

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

№ п/п	Текст в действующей редакции Правил	Вносимые изменения и текст в новой редакции
1	Решение	
1.1	Часть 2 решения Думы: «2. Установить базовую ставку для определения размера платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций 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, в размере 819,83 рубля в год за один квадратный метр рекламной площади.	Часть 2 решения Думы признать утратившей силу. Частью 1 приложения к Правилам распространения наружной рекламы на территории города Сургута установлено, что базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади на 2019 год составляет 819,83 рубля.
1.2	Часть 2.1 Решения Думы: «2.1. Администрации города ежегодно в срок до 01 июня текущего года выносить на утверждение Думы города предложение по изменению базовой ставки на плановый год с учётом фактической инфляции прошедшего периода (года) на основании данных Федеральной службы статистики. При этом применяется формула: , где n - текущий год; - размер базовой ставки на плановый период; - размер базовой ставки, действующей до начала текущего года; - индекс потребительских цен на товары и услуги по Российской Федерации (фактическая инфляция) на конец периода (декабрь к декабрю предыдущего периода) по данным Федеральной службы статистики; - коэффициент прогнозируемого уровня инфляции на очередной финансовый год, закреплённый Федеральным законом о бюджете.»	Часть 2.1 Решения Думы признать утратившей силу. Частью 1 приложения к Правилам распространения наружной рекламы на территории города Сургута установлено, что с 01.01.2020 базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади, рассчитываемая по формуле: БСтг = БСпг x Ипг, где: БСпг - базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади (рублей), действовавшая в предыдущем календарном году. Ипг – индекс потребительских цен, опубликованный Федеральной службой государственной статистики за предыдущий календарный год. Частью 2 приложения к Правилам распространения наружной рекламы на территории города Сургута установлено, что ежегодно с 01 января производится перерасчет базовой ставки платы за установку и эксплуатацию рекламной

		конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади с учетом индекса потребительских цен, опубликованного Федеральной службой государственной статистики за последний календарный год.
2	Приложение к Решению	
	Статья 1. Общие положения	Статья 1. Общие положения
	Часть 1 статьи 1: «1. Правила распространения наружной рекламы на территории города Сургута (далее - Правила) разработаны в целях улучшения архитектурного облика города, установления единых требований к объектам наружной рекламы, их территориальному размещению (установка, монтаж, нанесение на поверхности зданий, сооружений и объектов инженерной, транспортной и социальной инфраструктуры и т.п.), эксплуатации, демонтажу.»	Часть 1 статьи 1: 1. Правила распространения наружной рекламы на территории города Сургута (далее - Правила) разработаны в целях <i>упорядочения размещения и определения требований к размещению рекламных конструкций на территории города Сургута, осуществления контроля за процессом формирования благоприятной художественно-эстетической городской среды, сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города, установления единых требований к рекламным конструкциям, к их установке, эксплуатации и территориальному размещению, обеспечения в процессе установки и эксплуатации рекламных конструкций безопасности дорожного движения и предотвращения угрозы для жизни и здоровья людей.</i>
	Часть 2 статьи 1: «2. Настоящие Правила регулируют порядок проектирования, выдачи разрешений и условия эксплуатации объектов наружной рекламы 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.»	Часть 2 статьи 1: <i>«2. Настоящее Правила устанавливают:</i> 1) <i>общие требования к размещению и эксплуатации на территории города Сургута рекламных конструкций на зданиях и земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности Ханты-Мансийского автономного округа - Югры или в муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение или оперативное управление (далее – объекты);</i> 2) <i>типы и виды рекламных конструкций, размещаемых на территории города Сургута;</i>

		3) требования к рекламным конструкциям, в том числе требования к рекламным конструкциям в целях соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Сургута; 4) порядок осуществления контроля в сфере размещения наружной рекламы на территории города Сургута.»
	Часть 3 статьи 1: «3. Правила разработаны на основании Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе», в соответствии с основными положениями Конституции Российской Федерации, Градостроительного, Гражданского, Жилищного и Земельного кодексов Российской Федерации и иных нормативных правовых актов Российской Федерации и Ханты-Мансийского автономного округа - Югры, в соответствии с 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.»	Часть 3 статьи 1: 3. Правила разработаны в соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), в соответствии с 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 № 206-VI ДГ.
	Часть 4 статьи 1: «4. Соблюдение настоящих Правил обязательно для всех юридических и физических лиц независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности.»	Часть 4 статьи 1: «4. Соблюдение настоящих Правил обязательно для всех юридических и физических лиц независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности.»
	Часть 5 статьи 1: «5. Под понятием "объекты наружной рекламы" подразумеваются любые технические средства (рекламные конструкции) стабильного территориального размещения, являющиеся носителями рекламной информации, размещаемые в городской среде и предназначенные для визуального восприятия.»	Часть 5 статьи 1: «5. Требования настоящих Правил не распространяются на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с законодательством Российской Федерации, а также на вывески, указатели и информационные конструкции,

		<i>не содержащие сведений рекламного характера.»</i>
	Часть 6 статьи 1: «6. Объекты наружной рекламы не являются объектами недвижимости.»	Часть 6 статьи 1: 6. Основанием для установки и эксплуатации рекламных конструкций является разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее - разрешение), выдаваемое уполномоченным органом Администрации города, и договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.» (часть 7 статьи 1 действующих Правил)
	Часть 7 статьи 1: «7. Основанием для размещения объектов наружной рекламы является разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее - разрешение), выдаваемое уполномоченным органом Администрации города и договор на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) 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 (далее - договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции).»	Часть 7 статьи 1: «7. Установка и эксплуатация рекламной конструкции без разрешения, срок действия которого не истек, не допускаются.» (часть 8 статьи 1 действующих Правил)
	Часть 8 статьи 1: «8. Установка и эксплуатация рекламной конструкции без разрешения, срок действия которого не истёк, не допускаются.»	Часть 8 статьи 1: «8. Требования настоящих Правил в части получения разрешений не распространяются на витрины, киоски, лотки, передвижные пункты торговли, уличные зонтики в случае размещения рекламы непосредственно на указанных объектах (без использования конструкций и приспособлений, предназначенных только для размещения рекламы).» (часть 9 статьи 1 действующих Правил)
	Часть 9 статьи 1:	

	«9. Требования настоящих Правил в части получения разрешений не распространяются на витрины, киоски, лотки, передвижные пункты торговли, уличные зонтики в случае размещения рекламы непосредственно на указанных объектах (без использования конструкций и приспособлений, предназначенных только для размещения рекламы).»	
	Статья 2. Общие требования к проектированию, размещению и эксплуатации объектов наружной рекламы	Статья 2. Общие требования к размещению и эксплуатации рекламных конструкций.
	Часть 1 статьи 2: «1. Размещение объектов наружной рекламы на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное управление, допускается в соответствии с разработанной, согласованной и утверждённой схемой размещения рекламных конструкций.»	Часть 1 статьи 2: «1. На территории города Сургута размещение рекламных конструкций <i>на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Ханты-Мансийского автономного округа - Югры или в муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение или оперативное управление</i> допускается в соответствии с разработанной, согласованной и утвержденной схемой размещения рекламных конструкций.»
	Часть 2 статьи 2: «2. Орган Администрации города, уполномоченный в области архитектуры и градостроительства, осуществляет общее градостроительное и архитектурно-художественное руководство, организует разработку схемы размещения рекламных конструкций.»	Часть 2 статьи 2: «2. Разработку схемы размещения рекламных конструкций <i>на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Ханты-Мансийского автономного округа - Югры или в муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение или оперативное управление</i> на территории города Сургута и внесении в неё изменений осуществляет департамент архитектуры и градостроительства Администрации города Сургута в соответствии с Законом о рекламе.»

	Часть 3 статьи 2: «3. Основанием для выполнения или корректировки схемы размещения рекламных конструкций является задание на проектирование и архитектурно-планировочное задание, выдаваемое уполномоченным органом Администрации города, которое включает в себя основные архитектурные, планировочные требования к размещению объектов наружной рекламы, а также требования к благоустройству прилегающей территории (места размещения), сроки разработки, согласования и реализации проекта.»	Часть 3 статьи 2: «3. Схема размещения рекламных конструкций, а также вносимые в нее изменения подлежат предварительному согласованию с: 1) уполномоченным органом исполнительной власти Ханты-Мансийского автономного округа - Югры; 2) лицом, обладающим правом хозяйственного ведения, оперативного управления имуществом, на котором планируется устанавливать объекты наружной рекламы; 3) структурным подразделением Администрации города Сургута, осуществляющим функции в сфере городского хозяйства.» (часть 4 статьи 2 действующих Правил)
	Часть 4 статьи 2: «4. Схема размещения рекламных конструкций подлежит согласованию с: уполномоченным органом исполнительной власти Ханты-Мансийского автономного округа - Югры; лицом, обладающим правом хозяйственного ведения, оперативного управления имуществом, на котором планируется устанавливать объекты наружной рекламы; собственниками (владельцами) объектов инженерной инфраструктуры; органом полиции, уполномоченным осуществлять контрольные, надзорные и разрешительные функции в области обеспечения безопасности дорожного движения на территории города Сургута; органом Администрации города, уполномоченным в области транспорта, связи и эксплуатации дорог; органом Администрации города, уполномоченным в области природопользования и экологии.»	Часть 4 статьи 2: <i>«4. Согласование схемы размещения рекламных конструкций осуществляется в соответствии с Постановлением Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 26.09.2013 № 384-п «О порядке предварительного согласования схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности муниципальных образований Ханты-Мансийского автономного округа – Югры и вносимых в нее изменений».»</i>
	Часть 5 статьи 2: «5. Разработанная и согласованная схема размещения рекламных конструкций утверждается постановлением Администрации города.»	Часть 5 статьи 2: «5. Схема размещения рекламных конструкций и внесенные в нее изменения издаются в форме муниципального правового

		акта Администрации города Сургута. <i>Утвержденная схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения опубликовываются (обнародуются) департаментом архитектуры и градостроительства в порядке, установленном Уставом города Сургута для официального опубликования (обнародования) муниципальных правовых актов города Сургута.»</i>
	Часть 6 статьи 2: «6. Размещение на территории города объектов наружной рекламы должно соответствовать Государственному стандарту Российской Федерации ГОСТ Р 52044-2003 "Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения" (далее - ГОСТ Р 52044-2003).»	Часть 6 статьи 2: <i>«6. Внесение изменений в Схему размещения рекламных конструкций осуществляется при наличии следующих оснований:</i> <i>1) строительства, реконструкции, капитального ремонта улично-дорожной сети (реконструкция, капитальный ремонт автомобильных дорог, развязок);</i> <i>2) обращения собственников зданий или иного недвижимого имущества, расположенных на территории города Сургута и находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности с указанием информации о вещных правах лиц, не являющихся собственниками, об ограничениях (обременениях) вещных прав, о лицах, в пользу которых установлены такие ограничения (обременения), о сроках, на которые установлены такие ограничения (обременения) прав, или информации об отсутствии вещных прав лиц, не являющихся собственниками, и ограничений (обременений) вещных прав;</i> <i>3) внесения изменений в нормативные правовые акты Российской Федерации, муниципальные правовые акты города Сургута, регулирующие установку и эксплуатацию рекламных конструкций.»</i> (часть 3 статьи 2 действующих Правил)
	Часть 7 статьи 2: «7. Рабочие проекты на рекламные конструкции должны быть	Часть 7 статьи 2: «7. Установка и эксплуатация рекламных конструкций,

	выполнены в соответствии с действующим законодательством, техническими регламентами, строительными нормами и правилами, настоящими Правилами.»	расположенных на земельных участках должна соответствовать Государственному стандарту Российской Федерации ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения» (далее - ГОСТ Р 52044-2003).» (часть 6 статьи 2 действующих Правил)
	Часть 8 статьи 2: «8. Рабочий проект в обязательном порядке согласовывается с: органом Администрации города, уполномоченным в области архитектуры и градостроительства; лицом, обладающим правом хозяйственного ведения, оперативного управления имуществом. Срок согласования каждой согласующей инстанцией не должен превышать 10 дней. Любые отказы должны быть письменными и мотивированными.»	Часть 8 статьи 2: <i>«8. Рекламные конструкции должны быть спроектированы, изготовлены, установлены и эксплуатироваться в соответствии со строительными нормами и правилами, техническими регламентами и иными нормативными правовыми актами, содержащими требования к конструкциям соответствующего типа (вида).»</i>
	Часть 9 статьи 2: «9. Рекламораспространитель вправе вносить дополнения и изменения в утверждённый рабочий проект рекламной конструкции по согласованию с лицами, установленными частью 8 настоящей статьи.»	Часть 9 статьи 2: <i>«9. Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки, фундамент, и т.п.), рекламных конструкций должны быть закрыты декоративными элементами.»</i>
	Часть 10 статьи 2: «10. Если конструкция объекта наружной рекламы предусматривает подсветку рекламно-информационного поля, её включение должно осуществляться в соответствии с графиком режима работы уличного освещения.»	Часть 10 статьи 2: «10. Если информационное поле рекламной конструкции предусматривает подсветку информационного поля, ее включение должно осуществляться в соответствии с графиком режима работы уличного освещения.»
	Часть 11 статьи 2: «11. Отдельно стоящие щитовые установки не должны находиться без рекламной информации.»	Часть 11 статьи 2: «11. Установка и эксплуатация рекламных конструкций без размещения на них рекламного или информационного

		сообщения (изображения) не допускается, за исключением случаев проведения работ, связанных со сменой изображения (не более 8-и часов).»
	Часть 12 статьи 2: «12. Все объекты наружной рекламы должны иметь маркировку, выполненную в соответствии с пунктом 5.10 ГОСТ Р 52044-2003.»	Часть 12 статьи 2: «12. Все объекты наружной рекламы должны иметь маркировку, выполненную в соответствии с пунктом 5.10 ГОСТ Р 52044-2003.»
	Часть 13 статьи 2: «13. Отдельно стоящие объекты наружной рекламы должны быть выполнены в соответствии с пунктом 6.12 ГОСТ Р 52044-2003. Они не должны создавать помехи для прохода пешеходов и механизированной уборки улиц и тротуаров, а также для содержания (ухода) зелёных насаждений.»	Часть 13 статьи 2: «13. Отдельно стоящие рекламные конструкции должны быть выполнены в соответствии с пунктом 6.12 ГОСТ Р 52044-2003. Они не должны создавать помехи для прохода пешеходов и механизированной уборки улиц и тротуаров, а также для содержания (ухода) зеленых насаждений.»
	Часть 14 статьи 2: «14. Не допускается размещение объектов наружной рекламы, являющихся источниками шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных и иных излучений и полей, вблизи жилых и лечебных зданий, детских дошкольных учреждений и школ с нарушением требований технических регламентов и санитарных правил и норм. Наибольшая яркость должна соответствовать подпунктам 7.82, 7.101 - 7.103 "СП 52.13330.2011. Свод правил. Естественное и искусственное освещение. Актуализированная редакция СНиП 23-05-95".»	Часть 14 статьи 2: «14. Не допускается размещение объектов наружной рекламы или отдельных их частей, если такое размещение влечёт повреждение (гибель) зелёных насаждений.» (часть 16 статьи 2 действующих Правил)
	Часть 15 статьи 2: «15. Рекламораспространитель обязан: за счёт собственных средств содержать объекты наружной рекламы в надлежащем техническом состоянии, обеспечивать выполнение Правил благоустройства территории города Сургута;	Часть 15 статьи 2: «15. Не допускается установка и эксплуатация рекламных конструкций в случае, если при этом будут нарушены требования законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия народов Российской Федерации,

	нести ответственность за любые нарушения правил безопасности, возникающие в связи с этим неисправности и аварийные ситуации в соответствии с действующим законодательством.»	<i>их охране и использовании.»</i>
	Часть 16 статьи 2: «16. Не допускается размещение объектов наружной рекламы или отдельных их частей, если такое размещение влечёт повреждение (гибель) зелёных насаждений.»	
	Часть 17 статьи 2: «17. Размещение объектов наружной рекламы на фасадах зданий и сооружений допускается в соответствии с комплексным проектом размещения на фасадах рекламы и информации. Комплексный проект размещения на фасадах рекламы и информации разрабатывается в соответствии с Правилами благоустройства территории города Сургута.»	
	Статья 3. Категории и типы объектов наружной рекламы. Специальные требования к их размещению	Статья 3. Типы и виды рекламных конструкций
	Часть 1 статьи 3: «1. Объекты наружной рекламы подразделяются на следующие категории: отдельно размещённые; размещаемые на зданиях, сооружениях, элементах инженерной инфраструктуры и благоустройства города.»	Часть 1 статьи 3: «1. На территории города Сургута допускается установка и эксплуатация следующих типов рекламных конструкций: 1) отдельно стоящие рекламные конструкции, размещаемые на земельных участках; 2) рекламные конструкции, размещаемые на зданиях, сооружениях, элементах благоустройства города; 3) <i>временные рекламные конструкции.</i>»
	Часть 2 статьи 3: «2. Типы отдельно стоящих объектов наружной рекламы и специальные требования к их размещению: 1) щитовые установки (статичные рекламные щиты, а также динамические рекламные конструкции) - отдельно стоящие	Часть 2 статьи 3: 2. Отдельно стоящие рекламные конструкции, размещаемые на земельных участках: 1) Сити-формат - двухсторонняя рекламная конструкция, располагаемая на тротуарах или прилегающих к тротуарам

конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения информации и состоящие из основания, каркаса и информационного поля. По размерам информационного поля щитовые установки подразделяются на: щитовые установки малого формата - конструкции площадью информационного поля до 4,5 кв. м включительно; щитовые установки среднего формата - конструкции площадью информационного поля от 4,5 кв. м до 12 кв. м включительно; щитовые установки большого формата - конструкции площадью информационного поля от 12 кв. м до 18 кв. м включительно; щитовые установки сверхбольшого формата - конструкции площадью информационного поля более 18 кв. м. Требования к щитовым установкам: щитовые установки выполняются в одностороннем и многостороннем варианте; щитовые установки, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону; 2) объемно-пространственные конструкции (ОПК), воздушные шары, аэростаты - объекты наружной рекламы, в которых для распространения наружной рекламы используется как форма конструкции, так и ее поверхность. Данные конструкции выполняются по индивидуальным рабочим проектам. Допускается размещение объемно-пространственных конструкций на стенах зданий, сооружений и иных конструкциях; 3) флажные композиции и навесы - объекты наружной рекламы, состоящие из основания, одного или нескольких флагштоков (стоек) и мягких полотнищ. Флажные конструкции могут использовать в качестве основания опоры освещения, здания и сооружения.»	газонах, состоящая из фундамента, каркаса, опоры, и внешних поверхностей (сторон), специально предназначенных для размещения рекламы и (или) социальной рекламы (далее – информационного поля) размером 1,2 м x 1,8 м, оснащенная внутренним подсветом. Размер одной стороны информационного поля сити-формата составляет 1,2 м x 1,8 м. Площадь информационного поля сити-формата определяется общей площадью двух его сторон. 2) Ситиборд - рекламная конструкция, состоящая из фундамента, каркаса, опоры, информационного поля размером 2,7 м x 3,7 м, оснащенного внутренним подсветом. Размер одной стороны информационного поля сити-борда составляет 2,7 м x 3,7 м. Площадь информационного поля сити-борда определяется общей площадью его сторон. Количество сторон информационных полей сити-борда не может быть более двух. 3) Билборд - рекламная конструкция, состоящая из фундамента, каркаса, опоры, информационного поля. Размер одной стороны информационного поля билборда составляет 6 м x 3 м. Площадь информационного поля билборда определяется общей площадью его сторон. Количество сторон информационных полей билборда не может быть более двух. 4) Суперсайт/Суперборд - рекламная конструкция, состоящая из фундамента, каркаса, опоры, и информационного поля. Размер одной стороны информационного поля суперсайта составляет 5 м x 15 м. Размер одной стороны информационного поля суперборда составляет 4 м x 12 м. Площадь информационного поля суперсайта/суперборда определяется общей площадью его сторон. Количество сторон информационных полей суперсайта/суперборда не может быть более трех. 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 x 1,75 м. Площадь информационного поля афишного стенда определяется общей площадью его сторон. Афишные стенды
---	--

		<i>предназначены для размещения рекламы и информации исключительно о репертуарах театров, кинотеатров, спортивных и иных массовых мероприятиях, событиях общественного, культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера. Рекламные материалы, размещаемые на афишных стендах, могут содержать информацию о спонсорах соответствующих мероприятий.»</i>
	Часть 3 статьи 3: «3. Типы объектов наружной рекламы, размещаемых на зданиях, сооружениях, элементах инженерной инфраструктуры и благоустройства города: 1) фасадные баннеры - элементы оформления фасадов зданий, содержащие сведения, относящиеся к рекламе. Не относятся к объектам наружной рекламы вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера, имеющие информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом. 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, изготовленных и размещённых в соответствии с согласованным комплексным решением и приложением 3 Правил благоустройства территории города Сургута, согласование или выдача разрешения не требуется; 2) крышные установки - объемные или плоскостные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше; 3) настенные панно - объекты наружной рекламы, размещаемые на плоскости стен зданий и сооружений в виде: изображения (информационного поля), непосредственно нанесенного на стену; конструкции, состоящей из элементов крепления, каркаса и информационного поля.	Часть 3 статьи 3: «3. Рекламные конструкции, размещаемые на зданиях, сооружениях, элементах благоустройства города: <i>1) Рекламная конструкция в составе остановочного пункта движения общественного транспорта - рекламная конструкция, совмещенная с конструктивными элементами остановочного пункта движения общественного транспорта. Размер информационного поля рекламной конструкции в составе остановочного пункта движения общественного транспорта, составляет 1,2м x 1,8м, площадь информационного поля определяется общей площадью двух его сторон.</i> <i>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.</i> <i>3) Медиафасад - рекламная конструкция, информационное поле которой может использоваться для распространения рекламы (социальной рекламы) исключительно с помощью системы электронной системы демонстрации и смены рекламы</i>

Настенные панно выполняются по индивидуальным проектам; 4) панель-кронштейны - консольные плоскостные конструкции, устанавливаемые на собственных опорах, опорах уличного освещения или на зданиях и сооружениях. Типовые габаритные размеры панель-кронштейнов, размещаемых на опорах (в вертикальном исполнении): 1,2 x 1,8 м - для магистралей, проспектов и площадей; 0,9 x 1,2 м - для узких улиц и переулков. Габаритные размеры панель-кронштейнов, размещаемых на фасадах зданий, определяются архитектурными особенностями здания. Возможность размещения панель-кронштейнов больших размеров определяется на основании индивидуальных рабочих проектов. В целях безопасности в эксплуатации панель-кронштейны должны быть установлены на высоте не менее 3-х метров от уровня земли либо не менее 4,5 метра от проезжей части; 5) транспаранты-перетяжки состоят из собственных опор, устройства крепления к собственным опорам или фасадам зданий, устройства натяжения и информационного изображения. Транспаранты-перетяжки подразделяются на световые (в том числе гирлянды) и неосвещённые, изготовленные из жестких материалов и из материалов на мягкой основе. Конструкция световых транспарантов-перетяжек должна иметь устройство аварийного отключения от сетей электропитания; 6) проекционные установки - технические устройства, предназначенные для воспроизведения изображения на земле, плоскостях стен и в объёме. Конструкции проекционных установок состоят из проецирующего устройства и поверхности (экрана) или объёма, в котором формируется изображение в целях рекламы; 7) электронные экраны (табло) - объекты наружной рекламы и информации, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счёт светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов; 8) маркизы - объекты наружной рекламы, выполненные в виде козырьков и навесов с нанесённой на них рекламной информацией и размещённые над витринами, входами или проёмами зданий и сооружений. Маркизы состоят из элементов крепления к зданию,	(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) 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 учетом места его размещения). 4) Крышная рекламная конструкция - рекламная конструкция в виде отдельных символов (букв, цифр, художественных элементов, логотипов), размещаемая полностью или частично выше уровня карниза здания (строения, сооружения) или на крыше, выполненная по индивидуальному проекту и состоящая из элементов крепления, информационного поля, оборудованного внутренним подсветом. Размер информационного поля крышной рекламной конструкции определяется совокупной площадью символов используемых в конструкции. Крышная рекламная конструкция должна быть оборудована системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать всем обязательным требованиям (в том числе с учетом места ее размещения). 4. Временные рекламные конструкции: 1) Под временными рекламными конструкциями понимаются рекламные конструкции, имеющие формат информационного поля и (или) тип рекламной конструкции, отличный от установленных в частях 2, 3 настоящей статьи, срок размещения которых, обусловленный их функциональным назначением и местом установки, составляет не более чем двенадцать месяцев, а именно: строительные сетки, ограждения строительных площадок. 2) Установка и эксплуатация временных рекламных
--	--

каркаса и информационного поля, выполненного на мягкой или жёсткой основе;

9) объекты наружной рекламы на ограждениях объектов строительства и розничной (уличной) торговли, а также других временных и постоянных ограждениях должны обеспечивать художественное оформление данных объектов.

В случаях, когда на строительной площадке имеются сооружения (строительные леса при реконструкции здания, бытовые помещения, мачты для прожекторов, краны и т.д.), а также ограждающая сетка, возможно размещение других объектов наружной рекламы в порядке, предусмотренном настоящими Правилами.»

конструкций допускается при условии выполнения части 3 статьи 4 настоящих Правил и разрешения на установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции, выдаваемого уполномоченным органом Администрации города.

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.

6. Распространение рекламы (социальной рекламы) на всех типах рекламных конструкций может осуществляться следующими технологическими способами доведения информации до потребителей (далее – технологии демонстрации рекламы):

1) с помощью неподвижных полиграфических материалов (бумага, винил и аналогичные);

2) с помощью демонстрации рекламных изображений на динамических системах смены изображений (роллерных системах или системах поворотных плоскостей);

3) с помощью систем электронной демонстрации и смены рекламных изображений.

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 и размещенных в соответствии с согласованным комплексным

		решением и приложением 3 Правил благоустройства территории города Сургута, согласование или выдача разрешения не требуется.»
	Статья 4. Порядок оформления разрешительной документации	Статья 4. Требования к рекламным конструкциям в целях соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Сургута
	Статья 4: «1. Выдача разрешений на установку рекламных конструкций осуществляется уполномоченным органом Администрации города. Разрешение выдается на каждую рекламную конструкцию на срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций. В разрешении указываются владелец рекламной конструкции, собственник земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, тип рекламной конструкции, площадь ее информационного поля, место установки рекламной конструкции, срок действия разрешения, орган, выдавший разрешение, номер и дата его выдачи, иные сведения. 2. Размещение новых объектов наружной рекламы, устанавливаемых на основании проектов территориального размещения на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное управление, производится путем проведения торгов в соответствии с Положением о порядке организации и проведения торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное управление (приложение 1 к настоящим Правилам). 3. Для получения разрешения на установку рекламной конструкции победитель торгов в срок не позднее 45-ти дней после получения утвержденного председателем конкурсной комиссии протокола конкурсной комиссии должен: предоставить рабочий проект рекламной конструкции, выполненный и согласованный в порядке, установленном настоящими Правилами; уплатить за выдачу разрешения на установку рекламной конструкции	Статья 4: «1. В целях соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Сургута с учетом установленных типов и видов рекламных конструкций запрещается: 1) размещать рекламу в виде надписей, рисунков, нанесенных 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,

государственную пошлину в размерах и порядке, установленных законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

4. Договор на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное управление, заключается на срок 7 лет для статичных видов рекламных конструкций и 10 лет для электронных, динамических и статичных имиджевых рекламно-информационных установок сверхбольшого формата (более 18 кв. м). Договор на установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции может быть заключён на срок не более чем 12 месяцев. Разрешение на установку рекламных (ой) конструкций (и) вступает в силу с момента заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное управление.

Плата по договору определяется согласно методике, изложенной в приложении 2 к настоящим Правилам, либо по результатам торгов, проводимых согласно Положению о порядке организации и проведения торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное управление, и перечисляется в бюджет города.

Методика определения размера платы за установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное управление, применяется для расчёта начальной цены предмета торгов, а также для определения платы по договору в случае признания торгов несостоявшимися. Годовая плата по договору вносится Рекламораспространителем равными долями в течение первых трёх кварталов текущего года не позднее 25-го числа последнего месяца текущего квартала, а в 4-м квартале - не позднее 01 декабря текущего года.

5. Уполномоченный орган Администрации города имеет право аннулировать разрешение на установку рекламной конструкции в случаях, предусмотренных Федеральным законом "О рекламе".»

регионального и местного (муниципального) значения (общее восприятие объекта с основных видовых точек);

2. В целях соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Сургута размещение крышных рекламных конструкций допускается при выполнении следующих требований:

1) информационное поле и художественные элементы должны быть оборудованы только внутренней подсветкой. Допускается использование технологий изменения цвета внутренней подсветки, но не чаще одного раза в минуту.

2) высота крышной рекламной конструкции должна составлять:

- не более 3,0 метров для 1 - 5-этажных объектов;
- не более 4,0 метров для 6 - 12-этажных объектов;
- не более 6,0 метров для 13-этажных объектов и выше;
- не более 10,0 метров при размещении крышных рекламных конструкций на спортивных объектах и торгово-развлекательных центрах с общей площадью от 10 000 кв. метров и более.

3) на здании, строении или сооружении может размещаться только одна крышная рекламная конструкция.

4) длина рекламной конструкции, устанавливаемой на крыше объекта, не может превышать:

- 80% длины фасада, по отношению к которому она размещена,
- при длине фасада до 35 метров (включительно);
- половины длины фасада, по отношению к которому она размещена, - при длине фасада свыше 35 метров (при этом при длине фасада 35 метров и более, и установке рекламной конструкции в центральной части такого фасада длина рекламной конструкции должна составлять не менее 1/3 длины фасада).

5) запрещается размещение крышной рекламной конструкции на крышах зданий, строений, сооружений, являющихся объектами культурного наследия, выявленными объектами культурного наследия.

6) элементы крепления крышной рекламной конструкции не

		должны выступать за периметр данной конструкции по бокам и сверху. Расстояние от парапета до нижнего края информационного поля крышной рекламной конструкции не должно превышать 1 метра. Крышная рекламная конструкция не должна выступать за плоскость фасада здания. 7) крышные рекламные конструкции должны соответствовать требованиям пожарной безопасности, в том числе должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания, иметь системы пожаротушения. 3. В целях соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Сургута размещение временных рекламных конструкций допускается с учетом следующих ограничений: 1) внешние габариты временных рекламных конструкций, размещаемых на строительных ограждениях, не должны превышать высоту ограждения; 2) нижний край временной рекламной конструкции должен располагаться на высоте не менее 0,6 метра от уровня земли; 3) ширина временной рекламной конструкции должна соответствовать расположению несущих элементов ограждения и не превышать 12,0 метров.»
	Статья 5. Монтаж, приемка в эксплуатацию и демонтаж объектов наружной рекламы	Статья 5. Требования к содержанию и внешнему виду рекламных конструкций
	Статья 5: «1. После получения разрешения на установку рекламной конструкции и заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции победитель торгов вправе приступить к монтажу объекта наружной рекламы. Монтажные работы по установке объектов наружной рекламы выполняются в соответствии с рабочим проектом рекламной конструкции организациями, имеющими лицензии на проведение этих работ. 2. Рекламораспространитель обязан выполнить благоустройство	Статья 5: «1. Рекламные конструкции должны эксплуатироваться в соответствии с требованиями технической документации на соответствующие конструкции. 2. Требования к внешнему виду рекламных конструкций устанавливают единые и обязательные требования в сфере внешнего вида рекламных конструкций, и определяют порядок их содержания в надлежащем состоянии. Надлежащее состояние внешнего вида рекламных конструкций подразумевает:

территории, предоставленной под размещение объекта наружной рекламы, в соответствии с рабочим проектом, а также восстановить нарушенное благоустройство в течение 2-х дней после установки объекта наружной рекламы.

3. По окончании работ по установке объекта наружной рекламы комиссией, определенной уполномоченным органом Администрации города, выдающим разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, осуществляется приемка объекта в эксплуатацию и оформляется акт о приёмке в эксплуатацию объекта наружной рекламы.

4. После оформления акта о приёмке в эксплуатацию объекта наружной рекламы уполномоченный орган Администрации города регистрирует объект наружной рекламы в городском реестре объектов наружной рекламы.

5. Рекламораспространитель обязан осуществить демонтаж объекта наружной рекламы в течение месяца со дня выдачи предписания о демонтаже рекламной конструкции, установленного и (или) эксплуатируемого без разрешения, срок действия которого не истёк, а также удалить информацию, размещённую на такой рекламной конструкции, в течение трёх дней со дня выдачи указанного предписания.

Демонтаж производится рекламораспространителем своими силами или силами сторонних организаций за счёт собственных средств.

6. При невыполнении рекламораспространителем обязанностей, установленных в части 5 настоящей статьи, организацию работ по удалению информации, демонтажу, хранению или в необходимых случаях уничтожению объекта наружной рекламы, установленного на объектах муниципальной собственности, обеспечивает уполномоченный орган Администрации города.

Владелец рекламной конструкции обязан возместить фактические расходы, понесённые в связи с демонтажем, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции, а также расходы, понесённые в связи с удалением информации.

7. После демонтажа объекта наружной рекламы на территории, на которой располагался объект наружной рекламы, организация, осуществившая демонтаж, обязана восстановить нарушенное

1) целостность рекламных конструкций;

2) отсутствие механических повреждений;

3) отсутствие порывов рекламных полотен;

4) наличие покрашенного каркаса;

5) отсутствие ржавчины и грязи на всех частях и элементах рекламных конструкций;

6) отсутствие на всех частях и элементах рекламных конструкций наклеенных объявлений, посторонних надписей, изображений и других информационных сообщений;

7) подсветка рекламных конструкций (оборудованных подсветкой в соответствии с проектом и техническими возможностями подключения к сетям энергоснабжения) в темное время суток в соответствии с графиком работы уличного освещения;

8) для всех отдельно-стоящих рекламных конструкций - наличие таблички с маркировкой, с указанием номера рекламной конструкции (соответствующего номеру по Схеме размещения рекламных конструкций на территории города Сургута), а также рекламораспространителя и номера его телефона.

3. Владелец рекламной конструкции обязан мыть и очищать от загрязнения принадлежащие ему рекламные конструкции по мере необходимости, но не реже:

- межсезонье (весна, осень) – 1 раз в неделю;

- зимний сезон – 1 раз в месяц;

- летний сезон – 1 раз в месяц.»

	благоустройство. Демонтаж объекта наружной рекламы необходимо проводить вместе с его фундаментом. 8. Рекламораспространитель, незаконно разместивший объект наружной рекламы, несёт ответственность в соответствии с действующим законодательством. 9. Если для производства строительных, ремонтных работ необходимо временно демонтировать рекламную конструкцию, организация, планирующая указанные работы, в целях своевременного извещения владельца рекламной конструкции обязана в срок не позднее 15-ти дней уведомить уполномоченный орган Администрации города о графике производства строительных работ. Уполномоченный орган Администрации города предупреждает рекламораспространителя о необходимости демонтажа объектов наружной рекламы не позднее 10-ти дней до начала работ.»	
	Статья 6. Контроль за размещением и эксплуатацией объектов наружной рекламы. Ответственность за нарушение Правил	Статья 6. Порядок оформления документации
	Статья 6: «1. Контрольное управление: контролирует соблюдение схемы размещения рекламных конструкций, выявляет и документально фиксирует факты незаконной установки и (или) эксплуатации рекламных конструкций; выдает предписания о демонтаже незаконно установленных и (или) эксплуатируемых рекламных конструкций в соответствии с законодательством; организует и контролирует проведение мероприятий, направленных на устранение фактов незаконной установки и (или) эксплуатации рекламных конструкций и их демонтаж. 2. Лицо, обладающее правом хозяйственного ведения, оперативного управления имуществом: участвует в приёмке объектов наружной рекламы, размещённых на имуществе, при вводе в эксплуатацию; осуществляет контроль за техническим состоянием и эксплуатацией объектов наружной рекламы, расположенных на его имуществе. 3. Рекламораспространитель обязан выполнять все предписания	Статья 6: «1. Установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Разрешение выдается на каждую рекламную конструкцию на срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. 2. Выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций осуществляется в порядке, установленном Администрацией города. 3. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается на срок 7 лет для рекламных конструкций, в отношении которых предусмотрены технологии демонстрации рекламы, установленные пунктами 1, 2 части 6 статьи 3 настоящих Правил и 10 лет для рекламных конструкций с технологией демонстрации рекламы, предусмотренной пунктом 3 части 6 статьи 3 настоящих Правил. Договор на установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции может быть заключен на срок не более чем 12 месяцев.

	органов, осуществляющих контроль за размещением средств наружной рекламы, в том числе по их демонтажу.»	4. Плата по договору на 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 определяется согласно методике, изложенной в приложении 1 к настоящим Правилам, либо по результатам торгов, проводимых согласно Положению о порядке организации и проведения торгов на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности, и перечисляется в бюджет города. Методика применяется для расчета начальной цены предмета торгов, а также для определения платы по договору, в том числе в случае признания торгов несостоявшимися.» (статья 4 действующих Правил)
	Статья 7. Особенности распространения социальной рекламы	Статья 7. Контроль за размещением и эксплуатацией рекламных конструкций.
	Статья 7: «1. Распространение социальной рекламы на территории города осуществляется путём предоставления рекламораспространителями принадлежащих им объектов наружной рекламы для размещения информации, имеющей социальную направленность. 2. Заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламораспространителя в пределах 5-ти процентов годового объёма распространяемой им рекламы (общей площади рекламных конструкций). Заключение такого договора осуществляется в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации.»	Статья 7: «1. Контрольное управление Администрации города: контролирует соблюдение схемы размещения рекламных конструкций, выявляет и документально фиксирует факты незаконной установки и (или) эксплуатации рекламных конструкций; выдает предписания о демонтаже незаконно установленных и (или) эксплуатируемых рекламных конструкций в соответствии с законодательством; организует и контролирует проведение мероприятий, направленных на устранение фактов незаконной установки и (или) эксплуатации рекламных конструкций и их демонтаж. 2. Лицо, обладающее правом хозяйственного ведения, оперативного управления имуществом: осуществляет контроль за техническим состоянием и эксплуатацией объектов наружной рекламы, расположенных на

		его имуществе. 3. Владелец рекламной конструкции обязан выполнять все предписания органов, осуществляющих контроль за размещением средств наружной рекламы, в том числе по их демонтажу.» (статья 6 действующих Правил)
		Статья 8. Особенности распространения социальной рекламы
		1. Распространение социальной рекламы на территории города осуществляется путем предоставления рекламораспространителями принадлежащих им объектов наружной рекламы для размещения информации, имеющей социальную направленность. 2. Заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламораспространителя в пределах 5-ти процентов годового объема распространяемой им рекламы (общей площади рекламных конструкций). Заключение такого договора осуществляется в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации. (статья 7 действующих Правил)
		<i>Статья 9. Порядок организации и проведения торгов</i>
		Статья 9: <i>«1. Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление в отношении мест, предусмотренных схемой размещения рекламных конструкций на территории города Сургута, проводятся в форме открытого конкурса.</i> <i>2. Порядок организации и проведения торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или</i>

		<i>доверительное управление устанавливается Администрацией города.»</i>
	Приложение 1 к Правилам распространения наружной рекламы на территории города Сургута Положение о порядке организации и проведения торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных(ой) конструкций(и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное управление (далее - Положение)	Исключено из решения Думы <i>Будет утверждено нормативным документом Администрации города</i>
	Приложение 2 к Правилам распространения наружной рекламы на территории города Сургута Методика определения размера платы за установку и эксплуатацию рекламных(ой) конструкций(и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное управление Размер платы (Рп) определяется по следующей формуле: Рп = БС х S х П х Ктр х Крк, где: БС - базовая ставка; S - площадь информационного поля рекламной конструкции (кв. м); П - период размещения рекламной конструкции (базовая ставка равна 1; при исчислении периода в месяцах месяц равен 1/12 базовой ставки, при исчислении в днях 1 день равен 1/365 базовой ставки); Ктр - коэффициент, учитывающий территориальную привязку места размещения рекламной конструкции (таблица 1); Крк - коэффициент, учитывающий вид рекламной конструкции (таблица 2).	Приложение 1 к Правилам распространения наружной рекламы на территории города Сургута Методика расчета 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 1. Расчет платы производится по формуле: Рп = БСтг х S х П х Ктр х Крк, где: <i>Рп – размер платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции (рублей) без учета НДС; БСтг - базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади (рублей), устанавливаемая в текущем календарном году. Базовая ставка платы за установку и</i>

Таблица 1

Категория территориальной зоны для размещения объектов наружной рекламы	Значение коэффициента Ктр	Территориальные зоны города
I	1,25	Проспект Ленина. Проспект Мира. Улица Островского (от Нефтеюганского шоссе до проспекта Ленина)
II	1	Территориальные зоны в соответствии с Правилами землепользования и застройки на территории города Сургута, ограниченные ул. Крылова (от ул. Аэрофлотской до ул. Ивана Шидловского), ул. Ивана Шидловского (от ул. Крылова до ул. Привокзальной), ул. Привокзальной, ул. Толстого, ул. Крылова (от ул. Толстого до ул. Есенина), ул. Есенина, Югорским трактом, ул. Югорской, ул. Щепёткина, ул. Рационализаторов, Нефтеюганским шоссе, ул. Аэрофлотской. Улица Аэрофлотская. Тюменский тракт от ул. Аэрофлотской до западной границы города
III	0,75	Прочие территории

Таблица 2

N п/п	Вид рекламной конструкции	Значение Крк
1.	Отдельно стоящие конструкции, щитовые установки любого формата	1,25
2.	Электронные экраны (табло)	9,6
3.	Панель-кронштейны	2,98
4.	Настенные панно: до 100 кв. м; до 200 кв. м; более 300 кв. м	0,23 0,24 0,21
5.	Транспарант-перетяжки	2,5
6.	Другие конструкции	1,24

эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади на 2019 год составляет 819,83 рубля.

S - площадь информационного поля рекламной конструкции (кв. м);

П - период размещения рекламной конструкции: на год принимает значение 1, при исчислении его в месяцах (днях) равен 1/12 (1/365);

Ктр - коэффициент, учитывающий территориальную привязку места размещения рекламной конструкции, определяется по таблице 1;

Крк - коэффициент, учитывающий вид рекламной конструкции определяется по таблице 2.

С 01.01.2020 базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади, рассчитываемая по формуле:

$БСтг = БСнг \times Инг$, где:

БСнг - базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади (рублей), действовавшая в предыдущем календарном году,

Инг - индекс потребительских цен, опубликованный Федеральной службой государственной статистики за предыдущий календарный год.

2. Ежегодно с 01 января производится перерасчет базовой ставки платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади с учетом индекса потребительских цен, опубликованного Федеральной службой государственной статистики за последний календарный год.

3. Ежегодно до 31 января базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади с учетом перерасчета публикуется в официальном печатном издании и размещается на официальном портале Администрации города Сургута.

Таблица 1

Категория территориальной	Значение коэффициента	Территориальные зоны города
---------------------------	-----------------------	-----------------------------

		зоны для размещения объектов наружной рекламы	Ктр	
		I	1,25	- пр. Ленина - пр. Мира - ул. Островского (от Нефтеюганского шоссе до проспекта Ленина) - ул. Университетская - ул. Никольская - пр. Комсомольский - ул. Геологическая - ул. 30 лет Победы - ул. И. Каролинского - ул. И. Захарова - ул. И. Киртбая - пр. Пролетарский
		II	1	- ул. Крылова - ул. Ивана Шидловского - ул. Привокзальная - ул. Есенина - Югорский тракт - ул. Югорская - ул. Щепёткина - ул. Рационализаторов - Нефтеюганское шоссе - ул. Аэрофлотская - Тюменский тракт - ул. Лермонтова - ул. Кукуевинского - ул. Дзержинского - ул. Декабристов - ул. С. Билецкого - ул. Маяковского (от Нефтеюганского шоссе до проспекта Мира) - ул. Сосновая - ул. 50 лет ВЛКСМ - ул. Профсоюзов - ул. Мелик-Карамова - ул. Энергетиков - ул. Энгельса - пр. Набережный
		III	0,75	Прочие территории

При распространении наружной рекламы на пересечении улиц разных категорий в расчёт принимается высшая категория. Данное правило распространяется также на часть улицы до 100 м более низкой категории, с которой визуально

воспринимается реклама с улицы более высокой категории.

Таблица 2

N 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.	- ситиборд (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 1,2м x 1,8м)	2
2.2.	стела	1
2.3.	медиафасад	3
2.4.	крышная рекламная конструкция	2
3.	Временная рекламная конструкция	1

Приложение 3 к Правилам
Типовой договор на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное управление

Исключено из решения Думы
Будет утверждено нормативным документом Администрации города

08.04.2019

Беленец Оксана Викторовна
(3462) 52-82-95

