

МЕТОДИКА

расчета платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, находящихся в муниципальной собственности, в государственной собственности, до разграничения государственной собственности на землю, а также на зданиях (или ином недвижимом имуществе), являющихся собственностью муниципального образования «Город Глазов», в том числе закрепленных за другими лицами на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве

1. Общие положения

1.1. Настоящая методика устанавливает порядок расчета платы по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на землях общего пользования, земельных участках, свободных от прав третьих лиц, и другом имуществе, находящемся в ведении муниципального образования "Город Глазов".

1.2. В связи с изменением цен, тарифов, коэффициентов инфляции, рыночной конъюнктуры базовая ставка по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций ежегодно индексируется Постановлением Главы Администрации города Глазова.

2. Порядок определения платы по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций

2.1. Размер платы по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на землях общего пользования, земельных участках, свободных от прав третьих лиц, и другом имуществе, находящемся в ведении муниципального образования "Город Глазов", рассчитывается по формуле:

$$P = BC \times S \times \Pi \times K1 \times K2 \times K3 \times K4, \text{ где}$$

BC - базовая ставка платы по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на 2008 год – 25 рублей в месяц за 1 кв.м информационного поля рекламной конструкции;

S - площадь информационного поля рекламной конструкции;

Π - период размещения рекламной конструкции (за единицу принимается один месяц, при расчете оплаты за 1 день принимается 1/30);

K1 - коэффициент учета территориального расположения рекламной конструкции (в части расположения либо визуального восприятия с улицы) в соответствии с категорией. Значение коэффициента и категории территориального расположения указаны в таблице N 1:

таблица № 1

Категории территорий	Территории, улицы	K1
I	Пл. Свободы, ул. Кирова, ул. Толстого, ул. Сибирская (до ул. Пехтина), Северная и Южная кольцевые развязки, ул. Первомайская, ул. Энгельса, ул. Короленко, ул. Карла Маркса	1,0
II	ул. Калинина, ул. Пехтина, ул. Советская до ул. Пряженникова, ул. Сулимова, ул. Чепецкая, ул. Буденного, ул. Мира	0,8
III	ул. Циолковского, ул. Драгунова, ул. Сибирская (от ул. Пехтина) ул. Глинки, ул. Тани Барамзиной, ул. Набережная, Окружное шоссе, Красногорский тракт и остальные улицы и территории г.Глазова	0,6

K2 - коэффициент вида рекламной конструкции. Значения коэффициента приведены в таблице N 2:

таблица № 2

N п/п	Вид средства наружной рекламы и информации	K2
1	Отдельно стоящие щитовые установки (до 17 кв. м включительно)	0,8
2	Отдельно стоящие щитовые установки (до 37 кв. м включительно)	1,3
3	Отдельно стоящие щитовые установки сверх большого формата (до 75 кв. м включительно)	1,0
4	Конструкции с динамической сменой рекламного изображения	0,8
5	Крышные установки	1,0
6	Настенные панно	1,0
7	Кронштейны и консоль-панели	0,8
8	Транспаранты-перетяжки	3,0
9	Электронные табло, экраны, проекционные установки	0,6

10	Штендеры	1,3
11	На ограждениях и строительных сетках	0,8
12	На сооружениях над проезжей частью	1,3
13	Прочие	1,0

К3 - коэффициент, учитывающий освещение средства наружной рекламы и информации:

1,0 - с подсветкой;

1,3 - без подсветки;

К4 - коэффициент, учитывающий размеры площади информационного поля:

0,8 - при площади информационного поля до 17,0 кв. м (включительно);

1,3 - при площади информационного поля от 17,0 кв. м до 37,0 кв. м (включительно);

0,7 - при площади информационного поля от 37,0 кв. м до 75,0 кв. м (включительно);

0,25 - при площади информационного поля от 75,0 кв. м до 120,0 кв. м (включительно);

0,18 - при площади информационного поля от 120,0 кв. м до 150,0 кв. м (включительно);

0,15 - при площади информационного поля от 150 кв. м и выше;

2.2. Плата по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, рассчитанная по данной методике, не включает налог на добавленную стоимость (далее - НДС).