|  |  |
| --- | --- |
|  | Приложение № 4к решению «О внесении изменений и дополнений в решение Совета городского округа город Салават Республики Башкортостан от 02.04.2010г. № 2-34/313«О нормативно правовых актах по вопросам размещения и эксплутации средств наружной рекламы на территории городского округа город Салават Республики БашкортостанПриложение № 1к Правилам размещения и эксплуатации средств наружной рекламы на территории городского округа город Салават Республики Башкортостан |

**РАСЧЕТ РАЗМЕРА ОПЛАТЫ ЗА ЭКСПЛУАТАЦИЮ РЕКЛАМНОГО МЕСТА НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ГОРОД САЛАВАТ**

**РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН**

Настоящий расчет применяется в соответствии с Правилами размещения СНР в городском округе город Салават Республики Башкортостан при определении размера оплаты по договорам на эксплуатацию рекламного места на территории городского округа город Салават РБ, заключенных до введения в действие настоящих Правил, а также при определении размера оплаты за разрешение на проведение рекламных акций.

Размер оплаты за предоставление права на эксплуатацию рекламного места, а также за разрешение на проведение рекламных акций в городском округе определяется по следующей формуле:

 Т = БС х S х П х Ктр х Кснри х Кплощ. х К1 х К2 х КЗ х К4 х К5 х К6, где:

 БС - базовая ставка, равна 380 рублей

;

 S - площадь информационного поля средства наружной рекламы (кв. м), для рекламных акций - кол-во участников;

 П - период размещения средств наружной рекламы или период проведения рекламной акции (единица измерения - год, при исчислении периода в месяцах -1/12 базовой ставки в месяц, при исчислении периода в днях - 1/365 базовой ставки в день);

Ктр - коэффициент, учитывающий территориальную привязку (таб. 2);

Кснр - коэффициент, зависящий от вида средств наружной рекламы (таб. 1);

Кплощ. - коэффициент, отражающий зависимость оплаты от площади информационного поля одной стороны СНР (таб. 3).

 Таблица 1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| N | Виды СНР | Ед. изм. | Значение |
| п/п |  |  | Кснр (пер. год/ |
|  |  |  | послед, год |
|  |  |  | эксплуата­ции) |
| 1.  | Газосветные, светодинамические и  | кв. м | 0,2 |
|   | световые рекламные установки на  |  |  |
|   | плоскости стен, здании, сооружении и  |  |  |
|  | крышные установки, проекционные установки |  |  |
| 2.  | СНР в виде объемно - пространственного объекта  | кв. м | 0,5 |
|  | сложной конструкции с занимаемой  | рекламного |  |
|  | площадью под размещение рекламы не  | поля |  |
|   | более 20% |  |  |
| 3.  | Большеформатные и малоформатные,  | кв. м |   |
|   | щитовые, и отдельно стоящие СНР,  | рекламного |   |
|   | 1 категории  | поля | 1,8 |
|   | 2 категории  |  | 2,0 |
|   | 3 категории<\*>  |  | 2,2 |
| 4.  | Динамическая реклама (типа роллер)  | кв. м | 1,0 |
|   |   | рекламного |  |
|   |   | поля |  |
|   |   |  |  |
| 5.  | Кронштейны и консоль-панели  | сторона | 3,0 |
|   |   | рекламного |  |
|   |   | поля |  |
|   |   |  |  |
| 6.  | Транспаранты-перетяжки через улицы  | п. м | 4,0 |
| 7.  | СНР в витринах зданий, оформленные  | кв. м | 3,0 |
|   | не по доминирующему профилю  |  |  |
|   | предприятия  |  |  |
| 8.  | Реклама на временных строительных  | - | 0 |
|   | конструкциях и заборах, закрывающих  |  |  |
|   | пустыри  |  |  |
| 9.  | СНР на торговых киосках, павильонах, | ед. | 10,0 |
|   | солнцезащитных зонтах, летних кафе |  |  |
| 10.  | Реклама над городом, размещаемая на  | ед. | 0 |
|   | воздухоплавательных средствах  |  |  |
| 11.  | Социальная реклама и социально  | ед. | 0 |
|   | значимая информация  |  |   |
| 12 | Рекламоносители совмещенные с объектами малых архитектурных форм | кв.м.. | 1 |
| 13.  | Коммерческий указатель | Кв. м.  | 1,5 |
| 14 | Наземное панно | Кв.м  | 1 |
| 15 | Светодиодные видеоэкраны (табло) | Кв.м светоизлучаемой поверхности | 2,0 |

(\*) Категории СНР определяются по каждому СНР художественный совет.

В случае, если внешняя система подсветки является неотъемлемой частью архитектурно-художественного оформления фасада, К = 1.

Ктр - коэффициент, учитывающий территориальную привязку (таб. 2).

Таблица 2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Стр | Значениекоэффициента | Городские территории |
| I | 1,5 | Бульвар Салавата Юлаева, ул. Губкина, Калинина, Ленина, Ленинградская, Островского, Октябрьская, Первомайская, Уфимская. |
| II | 1 | Территория г. Салавата, не вошедшая в категорию I |

*Понижающие коэффициенты* к тарифам оплаты за эксплуатацию рекламных мест: Кплощ., Kl, K2:

Кплощ. - понижающий коэффициент, отражающий зависимость оплаты от площади информационного поля одной стороны рекламной конструкции (таб. 3).

Таблица 3

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ЗначениекоэффициентаКплощ. | Площадьинформационногополя | Условия действия коэффициента |
| 1 | до 36 кв. м | Площадь информационного поля до 36 кв. м учитывается скоэффициентом 1,0 |
| 0,5 + 18/S | от 36 кв. мдо 120 кв. м | Площадь информационного поля до 36 кв. м учитывается скоэффициентом 1,0, остальнаяплощадь определяется поформуле:Кплощ. = 0,5 + 18/S, где:S - общая площадьинформационного поля |
| 0,1 + 98/S | более 120 кв. м | Площадь информационного поля до 36 кв. м учитывается скоэффициентом 1,0,площадь от 36 кв. м до120 кв. м учитывается поформуле:Кплощ. = 0,5 + 18/S,остальная площадь определяетсяпо формуле:Кплощ. = 0,1 + 18/S, где:S - общая площадьинформационного поля |

К1 = 0,7 - понижающий коэффициент в случае устройства внутренней и декоративной подсветки СНР (кроме конструкций типа "пилон" и коробов-кронштейнов);

К2 = 0,9 - понижающий коэффициент для двусторонних конструкций по стороне Б (обратная сторона по ходу движения).

*Повышающие коэффициенты* к тарифам оплаты за эксплуатацию рекламных мест:

КЗ = 10 - за размещение коммерческой рекламы на территории проведения республиканских и городских празднеств на период их проведения;

К4 = 3 - в случае эксплуатации рекламоносителя без размещения информации или без подсветки, или с поврежденным рекламным полем сроком более трех дней, при предоставлении недостоверных сведений по размещению рекламы, а также при несвоевременном предоставлении первичной информации;

К5 = 10 - в случае размещения рекламной установки и ее эксплуатации без согласования Акта ввода в эксплуатацию СНР;

К6 = 1,5 - в случае размещения рекламным агентством менее 10 рекламных установок.