



**Совет депутатов
муниципального образования
Александровский район
Оренбургской области
четвертого созыва**

РЕШЕНИЕ

27.09.2017г. № 134

Об утверждении Правил распространения
наружной рекламы и информации на
территории муниципального образования
Александровский район Оренбургской области

В целях реализации полномочий органа местного самоуправления муниципального района, в соответствии со ст.12, 132 Конституции Российской Федерации, ст.15 Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе", ст.5 Устава муниципального образования Александровский район Оренбургской области, Совет депутатов района **Р Е Ш И Л** :

1. Утвердить Правила распространения наружной рекламы и информации на территории муниципального образования Александровский район Оренбургской области согласно приложению.
2. Возложить контроль за исполнением настоящего решения на постоянную комиссию по вопросам бюджетной, налоговой и финансовой политике, собственности и экономическим вопросам.
3. Настоящее решение вступает в силу после его обнародования.

Глава района

Председатель Совета депутатов

_____ **А.П. Писарев**

_____ **Е.И. Богомолова**

Разослано: в администрации сельских поселений района, прокурору, в дело.

Приложение
к решению Совета депутатов
муниципального образования
Александровский район
Оренбургской области
от 27.09.2017г. № 134

ПРАВИЛА
распространения наружной рекламы и информации
на территории муниципального образования
Александровский район Оренбургской области

1. Общие положения

1.1. Правила распространения наружной рекламы и информации на территории муниципального образования Александровский район Оренбургской области (далее - Правила) в целях формирования благоприятной архитектурной и информационной среды устанавливают требования к территориальной установке и эксплуатации рекламных конструкций и объектов наружной информации, условия использования имущества МО Александровский район для установки и эксплуатации рекламных конструкций и объектов наружной информации, порядок выдачи разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории муниципального образования (далее - МО) Александровский район, а также порядок осуществления контроля за соблюдением этих требований.

1.2. Соблюдение настоящих Правил обязательно для всех юридических лиц независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности, а также для индивидуальных предпринимателей и граждан при установке и эксплуатации рекламных конструкций и объектов наружной информации на территории МО Александровский район.

1.3. Правила разработаны на основании Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", Градостроительного кодекса Российской Федерации, Закона Российской Федерации "О государственном языке Российской Федерации", Федерального закона "О защите прав потребителей", законов Оренбургской области, правовых актов Александровского поселкового Совета и администрации МО Александровский район, ГОСТ 52290-2004 "Знаки дорожные. Общие технические требования", ГОСТ 52289-2004 "Правила применения дорожных знаков, разметок, светофоров, дорожных ограждений и направляющих устройств", ГОСТ Р 52044-2003 "Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях сельских поселений", Правил землепользования и застройки сельских поселений Александровского района, других нормативных правовых актов, определяющих требования в сфере

распространения наружной рекламы.

1.4. Администрация Александровского района Оренбургской области является уполномоченным органом на осуществление функций, связанных с установкой и эксплуатацией рекламных конструкций и объектов наружной информации на территории муниципального образования Александровский район Оренбургской области.

2. Рекламные конструкции и объекты наружной информации

К рекламным конструкциям и объектам наружной информации относятся различные объекты, предназначенные для распространения рекламных и других информационных сообщений, установленные на территории МО Александровский район на земельных участках, зданиях, сооружениях и ориентированные на визуальное восприятие потребителями информации.

2.1. Требования к рекламным конструкциям и объектам наружной информации.

2.1.1. Общие требования:

- рекламные конструкции и объекты наружной информации, установленные на территории населенных пунктов района, не должны ухудшать их архитектурный облик;
- установка и эксплуатация рекламных конструкций и объектов наружной информации на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается;
- установка и эксплуатация рекламных конструкций и объектов наружной информации на территориях района, устанавливаются в соответствии с разработанными и утвержденными администрацией Александровского района схемой размещения рекламных конструкций;
- рекламные конструкции и объекты наружной информации должны соответствовать техническим нормам и требованиям к конструкциям соответствующего типа, должны быть безопасны, спроектированы, изготовлены и установлены в соответствии с Техническими требованиями по проектированию, монтажу и эксплуатации средств наружной рекламы и информации, утвержденными в установленном порядке, существующими строительными нормами и правилами, ГОСТ, ПУЭ, техническими регламентами и другими нормативными актами, содержащими требования для конструкций данного типа;
- установка и эксплуатация рекламных конструкций и объектов наружной информации не должны нарушать требования соответствующих санитарных норм и правил (в том числе требований к освещенности, электромагнитному излучению и пр.);
- рекламные конструкции и объекты наружной информации не должны находиться без информационных сообщений;
- рекламные конструкции и объекты наружной информации должны

соответствовать требованиям нормативных актов по безопасности дорожного движения;

- установка и эксплуатация рекламных конструкций и объектов наружной информации на землях общего пользования не должны создавать помех для пешеходов, уборки улиц и тротуаров; не допускается установка и эксплуатация рекламных конструкций и объектов наружной информации являющихся источниками шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных и иных излучений и полей, вблизи жилых помещений.

Запрещается установка рекламных конструкций и объектов наружной информации на цветниках и тротуарах, если после их установки ширина прохода для пешеходов составит менее 2 метров;

- рекламные конструкции и объекты наружной информации, устанавливаемые на зданиях и сооружениях, не должны ухудшать их архитектуру, не допускается размещение рекламных конструкций и объектов наружной информации на стационарных ограждениях архитектурных ансамблей, парков, скверов, территориях предприятий и организаций, автостоянок, торговых комплексов и прочее;

- внешний вид рекламных конструкций должен отвечать следующим требованиям: целостность всех ее элементов, покрашенный каркас и опора, равномерное натяжение баннерного полотна без порывов, складок и провисаний, отсутствие посторонней информации (частных объявлений, надписей, изображений), а также загрязнений на всех ее элементах. Запрещается эксплуатация рекламных конструкций, не отвечающих настоящим требованиям.

2.1.2. Требования по безопасности дорожного движения:

2.1.2.1. Рекламные конструкции и объекты наружной информации устанавливаются с учетом проектов организации дорожного движения и расположения технических средств организации дорожного движения.

2.1.2.2. При установке рекламных конструкций и объектов наружной информации должны выполняться требования действующих нормативных актов по безопасности дорожного движения.

2.1.2.3. При выполнении работ по монтажу и обслуживанию рекламных конструкций и объектов наружной информации должны быть соблюдены требования по обеспечению безопасности дорожного движения в местах производства работ.

2.1.2.4. Рекламные конструкции, площадь информационного поля которых составляет 18 кв. м и более, не должны быть размещены ближе 25 м от остановок маршрутных транспортных средств и 10 м от пешеходных переходов.

2.2. Объекты наружной информации, размещаемые на территории МО Александровский район, подразделяется на следующие виды:

- объекты наружной информации;

- объекты наружного информационного оформления предприятий и организаций.

Объекты наружной информации и объекты наружного

информационного оформления предприятий и организаций не являются рекламными конструкциями. Распространение информации на таких объектах не регулируется нормами Федерального закона "О рекламе".

2.2.1. Объекты наружной информации.

К объектам наружной информации относятся:

2.2.1.1. Технические средства организации дорожного движения (за исключением информационно-сервисных знаков индивидуального проектирования), включая цифровые указатели магистралей.

2.2.1.2. Информационные указатели ориентирования в населенных пунктах: названия улиц, номера зданий, расписания движения пассажирского транспорта, схемы и карты ориентирования в населенных пунктах.

2.2.1.3. Информация о проведении строительных, дорожных, аварийных и других видов работ, распространяемая в целях безопасности и информирования населения.

2.2.1.4. Информация об объектах инфраструктуры: населенных пунктов, микрорайонах, архитектурных ансамблях, садово-парковых комплексах.

2.2.1.5. Праздничное оформление населенных пунктов (декоративные элементы - мягкое стяговое оформление, флаги, световые установки, перетяжки, настенные панно, гирлянды и др.), которое производится по тематическим планам в соответствии с правовыми актами органов местного самоуправления поселений.

2.2.2. Объекты наружного информационного оформления предприятий и организаций.

К объектам наружного информационного оформления предприятий, организаций, а также индивидуальных предпринимателей относится следующая информация, распространяемая на принадлежащих им конструкциях.

2.2.2.1. Учрежденческие доски.

Учрежденческие доски должны размещаться в обязательном порядке при входе в организации. На учрежденческой доске должна содержаться информация о полном зарегистрированном (юридическом) наименовании организации, и ее ведомственной принадлежности. Учрежденческая доска должна иметь размер от 0,2 до 1,5 кв. м. Высота букв в тексте должна быть не менее 2 см.

Тексты, содержащиеся на досках, должны выполняться на русском языке (включая зарегистрированные товарные знаки, логотипы и знаки обслуживания). Недопустимо использование в текстах иностранных слов, выполненных русскими буквами, а при обозначении профиля предприятия - сокращений и аббревиатур.

2.2.2.2. Информационные таблички.

Информационная табличка предназначена для доведения до сведения потребителя информации об изготовителе (исполнителе, продавце) товаров, услуг согласно Федеральному закону "О защите прав потребителей".

Каждое предприятие должно иметь одну или несколько информационных табличек - по количеству входов для населения. На

табличке должна быть указана следующая обязательная информация о предприятии:

- наименование с указанием организационно-правовой формы в соответствии с учредительными документами;
- режим работы.

Информационные таблички должны размещаться на стене здания рядом с входом в предприятие либо на двери входа так, чтобы их хорошо видели посетители. Информационные таблички могут быть заменены надписями на стекле витрины, входной двери и др. Информационная табличка должна иметь размер от 0,15 до 0,7 кв. м. Высота букв в тексте должна быть не менее 2 см.

2.2.2.3. Информация, размещаемая в витринах.

В витрине предприятия допускается размещать образцы товарной продукции, а также следующую информацию, если она не содержит торговых марок, наименований, товарных знаков и знаков обслуживания других фирм:

- информацию о реализуемых в данном предприятии товарах и оказываемых услугах;
- собственное или фирменное наименование предприятия (при наличии вывески), его зарегистрированные товарные знаки и знаки обслуживания;
- изобразительные элементы, раскрывающие профиль предприятия и соответствующие его фирменному наименованию;
- элементы декоративного оформления;
- праздничное оформление, размещаемое в обязательном порядке к государственным и муниципальным праздникам.

2.2.2.4. Информация предприятий общественного питания.

Обязательная информация, предназначенная для ознакомления потребителя, об услугах, оказываемых предприятиями общественного питания. Эта информация включает меню, прейскуранты и условия обслуживания и размещается внутри и вне помещений в пешеходных зонах и на тротуарах в пределах 5 метров от входа на предприятие на временных конструкциях на время его работы. Указанная информация размещается при ширине тротуара не менее двух метров, не должна быть ориентирована на восприятие с проезжей части, препятствовать движению пешеходов, не должна содержать торговых марок, наименований, товарных знаков и знаков обслуживания других юридических лиц.

2.2.2.5. Информация учреждений культуры, образования и здравоохранения.

Информация учреждений культуры, образования и здравоохранения по профилю их деятельности, распространяемая на принадлежащих им конструкциях, в том числе информация о репертуарах театров и кинотеатров (театральные и кино- афиши). Указанная информация не должна содержать торговых марок, наименований, товарных знаков и знаков обслуживания других юридических лиц и не должна быть ориентирована на восприятие с проезжей части.

2.3. Рекламные конструкции.

2.3.1. К рекламным конструкциям относятся щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, проекционное и иное предназначенное для проекции рекламы на любые поверхности оборудование, воздушные шары, аэростаты и иные технические средства стабильного территориального размещения, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также на остановочных пунктах движения общественного транспорта, пешеходных ограждениях, и других объектах инфраструктуры, размещенных на территории МО Александровский район в целях распространения рекламы.

2.3.2. Рекламные конструкции должны использоваться исключительно в целях распространения рекламы или социальной рекламы.

2.3.3. Установка и эксплуатация рекламных конструкций в оконных и дверных проемах и арках зданий допускается в установленном порядке.

2.3.4. Установка и эксплуатация рекламных конструкций, выполняющих функции ограждений строительных площадок и строительных сеток, допускается в соответствии с архитектурными и градостроительными нормами.

2.3.5. Установка и эксплуатация рекламных конструкций на конструктивных элементах остановочных пунктов движения общественного транспорта допускается в установленном порядке.

2.3.6. В случаях использования источников света, установленных отдельно от рекламных конструкций, крепления светильников должны быть закрыты декоративными элементами.

2.3.7. Рекламные конструкции должны иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона и регистрационного номера в районном реестре рекламных мест.

2.3.8. Работы по установке (монтажу), эксплуатации и демонтажу рекламной конструкции осуществляются его 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.

2.3.9. Стационарные рекламные конструкции.

2.3.9.1. Щитовые установки - отдельно стоящие на земле рекламные конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения информации и состоящие из фундамента, каркаса и информационного поля.

Щитовые установки подразделяются по площади информационного поля одной стороны на следующие виды:

- среднего формата (от 4,5 до 10 кв. м включительно);
- большого формата (более 10 и до 18 кв. м включительно);
- сверхбольшого формата (более 18 кв. м).

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, когда заглубление фундамента невозможно, допускается размещение без заглубления при наличии бортового камня или дорожных ограждений (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;

2.3.9.2. Уличные информационно-коммуникационные указатели расположения городских объектов - двусторонние и/или односторонние плоскостные модульные конструкции с внутренним подсветом, устанавливаемые на опорах (собственных опорах, мачтах-опорах уличного освещения, опорах контактной сети), и содержащие информацию об уличной системе (названия улиц, проспектов, площадей, переулков и т.п.), местах нахождения учреждений и организаций районного и муниципального значения, культурно-исторических памятников, предприятий и организаций потребительского рынка, прочих объектов городской инфраструктуры.

Максимальный размер модуля уличного информационно-коммуникационного указателя не должен превышать 1550 x 1550 мм. Верхний модуль уличного информационно-коммуникационного указателя расположения объектов в общем случае должен быть белого цвета с цветной полосой, в целях ориентирования иностранных туристов дублировать содержащуюся на нем информацию на латинице, нижний модуль должен иметь фон синего, коричневого или желтого цветов, за исключением случаев использования зарегистрированного логотипа.

2.3.9.3. Рекламно-информационные знаки (ГОСТ Р 52044-2003) устанавливаются в целях информационного обеспечения объектов узкого профиля вблизи дорог (закусочные, предприятия по ремонту шин, магазины запасных частей и т.д.).

Рекламно-информационные знаки и средства информационного обеспечения участников дорожного движения размещают в соответствии с требованиями ГОСТ Р 52289-2004.

Площадь информационного поля рекламно-информационного знака определяется по его внешним габаритным размерам.

2.3.9.4. Объемно-пространственные рекламные конструкции - рекламные конструкции, на которых для распространения рекламной информации используются как объем объекта, так и его поверхность. Данные конструкции выполняются по индивидуальным проектам.

Проект конструкции рассматривается и утверждается в каждом конкретном случае уполномоченным органом.

Площадь информационного поля объемно-пространственных объектов

определяется расчетным путем. На рекламные конструкции данного типа и правила их установки распространяются требования, предъявляемые к отдельно стоящим щитовым установкам.

2.3.9.5. Флаговые композиции и навесы - рекламные конструкции, состоящие из основания, одного или нескольких флагштоков (стоек) и мягких полотнищ. Флаги могут устанавливаться на опорах, на зданиях и сооружениях по согласованию с собственником (иным законным владельцем) таких объектов. Площадь информационного поля флага определяется площадью двух сторон его полотнища. Площадь информационного поля навеса определяется размером одной из его сторон.

2.3.9.6. Крышные установки - объемные или плоскостные рекламные конструкции, устанавливаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше. Крышные установки состоят из элементов крепления, несущей части конструкции и информационной установки.

Крышные установки должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности. Площадь информационного поля крышных установок, размещенных на зданиях, при расчете суммы оплаты определяется по внешним габаритным размерам информационного поля крышных установок в целом.

2.3.9.7. Настенные панно - рекламные конструкции, устанавливаемые на плоскости стен зданий в виде:

- изображения (информационного поля), непосредственно нанесенного на стену;
- объектов, состоящих из элементов крепления к стене, каркаса и информационного поля.

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. Площадь информационного поля настенного панно определяется габаритами каркаса информационного поля. Не допускается установка и эксплуатация на главных фасадах зданий крупноразмерных щитовых и баннерных рекламных конструкций, закрывающих значительную часть фасада здания, остекление витрин и окон, архитектурные детали и декоративное оформление и искажающих тем самым целостность восприятия архитектуры.

2.3.9.8. Панель-кронштейны - двусторонние консольные плоскостные объекты наружной рекламы и информации, устанавливаемые на опорах (собственных опорах, мачтах-опорах уличного освещения, опорах контактной сети) или на зданиях.

Типовые размеры панель-кронштейнов, размещаемых на опорах (в вертикальном исполнении), составляют 1,2 x 1,8 м. и 1,2 x 3 м. Размеры панель-кронштейнов, размещаемых на фасадах зданий, определяются архитектурными особенностями здания.

В целях безопасности в эксплуатации кронштейны должны быть

установлены на высоте не менее 2,5 м над газонами и не менее 3 м - над тротуарами и пешеходными зонами. На зданиях кронштейны размещаются, как правило, на уровне между первым и вторым этажами.

При размещении на опоре кронштейны должны быть ориентированы в сторону, противоположную проезжей части, и иметь маркировку с идентификацией владельца и номера его телефона и номера в районном реестре. Размещение на опоре более одной рекламной конструкции не допускается. Кронштейны, устанавливаемые на зданиях и сооружениях в горизонтальном направлении, не должны выступать более чем на 1,5 м от точки крепления к зданию или сооружению.

Не допускается размещение на зданиях и сооружениях кронштейнов-указателей, за исключением случаев, когда предприятия находятся в том же здании вне прямой видимости с магистральной. Возможность размещения кронштейнов-указателей определяется уполномоченным органом с учетом архитектурных особенностей зданий. Запрещается установка на фасадах зданий кронштейнов, предназначенных для размещения на них сменных рекламных сообщений. Площадь информационного поля кронштейна определяется общей площадью двух его сторон.

2.3.9.9. Транспарант-перетяжки - рекламные конструкции, состоящие из устройства крепления, устройства натяжения и информационного изображения.

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

2.3.9.10. Проекционные установки - конструкции, состоящие из проецирующего устройства и поверхности (экрана) или объема, в котором формируется информационное изображение, и предназначенные для воспроизведения изображения на земле, на плоскостях стен и в объеме. Площадь информационного поля для плоских изображений определяется габаритами проецируемой поверхности.

2.3.9.11. 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.

Отдельно стоящие электронные экраны должны иметь декоративно оформленную обратную сторону, фундаменты отдельно стоящих электронных экранов не должны выступать над уровнем земли. В исключительных случаях, когда заглубление фундамента невозможно,

допускается размещение фундаментов без заглубления при наличии бортового камня или дорожных ограждений (ГОСТ Р 52289-2004). При этом они должны быть декоративно-художественно оформлены по согласованию с уполномоченным органом. Конструктивные элементы и элементы крепления (болтовые соединения, элементы опор, и т.п.) должны быть закрыты декоративными элементами. Электронные экраны, установленные на крышах зданий и сооружений, должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.3.9.12. Маркизы - рекламные конструкции, выполненные в виде козырьков и навесов с нанесенной на них рекламной информацией и размещенные над витринами, входами или проемами зданий и сооружений. Маркизы состоят из элементов крепления к зданию, каркаса и информационного поля, выполненного на мягкой или жесткой основе. Площадь информационного поля маркизы определяется габаритами нанесенного изображения.

2.3.9.13. Пешеходные ограждения - рекламные конструкции, имеющие функциональное назначение, имеющие информационное поле на застекленной или иной плоскости пешеходных ограждений. Площадь информационного поля конструкции пешеходного ограждения определяется общей площадью двух его сторон.

2.3.10.1. Выносные щитовые конструкции (штендеры) - временные рекламные конструкции, устанавливаемые в населенном пункте предприятиями в часы их работы.

Штендеры должны быть двухсторонними, не должны иметь собственного подсвета, площадь одной стороны не должна превышать 1,5 кв. м.

Штендеры устанавливаются в пешеходных зонах и на тротуарах в пределах 5м от входа в предприятия.

Запрещается установка и эксплуатация штендеров, затрудняющих движение пешеходов, при ширине тротуара менее 3м, 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.

2.3.10.2. Рекламные конструкции 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. 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, возможна установка других рекламных конструкций, предусмотренных настоящими Правилами.

При установке рекламных конструкций на ограждения строительных площадок высотой более 10м указанное ограждение должно быть внесено в проект организации строительства.

2.3.10.3. Рекламные конструкции с использованием строительных сеток - временные рекламные конструкции в виде изображений на сетках, ограждающих объекты строительства. Установка и эксплуатация наружной рекламы на строительных сетках производится при проведении строительных или реставрационных работ на внешней стороне (фасаде) здания, на строительных ограждающих конструкциях (лесах) при наличии и на срок действия строительного ордера на проведение ремонтно-реставрационных работ.

Дизайн-проекты рекламных конструкций с использованием строительных сеток в обязательном порядке должны быть согласованы с уполномоченным органом.

Площадь информационного поля рекламных конструкций с использованием строительных сеток определяется габаритами нанесенного изображения.

3. Разрешительная и иная документация на установку и эксплуатацию рекламных конструкций и объектов наружной информации

3.1. Установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее - разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в статье 19 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года законного владельца соответствующего недвижимого имущества, либо владельца рекламной конструкции, уполномоченным органом.

3.2. Разрешение на установку и эксплуатацию 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 Федеральным законом «О рекламе».

Преимущественным положением лица в сфере распространения наружной рекламы на территории муниципального образования Александровский район признается положение лица, при котором его доля в этой сфере превышает тридцать пять процентов (за исключением случаев, если на территории Александровского района размещено не более чем десять рекламных конструкций). Доля лица в сфере распространения наружной рекламы определяется как отношение общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы лицу и его аффилированным лицам на территории района, к общей площади

информационных полей всех рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы на этой территории. Под информационным полем рекламной конструкции понимается часть рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы.

При определении общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы одному лицу, учитываются площади информационных полей временных рекламных конструкций. Временными рекламными конструкциями признаются 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.

3.3. Заявление на выдачу разрешения.

К заявлению на выдачу разрешения прилагаются:

1) данные о заявителе - физическом лице. Данные о государственной регистрации юридического лица или государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя запрашиваются Комитетом в федеральном органе исполнительной власти, осуществляющем государственную регистрацию юридических лиц, физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств;

2) подтверждение в письменной форме согласия собственника или иного указанного в Федеральном законе "О рекламе" законного владельца соответствующего недвижимого имущества на присоединение к этому имуществу рекламной конструкции, если заявитель не является собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества. В случае если для установки и эксплуатации рекламной конструкции необходимо использование общего имущества собственников в многоквартирном доме, документом, подтверждающим согласие этих собственников, является протокол общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме. В случае, если соответствующее недвижимое имущество находится в государственной или муниципальной собственности, уполномоченный орган запрашивает сведения о наличии такого, если заявитель не представил документ, подтверждающий получение такого согласия, по собственной инициативе.

Для получения разрешения заявитель представляет в уполномоченным органом, сведения о территориальном размещении, внешнем виде и технических параметрах рекламной конструкции.

3.4. Разрешение выдается на каждую рекламную конструкцию на срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. В случае, если владелец рекламной конструкции является собственником недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, разрешение выдается на срок, указанный в заявлении, при условии соответствия указанного срока предельным срокам, которые

установлены Правительством Оренбургской области и на которые могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, а разрешение в отношении временной рекламной конструкции - на срок, указанный в заявлении, но не более чем на двенадцать месяцев.

В разрешении указываются владелец рекламной конструкции, собственник земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, тип рекламной конструкции, площадь ее информационного поля, место установки рекламной конструкции, срок действия разрешения, орган, выдавший разрешение, номер и дата его выдачи, иные сведения. Разрешение является действующим до истечения указанного в нем срока действия либо до его аннулирования или признания недействительным.

3.5. Уполномоченный орган самостоятельно осуществляет согласование с заинтересованными организациями и учреждениями, необходимое для принятия решения о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче. При этом заявитель вправе самостоятельно получить от заинтересованных организаций и учреждений такое согласование и представить его для получения разрешения.

Решение в письменной форме о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче должно быть направлено уполномоченным отделом администрации заявителю в течение двух месяцев со дня приема от него необходимых документов. Заявитель, не получивший в указанный срок решения в письменной форме о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче, в течение трех месяцев вправе обратиться в суд или арбитражный суд с заявлением о признании бездействия соответствующего органа незаконным.

Решение об отказе в выдаче разрешения должно быть мотивировано и принято исключительно по основаниям, указанным в Федеральном законе «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года.

Лицо, которому выдано разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, обязано уведомлять уполномоченный отдел администрации обо всех фактах возникновения у третьих лиц прав в отношении этой рекламной конструкции (сдача рекламной конструкции в аренду, внесение рекламной конструкции в качестве вклада по договору простого товарищества, заключение договора доверительного управления, иные факты).

Решение об аннулировании разрешения принимается уполномоченным отделом администрации по основаниям, указанным в Федеральном законе «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года.

3.6. Установка и эксплуатация рекламной конструкции без разрешения, не допускаются. В случае установки и (или) эксплуатации рекламной конструкции без разрешения, она подлежит демонтажу на основании предписания уполномоченного отдела администрации.

3.7. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

1) установка и эксплуатация рекламной конструкции на территории МО Александровский район осуществляется 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.

2) в случае если для установки и эксплуатации рекламной конструкции предполагается использовать общее имущество собственников помещений в многоквартирном доме, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции возможно только при наличии согласия собственников помещений в многоквартирном доме, полученного в порядке, установленном Жилищным кодексом Российской Федерации. Заключение такого договора осуществляется лицом, уполномоченным на его заключение общим собранием собственников помещений в многоквартирном доме.

3) 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.

4) заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках здания или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется на основе торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых уполномоченным органом в соответствии с законодательством Российской Федерации. Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в государственной собственности, муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, проводятся органом местного самоуправления муниципального района либо уполномоченной ими организацией только в отношении рекламных конструкций, указанных в утвержденных в установленном порядке схемах размещения рекламных конструкций.

5) Администрация Александровского района утверждает схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности. Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. Схема размещения рекламных конструкций должна соответствовать документам территориального планирования и обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности и содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей и

технических характеристик рекламных конструкций. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат предварительному согласованию с министерством экономического развития, промышленной политики и торговли Оренбургской области в порядке, установленном постановлением Правительства Оренбургской области № 24-п от 21.01.2014 года. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат опубликованию (обнародованию) в порядке, установленном для официального опубликования (обнародования) муниципальных правовых актов, и размещению на официальном сайте администрации Александровского района в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

3.8. После заключения договора рекламораспространитель обязан установить рекламную конструкцию на объекте недвижимости в течение 30 дней в соответствии с проектной документацией. По заявлению рекламораспространителя срок установки технически сложной рекламной конструкции может быть увеличен по согласованию с уполномоченным органом.

3.9. На период действия договора владелец рекламной конструкции имеет право беспрепятственного доступа к недвижимому имуществу, к которому присоединяется рекламная конструкция, и пользования этим имуществом для целей, связанных с осуществлением прав владельца рекламной конструкции, в том числе с ее эксплуатацией, техническим обслуживанием и демонтажем.

3.10. Заявитель обязан в течение 30 календарных дней с момента фактической установки рекламной конструкции предоставить в уполномоченный орган копию заключения технической экспертизы, которое в обязательном порядке должно содержать сведения:

- о допустимости ветровой и температурной нагрузки;
- о габаритных размерах рекламной конструкции;
- о размерах информационного поля;
- о высоте опоры;
- о расстоянии от центра опоры до проезжей части;
- вылете рекламной поверхности относительно тротуара;
- массе и габаритных размерах фундамента;
- массе рекламной конструкции;
- о дате монтажа и вводе в эксплуатацию;
- о сроке службы рекламной конструкции.

3.11. Установка и эксплуатация объектов наружной информации на территории МО Александровский район осуществляется на основании утвержденного паспорта объекта наружной информации.

3.12. Паспорт объекта наружной информации.

В паспорте объекта наружной информации в обязательном порядке должны быть отражены сведения, указанные в пункте 3.3 настоящих Правил, а также основные технические характеристики объекта наружной информации, в том числе элементов крепежа.

3.13. Уполномоченный орган осуществляет контроль за техническим состоянием и эксплуатацией рекламных конструкций и объектов наружной информации.

4. Социальная реклама

4.1. 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

Рекламодателями социальной рекламы могут выступать физические лица, юридические лица, органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления.

4.2. План мероприятий по размещению социальной рекламы на территории МО Александровский район разрабатывается на основании данных, представленных всеми заинтересованными организациями, и утверждается заместителем Главы администрации Александровского района.

4.3. Органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, осуществляют закупки работ, услуг на производство и распространение социальной рекламы в соответствии с законодательством Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

4.4. Заказчиком на изготовление, размещение и распространение социальной рекламы выступает уполномоченный орган.

4.5 Заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламодателя в пределах пяти процентов годового объема распространяемой им рекламы (в том числе общего времени рекламы, распространяемой в теле- и радиопрограммах, общей рекламной площади печатного издания, общей рекламной площади рекламных конструкций). Заключение такого договора осуществляется в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации.

4.6. Дополнительно может быть размещена социально направленная реклама по инициативе рекламопроизводителей, либо рекламодателей. На рекламных конструкциях и объектах наружной информации не допускается размещение информации, не предназначенной для неопределенного круга лиц (частные объявления, личные поздравления и т.п.).

5. Демонтаж самовольно установленных рекламных конструкций

5.1. Установка и эксплуатация рекламной конструкции без разрешения, не допускаются. В случае установки и (или) эксплуатации рекламной конструкции без разрешения, она подлежит демонтажу на основании предписания уполномоченного органа.

5.1.1. Владелец рекламной конструкции обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции в течение месяца со дня выдачи уполномоченным органом предписания о демонтаже рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения, срок действия которого не истек, а также удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции, в течение трех дней со дня выдачи указанного предписания.

5.1.2. Если в установленный срок владелец рекламной конструкции не выполнил обязанность по демонтажу рекламной конструкции или владелец рекламной конструкции неизвестен, уполномоченный орган выдает предписание о демонтаже рекламной конструкции собственнику или иному законному владельцу недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, за исключением случая присоединения рекламной конструкции к объекту муниципального имущества или к общему имуществу собственников помещений в многоквартирном доме при отсутствии согласия таких собственников на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, обязан демонтировать рекламную конструкцию в течение месяца со дня выдачи соответствующего предписания. Демонтаж, хранение или в необходимых случаях уничтожение рекламной конструкции осуществляется за счет собственника или иного законного владельца недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция. По требованию собственника или иного законного владельца данного недвижимого имущества владелец рекламной конструкции обязан возместить этому собственнику или этому законному владельцу необходимые расходы, понесенные в связи с демонтажем, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции.

5.1.3. Если в установленный срок собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, не выполнил обязанности по демонтажу рекламной конструкции, демонтаж рекламной конструкции, ее хранение или в необходимых случаях уничтожение осуществляется за счет средств местного бюджета. По требованию уполномоченного органа владелец рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, обязан возместить необходимые расходы, понесенные в связи с демонтажем, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции.