Сводный отчет

об оценке регулирующего воздействия проекта

муниципального нормативного правового акта

1. Общая информация:

1.1. Наименование разработчика проекта муниципального нормативного правового акта: департамент архитектуры и градостроительства Администрации города Сургута

1.2. Сведения о структурных подразделениях Администрации города, муниципальных учреждениях, а также работниках Администрации города, участвующих в разработке проекта муниципального нормативного правового акта:

- правовое управление.

1.3. Вид и наименование проекта нормативного правового акта: Проект решения Думы города «О внесении изменения в решение Думы города от 29.09.2006 № 74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута».

1.4. Основания для разработки проекта муниципального нормативного правового акта:

- Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;

- Постановление председателя Думы города от 01.03.2019 № 9 «О внесении изменения в постановление председателя Думы города от 26.12.2017 № 65 «О поручении постоянного комитета Думы города по городскому хозяйству и перспективному развитию города»;

- Решение Думы города от 26.12.2017 № 206-VI ДГ «О Правилах благоустройства территории города Сургута».

1.5. Перечень действующих муниципальных нормативных правовых актов (их положений), устанавливающих правовое регулирование:

 - Решение Думы города от 29.09.2006 № 74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута», решение Думы города от 26.12.2017 № 206-VI ДГ «О Правилах благоустройства территории города Сургута».

1.6. Планируемый срок вступления в силу предлагаемого правового регулирования: после официального опубликования.

1.7. Сведения о необходимости или отсутствии необходимости установления переходного периода: пунктом 3 проекта решения предусмотрен переходный период.

Установка и эксплуатация рекламных конструкций, типы и виды которых не предусмотрены Правилами в редакции настоящего Решения, размещенных на основании выданных в установленном порядке до вступления в силу настоящего Решения разрешений на установку и эксплуатацию, срок действия которых не истек, допускается до истечения срока действия соответствующего разрешения на установку и эксплуатацию, при отсутствии иных предусмотренных действующим законодательством оснований для признания их недействительными и (или) аннулирования.

1.8. Дата размещения уведомления о проведении публичных консультаций по проекту муниципального нормативного правового акта: 18 марта 2019 г. и срок, в течение которого принимались предложения в связи с размещением уведомления о проведении публичных консультаций по проекту нормативного правового акта:

начало: 18 марта 2019 г.;

окончание: 29 марта 2019г.

1.9. Сведения о количестве замечаний и предложений, полученных в ходе публичных консультаций по проекту нормативного правового акта:

Всего замечаний и предложений: 5, из них:

учтено полностью: 2, учтено частично: 0, не учтено: 3.

1.10. Контактная информация ответственного исполнителя проекта:

Фамилия, имя, отчество: Беленец Оксана Викторовна

Должность: ведущий специалист отдела архитектуры, художественного оформления и рекламы департамента архитектуры и градостроительства Администрации города

Тел.: (3462) 528-295

Адрес электронной почты: belenets\_ov@admsurgut.ru

2. Степень регулирующего воздействия проекта муниципального нормативного правового акта:

2.1. Степень регулирующего воздействия проекта муниципального правового акта (высокая/средняя): средняя.

2.2. Обоснование отнесения проекта муниципального нормативного правового акта к определенной степени регулирующего воздействия:

Проект решения Думы города «О внесении изменения в решение Думы города от 29.09.2006 № 74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута» содержит положения, изменяющие ранее предусмотренные муниципальными правовыми актами, обязанности, запреты и ограничения для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, а также изменяющие ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами расходы субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности.

3. Описание проблемы, на решение которой направлено предлагаемое правовое регулирование

3.1. Описание содержания проблемной ситуации, на решение которой направлено принятие проекта муниципального нормативного правового акта:

Действующая редакция решения Думы города от 29.09.2006 № 74-IVДГ
«О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута» не соответствует нормам решения Думы города Сургута от 26.12.2017 № 206-VI ДГ
«О Правилах благоустройства территории города Сургута», Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», что может повлечь выявление нарушений законодательства по результатам правового мониторинга и антикоррупционной экспертизы.

3.2. Информация о возникновении, выявлении проблемы и мерах, принятых ранее для ее решения, достигнутых результатах: отсутствует.

3.3. Опыт решения аналогичных проблем в муниципальных образованиях Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, других муниципальных образованиях Российской Федерации:

- Постановление администрации города Оренбурга от 28.06.2013 № 1495-п «Об утверждении типов и видов рекламных конструкций, допустимых к установке на территории МО «город Оренбург»;

- Постановление Администрации городского округа Самара от 14.08.2012 № 1075 «Об утверждении основных требований к средствам наружной рекламы и информации на территории городского округа Самара и признании утратившими силу отдельных муниципальных правовых актов»;

- Постановление Администрации города Екатеринбурга от 26.12.2012 № 5709 «Об утверждении Требований к местам установки, конструктивному исполнению, внешнему виду, условиям эксплуатации рекламных конструкций, связанных с сохранением внешнего архитектурного облика сложившейся застройки муниципального образования «город Екатеринбург»;

- Решение Казанской городской Думы от 26.11.2009 № 9-44 «О размещении рекламных конструкций в городе Казани»;

- Постановление Администрации города Тюмени от 14.06.2011 № 36-пк «Об утверждении положения о порядке установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Тюмени». 3.4. Источники данных:

- социальная сеть Интернет;

- СПС «Гарант»;

- СПС «КонсультантПлюс».

3.5. Иная информация о проблеме: отсутствует.

4. Определение целей предлагаемого правового регулирования и индикаторов для оценки их достижения

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 4.1. Цели предлагаемого правового регулирования | 4.2. Сроки достижения целей предлагаемогоправового регулирования | 4.3. Наименование показателейдостижения целей предлагаемогоправового регулирования (ед. изм.) | 4.4. Значенияпоказателей по годам | 4.5. Источники данных для расчетапоказателей |
| Соблюдение действующего законодательства  | со дня официального опубликования | количество выявленных нарушений законодательства по результатам правового мониторинга, антикоррупцион-ных экспертиз и др., ед. | 0 ед.ежегодно | Отчетные данные кон-тролирующих органов по результатам правового мониторинга, антикоррупционных экспертиз и др. |

5. Качественная характеристика и оценка численности потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования (их групп)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 5.1. Группы потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования | 5.2. Количество участников группы | 5.3. Источники данных |
| Юридические и физические лица независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности | 30 рекламораспространителей | Прогнозные данные по результатам анализа прошлых лет |

6. Изменение/дополнение функций (полномочий, обязанностей, прав) структурных подразделений Администрации города, муниципальных учреждений (в случае наделения их полномочиями по осуществлению функций) в связи с введением предлагаемого правового регулирования (раздел заполняется в случае возникновения дополнительных расходов (доходов) бюджета)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 6.1. Наименование функции(полномочия/обязанности/права) | 6.2. Характер функции(новая/изменяемая) | 6.3. Виды расходов (доходов)бюджета города | 6.4. Количественная оценка расходови доходов(руб.) | 6.5. Источникиданныхдля расчетов |
| Наименование структурного подразделения, муниципального учреждения: департамент архитектуры и градостроительства Администрации города Сургута |
| Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции уполномоченным органом (ДАиГ) на основании выданного разрешения  | изменяемая | Единовременные расходы в \_\_\_\_\_ году.: | - | - |
| Периодические расходы в 2020 году: | в пределах лимитов бюджетных ассигнований на оплату труда | - |
| Возможные доходы за 2020 г.: | 16 834 387,5 руб. | 1.Методика прогнозирования поступлений доходов в бюджет города Сургута;2. Статистические данные;3. Схема размещения рекламных конструкций |
| Итого единовременные расходы за период \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ гг.: | - | - |
| Итого периодические расходы за период \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ гг.: | в пределах лимитов бюджетных ассигнований на оплату труда | - |
| Итого возможные доходы за период \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ гг.: | 16 834 387,5 руб. | - |

7. Установление/изменение обязанностей, запретов и ограничений потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования и связанные с ними расходы (доходы)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 7.1. Новые обязанности, запретыи ограничения, изменения существующих обязанностей, запретов и ограничений, вводимые предлагаемым правовым регулированием, для потенциальных адресатов правового регулирования(с указанием соответствующих положений проекта нормативного правового акта) | 7.2. Описаниерасходов и возможных доходов,связанных с введением предлагаемого правовогорегулирования | 7.3. Количественная оценка(руб.) | 7.4. Источникиданныхдлярасчетов |
| Пунктом 4 статьи 6 Правил распространения наружной рекламы на территории города Сургута установлено, что плата по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, которые находятся в муниципальной собственности или государственная собственность на которые не разграничена, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение или оперативное управление, определяется согласно [методике](#Par353). | увеличение расходов в 2020 году при оплате по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (содержательные издержки) | 1 рекламорас-пространителя –на 1 982,81 руб.,30 рекламорас-пространителей– на 59 484,3 руб.(расчет расходов прилагается) | итоги социально-экономического развития за 2018 год, статистические данные, данные из сети Интернет, с официальных сайтов предприятий продажи |

8. Сравнение возможных вариантов решения проблемы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Вариант 1(существующееправовоерегулирование) | Вариант 2(предлагаемоеправовоерегулирование) | Вариант N(альтернативный вариантправовогорегулирова-ния) |
| 8.1. Содержание варианта решения проблемы | Часть 2 решения Думы:«2. Установить базовую ставку для определения размера платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, которые находятся в муниципальной собственности или государственная собственность на которые не разграничена, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение или оперативное управление, в размере 819,83 рубля в год за один квадратный метр рекламной площади.Часть 2.1 Решения Думы:«2.1. Администрации города ежегодно в срок до 01 июня текущего года выносить на утверждение Думы города предложение по изменению базовой ставки на плановый год с учётом фактической инфляции прошедшего периода (года) на основании данных Федеральной службы статистики. При этом применяется формула: , гдеn - текущий год; - размер базовой ставки на плановый период; - размер базовой ставки, действующей до начала текущего года; - индекс потребительских цен на товары и услуги по Российской Федерации (фактическая инфляция) на конец периода (декабрь к декабрю предыдущего периода) по данным Федеральной службы статистики; - коэффициент прогнозируемого уровня инфляции на очередной финансовый год, закреплённый Федеральным законом о бюджете.»Приложениек решению Думы г. Сургутаот 29 сентября 2006 г. N 74-IVДГПравилараспространения наружной рекламы на территории города Сургута Статья 1. Общие положенияЧасть 2 статьи:2. Настоящие Правила регулируют порядок проектирования, выдачи разрешений и условия эксплуатации объектов наружной рекламы на земельных участках, которые находятся в муниципальной собственности или государственная собственность на которые не разграничена, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение или оперативное управление..Статья 2. Общие требования к проектированию, размещению и эксплуатации объектов наружной рекламы.Часть 5 статьи 2:5. Разработанная и согласованная схема размещения рекламных конструкций утверждается постановлением Администрации города.Часть 3 статьи 2:3. Основанием для выполнения или корректировки схемы размещения рекламных конструкций является задание на проектирование и архитектурно-планировочное задание, выдаваемое уполномоченным органом Администрации города, которое включает в себя основные архитектурные, планировочные требования к размещению объектов наружной рекламы, а также требования к благоустройству прилегающей территории (места размещения), сроки разработки, согласования и реализации проекта.Часть 11 статьи 2:11. Отдельно стоящие щитовые установки не должны находиться без рекламной информации.Статья 3. Категории и типы объектов наружной рекламы. Специальные требования к их размещению1. Объекты наружной рекламы подразделяются на следующие категории:отдельно размещённые;размещаемые на зданиях, сооружениях, элементах инженерной инфраструктуры и благоустройства города.2. Типы отдельно стоящих объектов наружной рекламы и специальные требования к их размещению:1) щитовые установки (статичные рекламные щиты, а также динамические рекламные конструкции) - отдельно стоящие конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения информации и состоящие из основания, каркаса и информационного поля.По размерам информационного поля щитовые установки подразделяются на:щитовые установки малого формата - конструкции площадью информационного поля до 4,5 кв. м включительно;щитовые установки среднего формата - конструкции площадью информационного поля от 4,5 кв. м до 12 кв. м включительно;щитовые установки большого формата - конструкции площадью информационного поля от 12 кв. м до 18 кв. м включительно;щитовые установки сверхбольшого формата - конструкции площадью информационного поля более 18 кв. м.Требования к щитовым установкам:щитовые установки выполняются в одностороннем и многостороннем варианте;щитовые установки, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону;2) объемно-пространственные конструкции (ОПК), воздушные шары, аэростаты - объекты наружной рекламы, в которых для распространения наружной рекламы используется как форма конструкции, так и ее поверхность. Данные конструкции выполняются по индивидуальным рабочим проектам.Допускается размещение объемно-пространственных конструкций на стенах зданий, сооружений и иных конструкциях;3) флажные композиции и навесы - объекты наружной рекламы, состоящие из основания, одного или нескольких флагштоков (стоек) и мягких полотнищ.Флажные конструкции могут использовать в качестве основания опоры освещения, здания и сооружения.3. Типы объектов наружной рекламы, размещаемых на зданиях, сооружениях, элементах инженерной инфраструктуры и благоустройства города:1) фасадные баннеры - элементы оформления фасадов зданий, содержащие сведения, относящиеся к рекламе.Не относятся к объектам наружной рекламы вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера, имеющие информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом.Для установки или замены вывесок и информационных элементов, содержащих информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, изготовленных и размещённых в соответствии с согласованным комплексным решением и приложением 3 Правил благоустройства территории города Сургута, согласование или выдача разрешения не требуется;2) крышные установки - объемные или плоскостные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше;3) настенные панно - объекты наружной рекламы, размещаемые на плоскости стен зданий и сооружений в виде:изображения (информационного поля), непосредственно нанесенного на стену;конструкции, состоящей из элементов крепления, каркаса и информационного поля.Настенные панно выполняются по индивидуальным проектам;4) панель-кронштейны - консольные плоскостные конструкции, устанавливаемые на собственных опорах, опорах уличного освещения или на зданиях и сооружениях.Типовые габаритные размеры панель-кронштейнов, размещаемых на опорах (в вертикальном исполнении):1,2 х 1,8 м - для магистралей, проспектов и площадей;0,9 х 1,2 м - для узких улиц и переулков.Габаритные размеры панель-кронштейнов, размещаемых на фасадах зданий, определяются архитектурными особенностями здания. Возможность размещения панель-кронштейнов больших размеров определяется на основании индивидуальных рабочих проектов.В целях безопасности в эксплуатации панель-кронштейны должны быть установлены на высоте не менее 3-х метров от уровня земли либо не менее 4,5 метра от проезжей части;5) транспаранты-перетяжки состоят из собственных опор, устройства крепления к собственным опорам или фасадам зданий, устройства натяжения и информационного изображения.Транспаранты-перетяжки подразделяются на световые (в том числе гирлянды) и неосвещённые, изготовленные из жестких материалов и из материалов на мягкой основе.Конструкция световых транспарантов-перетяжек должна иметь устройство аварийного отключения от сетей электропитания;6) проекционные установки - технические устройства, предназначенные для воспроизведения изображения на земле, плоскостях стен и в объёме. Конструкции проекционных установок состоят из проецирующего устройства и поверхности (экрана) или объёма, в котором формируется изображение в целях рекламы;7) электронные экраны (табло) - объекты наружной рекламы и информации, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счёт светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов;8) маркизы - объекты наружной рекламы, выполненные в виде козырьков и навесов с нанесённой на них рекламной информацией и размещённые над витринами, входами или проёмами зданий и сооружений. Маркизы состоят из элементов крепления к зданию, каркаса и информационного поля, выполненного на мягкой или жёсткой основе;9) объекты наружной рекламы на ограждениях объектов строительства и розничной (уличной) торговли, а также других временных и постоянных ограждениях должны обеспечивать художественное оформление данных объектов.В случаях, когда на строительной площадке имеются сооружения (строительные леса при реконструкции здания, бытовые помещения, мачты для прожекторов, краны и т.д.), а также ограждающая сетка, возможно размещение других объектов наружной рекламы в порядке, предусмотренном настоящими Правилами.Приложение 1 к Правилам Положение о порядке организации и проведения торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных(ой) конструкций(и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное управление Приложение 2к Правилам распространения наружной рекламы на территории города СургутаМетодика определения размера платы за установку и эксплуатацию рекламных(ой) конструкций(и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное управлениеРазмер платы (Рп) определяется по следующей формуле:Рп = БС х S х П х Ктр х Крк, где:БС - базовая ставка;S - площадь информационного поля рекламной конструкции (кв. м);П - период размещения рекламной конструкции (базовая ставка равна 1; при исчислении периода в месяцах месяц равен 1/12 базовой ставки, при исчислении в днях 1 день равен 1/365 базовой ставки);Ктр - коэффициент, учитывающий территориальную привязку места размещения рекламной конструкции (таблица 1);Крк - коэффициент, учитывающий вид рекламной конструкции (таблица 2).Таблица 1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Категория территориальной зоны для размещения объектов наружной рекламы | Значение коэффициента Ктр | Территориальные зоны города |
| I | 1,25 | Проспект Ленина.Проспект Мира.Улица Островского (от Нефтеюганского шоссе до проспекта Ленина) |
| II | 1 | Территориальные зоны в соответствии с Правилами землепользования и застройки на территории города Сургута, ограниченные ул. Крылова (от ул. Аэрофлотской до ул. Ивана Шидловского), ул. Ивана Шидловского (от ул. Крылова до ул. Привокзальной), ул. Привокзальной, ул. Толстого, ул. Крылова (от ул. Толстого до ул. Есенина), ул. Есенина, Югорским трактом, ул. Югорской, ул. Щепёткина, ул. Рационализаторов, Нефтеюганским шоссе, ул. Аэрофлотской.Улица Аэрофлотская.Тюменский тракт от ул. Аэрофлотской до западной границы города |
| III | 0,75 | Прочие территории |

Таблица 2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nп/п | Вид рекламной конструкции | Значение Крк |
| 1. | Отдельно стоящие конструкции, щитовые установки любого формата | 1,25 |
| 2. | Электронные экраны (табло) | 9,6 |
| 3. | Панель-кронштейны | 2,98 |
| 4. | Настенные панно:до 100 кв. м;до 200 кв. м;более 300 кв. м | 0,230,240,21 |
| 5. | Транспарант-перетяжки | 2,5 |
| 6. | Другие конструкции | 1,24 |

Приложение 3 к ПравиламТиповой договор на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное управление | Часть 2 решения Думы признать утратившей силу.*Частью 1 приложения к Правилам распространения* *наружной рекламы на территории города Сургута установлено, что базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади на 2019 год составляет 819,83 рубля.*Часть 2.1 Решения Думы признать утратившей силу.*Частью 1 приложения к Правилам распространения* *наружной рекламы на территории города Сургута установлено, что с 01.01.2020 базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади, рассчитываемая по формуле:**БСтг = БСпг х Ипг, где:**БСпг - базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади (рублей), действовавшая в предыдущем календарном году.**Ипг – индекс потребительских цен, опубликованный Федеральной службой государственной статистики за предыдущий календарный год.**Частью 2 приложения к Правилам распространения* *наружной рекламы на территории города Сургута установлено, что ежегодно с 01 января производится перерасчет базовой ставки платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади с учетом индекса потребительских цен, опубликованного Федеральной службой государственной статистики за последний календарный год.* Приложениек решению Думы г. Сургутаот 29 сентября 2006 г. N 74-IVДГПравила распространения наружной рекламы на территории города СургутаСтатья 1. Общие положения**Дополнено:**Часть 2 статьи 1:*«2. Настоящее Правила устанавливают:**1) общие требования к размещению и эксплуатации на территории города Сургута рекламных конструкций на зданиях и земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности Ханты-Мансийского автономного округа - Югры или в муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение или оперативное управление (далее – объекты);**2) типы и виды рекламных конструкций, размещаемых на территории города Сургута;**3) требования к рекламным конструкциям, в том числе требования к рекламным конструкциям в целях соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Сургута;**4) порядок осуществления контроля в сфере размещения наружной рекламы на территории города Сургута.»***Дополнено:**Часть 5 статьи 1:«5. *Требования настоящих Правил не распространяются на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с законодательством Российской Федерации, а также на вывески, указатели и информационные конструкции, не содержащие сведений рекламного характера*.»Статья 2. Общие требования к размещению и эксплуатации рекламных конструкций.**Дополнено:**Часть 4 статьи 2:«4. *Согласование схемы размещения рекламных конструкций осуществляется в соответствии с Постановлением Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 26.09.2013 № 384-п «О порядке предварительного согласования схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности муниципальных образований Ханты-Мансийского автономного округа – Югры и вносимых в нее изменений».***Дополнено:**Часть 5 статьи 2:«5. Схема размещения рекламных конструкций и внесенные в нее изменения издаются в форме муниципального правового акта Администрации города Сургута.*Утвержденная схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения опубликовываются (обнародуются) департаментом архитектуры и градостроительства в порядке, установленном Уставом города Сургута для официального опубликования (обнародования) муниципальных правовых актов города Сургута.»***Дополнено:**Часть 6 статьи 2: *«6. Внесение изменений в Схему размещения рекламных конструкций осуществляется при наличии следующих оснований:**1) строительства, реконструкции, капитального ремонта улично-дорожной сети (реконструкция, капитальный ремонт автомобильных дорог, развязок);**2) обращения собственников зданий или иного недвижимого имущества, расположенных на территории города Сургута и находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности с указанием информации о вещных правах лиц, не являющихся собственниками, об ограничениях (обременениях) вещных прав, о лицах, в пользу которых установлены такие ограничения (обременения), о сроках, на которые установлены такие ограничения (обременения) прав, или информации об отсутствии вещных прав лиц, не являющихся собственниками, и ограничений (обременений) вещных прав;**3) внесения изменений в нормативные правовые акты Российской Федерации, муниципальные правовые акты города Сургута, регулирующие установку и эксплуатацию рекламных конструкций.***Дополнено:**Часть 8 статьи 2:*«8. Рекламные конструкции должны быть спроектированы, изготовлены, установлены и эксплуатироваться в соответствии со строительными нормами и правилами, техническими регламентами и иными нормативными правовыми актами, содержащими требования к конструкциям соответствующего типа (вида).»***Дополнено:**Часть 9 статьи 2:*«9. Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки, фундамент, и т.п.), рекламных конструкций должны быть закрыты декоративными элементами.»***Дополнено:**Часть 11 статьи 2:«11. Установка и эксплуатация рекламных конструкций без размещения на них рекламного или информационного сообщения (изображения) не допускается, *за исключением случаев проведения работ, связанных со сменой изображения (не более 8-и часов).***Дополнено:**Часть 15 статьи 2:*«15. Не допускается установка и эксплуатация рекламных конструкций в случае, если при этом будут нарушены требования законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия народов Российской Федерации, их охране и использовании.»***Дополнено:**Статья 3. Типы и виды рекламных конструкций1. На территории города Сургута допускается установка и эксплуатация следующих типов рекламных конструкций:1) отдельно стоящие рекламные конструкции, размещаемые на земельных участках;2) рекламные конструкции, размещаемые на зданиях, сооружениях, элементах благоустройства города;*3) временные рекламные конструкции.* 2. Отдельно стоящие рекламные конструкции, размещаемые на земельных участках:*1) Сити-формат - двухсторонняя рекламная конструкция, располагаемая на тротуарах или прилегающих к тротуарам газонах, состоящая из фундамента, каркаса, опоры, и внешних поверхностей (сторон), специально предназначенных для размещения рекламы и (или) социальной рекламы (далее – информационного поля) размером 1,2 м х 1,8 м, оснащенная внутренним подсветом. Размер одной стороны информационного поля сити-формата составляет 1,2 м х 1,8 м. Площадь информационного поля сити-формата определяется общей площадью двух его сторон.* *2) Ситиборд - рекламная конструкция, состоящая из фундамента, каркаса, опоры, информационного поля размером 2,7м х 3,7м, оснащенного внутренним подсветом. Размер одной стороны информационного поля сити-борда составляет 2,7 м х 3,7м. Площадь информационного поля сити-борда определяется общей площадью его сторон. Количество сторон информационных полей сити-борда не может быть более двух.**3) Билборд - рекламная конструкция, состоящая из фундамента, каркаса, опоры, информационного поля. Размер одной стороны информационного поля билборда составляет 6м х 3м. Площадь информационного поля билборда определяется общей площадью его сторон. Количество сторон информационных полей билборда не может быть более двух.**4) Суперсайт/Суперборд - рекламная конструкция, состоящая из фундамента, каркаса, опоры, и информационного поля. Размер одной стороны информационного поля суперсайта составляет 5м х 15м. Размер одной стороны информационного поля суперборда составляет 4м х 12 м. Площадь информационного поля суперсайта/суперборда определяется общей площадью его сторон. Количество сторон информационных полей суперсайта/суперборда не может быть более трех.**5) Афишные стенды - рекламные конструкции с одним или двумя информационными полями, располагаемые на тротуарах или на прилегающих к тротуарам газонах. Размер одного информационного поля афишного стенда составляет 1,8 x 1,75 м. Площадь информационного поля афишного стенда определяется общей площадью его сторон. Афишные стенды предназначены для размещения рекламы и информации исключительно о репертуарах театров, кинотеатров, спортивных и иных массовых мероприятиях, событиях общественного, культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера. Рекламные материалы, размещаемые на афишных стендах, могут содержать информацию о спонсорах соответствующих мероприятий.*3. Рекламные конструкции, размещаемые на зданиях, сооружениях, элементах благоустройства города:*1) Рекламная конструкция в составе остановочного пункта движения общественного транспорта - рекламная конструкция, совмещенная с конструктивными элементами остановочного пункта движения общественного транспорта. Размер информационного поля рекламной конструкции в составе остановочного пункта движения общественного транспорта, составляет 1,2м х 1,8м, площадь информационного поля определяется общей площадью двух его сторон.**2) Стелы – рекламные конструкции, размещаемые в границах земельных участков, на которых расположены торговые центры (отдельно стоящие нежилые здания (строения, сооружения), предназначенные и используемые в целях размещения в них торговых объектов, объектов общественного питания и (или) объектов бытового обслуживания (далее – торговые объекты)), предназначенные для размещения на таких стелах информации о торговых объектах, расположенных в торговых центрах. Размер информационного поля стелы определяется площадью поверхностей предназначенных для размещения информации о торговых объектах.* *3) Медиафасад - рекламная конструкция, информационное поле которой может использоваться для распространения рекламы (социальной рекламы) исключительно с помощью системы электронной системы демонстрации и смены рекламы (социальной рекламы), размещаемая непосредственно на внешней поверхности стен зданий, строений, сооружений или на металлокаркасе повторяющем пластику стены (в случае размещения медиафасада на существующем остеклении здания, строения, сооружения). На одной плоскости стены здания (строения, сооружения) может размещаться только одна конструкция указанного типа. Размер информационного поля медиафасада определяется площадью поверхности, предназначенной для размещения рекламы (социальной рекламы). Медиафасад должен быть оборудован системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать всем обязательным требованиям (в том числе с учетом места его размещения).**4) Крышная рекламная конструкция - рекламная конструкция в виде отдельных символов (букв, цифр, художественных элементов, логотипов), размещаемая полностью или частично выше уровня карниза здания (строения, сооружения) или на крыше, выполненная по индивидуальному проекту и состоящая из элементов крепления, информационного поля, оборудованного внутренним подсветом. Размер информационного поля крышной рекламной конструкции определяется совокупной площадью символов используемых в конструкции. Крышная рекламная конструкция должна быть оборудована системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать всем обязательным требованиям (в том числе с учетом места ее размещения).**4. Временные рекламные конструкции:**1) Под временными рекламными конструкциями понимаются рекламные конструкции, имеющие формат информационного поля и (или) тип рекламной конструкции, отличный от установленных в частях 2, 3 настоящей статьи, срок размещения которых, обусловленный их функциональным назначением и местом установки составляет не более чем двенадцать месяцев, а именно: строительные сетки, ограждения строительных площадок.* *2) Установка и эксплуатация временных рекламных конструкций допускается при условии выполнения части 3 статьи 4 настоящих Правил и разрешения на установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции, выдаваемого уполномоченным органом Администрации города.* *5. На территории города Сургута разрешается установка и эксплуатация исключительно указанных в частях 2-4 настоящей статьи типов рекламных конструкций. Размещение иных типов рекламных конструкций не допускается.* *6. Распространение рекламы (социальной рекламы) на всех типах рекламных конструкций может осуществляться следующими технологическими способами доведения информации до потребителей (далее – технологии демонстрации рекламы):* *1) с помощью неподвижных полиграфических материалов (бумага, винил и аналогичные);**2) с помощью демонстрации рекламных изображений на динамических системах смены изображений (роллерных системах или системах поворотных плоскостей);**3) с помощью систем электронной демонстрации и смены рекламных изображений.**7. Не относятся к объектам наружной рекламы вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера, содержащие информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также конструкции в виде ценовых табло автозаправочных станций, при условии если указанные объекты не содержат сведений рекламного характера.**Для установки или замены вывесок и информационных элементов, содержащих информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также конструкций в виде ценовых табло автозаправочных станций, при условии если указанные объекты не содержат сведений рекламного характера, изготовленных и размещенных в соответствии с согласованным комплексным решением и приложением 3 Правил благоустройства территории города Сургута, согласование или выдача разрешения не требуется.***Дополнено:**Статья 4:*Статья 4. Требования к рекламным конструкциям в целях соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Сургута**1. В целях соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Сургута с учетом установленных типов и видов рекламных конструкций запрещается:**1) размещать рекламу в виде надписей, рисунков, нанесенных на фасады зданий, включая витражи, витрины, окна, на поверхность тротуаров, пешеходных дорожек, площадей, автомобильных дорог;**2) размещать рекламные конструкции ближе 2 метров от мемориальных досок, а также рекламные конструкции, перекрывающие знаки адресации;**3) размещать рекламные конструкции, закрывающие архитектурно-конструктивные элементы фасада здания, остекление витрин и витражей, простенки, балконы, лоджии, эркеры, рельефные и цветовые композиции, применяемые в оформлении фасада;**4) эксплуатировать рекламные конструкции, имеющие повреждения целостности рекламного изображения, содержащие на поверхности опоры рекламной конструкции посторонние надписи, рисунки, объявления и их части, имеющие механические повреждения (трещины, сколы, вмятины и др. дефекты), загрязнения, ржавчину, имеющие неисправные осветительные приборы, а также эксплуатировать односторонние рекламные конструкции, задняя стенка которых не обшита пластиковыми или металлическими панелями;**5) размещать крышные рекламные конструкции на объектах капитального строительства, находящихся в одном визуальном пространстве с объектами культурного наследия федерального, регионального и местного (муниципального) значения (общее восприятие объекта с основных видовых точек);**2. В целях соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Сургута размещение крышных рекламных конструкций допускается при выполнении следующих требований:**1) информационное поле и художественные элементы должны быть оборудованы только внутренней подсветкой. Допускается использование технологий изменения цвета внутренней подсветки, но не чаще одного раза в минуту.**2) высота крышной рекламной конструкции должна составлять:**- не более 3,0 метров для 1 - 5-этажных объектов;**- не более 4,0 метров для 6 - 12-этажных объектов;**- не более 6,0 метров для 13-этажных объектов и выше;**- не более 10,0 метров при размещении крышных рекламных конструкций на спортивных объектах и торгово-развлекательных центрах с общей площадью от 10 000 кв. метров и более.**3) на здании, строении или сооружении может размещаться только одна крышная рекламная конструкция.**4) длина рекламной конструкции, устанавливаемой на крыше объекта, не может превышать:**- 80% длины фасада, по отношению к которому она размещена, - при длине фасада до 35 метров (включительно);**- половины длины фасада, по отношению к которому она размещена, - при длине фасада свыше 35 метров (при этом при длине фасада 35 метров и более, и установке рекламной конструкции в центральной части такого фасада длина рекламной конструкции должна составлять не менее 1/3 длины фасада).**5) запрещается размещение крышной рекламной конструкции на крышах зданий, строений, сооружений, являющихся объектами культурного наследия, выявленными объектами культурного наследия.**6) элементы крепления крышной рекламной конструкции не должны выступать за периметр данной конструкции по бокам и сверху. Расстояние от парапета до нижнего края информационного поля крышной рекламной конструкции не должно превышать 1 метра. Крышная рекламная конструкция не должна выступать за плоскость фасада здания.**7) крышные рекламные конструкции должны соответствовать требованиям пожарной безопасности, в том числе должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания, иметь системы пожаротушения.**3. В целях соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Сургута размещение временных рекламных конструкций допускается с учетом следующих ограничений:**1) внешние габариты временных рекламных конструкций, размещаемых на строительных ограждениях, не должны превышать высоту ограждения;**2) нижний край временной рекламной конструкции должен располагаться на высоте не менее 0,6 метра от уровня земли;* *3) ширина временной рекламной конструкции должна соответствовать расположению несущих элементов ограждения и не превышать 12,0 метров.***Дополнено:**Статья 5:*Статья 5. Требования к содержанию и внешнему виду рекламных конструкций**1. Рекламные конструкции должны эксплуатироваться в соответствии с требованиями технической документации на соответствующие конструкции.**2. Требования к внешнему виду рекламных конструкций устанавливают единые и обязательные требования в сфере внешнего вида рекламных конструкций, и определяют порядок их содержания в надлежащем состоянии.**Надлежащее состояние внешнего вида рекламных конструкций подразумевает:**1) целостность рекламных конструкций;**2) отсутствие механических повреждений;**3) отсутствие порывов рекламных полотен;**4) наличие покрашенного каркаса;**5) отсутствие ржавчины и грязи на всех частях и элементах рекламных конструкций;**6) отсутствие на всех частях и элементах рекламных конструкций наклеенных объявлений, посторонних надписей, изображений и других информационных сообщений;**7) подсветка рекламных конструкций (оборудованных подсветкой в соответствии с проектом и техническими возможностями подключения к сетям энергоснабжения) в темное время суток в соответствии с графиком работы уличного освещения;**8) для всех отдельно-стоящих рекламных конструкций - наличие таблички с маркировкой, с указанием номера рекламной конструкции (соответствующего номеру по Схеме размещения рекламных конструкций на территории города Сургута), а также рекламораспространителя и номера его телефона.**3. Владелец рекламной конструкции обязан мыть и очищать от загрязнения принадлежащие ему рекламные конструкции по мере необходимости, но не реже:**- межсезонье (весна, осень) – 1 раз в неделю;**- зимний сезон – 1 раз в месяц;**- летний сезон – 1 раз в месяц.***Дополнено:**Статья 9:*Статья 9. Порядок организации и проведения торгов**1. Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление в отношении мест, предусмотренных схемой размещения рекламных конструкций на территории города Сургута, проводятся в форме открытого конкурса.**2. Порядок организации и проведения торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление устанавливается Администрацией города.* Исключено из решения Думы*Будет утверждено нормативным документом Администрации города*Приложение 1к Правилам распространения наружной рекламы на территории города СургутаМетодика расчета платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции *на земельных участках, которые находятся в муниципальной собственности или государственная собственность на которые не разграничена, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе*, находящемся в муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение или оперативное управление1. Расчет платы производится по формуле: Рп = БСтг х S х П х Ктр х Крк, где:*Рп – размер платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции (рублей) без учета НДС;**БСтг - базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади (рублей), устанавливаемая в текущем календарном году. Базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади на 2019 год составляет 819,83 рубля.*S - площадь информационного поля рекламной конструкции (кв. м);П - период размещения рекламной конструкции: на год принимает значение 1, при исчислении его в месяцах (днях) равен 1/12 (1/365);Ктр - коэффициент, учитывающий территориальную привязку места размещения рекламной конструкции, определяется по таблице 1;Крк - коэффициент, учитывающий вид рекламной конструкции определяется по таблице 2.*С 01.01.2020 базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади, рассчитываемая по формуле:**БСтг = БСпг х Ипг, где:**БСпг - базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади (рублей), действовавшая в предыдущем календарном году,**Ипг – индекс потребительских цен, опубликованный Федеральной службой государственной статистики за предыдущий календарный год.* *2. Ежегодно с 01 января производится перерасчет базовой ставки платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади с учетом индекса потребительских цен, опубликованного Федеральной службой государственной статистики за последний календарный год.**3. Ежегодно до 31 января базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади с учетом перерасчета публикуется в официальном печатном издании и размещается на официальном портале Администрации города Сургута.* Таблица 1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Категория территориальной зоны для размещения объектов наружной рекламы | Значение коэффициента Ктр | Территориальные зоны города |
| I | 1,25 | - пр. Ленина- пр. Мира- ул. Островского (от Нефтеюганского шоссе до проспекта Ленина)- ул. Университетская- ул. Никольская- пр. Комсомольский- ул. Геологическая- ул. 30 лет Победы- ул. И. Каролинского- ул. И. Захарова- ул. И. Киртбая- пр. Пролетарский  |
| II | 1 | - ул. Крылова - ул. Ивана Шидловского- ул. Привокзальная- ул. Есенина- Югорский тракт- ул. Югорская- ул. Щепёткина- ул. Рационализаторов- Нефтеюганское шоссе- ул. Аэрофлотская- Тюменский тракт- ул. Лермонтова- ул. Кукуевицкого- ул. Дзержинского - ул. Декабристов- ул. С. Билецкого- ул. Маяковского (от Нефтеюганского шоссе до проспекта Мира)- ул. Сосновая- ул. 50 лет ВЛКСМ- ул. Профсоюзов- ул. Мелик-Карамова- ул. Энергетиков- ул. Энгельса- пр. Набережный |
| III | 0,75 | Прочие территории |

*При распространении наружной рекламы на пересечении улиц разных категорий в расчёт принимается высшая категория. Данное правило распространяется также на часть улицы до 100 м более низкой категории, с которой визуально воспринимается реклама с улицы более высокой категории.*Таблица 2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nп/п | Вид рекламной конструкции | Значение Крк |
| 1. | Отдельно стоящие конструкции  |  |
| 1.1. | - сити-формат (размер информационного поля 1,2 м х 1,8 м);- афишный стенд (размер информационного поля 1,8 м х 1,75 м). | 2 |
| 1.2. | - ситиборд (размер информационного поля 2,7 м х 3,7 м);- билборд (размер информационного поля 3 м х 6 м). | 1,25 |
| 1.3. | - суперсайт (размер информационного поля 5 м х 15 м);- суперборд (размер информационного поля 4 м х 12 м). | 1 |
| 2. | Рекламные конструкции, размещаемые на зданиях, сооружениях, элементах благоустройства города: |  |
| 2.1. | рекламная конструкция в составе остановочного пункта движения общественного транспорта(размер информационного поля 1,2м х 1,8м) | 2 |
| 2.2. | стела  | 1 |
| 2.3. | медиафасад  | 3 |
| 2.4. | крышная рекламная конструкция | 2 |
| 3. | Временная рекламная конструкция | 1 |

Исключено из решения Думы*Будет утверждено нормативным документом Администрации города* |  |
| 8.2. Качественная характеристика и оценка динамики численности потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования в среднесрочном периоде (1 – 3 года) | Юридические и физические лица независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности (30 адресатов) ежегодно | Юридические и физические лица независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности (30 адресатов) ежегодно | - |
| 8.3. Оценка расходов (доходов) потенциальных адресатов регулирования, связанных с введением предлагаемого правового регулирования | с учетом установленной базовой ставки на 2019 год в размере 819,83 руб./кв.м., расходы 1 рекламораспространителя составляют – 46 115,44 руб.;расходы 30 рекламораспростра-нителей - 1 383 463,2 руб. | с учетом пересчитанной базовой ставки на 2020 год в размере 855,08 руб./кв.м., расходы 1 рекламораспространителя составят – 48 098,25 руб.;расходы 30 рекламораспростра-нителей – 1 442 947,5 руб.увеличение расходов:- 1 рекламораспространителя на 1 982,81 руб.;- 30 рекламораспространителей на 59 484,3 руб. | - |
| 8.4. Оценка расходов (доходов) бюджета города, связанных с введением предлагаемого правового регулирования | доходы местного бюджета на 2019 год:- в случае заключения договоров на все рекламные конструкции, предусмотренные в схеме размещения, предполагаемые доходы составят – 16 140 404 руб. (46 115,44 руб. \* 350); - с учетом фактически заключенных договоров решением Думы города о бюджете города предусмотрены доходы в сумме 4 348 113,17 руб. | доходы местного бюджета на 2020 год:- в случае заключения договоров на все рекламные конструкции, предусмотренные в схеме размещения, предполагаемые доходы составят – 16 834 387,5 руб. (48 098,25 руб. \* 350); - с учетом фактически заключенных договоров решением Думы города о бюджете города предусмотрены доходы в сумме 4 648 630,32 руб. | - |
| 8.5. Оценка рисков неблагоприятных последствий | нарушение действующего законодательства | отсутствует | - |

8.6. Обоснование выбора предпочтительного варианта решения выявленной проблемы:

Предлагаемый вариант решения необходим в связи с определением типов и видов рекламных конструкций допустимых и недопустимых к установке на территории города, в том числе требованием к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города для устранения визуального мусора на территории города.

Также в предложенной методике расчета платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции предлагается рассмотреть целесообразность установления размера базовой ставки на очередной финансовый год исходя из размера базовой ставки текущего года с учетом индекса потребительских цен на товары и услуги по Российской Федерации, опубликованного Федеральной службы государственной статистики за предыдущий календарный год.

Приложения:

1. Свод предложений о результатах публичных консультаций.

2. Расчет расходов субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности.

Приложение

к сводному отчету

Расчет расходов субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, связанных с необходимостью соблюдения устанавливаемых нормативным правовым актом обязанностей

***I. Информационные издержки (на одного субъекта)***

отсутствуют

***II. Содержательные издержки (на одного субъекта)***

Внесение платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

Расчет платы за установку и эксплуатацию 1 рекламной конструкции расположенной на территории города в соответствии с Методикой определения размера платы, производится по формуле:

 Рп = БСтг х S х П х Ктр х Крк, где:

БСтг - базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади (рублей), устанавливаемая в текущем календарном году;

S - площадь информационного поля рекламной конструкции (в квадратных метрах);

П - период размещения рекламной конструкции (базовая ставка = 1, при исчислении периода в месяцах, месяц = 1/12 базовой ставки, при исчислении в днях, один день = 1/365 базовой ставки);

Ктр - коэффициент, учитывающий территориальную привязку места размещения рекламной конструкции;

Крк - коэффициент, учитывающий вид рекламной конструкции.

С 01.01.2020 базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади, рассчитываемая по формуле:

БСтг =БСпг х Ипг, где:

БСпг - базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади (рублей), действовавшая в предыдущем календарном году,

Ипг – индекс потребительских цен, опубликованный Федеральной службой государственной статистики за предыдущий календарный год.

Индекс потребительских цен, опубликованный Федеральной службой государственной статистики за 2018 год, составил 1,043.

Для расчета издержек взята максимальная площадь рекламной конструкции 36 кв.м.

Рп = 819,83\*36\*1\*1,25\*1,25 = 46 115,44 руб. в 2019 году

Рп = 855,08\*36\*1\*1,25\*1,25 = 48 098,25 руб. в 2020 году

Таким образом, содержательные издержки 1 рекламораспространителя при заключении договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в 2020 возрастут на 1 982,81 руб. (48 098,25 руб. – 46 115,44 руб.).

Для 30 рекламораспространителей расходы возрастут на 59 484,3 руб. (1 982,81 руб. \* 30).

Расходы одного рекламораспространителя в 2019 году составят - 46 115,44 руб.

Расходы одного рекламораспространителя в 2020 году составят - 48 098,25 руб.