



ООО «БЮРО ИНЖЕНЕРНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ
ТЕРРИТОРИЙ «ГИДРАВЛИКА»

ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО РАЗРАБОТКЕ
СХЕМЫ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ
КОНСТРУКЦИЙ НА ТЕРРИТОРИИ
КИРЕНСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА
ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

**ТОМ 1.
ПОЛОЖЕНИЕ О РАЗМЕЩЕНИИ
ОБЪЕКТОВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ**

Омск 2016



РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
МУНИЦИПАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ
КИРЕНСКИЙ РАЙОН

**Администрация Киренского
муниципального района**

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

г. Киренск

_____ 20 ____ г. № _____

Г _____ 7

Об утверждении положения о
размещении объектов наружной
рекламы

В целях упорядочения размещения и определения требований к размещению рекламных конструкций на территории Киренского муниципального района Иркутской области, в соответствии с требованиями статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», Федерального закона от 07.05.2013 года № 98-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» и отдельные законодательные акты Российской Федерации», руководствуясь статьей 15 Федерального Закона от 06.10.2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», статьями 6 (п. 18), 39, 55 Устава муниципального образования Киренский район, администрация Киренского муниципального района
ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить положение о размещении объектов наружной рекламы на территории Киренского муниципального района Иркутской области (приложение к настоящему постановлению).

2. Опубликовать настоящее постановление на официальном сайте администрации Киренского муниципального района в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

3. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на председателя Комитета по управлению муниципальным имуществом и ЖКХ администрации Киренского муниципального района.

Мэр Киренского
муниципального района

К.В.Свистелин

ПОЛОЖЕНИЕ О РАЗМЕЩЕНИИ ОБЪЕКТОВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение о размещении объектов наружной рекламы на территории Киренского муниципального района Иркутской области (далее – Положение) разработано на основании Федерального закона «О рекламе», Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Федерального закона от 1 июня 2005 года № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации», Федерального закона от 25 июня 2002 года № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» и постановления Правительства Российской Федерации от 26 апреля 2008 года № 315 «Об утверждении Положения о зонах охраны объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации», Градостроительного кодекса РФ, Жилищного кодекса РФ, муниципальных правовых актов администрации Киренского муниципального района.

1.2. Положение устанавливает единые для Киренского муниципального района Иркутской области (далее – Киренский район, Киренский муниципальный район) порядок и требования к размещению наружной рекламы, установке, эксплуатации рекламных объектов, а также контроля за соблюдением этих требований.

1.3. Положение принято в целях формирования благоприятной архитектурной и информационной среды, сохранения историко-градостроительного облика, упорядочения мест для установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Киренского муниципального района, эффективного использования имущества органов местного самоуправления в целях размещения наружной рекламы.

1.4. Настоящее Положение обязательно для всех юридических лиц независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности, а также для физических лиц и индивидуальных предпринимателей при установке (размещении) и эксплуатации ими средств наружной рекламы на территории Киренского муниципального района.

1.5. Настоящее Положение не распространяется на:

1.5.1 Селитебную информацию: технические средства организации дорожного движения (за исключением информационно-сервисных знаков индивидуального проектирования);

– информационные указатели ориентирования в населенных пунктах: названия улиц, номера зданий, расписание движения пассажирского транспорта, схемы и карты ориентирования, не содержащие коммерческой рекламы и размещаемые соответствующими службами;

– информацию о проведении строительных, дорожных, аварийных и других видов работ, распространяемую в целях безопасности и информирования населения;

– праздничное некоммерческое оформление населенных пунктов (без использования названий, наименований и/или иных средств их индивидуализации организаций и знаков обслуживания других юридических и/или физических лиц);

– различного рода декоративные элементы (флаговые композиции, световые установки, настенные панно, мягкие перетяжки, гирлянды и др.), без использования названий, наименований и/или иных средств их индивидуализации организаций и знаков обслуживания других юридических и /или физических лиц;

– информацию о проведении социально значимых мероприятий (перепись населения, выборы, субботник и т.п.);

– информацию об официальных мероприятиях (визиты международных и российских делегаций, конференции, форумы и т.п.);

– информацию предприятий общественного питания, предназначенную для ознакомления потребителя об оказываемых услугах (меню, прейскуранты, условия обслуживания и т.д.), без использования наименований и/или иных средств их индивидуализации организаций и знаков обслуживания других юридических и/или физических лиц;

– информационные конструкции в виде вывесок, учрежденческих досок, режимных табличек и указателей (на основании письма Федеральной антимонопольной службы от 28.11.2013 №АК/47658/13 «О квалификации конструкций в качестве рекламных или информационных» данные конструкции не являются рекламными конструкциями).

1.5.2 Информацию учреждений культуры, образования и здравоохранения местного, регионального и федерального подчинения по профилю их деятельности, в том числе информацию о массовой вакцинации населения, о проведении всероссийского тестирования, а также о проведении культурно-массовых мероприятий (стенды афиши и т.д.), если она не содержит торговых марок, наименований, товарных знаков и знаков обслуживания других юридических и/или физических лиц.

2. Основные понятия, применяемые в Положении

2.1. Реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

2.2. Объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

2.3. Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

2.4. Ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

2.5. Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

2.6. Рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

2.7. Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

2.8. Потребители рекламы - лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама.

2.9. Спонсор - лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности.

2.10. Спонсорская реклама - реклама, распространяемая на условии обязательного упоминания в ней об определенном лице как о спонсоре.

2.11. Социальная реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

2.12. Наружная реклама - реклама, размещаемая на территории Киренского муниципального района с использованием рекламных конструкций.

2.13. Место под рекламную конструкцию - место, на котором предполагается установить или установлена и эксплуатируется рекламная конструкция (фасад или стена здания, строения, сооружения, участок улично-дорожной сети).

2.14. Коридор безопасности - земельные участки (независимо от категории земель), включающие в себя территорию, прилегающую к проезжим частям дорог в населенных пунктах, на которых в целях обеспечения безопасности дорожного движения запрещается устанавливать рекламные конструкции.

2.15. Самовольная рекламная конструкция - рекламная конструкция, установленная без соответствующего разрешения уполномоченного органа.

2.16. Рекламные конструкции в рамках настоящего Положения в соответствии с требованиями Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – закон «О рекламе») - щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, проекционное и иное, предназначенное для проекции рекламы на любые поверхности, оборудование, воздушные шары, аэростаты, 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 на остановочных пунктах движения общественного транспорта и других объектах инфраструктуры района, установленные на территории Киренского муниципального района в целях размещения наружной рекламы.

2.17. Заявитель - физическое лицо, юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие деятельность, связанную с оформлением и получением разрешительной документации на установку рекламной конструкции на территории Киренского муниципального района.

2.18. Антимонопольный орган - федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы.

2.19. Постановочный эскиз - документ, содержащий фрагмент (фотографию) территориального размещения рекламной конструкции, схематический план местности с указанием места под установку рекламной конструкции.

2.20. Информационное поле рекламной конструкции (рекламная плоскость, поверхность) - поверхность (часть) рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы.

3. Рекламные конструкции

Установка рекламных конструкций на территории Киренского муниципального района осуществляется в соответствии со Схемой размещения рекламных конструкций на территории Киренского муниципального района Иркутской области, на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности Киренского муниципального района Иркутской области или муниципальной собственности муниципальных образований Киренского муниципального района, утверждаемой в порядке, предусмотренном пунктом 5.8 статьи 19 закона «О рекламе».

Установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются ее владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется в соответствии с нормами Федерального закона «О рекламе» и гражданского законодательства.

Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимом имуществе муниципальной собственности Киренского муниципального района или муниципальной собственности муниципальных образований Киренского муниципального района проводятся в форме аукциона или конкурса в порядке, установленном нормативно-правовыми актами, действующими на территории Киренского муниципального района, после утверждения Схемы размещения рекламных конструкций на территории Киренского муниципального района Иркутской области только в отношении рекламных конструкций, указанных в данной Схеме.

Установка рекламных конструкций в Киренском муниципальном районе допускается при наличии соответствующего разрешения, выданного в порядке, установленном административным регламентом предоставления муниципальной услуги «Выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже рекламных конструкций на территории муниципального образования Киренский район».

Установка рекламных конструкций не влечет за собой возникновение прав на земельные участки, на которых они расположены, и не требует оформления разрешительной документации на право пользования землей, кроме документов, указанных в настоящем Положении.

Рекламные конструкции могут быть:

– длительного периода размещения - рекламные конструкции характеризуются постоянным местом размещения и сроком размещения более двенадцати месяцев;

– временными - рекламные конструкции, срок размещения которых обусловлен их функциональным назначением и местом установки (строительные сетки, ограждения строительных площадок, мест торговли и иных подобных мест, другие аналогичные технические средства) и составляет не более чем двенадцать месяцев.

3.1. Рекламные конструкции длительного периода размещения подразделяются на следующие виды.

3.1.1 Отдельно стоящие рекламные конструкции.

3.1.1.1 Щитовые конструкции - отдельно стоящие рекламные конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения информации и состоящие из фундамента, каркаса, стойки и информационного поля.

Щитовые конструкции подразделяются на:

– щитовые конструкции большого формата - конструкции с размером рекламной поверхности 2,0 x 3,0 м, 2,7 x 3,7 м, 3,0 x 6,0 м, 3,0 x 12,0 м, 3,0 x 18,0 м, 4,0 x 12,0 м, 5,0 x 12,0 м, 5,0 x 15,0 м, в том числе:

– Билборд - щитовая отдельно стоящая рекламная конструкция большого формата с размером рекламной поверхности 3,0 x 6,0 м;

– Ситиборд - щитовая отдельно стоящая рекламная конструкция большого формата с размером рекламной поверхности 2,7 x 3,7 м;

– Суперсайт - щитовая отдельно стоящая рекламная конструкция большого формата с размером рекламной поверхности 4,0 x 12,0 м.

Фундамент щитовых конструкций большого формата не должен выступать над уровнем дорожного покрытия или уровня земли.

Щитовые конструкции большого формата, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону.

В случае отсутствия информации на рекламной поверхности последняя должна быть закрыта однотонным плакатом светлых тонов.

Щитовые конструкции форматом более чем 3 x 6 м рекомендуется размещать на крупных транспортных развязках и въездах в населенные пункты городского типа.

Для щитовых конструкций площадью, равной или более 18 кв.м, допускается применение выступающих дополнительных элементов с общей площадью не более 5% от площади информационного поля рекламной конструкции;

– щитовые конструкции малого формата - конструкции с размером рекламной поверхности от 0,8 x 1,2 до 1,4 x 3,0 метра, в том числе:

– Ситилайт - щитовая отдельно стоящая рекламная конструкция малого формата с размером рекламной поверхности 1,2 x 1,8 м;

– Пилларс - щитовая отдельно стоящая рекламная конструкция малого формата с размером рекламной поверхности 1,4 x 3,0 м.

Фундаменты щитовых конструкций не должны выступать над уровнем дорожного покрытия.

3.1.1.2 Афишные стенды - отдельно стоящие рекламные конструкции малого формата с размером рекламной поверхности 1,22 x 3,0 м.

Рекламные тумбы - отдельно стоящие рекламные конструкции малого формата с размером рекламной поверхности 1,8 x 3,0 м.

На одной улице должны устанавливаться тумбы, сохраняющие между собой стилистическое единство.

Установка афишных стендов и рекламных тумб не допускается, если после их установки ширина прохода для пешеходов составит менее 2 метров. Не допускается установка афишных стендов и рекламных тумб на газонах.

Афишные стенды и рекламные тумбы не должны создавать помех пешеходам, для уборки тротуаров, располагаться вблизи жилых домов и с нарушением установленных санитарных норм.

Рекламные материалы, размещаемые на афишных стендах, могут содержать информацию о спонсорах соответствующих мероприятий.

Максимально допустимый размер одного информационного поля афишного стенда и рекламных тумб составляет 5,4 кв.м.

Площадь информационного поля афишного стенда и рекламных тумб определяется общей площадью его сторон.

Фундамент афишного стенда и тумб допускается в двух вариантах: заглубляемый, не выступающий над уровнем дорожного покрытия, и не заглубляемый. В случае использования не заглубляемого фундамента он в обязательном порядке облицовывается композитным материалом по специальной форме, соответствующей общему дизайну конструкции.

3.1.1.3 Стелы - средство наружной рекламы в индивидуальном исполнении, в котором для размещения рекламы может использоваться как объем конструкции, так и ее поверхность.

Не допускается использование стел под размещение сменной информации, за исключением стел автозаправочных станций со сменной информацией с указанием ассортимента и цен на отпускаемые нефтепродукты.

Не допускается размещение стел, если после их установки ширина прохода для пешеходов составит менее 2 метров и (или) при наличии мест для размещения других средств наружной рекламы на фасаде здания, строения или сооружения, за исключением зданий строений и сооружений, расположенных вне зоны видимости с улично-дорожной сети.

3.1.1.4 Объемно-пространственные конструкции - рекламные конструкции, на которых для размещения рекламной информации используются как объем конструкции, так и поверхность. Данные конструкции выполняются по индивидуальным проектам.

Для каждой конкретной объемно-пространственной конструкции разрабатывается индивидуальная проектная документация.

Площадь информационного поля объемно-пространственных конструкций определяется расчетным путем.

На конструкции данного типа и правила их размещения распространяются требования, предъявляемые к отдельно стоящим щитовым конструкциям.

3.1.1.5 Светодиодные экраны (электронные экраны (электронные табло)) - рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов.

Площадь информационного поля определяется габаритами светоизлучающей поверхности.

На конструкции данного типа и правила их размещения распространяются требования, предъявляемые к отдельно стоящим щитовым конструкциям.

3.1.1.6 Наземные панно - средства наружной рекламы, размещаемые на поверхности земли, асфальта или тротуарной плитки.

Материалы, применяемые для наземных панно, не должны нарушать целостность покрытия тротуаров.

Не допускается исполнение наземного панно путем нанесения на поверхность асфальта или тротуарной плитки аэрографического рисунка краской.

3.1.2 Рекламные конструкции, присоединяемые к объектам недвижимости (зданиям, сооружениям).

3.1.2.1 Рекламные крышные конструкции - различного рода объемные или плоскостные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше.

Крышные установки не должны нарушать архитектурного решения кровли и фасада здания. Для каждой рекламной крышной конструкции разрабатывается индивидуальная проектная документация.

Высота рекламных крышных конструкций должна быть:

– не более одной шестой части от высоты фасада при высоте здания от цоколя до кровли не более или равной 15 метров, со стороны которого размещается конструкция;

– не более одной восьмой части от высоты фасада при высоте здания от цоколя до кровли более 15 метров, со стороны которого размещается конструкция.

Для крышных рекламных конструкций в виде отдельных букв и логотипов в обязательном порядке разрабатывается рабочая проектная документация с целью обеспечения безопасности при установке, монтаже и эксплуатации.

Крышные рекламные конструкции в виде отдельных букв и логотипов должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания, должны соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.2.2 Настенные панно - конструкции, размещаемые на стенах зданий и сооружений, площадь рекламного поля которых превышает 5 кв.м.

Для настенных панно в обязательном порядке разрабатывается проект крепления конструкции с целью обеспечения безопасности при эксплуатации.

3.1.2.3 Медиафасады - рекламные конструкции, размещаемые на поверхности стен зданий, строений и сооружений, состоящие из светодиодных модулей в гибких шлейфах на основе металлической сетки с интегрированными светодиодами, создающие поверхность, которая повторяет форму фасада здания, позволяющие демонстрировать информационные материалы, в том числе динамические видеоизображения.

Размер информационного поля медиафасада определяется размером демонстрируемого изображения.

Для медиафасадов в обязательном порядке разрабатывается проект крепления конструкции с целью обеспечения безопасности при эксплуатации.

Размер медиафасада определяется индивидуально в зависимости от архитектуры здания на основании согласованного проекта.

На объектах культурного наследия размещение декоративных панно не допускается.

Медиафасады должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.2.4 Маркизы - средства наружной рекламы, выполненные в виде козырьков и навесов с нанесенной на них рекламной информацией и размещенные над витринами, входами или проемами зданий и сооружений.

Маркизы располагаются в проемах витрин, над входом и сочетают функции солнцезащитных устройств и рекламоносителей.

3.1.3 Рекламные конструкции, присоединяемые к объектам селитебной инфраструктуры.

3.1.3.1 Рекламные конструкции на киосках розничной торговли - рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах (фасадах) киосков розничной торговли и не являющиеся его конструктивными частями. Максимальный размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на киоске розничной торговли составляет 1,2 x 1,8 м.

Рекламные конструкции на киосках розничной торговли рекомендуется оборудовать внутренним подсветом с полным соответствием требованиям пожарной безопасности.

Не допускается установка рекламных конструкций на крыше киоска розничной торговли.

3.1.3.2 Рекламные конструкции на остановочных павильонах - рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах павильонов ожидания общественного транспорта.

Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на остановочном павильоне составляет 1,2 x 1,8 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции на остановочном павильоне определяется общей площадью его информационных полей.

Фундаменты рекламных конструкций на остановочных павильонах не должны выступать над уровнем покрытия тротуара.

Рекламные конструкции на остановочных павильонах рекомендуется оборудовать внутренним подсветом с полным соответствием требованиям пожарной безопасности.

3.1.3.3 Уличная мебель с рекламной информацией (скамейки, урны и т.д.) - размещение эмблемы, логотипа, надписи и иных знаков индивидуализации компаний-спонсоров, монтируемые на конструктивных элементах уличной мебели. Максимальный размер информационного поля 0,3 x 0,3 м.

3.1.3.4 Панель-кронштейн (рекламный кронштейн) - двухсторонняя консольная плоскостная рекламная конструкция с размером рекламной поверхности 1,2 x 1,8 м, устанавливаемая на собственных опорах, мачтах-опорах муниципального освещения, опорах контактной сети или на зданиях на высоте не менее 4,5 метра (на световых опорах, расположенных вблизи дороги) либо не менее 2,5 метра (над тротуарами и пешеходными зонами, газонами вне проезжей части).

Панель-кронштейн (рекламный кронштейн), устанавливаемый на опорах, должен быть ориентирован в сторону тротуаров либо вдоль тротуаров.

Не допускается размещение на одной опоре освещения (контактной сети, столбе) более одного светового короба или более двух иных рекламных конструкций.

Не допускается размещение рекламных кронштейнов на одной опоре со знаками дорожного движения, рекламное изображение на рекламном кронштейне не должно иметь сходства со знаками дорожного движения.

3.1.3.5 Указатели с рекламной информацией - рекламные конструкции малого формата, на одной опоре которых одновременно размещается указатель наименования улицы или направления движения и рекламная информация.

Установка указателей может производиться на столбах муниципального освещения, а также на самостоятельных опорах.

Не допускается размещение указателей с рекламной информацией на одной опоре со знаками дорожного движения.

Максимальный размер указателя с рекламной информацией не должен превышать 1,2 х 1,8 м. Площадь информационного поля указателя с рекламной информацией определяется общей площадью его информационных полей.

Фундамент отдельно стоящего указателя допускается в двух вариантах: заглубляемый, не выступающий над уровнем дорожного покрытия и не заглубляемый. В случае использования не заглубляемого фундамента он в обязательном порядке облицовывается композитным материалом по специальной форме, соответствующей дизайну указателя.

3.1.3.6 Конструкции на ограждениях - рекламная конструкция, устанавливаемая на ограждении территорий.

Конструкции на ограждениях могут быть изготовлены в виде отдельных щитов или в виде росписи этих ограждений в любой технике.

Не допускается размещение конструкций:

- на пролетах мостов с наружной стороны и иных инженерных сооружениях, размещенных над проезжей частью;

- на ограждениях, установленных в границах зон охраны объектов культурного наследия;

- на ограждениях, выполненных способами художественнойковки, литья или гнутья;

- на ограждениях парков, скверов, садов;

- на ограждениях территорий муниципальных унитарных предприятий и муниципальных учреждений;

- на ограждениях территорий объектов спорта, здравоохранения и образования.

3.1.3.7 Транспаранты-перетяжки, состоящие из устройства крепления, устройства натяжения и информационного изображения, изготовленного из жестких материалов и из материалов на мягкой основе.

Установка транспарантов-перетяжек на территории Киренского муниципального района Иркутской области допускается только для размещения социальной рекламы. Площадь рекламного поля не более 15% от площади транспарантов-перетяжек.

3.1.4 Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции.

К уникальным рекламным конструкциям относятся конструкции, имеющие формат, отличный от форматов, определенных настоящим Положением.

К уникальным рекламным конструкциям, выполненным по индивидуальным проектам, могут быть отнесены следующие рекламные конструкции:

3.1.4.1 Скроллеры, призматроны и т.д. - рекламные конструкции с динамически меняющимся изображением.

3.1.4.2 Проекционные установки - рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения в объеме или на земле, на плоскостях стен.

3.1.4.3 Воздушные шары, аэростаты.

Площадь информационного поля уникальных конструкций определяется расчетным путем. На уникальные конструкции распространяются все требования, предусмотренные для рекламных конструкций большого формата.

3.2. Временные рекламные конструкции могут быть следующих типов.

3.2.1 Выносные щитовые конструкции раскладного типа - временные средства наружной рекламы, устанавливаемые в населенных пунктах организациями в часы их работы.

Выносные щитовые конструкции раскладного типа выносятся в пешеходную зону и располагаются на тротуаре вблизи от фасада здания (1 метр) в пределах 5 метров от входа в предприятие.

Рекомендуемые размеры информационной площади для выносной щитовой конструкции раскладного типа: не более 0,7 x 1,0 м в вертикальном исполнении.

Запрещается размещение выносных щитовых конструкций раскладного типа на газонах и на тротуарах при ширине последних менее 2 метров.

Не допускается размещение выносных щитовых конструкций раскладного типа в границах зон охраны объектов культурного наследия.

Не допускается размещение более одной выносной щитовой конструкции раскладного типа одной организации у входа в эту организацию.

3.2.2 Рекламные конструкции с использованием строительных ограждений и строительных сеток - ограждающие объекты строительства, используемые для временного размещения рекламной информации.

Размещение наружной рекламы на строительных ограждениях и/или строительных сетках производится при проведении строительных работ на внешней стороне (фасаде) здания.

На территории центральной части населенных пунктов городского типа рекомендуется размещение строительных сеток с изображением фасадов зданий, видов данных населенных пунктов и их окрестностей.

3.2.3 Флаговые композиции - средства наружной рекламы, состоящие из основания, одного или нескольких флаштоков (стоек) и мягких полотнищ, на которые нанесена реклама.

Флаговые композиции могут устанавливаться на опоре освещения, на опоре контактной сети, на мостах, виадуках и эстакадах, на зданиях и сооружениях.

Площадь одной стороны информационного поля флага не может быть более 2,5 кв.м.

Общая площадь информационного поля рекламной конструкции одного флага определяется площадью его полотнищ.

4. Объекты уличной звуковой рекламы

К объектам уличной звуковой рекламы относятся рекламные конструкции, предназначенные для передачи звуковой информации, передаваемой по проводной и беспроводной связи, с использованием громкоговорителей, ретрансляторов, репродукторов и других звукоусиливающих и звуковоспроизводящих устройств, размещаемые на опорах линий электропередачи, предназначенных для освещения, опорах контактной сети, собственных опорах, на зданиях, сооружениях и ином недвижимом имуществе.

Уровень звука, создаваемого звуковой рекламой, должен соответствовать санитарным нормам СН2.2.4/2.1.8.562-96 «Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки», утвержденным Госкомсанэпиднадзором РФ от 31 октября 1996 года № 36, и не должен ухудшать условия проживания граждан.

Разрешенный режим вещания звуковой рекламы и информации с 10 часов до 19 часов.

Не допускается размещение звуковой рекламы на улицах населенных пунктов Киренского муниципального района, кроме систем оповещения населения в чрезвычайных ситуациях:

– в выходные и праздничные дни, за исключением случаев проведения общественных мероприятий;

– ближе пятидесяти метров от наземных пешеходных переходов и остановок маршрутных транспортных средств;

– ближе, чем сто метров от жилых зданий, домов и дворцов культуры, библиотек, строений, сооружений, занимаемых детскими, образовательными, медицинскими организациями.

5. Общие требования к размещению рекламных конструкций

5.1. Установка и эксплуатация рекламных конструкций должна соответствовать требованиям Федеральных законов «О рекламе», «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации», Градостроительного кодекса РФ, Жилищного кодекса РФ, ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения» и другим нормативным правовым и иным актам, регулирующим установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

5.2. Рекламные конструкции должны использоваться исключительно в целях размещения коммерческой или социальной рекламы.

5.3. Проектирование, изготовление, монтаж, эксплуатация и утилизация объектов наружной рекламы и их частей должны соответствовать установленным в Российской Федерации требованиям качества и безопасности, предъявляемым к продукции, согласно:

- техническим регламентам и условиям, строительным нормам и правилам (СНиП);
- правилам устройства электроустановок (ПУЭ);
- правилам технической эксплуатации электроустановок потребителей (ПТЭЭП);
- национальным стандартам ГОСТ-Р;
- другим нормативным актам, содержащим требования для конструкций данного типа.

5.4. Не допускается размещение рекламных конструкций, являющихся источниками шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных и иных излучений и полей, вблизи жилых помещений с нарушением установленных санитарных норм.

5.5. Размещение рекламных конструкций должно соответствовать требованиям:

– размещения без ущерба композиции, стилистике, отделке, декоративному убранству фасада, эстетическим качествам селитебной среды;

– согласованности размещения нескольких рекламных конструкций в пределах фасада независимо от принадлежности объектов;

– соответствия условиям восприятия (визуальная доступность, читаемость информации);

– приоритету мемориальных объектов (мемориальных и памятных досок, знаков и т.п.);

– безопасности для людей;

– безопасности для физического состояния архитектурных объектов;

– удобства эксплуатации и ремонта.

Рекламные конструкции не должны:

– нарушать требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия народов Российской Федерации, их охране и использовании, нарушать

визуальное восприятие объектов культурного наследия, их архитектурный облик, фасадную композицию и целостность восприятия;

- размещаться в одном визуальном пространстве с памятниками, монументами, скульптурными композициями, культовыми и мемориальными сооружениями;
- препятствовать восприятию информации, размещенной на другой конструкции;
- размещаться таким образом, чтобы знак дорожного движения или светофор воспринимались на фоне рекламной плоскости.

5.6. В целях упорядоченности оформления населенных пунктов Киренского муниципального района размещение рекламных конструкций на фасаде здания, строения, сооружения общественного назначения площадью более 150 кв.м рекомендуется осуществлять на основании единого проекта, выполненного с учетом комплексности размещения конструкций на здании, с обозначением их характеристик (тип, вид, габариты, способ подсветки (при желании) и т.д.).

5.7. Монтаж рекламных конструкций, на которые требуется получение разрешения или согласования соответственно, должен быть произведен только в соответствии с проектной документацией и на месте, обозначенном в разрешительной документации. При разработке проектов конструкций, размещаемых на фасадах зданий, строений, должны максимально учитываться архитектурные особенности таких зданий, строений.

5.8. Надписи на рекламных конструкциях выполняются на русском языке. Допускается установка декоративных элементов, а также словесных, графических обозначений или их комбинаций (на русском языке или в русской транслитерации), зарегистрированных в установленном порядке в качестве товарных знаков или знаков обслуживания. При этом владелец конструкции должен обладать правом на использование товарного знака или знака обслуживания, зарегистрированным в установленном законом порядке.

5.9. Допускается использование в текстах рекламных конструкций товарных знаков и знаков обслуживания в оригинальном написании (на иностранном языке) при условии их регистрации в установленном порядке на территории Российской Федерации при наличии у владельца конструкции исключительного права на использование товарного знака или знака обслуживания, а также коммерческого обозначения.

5.10. Не допускается использование в текстах рекламных конструкций иностранных слов, выполненных в русской транслитерации (за исключением зарегистрированных товарных знаков и знаков обслуживания, исключительным правом на использование которых обладает владелец рекламной конструкции), а при обозначении типа или профиля деятельности предприятия - сокращений и аббревиатур.

5.11. Рекламные конструкции должны иметь специальную маркировку с указанием владельца конструкции, номера его телефона, инвентарного номера. Инвентарный номер присваивается при выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и указывается в разрешении. Размер букв и цифр в инвентарном номере не должен быть менее 0,15 метра вне зависимости от размеров конструкции, в том числе от ее высоты и места ее размещения.

5.12. Установка рекламной конструкции на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается.

5.13. Установка и эксплуатация рекламных конструкций на территориях общего пользования не должны создавать помех для пешеходов, уборки улиц и тротуаров. Запрещается установка рекламных конструкций на газонах, цветниках, а также на тротуарах, если после их установки ширина прохода для пешеходов составит менее 2 метров.

5.14. Запрещается крепить рекламные конструкции к деревьям и другим зеленым насаждениям. Не допускается уничтожение или повреждение зеленых насаждений на территории, прилегающей к месту установки рекламной конструкции.

5.15. В целях обеспечения безопасности работ по монтажу на опорах контактной сети, а также сохранности муниципального имущества, монтаж рекламных конструкций на опорах контактной сети осуществляется лицом, обладающим вещным правом на данное имущество, либо специализированной организацией.

5.16. При установке рекламной конструкции учитывается удобство содержания автомобильных дорог и улиц, тротуаров и газонов.

5.17. Не допускается установка рекламных конструкций:

- на стационарных и временных оградах парков, скверов, садов и на территории парков, скверов, улиц набережных, садов;

- на ограждениях (оградах, заборах) территорий муниципальных унитарных предприятий и муниципальных учреждений.

5.18. Стационарная рекламная конструкция, за исключением наземных панно, уличной мебели с рекламной информацией, маркиз, должна иметь подсветку рекламно-информационного поля в темное время суток при наличии экономической рентабельности и технической возможности.

5.19. До начала проведения работ по установке отдельно стоящей рекламной конструкции должно быть получено разрешение на проведение земляных работ в порядке, предусмотренном правовым актом администрации соответствующего муниципального образования, на территории которого находится данный земельный участок.

5.20. Владелец рекламной конструкции несет ответственность за любые нарушения правил безопасности, а также за неисправности и аварийные ситуации, возникшие из-за нарушения им условий монтажа и эксплуатации рекламной конструкции.

5.21. Отдельно стоящие рекламные конструкции не должны иметь видимых элементов соединения различных частей конструкций (торцевые поверхности конструкций, крепление осветительной арматуры, соединение с основанием - крепежные элементы). Фундаменты отдельно стоящих рекламных конструкций не должны выступать над уровнем земли либо должны быть декоративно оформлены.

5.22. Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т.п.) рекламных конструкций должны быть закрыты декоративными элементами.

5.23. Отдельно стоящие рекламные конструкции должны быть выполнены в трехстороннем или двухстороннем варианте. Односторонний вариант отдельно стоящей конструкции разрешается к размещению, если вторая сторона данной конструкции закрыта для просмотра (стеной здания, строения, зелеными насаждениями и т.п.).

5.24. При установке на одной стороне проезжей части дорог отдельно стоящих рекламных конструкций должны соблюдаться следующие расстояния относительно иных, уже установленных или находящихся в процессе согласования рекламных конструкций:

Площадь одной стороны информационного поля рекламной конструкции, кв.м	Минимальное расстояние размещаемых на одной высоте и (или) в створе (т.е. на одной линии видимости), м	Иные требования
до 4,99	30 (для вновь устанавливаемых конструкций)	-
от 5 до 17,99	70 (для вновь устанавливаемых конструкций)	-
от 18 до 39,99	150 (для вновь устанавливаемых конструкций)	-
от 40 и более	500 (для вновь устанавливаемых конструкций)	не допускается размещение конструкций на опорах освещения ближе 20 м от конструкций данного формата

5.25. Не допускается установка и эксплуатация рекламных конструкций на балконах жилых многоквартирных домов.

5.26. Установка рекламных конструкций осуществляется на основании разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Порядок оформления разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется в соответствии с административным регламентом предоставления муниципальной услуги «Выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже рекламных конструкций на территории муниципального образования Киренский район».

5.27. Рекламные конструкции на территории Киренского муниципального района должны размещаться в строгом соответствии с ГОСТ – Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения».

5.28. Конструкции средств наружной рекламы следует проектировать, изготавливать и устанавливать с учетом нагрузок и других воздействий, соответствующих требованиям нормативных документов.

5.29. Конструкции средств наружной рекламы должны соответствовать строительным нормам и правилам, другим нормативным документам.

5.30. Не допускается повреждение сооружений при креплении к ним средств размещения рекламы, а также снижение их прочности и устойчивости.

5.31. Крепление осветительных приборов и устройств должно обеспечивать их надежное соединение с опорной частью конструкции и выдерживать нормативные ветровую, снеговую и вибрационную нагрузки.

5.32. Средства наружной рекламы не должны быть размещены в границах коридора безопасности, а также:

- на одной опоре с дорожными знаками и светофорами;
- на железнодорожных переездах, в туннелях и под путепроводами; над въездами в туннели и выездами из туннелей;
- над проезжей частью;
- на дорожных ограждениях и направляющих устройствах;
- на подпорных стенах, деревьях, скалах, не являющихся частью дорожной инфраструктуры, и других природных объектах.

5.33. Допускается размещение рекламных конструкций на конструктивно выделенных бортовым камнем или защитными ограждениями разделительных полосах, в том числе на газонах, разделяющих транспортные потоки, и центральных частях перекрестков с круговым движением, за пределами границ коридора безопасности, определяемых в соответствии с требованиями к территориальному размещению рекламных конструкций, установленными требованиями ГОСТ – Р 52044-2003.

6. Особенности размещения рекламных конструкций в границах зон охраны объектов культурного наследия

6.1. 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 N 73-ФЗ "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации", с соблюдением требований к рекламе и ее распространению, установленных настоящим Федеральным законом.

6.2. Не допускается распространение наружной рекламы на объектах культурного наследия, включенных в реестр, а также на их территориях, за исключением территорий достопримечательных мест.

6.3. Запрет или ограничение распространения наружной рекламы на объектах культурного наследия, находящихся в границах территории достопримечательного места и включенных в реестр, а также требования к ее распространению устанавливаются соответствующим органом охраны объектов культурного наследия, определенным пунктом 7 статьи 47.6 Федерального закона от 25 июня 2002 года N 73-ФЗ "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации", и вносятся в правила землепользования и застройки, разработанные в соответствии с Градостроительным кодексом Российской Федерации.

6.4. Требования пункта 6.2 настоящего раздела не применяются в отношении распространения на объектах культурного наследия, их территориях наружной рекламы, содержащей исключительно информацию о проведении на объектах культурного наследия, их территориях театрально-зрелищных, культурно-просветительных и зрелищно-развлекательных мероприятий или исключительно информацию об указанных мероприятиях с одновременным упоминанием об определенном лице как о спонсоре конкретного мероприятия при условии, если такому упоминанию отведено не более чем десять процентов рекламной площади (пространства). Требования к распространению на объектах культурного наследия, их территориях наружной рекламы указываются в охранном обязательстве собственника или иного законного владельца объекта культурного наследия в случае распространения наружной рекламы, предусмотренной настоящим пунктом.

7. Требования к внешнему виду, содержанию и техническому обслуживанию рекламных конструкций

7.1. Требования к внешнему виду рекламных конструкций устанавливаются единые и обязательные условия в сфере внешнего вида и определяют порядок их содержания в надлежащем состоянии.

7.2. Рекламные конструкции должны постоянно поддерживаться в исправном состоянии, чистоте и порядке, по мере необходимости ремонтироваться и обновляться. Ответственность за надлежащее состояние конструкций, а также за любые нарушения правил безопасности при эксплуатации конструкций и возникшие в связи с этим аварийные ситуации несут владельцы конструкций.

7.3. Надлежащее состояние внешнего вида рекламных конструкций подразумевает:

- целостность конструкций;
- отсутствие механических повреждений;
- отсутствие порывов полотен (плакатов);
- отсутствие сколов краски на металлических частях конструкции, ржавчины и грязи на всех частях и элементах конструкций;
- отсутствие на всех частях и элементах конструкций наклеенных объявлений, посторонних надписей, изображений и других информационных сообщений, не относящихся к коммерческой или социальной рекламе;
- исправность элементов подсвета конструкций в темное время суток в соответствии с графиком работы уличного освещения при наличии технической возможности и рентабельности.

7.4. Владелец рекламной конструкции обязан мыть и чистить принадлежащие конструкции по мере необходимости, но не реже:

- двух раз в неделю - рекламные конструкции на остановочных павильонах и рекламную информацию на пешеходных ограждениях;
- двух раз в месяц - другие конструкции малого формата (кронштейны на мачтах-опорах муниципального освещения, расположенные на мостах, путепроводах и эстакадах, указатели с рекламной информацией, скамейки с рекламной информацией, щитовые конструкции малого формата, тумбы);
- одного раза в два месяца - конструкции среднего формата;
- двух раз в год (в марте - апреле и августе - сентябре) - щитовые конструкции большого формата, уникальные (нестандартные) конструкции, информационные ценовые стелы АЗС.

7.5. Устранение разрывов рекламных изображений на рекламных конструкциях осуществляется их владельцами незамедлительно после выявления указанных фактов и/или по предписаниям отдела по управлению муниципальным имуществом Комитета по управлению муниципальным имуществом и ЖКХ администрации Киренского муниципального района.

7.6. Рекламные конструкции не должны иметь следов ржавчины или сколов краски, загрязнений более 15 кв.см.

7.7. В случае необходимости приведения конструкций в надлежащий вид их владельцы обязаны выполнить покраску конструкции.

7.8. Владельцы рекламных конструкций обязаны выполнять иные предписания уполномоченных органов, связанные с необходимостью устранения недостатков в техническом состоянии и внешнем виде конструкций, а также по досрочному их демонтажу, выданные в соответствии с настоящим Положением и действующим законодательством РФ.

8. Определение процедур принятия решения о выдаче разрешения или об отказе выдачи разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, об аннулировании таких разрешений, а также выдаче предписаний о демонтаже рекламных конструкций

8.1. Порядок действий заявителей и сотрудников отдела по управлению муниципальным имуществом Комитета по управлению муниципальным имуществом и ЖКХ, уполномоченного в выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, аннулирование таких разрешений, выдачу предписаний о демонтаже рекламных конструкций на территории муниципального образования Киренский район утвержден постановлением администрации Киренского муниципального района от 12 октября 2015 г. №589 «Об утверждении административного регламента предоставления муниципальной услуги «Выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже рекламных конструкций на территории муниципального образования Киренский район».