Приложение 2

к Порядку организации аукциона по продаже права на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на зданиях, сооружениях или ином недвижимом имуществе, являющемся муниципальной собственностью города Барнаула

ПОРЯДОК

определения размера платежей по договору на установку

и эксплуатацию рекламных конструкций

Размер начальной цены предмета аукциона в год определяется по формуле:

С = БТ x S x К1 x К2 x К3 x К4 (в год), где:

БТ - базовый тариф стоимости одного квадратного метра рекламного поля. На момент введения в действие Порядка базовый тариф составляет 3300,0 руб. за 1 кв.м в год;

S - общая площадь информационного поля рекламной конструкции (кв.м);

K1 - коэффициент, учитывающий территориальную привязку. Его значение приведено в таблице:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Территориальные зоны | Значение коэффициента К1 |
| 1. | Зона 1, 2, 5 | 1,4 |
| 2. | Зона 6 | 1,2 |
| 3. | Зона 3 | 1,0 |

К2 - коэффициент, учитывающий площадь информационного поля рекламной конструкции. Его значение приведено в таблице:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Площадь информационного поля рекламной конструкции, кв.м | Значение коэффициента К2 |
| 1 | 2 | 3 |
| 1. | До 8,999 | 1,2 |
| 2. | От 9 до 17,999 | 1,0 |
| 1 | 2 | 3 |
| 3. | От 18 до 35,999 | 0,8 |
| 4. | От 36 до 99,999 | 0,7 |
| 5. | От 100 и более | 0,6 |

К3 - коэффициент, учитывающий тип рекламной конструкции. Его значение приведено в таблице:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Тип рекламной конструкции | Значение коэффициента К3 |
| 1. | Рекламные конструкции с механической сменой изображения | 1,6 |
| 2. | Электронные экраны, светодинамические рекламные конструкции, видеоэкраны | 1,3 |
| 3. | Иные рекламные конструкции | 1,0 |

К4 - коэффициент, учитывающий объем размещения социальной рекламы. Его значение приведено в таблице:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Объем социальной рекламы | Значение коэффициента К4 |
| 1. | 5% годового объема распространения рекламы (зона 1)  | 1,0 |
| 2. | 10% годового объема распространения рекламы (зоны 3, 6) | 0,9 |
| 3. | 20% годового объема распространения рекламы (зоны 2, 5) | 0,8 |

В случае заключения договора на несколько рекламных конструкций начальная цена предмета аукциона определяется как сумма начальных цен за каждую рекламную конструкцию.