

Приложение  
к решению  
Городского Собрания Сочи  
муниципального образования  
городской округ город-курорт Сочи  
Краснодарского края

**ПРАВИЛА  
РАЗМЕЩЕНИЯ И ЭКСПЛУАТАЦИИ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ  
НА ТЕРРИТОРИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ГОРОДСКОЙ ОКРУГ ГОРОД-КУРОРТ СОЧИ  
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**

**1. Общие положения**

1. Правила размещения и эксплуатации рекламных конструкций на территории муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края (далее также - Правила, настоящие Правила) приняты в целях реализации Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе", сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края (далее - город Сочи).

2. Настоящие Правила устанавливают общие требования к рекламным конструкциям, их размещению и эксплуатации, оформлению разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции; порядок заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, находящемся в муниципальной собственности города Сочи или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности города Сочи; перечень зон престижности размещения рекламных конструкций на территории города Сочи; порядок обеспечения соблюдения настоящих Правил.

3. Настоящие Правила разработаны в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Градостроительным кодексом Российской Федерации, Федеральными законами от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе", от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", от 25 июня 2002 года № 73-ФЗ "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации", Законом Краснодарского края от 21 июля 2008 года № 1540-КЗ "Градостроительный кодекс Краснодарского края", Уставом муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края, иными нормативными правовыми актами.



4. Настоящие Правила не распространяются на:

информацию, раскрытие, или распространение, либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом;

сообщения органов государственной власти, иных государственных органов, сообщения органов местного самоуправления, сообщения муниципальных органов, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, если такие сообщения не содержат сведений рекламного характера и не являются социальной рекламой;

вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера;

объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности.

Требования настоящих Правил в части получения разрешений на установку и эксплуатацию рекламной конструкции 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).

5. Соблюдение настоящих Правил на территории города Сочи обязательно для всех физических и юридических лиц независимо от формы собственности и организационно-правовой формы.

6. В настоящих Правилах используются понятия, определенные в Федеральном законе от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе":

- рекламные конструкции - щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, проекционное или иное предназначенное для проекции рекламы на любые поверхности оборудование, воздушные шары, аэростаты и иные технические средства стабильного территориального размещения, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта, используемые для распространения наружной рекламы;

- схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается в данных местах. Схема размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от формы собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Краснодарского края или муниципальной собственности города Сочи (далее - схемы размещения рекламных конструкций), утверждается муниципальным правовым актом администрации муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края;

- владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным



правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником;

- информационное поле - часть рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы;

- система автоматической смены изображения - механическая или электронная система для смены изображения на информационном поле рекламной конструкции.

7. Под внешним архитектурным обликом сложившейся застройки города Сочи понимаются:

особенности фасадов объектов капитального строительства, на которых или вблизи которых располагается рекламная конструкция (стилевая и композиционная целостность, ритм элементов и частей фасада, наличие деталей и членений, цветоцветовое и декоративно-художественное решение, визуальное восприятие, соразмерность и пропорциональность соотношения элементов фасада, баланс открытых и закрытых поверхностей (проемов и простенков);

окружающая градостроительная среда при приоритетном и визуальном восприятии объектов культурного наследия, культовых объектов, достопримечательностей, ценных и выразительных объектов, панорам, перспектив, а также сложившаяся планировочная структура территории.

## **2. Типы и виды рекламных конструкций, допустимых к установке на территории города Сочи**

8. На территории города Сочи допустимы к установке следующие типы и виды рекламных конструкций, размещаемых на земельных участках независимо от формы собственности (далее - отдельно стоящие рекламные конструкции):

1) сити-формат - тип отдельно стоящих рекламных конструкций, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих два информационных поля. Размер информационного поля рекламной конструкции типа сити-формат: высота - 1,8 м, ширина - 1,2 м; высота - 2,4 м, ширина - 1,2 м. Расстояние от уровня проезжей части до нижнего края информационного поля - не менее 0,3 м и не более 0,7 м.

Рекламные конструкции типа сити-формат допустимы следующих видов:

- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле;

2) афишный стенд - тип отдельно стоящих рекламных конструкций, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента,



с информационным полем от 1 до 3 метров. Расстояние от уровня проезжей части до нижнего края информационного поля - не менее 0,3 м и не более 0,7 м.

Рекламные конструкции типа афишный стенд допустимы без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле.

На рекламных конструкциях типа афишный стенд допустимо размещение рекламных материалов исключительно о репертуарах театров, кинотеатров, спортивных или иных массовых мероприятиях, событиях общественного, культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера;

3) пиллар - тип отдельно стоящих рекламных конструкций, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих не более трех информационных полей. Размер информационного поля рекламной конструкции типа пиллар: высота - 3,0 м, ширина - 1,4 м. Расстояние от уровня проезжей части до нижнего края информационного поля - не более 0,3 м.

Рекламные конструкции типа пиллар допустимы следующих видов:

- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле;

4) сити-борд - тип отдельно стоящих рекламных конструкций, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих два информационных поля. Размеры информационного поля рекламной конструкции типа сити-борд: высота - 2,7 м, ширина - 3,7 м. Расстояние от уровня проезжей части до нижнего края информационного поля - не менее 2,5 м и не более 3,5 м.

Рекламные конструкции типа сити-борд допустимы следующих видов:

- с наружным подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с наружным подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле;

5) щит - тип отдельно стоящих рекламных конструкций, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих не более трех информационных полей. Размер информационного поля рекламной конструкции типа щит: высота - 3 м, ширина - 6 м, 12 м. Расстояние от уровня



проезжей части до нижнего края информационного поля - не менее 4,5 м и не более 9 м.

Рекламные конструкции типа щит допустимы следующих видов:

- без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с наружным подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с наружным подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле;

6) суперсайт - тип отдельно стоящих рекламных конструкций, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих не более двух информационных полей. Размер информационного поля рекламной конструкции типа суперсайт: высота - 5 м, ширина - 15 м. Расстояние от уровня проезжей части до нижнего края информационного поля - не менее 10 м.

Рекламные конструкции типа суперсайт допустимы следующих видов:

- без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с наружным подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с наружным подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле;

7) рекламная конструкция, монтируемая и располагаемая на остановочном пункте движения общественного транспорта, типа сити-формат;

8) стела (указатель), содержащая сведения рекламного характера, - тип отдельно стоящих рекламных конструкций, выполненных по индивидуальному проекту. Размеры информационных полей и их количество определяются исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции.

Рекламные конструкции типа "стела (указатель)" допустимы следующих видов:



- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображения на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображения на информационном поле;

- со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле;

9) флаг - тип отдельно стоящих рекламных конструкций, выполненных по индивидуальному проекту, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента. Размеры информационных полей и их количество определяются исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции. Информационные поля рекламных конструкций типа флаг изготавливаются из гибких и эластичных материалов.

Рекламные конструкции типа флаг допустимы следующих видов:

- с наружным подсветом информационных полей;
- без подсвета информационных полей;

10) светодиодный экран - тип отдельно стоящих рекламных конструкций, выполненных по индивидуальному проекту, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента. Размер информационного поля определяется исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции.

Рекламные конструкции типа светодиодный экран допустимы со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле;

11) уникальные (нестандартные) рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам, объемно-пространственные конструкции (воздушные шары, аэростаты, объемно-пространственные модули), проекционные (лазерные) установки. Размер информационного поля определяется исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции.

9. На территории города Сочи допустимы к установке следующие типы и виды рекламных конструкций, размещаемых на зданиях, строениях и сооружениях:

1) крышные рекламные конструкции - тип рекламных конструкций, размещаемых полностью или частично выше уровня карниза, на крыше здания, строения и сооружения, выполненных по индивидуальному проекту. Размеры информационных полей и их количество определяются исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции.

Рекламные конструкции типа крышные рекламные конструкции допустимы следующих видов:

- с наружным подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;



- с наружным подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле;

2) медиафасад - тип рекламных конструкций, размещаемых на поверхности стен зданий, строений и сооружений, состоящих из светодиодных модулей, создающих поверхность, которая повторяет форму фасада здания, строения, сооружения. Количество информационных полей рекламной конструкции типа медиафасад - не более одного. Размеры информационного поля определяются исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции.

Рекламные конструкции типа медиафасад допустимы со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле;

3) фасадные рекламные конструкции - тип рекламных конструкций, размещаемых на поверхности стен зданий, строений и сооружений, включая некапитальные нестационарные сооружения, являющихся местом нахождения, осуществления деятельности организации, индивидуального предпринимателя, информация рекламного характера о которых содержится в материалах, размещаемых на информационных полях рекламных конструкций данного типа. Количество информационных полей рекламной конструкции типа фасадные рекламные конструкции - не более одного. Размеры информационного поля определяются исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции.

Рекламные конструкции типа фасадные рекламные конструкции допустимы с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

4) брандмауэрные панно - тип рекламных конструкций, размещаемых на поверхности стен зданий, строений и сооружений. Рекламные конструкции типа брандмауэрное панно выполняются по индивидуальному проекту и состоят из присоединяемого к стене здания, строения и сооружения информационного поля, изготовленного из гибкого, эластичного материала. Количество информационных полей рекламной конструкции типа брандмауэрное панно - не более одного. Размеры информационного поля определяются исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции.

Рекламные конструкции типа брандмауэрное панно допустимы с наружным подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;



5) панель-кронштейн - тип рекламных конструкций, состоящих из двух информационных полей, изготовленных из твердого материала, прикрепляемых к поверхности стены зданий, строений и сооружений при помощи кронштейнов перпендикулярно относительно поверхности стены. Размеры информационного поля определяются исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции.

Рекламные конструкции типа панель-кронштейн допустимы следующих видов:

- без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с наружным подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле.

### **3. Требования к рекламным конструкциям с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Сочи**

10. Рекламные конструкции и места их размещения должны соответствовать положениям Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе", утвержденным схемам размещения рекламных конструкций и следующим требованиям:

1) рекламные конструкции должны обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Сочи, градостроительных норм и правил, требований безопасности;

2) рекламные конструкции должны иметь маркировку (информационную табличку) с указанием владельца рекламной конструкции, номера его телефона. Размер текста должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств или тротуара;

3) рекламные конструкции не должны иметь сходства (по внешнему виду, изображению или звуковому эффекту) с техническими средствами организации дорожного движения и специальными сигналами, а также создавать впечатление нахождения на дороге транспортного средства, пешехода или какого-либо объекта;

4) рекламные конструкции, оборудованные системами наружного или внутреннего подсвета, должны иметь систему аварийного отключения от сети электропитания;

5) отдельно стоящие рекламные конструкции должны иметь заглубленный ниже уровня грунта фундамент;

6) рекламные конструкции не должны создавать препятствия для движения пешеходов и уборки улиц механизированным способом;

7) 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 оформленное информационное поле, не используемое для размещения рекламы;

8) максимальный размер фасадных рекламных конструкций не должен выходить за габаритные размеры здания, строения и сооружения. В случае размещения на поверхностях зданий, строений и сооружений более одной фасадной рекламной конструкции указанные рекламные конструкции должны быть одной высоты и размещаться в один высотный ряд между окнами первого и второго этажей, на единой горизонтальной оси с другими рекламными конструкциями;

9) распространение наружной рекламы на объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, включенных в Единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, их территориях допускается в случаях и на условиях, которые предусмотрены Федеральным законом от 25 июня 2002 года № 73-ФЗ "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации", с соблюдением требований к рекламе и ее распространению, установленных Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе" и настоящими Правилами.

11. На территории города Сочи запрещаются:

1) установка и эксплуатация рекламных конструкций на цветниках и клумбах, деревьях и кустарниках, ограждениях территорий парков, скверов, зданий, строений, дорожных, пешеходных и перильных ограждениях;

2) установка и эксплуатация штендеров - нестационарных щитовых конструкций, устанавливаемых на земельном участке без использования фундамента, имеющих одну или две внешние поверхности, специально предназначенных для размещения рекламы;

3) установка и эксплуатация рекламных конструкций на тротуарах, если создаются помехи для движения пешеходов, высадки и посадки пассажиров общественного транспорта, уборки улиц и тротуаров;

4) размещение рекламы в виде надписей, рисунков, нанесенных на поверхности зданий, строений и сооружений, автомобильных дорог, улиц, тротуаров;

5) установка и эксплуатация рекламных конструкций на зданиях, строениях и сооружениях, закрывающих архитектурные детали фасадов зданий, строений и сооружений, в том числе на колоннах, пилястрах, орнаментах и лепнине, эркерах;

6) установка и эксплуатация рекламных конструкций, размещение рекламы на балконах, лоджиях, в оконных проемах зданий, строений и сооружений;

7) установка и эксплуатация рекламных конструкций на пляжах и гидротехнических сооружениях (бунах, волнорезах, молах);

8) установка и эксплуатация перетяжек - тросовых подвесных рекламных конструкций, закрепляемых между отдельно стоящими опорами, зданиями,



строениями и сооружениями, информационное поле которых имеет мягкую основу;

9) размещение рекламы на знаках информирования об объектах притяжения (знаки, предназначенные для информирования участников дорожного движения об объектах городской инфраструктуры);

10) установка и эксплуатация светодиодных рекламных конструкций, оборудованных системой автоматической смены изображения, на фасадах зданий (за исключением рекламных конструкций типа медиафасад);

11) размещение на рекламных конструкциях афиш, постеров, выполненных на бумажной основе.

#### **4. Оформление разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций**

12. Установка и эксплуатация рекламной конструкции на территории города Сочи допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

13. Органом, уполномоченным на выдачу разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на территории города Сочи, отказа в выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, принятие решения об аннулировании разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, является управление административной инспекции администрации муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края.

14. Органом, уполномоченным на выдачу предписаний о демонтаже рекламных конструкций на территории города Сочи, является управление административной инспекции администрации муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края.

15. Муниципальное казенное учреждение "Комитет по наружной рекламе города Сочи" осуществляет методическое, информационно-лингвистическое, программное и техническое обеспечение подготовки документов, необходимых для принятия решения о выдаче или об отказе в выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, подготовки документов, необходимых для выдачи предписания на демонтаж рекламной конструкции, установленной без разрешения (самовольная установка), срок действия которого не истек; заключает по результатам торгов договоры на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, находящемся в муниципальной собственности города Сочи или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности города Сочи; осуществляет учет заключенных договоров, выдачу разрешений на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на территории города Сочи, аннулированных разрешений на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на территории города Сочи.



16. Выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Сочи, аннулирование таких разрешений осуществляются в соответствии с административным регламентом по предоставлению муниципальной услуги, утвержденным муниципальным правовым актом администрации муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края.

17. Демонтаж рекламных конструкций, установленных и (или) эксплуатируемых на территории города Сочи без разрешений, срок действия которых не истек, осуществляется в порядке, утвержденном муниципальным правовым актом администрации муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края.

**5. Порядок заключения договора на установку и эксплуатацию  
рекламной конструкции на земельном участке, находящемся  
в муниципальной собственности города Сочи  
или государственная собственность на который  
не разграничена, а также на здании или ином  
недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной  
собственности города Сочи**

18. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, находящемся в муниципальной собственности города Сочи или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности города Сочи (далее - договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции), осуществляется на основе торгов, проводимых в форме открытого конкурса, в соответствии с законодательством Российской Федерации и утвержденной схемой размещения рекламных конструкций.

19. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется муниципальным казенным учреждением "Комитет по наружной рекламе города Сочи".

В случае если имущество, находящееся в муниципальной собственности города Сочи, закреплено за другим лицом на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется лицом, обладающим правом хозяйственного ведения, правом оперативного управления или иным вещным правом на такое недвижимое имущество, при наличии согласия собственника имущества и с соблюдением требований Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38 "О рекламе" и настоящих Правил.

20. Порядок проведения конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции утверждается муниципальным правовым актом администрации муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края.



Данный муниципальный правовой акт администрации муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края в обязательном порядке должен содержать следующие положения:

- требования к конкурсной документации на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;
- требования к участникам конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;
- критерии оценки заявок участников такого конкурса и удельный вес таких критериев (величину их значимости); сумма величин значимости всех критериев, предусмотренных конкурсной документацией, должна составлять сто процентов, количество используемых для определения победителя указанного конкурса критериев должно быть не менее чем два, одним из которых должен являться размер ежегодной платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, при этом совокупная значимость иных критериев не может превышать 60 процентов;
- порядок подачи заявки на участие в конкурсе на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;
- порядок рассмотрения и оценки заявок участников конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;
- порядок заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;
- порядок заключения договора по результатам конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;
- последствия признания конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции несостоявшимся.

21. Положение о комиссии по проведению конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, и ее состав утверждаются муниципальным правовым актом администрации муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края.

22. Типовая форма договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции утверждается муниципальным правовым актом администрации муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края.

23. Установка и эксплуатация рекламных конструкций на земельном участке, находящемся в муниципальной собственности города Сочи или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности города Сочи, без заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции не допускаются.

24. Установить срок заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Сочи для всех типов и видов рекламных конструкций - 10 лет.

25. В соответствии с договором на установку и эксплуатацию рекламной конструкции владельцу рекламной конструкции за плату предоставляется право



на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности города Сочи.

26. Порядок расчета начального размера ежегодной платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности города Сочи, утверждается муниципальным правовым актом администрации муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края.

## **6. Зоны престижности размещения наружной рекламы на территории города Сочи**

27. Территория города Сочи по престижности размещения рекламных конструкций делится на четыре зоны:

- территория исторического центра;
- территория особого градостроительного значения;
- территория общего городского значения;
- территория районного значения.

28. Перечень площадей, магистралей, набережных, съездов, улиц, входящих в каждую зону, приводится в приложении к настоящим Правилам.

## **7. Обеспечение соблюдения настоящих Правил, обеспечение безопасности рекламных конструкций**

29. Обеспечение соблюдения настоящих Правил осуществляется управлением административной инспекции администрации муниципального образования городской округ город-курорт Сочи и муниципальным казенным учреждением "Комитет по наружной рекламе города Сочи".

30. Собственник рекламной конструкции несет ответственность:

за нарушения правил безопасности, а также за неисправности и аварийные ситуации, возникшие из-за нарушения условий монтажа, демонтажа и эксплуатации рекламных конструкций;

за вред, причиненный в результате нарушения условий монтажа, демонтажа и эксплуатации рекламных конструкций.

31. Возмещение вреда, причиненного вследствие недостатков в работах по инженерным изысканиям, по подготовке проектной документации в части монтажа (демонтажа) рекламной конструкции, осуществляется собственником рекламной конструкции.

32. Строительно-монтажные и электротехнические работы по установке и эксплуатации рекламных конструкций должны выполняться в соответствии с проектной документацией организациями, имеющими в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации, соответствующий допуск саморегулируемых организаций на проведение такого рода работ.



33. Собственник рекламной конструкции после установки (демонтажа) рекламной конструкции обязан в течение трех суток произвести работы по благоустройству места установки рекламной конструкции на территории города Сочи.

Начальник управления  
административной инспекции  
администрации муниципального  
образования городской округ  
город-курорт Сочи Краснодарского края

К.А. Петров



Приложение  
к Правилам  
размещения и эксплуатации  
рекламных конструкций на территории  
муниципального образования  
городской округ  
город-курорт Сочи  
Краснодарского края

**ПЕРЕЧЕНЬ  
ЗОН ПРЕСТИЖНОСТИ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ  
КОНСТРУКЦИЙ  
НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДА СОЧИ**

Территория города Сочи разделяется на четыре зоны:

1. Первая зона - территория исторического центра города Сочи:

Курортный проспект (до Верещагинского моста), Платановая аллея, ул. Навагинская, ул. Горького (от дома № 1 до дома № 60), ул. Соколова, ул. Несебрская, ул. Театральная, ул. Орджоникидзе, ул. Егорова, ул. Поярко, ул. Войкова (до пересечения с Курортным проспектом), ул. Москвина, ул. Приморская, ул. Советская (от дома № 1 до дома № 40), пер. Электрический, пер. Морской, ул. Воровского, ул. Кооперативная, ул. Круизная гавань.

В территорию первой зоны также входят площади:

Сочинского почтамта, гостиницы "Москва", железнодорожного вокзала станции Сочи, морского порта Сочи, Художественного музея, Зимнего театра.

2. Вторая зона - территория особого градостроительного значения города Сочи:

Курортный проспект (от Верещагинского виадука до Мацестинского моста), ул. Конституции (от Ривьерского моста до пересечения с ул. Северной), ул. Горького (от дома № 60 до пересечения с ул. Конституции), ул. Парковая, ул. Островского, ул. Советская (от дома № 40 до пересечения с ул. Карла Либкнехта), ул. Московская, ул. Карла Либкнехта, ул. Черноморская, ул. Виноградная, ул. Ленина, ул. Молокова, ул. Защитников Кавказа, ул. Мира, ул. Новая заря, ул. Авиационная, ул. Каспийская, ул. Первомайская, ул. Гагринская, проспект Пушкина, ул. Гастелло, ул. Насыпная, ул. Урожайная, ул. Эстонская;

Кубанское кольцо, Краснодарское кольцо.

В территорию особого градостроительного значения входят также городские парки и скверы, территории, прилегающие к железнодорожным



станциям и аэропорту, трасса Сочи - Адлер, трасса Адлер - Красная Поляна, трасса Адлер - Олимпийский парк, дублер Курортного проспекта.

3. Третья зона - территория общего градостроительного значения города Сочи:

Лазаревский район:

ул. Павлова, ул. Калараша, ул. Лазарева, ул. Победы, ул. Декабристов;

Центральный район:

ул. Северная, ул. Чайковского, ул. Гагарина, ул. Цветной бульвар, ул. Нагорная, ул. Конституции (от пересечения с ул. Северной до пересечения с ул. Пластунской), ул. Юных Ленинцев, ул. Чебрикова, ул. Макаренко, ул. Роз, ул. Абрикосовая, ул. Пластунская, пер. Зеленый, ул. Красноармейская, ул. Донская, ул. Тоннельная, ул. Чебрикова, ул. Войкова, ул. Пирогова, ул. Цюрупы, ул. Госпитальная, ул. Политехническая, ул. Клубничная, ул. Санаторная, ул. Первомайская, пер. Виноградный, ул. Туапсинская;

Хостинский район:

ул. Бытха, ул. 50 лет СССР, ул. Транспортная, ул. Сухумское шоссе, ул. Аллея Челтенхэма, ул. 20 Горнострелковой дивизии, ул. Яна Фабрициуса, ул. Шоссейная;

Адлерский район:

ул. Демократическая, ул. Кирова, ул. Садовая, ул. Ульянова, ул. Просвещения, ул. Бестужева, ул. Взлетная, ул. Голубые дали, ул. Кирова, ул. Куйбышева, ул. Ромашек, ул. Энгельса, ул. Просвещения, ул. Чкалова, ул. Прибрежная, ул. Фабричная, ул. Аллейная, ул. Свердлова, пер. Чкалова.

4. Четвертая зона - территория районного значения города Сочи:

улицы муниципального образования город Сочи, не перечисленные в пунктах 1 - 3, и иные территории муниципального образования город Сочи.

Начальник управления  
административной инспекции  
администрации муниципального  
образования городской округ  
город-курорт Сочи Краснодарского края

К.А. Петров