2. В случае предполагаемой установки рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, согласно схеме размещения рекламных конструкций, утвержденной администрацией района, кроме выдачи разрешения, администрация района, заключает с Рекламораспространителем Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

1) Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, осуществляется на основе торгов (в форме аукциона), проводимых администрацией района в соответствии с законодательством Российской Федерации.

2) Аукцион на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, которое находится в муниципальной собственности и на котором на основании договора между администрацией района и владельцем рекламной конструкции установлена рекламная конструкция, проводится по истечении срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

3) В случае, если к участию в аукционе допущен один участник, аукцион признается не состоявшимся и договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с лицом, которое являлось единственным участником аукциона.

Статья 28.

За выдачу Разрешения Рекламораспространитель уплачивает государственную пошлину в размере и порядке, которые установлены законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

Платежи по Договору Рекламораспространитель перечисляет в бюджет района в размере, установленном по результатам проведения аукциона (Приложение № 2).

Статья 29.

Разрешение не выдается по следующим основаниям:

1. несоответствие проекта рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технического регламента;
2. несоответствие установки рекламной конструкции в заявленном месте схеме размещения рекламных конструкций (в случае, если место установки рекламной конструкции определяется схемой размещения рекламных конструкций);
3. нарушение требований нормативных актов по безопасности движения транспорта;
4. нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки района;
5. нарушение требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании.
6. нарушение требований, установленных подпунктами 1, 2, 3 пункта 2 статьи 27 настоящего положения.

Претендент, не получивший в указанный срок от администрации района решения в письменной форме о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче, в течение трех месяцев вправе обратиться в суд или арбитражный суд с заявлением о признании бездействия администрации района незаконным.

Статья 30.

Рекламораспространители обязаны сохранить в течение всего срока Разрешение и Договор и предъявлять их по первому требованию контролирующих органов, осуществляющих контроль в соответствии с законодательством.

Статья 30.1.

Администрацией района решение об аннулировании разрешения принимается:

- 1) в течение месяца со дня направления ей владельцем рекламной конструкции уведомления в письменной форме или в форме электронного документа с использованием единого портала государственных и муниципальных услуг и (или) региональных порталов государственных и муниципальных услуг о своем отказе от дальнейшего использования разрешения;
- 2) в течение месяца с момента направления ей собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, документа, подтверждающего прекращение договора, заключенного между таким собственником или таким владельцем недвижимого имущества и владельцем рекламной конструкции;

3) в случае, если рекламная конструкция не установлена в течение года со дня выдачи разрешения или со дня демонтажа рекламной конструкции ее владельцем в период действия разрешения;

4) в случае, если рекламная конструкция используется не в целях распространения рекламы, социальной рекламы;

5) в случае, если разрешение выдано лицу, заключившему договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с нарушением требований, установленных подпунктами 1, 2, 3 пункта 2 статьи 27 настоящего положения, либо результаты аукциона признаны недействительными в соответствии с законодательством Российской Федерации;

б) в случае, если лицо, которому выдано разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, не уведомило администрацию района, обо всех фактах возникновения у третьих лиц прав в отношении этой рекламной конструкции (сдача рекламной конструкции в аренду, внесение рекламной конструкции в качестве вклада по договору простого товарищества, заключение договора доверительного управления, иные факты).

Решение об аннулировании разрешения может быть обжаловано в суд или арбитражный суд в течение трех месяцев со дня его получения.

Статья 30.2.

Разрешение может быть признано недействительным в судебном порядке в случае:

1) неоднократного или грубого нарушения рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе - по иску антимонопольного органа;

2) обнаружения несоответствия рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технического регламента - по иску органа, осуществляющего контроль за соблюдением технических регламентов;

3) несоответствия установки рекламной конструкции в данном месте схеме размещения рекламных конструкций (в случае, если место установки рекламной конструкции определяется схемой размещения рекламных конструкций) - по иску администрации района;

4) нарушения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки района - по иску администрации района;

5) несоответствия рекламной конструкции требованиям нормативных актов по безопасности движения транспорта - по иску органа, осуществляющего контроль за безопасностью движения транспорта.

Статья 31.

После завершения срока действия Разрешения Рекламораспространитель вправе обратиться в администрацию района с заявлением о выдаче Разрешения. Рассмотрение заявления о выдаче Разрешения осуществляется в порядке, установленном ст. 27 настоящего Положения.

VII. Контроль за установкой и эксплуатацией рекламных конструкций

Статья 32.

Контроль за размещением, установкой, и эксплуатацией рекламных конструкций осуществляет отдел экономики, предпринимательства и потребительского рынка администрации района в соответствии с действующим законодательством.

Статья 33.

1. Отдел экономики, предпринимательства и потребительского рынка администрации района при установлении нарушений условий установки и эксплуатации рекламной конструкции или ненадлежащего исполнения Рекламораспространителем принятых им обязательств, направляет Рекламораспространителю соответствующее предписание об устранении выявленных нарушений.

2. Рекламораспространитель, получив предписание, обязан принять соответствующие меры по его исполнению. Результаты принятых мер по исполнению предписания необходимо представить в отдел экономики, предпринимательства и потребительского рынка администрации района в письменной форме.

3. Владелец рекламной конструкции обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции в течение месяца со дня выдачи предписания администрацией района о демонтаже рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения, срок действия которого не истек, а также удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции, в течение трех дней со дня выдачи указанного предписания.

4. Если в установленный срок владелец рекламной конструкции не выполнил указанную в пункте 3 настоящей статьи обязанность по демонтажу рекламной конструкции или владелец рекламной конструкции неизвестен, администрация района выдает предписание о демонтаже рекламной конструкции собственнику или иному законному владельцу недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, за исключением случая присоединения рекламной конструкции к объекту муниципального имущества или к общему имуществу собственников помещений в многоквартирном доме при отсутствии согласия таких собственников на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, обязан демонтировать рекламную конструкцию в течение месяца со дня выдачи соответствующего предписания.

5. При невыполнении обязанности по демонтажу рекламной конструкции, предусмотренной пунктами 3 и 4 настоящей статьи, администрация района вправе обратиться в суд или арбитражный суд с иском о принудительном осуществлении демонтажа рекламной конструкции. Демонтаж, хранение или в необходимых случаях уничтожение рекламной

конструкции осуществляется за счет собственника или иного законного владельца недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция. По требованию собственника или иного законного владельца данного недвижимого имущества владелец рекламной конструкции обязан возместить этому собственнику или этому законному владельцу необходимые расходы, понесенные в связи с демонтажом, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции.

6. При невыполнении обязанности по удалению размещенной на рекламной конструкции информации в случае аннулирования разрешения или признания его недействительным собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, осуществляет удаление этой информации за свой счет. По требованию собственника или иного законного владельца такого недвижимого имущества владелец рекламной конструкции обязан возместить ему разумные расходы, понесенные в связи с удалением этой информации.

Статья 34.

Требования настоящего Положения в части получения разрешений не распространяются на витрины, киоски, лотки, передвижные пункты торговли, уличные зонтики в случае размещения рекламы непосредственно на указанных объектах.

Вопросы, не урегулированные настоящим Положением, регламентируются законодательством Российской Федерации, Тамбовской области и нормативно-правовыми актами администрации района.

Приложение № 1
исключить

Приложение № 2
к Положению «О размещении,
установке и эксплуатации рекламных
конструкций на территории
муниципального района –
Кирсановский район»

Методика расчета платы
за размещение, установку и эксплуатацию рекламной конструкции на
объектах муниципальной собственности на территории
муниципального района – Кирсановский район

Настоящий порядок определяет размер платы по договору на размещение, установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности на территории муниципального района – Кирсановский район (далее - Договор).

Расчет оплаты по Договору производится по формуле:

$ЭРП = 5 \text{ МРОТ} \times \text{Ррм}2 \times \text{Квр} \times \text{Кз} \times \text{И}$, где

МРОТ – минимальный размер оплаты труда;

Ррм2 – площадь средств наружной рекламы в кв.м.;

Квр – коэффициент вида рекламы:

- отдельно стоящие установки – 0,7
- настенные щитовые установки – 0,5
- рекламные стенды – 0,7
- строительные сетки – 0,5
- электронные табло (электронные экраны) - 1,0
- рекламные конструкции на остановочных павильонах – 0,5
- транспаранты – перетяжки – 0,5
- реклама на всех видах транспорта – 0,2
- штендеры – 0,5

Кз – коэффициент территориальной зоны, учитывающий место расположения рекламной конструкции по зонам района:

1 зона - Уваровщинский сельсовет (пос. Тоновка), Калаисский сельсовет (с.Шиновка) - без освещения рекламного щита – 2,0

1 зона - Уваровщинский сельсовет (пос. Тоновка), Калаисский сельсовет (с.Шиновка) - при наличии освещения рекламного щита – 3,0

2 зона - Голынщинский, Уваровщинский (кроме пос.Тоновка), Калаисский (кроме с.Шиновка) сельсоветы – 1,5

3 зона - Иноковский, Ковыльский, Ленинский, Марьинский, Соколовский сельсоветы – 1,0

И – количество сторон средств наружной рекламы.

Приложение № 3
исключить

Приложение № 4
исключить