**Приложение к решению Совета городского округа город Стерлитамак**

**Республики Башкортостан**

**от 23.12.2014 года № 3-9/30з**

**РАСЧЕТ**

**РАЗМЕРА ОПЛАТЫ ЗА ЭКСПЛУАТАЦИЮ РЕКЛАМНОГО МЕСТА**

**НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ГОРОД СТЕРЛИТАМАК**

**РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН**

 Настоящий расчет применяется для определения размера оплаты по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций**,** находящихся на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, которые находятся в собственности Республики Башкортостан или муниципального образования городской округ город Стерлитамак Республики Башкортостан.

Размер оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции определяется по следующей формуле:

Т = БС x S x П x Ктр x Кснр x Кплощ. x К1 x К2 x К3, где:

БС - базовая ставка, равна 20 рублям за 1 кв.м;

S – расчетная площадь информационного поля;

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 (таблица № 2);

Кснр - коэффициент, зависящий от вида средств наружной рекламы (таблица № 1);

Кплощ. - коэффициент, отражающий зависимость оплаты от площади информационного поля одной стороны СНР (таблица № 3);

 Таблица № 1

**Кснр - коэффициент, зависящий от вида средств наружной рекламы**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Виды и виды рекламных конструкций** | **Ед. измерений** | **Значение Кснр (первый год/после-дующий год эксплуатации)** |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. | Газосветные, светодинамические и световые рекламные конструкции на плоскости стен, зданий, сооружений и крышные установки  | кв.м. | 0/0,5 |
| 2. | Рекламные конструкции в виде пространственного объекта сложной конструкции с занимаемой площадью под размещение рекламы не более 20% | кв. м рекламного поля | 0,5 |
| 3.  | Большеформатные и малоформатные, щитовые и отдельно стоящие рекламные конструкции:1 категории2 категории 3 категории | кв. м рекламного поля | 1,82,02,2 |
| 4. | Динамическая реклама ( типа роллер,призматрон)  | кв. м рекламного поля | 1,0 |
| 5. | Кронштейны и лайт-боксы кроме лайт- боксов на опорах электроосвещения и контактной сети МУП СТУ  | сторона рекламного поля | 4,0 |
| 6. | Транспаранты-перетяжки через улицы  | кв. м  | 2,0 |
| 7. | Реклама на временных строительных конструкциях, и заборах, закрывающих пустыри  | кв. м | 0 |
| 8. | Реклама над городом, размещаемая на воздухоплавательных средствах  | ед. | 0 |
| 9. | Социальная реклама и социально значимая информация  | ед. | 0 |

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

Таблица № 2

**Ктр - коэффициент, учитывающий территориальную привязку**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ктр** | **Значение коэффициента** | **Городские территории** |
| I | 5 | Объекты исторических, архитектурных икультурных памятников, парков (список приведен в Правилах землепользования и застройки городского округа город Стерлитамак РБ, утвержденных решением Совета городского округа город Стерлитамак РБ от 10.06.2008г. №2-2/7з)Сквер им. Жукова, Парк «Победы», пешеходная зона в районе кинотеатра «Салават». |
| II | 3 | Территория исторической застройки, ограниченная линиями застройки:ул.Б.Хмельницкого до ул. Нагуманова,ул.Мира до ул.Пушкина (согласно Правил землепользования и застройки городского округа город Стерлитамак РБ, утвержденных решением Совета городского округа город Стерлитамак РБ от 29.05.2012г. №3-2/7з) |
| III | 1,3 | Территория городского контроля - въезд Уфа - Стерлитамак, проспекты Октября, Ленина;ул.Мира ( от ул. Худайбердина до ул. Сагитова);ул. Худайбердина (от пр. Ленина до ул.Мира);ул. Коммунистическая (от пр. Октября до ул.К.Муратова). |
| IV | 1,1 | Въезды в город: Оренбургский тракт, Раевский тракт, Стерлибашевский тракт. Территория, ограниченная улицами:ул. Худайбердина (от пр. Ленина до автовокзала);ул. Коммунистическая (от пр.Октября до ул.Западная);ул. Артема, ул. Мира (от ул. Худайбердина до ул. Нагуманова) ;ул.Гоголя (от ул. Сагитова до ул.Суханова); ул.Вокзальная (от ул. Худайбердина до ул. Нагуманова); ул.К.Муратова (от ул. Коммунистическая до ул. Артема); ул. Суханова (от ул. Гоголя до ул. Ильича) |
| V | 0,8 | Территория городского округа город Стерлитамак РБ, не вошедшая в категории I - IV |

Понижающие коэффициенты к тарифам оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции: Кплощ., К1, К2.

Таблица 3

**Кплощ. - понижающий коэффициент, отражающий зависимость оплаты от площади информационного поля одной стороны**

**рекламной конструкции**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Значение коэффициента****Кплощ** | **Площадь информационного поля** | **Условий действия коэффициента** |
| **1** | **2** | **3** |
| 1 | до 36 кв.м | Площадь информационного поля до 36 кв.м учитывается с коэффициентом 1,0 |
| 0,5 + 18/S | до 36 кв.м-от 36 кв.м. – до 120 кв.м | Площадь информационного поля до 36 кв.м учитывается с коэффициентом 1,0, остальная площадь определяется по формуле :Кплощ. = 0,5 + 18/S, где:S – общая площадь информационного поля |
| 0,1 + 18/S | до 120 кв.м | Площадь информационного поля до 36 кв.м учитывается с коэффициентом 1,0Площадь от 36 кв.м до 120 кв.м учитывается по формуле :К площ. = 0,5 + 18/S,Остальная площадь определяется по формуле: Кплощ.= 0,1+18/S, где:S – общая площадь информационного 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 установку и эксплуатацию рекламных конструкций:

К3 = 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.