

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

№ п/п	Текст в действующей редакции	Вносимые изменения и текст в новой редакции
	Решение Думы	
	Часть 3	Часть 3
	«3. Считать утратившим силу решение городской Думы от 26.10.2005 № 507-III ДГ «О Правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута», за исключением приложения 2 к Правилам.»	Слова «, за исключением приложения 2 к Правилам» исключить
	Часть 4	Часть 4
	«4. Настоящее решение вступает в силу с момента официального опубликования, за исключением приложения 2 к Правилам.»	Слова «, за исключением приложения 2 к Правилам» исключить
	Приложение к Решению	Приложение к Решению
	Статья 1. Общие положения	Статья 1. Общие положения
	Часть 3 статьи 1: «3. Правила разработаны в соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе), Градостроительным кодексом Российской Федерации, Гражданским кодексом Российской Федерации, Жилищным кодексом Российской Федерации, Земельным кодексом Российской Федерации, нормативными правовыми актами Российской Федерации и Ханты-Мансийского автономного округа - Югры, регулирующими вопросы по установке и эксплуатации рекламных конструкций, Уставом муниципального образования городской округ город Сургут Ханты-Мансийского автономного округа - Югры, Правилами благоустройства территории города Сургута, утверждёнными решением Думы города от 26.12.2017 N 206-VI ДГ.»	В части 3 статьи 1 приложения к решению слова «Уставом муниципального образования городской округ город Сургут Ханты-Мансийского автономного округа – Югры» заменить словами «Уставом муниципального образования городской округ Сургут Ханты-Мансийского автономного округа – Югры»: «3. Правила разработаны в соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе), Градостроительным кодексом Российской Федерации, Гражданским кодексом Российской Федерации, Жилищным кодексом Российской Федерации, Земельным кодексом Российской Федерации, нормативными правовыми актами Российской Федерации и Ханты-Мансийского автономного округа - Югры, регулирующими вопросы по установке и эксплуатации рекламных конструкций, Уставом муниципального образования городской округ Сургут Ханты-Мансийского автономного округа - Югры, Правилами благоустройства территории города Сургута, утверждёнными решением Думы города от 26.12.2017 N 206-VI ДГ.»
	Статья 3. Типы и виды рекламных конструкций	Статья 3. Типы и виды рекламных конструкций
	Пункт 2 части 1 статьи 3: «2) рекламные конструкции, размещаемые на зданиях, сооружениях, элементах благоустройства города;»	В пункте 2 части 1 статьи 3 приложения к решению слова «, элементах благоустройства» исключить. «2) рекламные конструкции, размещаемые на зданиях, сооружениях города;»
	Пункт 5 части 2 статьи 3: «5) афишные стенды – рекламные конструкции с одним или двумя информационными полями, располагаемые на тротуарах или на прилегающих к тротуарам газонах. Размер одного информационного поля афишного стенда составляет 1,8 м х 1,75 м. Площадь информационного поля афишного стенда определяется общей площадью его сторон. Афишные стенды предназначены для размещения рекламы и информации исключительно о репертуарах театров, кинотеатров, спортивных и иных массовых мероприятиях, событиях общественного, культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера.	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. Площадь информационного поля афишного стенда определяется общей площадью его сторон и может составлять не более 3,2 м2. 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

	Рекламные материалы, размещаемые на афишных стендах, могут содержать информацию о спонсорах соответствующих мероприятий.»	характера), так и для размещения рекламы и информации о товарах, услугах, мероприятиях, акциях, относящихся к объектам, на территориях которых они установлены.»
		Часть 2 статьи 3 приложения к решению дополнить пунктами 6-8: «6) афишная тумба – рекламно-информационная конструкция с размерами в плане не более 1,5х1,5 м с одним или несколькими информационными полями (может быть в плане круглой, или треугольной формы – типа пиллара), располагаемая на тротуаре или на прилегающем к тротуару газоне. Высота – до 3 м, площадь информационного поля (экспонируемой поверхности) – расчетная; 7) стела – рекламная конструкция с одним или двумя информационными полями, размещаемая в границах земельного участка, на котором расположено отдельно стоящее нежилое здание (или комплекс зданий), а также на землях муниципальной собственности. Конструкция может быть с цельным информационным полем или разделенным на несколько табличек. Размер информационного поля стелы определяется площадью поверхностей, предназначенных для размещения рекламы; 8) уникальная конструкция – рекламно-информационная или рекламно-имиджевая конструкция, которая изготавливается по индивидуальному проекту, размещается внутри транспортных развязок, на территориях общественного назначения или территориях, находящихся в частной собственности. Размер информационного поля определяется площадью поверхности, предназначенной для размещения рекламы (социальной рекламы);»
	Абзац первый части 3 статьи 3: «3. Рекламные конструкции, размещаемые на зданиях, сооружениях, элементах благоустройства города:»	В абзаце первом части 3 статьи 3 приложения к решению исключить слова «, элементах благоустройства»: «3. Рекламные конструкции, размещаемые на зданиях, сооружениях города:»
	Пункт 2 части 3 статьи 3: «2) стелы – рекламные конструкции, размещаемые в границах земельных участков, на которых расположены торговые центры (отдельно стоящие нежилые здания (строения, сооружения), предназначенные и используемые в целях размещения в них торговых объектов, объектов общественного питания и (или) объектов бытового обслуживания (далее – торговые объекты), предназначенные для размещения на таких стелах информации о торговых объектах, расположенных в торговых центрах. Размер информационного поля стелы определяется площадью поверхностей, предназначенных для размещения информации о торговых объектах;»	Пункт 2 части 3 статьи 3 приложения к решению изложить в следующей редакции: «2) билборд - рекламная конструкция, состоящая из каркаса, опоры, информационного поля, присоединенная к объекту недвижимости (сооружению), а именно к конструктивным элементам надземных инженерных сетей. Размер одной стороны информационного поля билборда составляет 6 м х 3 м. Площадь информационного поля билборда определяется общей площадью его сторон. Количество сторон информационных полей билборда не может быть более двух;»
	Пункт 3 части 3 статьи 3: «3) медиафасад - рекламная конструкция, информационное поле которой должно использоваться для распространения рекламы (социальной рекламы) исключительно с помощью электронной системы демонстрации и смены рекламы (социальной рекламы), размещаемая непосредственно на внешней поверхности стен зданий, строений, сооружений или на металлокаркасе, повторяющем пластику стены (в случае размещения медиафасада на существующем остеклении здания, строения, сооружения). На одной плоскости стены здания (строения, сооружения)	Пункт 3 части 3 статьи 3 приложения к решению изложить в следующей редакции: «3) медиафасад/электронный экран (табло). Медиафасад - органично встроенный в архитектурный облик здания дисплей произвольного размера и формы, повторяющий пластику стены (с возможностью трансляции медиаданных — текстовых сообщений, графики, анимации и видео) на его поверхности, который устанавливается на наружной или внутренней (для прозрачных фасадов) части здания. Размер информационного поля медиафасада определяется площадью поверхности, предназначенной для размещения рекламы (социальной рекламы), но не более 1500 кв.м Электронный экран (табло) – объект наружной рекламы и информации,

	может размещаться только одна конструкция указанного типа. Размер информационного поля медиафасада определяется площадью поверхности, предназначенной для размещения рекламы (социальной рекламы). Медиафасад должен быть оборудован системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать всем обязательным требованиям (в том числе с учётом места его размещения);»	предназначенный для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счёт светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов. Размещение электронного экрана (табло) допустимо на глухих фасадах административных зданий, встроенно-пристроенных нежилых помещений, торговых, развлекательных центрах без выпирания конструкции относительно плоскости фасада здания. Расстояние от уровня земли до нижнего края электронного экрана (табло) должно быть не менее 6 м. Размер информационного поля электронного экрана (табло) определяется площадью поверхности, предназначенной для размещения рекламы (социальной рекламы), но не более 100 кв.м. Медиафасад/электронный экран (табло) должен быть оборудован системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать всем обязательным требованиям (в том числе с учётом места его размещения). На одной плоскости стены здания (строения, сооружения) может размещаться только одна конструкция указанного типа;»
	Часть 5 статьи 3: «5. На территории города Сургута разрешается установка и эксплуатация исключительно указанных в частях 2 – 4 настоящей статьи типов рекламных конструкций. Размещение иных типов рекламных конструкций не допускается.»	Часть 5 статьи 3 приложения к решению изложить в следующей редакции: «5. На территории города Сургута разрешается установка и эксплуатация типов рекламных конструкций, исключительно указанных в частях 2 - 4 настоящей статьи и приложении 3 к настоящим Правилам. Размещение иных типов рекламных конструкций не допускается. Изображения рекламных конструкций типов допустимых к установке на территории города Сургута, указанные в частях 2, 3 настоящей статьи и отображенные в типовых рекламных конструкциях приложения 2 к настоящим Правилам являются условными.»
	Первый абзац части 6 статьи 3: «Распространение рекламы (социальной рекламы) на всех типах рекламных конструкций может осуществляться следующими технологическими способами доведения информации до потребителей (далее - технологии демонстрации рекламы):»	Абзац первый части 6 статьи 3 приложения к решению изложить в следующей редакции: «Распространение рекламы (социальной рекламы) на рекламных конструкциях может осуществляться следующими технологическими способами доведения информации до потребителей (далее - технологии демонстрации рекламы):»
	Часть 7 статьи 3: «7. Не относятся к объектам наружной рекламы вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера, содержащие информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также конструкции в виде ценовых табло автозаправочных станций при условии, если указанные объекты не содержат сведений рекламного характера. Для установки или замены вывесок и информационных элементов, содержащих информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также конструкций в виде ценовых табло автозаправочных станций при условии, если указанные объекты не содержат сведений рекламного характера, изготовленных	Часть 7 статьи 3 приложения к решению изложить в следующей редакции: «7. Не относятся к объектам наружной рекламы вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера, содержащие информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также конструкции в виде ценовых табло (стел) автозаправочных станций, расположенных в границах земельного участка, на котором располагаются здания, строения, сооружения автозаправочной станции, при условии, если указанные объекты не содержат сведений рекламного характера. Для установки или замены вывесок и информационных элементов, содержащих информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также конструкций в виде ценовых табло (стел) автозаправочных станций, расположенных в границах земельного участка, на котором располагаются здания, строения, сооружения автозаправочной станции, при условии, если указанные объекты не содержат сведений

	и размещённых в соответствии с согласованным комплексным решением и приложением 3 Правил благоустройства территории города Сургута, согласование или выдача разрешения не требуется.»	рекламного характера, изготовленных и размещённых в соответствии с согласованным комплексным решением и приложением 3 Правил благоустройства территории города Сургута, согласование или выдача разрешения не требуется.»
	Статья 4. Требования к рекламным конструкциям в целях сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Сургута	Статья 4. Требования к рекламным конструкциям в целях сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Сургута
	Часть 1 статьи 4: «1. В целях сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Сургута с учётом установленных типов и видов рекламных конструкций запрещается: 1) размещать рекламу в виде надписей, рисунков, нанесённых на фасады зданий, включая витражи, витрины, окна, на поверхность тротуаров, пешеходных дорожек, площадей, автомобильных дорог; 2) размещать рекламные конструкции ближе 2 метров от мемориальных досок, а также рекламные конструкции, перекрывающие знаки адресации; 3) размещать рекламные конструкции, закрывающие архитектурно-конструктивные элементы фасада здания, остекление витрин и витражей, простенки, балконы, лоджии, эркеры, рельефные и цветовые композиции, применяемые в оформлении фасада; 4) эксплуатировать рекламные конструкции, имеющие повреждения целостности рекламного изображения, содержащие на поверхности опоры рекламной конструкции посторонние надписи, рисунки, объявления и их части, имеющие механические повреждения (трещины, сколы, вмятины и др. дефекты), загрязнения, ржавчину, имеющие неисправные осветительные приборы, а также эксплуатировать односторонние рекламные конструкции, задняя стенка которых не обшита пластиковыми или металлическими панелями; 5) размещать крышные рекламные конструкции на объектах капитального строительства, находящихся в одном визуальном пространстве с объектами культурного наследия федерального, регионального и местного (муниципального) значения (общее восприятие объекта с основных видовых точек).»	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 требований, предусмотренных минимальными расстояниями между рекламными конструкциями разных типов и видов, указанных в приложении 3 к настоящим Правилам, за исключением рекламных конструкций (рекламно-информационных стендов), размещение которых осуществляется на территории частной собственности торговых сетевых компаний, у которых разработан и утвержден корпоративный индивидуальный проект графического исполнения рекламных конструкций с применением фирменного стиля организации;» «1. В целях сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Сургута с учётом установленных типов и видов рекламных конструкций запрещается: 1) размещать рекламу в виде надписей, рисунков, нанесённых на фасады зданий, включая витражи, витрины, окна, на поверхность тротуаров, пешеходных дорожек, площадей, автомобильных дорог; 2) размещать рекламные конструкции ближе 2 метров от мемориальных досок, а также рекламные конструкции, перекрывающие знаки адресации; 3) размещать рекламные конструкции, закрывающие архитектурно-конструктивные элементы фасада здания, остекление витрин и витражей, простенки, балконы, лоджии, эркеры, рельефные и цветовые композиции, применяемые в оформлении фасада; 4) эксплуатировать рекламные конструкции, имеющие повреждения целостности рекламного изображения, содержащие на поверхности опоры рекламной конструкции посторонние надписи, рисунки, объявления и их части, имеющие механические повреждения (трещины, сколы, вмятины и др. дефекты), загрязнения, ржавчину, имеющие неисправные осветительные приборы, а также эксплуатировать односторонние рекламные конструкции, задняя стенка которых не обшита пластиковыми или металлическими панелями; 5) размещать крышные рекламные конструкции на объектах капитального строительства, находящихся в одном визуальном пространстве с объектами культурного наследия федерального, регионального и местного (муниципального) значения (общее восприятие объекта с основных видовых точек); 6) размещать отдельно стоящие рекламные конструкции на земельных участках по отношению друг к другу с нарушением требований, предусмотренных минимальными расстояниями между рекламными конструкциями разных типов и видов, указанных в приложении 3 к настоящим Правилам, за исключением рекламных (рекламно-информационных стендов) конструкций, размещение которых осуществляется на территории частной собственности торговых сетевых компаний, у которых разработан и утвержден корпоративный индивидуальный проект графического исполнения рекламных конструкций с применением фирменного стиля организации;»

		Статью 4 приложения к решению дополнить частью 4: «4. Дополнительные требования к размещению рекламных конструкций изложены в приложениях 2, 3 к настоящим Правилам.»
	Статья 8. Особенности распространения социальной рекламы	Статья 8. Особенности распространения социальной рекламы
	Часть 1 статьи 8: «1. Распространение социальной рекламы на территории города осуществляется путём предоставления рекламораспространителями принадлежащих им рекламных конструкций для размещения информации, имеющей социальную направленность.»	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.»
	Приложение 1. Методика расчёта платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, которые находятся в муниципальной собственности или государственная собственность на которые не разграничена, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение или оперативное управление	Приложение 1. Методика расчёта платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, которые находятся в муниципальной собственности или государственная собственность на которые не разграничена, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение или оперативное управление

Таблица 2 приложения 1:

№ п/п	Вид рекламной конструкции	Значение Крк
1.	Отдельно стоящие конструкции	
1.1.	Сити-формат (размер информационного поля 1,2 м x 1,8 м); афишный стенд (размер информационного поля 1,8 м x 1,75 м)	2
1.2.	Сити-борд (размер информационного поля 2,7 м x 3,7 м); билборд (размер информационного поля 3 м x 6 м)	1,25
1.3.	Суперсайт (размер информационного поля 5 м x 15 м); суперборд (размер информационного поля 4 м x 12 м)	1
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 x 1,8 м)	2
2.2.	Стела	1
2.3.	Медиафасад	3
2.4.	Крышная рекламная конструкция	2
3.	Временная рекламная конструкция	1

Таблицу 2 приложения 1 к Правилам распространения наружной рекламы на территории города Сургута 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 x 1,8 м)	2
1.2.	Сити-борд (размер информационного поля 2,7 м x 3,7 м); билборд (размер информационного поля 6 м x 3 м)	1,25
1.3.	Суперсайт (размер информационного поля 5 м x 15 м); суперборд (размер информационного поля 4 м x 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 города	
2.1.	Рекламная конструкция в составе остановочного пункта движения общественного транспорта (размер информационного поля 1,2 м x 1,8 м)	2
2.2.	Билборд (размер информационного поля 6 м x 3 м)	1,25
2.3.	Медиафасад/электронный экран	3
2.4.	Крышная рекламная конструкция	2
3.	Временная рекламная конструкция	1

Приложение 2 «Типовые рекламные конструкции»

Приложение 3 «Минимальные расстояния между рекламными конструкциями разных типов и видов»