



ПОСТАНОВЛЕНИЕ

от «21» октября 2016 года

№ 1415

Об утверждении положения об определении типов и видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории муниципального образования «Можгинский район», а также требованиях к таким рекламным конструкциям с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений

В соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – закон о рекламе), Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», ГОСТом Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования», иными нормативными актами Российской Федерации, Удмуртской Республики, Уставом муниципального образования «Можгинский район», Администрация муниципального образования «Можгинский район» **ПОСТАНОВЛЯЕТ:**

1. Утвердить прилагаемое положение об определении типов и видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории муниципального образования «Можгинский район», а также требованиях к таким рекламным конструкциям с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений.

2. Настоящее постановление подлежит размещению на официальном сайте МО «Можгинский район».

3. Контроль за исполнением настоящего постановления оставляю за собой.

Главы МО «Можгинский район»



Вершинин А.Н.

Проект вносит:
Начальник отдела по делам строительства,
архитектуры и ЖКХ
Согласовано:

Начальник сектора правового обеспечения

В.Г. Головко

Н.В. Щеклеина

ПОЛОЖЕНИЕ

об определении типов и видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории муниципального образования «Можгинский район», а также требованиях к таким рекламным конструкциям с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений

1. Общие положения

1.1. Положение об определении типов и видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории муниципального образования «Можгинский район» (далее – Положение) принято в целях усиления контроля за процессом формирования благоприятной архитектурной и информационной среды, установкой и эксплуатацией объектов наружной рекламы.

1.2. Настоящее Положение устанавливает перечень типов и видов рекламных конструкций, а также требования к их территориальному размещению с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселения.

1.3. Соблюдение настоящего Положения обязательно для всех юридических лиц независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности, а также физических лиц и индивидуальных предпринимателей, принимающих участие в деятельности по размещению и (или) распространению наружной рекламы, а также установке и эксплуатации рекламных конструкций на территории муниципального образования «Можгинский район».

1.4. Настоящее Положение разработано в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – закон о рекламе), Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», ГОСТом Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования», Уставом муниципального образования «Можгинский район», иными нормативными актами Российской Федерации, Удмуртской Республики.

1.5. Функции по контролю за соответствием настоящему Положению типов и видов рекламных конструкций на территории муниципального образования «Можгинский район» возлагаются на Администрацию муниципального образования «Можгинский район» (далее - Администрация) отдел по делам строительства, архитектуры и ЖКХ (далее - Отдел).

2. Основные понятия

В настоящем Положении применяются следующие основные понятия:

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;

объект рекламирования - товар, услуга, 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;

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;

рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;

рекламные конструкции - технические средства стабильного территориального размещения, используемые для распространения наружной рекламы.

3. Типы и виды рекламных конструкций, требования к их внешнему виду и техническим параметрам

На территории муниципального образования «Можгинский район» разрешается распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их. Распространение наружной рекламы с использованием рекламных конструкций осуществляется владельцем или арендатором рекламной конструкции, являющимся рекламораспространителем.

3.1. Типы и виды рекламных конструкций:

3.1.1. Стационарные объекты наружной рекламы.

3.1.1.1. Рекламные конструкции на киосках розничной торговли - рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах киосков розничной торговли и не являющиеся его конструктивными частями. Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на киоске розничной торговли составляет не более 2 м х 1 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции на киоске розничной торговли определяется общей площадью используемых сторон. Рекламные конструкции на киосках розничной торговли, имеющие внутренний подсвет, должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.1.2. 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 не более 1,2 м х 1,8 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции на остановочном павильоне определяется общей площадью двух его сторон.

3.1.1.3. Скамейки с рекламным модулем - рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах скамеек. Размеры информационного поля рекламного модуля могут быть от 1,5 м х 0,5 м до 1,8 м х 0,7 м (включительно). Рекламная поверхность имеет одну сторону без подсвета.

3.1.1.4. Рекламные конструкции - пешеходные ограждения - рекламные конструкции малого формата, совмещенные или присоединяемые к пешеходным ограждениям, расположенным вдоль бордюрного камня, тротуара и предназначенным для упорядочения движения пешеходов и предотвращения выхода на проезжую часть. Требования к безопасности и эксплуатации данных конструкций должны соответствовать требованиям действующих нормативных актов, стандартов технических средств организации дорожного движения. Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции - пешеходного ограждения составляет не более 2,5 м х 1,5 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции - пешеходного ограждения

определяется площадью его стороны. Цвет окраски рекламной конструкции должен быть согласован с Отделом. Рекламные конструкции – пешеходные ограждения должны размещаться со стороны тротуара и не должны быть ориентированы на восприятие с проезжей части.

3.1.1.5. Сити-форматы - двухсторонние отдельно стоящие щитовые установки малого формата с двумя информационными полями, располагаемые на прилегающих к тротуарам газонах. Размер информационного поля рекламной конструкции - сити-формата составляет 1,2 м х 1,8 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции - сити-формата определяется общей площадью двух его сторон. Фундаменты рекламных конструкций - сити-форматов не должны выступать над уровнем земли, покрытием тротуара. Цвет окраски рекламной конструкции должен быть согласован с Отделом. Рекламные конструкции - сити-форматы, имеющие внутренний подсвет, должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.1.6. Тумбы – отдельно стоящие щитовые установки малого формата, имеющие три округлые внешние поверхности с информационными полями размером не более 1,5 м х 3 м для размещения рекламы. При установке тумб общая высота конструкции не должна превышать 3,8 м. Площадь информационного поля тумб определяется общей площадью трех их сторон. Фундаменты тумб не должны выступать над уровнем земли, покрытием тротуара. Цвет окраски рекламной конструкции должен быть согласован с Управлением. Тумбы, имеющие внутренний подсвет, должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.1.7. Пилларсы – отдельно стоящие щитовые установки малого формата, имеющие три плоские внешние поверхности с информационными полями размером не более 1,5 м х 3 м для размещения рекламы. При установке пилларсов общая высота конструкции не должна превышать 3,8 м. Площадь информационного поля пилларса определяется общей площадью трех его сторон. Фундаменты пилларсов не должны выступать над уровнем земли, покрытием тротуара. Цвет окраски рекламной конструкции должен быть согласован с Отделом. Пилларсы, имеющие внутренний подсвет, должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.1.8. Стелы – отдельно стоящие щитовые установки среднего формата, имеющие одну или две поверхности для размещения рекламы, состоящие из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Площадь информационного поля стелы определяется общей площадью его эксплуатируемых сторон. Высота стелы не должна превышать 8 м. Фундамент стелы не должен выступать над уровнем земли, покрытием тротуара. Цвет окраски рекламной конструкции должен быть согласован с Отделом. Стелы, имеющие подсвет, должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.1.9. Сити-борды – отдельно стоящие щитовые установки среднего формата, имеющие одну или две поверхности для размещения рекламы. Состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Площадь информационного поля сити-борда определяется общей площадью его эксплуатируемых сторон. Размер одной стороны информационного поля сити-борда составляет от 2,4 м х 1,8 м до 3,7 м х 2,7 м (включительно) или 3,0 м х 4,0 м. Фундамент сити-борда не должен выступать над уровнем земли, покрытием тротуара. Цвет окраски рекламной конструкции должен быть согласован с Отделом. Сити-борды, имеющие подсвет, должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.1.10. Щиты 6 м х 3 м (билборды) – отдельно стоящие щитовые установки среднего формата, имеющие внешние поверхности, специально предназначенные для

размещения рекламы. Щиты состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля размером 6 м х 3 м. Площадь информационного поля щита определяется общей площадью его сторон. Количество сторон щита может быть не более четырех. Фундамент щита не должен выступать над уровнем земли, покрытием тротуара. Щиты, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону. Цвет окраски рекламной конструкции должен быть согласован с Отделом. Щиты, оборудованные внутренним или внешним подсветом, должны быть оснащены системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.1.11. Суперсайты – отдельно стоящие щитовые установки большого формата, имеющие внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Суперсайты состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Размер одной стороны информационного поля суперсайта составляет 12 м х 4 м или 15 м х 5 м. Площадь информационного поля суперсайта определяется общей площадью их сторон. Количество сторон у суперсайтов может быть не более трех. Фундамент суперсайта не должен выступать над уровнем земли, покрытием тротуара. Суперсайт, выполненный в одностороннем варианте, должен иметь декоративно оформленную обратную сторону. Цвет окраски рекламной конструкции должен быть согласован с Отделом. Суперсайты должны быть оборудованы внутренним или внешним подсветом, системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.1.12. Светодиодные экраны – отдельно стоящие щитовые установки, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света. На конструкции данного типа распространяются требования, предъявляемые к отдельно стоящим щитовым установкам, в части, их касающейся. Площадь информационного поля определяется габаритами светоизлучающей поверхности. Цвет окраски рекламной конструкции должен быть согласован с Отделом. Фундамент светодиодного экрана не должен выступать над уровнем земли, покрытием тротуара. Светодиодные экраны должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.1.13. Флаговые композиции - рекламные конструкции, состоящие из основания, одного или нескольких флаштоков (стоек) и мягких полотнищ. Площадь информационного поля флага определяется площадью двух сторон его полотнища. Цвет окраски рекламной конструкции должен быть согласован с Отделом. Фундамент флаговой композиции не должен выступать над уровнем земли, покрытием тротуара.

3.1.1.14. Объемно-пространственные рекламные конструкции - рекламные конструкции, на которых для распространения рекламной информации используется как объем объекта, так и его поверхность (в том числе воздушные шары, аэростаты, объемно-пространственные модели). Площадь информационного поля объемно-пространственных конструкций определяется расчетным путем. Фундамент объемно-пространственной рекламной конструкции не должен выступать над уровнем земли, покрытием тротуара.

3.1.1.15. Проекционные установки - рекламные конструкции, 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.

3.1.1.16. Крышные установки в виде отдельных букв и логотипов - рекламные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше, состоящие из отдельно стоящих символов (букв, цифр, художественных элементов, логотипов), оборудованные исключительно внутренним подсветом. Площадь

информационного поля данного вида рекламных конструкций определяется расчетным путем.

Крышные рекламные конструкции в виде щитовых конструкций - рекламные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше, состоящие из элементов крепления, несущей части конструкции и информационной установки. Площадь информационного поля крышных установок (рекламных конструкций) определяется по внешним габаритным размерам информационного поля рекламной конструкции в целом.

После монтажа (демонтажа) крышной установки (рекламной конструкции) должны быть проведены работы по восстановлению поврежденной при установке (демонтаже) рекламной конструкции части кровли.

Высота крышных установок (рекламной конструкции) должна быть:

- не более одной шестой части от высоты фасада при высоте здания от цоколя до кровли до 15 м, со стороны которого размещается конструкция;

- не более одной двенадцатой части от высоты фасада при высоте здания от цоколя до кровли от 15 м до 50 м, со стороны которого размещается конструкция.

3.1.1.17. 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 медиа-фасада определяется размером демонстрируемого изображения.

Медиа-фасады должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.1.18. Настенные панно, брандмауэрные панно - рекламные конструкции, размещаемые на плоскости стен зданий, состоящие из элементов крепления к стене, каркаса и информационного поля. Площадь информационного поля настенного панно, брандмауэрного панно определяется габаритами информационного поля.

Не допускается размещение настенных панно, брандмауэрных панно на произведениях монументально-декоративного искусства (художественные панно, суперграфика, рельефы, мозаика и др.), а также закрывающих остекление витрин и окон.

При размещении настенных панно, брандмауэрных панно на фасаде здания рекомендуется соблюдение единства параметров и высоты размещения различных рекламных конструкций на всем протяжении фасада здания.

Настенные панно, брандмауэрные панно размещаются на боковом фасаде по всей ширине, с отступами от угла здания, края панно не должны выходить за пределы фасадной плоскости.

Запрещается прикрепление настенных панно, брандмауэрных панно непосредственно к фасаду здания без каркасной рамки.

Брандмауэрные панно (крупноформатные, от 12 кв. м), настенные панно могут быть размещены только на боковых фасадах зданий. При этом боковые фасады зданий не должны иметь архитектурно-конструктивных элементов стен: оконных проемов, балконов, лоджий, эркеров, рельефных и цветовых композиционных решений фасадной плоскости.

Высота настенного панно, брандмауэрного панно должна составлять не менее 2/3 от высоты здания. Шрифтовая композиция должна составлять не более 30 % от площади панно.

Нижний край панно должен совпадать с межэтажными перекрытиями здания.

3.1.1.19. Кронштейны - двусторонние плоскостные или объемные конструкции, закрепленные перпендикулярно фасаду зданий. Площадь информационного поля

кронштейна определяется общей площадью двух его сторон. Кронштейны запрещается размещать над проезжей частью, над тротуарами и обочинами дорог.

3.1.1.20. Проекционные установки – рекламные конструкции, 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.

3.1.1.21. Консоль-панели – плоскостные рекламные конструкции, присоединяемые к зданиям или отдельно стоящим опорам.

Размер информационного поля консоль-панели – не более 0,8 м х 1,2 м. Площадь информационного поля консоль-панели определяется общей площадью двух ее сторон. Консоль-панели, имеющие внутренний подсвет, должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.1.22. Щитовые конструкции (штендеры) – объекты наружной рекламы, устанавливаемые, как правило, у входа в предприятия или организации. Штендеры должны быть двусторонними, не должны иметь собственного подсвета, площадь одной стороны не должна превышать 1,5 кв. м, располагаются стационарно, то есть прочно связаны с землей, зданиями, строениями и сооружениями, и не предназначены для перемещения. Штендеры устанавливаются в пешеходных зонах и на тротуарах в пределах 5 м от входа в предприятие. Запрещается установка и эксплуатация штендеров, мешающих проходу пешеходов, при ширине тротуара менее 3 м, а также ориентированных на восприятие с проезжей части. Не допускается установка и эксплуатация более двух штендеров у входа в предприятие, а также использование штендеров в качестве дополнительного объекта наружной рекламы при наличии хорошо просматриваемых с тротуара вывески и витрин.

3.1.2. Временные объекты наружной рекламы:

3.1.2.1. Объекты наружной рекламы на временных ограждениях территорий строительных площадок и розничной (уличной) торговли (летние кафе, выставки, ярмарки), а также других временных ограждениях должны обеспечивать художественное оформление данных объектов. Рекомендуются оформлять данные объекты отдельными щитами, мягким оформлением или сплошной лентой. В случаях применения щитовых конструкций высота щитов не должна превышать размеров несущих элементов ограждений более чем на 1/2 их высоты. В случаях, когда на строительной площадке имеются сооружения (строительные леса при реконструкции здания, бытовые помещения, мачты для прожекторов, краны и т.д.), а также ограждающая сетка, возможна установка других объектов наружной рекламы, предусмотренных настоящими Правилами.

При установке объектов наружной рекламы на ограждениях строительных площадок высотой более 10 метров указанное ограждение должно быть внесено в проект организации строительства (ПОС).

Установка и эксплуатация объектов наружной рекламы на временных ограждениях строительных площадок производится при наличии разрешения на установку и эксплуатацию объекта наружной рекламы, оформленного в соответствии с законом о рекламе, на срок – не более 12 месяцев.

3.1.2.2. Объекты наружной рекламы на строительных сетках – временные объекты наружной рекламы в виде изображений на сетках, ограждающих объекты строительства. Установка и эксплуатация наружной рекламы на строительных сетках производится при проведении строительных работ на внешней стороне (фасаде) здания, на строительных ограждающих конструкциях (лесах) при наличии и на срок действия строительного ордера на проведение ремонтно-реставрационных работ, но не более 12 месяцев.

Оформление разрешительной документации на установку и эксплуатацию временных объектов наружной рекламы производится в порядке, установленном законом о рекламе.

Площадь информационного поля объекта наружной рекламы на строительной сетке определяется габаритами нанесенного изображения.

3.2. На территории муниципального образования «Можгинский район» разрешается размещение исключительно указанных в разделе 3.1 Положения типов и видов рекламных конструкций.

3.3. Рекламные конструкции должны иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона. Маркировка должна размещаться под информационным полем (в середине).

3.4. Проектирование, изготовление, монтаж, эксплуатация и утилизация рекламных конструкций, а также их частей должны соответствовать установленным на территории Российской Федерации требованиям качества и безопасности, предъявляемым к продукции, производственным процессам, эксплуатации и услугам согласно техническим регламентам, ГОСТам, строительным нормам и правилам (СниП), правилам устройства электроустановок (ПУЭ), правилам технической эксплуатации электроустановок потребителей (ПТЭЭП).

3.5. Не допускается установка и эксплуатация рекламных конструкций без размещения на них рекламного изображения. Необходимо закрывать пустующую сторону рекламной конструкции светлой баннерной тканью либо использовать такую сторону для размещения социальной рекламы.

3.6. Установленные рекламные конструкции не должны создавать помехи для пешеходов, уборки улиц и тротуаров. Эксплуатация рекламных конструкций на территориях общего пользования должна обеспечивать свободный проход пешеходов, возможность уборки улиц и тротуаров. Запрещается установка рекламных конструкций на территориях, используемых для цветочного оформления, а также на тротуарах.

Рекламные конструкции, устанавливаемые на зданиях, не должны создавать помехи для очистки кровель от снега и льда.

3.7. При размещении отдельно стоящих рекламных конструкций на земельных участках вдоль дорог в пределах одного квартала должна быть выдержана единая высота и цвет опор таких рекламных конструкций.

4. Требования к содержанию и обслуживанию рекламных конструкций

4.1. Требования к внешнему виду рекламных конструкций устанавливают единые и обязательные требования к внешнему виду и определяют порядок их содержания в надлежащем состоянии.

Надлежащее состояние внешнего вида рекламных конструкций подразумевает:

- целостность рекламных конструкций;
- отсутствие механических повреждений;
- отсутствие порывов рекламных полотен;
- наличие покрашенного каркаса;
- закрытие баннерной тканью пустующих рекламных мест;
- отсутствие ржавчины и загрязнения на всех частях и элементах рекламных конструкций;
- отсутствие на всех частях и элементах рекламных конструкций наклеенных объявлений, посторонних надписей, изображений и других информационных сообщений;
- подсвет рекламных конструкций в темное время суток в соответствии с графиком работы уличного освещения, если он предусмотрен проектной документацией на рекламную конструкцию.

4.2. Владелец рекламной конструкции обязан не допускать эксплуатацию рекламной конструкции, находящейся в ненадлежащем состоянии.

5. Ответственность за нарушение настоящего Положения

5.1. Владелец рекламной конструкции, рекламодатель несет ответственность за содержание наружной рекламы в соответствии с законодательством.

5.2. Владелец рекламной конструкции, рекламодатель несет ответственность за место, время и правомерность размещения рекламной конструкции, ее эксплуатацию в соответствии с настоящим Положением, а после окончания срока действия разрешения – за демонтаж конструкции, восстановление и благоустройство рекламного места в полном объеме.

За нарушение настоящего Положения владелец рекламной конструкции, рекламодатель несет ответственность в соответствии с законом о рекламе, Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях, законом Удмуртской Республики от 13.10.2011 № 57-РЗ «Об установлении административной ответственности за отдельные виды правонарушений».