Проект вносится   
Администрацией города

МУНИЦИПАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

ГОРОДСКОЙ ОКРУГ СУРГУТ

ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА - ЮГРЫ

**ДУМА ГОРОДА СУРГУТА**

**РЕШЕНИЕ**

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г. № \_\_\_\_\_\_\_\_\_

О внесении изменений в решение Думы города от 29.09.2006 № 74-IV ДГ   
«О Правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута»

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ   
«Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», статьей 31 Устава муниципального образования городской округ Сургут Ханты-Мансийского автономного округа - Югры Дума города РЕШИЛА:

Внести в решение Думы города от 29.09.2006 № 74-IV ДГ «О Правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута» следующие изменения:

1) пункт 5 части 2 статьи 3 приложения к решению изложить в следующей редакции:

«5) рекламно-информационный стенд – рекламная конструкция  
с одним или двумя информационными полями, располагаемая на тротуаре или на прилегающем к тротуару газоне, либо на разделительной полосе автомобильной парковки. Размер одного информационного   
поля рекламно-информационного стенда составляет 1,8 м x 1,75 м, допускаются индивидуальные размеры экспонируемой поверхности. Площадь информационного поля афишного стенда определяется общей площадью его сторон. Рекламно-информационные стенды предназначены для размещения рекламы и информации как общего характера (о репертуарах театров, кинотеатров, спортивных и иных массовых мероприятиях, событиях общественного, культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера), так и для размещения рекламы и информации о товарах, услугах, мероприятиях, акциях, относящихся к объектам, на территориях которых они установлены.»;

2) часть 2 статьи 3 приложения к решению дополнить:

«6) афишная тумба – рекламно-информационная конструкция с одним или несколькими информационными полями (может быть в плане круглой,   
или треугольной формы – типа пиллара), располагаемая на тротуаре   
или на прилегающем к тротуарам газоне. Высота – до 3 м, площадь информационного поля (экспонируемой поверхности) – расчетная.

7) стела – рекламная конструкция, размещаемая в границах земельного участка, на котором расположено отдельно стоящее нежилое здание   
(или комплекс зданий), используемое в целях размещения в нем торговых объектов, объектов общественного питания, бытового обслуживания, объектов офисного назначения. Размер информационного поля стелы определяется площадью поверхностей, предназначенных для размещения рекламы.

8) уникальная конструкция – рекламно-информационная или рекламно-имиджевая конструкция, размещаемая внутри транспортных развязок,  
на территориях общественного назначения или территориях находящихся  
в частной собственности.»;

3) в абзаце первом части 3 статьи 3 приложения к решению исключить слова «, элементах благоустройства»;

4) пункт 2 части 3 статьи 3 приложения к решению исключить;

5) в пункте 3 части 3 статьи 3 приложения к решению слова «должно использоваться» заменить словом «используется», после слов «рекламы (социальной рекламы)» дополнить словами «, но не более 1500 кв.м.»;

6) часть 5 статьи 3 приложения к решению дополнить словами «Изображения рекламных конструкций типов допустимых к установке   
на территории города Сургута, указанных в частях 2, 3 настоящей статьи, приведены в приложении 2 к настоящим Правилам.»;

7) в абзацах первом и втором части 7 статьи 3 приложения к решению после слов «федеральным законом» исключить слова «, а также конструкции   
в виде ценовых табло автозаправочных станций»;

8) часть 1 статьи 4 приложения к решению дополнить пунктом 6:

«6) размещать отдельно стоящие рекламные конструкции на земельных участках по отношению друг к другу с нарушением радиусов визуального комфорта, установленных для каждого типа рекламных конструкций   
и указанных в приложении 3 к настоящим Правилам, за исключением рекламных (рекламно-информационных) конструкций, устанавливаемых   
в зонах с особым регулированием радиусов визуального комфорта, также указанных в приложении 3 к настоящим Правилам;»;

9) статью 6 приложения к решению дополнить частями 5, 5.1  
и изложить в следующей редакции:

«5. Решение об отказе в выдаче разрешения на установку   
и эксплуатацию рекламной конструкции принанимается в случае отсутствия полученного в установленном порядке согласия собственников помещений   
в многоквартирном доме на присоединение рекламной конструкции   
к общему имуществу собственников этих помещений.

5.1. В случае если разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции было выдано в отсутствие указанного согласия, это разрешение подлежит аннулированию на основании предписания антимонопольного органа.»;

10) часть 1 статьи 8 приложения к решению изложить в следующей редакции:

«1. Распространение рекламы и информации социального характера   
на территории города осуществляется с использованием рекламных конструкций, установленных на территории города, на договорной основе.»;

11) таблицу 2 приложения 1 к решению изложить в следующей редакции:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  п/п | Вид рекламной конструкции | Значение Крк |
| 1. | Отдельно стоящие конструкции |  |
| 1.1. | Сити-формат (размер информационного поля  1,2 м х 1,8 м);  афишный стенд (размер информационного поля  1,8 м х 1,75 м) | 2 |
| 1.2. | Сити-борд (размер информационного поля  2,7 м х 3,7 м);  билборд (размер информационного поля 3 м х 6 м) | 1,25 |
| 1.3. | Суперсайт (размер информационного поля 5 м х 15 м);  суперборд (размер информационного поля 4 м х 12 м) | 1 |
| 1.4. | Рекламно-информационный стенд  Афишная тумба | 1 |
| 1.5. | Стела | 1 |
| 1.6. | Уникальная конструкция | 2 |
| 2. | Рекламные конструкции, размещаемые на зданиях, сооружениях, элементах благоустройства города |  |
| 2.1. | Рекламная конструкция в составе остановочного пункта движения общественного транспорта (размер информационного поля 1,2 м х 1,8 м) | 2 |
| 2.2. | Стела | 1 |
| 2.3. | Медиафасад | 3 |
| 2.4. | Крышная рекламная конструкция | 2 |
| 3. | Временная рекламная конструкция | 1 |

12) дополнить решение приложениями 2, 3 в соответствии   
с приложениями к настоящему решению.

|  |  |
| --- | --- |
| Председатель Думы города  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_М.Н. Слепов  «\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2022 | Глава города  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.С. Филатов  «\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2022 |

Приложение 2

к Правилам распространения

наружной рекламы   
на территории города Сургута

Типовые отдельно стоящие рекламные конструкции

1) Сити-формат (пилон)

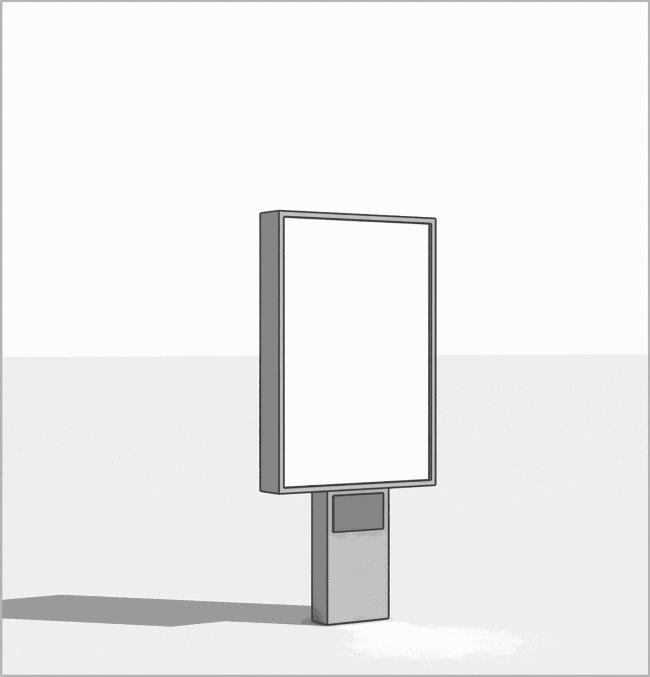


Рис. 1

1. Тип и вид рекламной конструкции: двухсторонняя щитовая рекламная конструкция.  
2. Экспонируемая поверхность: высота - 1,8 м, ширина - 1,2 м.

3. Количество сторон – 2.

4. Общая площадь - 4,32 кв. м.

5. Возможные технологии смены изображения:

- скроллер;

- другие технологии.

2) Сити-борд

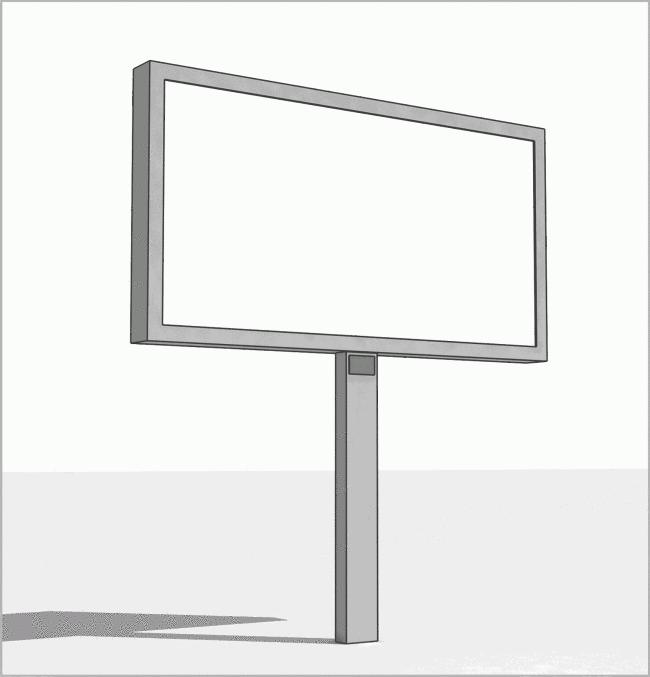


Рис. 2

1. Тип и вид рекламной конструкции: щитовая рекламная конструкция.

2. Экспонируемая поверхность: высота - 2,7 м, ширина - 3,7 м (ситиборд).

3. Количество сторон - 1-2.

4. Общая площадь – расчетная.

5. Возможные технологии смены изображения:

- призматрон;

- скроллер;

- электронный экран;

- другие технологии.

3) Билборд

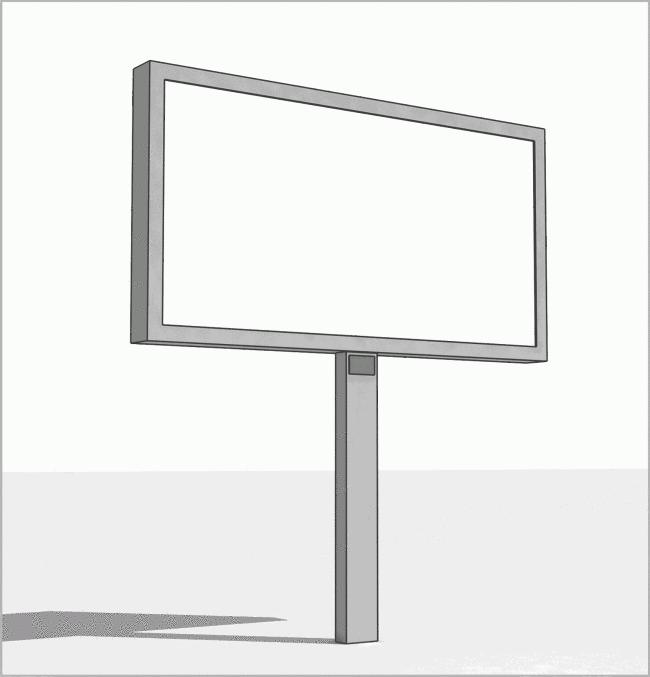


Рис. 3

1. Тип и вид рекламной конструкции: щитовая рекламная конструкция.

2. Экспонируемая поверхность: высота - 3 м, ширина - 6 м (билборд).

3. Количество сторон - 1-2.

4. Общая площадь – расчетная.

5. Возможные технологии смены изображения:

- призматрон;

- скроллер;

- электронный экран;

- другие технологии.

4) Суперсайт/суперборд

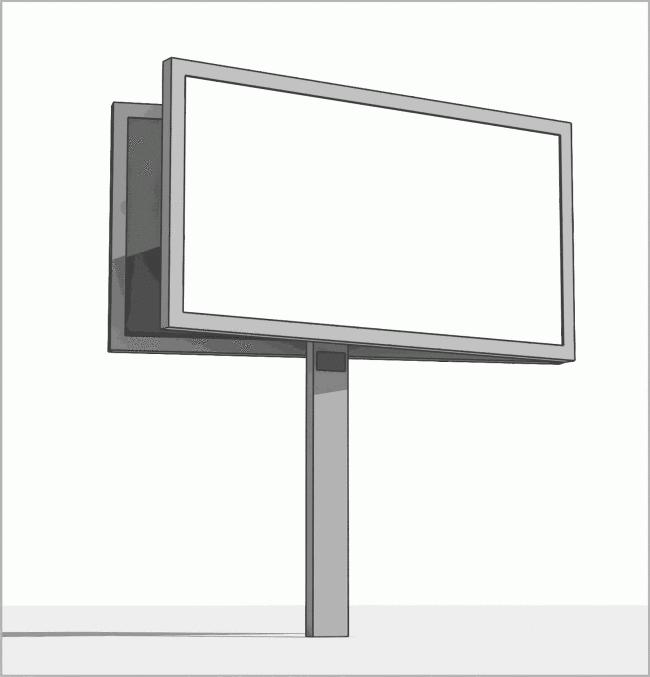


Рис. 4

1. Тип и вид рекламной конструкции: двухсторонняя щитовая рекламная конструкция (рекламные поверхности располагаются под углом).

2. Экспонируемая поверхность: высота - 5 м, ширина - 15 м (суперсайт).

3. Высота 4 м, ширина 12 м (суперборд).

4. Количество сторон - 2.

5. Общая площадь – расчетная.

6. Возможные технологии смены изображения:

- призматрон;

- скроллер;

- электронный экран;

- другие технологии.

5) Рекламно-информационный стенд

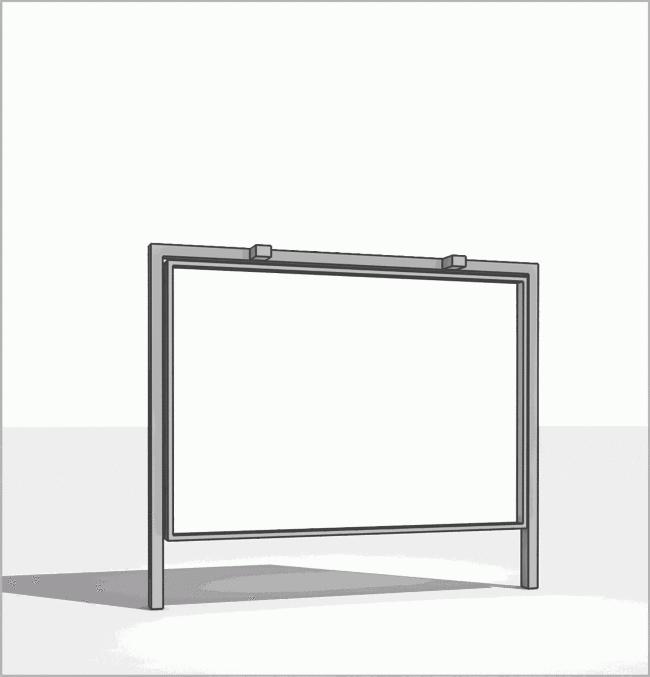


Рис. 5

1. Тип и вид рекламной конструкции: рекламная конструкция, имеющая внешние поверхности для размещения рекламной информации;

2. Экспонируемая поверхность: высота - 1,8 м, ширина - 1,75 м;

допускаются индивидуальные размеры экспонируемой поверхности;

3. Количество сторон - 1-2.

4. Общая площадь - 3,15 кв. м или расчетная, определяемая по общей площади используемых сторон.

6.1) Афишная тумба (Вариант 1)

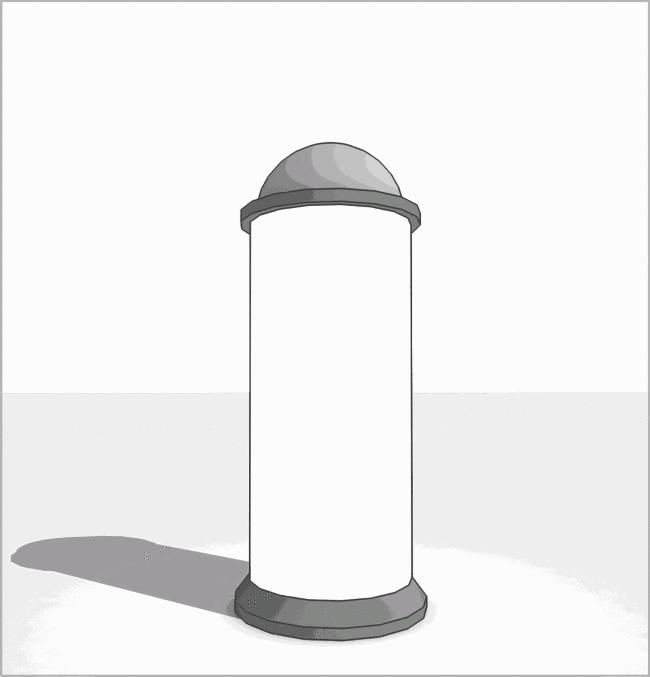


Рис. 6

1. Тип и вид рекламной конструкции: рекламная конструкция, имеющая внешние поверхности для размещения рекламной информации.

2. Экспонируемая поверхность: высота - до 3 м, ширина – расчетная.

3. Количество сторон - от 1.

4. Общая площадь – расчетная.

6.2) Афишная тумба (Вариант 2) – пиллар

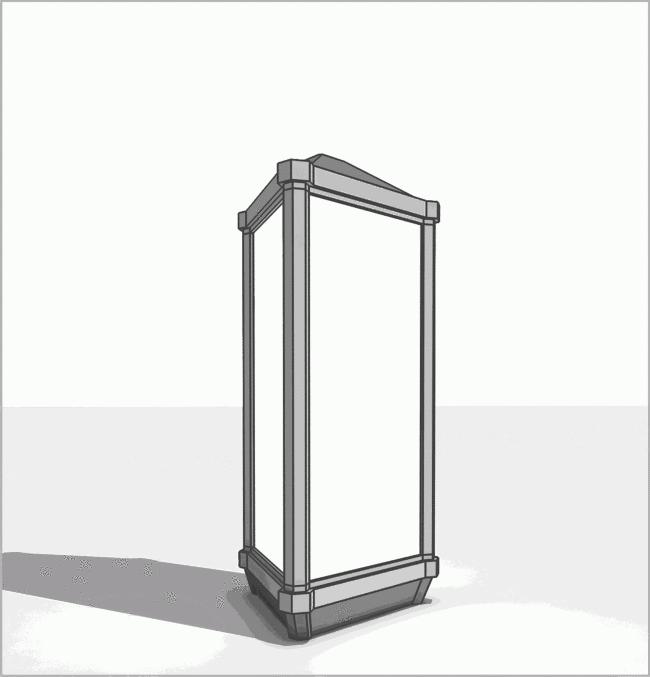


Рис. 7

1. Тип и вид рекламной конструкции: рекламная конструкция, имеющая внешние поверхности для размещения рекламной информации.

2. Экспонируемая поверхность: высота - 2,9 м, ширина одной стороны - 1,4 м.

3. Количество сторон - от 2 до 3.

4. Общая площадь – расчетная.

5. Возможные технологии смены изображения:

- скроллер;

- другие технологии.

7.1) Стела (Вариант 1 – для объектов торговли, общественного питания, бытового обслуживания, офисного назначения)



Рис. 8

1. Тип и вид рекламной конструкции: рекламная конструкция, имеющая внешние поверхности для размещения рекламной информации;

2. Экспонируемая поверхность: высота - индивидуальная, ширина - индивидуальная,  
общая площадь - расчетная;

3. Возможные технологии размещения изображения:

- световое динамическое;

- статическое;

- другие технологии.

7.2) Стела (Вариант 2 - для автозаправочной станции)



Рис. 9

1. Тип и вид рекламной конструкции: рекламно-информационная конструкция, имеющая внешние поверхности для размещения рекламной информации;  
2. Экспонируемая поверхность: высота – индивидуальная, ширина - индивидуальная,  
общая площадь - расчетная;

3. Возможные технологии смены изображения:

- световое динамическое;

- статическое;

- другие технологии.

8) Уникальная рекламная конструкция



Рис. 10

1. Тип и вид рекламной конструкции: рекламная конструкция, имеющая внешние поверхности для размещения рекламной информации;
2. Экспонируемая поверхность: высота - индивидуальная, ширина - индивидуальная.
3. Общая площадь – расчетная.
4. Возможные технологии смены изображения:

- призматрон;

- скроллер;

- электронный экран;

- другие технологии.

Рекламные конструкции, размещаемые на зданиях, сооружениях

1) Рекламная конструкция в составе остановочного пункта (совмещенная   
с конструктивными элементами остановочного пункта)



Рис. 11

2.1) Медиафасад (Вариант 1 - светодиодный экран большой площади, непрозрачный)



Рис. 12



Рис.13

1. Тип и вид рекламной конструкции: светодиодный экран большой площади, монтируемый на внешнюю поверхность строения (фасад, крыша).

2. Экспонируемая поверхность: общая площадь – расчетная, но не более 1500 кв.м.

3. Возможные конструкции устанавливаемого медиа-полотна:

- модульные;

- сетчатые;

- реечные;  
- кластерные.

2.2) Медиафасад (Вариант 2 - светодиодный экран большой площади прозрачный)



Рис. 14



Рис. 15

1. Тип и вид рекламной конструкции: светодиодный экран большой площади, монтируемый на внешнюю поверхность строения (фасад, крыша).

2. Экспонируемая поверхность: общая площадь – расчетная, но не более 1500 кв. м;

3. Возможные конструкции устанавливаемого медиа-полотна:

- модульные;

- сетчатые;

- реечные;

- кластерные.

3) Крышная рекламная конструкция



Рис. 16

1. Тип и вид рекламной конструкции: объемные элементы (логотип, название компании, информация) расположенные на крыше многоэтажного здания;

2. Экспонируемая поверхность: высота, ширина - определяется проектом   
и согласовывается в установленном порядке с департаментом архитектуры   
и градостроительства Администрации города, общая площадь – расчетная;

3. Возможные конструкции:

- объемные буквы и логотипы с внутренней подсветкой;

- плоские буквы и логотипы с внешней подсветкой.

Приложение 3

к [Правилам](#sub_10000) распространения

наружной рекламы   
на территории города Сургута

Минимальные расстояния между типовыми отдельно стоящими рекламными конструкциями

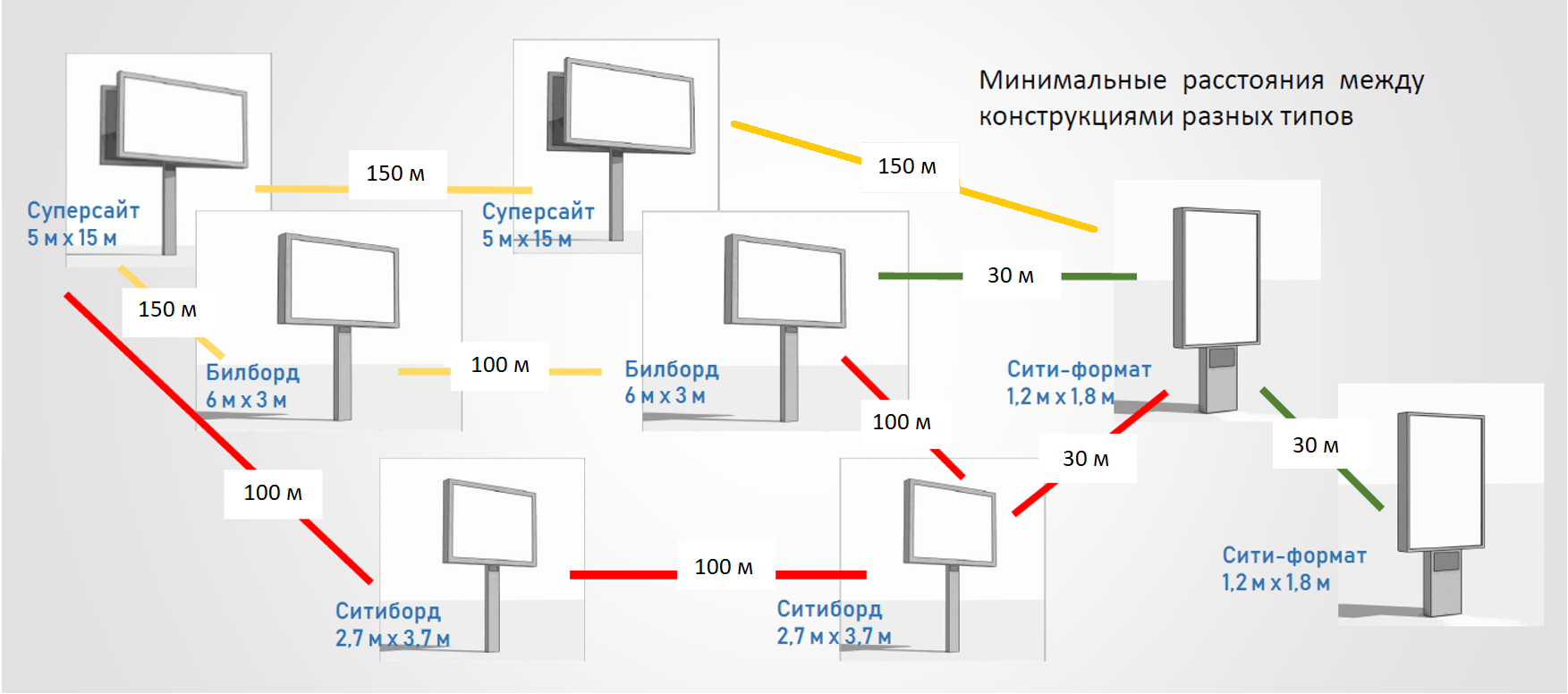


Рис. 1

Радиус размещения типовых отдельно стоящих рекламных конструкций на частных и муниципальных территориях

с учетом минимальных расстояний между ними

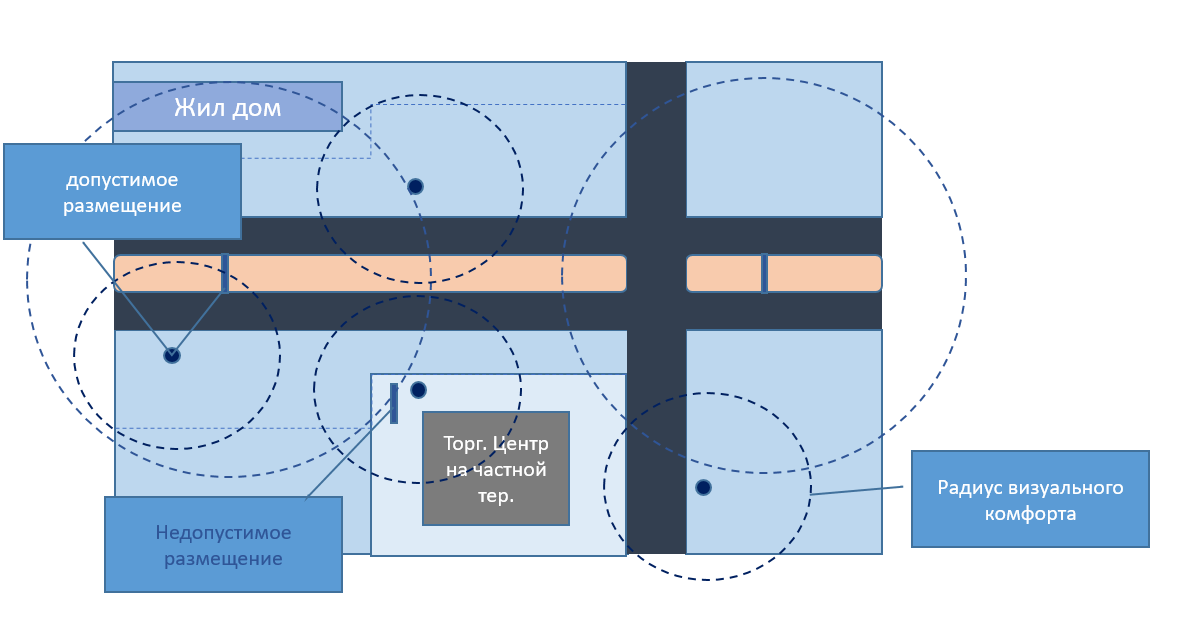


Рис. 2

Отклонения от минимальных расстояний между типовыми отдельно стоящими рекламными конструкциями возможны при разработке индивидуального проекта (в котором должны быть отражены, в том числе, все рекламные конструкции, установленные на смежных территориях, вне зависимости от форм собственности имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция) для территорий специализированного использования с учетом назначения расположенных на данных территориях объектов, в следующих случаях:

1. В случае размещения на территориях предприятий, осуществляющих торговую деятельность, оказание услуг бытового обслуживания, услуг общественного питания; торгово-развлекательных и многофункциональных центров, а именно на разделительных полосах гостевых наземных автостоянки, по периметру уличных зон отдыха посетителей, пешеходных эспланадах;
2. В случае размещения на территориях автозаправочных станций.

Согласование вышеупомянутых случаев размещения рекламных конструкций осуществляется на основании решения комиссии, утверждаемой муниципальным правовым актом, в состав которой должны входить органы архитектуры, городского хозяйства, дорожно-транспортного регулирования, городских ресурсоснабжающих организаций, контрольного управления.

В принятии решений комиссия обязана руководствоваться, в том числе, материалами «Стандарта комплексного развития территорий населенных пунктов Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «ЮГОРСКИЙ СТАНДАРТ» (утв. Приказом Департамента строительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 14.05.2021 № 213-П).