**ЛИВЕНСКИЙ ГОРОДСКОЙ СОВЕТ НАРОДНЫХ ДЕПУТАТОВ**

**РЕШЕНИЕ**

**от 26 мая 2016 г. N 58/578-ГС**

**ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПОЛОЖЕНИЯ**

**"О РАЗМЕЩЕНИИ И ЭКСПЛУАТАЦИИ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ**

**В ГОРОДЕ ЛИВНЫ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ"**

Принято

решением Ливенского городского

Совета народных депутатов

26 мая 2016 года

Руководствуясь Федеральным законом от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ "О рекламе", Законом Орловской области от 10 ноября 2014 года N 1686-ОЗ "О перераспределении полномочий между органами местного самоуправления муниципальных образований Орловской области и органами государственной власти Орловской области", Ливенский городской Совет народных депутатов решил:

1. Утвердить [Положение](#Par42) "О размещении и эксплуатации наружной рекламы в городе Ливны Орловской области" согласно приложению.

2. Признать утратившим силу решение Ливенского городского Совета народных депутатов от 30 января 2014 года N 31/265-ГС "Об утверждении Положения "О размещении и эксплуатации наружной рекламы в городе Ливны" в новой редакции".

3. Настоящее решение вступает в силу после его официального опубликования.

Председатель

Ливенского городского

Совета народных депутатов

Е.Н.КОНИЩЕВА

Исполняющий обязанности

Главы города

С.А.ТРУБИЦИН

Приложение

к решению

Ливенского городского

Совета народных депутатов

от 26 мая 2016 г. N 58/578-ГС

**ПОЛОЖЕНИЕ**

**"О РАЗМЕЩЕНИИ И ЭКСПЛУАТАЦИИ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ**

**В ГОРОДЕ ЛИВНЫ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ"**

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение "О размещении и эксплуатации наружной рекламы в городе Ливны Орловской области" (далее - Положение) разработано в соответствии с Федеральным законом от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Федеральный закон "О рекламе"), постановлением Правительства Орловской области от 27 июня 2012 г. N 210 "Об утверждении Положения об охране и использовании объектов культурного наследия регионального значения и выявленных объектов культурного наследия, расположенных на территории Орловской области", ГОСТ Р 52044-2003 г. "Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений" и применяется к отношениям в сфере размещения наружной рекламы, установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Ливны.

1.2. В настоящем Положении используются следующие основные понятия:

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) рекламодатель - 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) рекламораспространитель - 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) 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;

10) схема размещения рекламных конструкций - документ, определяющий места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на территории города Ливны;

11) антимонопольный орган - федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы.

1.3. Целью настоящего Положения является упорядочение рекламной деятельности, эффективное использование рекламного пространства в городе Ливны на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечения безопасности движения, предотвращения ненадлежащей рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы.

1.4. Настоящее 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 "О защите прав потребителей";

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.

1.5. Установка и эксплуатация рекламных конструкций в городе Ливны допускается при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее также - разрешение), выдаваемого Департаментом государственного имущества и земельных отношений Орловской области на основании заявления собственника или иного законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции.

1.6. 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 Департамента государственного имущества и земельных отношений Орловской области.

1.7. Установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются ее владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором. В случае если для установки и эксплуатации рекламной конструкции предполагается использовать общее имущество собственников помещений в многоквартирном доме, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции возможно только при наличии согласия собственников помещений в многоквартирном доме, полученного в порядке, установленном Жилищным кодексом Российской Федерации. Заключение такого договора осуществляется лицом, уполномоченным на его заключение общим собранием собственников помещений в многоквартирном доме. По окончании срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции обязательства сторон по договору прекращаются.

Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется в соответствии с нормами Федерального закона "О рекламе" и гражданского законодательства.

1.8. 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 управлением муниципального имущества администрации города в соответствии с законодательством Российской Федерации, настоящим Положением, после утверждения схем размещения рекламных конструкций.

1.9. Схема размещения рекламных конструкций разрабатывается в соответствии с документами территориального планирования, обеспечивает соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности и содержит карты размещения рекламных конструкций.

Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат предварительному согласованию с уполномоченным органом исполнительной власти Орловской области, опубликованию в газете "Ливенский вестник" и размещению на официальном сайте администрации города Ливны: http://www.adminliv.ru/.

2. Требования к содержанию рекламных конструкций

2.1. Владелец рекламной конструкции обязан соблюдать Правила благоустройства города Ливны, утвержденные Ливенским городским Советом народных депутатов.

2.2. Рекламные конструкции должны эксплуатироваться в соответствии с требованиями на соответствующие конструкции. Не допускается наличие ржавчины и иных повреждений на элементах конструкций, влияющих на ее прочность.

2.3. Устранение повреждений рекламных конструкций и их информационных полей осуществляется владельцами рекламных конструкций в течение 10 дней с момента выявления повреждения. Устранение повреждений рекламных материалов, размещенных на рекламных конструкциях, осуществляется владельцами рекламных конструкций в течение трех суток с момента выявления повреждения.

2.4. Рекламные конструкции должны иметь маркировку с указанием владельца и номера его телефона (за исключением рекламно-информационных конструкций). Маркировка размещается под информационным полем. Размер текста должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств.

2.5. Рекламные конструкции, имеющие внешнюю или внутреннюю подсветку информационного поля, должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.6. Рекламные конструкции, размещаемые на зданиях, строениях, сооружениях, не должны наносить ущерб их техническому состоянию, архитектурному облику и могут располагаться только на части фасада, соответствующей занимаемому владельцем рекламной конструкции помещению, или над входом в него, за исключением крышных установок и медиафасадов.

2.7. Рекламная конструкция должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы.

2.8. Рекламные конструкции должны соответствовать техническим нормам и требованиям по безопасности, изготовлению и установке, существующим строительным нормам и правилам, ГОСТам и другим нормативным актам, содержащим требования для конструкций.

3. Виды наружной рекламы и ее особенности

3.1. Отдельно стоящие рекламные конструкции:

а) щитовые конструкции - отдельно стоящие рекламные конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения информации и состоящие из фундамента, каркаса, стойки и информационного поля.

Отдельно стоящие конструкции подразделяются на:

- щитовые конструкции большого формата (рекламные щиты, билборды) - конструкции с размером рекламной поверхности 2 x 3 м, 2,7 x 3,7 м, 3 x 6 м, м;

- конструкции малого формата (сити-формат, конструкции с размером рекламной поверхности от 0,8 x 1,2 до 1,2 x 1,8 метра) с внутренней подсветкой;

б) афишные стенды и рекламные тумбы - рекламные конструкции малого формата с несколькими рекламными полями, располагаемые в пешеходных зонах улиц. На одной улице должны устанавливаться тумбы, сохраняющие между собой стилистическое единство. Установка афишных стендов и рекламных тумб не допускается, если после их установки ширина прохода для пешеходов составит менее 2 метров. Не допускается установка афишных стендов и рекламных тумб на газонах и вблизи жилых домов. Максимально допустимый размер одного информационного поля афишного стенда и рекламных тумб составляет 4,2 кв. м.

Фундамент афишного стенда и тумб допускается в двух вариантах: заглубляемый, не выступающий над уровнем дорожного покрытия, и не заглубляемый. В случае использования незаглубляемого фундамента он в обязательном порядке облицовывается композитным материалом по специальной форме, соответствующей общему дизайну конструкции;

в) объемно-пространственные конструкции - рекламные конструкции, на которых для размещения рекламной информации используются как объем конструкции, так и поверхность. Данные конструкции выполняются по индивидуальным проектам;

г) электронные экраны (электронные табло) - рекламные конструкции, 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.

Рекламные конструкции должны соответствовать техническим нормам и требованиям по безопасности, изготовлению и установке, существующим строительным нормам и правилам, ГОСТам и другим нормативным актам, содержащим требования для конструкций.

3.2. Рекламные конструкции, присоединяемые к объектам недвижимости (зданиям, сооружениям):

а) рекламные крышные конструкции - различного рода объемные или плоскостные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше. Крышные установки не должны нарушать архитектурного решения кровли и фасада здания. Для каждой рекламной крышной конструкции разрабатывается индивидуальная проектная документация.

Высота рекламных крышных конструкций должна быть:

- не более одной шестой части от высоты фасада при высоте здания от цоколя до кровли не более или равной 15 метров, со стороны которого размещается конструкция;

- не более одной восьмой части от высоты фасада при высоте здания от цоколя до кровли более 15 метров, со стороны которого размещается конструкция.

Для крышных рекламных конструкций в виде отдельных букв и логотипов в обязательном порядке разрабатывается рабочая проектная документация с целью обеспечения безопасности при установке, монтаже и эксплуатации. Крышные рекламные конструкции в виде отдельных букв и логотипов должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания, должны соответствовать требованиям пожарной безопасности;

б) настенные панно (щит настенный, баннер) - конструкции, размещаемые на стенах зданий и сооружений, площадь рекламного поля которых превышает 5 кв. м. Для настенных панно в обязательном порядке разрабатывается проект крепления конструкции с целью обеспечения безопасности при эксплуатации.

Настенные щиты и баннеры не должны загромождать оконные и дверные проемы на фасадах зданий;

в) медиафасады - рекламные конструкции, размещаемые на поверхности стен зданий, строений и сооружений, состоящие из светодиодных модулей в гибких шлейфах на основе металлической сетки с интегрированными светодиодами, создающие поверхность, которая повторяет форму фасада здания, позволяющие демонстрировать информационные материалы, в том числе динамические видеоизображения. Размер информационного поля медиафасада определяется размером демонстрируемого изображения. Для медиафасадов в обязательном порядке разрабатывается проект крепления конструкции с целью обеспечения безопасности при эксплуатации.

Медиафасады должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности;

г) маркизы - средства наружной рекламы, выполненные в виде козырьков и навесов с нанесенной на них рекламной информацией и размещенные над витринами, входами или проемами зданий и сооружений. Маркизы располагаются в проемах витрин, над входом и сочетают функции солнцезащитных устройств и рекламоносителей.

3.3. Рекламные конструкции, присоединяемые к объектам городской инфраструктуры:

а) рекламные конструкции на киосках розничной торговли - рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах (фасадах) киосков розничной торговли и не являющиеся его конструктивными частями. Максимальный размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на киоске розничной торговли составляет 1,2 x 1,8 м. Рекламные конструкции на киосках розничной торговли должны быть с внутренним подсветом, оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Не допускается установка рекламных конструкций на крыше киоска розничной торговли;

б) уличная мебель с рекламной информацией (скамейки, урны и т.д.) - размещение эмблемы, логотипа, надписи и иных знаков индивидуализации компаний-спонсоров, монтируемые на конструктивных элементах уличной мебели. Максимальный размер информационного поля 0,3 x 0,3 м;

в) рекламный кронштейн - двухсторонние консольные плоскостные рекламные конструкции, устанавливаемые на собственных опорах, мачтах-опорах городского освещения, опорах контактной сети или на зданиях.

В целях безопасности в эксплуатации рекламные кронштейны должны быть установлены на высоте:

- не менее 4,5 метра - на световых опорах, расположенных вблизи дороги;

- не менее 2,5 метра - над тротуарами и пешеходными зонами, газонами вне проезжей части.

Рекламный кронштейн, устанавливаемый на опорах, должен быть ориентирован в сторону тротуаров либо вдоль тротуаров.

Не допускается размещение на одной опоре освещения (контактной сети, столбе) более одного светового короба или более двух иных рекламных и (или) информационных конструкций.

Типовые размеры для кронштейнов на опорах освещения:

- 0,8 x 1,2 м (в вертикальном исполнении);

- 1,2 x 1,8 м (в вертикальном исполнении) допускаются для магистральных улиц и площадей;

г) конструкции на ограждениях - рекламная конструкция, устанавливаемая на ограждении территорий. Конструкции на ограждениях могут быть изготовлены в виде отдельных щитов или в виде росписи этих ограждений в любой технике.

Не допускается размещение конструкций:

- на пролетах мостов с наружной стороны и иных инженерных сооружениях, размещенных над проезжей частью;

- на ограждениях, установленных в границах зон охраны объектов культурного наследия;

- на ограждениях, выполненных способами художественной ковки, литья или гнутья;

- на ограждениях парков, скверов, садов;

- на ограждениях территорий муниципальных унитарных предприятий и муниципальных учреждений;

- на ограждениях территорий объектов спорта, здравоохранения и образования.

3.4. Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции

К уникальным рекламным конструкциям относятся конструкции, имеющие формат, отличный от форматов, определенных настоящим Положением:

а) скроллеры, призматроны и т.д. - рекламные конструкции с динамически меняющимся изображением;

б) проекционные установки - рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения в объеме или на земле, на плоскостях стен;

в) воздушные шары, аэростаты.

Площадь информационного поля уникальных конструкций определяется расчетным путем. На уникальные конструкции распространяются все требования, предусмотренные для рекламных конструкций большого формата.

3.5. Временные рекламные конструкции могут быть следующих типов:

а) выносные щитовые конструкции раскладного типа (штендер) - временные средства наружной рекламы, устанавливаемые организациями в часы их работы. Выносные щитовые конструкции раскладного типа выносятся в пешеходную зону и располагаются на тротуаре вблизи от фасада здания (1 метр) в пределах 5 метров от входа в организацию. Рекомендуемые размеры информационной площади для выносной щитовой конструкции раскладного типа: не более 0,7 x 1,0 м в вертикальном исполнении.

Запрещается размещение выносных щитовых конструкций раскладного типа на газонах и на тротуарах при ширине последних менее 2 метров.

Не допускается размещение более одной выносной щитовой конструкции раскладного типа одной организации у входа в эту организацию;

б) рекламные конструкции с использованием строительных ограждений и строительных сеток - ограждающие объекты строительства, используемые для временного размещения рекламной информации. Размещение наружной рекламы на строительных ограждениях и/или строительных сетках производится при проведении строительных работ на внешней стороне (фасаде) здания.

3.6. Типы (виды) объектов информационного оформления:

а) вывески - это информация о профиле организации, его фирменном наименовании и режиме работы, являющаяся обязательной для информирования потребителей в соответствии с пунктом 1 статьи 9 Федерального закона от 7 февраля 1992 года N 2300-1 "О защите прав потребителей" и предназначенная для извещения неопределенного круга лиц о фактическом местонахождении юридического лица и (или) обозначении места входа в занимаемое им помещение, здание или на территорию.

Размещение на вывеске иной информации, направленной на привлечение внимания к организации (товарам, услугам), формирование или поддержание интереса к ней и ее продвижение на рынке, рассматривается как реклама.

Вывески размещаются на фасаде здания в пределах занимаемого помещения или над входом в него, между оконными проемами или витринами первого этажа и оконными проемами второго этажа. Нижний край вывески не должен находиться ниже 2,5 метра от уровня земли. Вывеска не должна выступать более 0,5 метра от плоскости стены.

Общий размер вывески не должен превышать 2 кв. м.

Допускается размещение:

- консольной вывески в виде кронштейна или вывески, расположенной вдоль внешней стены здания в виде настенного панно, преимущественно в угловой части фасада, в случае если организация размещается в помещениях выше 1-го этажа;

- дополнительной вывески на фасаде здания в доступном для обозрения месте для организаций, расположенных в помещениях без выхода на основные улицы (во дворах);

- не более двух вывесок рядом с каждым входом в здание;

- вывесок на каждом из фасадов здания, расположенного на пересечении нескольких улиц;

- вывесок, состоящих из нескольких однотипных конструктивно-художественных элементов.

Не допускается размещение вывесок на оконных и дверных проемах.

Дизайн-проект (эскиз) вывески подлежит согласованию с отделом архитектуры и градостроительства администрации города;

б) учрежденческие доски - средство наружной информации, предназначенное для информирования населения о наименовании юридического лица, его ведомственной принадлежности и режиме работы.

Учрежденческие доски устанавливаются изготовителем (исполнителем, продавцом) на видном месте на здании справа или слева у главного входа в занимаемое им здание. Размер учрежденческой доски не должен превышать 0,6 м по горизонтали и 0,4 м по вертикали; высота букв и цифр надписей - не более 0,1 м;

в) режимная табличка - средство наружной информации, предназначенное для доведения до сведения потребителей информации о режиме работы организации в соответствии со статьей 11 Федерального закона от 7 февраля 1992 г. N 2300-1 "О защите прав потребителей".

Режимная табличка может содержать информацию о фирменном наименовании (наименовании) организации, месте ее нахождения (адресе). Размер режимной таблички должен быть не более 0,4 м по горизонтали и 0,6 м по вертикали. Режимные таблички устанавливаются на здании справа или слева от главного входа в занимаемое организацией здание или помещение;

г) указатели - средство наружной информации, содержащее сведения о направлении движения и расстоянии до объекта, устанавливаемое в целях ориентирования потребителей.

Площадь информационного поля указателя местонахождения должна быть не более 1 кв. м. На указателе допускается указание профиля организации без указания ее наименования ("Торговый центр", "Шиномонтаж", "Аптека", "Хозтовары" и т.п.). Указатели местонахождения устанавливаются в соответствии с дизайн-проектом на основании согласования, выданного в соответствии с порядком согласования размещения объекта информационного оформления. Указатель, установленный вне места нахождения организации, с информацией о ее наименовании, в том числе с указанием направления движения, является рекламной конструкцией.

4. Органы, участвующие в процессе выдачи

разрешения на установку и эксплуатацию рекламной

конструкции и их компетенция

4.1. Департамент государственного имущества и земельных отношений Орловской области:

- выдает разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции или отказывает в выдаче разрешения;

- аннулирует такие разрешения;

- выдает предписания о демонтаже рекламных конструкций;

- устанавливает форму проведения торгов, проводит торги (аукционы или конкурсы) на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

4.2. Администрация города:

- производит демонтаж рекламных конструкций по предписанию Департамента государственного имущества и земельных отношений Орловской области;

- взыскивает расходы, понесенные в связи с демонтажом, или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции;

- разрабатывает схему размещения рекламных конструкций в городе Ливны, вносит в нее при необходимости изменения.

4.3. Отдел архитектуры и градостроительства администрации города (далее - ОАиГ):

- разрабатывает схему размещения рекламных конструкций;

- при необходимости вносит изменения в схему размещения рекламных конструкций;

- осуществляет учет рекламных конструкций;

- организует и проводит приемку и проверку рекламных конструкций;

- проводит мероприятия по выявлению самовольно установленных рекламных конструкций и направляет информацию в Департамент государственного имущества и земельных отношений Орловской области;

- осуществляет иные функции в сфере распространения наружной рекламы в рамках своей компетенции.

4.4. Управление муниципального имущества администрации города:

- заключает договоры на установку, эксплуатацию рекламных конструкций в порядке, предусмотренном настоящим Положением, осуществляет контроль за соблюдением договорных отношений;

- контролирует своевременное поступление платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций в соответствии с заключаемыми договорами по результатам аукционов;

5. Плата за установку и эксплуатацию рекламной конструкции

5.1. За выдачу разрешения на установку рекламных конструкций уплачивается государственная пошлина в размерах и порядке, которые установлены законодательством РФ о налогах и сборах.

5.2. В случаях, установленных [пунктом 1.12](#Par79) настоящего Положения, победитель аукциона оплачивает право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций по цене, сложившейся по результатам аукциона, или по начальной цене лота, если он был допущен к аукциону в качестве единственного участника, и аукцион признан несостоявшимся.

5.3. Плата за установку и эксплуатацию рекламной конструкции определяется в соответствии с Федеральным законом от 29 июля 1998 года N 135-ФЗ "Об оценочной деятельности в РФ".

5.4. При размещении рекламы собственной продукции юридических лиц и индивидуальных предпринимателей без образования юридического лица, относящихся в соответствии с Федеральным законом "О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ" от 24 июля 2007 N 209-ФЗ к категориям малого и среднего предпринимательства и зарегистрированных на территории города Ливны в порядке, установленном действующим законодательством РФ, размер платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции уменьшается на 50%.

5.5. Плата по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности, а также государственная пошлина за выдачу разрешения поступают в местный бюджет.

5.6. При размещении социальной рекламы плата по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции не взимается.