

РЕШЕНИЕ

7 октября 2013 г. № 561

О некоторых вопросах размещения (распространения) средств наружной рекламы на территории города Гродно и признании утратившим силу решения Гродненского городского исполнительного комитета от 25 февраля 2009 г. № 123

На основании статьи 9 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 года «О рекламе», пункта 4 постановления Совета Министров Республики Беларусь от 9 июля 2013 г. № 603 «Об утверждении Положения о порядке производства и размещения (распространения) социальной рекламы, состава Межведомственного совета по рекламе и внесении изменений и дополнений в некоторые постановления Совета Министров Республики Беларусь по вопросам рекламы», Положения о порядке размещения средств наружной рекламы, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 12 ноября 2007 г. № 1497 «О реализации Закона Республики Беларусь «О рекламе», Гродненский городской исполнительный комитет РЕШИЛ:

1. Присвоить категории территориям города Гродно согласно приложению 1.

2. Установить повышающие и понижающие коэффициенты, применяемые при расчете платы за размещение (распространение) наружной рекламы на территории города Гродно, согласно приложению 2.

3. Определить, что плата за размещение (распространение) наружной рекламы на территории города Гродно (далее – плата), если собственник и местный исполнительный и распорядительный орган являются одним лицом, рассчитывается по следующей формуле:

$P = BC \times S \times T \times K$, где

BC – базовая ставка;

S – площадь рекламного поля;

T – срок размещения (распространения) средства наружной рекламы;

K – понижающие и (или) повышающие коэффициенты, подлежащие применению.

Размер базовой ставки (BC) составляет:

1 базовая величина за один квадратный метр рекламного поля в месяц – при размещении (распространении) средств наружной рекламы, площадь рекламных полей которых измеряется в квадратных метрах;

50 базовых величин за одно средство наружной рекламы в месяц – при размещении (распространении) рекламы на следующих средствах наружной рекламы:

объемно-пространственных рекламных конструкциях;

растяжках;

павильонах;

воздушных шарах, дирижаблях;

образцах товаров (результатах работ) и (или) призов в рекламных целях вне зданий (сооружений) и вне витрин;

вертолетах, строительных кранах и иных видах техники с рекламой;

поверхности зданий (сооружений) и иных объектах, используемых для размещения (распространения) наружной рекламы с помощью проекционного оборудования.

Для случаев, указанных в абзацах четвертом–десятом части второй настоящего пункта, площадь рекламного поля (S) равна единице.

Для расчета платы при размещении (распространении) растяжек срок размещения наружной рекламы исчисляется в днях.

При расчете платы и наличии оснований для применения повышающих и понижающих коэффициентов, определенных в приложении 2 к настоящему решению, применяются все соответствующие коэффициенты путем их перемножения.

4. Плата за предоставление права на использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях в случаях, когда место размещения средства наружной рекламы находится в собственности другой административно-территориальной единицы, республиканской или частной собственности, равна 75 процентам от платы, которую уплатил бы рекламодатель (рекламораспространитель) в случае размещения средства наружной рекламы в аналогичных условиях на объектах собственности города Гродно.

5. Признать утратившим силу решение Гродненского городского исполнительного комитета от 25 февраля 2009 г. № 123 «О некоторых вопросах размещения (распространения) на территории города Гродно наружной рекламы и ее средств, рекламы на транспортных средствах» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2009 г., № 220, 9/25835).

6. Настоящее решение обнародовать (опубликовать) в газете «Гродзенская праўда».

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

Председатель

А.П.Худык

Управляющий делами

О.Г.Белинский

Категории территорий города Гродно

1. Высшая категория:

площадь Ленина, а также участки улиц, прилегающие к площади Ленина;

площадь Советская, а также участки улиц, прилегающие к площади Советской;

площадь Тызенгауза, а также участки улиц, прилегающие к площади Тызенгауза;

улица Советская;

территория, прилегающая к площади автовокзала;

территория, прилегающая к площади железнодорожного вокзала;

проспект Клецкова;

проспект Космонавтов;

проспект Румлевский;

проспект Янки Купалы;

кольцевые транспортные развязки города Гродно.

2. Первая категория:

площадь Декабристов;

бульвар Ленинского Комсомола;

шоссе Индурское;

улица Антонова;

улица Белуша;

улица Большая Троицкая;

улица Брикеля;

улица Буденного;

улица Виленская;

улица Врублевского;

улица Горновых;

улица Максима Горького;

улица Дзержинского;

улица Дубко А.И.;

улица Замковая;

улица Кабяка;

улица Карла Маркса;

улица Кирова;
улица Курчатова;
улица Ленина;
улица Лиможа;
улица Магистральная;
улица Маслакова Д.А.;
улица Мостовая;
улица Мясницкая;
улица Ожешко;
улица Октябрьская;
улица Соломовой;
улица Победы;
улица Полиграфистов;
улица Поповича;
улица Советских Пограничников;
улица Социалистическая;
улица Стефана Батория;
улица Суворова;
улица Тавлая;
улица Южная;
переулок Виленский;
перекрестки улиц города Гродно.

3. Вторая категория – участки территорий города Гродно, не вошедшие в высшую и первую категории.

Приложение 2
к решению Гродненского
городского исполнительного
комитета
07.10.2013 № 561

Повышающие и понижающие коэффициенты,
применяемые при расчете платы за размещение
(распространение) наружной рекламы на
территории города Гродно

Вид	Размер	Основание для применения коэффициента
К1		повышающий коэффициент, применяемый при размещении (распространении) на территории города Гродно:
	1,4	плакатниц и иных выносных рекламных конструкций на крыльце, балконе или крыше зданий (сооружений), являющихся историко-культурными ценностями, либо в зонах их охраны
	1,3	плакатниц и иных выносных рекламных конструкций с площадью рекламного поля свыше 1 квадратного метра
	1,2	иных средств наружной рекламы
К2	0,8	понижающий коэффициент, применяемый в случае содействия рекламодателя в размещении социальной рекламы городских и общереспубликанских праздников на принадлежащих ему средствах наружной рекламы и за счет собственных средств (применительно к конструкциям операторов наружной рекламы)
К3		понижающий коэффициент, учитывающий особенности места размещения средств наружной рекламы:
	0,8	при размещении средств наружной рекламы на территориях первой категории
	0,7	при размещении средств наружной рекламы на территориях второй категории
К4		понижающий коэффициент, учитывающий площадь рекламного поля:
	0,7	при площади рекламного поля от 18 квадратных метров (включительно) до 50 квадратных метров
	0,5	при площади рекламного поля от 50 квадратных метров (включительно) и более
К5	0,75	понижающий коэффициент, учитывающий техническую сложность средств наружной рекламы (для средств наружной

		рекламы с автоматической сменой композиций; электронных табло, бегущей строки, светодиодных, проекционных и иных экранов; вращающихся щитов; надкрышных рекламных конструкций; лайтпостеров)
К6		понижающий коэффициент, учитывающий особенности размещения (распространения) отдельных видов наружной рекламы и ее средств:
	0,75	при размещении (распространении) наружной рекламы в витринах, под городскими часами
	0,6	при размещении средств наружной рекламы на путепроводах
	0,5	при размещении (распространении) рекламы продукции, товаров, работ, услуг производимых на территории Республики Беларусь отечественными производителями
	0,5	при размещении растяжек
	0,5	при размещении (распространении) наружной рекламы на остановочных пунктах общественного транспорта, ограждениях
	0,4	при размещении (распространении) наружной рекламы на строительных сетках и иных строительных объектах площадью до 100 квадратных метров, объемно-пространственных рекламных конструкциях
	0,15	при размещении (распространении) наружной рекламы на строительных сетках и иных строительных объектах площадью от 100 до 300 квадратных метров, образцов товаров (результатов работ) и (или) призов в рекламных целях вне зданий (сооружений) и вне витрин
	0,03	при размещении (распространении) наружной рекламы на строительных сетках и иных строительных объектах площадью от 300 квадратных метров и более, воздушных шарах, дирижаблях
	0,012	при размещении зонтов, навесов, тентов
	0,09	при размещении (распространении) наружной рекламы на павильонах
	0,004	при размещении (распространении) наружной рекламы на вертолетах, строительных кранах и иных видах техники
К7	0,7	понижающий коэффициент, применяемый к отдельно стоящим средствам наружной рекламы с площадью рекламного поля не менее 12 квадратных метров, размещенных вдоль автомобильных дорог и улиц населенных пунктов, при обзоре рекламных полей которых по ходу движения транспортного средства между этими средствами наружной рекламы и транспортным средством имеется полоса встречного движения