

ПОПРАВКИ

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»

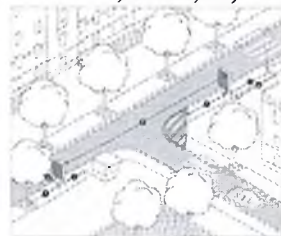
№ п/п	Редакция текста проекта решения	Предлагаемая поправка	Текст в новой редакции
1.	1. Внести в решение Думы города от 29.09.2006 № 74-IV ДГ «О Правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута» (в редакции от 04.06.2019 № 440-VI ДГ) следующие изменения:	В абзаце первом части 1 проекта решения слова «от 04.06.2019 № 440-VI ДГ» заменить словами «от 23.12.2022 № 245-VII ДГ»	1. Внести в решение Думы города от 29.09.2006 № 74-IV ДГ «О Правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута» (в редакции от 23.12.2022 № 245-VII ДГ) следующие изменения:
2.	4) в пункте 2 части 1 статьи 3 приложения к решению слова «, элементах благоустройства» исключить	В пункте 4 части 1 проекта решения после слов «части 1» дополнить словами «и абзаце первом части 3»	4) в пункте 2 части 1 и абзаце первом части 3 статьи 3 приложения к решению слова «, элементах благоустройства» исключить
3.	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 м ² . 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	В пункте 5 части 1 проекта решения слова «Площадь информационного поля афишного стенда определяется общей площадью его сторон» заменить словами «Площадь информационного поля рекламно-информационного стенда определяется общей площадью его информационных полей»	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 рекламно-информационного стенда определяется общей площадью его информационных полей и может составлять не более 12 кв. м. 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
4.	9) 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, предназначенный для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счёт свечения 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	Пункт 9 части 1 проекта решения изложить в новой редакции	9) пункт 3 части 3 статьи 3 приложения к решению изложить в следующей редакции: «3) 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. Медиафасад 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;»

	(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;»		
5.	—	Часть 1 проекта решения дополнить пунктом 10: Пункты 10 – 17 части 1 проекта решения считать пунктами 11 – 18 соответственно	10) часть 3 статьи 3 приложения к решению дополнить пунктом 5: «5) электронный экран (табло) – объект наружной рекламы и информации, предназначенный для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счёт свечения 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. 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;»
6.	10) 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.»	Пункт 10 части 1 проекта решения изложить в новой редакции	11) часть 5 статьи 3 приложения к решению изложить в следующей редакции: «5. На территории города Сургута разрешается установка и эксплуатация видов рекламных конструкций, указанных в частях 2 – 4 настоящей статьи и приложении 2 к настоящим Правилам. Размещение иных видов рекламных конструкций не допускается. Изображения видов рекламных конструкций, допустимых к установке на территории города Сургута, указанные в частях 2, 3 настоящей статьи и отображенные в приложении 2 к настоящим Правилам, являются условными.»
7.	13) 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	Пункт 13 части 1 проекта решения изложить в новой редакции	14) часть 1 статьи 4 приложения к решению дополнить пунктами 6 – 8 следующего содержания: «6) размещать сити-формат на тротуарах шириной менее 2 м; 7) размещать афишную тумбу и стелу на тротуарах шириной менее 4 м; 8) 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

	организации;»;		торговых сетевых компаний, у которых разработан и утверждён корпоративный индивидуальный проект графического исполнения рекламных конструкций с применением фирменного стиля организации. 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 учётом назначения расположенных на данных территориях объектов, в следующих случаях: а) 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 автостоянок, по периметру уличных зон отдыха посетителей, пешеходных эспланадах; б) в случае размещения на территориях автозаправочных станций. Согласование вышеупомянутых случаев размещения рекламных конструкций осуществляется на основании решения комиссии, действующей на основании положения, утверждённого муниципальным правовым актом Администрации города. При принятии решений комиссия обязана
--	----------------	--	---

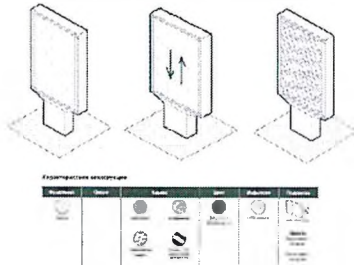
			руководствоваться федеральным законодательством, законодательством ХМАО – Югры, муниципальными правовыми актами.»															
8.	14) статью 4 приложения к решению дополнить частью 4: «4. Дополнительные требования к размещению рекламных конструкций изложены в приложениях 2, 3 к настоящим Правилам.»	Пункт 14 части 1 проекта решения изложить в новой редакции	15) статью 4 приложения к решению дополнить частью 4: «4. Дополнительные требования к размещению и характеристикам типовых рекламных конструкций, а также требования к минимальным расстояниям между рекламными конструкциями разных типов и видов изложены в приложениях 2, 3 к настоящим Правилам.»															
9.	<table><tr><td>2.3.</td><td>Медиафасад/электронный экран</td><td>3</td></tr><tr><td>2.4.</td><td>Крышная рекламная конструкция</td><td>2</td></tr></table>	2.3.	Медиафасад/электронный экран	3	2.4.	Крышная рекламная конструкция	2	В таблице пункта 16 части 1 проекта решения в строке 2.3 слова «/электронный экран» исключить, дополнить строкой 2.4 (строку 2.4 считать строкой 2.5 соответственно)	<table><tr><td>2.3.</td><td>Медиафасад</td><td>3</td></tr><tr><td>2.4.</td><td>Электронный экран</td><td>3</td></tr><tr><td>2.5.</td><td>Крышная рекламная конструкция</td><td>2</td></tr></table>	2.3.	Медиафасад	3	2.4.	Электронный экран	3	2.5.	Крышная рекламная конструкция	2
2.3.	Медиафасад/электронный экран	3																
2.4.	Крышная рекламная конструкция	2																
2.3.	Медиафасад	3																
2.4.	Электронный экран	3																
2.5.	Крышная рекламная конструкция	2																
10.	«Приложение 2 к Правилам распространения наружной рекламы на территории города Сургута Типовые рекламные конструкции I. Малый формат: 1. Сити-формат (размер информационного поля 1,2м x 1,8м)  Сити-формат разрешено размещать на расстоянии: - не менее 5 м от светофоров и дорожных знаков; - не менее 5 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;	Приложение 1 к проекту решения изложить в новой редакции	«Приложение 2 к Правилам распространения наружной рекламы на территории города Сургута Дополнительные требования к размещению и характеристикам типовых рекламных конструкций I. Малый формат 1. Сити-формат 1) сити-формат разрешено размещать на расстоянии согласно рисунку 1: ❶ - не менее 5 м от светофоров и дорожных знаков; ❷ - не менее 5 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов; ❸ - не менее 2,5 м от стволов деревьев; ❹ - не менее 0,6 м от кромок бортовых камней или обочин; ❺ - не менее 5 м от пешеходных переходов;															

- не менее 2,5 м от стволов деревьев;
- не менее 0,6 м от кромок бортовых камней или обочин;
- не менее 5 м от пешеходных переходов;
- не менее 5 м от перекрестков.

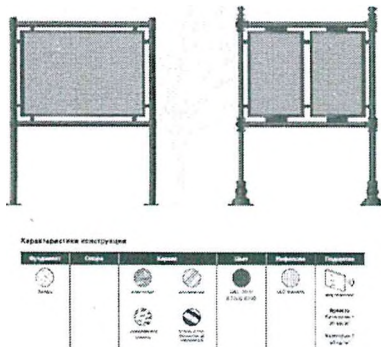
Сити-формат запрещено устанавливать на тротуарной ширине менее 2 м.

Технология демонстрации рекламы на сити-формате:

- 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.



2. Рекламно-информационный стенд (общая площадь сторон не более 3,2 м.кв.)



6 - не менее 30 м от других конструкций малого формата;

7 - не менее 5 м от перекрестков.



Рисунок 1. Размещение сити-формата

2) технология демонстрации рекламы на сити-формате:

- а) с помощью неподвижных полиграфических материалов (бумага, винил и аналогичные) (рисунок 2);
- б) с помощью демонстрации рекламных изображений на динамических системах смены изображений (роллерных системах или системах поворотных плоскостей) (рисунок 3);
- в) с помощью систем электронной демонстрации и смены рекламных изображений (рисунок 4).

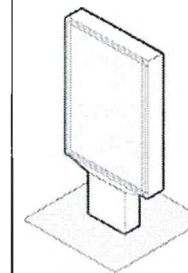


Рисунок 2. Технология демонстрации рекламы на сити-формате с помощью неподвижных полиграфических материалов

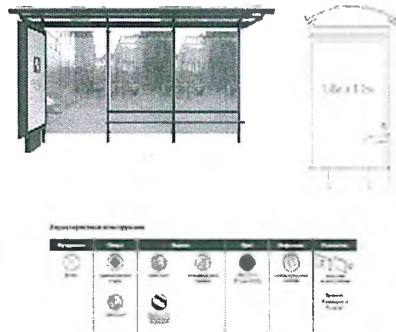
Рекламно-информационный стенд разрешено размещать на расстоянии:

- не менее 5 м от светофоров и дорожных знаков;
- не менее 5 м от остановочных павильонов нестационарных торговых объектов;
- не менее 2,5 м от стволов деревьев;
- не менее 5 м от перекрестков.

Технология демонстрации рекламы на рекламно-информационном стенде:

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

3. Рекламная конструкция в составе остановочного пункта движения общественного транспорта (размер информационного поля 1,2 м x 1,8 м)



Технология демонстрации рекламы на рекламной конструкции в составе остановочного пункта движения общественного транспорта:

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

II. Средний формат:

1. Афишная тумба (размер в плане не более 1,5 м x 1,5 м)

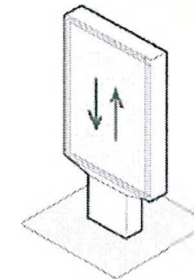


Рисунок 3. Технология демонстрации рекламы на сити-формате с помощью демонстрации рекламных изображений на динамических системах смены изображений

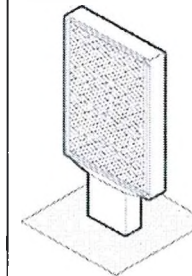
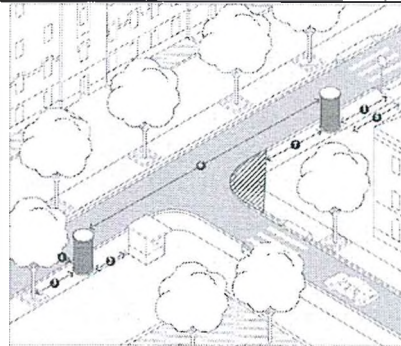


Рисунок 4. Технология демонстрации рекламы на сити-формате с помощью систем электронной демонстрации и смены рекламных изображений

3) характеристики конструкции:

- а) конструкция имеет одну опорную стойку, которая устанавливается по центру рекламной конструкции под прямым углом к нижнему краю информационного поля;
- б) материалы, используемые для установки: фундамента – бетон; опоры – композит, алюминий; каркаса – композит, алюминий, закаленное стекло, сталь с порошковой окраской; инфополя – ламинированная бумага, LED-панель; подсветки – внутренняя; цвета – RAL-7011 (таблица 1).

Характеристики конструкции



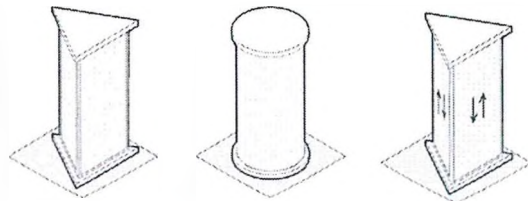
Афишную тумбу разрешено размещать на расстоянии:

- не менее 5 м от светофоров и дорожных знаков;
- не менее 5 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
- не менее 2,5 м от стволов деревьев;
- не менее 0,6 м от кромок бортовых камней или обочин;
- не менее 5 м от пешеходных переходов;
- не менее 10 м от перекрестков;

Афишную тумбу запрещено устанавливать на тротуарной ширине менее 4 м.

Технология демонстрации рекламы на афишной тумбе:

- 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).



Характеристики конструкции

Фундамент	Опора	Каркас	Цвет	Инфополе	Подсветка
Бетон	Алюминий	Композит	RAL 7011 S 70 05 4306	Ламинированная бумага	Внутренняя и (или) внешняя
	Композит	Алюминий		LED панели	

Таблица 1

Фундамент	Опора	Каркас	Цвет	Инфополе	Подсветка
Бетон	Алюминий	Композит	RAL 7011 S 70 05 4306	Ламинированная бумага	Внутренняя и (или) внешняя
	Композит	Алюминий		LED панели	

2. Рекламно-информационный стенд

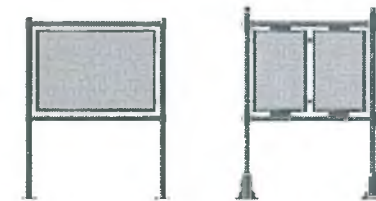


Рисунок 5. Рекламно-информационный стенд

1) рекламно-информационный стенд разрешено размещать на расстоянии:

- а) не менее 5 м от светофоров и дорожных знаков;
- б) не менее 5 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
- в) не менее 2,5 м от стволов деревьев;
- г) не менее 30 м от других конструкций малого формата;
- д) не менее 5 м от перекрестков;
- е) не менее 30 м от конструкций среднего и крупного форматов.

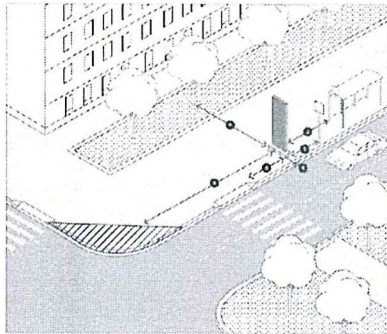
2) технология демонстрации рекламы на рекламно-информационном стенде:

- а) с помощью неподвижных полиграфических материалов (бумага, винил и аналогичные).

3) характеристики конструкции

Материалы, используемые для установки: фундамента – бетон; опоры – композит, алюминий; каркаса – композит, алюминий, закаленное стекло, сталь с порошковой окраской; инфополя – ламинированная бумага; подсветки – внутренняя и (или) внешняя; цвета – RAL-7011 (таблица 2).

2. Стела



Стелу разрешено размещать на расстоянии:

- не менее 5 м от светофоров и дорожных знаков;
- не менее 5 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
- не менее 2,5 м от стволов деревьев;
- не менее 0,6 м от кромок бортовых камней или обочин;
- не менее 5 м от пешеходных переходов;
- не менее 25 м от перекрестков.

Стелу запрещено устанавливать на тротуарах шириной 4 м.

Технология демонстрации рекламы на стеле:

- 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.

Характеристики конструкции

Таблица 2					
Фундамент	Опора	Каркас		Цвет	Подсветка
бетон	алюминий	композит	алюминий	RAL 7015 S 7005-B030	внутренняя и/или внешняя
	композит	закаленное стекло	сталь с порошковой окраской		

3. Рекламная конструкция в составе остановочного пункта движения общественного транспорта

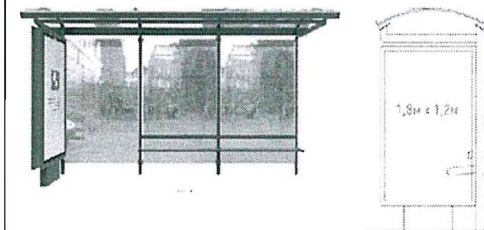


Рисунок 6. Рекламная конструкция в составе остановочного пункта движения общественного транспорта

1) технология демонстрации рекламы на рекламной конструкции в составе остановочного пункта движения общественного транспорта:

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

2) характеристики конструкции

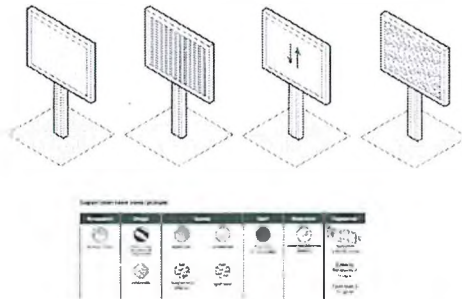
Материалы, используемые для установки: каркаса – композит, алюминий, закаленное стекло, сталь с порошковой окраской; инфополя – ламинированная бумага; подсветки – внутренняя и (или) внешняя; цвета – RAL-7015 (таблица 3).

Характеристики конструкции

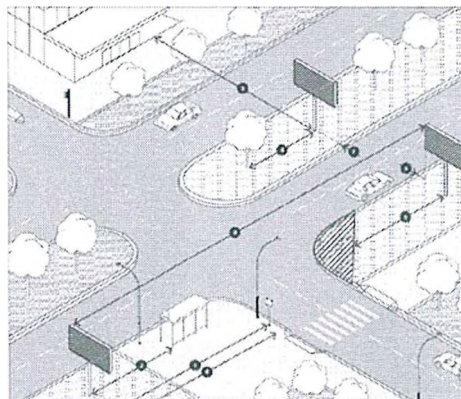
Таблица 3					
Фундамент	Опора	Каркас		Цвет	Подсветка
		композит	алюминий	RAL 7015 S 7005-B030	внутренняя и/или внешняя
		закаленное стекло	сталь с порошковой окраской		

Технология демонстрации рекламы на сити-борде:

- 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.



2) Билборд (размер информационного поля 6м x 3м)



Билборд разрешено размещать на расстоянии:

- не менее 25 м от светофоров и дорожных знаков;
- не менее 5 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
- не менее 15 м от фасадов зданий;
- не менее 5 м от стволов деревьев;
- не менее 0,6 м и не более 5 м от кромок бортовых камней

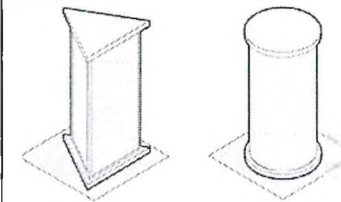


Рисунок 8. Технология демонстрации рекламы на афишной тумбе с помощью неподвижных полиграфических материалов

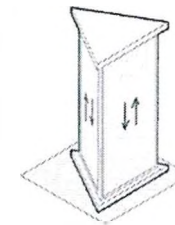


Рисунок 9. Технология демонстрации рекламы на афишной тумбе с помощью демонстрации рекламных изображений на динамических системах смены изображений

3) характеристики конструкции

Материалы, используемые для установки: фундамента – бетон; опоры – композит, сталь с порошковой окраской; каркаса – композит, алюминий, закалённое стекло; инфополя – ламинированная бумага; подсветки – внутренняя; цвета – RAL-7011 (таблица 4)

Характеристики конструкции

Таблица 4

Фундамент	Опора	Каркас	Цвет	Инфопол	Подсветка
Бетон	Сталь с порошковой окраской	Композит	Алюминий	Ламинированная бумага	Внутренняя
	Композит	Закалённое стекло			

2. Стела

1) стелу разрешено размещать на расстоянии согласно рисунку 10:

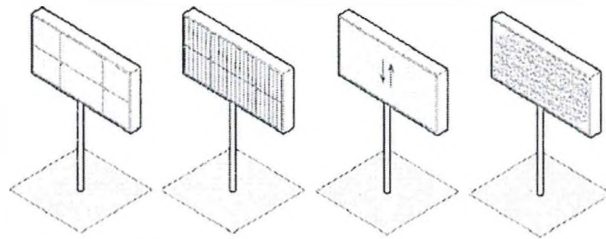
или обочин;

- не менее 25 м от пешеходных переходов;
- не менее 2,5 м от краев разделительных полос;
- не менее 25 м от перекрестков.

Разрешена установка: Г-образной и Т-образной конструкции.

Технология демонстрации рекламы на билборде:

- 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.



Характеристики конструкции					
Материал	Стекло	Металл	Пластик	Дерево	Камень
Формат	Горизонтальный	Вертикальный	Горизонтальный	Вертикальный	Горизонтальный
Тип	Стационарный	Портальный	Стационарный	Портальный	Стационарный
Монтаж	На опорах	На опорах	На опорах	На опорах	На опорах
Демонтаж	Сложно	Сложно	Сложно	Сложно	Сложно

- 3) Суперсайт/суперборд (размер информационного поля суперсайта 5м x 15м; размер информационного поля суперборда 4м x 12м)

- 1 - не менее 5 м от светофоров и дорожных знаков;
- 2 - не менее 5 м от остановочных павильонов нестационарных торговых объектов;
- 3 - не менее 2,5 м от стволов деревьев;
- 4 - не менее 0,6 м от кромок бортовых камней или обочин;
- 5 - не менее 5 м от пешеходных переходов;
- 6 - не менее 25 м от перекрёстков.

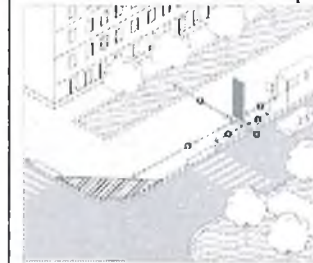


Рисунок 10. Размещение стелы

- 2) технология демонстрации рекламы на стеле:

- а) с помощью неподвижных полиграфических материалов (бумага, винил и аналогичные) (рисунок 11);
- б) с помощью демонстрации рекламных изображений на динамических системах смены изображений (роллерных системах или системах поворотных плоскостей) (рисунок 12);

- в) с помощью систем электронной демонстрации и смены рекламных изображений (рисунок 13).

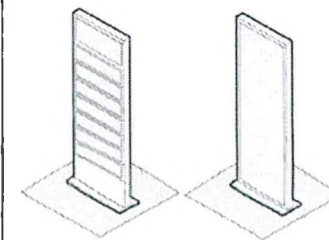
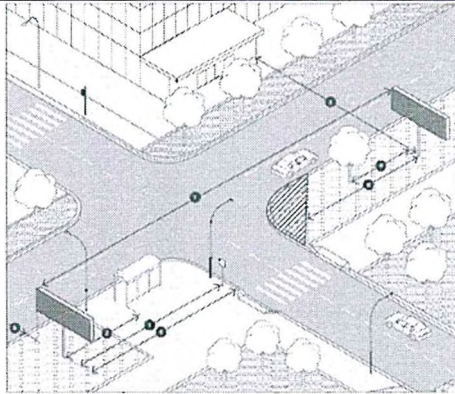


Рисунок 11. Технология демонстрации рекламы на стеле с помощью неподвижных полиграфических материалов



Суперсайт/суперборд разрешено размещать на расстоянии:

- не менее 25 м от светофоров и дорожных знаков;
- не менее 5 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
- не менее 15 м от фасадов зданий;
- не менее 5 м от стволов деревьев;
- не менее 0,6 м и не более 5 м от кромок бортовых камней или обочин;
- не менее 25 м от пешеходных переходов;
- не менее 2,5 м от краев разделительных полос;
- не менее 25 м от перекрестков.

Разрешена установка: Г-образной и Т-образной конструкции.

Технология демонстрации рекламы на суперсайте/суперборде:

- 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.

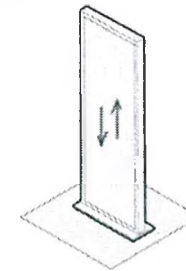


Рисунок 12. Технология демонстрации рекламы на стеле с помощью демонстрации рекламных изображений на динамических системах смены изображений

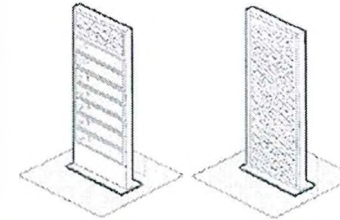


Рисунок 13. Технология демонстрации рекламы на стеле с помощью систем электронной демонстрации и смены рекламных изображений

3) характеристики конструкции

Материалы, используемые для установки: фундамента – бетон; опоры – композит, оцинкованная сталь; каркаса – композит, алюминиевая панель, сталь с порошковой окраской; инфополя – самоклеящаяся пленка, LED-панель; подсветки – внутренняя и (или) внешняя; цвета – RAL-7011 (таблица 5)

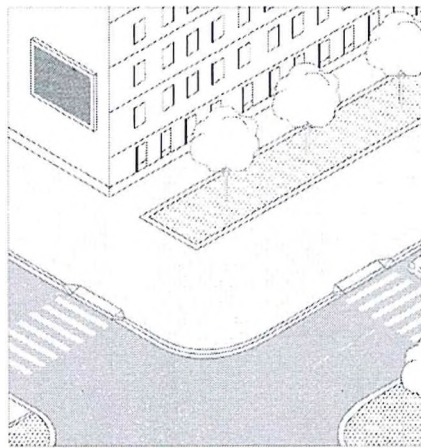
Характеристики конструкции

Таблица 5

Фундамент	Опора	Каркас	Цвет	Инфополе	Подсветка
Бетон	Композитная опора	Алюминиевая панель	RAL 7011 S 7000 9/00	Самоклеящаяся пленка	Внутренняя (или) внешняя
	Оцинкованная сталь	Сталь с порошковой окраской		LED-панель	

III. Крупный формат:

1. Сити-борд

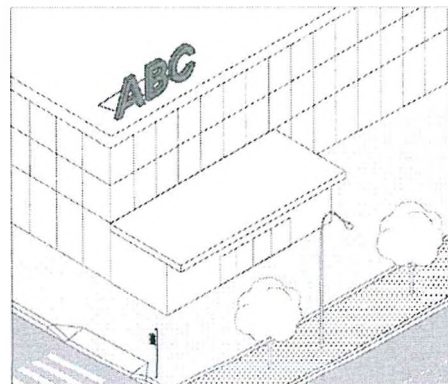


Технология демонстрации рекламы на медиафасаде/электронном экране:

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

б) Крышная рекламная конструкция

Крышная рекламная конструкция размещается в виде отдельных символов



Характеристики конструкции

Материал	Оформление	Монтаж	Свет	Мат. основа	Технология
Алюминиевый профиль	Пластик	Сварка	Светодиоды	Алюминиевый профиль	Электронная
Стекло	Пластик	Сварка	Светодиоды	Алюминиевый профиль	Электронная
Стекло	Пластик	Сварка	Светодиоды	Алюминиевый профиль	Электронная
Стекло	Пластик	Сварка	Светодиоды	Алюминиевый профиль	Электронная
Стекло	Пластик	Сварка	Светодиоды	Алюминиевый профиль	Электронная

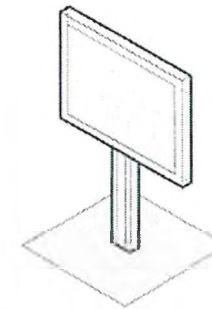


Рисунок 15. Технология демонстрации рекламы на сити-борде с помощью неподвижных полиграфических материалов

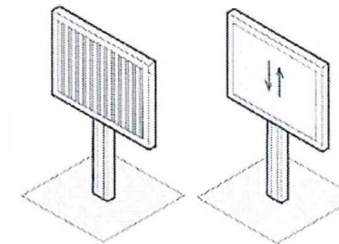


Рисунок 16. Технология демонстрации рекламы на сити-борде с помощью демонстрации рекламных изображений на динамических системах смены изображений

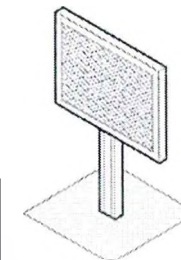


Рисунок 17. Технология демонстрации рекламы на сити-борде с помощью систем электронной демонстрации и смены рекламных изображений

3) характеристики конструкции

а) разрешена установка: Г-образной и Т-образной конструкции;

б) материалы, используемые для установки: фундамента

– железобетон; опоры – композит, сталь с порошковой окраской; каркаса – композит, алюминий, анодированный алюминий, металлические сегменты, закалённое стекло, триплекс; инфополя – ламинированная бумага, самоклеящаяся пленка, LED-панель; подсветки – внутренняя и (или) внешняя; цвета – RAL-7011 (таблица 6).

Характеристики конструкции

Таблица 6

Фундамент	Опора	Каркас		Цвет	Инфополе	Подсветка
 железобетон	 сталь с порошковой окраской	 композит	 алюминий	 RAL 7011 S 7006 B20G	 ламинированная бумага	 внутренняя (или) внешняя
	 композит	 анодированный алюминий	 металлические сегменты		 самоклеящаяся пленка	
		 закалённое стекло	 триплекс		 LED-панель	

2. Билборд

1) билборд разрешено размещать на расстоянии согласно рисунку 18:

- 1 - не менее 25 м от светофоров и дорожных знаков;
- 2 - не менее 5 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
- 3 - не менее 15 м от фасадов зданий;
- 4 - не менее 5 м от стволов деревьев;
- 5 - не менее 0,6 м и не более 5 м от кромок бортовых камней или обочин;
- 6 - не менее 25 м от пешеходных переходов;
- 7 - не менее 2,5 м от краёв разделительных полос;
- 8 - не менее 100 м от других конструкций крупного формата;
- 9 - не менее 25 м от перекрёстков.

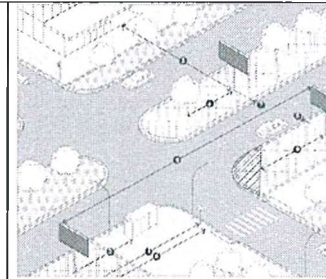


Рисунок 18. Размещение билборда

2) технология демонстрации рекламы на билборде:

а) с помощью неподвижных полиграфических материалов (бумага, винил и аналогичные) (рисунок 19);
б) с помощью демонстрации рекламных изображений на динамических системах смены изображений (роллерных системах или системах поворотных плоскостей) (рисунок 20);

в) с помощью систем электронной демонстрации и смены рекламных изображений (рисунок 21).

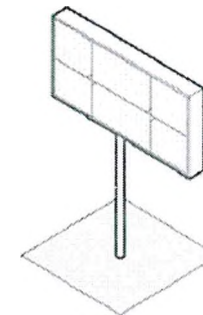


Рисунок 19. Технология демонстрации рекламы на билборде с помощью неподвижных полиграфических материалов

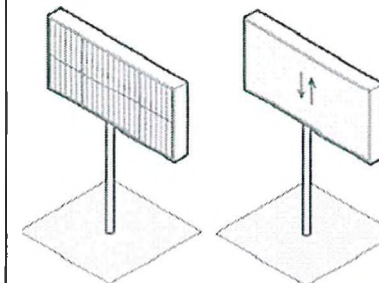


Рисунок 20. Технология демонстрации рекламы на билборде с помощью демонстрации рекламных изображений на динамических системах смены изображений

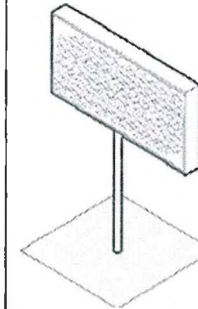


Рисунок 21. Технология демонстрации рекламы на билборде с помощью систем электронной демонстрации и смены рекламных изображений

3) характеристики конструкции

а) разрешена установка: Г-образной и Т-образной конструкции;

б) материалы, используемые для установки: фундамента - железобетон; опоры - композит, сталь с порошковой окраской; каркаса – оцинкованная сталь, алюминий, металлические сегменты, закалённое стекло; инфополя – баннерная ткань, самоклеящаяся бумага, ламинированная бумага, LED-панель; подсветки – внутренняя и (или) внешняя; цвета – RAL-7011 (таблица 7).

Характеристики конструкции

Таблица 7

Фундамент	Опора	Каркас		Цвет	Инфополе	Подсветка
 железобетон	 сталь с порошковой окраской	 оцинкованная сталь	 алюминий	 RAL 7011 S 2006-B200	 баннерная ткань	 внутренняя (или) внешняя
	 композит	 металлические сегменты	 закалённое стекло		 самоклеящаяся бумага	
					 ламинированная бумага	
					 LED-панель	

3. Суперсайт/суперборд

1) суперсайт/суперборд разрешено размещать на расстоянии согласно рисунку 22:

- ① - не менее 25 м от светофоров и дорожных знаков;
- ② - не менее 5 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
- ③ - не менее 15 м от фасадов зданий;
- ④ - не менее 5 м от стволов деревьев;
- ⑤ - не менее 0,6 м и не более 5 м от кромок бортовых камней или обочин;
- ⑥ - не менее 25 м от пешеходных переходов;
- ⑦ - не менее 100 м от других конструкций крупного формата;
- ⑧ - не менее 25 м от перекрёстков

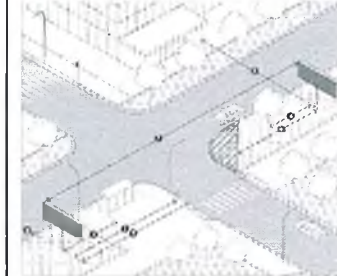


Рисунок 22. Размещение суперсайта/суперборда

2) технология демонстрации рекламы на суперсайте/суперборде:

- а) с помощью неподвижных полиграфических материалов (бумага, винил и аналогичные) (рисунок 23);
- б) с помощью демонстрации рекламных изображений на динамических системах смены изображений (роллерных системах или системах поворотных плоскостей) (рисунок 24);
- в) с помощью систем электронной демонстрации и смены рекламных изображений (рисунок 25).

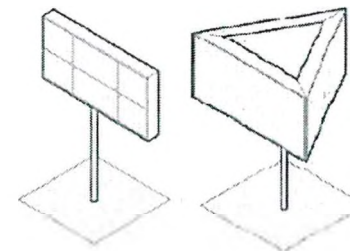


Рисунок 23. Технология демонстрации рекламы на суперсайте/суперборде с помощью неподвижных полиграфических материалов

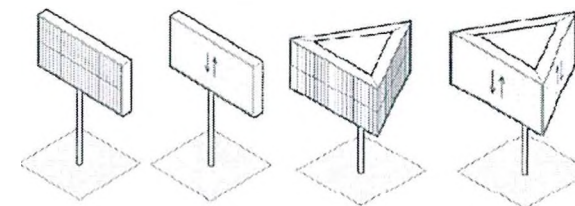


Рисунок 24. Технология демонстрации рекламы на суперсайте/суперборде с помощью демонстрации рекламных изображений на динамических системах смены изображений

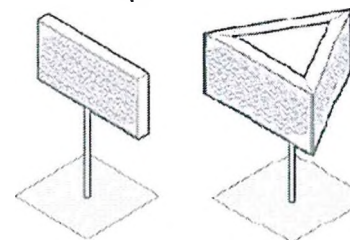


Рисунок 25. Технология демонстрации рекламы на суперсайте/суперборде с помощью систем электронной демонстрации и смены рекламных изображений

3) характеристики конструкции

а) разрешена установка: Г-образной и Т-образной конструкции;

б) материалы, используемые для установки: фундамента – железобетон; опоры – композит, сталь с порошковой окраской; каркаса – оцинкованная сталь, алюминий, металлические сегменты, закалённое стекло; инфополя – баннерная ткань, самоклеящаяся бумага, ламинированная бумага, LED-панель; подсветки –

внутренняя и (или) внешняя; цвета – RAL-7011 (таблица 8).

Характеристики конструкции

Таблица 8

Фундамент	Опора	Каркас	Цвет	Инфополе	Подсветка
 Железобетон	 Сталь с порошковой окраской	 Композит	 RAL 7011 S 3065 R20G	 Инфополе	 Внутренняя и/или внешняя
	 Композит	 Оцинкованная сталь		 LED панель	
		 Алюминий		 Инфополе	
		 Закаленное стекло		 Инфополе	

4. Уникальная конструкция

- 1) уникальную конструкцию разрешено размещать на расстоянии:
- а) не менее 100 м от других конструкций крупного формата;
 - б) не менее 30 м от конструкций малого формата и не менее 50 м от среднего формата.
- 2) технология демонстрации рекламы на уникальной конструкции:
- а) с помощью систем электронной демонстрации и смены рекламных изображений;
- 3) характеристики конструкции
- Материалы, используемые для установки: фундамента – железобетон; опоры – композит, сталь с порошковой окраской; каркаса – композит, оцинкованная сталь, алюминий, закалённое стекло; инфополя – LED-панель; подсветки – внутренняя и (или) внешняя; цвета – RAL-7011 (таблица 9).

Характеристики конструкции

Таблица 9

Фундамент	Опора	Каркас	Цвет	Инфополе	Подсветка
 Железобетон	 Сталь с порошковой окраской	 Композит	 RAL 7011 S 3065 R20G	 LED панель	 Внутренняя и/или внешняя
	 Композит	 Оцинкованная сталь			
		 Алюминий			
		 Закаленное стекло			

5. Медиафасад

1) медиафасад разрешено размещать на расстоянии:
 а) не менее 100 м от других конструкций крупного формата;
 б) не менее 30 м от конструкций малого формата и не менее 50 м от среднего формата;
 2) технология демонстрации рекламы на медиафасаде:
 а) с помощью систем электронной демонстрации и смены рекламных изображений;
 3) характеристики конструкции
 Материалы, используемые для установки: опоры – сталь, композит; каркаса – композит, алюминий, закалённое стекло, оцинкованная сталь; инфополя – LED-панель; подсветки – внутренняя и (или) внешняя; цвета – RAL-7011 (таблица 10).

Характеристики конструкции

Таблица 10

Фундамент	Опора	Каркас	Цвет	Инфопол	Подсветка
НТ	 Сталь	 Композит	 RAL 7011 S 4205-02/04	 LED панель	 внутренняя или внешняя
	 Композит	 Алюминий			

6. Электронный экран (табло)

1) электронный экран (табло) разрешено размещать на расстоянии:
 а) не менее 100 м от других конструкций крупного формата;
 б) не менее 30 м от конструкций малого формата и не менее 50 м от среднего формата;
 2) технология демонстрации рекламы на электронном экране (табло):
 а) с помощью систем электронной демонстрации и смены рекламных изображений;
 3) характеристики конструкции
 Материалы, используемые для установки: опоры – сталь, композит; каркаса – композит, алюминий, закалённое стекло, оцинкованная сталь; инфополя – LED-панель; подсветки – внутренняя и (или) внешняя; цвета – RAL-7011 (таблица 11).

Характеристики конструкции

Таблица 11					
Фундамент	Опора	Каркас		Цвет	Инфополоса
—	 сталь	 композит	 триплекс	 RAL 7011 S 7005-6200	 LED панель
	 композит	 триплекс	 триплекс		 внутренняя и (или) внешняя

7. Крышная рекламная конструкция

1) крышная рекламная конструкция размещается в виде отдельных символов (рисунок 26)

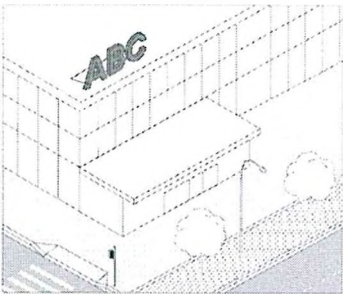


Рисунок 26. Размещение крышной рекламной конструкции

2) характеристики конструкции
Материалы, используемые для установки: опоры – оцинкованная сталь, композит; каркаса – триплекс, металлические сегменты, поликарбонат; инфополя – самоклеящаяся плёнка, LED-панель; подсветки – внутренняя и (или) внешняя; цвета – RAL-7011 (таблица 11).

Характеристики конструкции

Таблица 11					
Фундамент	Опора	Каркас		Цвет	Инфополоса
—	 оцинкованная сталь	 триплекс	 металлические сегменты	 RAL 7011 S 7005-6200	 самоклеящаяся плёнка
	 композит	 триплекс			 LED панель

11.

«Приложение 3
к Правилам распространения
наружной рекламы
на территории города Сургута

Минимальные расстояния между рекламными конструкциями разных типов и видов

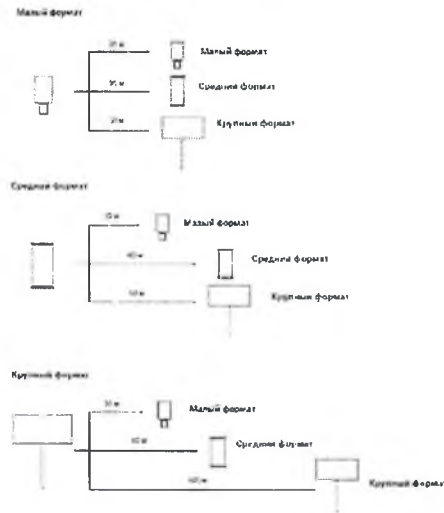


Рис. 1

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 раздельных полосах гостевых наземных

Приложение 2 к проекту решения
изложить в новой редакции

«Приложение 3
к Правилам распространения
наружной рекламы
на территории города Сургута

Требования к минимальным расстояниям между
рекламными конструкциями разных типов и видов

1. Малый формат:

1) рекламную конструкцию малого формата разрешено размещать на расстоянии не менее 30 м от других конструкций малого формата (рисунок 27);

2) рекламную конструкцию малого формата разрешено размещать на расстоянии не менее 30 м от конструкций среднего и крупного форматов (рисунок 27).

2. Средний формат:

1) рекламную конструкцию среднего формата разрешено размещать на расстоянии не менее 30 м от конструкций малого формата (рисунок 27);

2) рекламную конструкцию среднего формата разрешено размещать на расстоянии не менее 50 м от конструкций среднего и крупного форматов (рисунок 27).

3. Крупный формат:

1) рекламную конструкцию крупного формата разрешено размещать на расстоянии не менее 30 м от конструкций малого формата (рисунок 27);

2) рекламную конструкцию крупного формата разрешено размещать на расстоянии не менее 50 м от конструкций среднего формата (рисунок 27);

3) рекламную конструкцию крупного формата разрешено размещать на расстоянии не менее 100 м от конструкций крупного формата (рисунок 27).

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, действующей на основании положения, утвержденного муниципальным правовым актом.

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).»

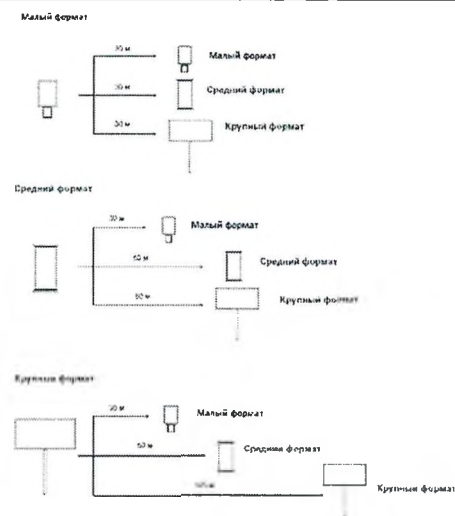


Рисунок 27. Минимальные расстояния между рекламными конструкциями разных типов и видов

И.о. Председателя Думы города

А.И. Олейников