

ДУМА ВЕЛИКОГО НОВГОРОДА

РЕШЕНИЕ

от 29 декабря 2016 г. N 1064

ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПОЛОЖЕНИЯ О ПОРЯДКЕ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОРГАНАМИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ ВЕЛИКОГО НОВГОРОДА ПОЛНОМОЧИЙ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА "О РЕКЛАМЕ"

Принято
Думой Великого Новгорода
28 декабря 2016 года

Список изменяющих документов

(в ред. решений Думы Великого Новгорода
от 01.02.2019 N 103, от 29.08.2019 N 264, от 30.04.2020 N 418,
от 31.08.2020 N 458, от 27.05.2021 N 568, от 25.02.2022 N 669,
от 28.10.2022 N 762,
с изм., внесенными [Решением](#) Новгородского областного суда
от 22.01.2021 N 03а-14/21)

В соответствии с федеральными законами от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" Дума Великого Новгорода решила:

1. Утвердить [Положение](#) о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального [закона](#) "О рекламе" (прилагается).

1-1. Предоставить владельцам рекламных конструкций отсрочку внесения платы по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в муниципальной собственности, в том числе земельных участках, за 2023 год на период 6 месяцев в порядке, определенном Администрацией Великого Новгорода.
(п. 1-1 введен [Решением](#) Думы Великого Новгорода от 28.10.2022 N 762)

2. Поручить Администрации Великого Новгорода привести нормативные акты в соответствие с прилагаемым [Положением](#) о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального [закона](#) "О рекламе".

3. Признать утратившими силу решения Думы Великого Новгорода:

от 30.11.2006 N 416 "Об утверждении Положения о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального закона "О рекламе";

от 22.02.2007 N 460 "О внесении изменений в решения Думы Великого Новгорода";

от 30.03.2009 N 343 "О внесении изменений в Положение о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального закона "О рекламе", утвержденное решением Думы Великого Новгорода от 30.11.2006 N 416";

от 03.12.2009 N 538 "О внесении изменений в Положение о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального закона "О рекламе";

от 31.03.2011 N 931 "О внесении изменений в Положение о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального закона "О рекламе", утвержденное решением Думы Великого Новгорода от 30.11.2006 N 416, и утверждении Ставок ежегодного платежа за использование территорий Великого Новгорода для возведения и эксплуатации рекламных и информационных конструкций";

от 29.03.2012 N 1255 "О внесении изменений в Положение о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального закона "О рекламе";

от 02.05.2012 N 1276 "О внесении изменений в Положение о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального закона "О рекламе";

от 27.06.2013 N 1567 "О внесении изменений в Положение о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального закона "О рекламе".

4. Признать утратившим силу [пункт 3](#) решения Думы Великого Новгорода от 30.07.2007 N 606 "О рассмотрении протестов и.о. прокурора Новгородской области".

5. Признать утратившим силу [подпункт 1.4](#) решения Думы Великого Новгорода от 25.10.2012 N 1379 "О внесении изменений в некоторые нормативные правовые акты Думы Великого Новгорода".

6. Настоящее решение вступает в силу со дня его официального опубликования в газете "Новгород".

Председатель
Думы Великого Новгорода
В.В.ТИМОФЕЕВ

Мэр Великого Новгорода
Ю.И.БОБРЫШЕВ

Утверждено
решением
Думы Великого Новгорода
от 29.12.2016 N 1064

**ПОЛОЖЕНИЕ
О ПОРЯДКЕ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОРГАНАМИ МЕСТНОГО
САМОУПРАВЛЕНИЯ ВЕЛИКОГО НОВГОРОДА ПОЛНОМОЧИЙ
ПО РЕАЛИЗАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА "О РЕКЛАМЕ"**

Список изменяющих документов
(в ред. решений Думы Великого Новгорода
от 01.02.2019 N 103, от 29.08.2019 N 264, от 30.04.2020 N 418,
от 31.08.2020 N 458, от 27.05.2021 N 568, от 25.02.2022 N 669,
с изм., внесенными [Решением](#) Новгородского областного суда
от 22.01.2021 N 03а-14/21)

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение разработано в соответствии с федеральными законами от 6 октября 2003 г. [№ 131-ФЗ](#) "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", от 13 марта 2006 г. [№ 38-ФЗ](#) "О рекламе" (далее - Федеральный закон "О рекламе"), от 25 июня 2002 г. [№ 73-ФЗ](#) "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации", иными нормативными и нормативно-техническими актами Российской Федерации, Новгородской области и Великого Новгорода, регулируемыми правоотношения в сфере рекламы.

(п. 1.1 в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458)

1.2. Соблюдение настоящего Положения является обязательным для всех физических и юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, занимающихся деятельностью по размещению и распространению наружной рекламы на территории Великого Новгорода.

1.3. Действие настоящего Положения распространяется на всю территорию Великого Новгорода независимо от ведомственной принадлежности или формы собственности на здания, строения, сооружения, иные объекты или земельные участки, к которым присоединяются рекламные конструкции.

1.4. Действие настоящего Положения не распространяется на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера, или информацию, раскрытие или распространение либо доведение которой до потребителя является обязательным в соответствии с федеральными законами.

Действие настоящего Положения в части получения разрешений не распространяется 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).

Лица, владеющие рекламными конструкциями, которые размещены на территории Великого Новгорода, должны иметь все предусмотренные законом документы, надлежащим образом оформленные и подтверждающие правомерность размещения этих рекламных конструкций.

(п. 1.4 в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458)

1.5. На территории Великого Новгорода устанавливаются следующие зоны размещения рекламных конструкций:

городская зона 1 - территория Великого Новгорода, включающая в себя следующие территориальные зоны градостроительного зонирования, определенные [Правилами](#) землепользования и застройки Великого Новгорода, утвержденными решением Думы Великого Новгорода от 25.12.2019 N 347: специальная историческая зона СИ., зоны рекреационного назначения Р.1, Р.4, а также Воскресенский бульвар;

городская зона 2 - территория Великого Новгорода, включающая в себя все иные территориальные зоны, не вошедшие в городскую зону 1.

(п. 1.5 введен [Решением](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458)

2. Основные понятия

В настоящем Положении используются следующие основные понятия:

абзац исключен. - [Решение](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458;

разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции - документ, на основании которого допускается установка и эксплуатация рекламной конструкции, содержащий информацию о владельце рекламной конструкции, собственнике земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому предполагается присоединить рекламную конструкцию, типе рекламной конструкции, площади ее информационного поля, месте установки

рекламной конструкции, сроке действия разрешения, органе, выдавшем разрешение, номере, дате его выдачи, иные сведения, выдаваемый Администрацией Великого Новгорода на основании заключения о соответствии рекламной конструкции внешнему архитектурному облику сложившейся застройки Великого Новгорода. Форма разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции утверждается Администрацией Великого Новгорода; (в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 25.02.2022 N 669)

заключение о соответствии рекламной конструкции внешнему архитектурному облику сложившейся застройки Великого Новгорода - документ, подготавливаемый уполномоченным структурным подразделением Администрации Великого Новгорода при принятии решения о выдаче или об отказе в выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Форма заключения о соответствии рекламной конструкции внешнему архитектурному облику сложившейся застройки Великого Новгорода утверждается Администрацией Великого Новгорода; (абзац введен [Решением](#) Думы Великого Новгорода от 25.02.2022 N 669)

абзац исключен. - [Решение](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458;

внешний архитектурный облик сложившейся застройки - визуальное впечатление о городе и его художественных ценностях, складывающееся по реальному внешне воспринимаемому и последовательно формируемому представлению о выразительных качествах города (архитектурное художественное построение, наполнение и содержание);

абзац исключен. - [Решение](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458;

рекламное тарифное зонирование - деление всей территории Великого Новгорода в зависимости от маркетинговой привлекательности места размещения рекламной конструкции;

абзац исключен. - [Решение](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458;

архитектурно-градостроительный облик здания, строения, сооружения - совокупность композиционных приемов и фасадных решений объекта, включающих колористическое решение, архитектурно-художественную подсветку, размещение рекламных конструкций и вывесок. (абзац введен [Решением](#) Думы Великого Новгорода от 29.08.2019 N 264)

Иные понятия, используемые в настоящем Положении, применяются в значениях, определенных действующим федеральным и областным законодательством.

3. Полномочия органов местного самоуправления Великого Новгорода в сфере рекламы (в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458)

3.1. Дума Великого Новгорода:

3.1.1. Устанавливает типы и виды рекламных конструкций, допустимых к установке на территории Великого Новгорода;

3.1.2. Устанавливает общие требования к рекламным конструкциям, размещаемым на территории Великого Новгорода (дизайн-код);

3.1.3. Устанавливает порядок расчета размера платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в муниципальной собственности, в том числе земельных участках, и на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена;

3.1.4. Устанавливает форму проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в муниципальной собственности, в том числе земельных участках, и на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена;

3.1.5. Устанавливает срок, на который заключаются договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в муниципальной собственности, в том числе земельных участках, и на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена.

3.2. Администрация Великого Новгорода:

3.2.1. Осуществляет согласования с уполномоченными органами, необходимые для принятия решения о выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции или об отказе в его выдаче;

3.2.2. В установленном порядке разрабатывает и утверждает схему размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, расположенных на территории Великого Новгорода;

3.2.3. Определяет процедуру подачи и рассмотрения заявлений о выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Великого Новгорода, принимает решения о выдаче или об отказе в выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, осуществляет выдачу разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, их аннулирование, обращается в суд с исками о признании разрешений недействительными;

3.2.4. Ведет реестр рекламных конструкций;

3.2.5. Выдает предписания о демонтаже рекламных конструкций в случаях, установленных Федеральным [законом "О рекламе"](#), осуществляет контроль исполнения предписаний;

3.2.6. Организует в порядке, установленном законодательством, демонтаж рекламных конструкций, установленных и (или) эксплуатируемых без разрешения, срок которого не истек;

3.2.7. Организует, проводит торги на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций и заключает (вносит изменения, расторгает) договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в муниципальной собственности, в том числе земельных участках, и на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена;

3.2.8. Обеспечивает начисление и получение платежей за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в муниципальной собственности, в том числе земельных участках, и на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена;

3.2.9. Осуществляет контроль за исполнением условий договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в муниципальной собственности, в том числе земельных участках, и на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, в случае неисполнения рекламодателями условий договоров принимает необходимые меры, в том числе по расторжению договоров;

3.2.10. Дает согласие на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на недвижимом муниципальном имуществе, закрепленном за другими лицами на праве оперативного управления, хозяйственного ведения или ином вещном праве;

3.2.11. Разрабатывает и принимает в пределах своей компетенции муниципальные правовые акты в сфере размещения рекламных конструкций на территории Великого Новгорода;

3.2.12. Обеспечивает доступность для граждан и юридических лиц информации об установке и эксплуатации рекламных конструкций на территории Великого Новгорода путем ее размещения на официальном сайте Администрации Великого Новгорода в сети Интернет по адресу: www.adm.nov.ru.

4. Типы и виды рекламных конструкций, допустимых к установке на территории Великого Новгорода

(в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458)

4.1. На территории Великого Новгорода допускается установка и эксплуатация следующих типов рекламных конструкций:

отдельно стоящие рекламные конструкции, размещаемые на земельных участках;

рекламные конструкции, размещаемые на зданиях, строениях, сооружениях.

В зависимости от площади информационного поля рекламные конструкции подразделяются на рекламные конструкции:

малого формата (с площадью информационного поля до 4,0 кв. м включительно);

среднего формата (с площадью информационного поля от 4,0 кв. м до 18,0 кв. м включительно);

большого формата (с площадью информационного поля более 18,0 кв. м).

4.2. В городской зоне 1 на территории Великого Новгорода допускается установка следующих видов отдельно стоящих рекламных конструкций:

4.2.1. Афишный стенд - рекламная конструкция малого формата с одним, двумя или тремя информационными полями длиной 1,2 м или 1,8 м, высотой 1,8 м;

4.2.2. Сити-формат - рекламная конструкция малого формата с информационным полем длиной 1,2 м, высотой 1,8 м, оборудованная роллерным механизмом для смены изображений. Может быть односторонним или двухсторонним;

4.2.3. Стела - объемная рекламная конструкция малого формата с информационным полем высотой до 2,5 м;
(пп. 4.2.3 в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 27.05.2021 N 568)

4.2.4. Остановочный навес с сити-форматом - остановочный навес, совмещенный с двухсторонним сити-форматом. Сити-формат должен размещаться перпендикулярно направлению движения транспорта.

4.3. В городской зоне 2 на территории Великого Новгорода допускается установка следующих видов отдельно стоящих рекламных конструкций:

4.3.1. Билборд - рекламная конструкция среднего формата, имеющая статическое информационное поле длиной 6,0 м, высотой 3,0 м. Может быть односторонним, двухсторонним (плоским или V-образным), трехсторонним (иметь три информационных поля, объединенных в единую конструкцию на одной опоре), четырехсторонним (двойным, имеющим четыре информационных поля, объединенных в единую конструкцию на одной опоре);

4.3.2. Ситиборд - рекламная конструкция среднего формата, имеющая статическое информационное поле длиной 3,7 м, высотой 2,7 м. Может быть односторонним, двухсторонним (плоским или V-образным);

4.3.3. Призмадинамическая конструкция (призмавижн) - рекламная конструкция среднего формата с информационным полем длиной 6,0 м, высотой 3,0 м, имеющая динамический рекламоноситель, позволяющий демонстрировать с заданным интервалом времени несколько различных изображений. Может быть односторонним, двухсторонним (плоским или V-образным);

4.3.4. Суперсайт - рекламная конструкция большого формата, имеющая статическое

информационное поле длиной 12,0 м или 9,0 м, высотой 5,0 м. Может быть односторонним, двухсторонним (плоским);

4.3.5. Афишный стенд - рекламная конструкция малого формата с одним, двумя или тремя информационными полями длиной 1,2 м или 1,8 м, высотой 1,8 м;

4.3.6. Сити-формат - рекламная конструкция малого формата с информационным полем длиной 1,2 м, высотой 1,8 м, оборудованная роллерным механизмом для смены изображений. Может быть односторонним или двухсторонним;

4.3.7. Электронное табло (экран) - рекламная конструкция малого, среднего, большого формата с одним информационным полем, которое конструктивно предназначено для воспроизведения видеоизображений на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов, без звука;

4.3.8. Стела - объемная рекламная конструкция малого формата с информационным полем высотой до 2,5 м или среднего, большого формата с информационным полем высотой до 20,0 м; (пп. 4.3.8 в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 25.02.2022 N 669)

4.3.9. Стела АЗС - объемная рекламная конструкция малого формата, размещаемая на территории автозаправочной станции или за ее пределами, содержащая одновременно информацию обязательного и рекламного характера, с площадью информационного поля 4,0 кв. м;

4.3.10. Флагшток на отдельно стоящей опоре - рекламная конструкция малого, среднего формата, состоящая из флагштока (стойки) и мягкого полотнища;

4.3.11. Пиллар (тумба) - рекламная тумба с внутренней подсветкой среднего формата, имеющая информационное поле длиной 1,4 м, высотой 3,0 м. Может быть двухсторонняя (круглая) и трехсторонняя (вогнутая);

4.3.12. Объемно-пространственный объект - рекламная конструкция малого, среднего формата с информационным полем, составляющим весь объем и поверхность объекта, выполняемая по индивидуальным проектам;

4.3.13. Остановочный навес с сити-форматом - остановочный навес, совмещенный с двухсторонним сити-форматом. Сити-формат должен размещаться перпендикулярно направлению движения транспорта;

4.3.14. Проекционные установки - рекламные конструкции малого, среднего, большого формата, предназначенные для воспроизведения изображения на земле, на плоскостях стен и в объеме, состоящие из проецирующего устройства и поверхности (экрана) или объема, в котором формируется информационное изображение. Площадь информационного поля для плоских изображений определяется габаритами проецируемой поверхности, а для объемных изображений определяется расчетным путем. (пп. 4.3.14 введен [Решением](#) Думы Великого Новгорода от 27.05.2021 N 568)

4.4. В городской зоне 2 на территории Великого Новгорода допускается установка следующих видов рекламных конструкций, размещаемых на зданиях, строениях, сооружениях:

4.4.1. Настенное панно - рекламная конструкция малого, среднего формата с одним информационным полем;

4.4.2. Электронное табло (экран) - рекламная конструкция малого, среднего, большого формата с одним информационным полем, которое конструктивно предназначено для воспроизведения видеоизображений на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов, без звука;

4.4.3. Брандмауэрное панно - рекламная конструкция большого формата с площадью информационного поля от 30,0 кв. м, размещаемая на боковых и не имеющих оконных проемов,

витражей, витрин, и (или) декоративного оформления фасадах, на глухих стенах зданий, строений, сооружений;

4.4.4. Проекционные установки - рекламные конструкции малого, среднего, большого формата, предназначенные для воспроизведения изображения на земле, на плоскостях стен и в объеме, состоящие из проецирующего устройства и поверхности (экрана) или объема, в котором формируется информационное изображение. Площадь информационного поля для плоских изображений определяется габаритами проецируемой поверхности, а для объемных изображений определяется расчетным путем.
(пп. 4.4.4 введен [Решением](#) Думы Великого Новгорода от 27.05.2021 N 568)

4.5. Размещение рекламных конструкций, не соответствующих типам и видам рекламных конструкций, перечисленным в настоящем разделе, является нарушением внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города и не допускается.

5. Общие требования к рекламным конструкциям, размещаемым на территории Великого Новгорода (дизайн-код) (в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458)

5.1. В целях сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки Великого Новгорода к рекламным конструкциям предъявляются следующие требования:

5.1.1. Рекламные конструкции и их территориальное размещение должны соответствовать техническому регламенту;

5.1.2. Рекламные конструкции не должны нарушать архитектурно-градостроительный облик зданий, строений, сооружений, прилегающих улиц, площадей, должны гармонично вписываться в элементы архитектуры, внешнего благоустройства территории, а также в элементы озеленения;

5.1.3. Рекламные конструкции не должны нарушать требования законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании;

5.1.4. Рекламные конструкции, устанавливаемые на тротуарах, не должны создавать препятствия для движения пешеходов, в том числе сужать ширину тротуара до 4,0 м и менее;

5.1.5. Размещаемые на зданиях, строениях, сооружениях рекламные конструкции не должны прикрывать, закрывать оконные и дверные проемы, декоративные элементы фасадов, включая колонны, полуколонны, барельефы, горельефы, наличники, сандрики (любые обрамления оконных и дверных проемов), пилястры, углы зданий, оформленные рустом, лепнину и пр., балконы, лоджии, пандусы, перила и ограждения входных групп;

5.1.6. Вновь размещаемые рекламные конструкции должны располагаться на расстоянии не менее 10,0 м от установленных на фасаде мемориальных досок;

5.1.7. При размещении рекламных конструкций в одном направлении (на одной стороне проезда, улицы, магистрали или иного элемента улично-дорожной сети, одном разделительном газоне) и предназначенных для обзора с одного направления, должны соблюдаться следующие расстояния:

 между рекламными конструкциями малого формата - не менее 10,0 м (за исключением флагштоков на отдельно стоящих опорах);

 между рекламными конструкциями малого формата и рекламными конструкциями среднего формата - не менее 50,0 м;

 между рекламными конструкциями малого формата и рекламными конструкциями большого формата - не менее 70,0 м;

между рекламными конструкциями среднего формата - не менее 70,0 м;

между рекламными конструкциями среднего формата и рекламными конструкциями большого формата - не менее 70,0 м;

между рекламными конструкциями большого формата - не менее 120,0 м.

Расстояние между краем отдельно стоящей рекламной конструкции с площадью информационного поля более 10,0 кв. м и жилым домом должно составлять не менее 10,0 м.

Абзац исключен. - [Решение](#) Думы Великого Новгорода от 25.02.2022 N 669.

Расстояния определяются по кратчайшей прямой линии без учета искусственных и естественных преград;

5.1.8. Рекламные конструкции должны быть оборудованы внутренней или внешней подсветкой (за исключением афишных стендов, флаштоков на отдельно стоящей опоре, электронных табло);

5.1.9. Конструктивные элементы внешней подсветки рекламных конструкций, а также элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т.п.) должны быть закрыты декоративными элементами или окрашены в цвет фасада;

5.1.10. Рекламные конструкции на многоквартирных домах размещаются не выше уровня перекрытий над нежилыми помещениями. При размещении рекламных конструкций в пределах этажа нахождения нежилых помещений должно быть предусмотрено расстояние не менее 0,8 м до окон жилых помещений;

5.1.11. В период отсутствия рекламного изображения на рекламной конструкции должна быть размещена социальная реклама или белое полотно (за исключением электронных табло, которые в период отсутствия рекламы должны быть выключены).

5.2. Несоблюдение требований к рекламным конструкциям, установленным настоящим разделом, является нарушением внешнего архитектурного облика сложившейся застройки Великого Новгорода и не допускается.

6. Порядок расчета размера платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в муниципальной собственности, в том числе земельных участках, и на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена
(в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458)

6.1. Размер платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в муниципальной собственности, в том числе земельных участках, и на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена (далее - плата), за период, составляющий один календарный год, определяется по следующей формуле:
(в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458)

$P = \text{Брп} \times S \times T \times K \times K1 \times K_{\text{зон}} \times K2$, где:

P - величина платы, руб.;

Брп - базовый размер платы за 1,0 кв. м площади информационного поля рекламной конструкции в год, руб.;

(в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458)

S - площадь информационного поля, кв. м;

T - период эксплуатации рекламной конструкции, год. $T = 1$;
(в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458)

K - индекс потребительских цен;

K1 - коэффициент, учитывающий применяемые технологии демонстрации рекламы;

Kзон - коэффициент рекламного тарифного зонирования;

K2 - коэффициент, учитывающий вид рекламных конструкций.

6.2. Базовый размер платы (Брп) составляет 1800 рублей за 1,0 кв. м в год.
(п. 6.2 в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458)

6.3. Площадь информационного поля (S):

для рекламных конструкций со сменными рекламными изображениями определяется как общая площадь информационных полей без учета количества сменных рекламных изображений;

для рекламных конструкций, размещенных на стене здания, строения, сооружения и имеющих сложную конфигурацию, определяется как площадь прямоугольника, в который полностью вписывается рекламная конструкция;

для отдельно стоящих рекламных конструкций, имеющих сложную конфигурацию, определяется как сумма площадей прямоугольников, в которые полностью вписывается информационное поле.

(п. 6.3 в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458)

6.4. Значение коэффициента T:

единица измерения коэффициента T принимается равной 1 году. При исчислении периода в месяцах применяется $1/12$ величины платы за год, при исчислении периода в днях - $1/365$ (или $1/366$) величины платы за год.

6.5. Значение коэффициента K1:

для рекламных конструкций с автоматической сменой изображения, динамической рекламы, роллеров $K1 = 1,2$;

для всех остальных рекламных конструкций $K1 = 1$.

6.6. На территории городского округа выделены 3 зоны с соответствующими коэффициентами рекламного тарифного зонирования Kзон.

1 зона, $K_{зон} = 1,2$: Большая Санкт-Петербургская ул., Псковская ул., просп. Мира, просп. Александра Корсунова, ул. Державина, Колмовская наб., Лужское шоссе, Большая Московская ул., Нехинская ул., ул. Кочетова;

2 зона, $K_{зон} = 1,1$: Октябрьская ул., ул. Советской Армии, ул. Ломоносова, ул. Германа, Рабочая ул., Магистральная ул., проезд Энергетиков, Сырковское шоссе, Московская ул., Троицкая ул., Большая Власьевская ул., Каберова - Власьевская ул., Десятинная ул., Прусская ул., Орловская ул., ул. Чудинцева ул., Людогоща ул., Новолучанская ул., Тихвинская ул., Черемнова - Конюхова ул., Щитная ул., ул. Герасименко - Маницына, Федоровский Ручей, наб. Александра Невского, Юрьевское шоссе;

3 зона, $K_{зон} = 1,0$: территория Великого Новгорода, не вошедшая в зоны 1 и 2.

В случае расположения рекламной конструкции на пересечении улиц, относящихся к разным зонам, расчет платы осуществляется по более высокому коэффициенту рекламного тарифного зонирования.

6.7. Значение коэффициента К2 приведено в [приложении](#) к настоящему Положению.

6.8. Размер платы подлежит корректировке с учетом индекса-дефлятора потребительских цен на соответствующий финансовый год.

(в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458)

6.9. Срок внесения платы устанавливается не позднее 15 апреля текущего года.

(в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458)

6.10. Исключен. - [Решение](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458.

7. Форма проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах недвижимости, находящихся в муниципальной собственности, в том числе земельных участках, и на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, сроки договоров

(в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 31.08.2020 N 458)

7.1. Торги на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в муниципальной собственности, в том числе земельных участках, и на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, проводятся в форме аукциона, в том числе, в электронной форме.

(п. 7.1 в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 25.02.2022 N 669)

7.2. Договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в муниципальной собственности, в том числе земельных участках, и на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, заключаются на срок десять лет.

(п. 7.2 в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 27.05.2021 N 568)

8. Ответственность за нарушение требований настоящего Положения

8.1. Ответственность за нарушение требований настоящего Положения наступает в соответствии с действующим законодательством.

8.2. Применение мер ответственности не освобождает нарушителя от обязанности по устранению нарушения и соблюдению настоящего Положения.

9. Переходные положения

(в ред. [Решения](#) Думы Великого Новгорода от 01.02.2019 N 103)

Рекламные конструкции, установленные до вступления в силу настоящего Положения или изменений в настоящее Положение и не соответствующие его требованиям, могут эксплуатироваться до окончания срока действия разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции либо признания разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции недействительным или аннулированным.

Приложение
к Положению
о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального закона "О рекламе"

Список изменяющих документов
(в ред. решений Думы Великого Новгорода
от 31.08.2020 N 458, от 27.05.2021 N 568)

Тип рекламной конструкции	Значение коэффициента K2
1	2
1. Билборд	1,3
2. Ситиборд	1,5
3. Призмадинамическая конструкция (призмавижн)	1,6
4. Суперсайт	1,0
5. Афишный стенд	1,2
6. Сити-формат	5,5
7. Электронные табло (экраны)	2,6
8. Стела	1,7
9. Стела АЗС	4,15
10. Флагшток на отдельно стоящей опоре	1,5
11. Пиллар (тумба)	1,95
12. Объемно-пространственные объекты	1,6
13. Остановочные навесы с сити-форматами	0,1
14. Настенное панно	2,8
15. Брандмауэрное панно	1,3
16. Проекционная установка	0,13

(п. 16 введен [Решением](#) Думы Великого Новгорода от 27.05.2021 N 568)