ПРОЕКТ

АДМИНИСТРАЦИЯ БОРОВСКОГО СЕЛЬСОВЕТА

БОЛОТНИНСКОГО РАЙОНА НОВОСИБИРСКОЙОБЛАСТИ

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

от «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. № \_\_\_

Об утверждении правил размещения объектов

наружной рекламы и информации в Боровском сельсовете

Болотнинского района Новосибирской области

В соответствии с Федеральным законом от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» и руководствуясь Уставом Боровского сельсовета, постановляю:

1. Утвердить правила размещения объектов наружной рекламы и информации в Боровском сельсовете Болотнинского района (приложение).

2. Постановление опубликовать в газете «Вестник Боровского сельсовета».

3. Постановление вступает в силу с момента официального опубликования.

Глава Боровского сельсовета: С. Л. Негатин

Приложение

Утверждено

постановлением

администрации

Боровского сельсовета

Болотнинского района

Новосибирской области

от 20 г. № \_\_\_

ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ ОБЪЕКТОВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

И ИНФОРМАЦИИ В БОРОВСКОМ СЕЛЬСОВЕТЕ

**I. Общие положения**

1.1. Правила размещения объектов наружной рекламы и информации в Боровском сельсовете (далее по тексту – Правила) разработаны в целях усиления муниципального контроля за процессом формирования благоприятной архитектурной и информационной городской среды, эксплуатацией рекламных конструкций и конструкций для размещения информации, использования имущества муниципального образования – Боровского сельсовета для распространения наружной рекламы и информации.

1.2. Правила устанавливают требования к территориальному размещению, внешнему виду и техническим параметрам рекламных конструкций, порядок выдачи разрешений на установку рекламных конструкций на территории сельсовета, а также требования, предъявляемые к отдельным видам иной информации, размещаемой в Боровском сельсовете.

1.3. Правила разработаны на основании Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», Закона Российской Федерации от 7 февраля 1992 года № 2300-1«О защите прав потребителей», Градостроительного кодекса Российской Федерации от 29 декабря 2004 года № 190-ФЗ, других нормативных правовых актов, определяющих требования к размещению средств наружной рекламы и информации.

1.4. Договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности Боровского сельсовета, в том числе закрепленном собственником за другим лицом на праве хозяйственного ведения, оперативного или доверительного управления или ином вещном праве, или имуществе, которым органы местного самоуправления Боровского сельсовета вправе распоряжаться в соответствии с действующим законодательством, заключает администрация Боровского сельсовета (далее – администрация) по результатам торгов.

**II. Общие требования к средствам информации**

2.1. Информация, размещаемая в Боровском сельсовете, подразделяется на следующие виды:

1) муниципальная информация;

2) информационное оформление предприятий, организаций и индивидуальных

предпринимателей;

3) реклама;

4) социальная реклама.

2.2. К муниципальной информации относятся:

1) информация, доводимая до сведения с помощью технических средств организации дорожного движения, за исключением информационно-сервисных знаков индивидуального проектирования;

2) сведения, размещаемые на информационных указателях ориентирования в населенных пунктах Боровского сельсовета:

наименования улиц, площадей, набережных, мостов; номера и знаки домов, зданий;

расписания движения пассажирского транспорта и прочие схемы и карты города и иные сведения, необходимые для ориентирования на территории района;

3) информация о проведении строительных, дорожных, аварийных и других видов работ, распространяемая в целях безопасности и информирования населения;

4) информация об объектах инфраструктуры: архитектурных ансамблях, садово-парковых комплексах;

5) праздничное оформление населенных пунктов Боровского сельсовета (различного рода декоративные элементы – мягкое стяговое оформление, флаги, световые установки, транспаранты-перетяжки, настенные панно, гирлянды и др.);

6) информация, распространяемая посредством использования справочных электронных терминалов – устройств, относящихся к системам самообслуживания, предназначенных для оперативного предоставления справочной информации;

7) информация, распространяемая посредством использования информационных стендов – специально оборудованных конструкций, предназначенных для размещения печатной информации, социальной рекламы, а также объявлений физических или юридических лиц, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности;

8) информация, распространяемая посредством использования информационных тумб – устойчивых отдельно стоящих конструкций (округлой, трех или четырехгранной формы), предназначенных для размещения информации.

Средства, на которых размещается информация, не должны содержать рекламных сообщений.

2.3. К информационному оформлению предприятий, организаций и индивидуальных предпринимателей относится информация о юридических лицах и индивидуальных предпринимателях, распространяемая на принадлежащих им средствах информации:

1) вывесках – конструкциях, предназначенных для доведения до сведения потребителей информации о наименовании изготовителя (исполнителя, продавца), месте его нахождения (адрес) и режиме его работы в целях защиты прав потребителей.

Тексты, содержащиеся на вывесках, должны выполняться на русском языке.

Недопустимо использование в текстах иностранных слов, выполненных русскими буквами, а при обозначении профиля предприятия – сокращений и аббревиатур;

2) учрежденческих досках – конструкциях, размещаемых в обязательном порядке при входе в организации (учреждения). На учрежденческой доске должна содержаться информация о полном зарегистрированном (юридическом) наименовании организации и ее ведомственной принадлежности;

3) витринах, предназначенных для выставления продаваемых товаров, демонстрации их образцов, декоративного оформления, а также для размещения информации о проведении рекламных акций.

4) информационных оформлениях АЗС и автомоек.

На отведенной территории, зданиях и сооружениях автозаправочных станций, моечных постов допускается установка конструкции для размещения информации о ценах на топливо и ценах на услуги мойки автомобилей.

2.4. Средства, предназначенные для информационного оформления предприятий, организаций и индивидуальных предпринимателей, не должны содержать рекламных сообщений. Получение разрешения для размещения средств информационного оформления предприятий, организаций и индивидуальных предпринимателей не требуется, и плата за это не взимается.

2.5. Тексты рекламных сообщений на рекламных конструкциях должны выполняться

на русском языке, за исключением товарных знаков и знаков обслуживания, зарегистрированных в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации.

**III. Типы рекламных конструкций**

3.1. Рекламные конструкции – технические средства стабильного территориального размещения (далее – рекламные конструкции), размещенные на территории дорог в целях распространения рекламы.

3.2. Типы рекламных конструкций (до вступления в действие технических регламентов) определяются настоящими Правилами, их перечень не является исчерпывающим.

3.2.1. Щитовые установки – отдельно стоящие рекламные конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения информации и состоящие из фундамента, каркаса и нформационного поля.

3.2.2. Объемно-пространственные конструкции – рекламные конструкции, на которых для распространения рекламной информации используется как объем конструкции, так и поверхность. Площадь информационного поля объемно-пространственных конструкций определяется расчетным путем.

3.2.3. Флаговые композиции – рекламные конструкции, состоящие из основания, одного или нескольких флагштоков (стоек) и мягких полотнищ.

3.2.4. Крышные установки – рекламные конструкции, размещаемые на эксплуатируемой и (или) не эксплуатируемой части кровли здания, строения, сооружения или его пристройки.

3.2.5. Настенные панно – рекламные конструкции, устанавливаемые на плоскости стен здания в виде:

• изображения (информационного поля), непосредственно нанесенного на стену, аппликации;

• объекта (объектов), состоящего из элементов крепления к стене, каркаса и информационного поля.

3.2.6. Панели-кронштейны – световые двусторонние консольные плоскостные рекламные конструкции, устанавливаемые на опорах (собственных опорах, мачтах опорах уличного освещения, опорах контактной сети) или на зданиях. Площадь информационного поля панели-кронштейна определяется общей площадью двух его сторон.

3.2.7. Транспаранты-перетяжки – рекламные конструкции, состоящие из опор, устройства крепления, устройства натяжения и информационного изображения.

3.2.8. Проекционные установки – рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на земле, на плоскостях стен и в объеме. Конструкции проекционных установок состоят 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.

3.2.9. Электронные экраны (электронные табло) – рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов с дополнительной подсветкой. Площадь информационного поля определяется габаритами светоизлучающей поверхности.

3.2.10. Реклама на пешеходных ограждениях – рекламная конструкция, размещаемая на застекленной или иной плоскости пешеходных ограждений. Площадь информационного поля конструкции пешеходного ограждения определяется общей площадью его сторон.

3.2.11. Брандмауэрные панно – конструкции, выполненные на тканевой или баннерной основе, размещаемые на плоскости стен зданий и сооружений, ограждений.

3.2.12. Временные рекламные конструкции – рекламные конструкции, срок размещения которых обусловлен их функциональным назначением и местом установки (строительные сетки, временные ограждения строительных площадок, мест торговли и иных подобных мест, другие аналогичные технические средства) и составляет не более чем 12 месяцев.

Выносные щитовые конструкции (штендеры) – временные рекламные конструкции, размещаемые предприятиями, организациями или индивидуальными предпринимателями в часы их работы, с согласия собственника земельного участка, на котором они размещены.

3.2.13. Иные технические средства стабильного территориального размещения.

**IV. Требования к рекламным конструкциям**

4.1. Проектирование, изготовление, установка, эксплуатация и демонтаж рекламных конструкций и их частей должны соответствовать установленным в Российской Федерации требованиям качества и безопасности, предъявляемым к продукции, производственным процессам, эксплуатации и услугам согласно:

• техническим регламентам и условиям;

• строительным нормам и правилам (СНиП);

• правилам устройства электроустановок (ПУЭ);

• правилам технической эксплуатации электроустановок потребителей (ПТЭЭП);

• национальным стандартам ГОСТ-Р.

4.2. Общие требования к территориальному размещению рекламных конструкций устанавливаются настоящими Правилами в соответствии с законодательством Российской Федерации.

4.2.1. Рекламные конструкции, размещенные на территории Боровского сельсовета, не должны ухудшать архитектурный облик, преграждать визуальное восприятие архитектуры населенных пунктов.

4.2.2. Размещение и эксплуатация рекламных конструкций не должны создавать помех для пешеходов, уборки улиц и тротуаров.

4.3. Общие требования к внешнему виду и техническим параметрам рекламных конструкций устанавливаются настоящими Правилами:

4.3.1. На рекламные конструкции должна быть нанесена маркировка по установленной форме (с указанием владельца, номера контактного телефона, инвентарного номера).

Инвентарный номер присваивается администрацией Боровского сельсовета при приеме заявки и сообщается заявителю для нанесения в левом нижнем углу на рекламную конструкцию.

Маркировка должна размещаться под информационным полем. Размер букв и цифр маркировки не должен быть менее 0,15 м и должен быть читаем с тротуара (возле рекламной конструкции) вне зависимости от размеров конструкции, и в том числе ее высоты и места ее размещения.

4.3.2. Рекламные конструкции не должны иметь следов ржавчины или сколов краски, а также находиться в ветхом состоянии.

4.3.3. При наличии подсветки рекламных конструкций она не должна находиться в непосредственной близости от окон жилых домов, мешать полноценному отдыху жильцов, вызывать ослепление участников дорожного движения светом, в том числе отраженным;

в случаях использования источников света, установленных отдельно от рекламной конструкции, крепления светильников должны быть закрыты декоративными элементами.

4.3.4. Рекламные конструкции должны соответствовать требованиям по обеспечению безопасности дорожного движения.

4.3.5. Рекламные конструкции, установленные на зданиях, не должны создавать помех для очистки кровель от снега и льда, а также во время проведения ремонта, реконструкции зданий, строений, сооружений.

4.3.6. Не допускается размещение рекламных конструкций, являющихся источниками шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных и иных излучений и полей, вблизи жилых помещений.

4.4. Установка технически сложных рекламных конструкций должна проводиться в соответствии с проектной документацией, разработанной на основе действующих государственных стандартов и других отраслевых и ведомственных нормативных документов.

4.4.1. До вступления в действие технических регламентов проектная документация, зарегистрированная в Боровском сельсовете, требуется на следующие типы рекламных конструкций:

• крышные установки;

• щитовые установки;

• объемно-пространственные конструкции;

• настенные панно площадью более 4,5 кв. м;

• электронные экраны (электронные табло);

• проекционные установки;

• панели-кронштейны на зданиях и опорах с площадью одной стороны более 1 кв. м (горизонтальный габарит конструкции должен быть не более 1,5 м от точки крепления к зданию или сооружению);

• иные технические средства стабильного территориального размещения площадью более 4,5 кв. м.

4.4.2. Владелец рекламной конструкции вправе вносить изменения в утвержденную проектную документацию с обязательной ее перерегистрацией.

4.5. Специальные требования к территориальному размещению, внешнему виду и техническим параметрам рекламных конструкций (до вступления в действие технических регламентов) устанавливаются в Приложении к настоящим Правилам.

**V. Оформление разрешения на установку рекламных конструкций**

5.1. Установка рекламных конструкций на территории Боровского сельсовета осуществляется только на основании разрешения, выданного администрацией в порядке, предусмотренном настоящими Правилами.

Выдача разрешения осуществляется после предъявления платежного документа об уплате госпошлины в размере, установленном налоговым законодательством Российской Федерации за выдачу разрешения на установку рекламной конструкции.

5.2. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается на срок пять лет, за исключением договора на установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции, который может быть заключен на срок не более чем двенадцать месяцев.

5.3. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности Боровского сельсовета (на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе) осуществляется на основании торгов, проводимых в соответствии с законодательством Российской Федерации.

5.4. Для получения разрешения физическое или юридическое лицо, владелец рекламной конструкции и (или) собственник недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, а также лицо, обладающее правом хозяйственного ведения, оперативного управления или иным вещным правом на такое имущество, или доверительный управляющий при условии, что договор доверительного управления не ограничивает его в совершении таких действий с соответствующим имуществом обязано подать заявление с приложением документов, содержащих данные о заявителе – физическом лице либо данные о государственной регистрации юридического лица или государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, документов по территориальному размещению, внешнему виду и техническим параметрам рекламной конструкции:

а) копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица, индивидуального предпринимателя или копия паспорта физического лица;

б) сведения об адресе юридического лица и месте его нахождения, идентификационный номер налогоплательщика (ИНН), банковские реквизиты, должности и фамилии руководителя и главного бухгалтера, номера телефонов;

в) платежное поручение с отметкой банка о его исполнении или квитанция установленной формы, выдаваемая плательщику банком, подтверждающие факт оплаты государственной пошлины;

г) письменное согласие собственника или иного законного владельца соответствующего недвижимого имущества на присоединение к этому имуществу рекламной конструкции, если заявитель не является собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества (с приложением копий документов, подтверждающих указанное право на недвижимое имущество);

д) фотомонтаж рекламной конструкции в предполагаемом месте размещения;

е) эскиз рекламной поверхности с указанием размеров;

ж) схема размещения рекламной конструкции с привязкой на местности с указанием расстояния до других рядом стоящих объектов (знаков дорожного движения, зданий, сооружений и т.д.) на расстоянии 100 м до и после объекта – для отдельно стоящего и размещенного на световых опорах; для рекламных конструкций, размещаемых на зданиях и сооружениях – расстояние до размещенных рекламных конструкций на отдельном конструктивном элементе здания, сооружения (фасад, торец, крыша и т.п.);

з) для отдельно стоящих рекламных конструкций предоставляется топооснова в М 1:500, на которой указывается место размещения рекламной конструкции;

Документы, предусмотренные подпунктом «г», не представляются при подаче заявки на выдачу разрешения на установку рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности Боровского сельсовета и не закрепленного собственником за другим лицом на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве.

5.5. Заявление регистрируется в администрации в порядке, установленном для регистрации входящей корреспонденции.

5.6. В случае представления заявителем неполного перечня документов, указанных в пункте 5.4 настоящих Правил, администрация вправе возвратить документы заявителю с письменным уведомлением об отказе.

5.7. Администрация проводит проверку сведений, указанных в заявке, исследует место, на котором предполагается установить рекламную конструкцию, определяет площадь рекламного места исходя из площади рекламной поверхности, осуществляет согласование с уполномоченными органами. Заявитель вправе самостоятельно получить от уполномоченных органов согласование и представить его в администрацию.

5.8. По результатам проведенной в соответствии с пунктом 5.7 Правил проверки, после получения всех необходимых согласований уполномоченных органов по заявке на выдачу разрешения на установку рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности Боровского сельсовета администрация уведомляет организатора конкурса о необходимости включения соответствующего места, на котором предполагается установить рекламную конструкцию, в перечень рекламных мест, выставляемых на конкурс.

5.9. Решение о выдаче или об отказе в выдаче разрешения принимается администрацией в течение двух месяцев со дня регистрации всех необходимых документов, о принятом решении заявитель извещается в письменной форме в течение тридцати дней со дня регистрации поступивших документов.

Разрешение на установку рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе независимо от формы собственности недвижимого имущества выдается лицу, не занимающему преимущественного положения в сфере распространения наружной рекламы, в соответствии с частями 5.3 и 5.4 статьи 19 Федерального закона «О рекламе».

5.10. Решение об отказе в выдаче разрешения должно быть мотивировано и принято администрацией по основаниям, предусмотренным Федеральным законом «О рекламе».

5.11. После принятия положительного решения по заявлению заинтересованного лица администрация оформляет и выдает заявителю разрешение на установку рекламной конструкции на срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

5.12. Разрешение на установку рекламной конструкции может быть аннулировано по решению администрации в случаях, предусмотренных Федеральным законом «О рекламе».

5.13. Разрешение на установку рекламной конструкции может быть признано недействительным в судебном порядке по иску уполномоченного органа в случаях, предусмотренных законодательством о рекламе.

**VI. Установка, эксплуатация и демонтаж рекламных конструкций**

6.1. Владелец рекламной конструкции имеет право приступить к установке рекламной конструкции только после получения соответствующего разрешения, выданного администрацией.

6.2. Установка рекламных конструкций на зданиях и сооружениях производится в присутствии представителей собственника (балансодержателя) или после письменного уведомления его о проведении работ не ранее трех дней со дня уведомления.

6.3. Строительно-монтажные и электротехнические работы по установке и эксплуатации рекламных конструкций должны выполняться в соответствии с проектной документацией.

6.4. Устройство фундаментов рекламных конструкций, проведение других земляных работ при их установке проводятся на основании разрешения на производство земляных работ, оформляемого администрацией.

6.5. Эксплуатация рекламной конструкции допускается только при наличии на ней рекламного изображения.

6.6. При установке, эксплуатации и демонтаже рекламных конструкций должно производиться благоустройство места установки: восстановление газонов, асфальтового покрытия, иных элементов благоустройства. Расходы по благоустройству несет лицо, на имя которого выдано разрешение на установку рекламной конструкции.

Решение по благоустройству и малым архитектурным формам должно быть согласовано с администрацией Боровского сельсовета.

6.7. При установке, эксплуатации, демонтаже рекламных конструкций недопустимы повреждения цветников, деревьев и кустарников, иной растительности.

6.8. Восстановление газона, асфальтового покрытия должно проводиться в срок не позднее пяти дней с момента установки (демонтажа) рекламных конструкций.

6.9. При установке (демонтаже) рекламных конструкций на фасадах зданий владелец рекламной конструкции обязан устранить причиненные зданию повреждения, произвести восстановление целостности фасада и теплосберегающих характеристик стен.

6.10. Владельцы отдельно стоящих рекламных конструкций обязаны за свой счет обеспечить уборку территории, прилегающей к основанию крепления конструкции к фундаменту, площадью 4 кв. м, но не менее площади, занятой фундаментом.

6.11. Собственники рекламных конструкций должны обеспечить демонтаж и установку рекламной конструкции при создании помех для очистки кровель от снега и льда, а также во время проведения ремонта, реконструкции зданий, строений, сооружений.

6.12. При демонтаже рекламной конструкции в связи с истечением срока разрешения владелец рекламной конструкции обязан уведомить администрацию не позднее 14 дней до начала демонтажа.

6.13. Смену изображений на рекламных конструкциях необходимо производить без заезда автотранспорта на газоны.

6.14. При изменении типа или технических параметров рекламной конструкции владелец рекламной конструкции обязан обратиться с заявлением о получении разрешения на установку рекламной конструкции в порядке, установленном разделом 5 настоящих Правил.

**VII. Ответственность и контроль за размещением**

**рекламных конструкций**

7.1. Лица, виновные в нарушении настоящих Правил, несут административную ответственность в соответствии с действующим законодательством.

7.2. Контроль за размещением, внешним видом и техническими параметрами рекламных конструкций осуществляет администрация.

Установка рекламных конструкций без разрешения на территории района (самовольная установка) не допускается.

7.3. В случае самовольной установки рекламная конструкция подлежит демонтажу на основании предписания администрации.

7.4. Владелец рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец соответствующего недвижимого имущества, на котором размещена рекламная конструкция, установленная самовольно или с нарушением настоящих Правил, а также в случае аннулирования разрешения на установку рекламной конструкции или признания его недействительным обязан обеспечить его демонтаж в течение одного месяца со дня вынесения указанного предписания.

7.5. При невыполнении обязанности по демонтажу рекламной конструкции администрация вправе обратиться в суд или арбитражный суд с иском о принудительном осуществлении демонтажа рекламной конструкции либо демонтировать самостоятельно, возложив понесенные затраты на владельца рекламной конструкции.

7.6. В случае принятия судом или арбитражным судом решения о принудительном осуществлении демонтажа рекламной конструкции ее демонтаж, хранение или, в необходимых случаях, уничтожение осуществляются за счет собственника или иного законного владельца недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция. По требованию собственника или иного законного владельца такого недвижимого имущества владелец рекламной конструкции обязан возместить ему разумные расходы, понесенные в связи с демонтажом, хранением или, в необходимых случаях, уничтожением рекламной конструкции в соответствии с действующим законодательством.

7.7. При установке наружной рекламы (до принятия технических регламентов) следует руководствоваться предписаниями ГОСТ-Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения» (утвержден Постановлением Госстандарта России от 22.04.2003 г. № 124-ст.).

7.8. Администрацией ведется реестр рекламных конструкций, размещенных на территории муниципального образования в установленном ею порядке.

Приложение

к Правилам размещения объектов

наружной рекламы и информации

в Боровском сельсовете

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ТЕРРИТОРИАЛЬНОМУ

РАЗМЕЩЕНИЮ, ВНЕШНЕМУ ВИДУ И ТЕХНИЧЕСКИМ ПАРАМЕТРАМ

РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ И ИХ КОНКРЕТНЫМ ВИДАМ НА

ТЕРРИТОРИИ БОРОВСКОГО СЕЛЬСОВЕТА

1. Требования к территориальному размещению рекламных конструкций

1.1. Рекламные конструкции не должны:

• иметь сходство (до внешнему виду, изображению и звуковому эффекту) с техническими средствами организации дорожного движения и специальными сигналами, ухудшать их видимость, а также создавать впечатление нахождения на дороге (улице) транспортного средства, пешехода, животных или какого либо объекта;

• ограничивать видимость дороги (улицы) и мешать восприятию водителем дорожной обстановки или эксплуатации транспортного средства.

1.2. Рекламные конструкции не должны размещаться:

• на одной опоре, в створе и в одном сечении с дорожными знаками и светофорами;

• на аварийно-опасных участках дорог и улиц, на железнодорожных переездах, мостовых сооружениях и эстакадах (за исключением панелей-кронштейнов на мачтах-опорах городского освещения, опорах контактной сети), в туннелях и под путепроводами;

• непосредственно над въездами в туннели и выездами из туннелей;

• на участках автомобильных дорог и улиц с радиусом кривой в плане менее 600 м;

• на дорожных ограждениях и направляющих устройствах;

• на подпорных стенах, деревьях, скалах и других природных объектах;

• на участках автомобильных дорог и улиц с расстоянием видимости менее 150 м;

• сбоку от автомобильной дороги или улицы на расстоянии менее высоты объекта наружной рекламы, если верхняя точка находится на высоте более 10 м или менее 5 м над уровнем проезжей части (за исключением панелей-кронштейнов на мачтах-опорах уличного освещения, опорах контактной сети, транспарантов перетяжек).

1.3. Не допускается размещение рекламы путем нанесения либо вкрапления с использованием строительных материалов, краски, дорожной разметки и т.п. в поверхность фасадов зданий, строений, автомобильных дорог и улиц.

1.4. Рекламные конструкции размещают с учетом проекта организации движения и расположения технических средств организации дорожного движения.

1.5. Расстояние от рекламных конструкций до дорожных знаков и светофоров, а также расстояние между отдельно стоящими рекламными конструкциями определяются на основании соответствующего ГОСТа.

1.6. При выполнении работ по установке и эксплуатации рекламных конструкций должны быть соблюдены требования по обеспечению безопасности дорожного движения в местах производства дорожных работ и соответствии с ВСН 37-84.

1.7. Нижний край рекламной конструкции или крепящих его конструкций должен размещаться на высоте не менее 4,5 м от уровня проезжей части дороги или улицы.

2. Требования к внешнему виду, технические параметры рекламных конструкций

2.1. Рекламные конструкции не должны:

• вызывать ослепление участников дорожного движения светом, в том числе отраженным, яркость элементов изображения наружной рекламы при внутреннем и внешнем освещении не должна превышать фотометрические характеристики дорожных знаков по ГОСТ Р 5229 0-2004;

• уменьшать габариты инженерных сооружений;

• издавать звуки, которые могут быть услышаны в пределах автомобильной дороги (улицы) лицами с нормальным слухом.

2.2. Не допускается повреждение сооружений при креплении к ним рекламных конструкций, а также снижение их прочности и устойчивости.

2.3. На рекламных конструкциях не допускается использование светоотражающих и световозвращающих элементов, пленок и других покрытий.

2.4. Для освещения рекламных конструкций должны использоваться световые приборы промышленного изготовления, обеспечивающие выполнение требований электробезопасности и пожаробезопасности. Крепление светового прибора должно обеспечивать его надежное соединение с рекламной конструкцией и выдерживать ветровую и снеговую нагрузку, вибрационные и ударные воздействия.

При внутреннем или наружном освещении рекламных конструкций осветительные приборы и устройства должны быть установлены таким образом, чтобы исключить прямое попадание световых лучей на проезжую часть. Включение и выключение подсветки рекламных конструкций должно быть проведено одновременно с включением и выключением уличного наружного освещения.

2.5. Рекламные конструкции должны быть изготовлены из материалов, обеспечивающих высокий уровень безопасности при наездах и достаточную устойчивость при ветровой нагрузке и эксплуатации.

3. Требования, предъявляемые к конкретным типам рекламных конструкций

3.1. Требования к щитовым установкам:

• щитовые установки выполняются, как правило, в двустороннем варианте;

• щитовые установки, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону;

• фундаменты отдельно стоящих установок не должны выступать над уровнем земли. В исключительных случаях при градостроительной необходимости, когда заглубление фундамента невозможно, допускается размещение выступающих более чем на 5 см фундаментов опор при наличии бортового камня или дорожных ограждений по ГОСТ Р 52289-2004, при этом они должны быть декоративно-художественно оформлены по согласованию с уполномоченным органом, конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т.п.) должны быть закрыты декоративными элементами;

• щитовые установки не должны иметь видимых элементов соединения различных частей конструкций (торцевые поверхности конструкций, крепление осветительной арматуры, соединения с основанием).

Щитовые установки должны иметь маркировку с указанием информации о владельце.

Конкретные требования к маркировке определяются администрацией.

3.2. Требования к объемно-пространственным конструкциям.

Объемно-пространственные конструкции выполняются по индивидуальным проектам.

Модель и проект конструкции рассматриваются и утверждаются в каждом конкретном случае администрацией. На конструкции данного типа и правила их размещения распространяются требования, предъявляемые к отдельно стоящим щитовым установкам в части, их касающейся.

3.3. Требования к настенным панно.

Настенные панно выполняются по типовым или индивидуальным проектам. Для настенных панно, имеющих элементы крепления к стене, в обязательном порядке разрабатывается проект крепления конструкции с целью обеспечения безопасности при эксплуатации.

Настенные панно должны иметь маркировку с указанием сведений о владельце настенного панно и номера его телефона. Маркировка должна размещаться под информационным полем. Не допускается размещение на главных фасадах зданий крупноразмерных рекламных щитовых и баннерных рекламоносителей, закрывающих значительную часть фасада, остекление витрин и окон, архитектурные детали и декоративное оформление и искажающих тем самым целостность восприятия архитектуры.

Площадь информационного поля настенного панно определяется габаритами каркаса информационного поля.

3.4. Требования к панелям-кронштейнам.

Панели-кронштейны должны выполняться в двустороннем варианте с внутренней подсветкой. Размер панелей-кронштейнов, размещаемых на опорах (в вертикальном исполнении), фасадах зданий, определяется комплексной схемой территориального размещения рекламных объектов. Размещение на опоре более одной рекламной конструкции не допускается. Запрещается установка на фасадах зданий панелей кронштейнов, предназначенных для размещения на них сменных рекламных сообщений.

3.5. Требования к транспарантам-перетяжкам. Транспаранты-перетяжки подразделяются на световые (в том числе гирлянды) и неосвещенные, изготовленные из материалов на мягкой основе. Конструкция световых транспарантов-перетяжек должна иметь устройство аварийного отключения от сетей электропитания. Транспаранты-перетяжки должны располагаться не ниже 5 м над проезжей частью только в селитебных зонах. Расстояние между транспарантами-перетяжками должно быть не менее 100 м. Площадь информационного поля перетяжки определяется площадью двух ее сторон.

3.6. Требования к электронным табло. На конструкции данного типа и правила их размещения распространяются требования, предъявляемые к отдельно стоящим щитовым установкам, в части, их касающейся.

3.7. Требования к рекламным конструкциям на пешеходных ограждениях. На конструкции данного типа и правила их размещения распространяются требования, предъявляемые к отдельно стоящим щитовым установкам, в части, их касающейся.

3.8. Требования к рекламе на временных ограждениях. Реклама на временном ограждении объектов строительства и розничной (уличной) торговли (летние кафе, выставки, ограждения торговых площадей и стройплощадок), а также других временных ограждениях должна обеспечивать художественное оформление данных объектов. Рекомендуется 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, возможно размещение других объектов наружной рекламы, предусмотренных настоящими Правилами.

3.9. Требования к рекламе на строительных сетках. Размещение наружной рекламы на строительных сетках производится при проведении строительных или реставрационных работ на внешней стороне (фасаде) здания при наличии и на срок действия строительного ордера на проведение ремонтно-реставрационных работ. Дизайн-проекты и эскизы изобразительной части наружной рекламы на строительной сетке должны пройти согласование в администрации.

Оформление разрешительной документации на размещение наружной рекламы на строительной сетке производится в порядке, установленном настоящими Правилами.

3.10. Требования к рекламе на штендерах. Штендеры должны быть двусторонними, не должны иметь собственного подсвета, площадь одной стороны не должна превышать 1,5 кв. м. Штендеры размещаются в пешеходных зонах и на тротуарах в пределах 5 м от входа в предприятие. Запрещается установка штендеров, мешающих проходу пешеходов, при ширине тротуара менее 2 м, а также ориентированных на восприятие с проезжей части. Не допускается размещение 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 (за исключением предприятий общественного питания).

3.11. На территории Боровского сельсовета устанавливаются следующие зоны территориального размещения рекламных конструкций (на основании деления по категориям улиц).

1-я категория.

Площадь \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

Улицы: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

2-я категория.

В других местах.

3.12. На улицах 1-й категории рекомендуется размещать световые и светодинамические рекламные конструкции.

Не допускается размещение штендеров и иных выносных объемно-пространственных конструкций на улицах 1-й категории.