**Проект**

СОВЕТ ДЕПУТАТОВ ГОРОДА НОВОСИБИРСКА

**РЕШЕНИЕ**

|  |
| --- |
| О внесении изменений в Правила распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятые решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372 |

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», руководствуясь статьей 35 Устава города Новосибирска, Совет депутатов города Новосибирска РЕШИЛ:

1. Внести в Правила распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятые решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372 (в редакции решений городского Совета Новосибирска от 30.05.2007 № 611, от 27.06.2007 № 652, решений Совета депутатов города Новосибирска от 05.03.2008 № 912, от 26.03.2008 № 937, от 26.06.2008 № 1022, от 23.09.2009 № 1361, от 23.06.2010 № 92, от 22.12.2010 № 221, от 21.12.2011 № 524, от 27.06.2012 № 634, от 27.03.2013 № 831, от 29.05.2013 № 874, от 18.12.2013
№ 1013), следующие изменения:

1.1. В пункте 1.2 слова «№ 38-ФЗ «О рекламе»,» заменить словами «№ 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»),».

1.2. В пункте 4.1:

1.2.1. Абзац второй изложить в следующей редакции:

«афишные стенды (1,2 м × 1,8 м) – рекламные конструкции с одним, двумя или тремя информационными полями, не имеющие освещения, предназначенные для размещения информации о мероприятиях и событиях культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера;».

1.2.2. В абзаце третьем слова «3 м × 6 м, 4 м × 8 м, 4 м × 12 м, 5 м × 10 м» заменить словами «2,7 м × 3,7 м, 3 м × 6 м, 4 м × 8 м, 3 м × 12 м, 4 м × 12 м, 5 м × 10 м, 5 м × 15 м».

1.2.3. В абзаце четвертом цифры «1,0» заменить цифрой «1».

1.2.4. В абзаце пятом слово «пилларсы» заменить словом «пиллары», цифры «3,0» заменить цифрой «3».

1.2.5. Абзац шестой после слов «рекламные конструкции» дополнить словами «с высотой опоры не более 0,6 м».

1.2.6. Абзац восьмой изложить в следующей редакции:

«ситиборды (3,12 м × 2,24 м, 2,7 м × 3,7 м) – рекламные конструкции, оборудованные специальным механизмом, обеспечивающим динамическую смену рекламных изображений через определенные промежутки времени;».

1.2.7. В абзаце одиннадцатом слова «указатели (1,24 м × 1,45 м)» заменить словами «рекламные указатели (0,8 м × 1,2 м, 0,9 м × 1 м, 1,2 м × 1,8 м, 1,24 м × 1,45 м)».

1.2.8. Дополнить абзацами следующего содержания:

«афишные тумбы (2,3 м × 3,9 м, 3,4 м × 2,1 м, 3,5 м × 2,2 м, 3,6 м × 2,1 м, 3,6 м × 2,3 м, 3,8 м × 2,2 м, 3,9 м × 2,2 м, 4 м × 2,2 м) – рекламные конструкции цилиндрической формы, предназначенные для размещения информации о мероприятиях и событиях культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера;

призматроны (1,5 м × 4 м, 3 м × 6 м, 3 м × 12 м, 4 м × 8 м, 4 м × 12 м, 5 м × 10 м, 5 м × 15 м) – рекламные конструкции, информационное поле которых состоит из трехгранных поворачивающихся через заданный промежуток времени призм, которые вращаются вокруг своей оси, демонстрируя по очереди каждую из трех граней;

световые короба (1,2 м × 1,8 м, 1,5 м × 4 м) – рекламные конструкции, располагаемые на опорах освещения или на собственных опорах, информационные поля которых выполнены из твердого материала, пропускающего свет, оборудованные системами внутреннего освещения.».

1.3. В пункте 4.2:

1.3.1. Абзац четвертый дополнить словами «, выполненного в виде объемного изображения и (или) букв с внутренней подсветкой».

1.3.2. Дополнить абзацем следующего содержания:

«медиафасады – рекламные конструкции площадью информационного поля не менее 100 кв. м, размещаемые на плоскости нежилых зданий, строений, сооружений, информационное поле которых состоит, как правило,из [светодиодных](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BE%D0%B4) модулей различных по форме и размерам, транслирующие медиаданные – текстовые сообщения, графику, анимацию и видео.».

1.4. Пункт 4.4 изложить в следующей редакции:

«4.4. Рекламные афиши на остановочных пунктах движения общественного транспорта (2,5 м × 1,25 м) – рекламные конструкции, монтируемые на конструктивных элементах остановочных пунктов движения общественного транспорта, не имеющие освещения, с одним или двумя информационными полями, предназначенные для размещения информации о мероприятиях и событиях культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера.».

1.5. Пункт 4.1.4 изложить в следующей редакции:

«4.1.4. Отдельно стоящие рекламные конструкции устанавливаются с соблюдением следующих требований:

фундаменты отдельно стоящих рекламных конструкций должны быть заглублены на 15 – 20 см ниже уровня грунта с последующим восстановлением газона на нем. Допускается размещение выступающих более чем на 5 см фундаментов опор на тротуаре при наличии бортового камня или дорожных ограждений, если это не препятствует движению пешеходов и уборке улиц;

отдельно стоящие рекламные конструкции не должны быть односторонними, за исключением случаев, когда восприятие одной из сторон конструкции невозможно из-за наличия естественных или искусственных препятствий. Односторонние отдельно стоящие рекламные конструкции должны иметь декоративно оформленную обратную сторону;

отдельно стоящие рекламные конструкции одного вида, установленные вдоль полосы движения транспортных средств, должны быть размещены на одной высоте относительно поверхности земли и на одном расстоянии от края проезжей части;

расстояние от края информационного поля отдельно стоящей рекламной конструкции площадью более 18 кв. м до здания, строения, сооружения должно быть не менее 30 м;

афишные стенды должны быть размещены на тротуарах шириной не менее 4 м или газонах параллельно проезжей части;

афишные тумбы и пиллары должны быть размещены на тротуарах шириной не менее 6 м или газонах;

постеры должны быть размещены на тротуарах шириной не менее 4 м в непосредственной близости с опорами освещения;

 расстояние между отдельно стоящими рекламными конструкциями, размещенными на одной стороне дороги, должно быть не менее, приведенного в таблице:

|  |  |
| --- | --- |
|  | Площадь одной стороны рекламной конструкции, кв.м |
|  | От 40 и более, включая арки | От 18 до 39,99 | От 5 до 17,99 | До 4,99 |
| Минимальное расстояние между отдельно стоящими рекламными конструкциями, м | 300 (для вновь устанавливаемых конструкций) | 150 (для вновь устанавливаемых конструкций) | 100 (для вновь устанавливаемых конструкций) | 30 (для вновь устанавливаемых конструкций) |

1.6. Абзац четвертый пункта 4.1.5 дополнить словами «площадью не менее 75 кв. м».

1.7. В пункте 5.2:

1.7.1. Абзац шестой признать утратившим силу.

1.7.2. В абзаце седьмом слова «в частях 5 – 7» заменить словами «в частях 5, 6, 7».

1.7.3. Абзацы девятый, десятый изложить в следующей редакции:

«проект рекламной конструкции и ее территориального размещения, содержащий сведения о территориальном размещении, внешнем виде и технических параметрах рекламной конструкции, в том числе фотомонтаж рекламной конструкции в предполагаемом месте размещения, эскиз информационного поля с указанием размеров, план размещения рекламной конструкции (для отдельно стоящих рекламных конструкций – выполненный на топографической основе в М 1:500) с привязкой на местности с указанием расстояния до других рядом стоящих объектов (знаков дорожного движения, зданий, сооружений и т.д.) на расстоянии 100 м до и после объекта (для отдельно стоящих рекламных конструкций), с указанием расстояния до размещенных рекламных конструкций на отдельном конструктивном элементе здания, строения, сооружения (для рекламных конструкций, размещаемых на зданиях, строениях, сооружениях);

заключение специализированной организации о соответствии проекта рекламной конструкции и ее территориального размещения строительным нормам и правилам, ГОСТам, ПУЭ, техническим регламентам и иным нормативным правовым актам, содержащим требования для конструкций соответствующего типа;».

1.7.4. Абзацы одиннадцатый, двенадцатый признать утратившими силу.

1.7.5. В абзаце пятнадцатом слова «восьмым – одиннадцатым» заменить словами «девятым, десятым».

1.8. В пункте 5.4:

1.8.1. Абзацы шестой – восьмой изложить в следующей редакции:

«Управление ГИБДД ГУ МВД России по Новосибирской области (при размещении отдельно стоящих рекламных конструкций);

организации, осуществляющие эксплуатацию коммуникаций или сооружений (при размещении в охранных зонах коммуникаций или сооружений).

Заявитель вправе самостоятельно получить такое согласование и представить его в комитет.».

1.8.2. Дополнить абзацем следующего содержания:

«Комитет в целях проверки факта, является ли заявитель или давшее согласие на присоединение к недвижимому имуществу рекламной конструкции иное лицо собственником или иным законным владельцем этого имущества, сведения о которых содержатся в Едином государственном реестре прав на недвижимое имущество и сделок с ним, запрашивает в порядке межведомственного информационного взаимодействия в федеральном органе исполнительной власти, уполномоченном в области государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним, сведения о правах на недвижимое имущество, к которому предполагается присоединять рекламную конструкцию.».

1.9. Абзац четвертый пункта 5.9 признать утратившим силу.

1.10. В подпункте 6 пункта 5.11 слова «частями 5.1 – 5.7 и 9.1» заменить словами «частями 5.1, 5.6, 5.7».

1.11. В пункте 5.12:

1.11.1. В подпункте 5 слова «частями 5.1 – 5.7» заменить словами «частями 5.1, 5.6, 5.7».

1.11.2. В подпункте 6 слова «частями 9.1 и» заменить словом «частью».

1.12. Подпункт 6 пункта 5.13 признать утратившим силу.

1.13. В пункте 5.15 слова «частями 5.1 – 5.5» заменить словами «частью 5.1».

1.14. Пункт 6.2 признать утратившим силу.

1.15. Абзац второй пункта 7.2 изложить в следующей редакции:

«Размер платы определяется в соответствии с Порядком расчета размера начальной (минимальной) оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска (приложение 7), на основе ставок, определенных в ходе торгов.».

1.16. В подпункте «а» пункта 7.3 слова «представлением заявителем платежных поручений об оплате за выдачу разрешения с отметкой банка об их исполнении или квитанций установленной формы, выдаваемых плательщику банком, подтверждающих факт оплаты государственной пошлины;» исключить.

1.17. В приложении 2:

1.17.1. Абзац третий пункта 3.3 изложить в следующей редакции:

«При равенстве голосов победителем конкурса признается участник конкурса, ранее зарегистрировавший заявку на участие в конкурсе.».

1.17.2. В разделе 5:

подпункты «ж», «з» изложить в следующей редакции:

«ж) проект рекламной конструкции и ее территориального размещения, содержащий сведения о территориальном размещении, внешнем виде и технических параметрах рекламной конструкции, в том числе фотомонтаж рекламной конструкции в предполагаемом месте размещения, эскиз информационного поля с указанием размеров, план размещения рекламной конструкции (для отдельно стоящих рекламных конструкций – выполненный на топографической основе в М 1:500) с привязкой на местности с указанием расстояния до других рядом стоящих объектов (знаков дорожного движения, зданий, сооружений и т.д.) на расстоянии 100 м до и после объекта (для отдельно стоящих рекламных конструкций), с указанием расстояния до размещенных рекламных конструкций на отдельном конструктивном элементе здания, строения, сооружения (для рекламных конструкций, размещаемых на зданиях, строениях, сооружениях);

з) заключение специализированной организации о соответствии проекта рекламной конструкции и ее территориального размещения строительным нормам и правилам, ГОСТам, ПУЭ, техническим регламентам и иным нормативным правовым актам, содержащим требования для конструкций соответствующего типа;»

подпункты «и», «к», «л» признать утратившими силу.

1.17.3. В пункте 8.1:

в абзаце втором слова «может осуществляться» заменить словом «осуществляется»;

подпункты «а», «б», «в» изложить в следующей редакции:

«а) цена договора (значимость критерия – **60** %);

б) архитектурно-художественное оформление места размещения рекламной конструкции и благоустройство территории в соответствии с проектом рекламной конструкции (значимость критерия – **20** %);

в) праздничное оформление (значимость критерия – **20** %).»;

подпункт «г» признать утратившим силу.

1.17.4. В пункте 9.3 слова «При соблюдении требований, установленных частями 5.2 – 5.5 статьи 19 Федерального закона «О рекламе», договор» заменить словом «Договор».

1.17.5. Дополнить пунктом 9.6 следующего содержания:

«9.6. В случае если победитель конкурса отказался от заключения договора, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с участником конкурса, набравшим наибольшее количество процентов по итогам проведения конкурса.».

1.18. В приложении 5:

1.18.1. Пункт 3.2 дополнить подпунктами следующего содержания:

«3.2.12. Произвести архитектурно-художественное оформление места размещения рекламной конструкции и благоустройство территории в соответствии с критериями, указанными Рекламораспространителем в конкурсном предложении.

3.2.13. Произвести праздничное оформление Конструкции и (или) места ее размещения в соответствии с критериями, указанными Рекламораспространителем в конкурсном предложении.».

1.18.2. Пункт 4.2 дополнить абзацем следующего содержания:

«Датой оплаты считается дата поступления денежных средств на бюджетный (расчетный) счет мэрии города Новосибирска, указанный в счете, выданном Центром.».

1.18.3. Пункт 6.1 дополнить абзацем следующего содержания:

«Рекламораспространителю не предоставляется преимущественное перед другими лицами право на заключение договора на новый срок.».

1.19. Приложение 7 изложить в редакции приложения к настоящему решению.

2. Решение вступает в силу на следующий день после его официального опубликования.

3. Контроль за исполнением решения возложить на постоянную комиссию Совета депутатов города Новосибирска по научно-производственному развитию и предпринимательству (Салов И. Д.).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Председатель Совета депутатовгорода Новосибирска |  | Мэр города Новосибирска |
| Д. В. Асанцев |  | А. Е. Локоть |

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Приложение

к решению Совета депутатов

города Новосибирска

от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_

Приложение 7

к Правилам распространения

наружной рекламы и информации

в городе Новосибирске

**ПОРЯДОК**

**расчета размера начальной (минимальной) оплаты за установку**

**и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества,**

**находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска**

Начальный (минимальный) размер цены договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, определяется по формуле:

С = БТ x S x П x К1 x К2 x К3,

где БТ – базовый тариф одного квадратного метра рекламной площади, утверждаемый правовым актом мэрии города Новосибирска на основании решения комиссии по регулированию тарифов;

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

П – период установки и эксплуатации рекламной конструкции (единица измерения – месяц);

К1 – коэффициент, учитывающий территориальную привязку:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п | Территориальные зоны | Площади одной стороны рекламной конструкции, кв.м | Значение коэффициента К1  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Особая архитектурная зона | свыше 17,99 | 1,5 |
| менее 17,99 | 1,25 |
| 2 | Городская зона высшей категории | свыше 17,99 | 1,25 |
| менее 17,99 | 1,0 |
| 3 | Городская зона I категории | свыше 17,99 | 1,0 |
| менее 17,99 | 0,8 |
| 4 | Городская зона II категории | свыше 17,99 | 0,8 |
| менее 17,99 | 0,5 |
| 5 | Городская зона III категории | свыше 17,99 | 0,5 |
| менее 17,99 | 0,4 |

К2 – коэффициент, отражающий техническую специфику рекламных конструкций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п | Характеристики | Значение коэффициента К2 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Отсутствие подсветки  | 1,5 |
| 2 | Применение внешней подсветки | 0,7 |
| 3 | Применение внутренней подсветки | 0,6 |
| 4 | Автоматическая смена экспозиции  | 0,5 |
| 5 | Рекламные афиши на остановочных пунктах движения общественного транспорта | 0,8 |
| 6 | Видеоэкраны, проекционные и другие технически сложные конструкции | 0,4 |

К3 – коэффициент, учитывающий специфику рекламных конструкций и обеспечение архитектурно-художественного оформления города:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п | Характеристики | Значение коэффициента К3 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Рекламные конструкции, размещенные или планируемые к размещению на основании договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, содержащего обязательства о безвозмездном размещении социальной рекламы в период не менее 120 дней в году | 0,5 |
| 2 | Иные рекламные конструкции | 1,0 |

Категории территориальных зон города

|  |  |
| --- | --- |
| № п | Территориальные зоны |

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | 2 |
| 1 | Особая архитектурная зона – территории объектов культурного наследия |
| 2 | Городская зона высшей категории:пл. им. Гарина-Михайловского; пл. им. Калинина;пл. им. Ленина; пл. им. Лунинцев;пл. им. Свердлова; ул. Гоголя (от ул. Советской до ул. Ипподромской);Каменская магистраль;Красный проспект (от Автовокзала до пл. Калинина, за исключением территории, отнесенной к особой архитектурной зоне);ул. Ленина (от начала до пересечения с ул. Урицкого);ул. Орджоникидзе (от ул. Советской до ул. Мичурина) |
| 3 | Городская зона I категории:ул. Дуси Ковальчук;пл. им. Карла Маркса (включая участки улиц Ватутина, Блюхера, Покрышкина, Сибиряков-Гвардейцев, Новогодней, Титова);пл. им. Кондратюка;пл. Пименова; пл. им. Станиславского; пл. Трубникова;пл. Труда; Бердское шоссе (от р. Ини до ж/д моста);Вокзальная магистраль;Красный проспект (пл. Калинина до Мочищенского шоссе);проспект Димитрова;проспект Карла Маркса;ул. Военная (от ул. Семьи Шамшиных до Каменской магистрали);ул. Гоголя (от ул. Ипподромской до пр. Дзержинского);ул. Кирова (от начала до ул. Бориса Богаткова);ул. Ленина (от ул. Урицкого до Вокзальной магистрали);ул. Нарымская; Октябрьская магистраль (включая мост через р. Каменку);дамба Октябрьского моста (с прилегающими авторазвязками);ул. Серебренниковская;ул. Титова (от пл. им. Карла Маркса до пл. им. Станиславского);ул. Урицкого;ул. Фрунзе;ул. Челюскинцев;улицы, пересекающие Красный проспект, ограниченные ул. Советской и ул. Каменской (за исключением территории, отнесенной к городской зоне высшей категории) |
| 4 | Городская зона II категории:пл. им. Кирова;пл. Райсовета;пл. Сибиряков-Гвардейцев;пл. Энергетиков;проспект им. Академика Лаврентьева;ул. Бориса Богаткова;ул. Богдана Хмельницкого;Бердское шоссе (за исключением территории, отнесенной к городской зоне I категории);ул. Блюхера (за исключением территории, отнесенной к городской зоне I категории);ул. Большевистская;ул. Ватутина (за исключением территории, отнесенной к городской зоне I категории);ул. Владимировская;Восточный проезд;ул. Восход;Гусинобродское шоссе (включая территорию вещевого рынка);проспект им. Дзержинского (от ул. Кошурникова до ул. Трикотажной);Димитровского моста дамба (с прилегающими авторазвязками и проездом Энергетиков);ул. Дуси Ковальчук;ул. Жуковского;ул. Ипподромская;ул. Каменская;ул. Кирова (от ул. Бориса Богаткова до конца ул. Кирова);ул. Котовского;ул. Кошурникова;ул. Красина;ул. Кропоткина;ул. Крылова (за исключением территории, отнесенной к городской зоне I категории);ул. Мичурина;Морской проспект;ул. Немировича-Данченко;ул. Никитина;ул. Орджоникидзе (от ул. Мичурина до ул. Ольги Жилиной);ул. Первомайская;ул. Петухова;ул. Писарева (за исключением территории, отнесенной к городской зоне I категории);ул. Плановая; ул. Семьи Шамшиных; ул. Сибиряков-Гвардейцев (за исключением территории, отнесенной к городской зоне I категории)ул. Советская;ул. Станиславского;ул. Станционная; проспект Строителей;ул. Танковая;ул. Титова (от пл. им. Станиславского до конца ул. Титова);ул. Толмачевская;Толмачевское шоссе;ул. Троллейная;ул. Фабричная;ул. Хилокская;ул. Широкая; проезд Энергетиков |
| 5 | Городская зона III категории:Иные территории, не отнесенные к особой архитектурной зоне, городской зоне высшей, I и II категории |

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_