

Додаток 6
до Правил розміщення
зовнішньої реклами на території
Уманської міської
територіальної громади

**Методика визначення
розміру плати за тимчасове користування місцями, які перебувають у
комунальній власності Уманської міської територіальної громади для
розташування рекламних засобів**

1. Методика визначення розміру плати за тимчасове користування місцями, які перебувають у комунальній власності Уманської міської територіальної громади для розташування рекламних засобів (далі – Методика) розроблена з метою створення єдиного організаціо-економічного механізму щодо оплати за тимчасове користування місцями, які перебувають у комунальній власності для розташування рекламних засобів.

2. Методика встановлює порядок визначення місячної плати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, що перебувають у комунальній власності, на об'єктах благоустрою Уманської міської територіальної громади. Базова ставка для визначення плати за користування місцями розташування рекламних засобів, які перебувають у комунальній власності, становить відсоток від мінімальної заробітної плати, яка діє на день укладення договору про тимчасове користування місцями, за 1м² розгорнутої площі рекламного засобу (одиницю), залежно від типу та місця розташування рекламних засобів. Базова ставка зазначена в таблиці 1.

Із зміною мінімальної заробітної плати, сума плати по договору про тимчасове користування місцями, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламного засобу, який укладений між оператором та розповсюджувачем зовнішньої реклами раніше (до змін розміру мінімальної заробітної плати) змінюється.

Таблиця 1

Базові ставки для визначення плати за користування місцями розташування
реklamних засобів

№ п/п	Тип рекламного засобу	Базова ставка за місяць з розрахунку 1 м ² розгорнутої площі рекламного засобу(%)	Базова ставка за місяць з розрахунку за одиницю (%)
1.	Щит, що стоїть окремо	1	
2.	Щит, що стоїть окремо (суперсайт)	1	
3.	Телевізійний екран, що стоїть окремо		20
4.	Лайтпостер (сітілайт), що стоїть окремо	2	
5.	Лайтпостер, що стоїть окремо на опорі	2	
6.	Тумба, об'ємно-просторова конструкція, що стоїть окремо		
6.1.	З технологією зміни зображення	6	
6.2.	З підсвічування	3	
6.3.	Без підсвічування та без технології зміни зображення	2	
7.	Конструкція на даху будинку (будівлі), споруди		
7.1	З підсвічуванням		20
7.2	Без підсвічування		7
8.	Телевізійний екран на даху будинку (будівлі), споруди		20
9.	Електронне табло, «рядок, що біжить» на даху будинку (будівлі), споруди	2	
10.	Електронне табло, «рядок, що біжить» на фасаді будинку (будівлі), споруди	2	
11.	Щит на фасаді будинку (будівлі), споруди		10
11.1.	З підсвічуванням	2	
11.2.	Без підсвічування	1	
12.	Телевізійний екран на фасаді будинку		20
13.	Медіафасад		25

14.	Графічна (лазерна) проєкційна установка; об'ємно-просторова (голографічна) проєкційна установка		10
15.	Банер, панно на фасаді будинку (будівлі), споруди	2	
16.	Банер, панно на захисній будівельній сітці		
16.1	З підсвічуванням		10
16.2	Без підсвічування		5
17.	Кронштейн на фасаді будинку (будівлі), споруди	1	
17.1.	З підсвічуванням	2	
17.2.	Без підсвічування	1	
18.	Конструкція, що трансформується	2	
19.	Художньо-просторова композиція (зелені насадження, фітокомпозиції тощо), яка використовуються як рекламоносій	0,25	
20.	Спеціальна рекламна конструкція на фасаді будинку (будівлі), споруди	1	
21.	Об'ємно-просторова конструкція індивідуального дизайнерського рішення, що стоїть окремо на землі	2	
22.	Аудіотранслятор та інші засоби відтворення звуку		3
23.	Пілон (стела), що стоїть окремо	2	
	Інші тимчасові засоби реклами (до 5 діб):		
1.	Конструкція, яка переміщається фізичною особою (типу «сендвіч» (за добу)		2,5
2.	Аудіореklamна акція з використанням міського середовища (за добу)		
2.1.	З переміщення по місту		7
2.2.	Без переміщення по місту		5
3.	Рекламна акція з демонстрацією зразків продукції та послуг (за добу)		
3.1.	З переміщенням по місту		2,5
3.2.	Без переміщення по місту		2
4.	Пневмостенд, повітряна куля, які використовуються як рекламоносій (за добу)		7

3. Розмір плати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів визначається при укладанні договору між оператором та розповсюджувачем зовнішньої реклами і складається з базової ставки, помноженої на площу місця розташування рекламного засобу та коефіцієнтів зонування, на які послідовно перемножується базова ставка, не враховуючи податок на додану вартість та податок на рекламу, які обчислюються додатково, відповідно до чинного законодавства України.

4. Формула визначення щомісячної плати за користування місцями розташування рекламних засобів має такий вигляд:

$$П(\text{міс.}) = Z_{\text{min}} \times Бс \times Sp \times Kз,$$

де $П(\text{міс.})$ – розмір місячної плати;

Z_{min} – мінімальна заробітна плата на день укладання договору;

$Бс$ – базова ставка;

Sp – площа місця розташування рекламного засобу;

$Kз$ – зональний коефіцієнт місця розміщення РЗ.

5. Площа місця розташування рекламного засобу визначається як сума площі горизонтальної проекції рекламного засобу на це місце та прилеглої ділянки завширшки 0,5 метра за периметром горизонтальної проекції цього засобу. Для наземного та недахового рекламного засобу площа місця дорівнює розгорнутій площі вертикальної проекції цього засобу на уявну паралельну їй площину.

6. Сплата за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів здійснюється щомісячно в національній валюті до 10 числа місяця, наступного за розрахунковим, протягом терміну дії договору.

7. Розповсюджувач реклами не звільняється від плати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів при відсутності рекламного засобу.

8. За тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, що розміщуються терміном до одного місяця, плата стягується, як за повний місяць.

9. Коефіцієнти зонування відносно зони розміщення рекламних засобів

Зона розміщення	Коефіцієнт – $Kз$
1. Зона 1 Територія визначена вулицями: Тишика (від будинку 1 до будинку 40) Київською (від будинку 2 до будинку 10), територією НДП «Софіївка» НАН України, вул. Челюскінців, вул. Фортечна (від будинку 45 до будинку 52), пониззям річки Уманка, парком Хаші, територією Осташівського ставу, вул. Успенська (від будинку 35 до вул. Тишика)	1,5
2. Зона 2. Визначена межею форматної зони 1 та територією НДП «Софіївка» НАН України, вул. Семеренка, вул. Визволителів, територією ставу Звірки, вул. Миколи Хвильового (від будинку 79 до будинку 1), вул. Південною (від будинку 7 до будинку 1), вул. Михайлівською (від будинку 91 до будинку 75), вул. Вишиваною (від будинку 5 до будинку 17) вул. Михайла Доагоманова (від будинку 4 до будинку 40), вул. Старицького, вул. Залізничною, вул. Енергетичною, вул. Заводською, вул. Гетьманською, вул. Європейською (від будинку 55 до будинку 110), вул. Захисників України, вул. Авіаторів, вул. Київською до площі Перемоги України, вул. Єднання (від площі Перемоги України до Інститутської), територією НДП «Софіївка» НАН України.	1,3

3. Зона 3. Включає території Уманської міської територіальної громади, які не увійшли до 0, 1 та 2 та 4 форматних зон	1
4. Зона 4. Включає площі: Перемоги України, Конституції, Івангородську, Вокзальну магістральні вулиці: Єднання, Київська, Тищика, Залізняка, Городецька, Заводська, Теплична, Європейська, Незалежності, Залізнична, Енергетична, Небесної сотні, Визволителів, Праці, Дерев'янка (за межами форматних зон 0,1,2,)	1,5

10. Розмір плати за користування місцями під час проведення масових заходів рекламного характеру, видовищного, споживчого, культурно-просвітницького, спортивного та іншого характеру, які поєднуються з рекламними заходами, визначаються відповідним договором, що укладається з організаторами таких заходів, за формулою :

$$П(\text{денна}) = Z_{\text{min}} \times Бс \times 0,1 \times \text{Стер.} \times Кз,$$

Приклад: $П(\text{денна}) = 41,73 \times 0,1 \times 50 \times 2,5 = 521,63$ грн.

де **Бс** – базова ставка;

Z_{min} – мінімальна заробітна плата на день укладання договору;

0,1 – понижаючий коефіцієнт, який застосовується до рекламних засобів під час проведення масових заходів;

Стер. – площа міської території, що використовується організаторами масового заходу для розміщення обладнання, призначеного для проведення заходу (сцена, палатки, звукова апаратура, автотранспорт тощо);

Кз – зональний коефіцієнт місця розміщення РЗ.

11. Розміщення соціальної реклами відбувається на окремих умовах, у відповідності до укладених договорів.