

## Положение

О порядке формирования стоимости услуг по размещению рекламы и её средств на стационарных объектах и в (на) подвижном составе государственного предприятия «Минский метрополитен»

Настоящее положение разработано в соответствии с Законом Республики Беларусь от 10.05.2007 № 225-3 «О рекламе», Законом Республики Беларусь от 10.05.1999 № 255-3 «О ценообразовании», Указом Президента Республики Беларусь от 25.02.2011 № 72 «О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) в Республике Беларусь, Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 07.07.2021 № 395 «О мерах по реализации Закона Республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам размещения рекламы», Положением «О порядке формирования и применения цен (тарифов) на товары (работы, услуги) государственного предприятия «Минский метрополитен», утверждённым приказом государственного предприятия «Минский метрополитен» от 01.03.2019 № 227 и определяет порядок формирования и применения тарифов и коэффициентов, а также порядок проведения торгов при размещении рекламы на стационарных объектах и в (на) подвижном составе государственного предприятия «Минский метрополитен» (далее - Минский метрополитен).

### ГЛАВА I

#### ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ ТАРИФОВ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ РЕКЛАМЫ И ЕЁ СРЕДСТВ НА СТАЦИОНАРНЫХ ОБЪЕКТАХ И В (НА) ПОДВИЖНОМ СОСТАВЕ МИНСКОГО МЕТРОПОЛИТЕНА.

1.1. Формирование тарифов на услуги по размещению рекламы и её средств на стационарных объектах и в (на) подвижном составе Минского метрополитена осуществляется в соответствии с действующими нормативными правовыми актами с учетом конъюнктуры рынка на основе плановых затрат (себестоимости), налогов и неналоговых платежей, прибыли.

Плановые затраты включаются в себестоимость в соответствии с учетной политикой предприятия.

Налоги и неналоговые платежи включаются в тариф в размерах и порядке, согласно законодательству Республики Беларусь.

1.2. Формирование тарифов производится по каждому виду рекламной продукции в соответствии с требованиями действующего Положения о

порядке формирования и применения отпускных цен (тарифов) на товары (работы, услуги) государственного предприятия «Минский метрополитен».

1.3. При расчете плановой себестоимости затраты группируются в соответствии с их экономическим содержанием по следующим статьям:

заработная плата производственного персонала;  
начисления на заработную плату;  
материалы;  
электроэнергия;  
общепроизводственные (накладные) расходы;  
общехозяйственные расходы.

1.4. При расчёте тарифов на услуги по размещению рекламы и её средств на стационарных объектах и в подвижном составе Минского метрополитена в себестоимость услуг включаются расходы на электроэнергию для обеспечения освещения рекламных носителей, не потребляющих электроэнергию и не имеющих внутренней (внешней) подсветки.

При размещении рекламы и её средств на стационарных объектах расчёт затрат на электроэнергию производится исходя из 15 Вт/м.кв. рекламного носителя и режима освещения в соответствии с режимом работы Минского метрополитена с 5 часов 30 минут до 00 часов 40 минут, что составляет 19,2 часа в сутки.

При размещении рекламы в подвижном составе расчёт затрат на электроэнергию производится исходя из общей площади, занимаемой рекламными носителями в подвижном составе, мощности светильников, потребляемой на освещение рекламных носителей и времени нахождения состава на линии.

Расход электроэнергии, потребляемой непосредственно рекламным носителем, оплачивается заказчиками на основании отдельно заключаемых договоров на пользование электрической энергией от электроустановок Минского метрополитена.

1.5. Плановые калькуляции рассчитываются работниками рекламно-информационного отдела в соответствии с их должностными обязанностями, подписываются начальником рекламно-информационного отдела, согласовываются с начальником планово-экономического отдела, заместителем директора по экономике (либо лицом его замещающим), утверждаются директором Минского метрополитена.

К плановой калькуляции в обязательном порядке прилагаются экономические расчеты, подтверждающие уровень тарифов.

1.6. На основании тарифов, утвержденных калькуляциями, формируются прейскурранты на услуги по размещению рекламы и ее средств на стационарных объектах и в подвижном составе Минского метрополитена.

## ГЛАВА 2 ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ СТОИМОСТИ УСЛУГ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ РЕКЛАМЫ НА СТАЦИОНАРНЫХ ОБЪЕКТАХ МИНСКОГО МЕТРОПОЛИТЕНА.

2.1. Стоимость услуг по размещению рекламы на стационарных объектах Минского метрополитена устанавливается по итогам торгов на право размещения средств рекламы на недвижимом имуществе Минского метрополитена.

2.2. Организует и проводит торги государственное предприятие «МГЦН» в соответствии с Положением о порядке проведения торгов на право размещения средств рекламы на государственном недвижимом имуществе, утвержденным Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 07.07.2021 №395 на основании договора поручения на организацию и проведение торгов на право размещения средств рекламы.

2.3. Порядок формирования лотов, начальной цены предмета торгов, условия оплаты, сроки заключения договоров определяется на заседании постоянно действующей Комиссии по вопросам размещения рекламы на стационарных объектах и в (на) подвижном составе государственного предприятия «Минский метрополитен» (далее – комиссия). Решение комиссии отражается в протоколе заседания.

2.4. Формирование лотов осуществляется в соответствии с дизайн-проектами размещения рекламы на станциях Минского метрополитена, а также в соответствии Перечнем рекламной продукции, возможной к размещению на стационарных объектах Минского метрополитена. Срок заключения договоров для сложнотехнических средств рекламы - 5 лет, для рекламы, представленной на самоклеящейся пленке - 3 года.

2.5. В случае признания торгов несостоявшимися, для проведения последующего аукциона, по решению комиссии может быть пересмотрен порядок формирования лота и (или) его начальной цены, срок размещения.

2.6. Начальная цена предмета торгов формируется исходя из:

2.6.1. действующего на предприятии прейскурранта на услуги по размещению рекламы и её средств на стационарных объектах государственного предприятия «Минский метрополитен» и Положения о порядке формирования стоимости услуг по размещению рекламы и её средств на стационарных объектах и в (на) подвижном составе государственного предприятия «Минский метрополитен».

2.6.2. фактической выручки, полученной от предоставления рекламных услуг по отдельным видам рекламной продукции, сформированной по результатам последних торгов с учетом индексации.

2.6.3. договорной стоимости.

2.7. Расчёт стоимости услуг на стационарных объектах метрополитена производится по следующей формуле:

$$Д = Т \times N \times K_{\text{кат.}} \times K_{\text{пон.}} + \text{НДС}, \text{ где:}$$

Д – стоимость услуг по договору;

Т – тариф на услугу по размещению рекламного носителя, установленный за 1 календарный месяц, руб.;

N – количество рекламных носителей, ед.;

$K_{\text{кат.}}$  – коэффициент категорийности станций с учётом пассажиропотока;

$K_{\text{пон.}}$  – понижающий коэффициент;

НДС – налог на добавленную стоимость.

При расчёте стоимости услуг по размещению рекламы и её средств на стационарных объектах Минского метрополитена устанавливаются следующие коэффициенты:

Коэффициент категорийности станций с учётом пассажиропотока ( $K_{\text{кат.}}$ ), исходя из среднесуточной перевозки пассажиров:

Категория станции	Станции Минского метрополитена	Коэффициент
первая категория (свыше 50 000 чел.)	Уручье, Площадь Я.Коласа, Площадь Ленина, Октябрьская, Купаловская, Каменная Горка	3
вторая категория (свыше 30 000 чел. до 50 000 чел. включительно)	Малиновка, Петровщина, Институт Культуры, Площадь Победы, Академия Наук, Могилёвская, Партизанская, Немига, Пушкинская	2
третья категория (до 30 000 чел. включительно)	Михалово, Грушевка, Парк Челюскинцев, Московская, Восток, Борисовский тракт, Автозаводская, Тракторный завод, Пролетарская, Первомайская, Фрунзенская, Молодёжная, Спортивная, Кунцевщина, Ковальская Слобода, Вокзальная, Площадь Франтишка Богушевича, Юбилейная площадь»	1

При принятии организацией, размещающей рекламу с применением сложнотехнических средств (плазменных, жидкокристаллических дисплеев, видеоэкранов, видеопроекторов), договорных обязательств по размещению социальной рекламы объёмом не менее 25 % от общего объёма размещаемой рекламы при расчете стоимости услуг применяется коэффициент  $K_{\text{пон.}} = 0,84$ ;

2.8. Оплата за оказанные рекламные услуги осуществляется рекламодателем ежемесячно на условиях 100% предоплаты путём внесения

средств на расчётный счёт Минского метрополитена в течение первых 3 (трёх) рабочих дней текущего месяца.

2.9. Размер применяемых тарифов и коэффициентов должен обеспечивать безубыточность услуг по размещению рекламы и её средств на стационарных объектах Минского метрополитена.

### ГЛАВА 3 ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ СТОИМОСТИ УСЛУГ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ РЕКЛАМЫ В (НА) ПОДВИЖНОМ СОСТАВЕ МИНСКОГО МЕТРОПОЛИТЕНА.

3.1. Стоимость услуг по размещению рекламы в подвижном составе рассчитывается:

3.1.1. при размещении коммерческой рекламы - по действующим на момент оказания услуги тарифам, установленным в соответствии с прейскурантом на услуги по размещению рекламной продукции и её средств в подвижном составе, оказываемые государственным предприятием «Минский метрополитен.

Расчёт стоимости услуг по плакатам, размещаемым в подвижном составе метрополитена, производится по следующей формуле:

$$Д = ((Т \times N / 10) + НДС) \times t ,$$

где:

Д – стоимость услуг по договору;

Т — тариф на услугу по размещению рекламной продукции, (установленный за 1 сутки размещения 10 единиц), руб.;

N — количество рекламной продукции, ед.;

t — срок размещения рекламной продукции, сутки;

НДС – налог на добавленную стоимость;

3.1.2. при размещении мониторов, расположенных в подвижном составе с ЖК-экраном диагональю 18,5 дюймов - по следующей формуле:

$$Д = ((Т \times N) + НДС) \times t ,$$

где:

Д – стоимость услуг по договору;

Т — тариф на услугу по размещению рекламной продукции, руб.;

N — количество рекламной продукции, ед.;

t — срок размещения рекламной продукции, сутки;

НДС – налог на добавленную стоимость;

3.1.3. для некоммерческих организаций (государственные учреждения, бюджетные, общественные, религиозные и другие некоммерческие организации), а также размещение рекламы по поручениям председателя (заместителя председателя) Мингорисполкома - по действующим на момент

оказания услуги тарифам, предусмотренным для некоммерческих организаций.

3.1.4. Стоимость услуг по размещению рекламы на бортах, внутренней стороне салона вагона, дверях подвижного состава, на перегородке между салоном головного вагона М-110 и кабиной машиниста устанавливается в размере:

1,5 базовой величины – за один день размещения рекламы на бортах или внутренней стороне салона одного вагона (с налогом на добавленную стоимость);

0,5 базовой величины - за один день размещения рекламы на дверях одного вагона (с налогом на добавленную стоимость);

0,25 базовой величины – за один день размещения рекламы в одном составе на двух перегородках между салоном головного вагона М-110 и кабиной машиниста (с налогом на добавленную стоимость);

0,2 базовой величины – за один день размещения рекламы на бортах одного вагона (с налогом на добавленную стоимость), при размещении рекламы культурно-просветительской направленности по поручениям председателя (заместителя председателя) Мингорисполкома.

Срок заключения договора при размещении рекламы на бортах, внутренней стороне салона вагона, на перегородке между салоном головного вагона М-110 и кабиной машиниста - не менее 3 месяцев.

3.2. Размещение рекламной продукции в подвижном составе Минского метрополитена может осуществляться по результатам торгов, проводимых государственным предприятием МГЦН.

3.2.1. Формирование лотов осуществляется в соответствии со схемами размещения рекламы в подвижном составе Минского метрополитена, утвержденными директором метрополитена, а также в соответствии перечнем рекламной продукции, возможной к размещению в (на) подвижном составе Минского метрополитена. Срок заключения договоров для сложнотехнических средств рекламы - 5 лет, для рекламных плакатов, размещаемых в информационных карманах вагонов и плакатов, представленных на самоклеящейся пленке - 3 года.

3.2.2. Начальная цена предмета торгов формируется:

по действующим на момент оказания услуги тарифам, установленным прејскурантом на услуги по размещению рекламной продукции и её средств в подвижном составе;

фактической выручки, полученной от предоставления рекламных услуг по отдельным видам рекламной продукции, сформированной по результатам последних торгов с учетом индексации.

3.3. Оплата за оказанные рекламные услуги осуществляется рекламодателем ежемесячно на условиях 100% предоплаты путём внесения средств на расчётный счёт Минского метрополитена в течение первых 3 (трёх) рабочих дней текущего месяца.

3.4. Размер применяемых тарифов должен обеспечивать безубыточность услуг по размещению рекламы и её средств в (на) подвижном составе Минского метрополитена.

#### ГЛАВА 4 ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

4.1. Персональная ответственность за правильность оформления договоров об оказании услуг по размещению рекламы на стационарных объектах и в (на) подвижном составе Минского метрополитена, применения действующих тарифов и коэффициентов при определении стоимости рекламных услуг возлагается на начальника рекламно-информационного отдела.

Положение «О порядке формирования стоимости услуг по размещению рекламы и её средств на стационарных объектах и в (на) подвижном составе государственного предприятия «Минский метрополитен» утверждено приказом директора от 23.05.2024 № 317. Вводится в действие с 01.06.2024.