

МУНИЦИПАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ
ГОРОДСКОЙ ОКРУГ ГОРОД СУРГУТ

ДУМА ГОРОДА СУРГУТА
РЕШЕНИЕ

Принято на заседании Думы 30 мая 2007 года
№ 214-IV ДГ

О внесении изменений в Правила распространения наружной рекламы на территории города Сургута

В связи с необходимостью внесения уточнений в Правила распространения наружной рекламы на территории города Сургута, утвержденные решением Думы города от 29.09.2006 № 74-IV ДГ, Дума города РЕШИЛА:

1. Внести в Правила распространения наружной рекламы на территории города Сургута следующие изменения:

1) в тексте решения Думы города и Правил слова «на объектах муниципальной собственности и землях, находящихся в ведении муниципального образования и не обремененных правами третьих лиц» заменить словами «на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление»;

2) пункт 1.3 Правил дополнить словами «Правилами организации благоустройства города Сургута, Правилами создания, содержания и охраны зеленых насаждений в городе Сургуте»;

3) пункт 1.8 Правил исключить;

4) пункт 2.16 Правил изложить в следующей редакции:

«2.16. Не допускается размещение объектов наружной рекламы на стационарных оградах архитектурных ансамблей, парков, скверов, территорий предприятий и организаций, автостоянок, торговых комплексов и пр., если они выполнены в виде кованых и сварных решеток, ажурных и других конструкций, изготовленных по оригинальным чертежам и возведенных по индивидуальным проектам, кроме случаев размещения социальной рекламы и праздничной информации»;

5) дополнить статью 2 Правил пунктами 2.17 и 2.18 следующего содержания:

«2.17. Объекты наружной рекламы должны гармонично вписываться в элементы архитектуры здания (сооружения), обеспечивать цельность восприятия рекламой конструкции и архитектурного объекта. Отдельно стоящие объекты наружной рекламы, находящиеся одновременно в поле зрения, должны создавать единую картину и гармонировать с окружающей городской средой.

2.18. В случае если заявленный объект наружной рекламы не вписывается в архитектурную, ландшафтную, градостроительную среду и препятствует восприятию объектов сложившейся застройки, имеющих культурно-эстетическую ценность и значимость, не учитывает архитектурных особенностей зданий, сооружений, орган Администрации города, уполномоченный в области архитектуры и градостроительства, вправе предъявить требование об изменении размеров, места размещения и технических характеристик объекта наружной рекламы»;

б) дополнить статью 4 Правил пунктом 4.2 следующего содержания:

«4.2. Размещение новых объектов наружной рекламы, устанавливаемых на основании проектов территориального размещения на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное 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 рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление (приложение 1 к настоящим Правилам)».

7) пункты 4.2 – 4.15 Правил считать пунктами 4.3 – 4.16 соответственно;

8) пункт 4.3 Правил после слов «эскизный проект объекта» дополнить словами «в виде фотоизображения предлагаемого места размещения объекта наружной рекламы и прилегающей территории с нанесением эскиза объекта наружной рекламы, указанием его габаритов»;

9) в пункте 4.3 Правил слова «ситуационный план территориального размещения объекта наружной рекламы» заменить словами «план-схема градостроительной ситуации места размещения объекта наружной рекламы с привязкой к месту его предполагаемого размещения, а также всех существующих однотипных объектов наружной рекламы в радиусе 100 метров от предполагаемого места размещения (масштаб 1:500). План-схема градостроительной ситуации должна быть выполнена на топосъемке с указанием существующего благоустройства, расстояния до объектов недвижимости, зеленых насаждений, временных объектов и сооружений. В случае наземного размещения объекта наружной рекламы на плане-схеме градостроительной ситуации указывается размер фундаментного основания объекта наружной рекламы»;

10) приложение 1 к Правилам дополнить пунктом 1.4 следующего содержания:

«1.4. Торги проводятся по инициативе законного владельца муниципального недвижимого имущества, указанного в частях 5 – 7 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», либо собственника муниципального недвижимого имущества по согласованию с указанным владельцем»;

11) пункты 1.4 – 1.7 приложения 1 к Правилам считать пунктами 1.5 – 1.8 соответственно;

12) в приложении 3 к Правилам преамбулу типового договора изложить в следующей редакции:

«Администрация города Сургута, действующая от имени муниципального образования городской округ город Сургут, именуемая в дальнейшем «Администрация», в лице _____, действующего на основании _____, с одной стороны, (_____

(наименование лица, осуществляющего хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление объектами муниципальной собственности)

именуемый (ая) в дальнейшем «Уполномоченное лицо», в лице _____, действующего на основании _____, с одной стороны), и _____, именуемое в дальнейшем «Рекламораспространитель», в лице _____, действующего на основании _____, с другой стороны, заключили договор о нижеследующем»;

13) в тексте типового договора слова «Администрация» заменить словами «Администрация (Уполномоченное лицо)».

2. Настоящее решение вступает в силу с момента официального опубликования.

Глава города

А.Л. Сидоров