



## АДМИНИСТРАЦИЯ ГОРОДСКОГО ОКРУГА «ГОРОД ЛЕСНОЙ»

### ПОСТАНОВЛЕНИЕ

16.08.2017

№ 1043

г. Лесной

#### *Об утверждении Положения о порядке размещения наружной рекламы (рекламных конструкций) на территории городского округа «Город Лесной»*

В соответствии с Федеральным законом от 06 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»,

#### **ПОСТАНОВЛЯЮ:**

1. Утвердить Положение о порядке размещения наружной рекламы (рекламных конструкций) на территории городского округа «Город Лесной» (прилагается).
2. Признать утратившим силу постановление администрации городского округа «Город Лесной» от 27.08.2015 № 1677 «Об утверждении Положения о порядке размещения наружной рекламы (рекламных конструкций) на территории городского округа «Город Лесной».
3. Опубликовать постановление на официальном сайте администрации городского округа «Город Лесной» в сети «Интернет» и в печатном средстве массовой информации «Вестник-официальный».
4. Контроль исполнения постановления оставляю за собой.

**Первый заместитель главы администрации  
городского округа «Город Лесной»**

**С.Е. Черепанов**

УТВЕРЖДЕНО  
постановлением администрации  
городского округа «Город Лесной»  
от 16.08.2017 № 1043  
«Об утверждении Положения о порядке  
размещения наружной рекламы  
(рекламных конструкций) на территории  
городского округа «Город Лесной»

## **Положение о порядке размещения наружной рекламы (рекламных конструкций) на территории городского округа «Город Лесной»**

### **Раздел 1. Общие положения**

1.1. Настоящее Положение о порядке размещения наружной рекламы (рекламных конструкций) на территории городского округа «Город Лесной» (далее - Положение) разработано в соответствии с Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), Федеральным законом от 06 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Земельным кодексом Российской Федерации, Уставом городского округа «Город Лесной», принятого решением Думы городского округа «Город Лесной» от 24 августа 2011 года № 490, в целях осуществления единого подхода к размещению рекламных конструкций на территории городского округа «Город Лесной».

1.2. Действие Положения распространяется на юридических и физических лиц независимо от форм собственности, осуществляющих установку и эксплуатацию рекламных конструкций, либо предоставляющих свое имущество (земельные участки, части зданий, сооружений и иные объекты) под установку и эксплуатацию рекламных конструкций, а также устанавливающих и эксплуатирующих рекламные конструкции на объектах муниципальной собственности.

1.3. В целях настоящего Положения используются следующие основные понятия:

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

2) **наружная реклама** - реклама, распространяемая с использованием рекламных конструкций, монтируемых и располагаемых на земельных участках, внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их;

3) **рекламная конструкция** - распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые

поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта - владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламодателем;

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

5) **товар** - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

6) **ненадлежащая реклама** - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

7) **рекламодатель** - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

8) **рекламопроизводитель** - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;

9) **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;

10) **временная рекламная конструкция** - рекламная конструкция, срок размещения которой обусловлен ее 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;

11) **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;

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

13) **демонтаж** - комплекс организационно-технических работ, связанных с освобождением участков земель, зданий и иных объектов от рекламных и информационных конструкций (вывесок), приведением поверхности зданий и сооружений в первоначальное состояние и восстановлением благоустройства прилегающей территории;

## Раздел 2. Схема размещения рекламных конструкций

2.1. Схема размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Свердловской области или

муниципальной собственности городского округа «Город Лесной», утверждается постановлением администрации городского округа «Город Лесной».

Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах на территории городского округа «Город Лесной».

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. Под информационным полем рекламной конструкции понимается часть рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы.

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 городского округа «Город Лесной» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Разработка схемы размещения рекламных конструкций и вносимых в нее изменений осуществляется управлением по архитектуре и градостроительству администрации городского округа «Город Лесной» (далее - Управление по архитектуре).

Согласование схемы размещения рекламных конструкций и вносимых в нее изменений с уполномоченным исполнительным органом государственной власти Свердловской области производится управлением по архитектуре. Указанное согласование осуществляется в соответствии с постановлением Правительства Свердловской области от 18.09.2013 № 1137-ПП «Об утверждении Порядка предварительного согласования схем размещения рекламных конструкций и вносимых в них изменений на территории Свердловской области».

### **Раздел 3. Выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории городского округа «Город Лесной»**

3.1. Выдачу разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций (далее - Разрешение) на территории городского округа «Город Лесной» осуществляет управление по архитектуре и градостроительству администрации городского округа «Город Лесной».

В предоставлении муниципальной услуги участвует Отдел МФЦ (в случае подачи заявления через Отдел МФЦ).

3.2. Управление по архитектуре выдачу Разрешений осуществляет в соответствии с административным регламентом предоставления администрацией городского округа «Город Лесной» муниципальной услуги «Выдача разрешений на установку рекламных конструкций на территории городского округа «Город Лесной», утвержденным постановлением администрации городского округа

«Город Лесной» от 12.07.2016 № 979 (далее - Регламент).

3.3. Регламент предоставления муниципальной услуги регулирует отношения, возникающие между заявителем и администрацией городского округа «Город Лесной» в ходе предоставления муниципальной услуги, определяет срок и последовательность административных процедур (действий) при предоставлении муниципальной услуги по выдаче Разрешения на установку рекламной конструкции.

3.4. Установка и эксплуатация рекламной конструкции без Разрешения, срок действия которого не истек, не допускаются. В случае установки и (или) эксплуатации рекламной конструкции без Разрешения, срок действия которого не истек, она подлежит демонтажу на основании предписания, выданного Управлением по архитектуре.

3.5. Для получения Разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, заявителем самостоятельно предоставляются в Управление по архитектуре следующие документы:

- заявление согласно образцу, установленному Регламентом;
- документ, удостоверяющий личность (для физических лиц);
- документ, подтверждающий в письменной форме 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 (подлинник);
- договор на установку (присоединение) и эксплуатацию рекламной конструкции, заключаемый владельцем рекламной конструкции с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, на котором устанавливается рекламная конструкция, в случае если органы, учреждения и организации, согласующие такой договор, не указаны в приложении № 4 к Регламенту предоставления муниципальной услуги;
- сведения (информация) о территориальном размещении рекламной конструкции (в случае если заявитель изготавливает таковую самостоятельно): фотография места установки рекламной конструкции, компьютерный монтаж планируемой к установке рекламной конструкции на здании, строении, сооружении (для рекламных конструкций, размещаемых на фасадах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений);
- в случае обращения представителя заявителя, дополнительно предоставляется доверенность, оформленная в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации;
- в случае если для установки и эксплуатации рекламной конструкции необходимо использование общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, документом, подтверждающим согласие этих собственников, является протокол общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме (подлинник). Указанный документ должен быть оформлен в соответствии с требованиями Жилищного и Гражданского кодексов Российской Федерации.

3.6. Заявитель, не получивший в течение двух месяцев со дня приема необходимых документов, 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 Управления по архитектуре незаконным.

3.7. Решение об отказе в выдаче Разрешения согласно части 15 статьи 19 Закона о рекламе, должно быть мотивировано и принято исключительно по следующим основаниям:

1) несоответствие проекта рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технического регламента;

2) несоответствие установки рекламной конструкции в заявленном месте схеме размещения рекламных конструкций (в случае, если место установки рекламной конструкции в соответствии с частью 5.8 статьи 19 Закона о рекламе определяется схемой размещения рекламных конструкций);

3) нарушение требований нормативных актов по безопасности движения транспорта;

4) нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки;

5) нарушение требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании;

6) нарушение требований, установленных частями 5.1, 5.6, 5.7 статьи 19 Закона о рекламе.

3.8. В случае отказа в выдаче разрешения, заявитель в течение трех месяцев со дня получения решения об отказе в выдаче разрешения, вправе обратиться в суд или арбитражный суд с заявлением о признании такого решения незаконным.

3.9. Разрешение выдается Управлением по архитектуре 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 уполномоченным исполнительным органом государственной власти Свердловской 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.

3.10. Установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются ее владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо

с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором. 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.

Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности городского округа «Город Лесной», или на земельном участке, право государственной собственности на который не разграничено, осуществляется на основе торгов, проводимых муниципальным казенным учреждением «Комитетом по управлению имуществом администрации городского округа «Город Лесной» (далее - Комитет по управлению имуществом). Форма и порядок проведения торгов определяется «Положением о порядке проведения торгов, предметом которых является право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции», утвержденным решением Думы городского округа «Город Лесной» от 03.11.2016 № 494.

Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности, проводятся только в отношении рекламных конструкций, указанных в схеме размещения рекламных конструкций.

3.11. Торги на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, которые находятся в муниципальной собственности и на которых на основании договора между администрацией городского округа «Город Лесной» и владельцем рекламной конструкции установлена рекламная конструкция, проводятся по истечении срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

3.12. В случае, если к участию в торгах допущен один участник, такие торги признаются не состоявшимися и договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с лицом, которое являлось единственным участником этих торгов (часть 5.7 статьи 19 Закона о рекламе).

3.13. В случае, если рекламная конструкция устанавливается на землях или земельных участках, находящихся в государственной или муниципальной собственности, за исключением земельных участков, предоставленных гражданам или юридическим лицам, использование таких земель или земельных участков осуществляется без предоставления земельных участков и установления сервитута (подпункта 6 пункта 1 статьи 39.33 Земельного кодекса Российской Федерации).

Установка и эксплуатация рекламных конструкций на землях или земельных участках, находящихся в государственной или муниципальной собственности,

осуществляются на основании договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в соответствии с Законом о рекламе (пункта 2 статьи 39.36 Земельного кодекса Российской Федерации).

3.14. При размещении рекламной конструкции на объекте муниципальной собственности городского округа «Город Лесной» договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с законным владельцем (пользователем) указанного объекта, а при нахождении объекта в казне - с Комитетом по управлению имуществом на основании проведения торгов.

3.15. В случае, если недвижимое имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, закреплено собственником за другим лицом на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с лицом, обладающим правом хозяйственного ведения, правом оперативного управления или иным вещным правом на такое недвижимое имущество, при наличии согласия такого собственника и с соблюдением требований, установленных частью 5.1 статьи 19 Закона о рекламе.

3.16. В случае, если недвижимое имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, передано собственником в доверительное управление, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с доверительным управляющим при условии, что договор доверительного управления не ограничивает доверительного управляющего в совершении таких действий с соответствующим имуществом.

3.17. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности городского округа «Город Лесной» или собственности Свердловской области, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, заключается на срок пять лет, за исключением договоров на установку и эксплуатацию временных рекламных конструкций, срок размещения которых обусловлен их функциональным назначением, местом и временем (до двенадцати месяцев) установки.

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

3.19. Плата по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, а так же на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности, взимается из расчета базовой ставки с применением корректирующих коэффициентов, устанавливаемой постановлением администрации городского округа «Город Лесной» на день заключения договора,

за каждый месяц размещения рекламной конструкции.

3.20. При заключении договора с Комитетом по управлению имуществом владелец рекламной конструкции перечисляет плату по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции равными долями ежеквартально, не позднее последнего числа истекшего квартала, в размере одной четвертой годовой платы по договору согласно расчету. Расчет платы прилагается к договору и является его неотъемлемой частью. При заключении договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с иными лицами размер и сроки внесения оплаты по договору определяются этими лицами.

3.21. Лицо, которому выдано разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, обязано уведомлять Управление по архитектуре, выдавшее такое разрешение, 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).

#### **Раздел 4. Общие требования, предъявляемые к рекламным конструкциям.**

##### **Типы и виды рекламных конструкций, допустимых к размещению на территории городского округа «Город Лесной»**

4.1. Общие требования, предъявляемые к рекламным конструкциям:

4.1.1. Внешний вид и дизайн всех видов рекламных конструкций должны соответствовать требованиям настоящего Положения.

4.1.2. Рекламная конструкция и ее территориальное размещение должны соответствовать требованиям технического регламента.

4.1.3. Рекламные конструкции должны иметь цвет в соответствии с установленными колерами:

Графитно-черный (RAL 9011);

Перламутрово-зеленый (RAL 6035);

Светло-серый (RAL 9002);

Темно-серый (RAL 7013).

В квартале улиц необходимо применять одно цветовое и стилистическое решение.

4.1.4. Рекламная конструкция при ее размещении на территории городского округа «Город Лесной» не должна нарушать внешнего архитектурного облика сложившейся застройки.

4.1.5. Средство наружной рекламы должно иметь маркировку с указанием рекламораспространителя и номера его телефона.

4.1.6. Рекламная конструкция должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы, социальной рекламы.

4.1.7. Рекламная конструкция должна быть спроектирована, изготовлена и смонтирована в соответствии со строительными нормами и правилами.

4.1.8. Все рекламные конструкции, разрешенные как рекламные конструкции с подсветкой, должны быть освещены в темное время суток. В случае использования внешних, искусственных источников света, конструкции и

крепления светильников необходимо закрывать декоративными элементами.

4.1.9. Установка и эксплуатация рекламных конструкций не должны нарушать требований охраны окружающей среды.

4.1.10. Рекламные конструкции не должны создавать помех для прохода пешеходов и механизированной уборки улиц и тротуаров.

4.1.11. Запрещается использование рекламных конструкций, являющихся источником шума, вибрации, световых, электромагнитных и иных излучений и полей, не соответствующих санитарно-эпидемиологическим требованиям. Все конструкции должны соответствовать требованиям соответствующих санитарных норм и правил (в том числе требований к освещенности, электромагнитному излучению и пр.).

4.1.12. Распространение рекламы не допускается:

- в границах коридора безопасности (земельных участках (независимо от категории земель), включающих в себя территорию, прилегающую к проезжим частям дорог в населенных пунктах, на которых в целях обеспечения безопасности дорожного движения запрещается устанавливать рекламные конструкции);

- над проезжей частью;

- на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения;

- в поверхности автомобильных дорог и тротуаров путем нанесения либо вкрапления, с использованием строительных материалов, краски, дорожной разметки и т.п.;

- на деревьях, клумбах и других природных объектах;

- объектах культурного наследия и их территории;

- на окнах здания;

- в иных случаях, предусмотренных действующим законодательством, техническими регламентами.

4.1.13. Наружная реклама не должна иметь сходства (по внешнему виду, изображению или звуковому эффекту) с техническими средствами организации дорожного движения и специальными сигналами, а также создавать впечатление нахождения на дороге транспортного средства, пешехода или какого-либо объекта.

Рекламные конструкции не должны ограничивать видимость технических средств организации дорожного движения и мешать восприятию водителем дорожной обстановки или эксплуатации транспортного средства.

4.1.14. Допускается размещение рекламных конструкций на конструктивно выделенных бортовым камнем или защитными ограждениями разделительных полосах, в том числе на газонах, разделяющих транспортные потоки, и центральных частях перекрестков с круговым движением, за пределами границ коридора безопасности.

4.1.15. Рекламораспространитель обязан обеспечивать надлежащее состояние внешнего вида рекламной конструкции. Надлежащее состояние внешнего вида рекламных конструкций подразумевает:

- целостность рекламных конструкций;

- отсутствие механических повреждений;

- отсутствие порывов рекламных полотен;

- наличие покрашенного каркаса;
- отсутствие ржавчины и грязи на всех частях и элементах рекламных конструкций;
- отсутствие на всех частях и элементах рекламных конструкций наклеенных объявлений, посторонних надписей, изображений и других информационных сообщений.

4.1.16. Приведение рекламных конструкций в надлежащий вид осуществляется владельцами конструкций в двухнедельный срок, надписи и рисунки должны быть устранены в течении 3 суток с момента выявления нарушений.

4.1.17. В случае демонтажа рекламной конструкции, место установки рекламной конструкции должно быть восстановлено в том виде, в котором оно было до монтажа рекламной конструкции. После монтажа (демонтажа) рекламной конструкции восстановление благоустройства, озеленения прилегающей территории или объекта размещения возлагается на рекламораспространителя.

4.2. На территории городского округа «Город Лесной» устанавливаются следующие типы рекламных конструкций:

- отдельно стоящие, виды которых указаны в приложении № 1 к настоящему Положению;
- размещаемые на зданиях и сооружениях, виды которых указаны в приложении № 2 к настоящему Положению;
- с использованием технических средств, виды которых указаны в приложении № 3 к настоящему Положению;
- временные, виды которых указаны в приложении № 4 к настоящему Положению;
- иные конструкции, виды которых указаны в приложении № 5 к настоящему Положению.

## **Раздел 5. Досрочное прекращение действия разрешения на установку рекламной конструкции**

5.1. Решение об аннулировании Разрешения принимается Управлением по архитектуре. Такое решение принимается Управлением по архитектуре в следующих случаях:

- 1) в течение месяца со дня направления ему владельцем рекламной конструкции уведомления в письменной форме о своем отказе от дальнейшего использования разрешения;
- 2) в течение месяца с момента направления ему собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, документа, подтверждающего прекращение договора, заключенного между таким собственником или таким владельцем недвижимого имущества и владельцем рекламной конструкции;
- 3) в случае, если рекламная конструкция не установлена в течение года со дня выдачи разрешения или со дня демонтажа рекламной конструкции ее владельцем в период действия разрешения;

4) в случае, если рекламная конструкция используется не в целях распространения рекламы, социальной рекламы;

5) в случае, если разрешение выдано лицу, заключившему договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с нарушением требований, установленных частями 5.1, 5.6, 5.7 статьи 19 Закона о рекламе, либо результаты аукциона или конкурса признаны недействительными в соответствии с законодательством Российской Федерации;

б) в случае нарушения требований, установленных частью 9.3 статьи 19 Закона о рекламе (лицо, которому выдано разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, обязано уведомлять Управление по архитектуре 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).

5.2. Решение об аннулировании Разрешения может быть обжаловано в суд или арбитражный суд в течение трех месяцев со дня его получения.

5.3. По иску администрации городского округа «Город Лесной», Разрешение может быть признано недействительным в судебном порядке в следующих случаях:

1) несоответствия установки рекламной конструкции в данном месте схеме размещения рекламных конструкций;

2) нарушения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа.

## **Раздел 6. Демонтаж рекламной конструкции**

6.1. Владелец рекламной конструкции обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции в течение месяца со дня выдачи предписания Управлением по архитектуре 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.

6.2. Указанные предписания могут быть обжалованы в суд в течении трех месяцев со дня их получения.

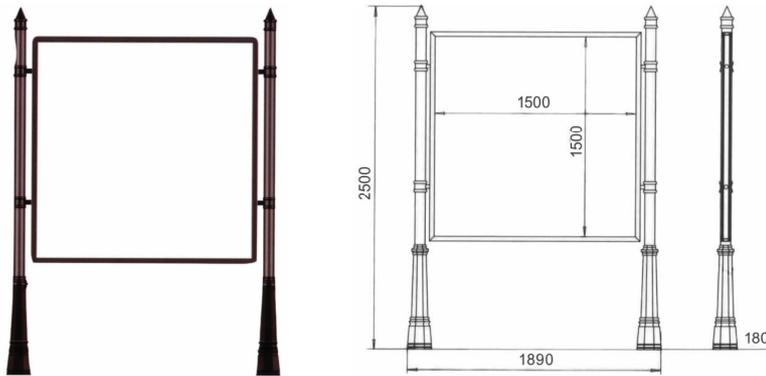
## **Раздел 7. Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе**

7.1. Нарушение физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

## Виды отдельно стоящих рекламных конструкций, устанавливаемые на территории городского округа «Город Лесной»

### 1. Рекламные конструкции малого формата (до 4,5 кв. м).

1.1. Афишный стенд – небольшие по формату конструкции с одной или двумя рекламными поверхностями, расположенные на тротуарах или прилегающих к ним газонах, предназначенные для анонсирования культурных событий и развлекательных мероприятий (концерты, выставки, гастроли, праздники). Крепление осуществляется путем установки щита через опорную часть на фундамент. Конструкция щита выполнена из металлических профилей круглого сечения с окраской.



### Основные характеристики рекламной конструкции:

#### РАЗМЕРЫ:

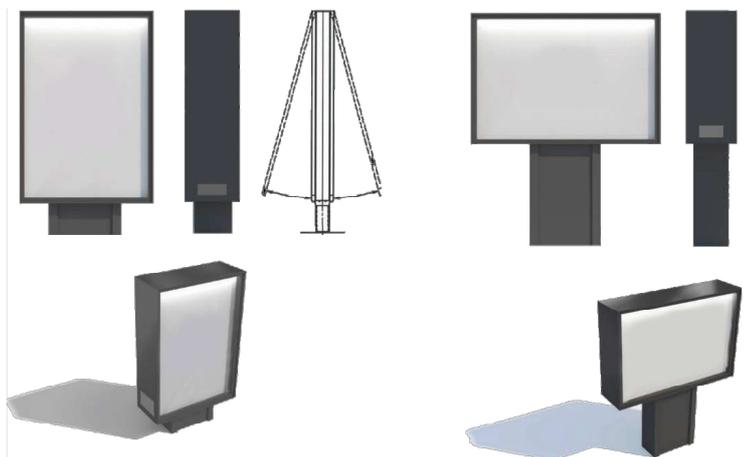
- размер информационного поля – 1,5х1,5 м;
- внешние габариты рекламной панели – 2х2,5 м;
- облицовка конструкции соответствует допустимому перечню цветов настоящего Положения.

#### ВОЗМОЖНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СМЕНЫ ИЗОБРАЖЕНИЙ:

- переклейка бумажного постера;
- натяжение винилового полотна.

1.2. Сити-формат – двухсторонняя рекламная конструкция с внутренней белой подсветкой. Крепление должно осуществляться путем установки щита через опорную часть на фундамент. Конструкция щита выполнена из металлических профилей квадратного сечения. Рекламная часть представлена алюминиевым коробом с закрытием рекламного места стеклом. Опорная часть облицована алюминиевыми кассетами.

Торцы щита закрыты по периметру. Высота опорной части – 300 мм.



#### **Основные характеристики рекламной конструкции:**

##### **РАЗМЕРЫ:**

- размер информационного поля – 0,6х0,9 м, 1,2х1,8 м;  
(допускается горизонтальное положение)
- внешние габариты рекламной панели – 0,7х1,0 м, 1,3х1,9 м;
- высота стойки от 0,2 до 1,2 м.

Облицовка конструкции должна быть выполнена из безопасных материалов (металл, пластик, калёное стекло и др.). Цвет конструкции соответствует допустимому перечню цветов настоящего Положения.

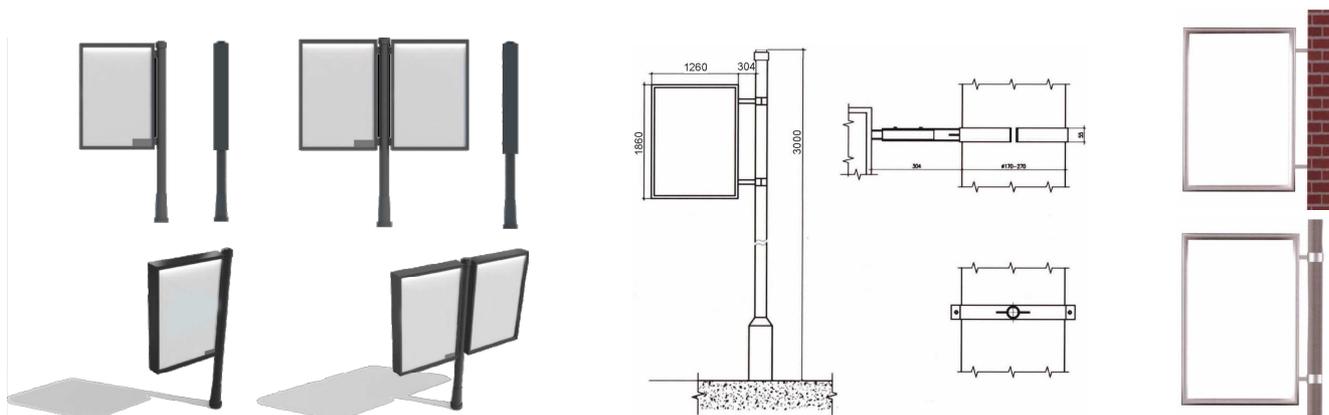
##### **ВОЗМОЖНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СМЕНЫ ИЗОБРАЖЕНИЙ:**

- скроллер;
- видеоэкран;
- переклейка бумажного постера;
- натяжение винилового полотна.

1.3. Лайтбокс (хорека) – двухсторонняя рекламная конструкция, состоящая из остекленного светового короба с внутренней белой подсветкой на стальной опоре. Конструкция устанавливается на заглубленный фундамент.

Опорная часть выполнена из стальной трубы круглого сечения с окраской. Световой короб выполнен из металла.

Лайтбокс (хорека) устанавливается на опорах (собственных, мачт освещения и пр.) или на зданиях.



### Основные характеристики рекламной конструкции:

#### РАЗМЕРЫ:

- размер информационного поля – 0,6х0,9 м, 1,2х1,8м;
- внешние габариты рекламной панели – 0,7х1,0 м, 1,3х1,9 м;
- облицовка конструкции соответствует допустимому перечню цветов настоящего Положения.

#### ОПОРНАЯ СТОЙКА:

- выполняется из круглой трубы диаметром 0,1 м;
- допустимая высота опорной стойки 3 м.

#### ВОЗМОЖНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И СМЕННЫЕ ИЗОБРАЖЕНИЯ:

- скроллер;
- видеоэкран;
- переклейка бумажного постера;
- натяжение винилового полотна.

2. Рекламные конструкции среднего формата (от 4,5 до 10 кв. м).

2.1. Пиллар – трехсторонняя рекламная конструкция с внутренней белой подсветкой. Основание конструкции образует равносторонний треугольник. Рекламные места закрыты защитным стеклом. Конструкция щита выполнена из металлических профилей квадратного сечения.

Конструкция состоит из фундамента, каркаса и информационного поля.



#### **Основные характеристики рекламной конструкции:**

##### **РАЗМЕРЫ:**

- габаритные размеры пиллара:

1) высота – 2,9 м, основание конструкции равносторонний треугольник со стороной 1,3 м;

2) высота – 3,2 м, основание конструкции равносторонний треугольник со стороной 1,5 м;

- размер информационного поля – 1,2х2,7 м, 1,4х3,0 м.

##### **ВОЗМОЖНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СМЕНЫ ИЗОБРАЖЕНИЙ:**

- переклейка бумажного постера;

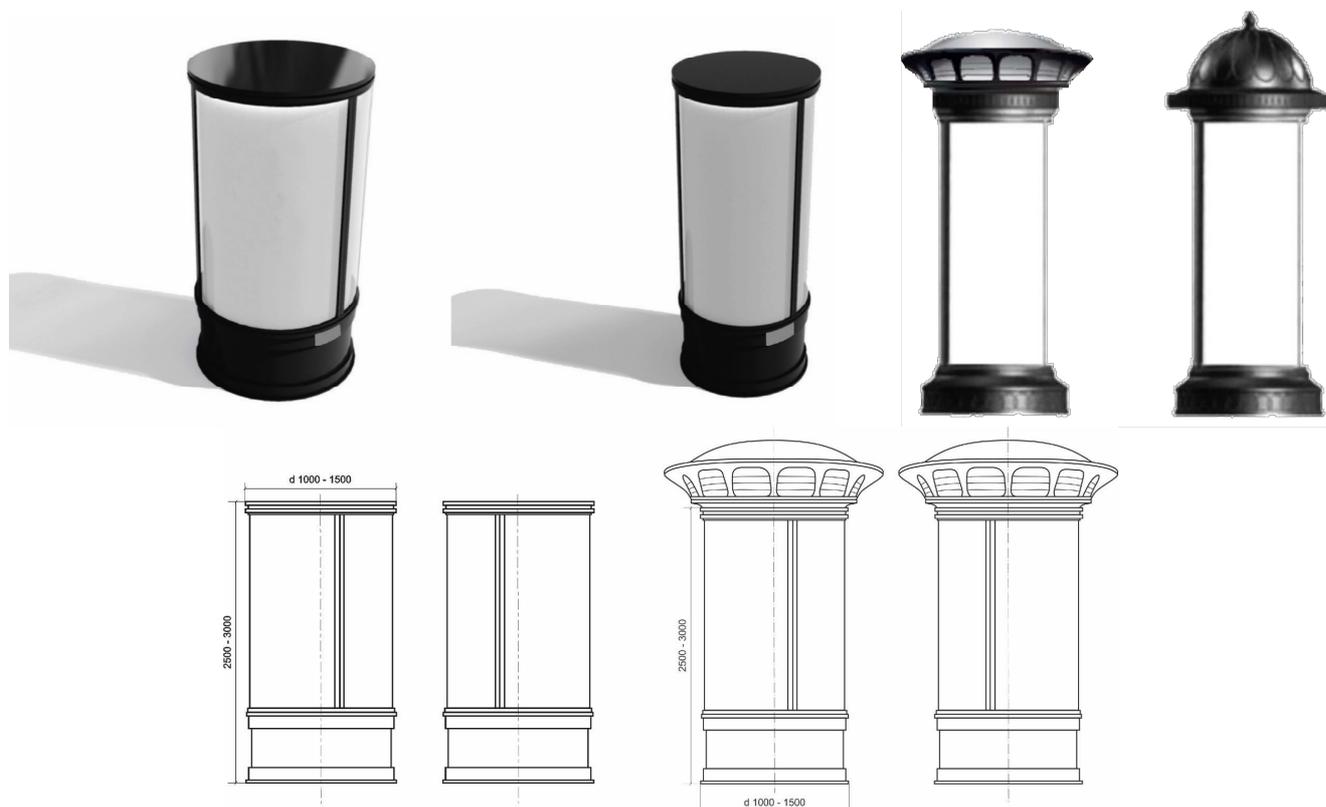
- натяжение винилового полотна;

- видеоэкран.

Непрозрачные части облицованы композитными окрашенными материалами, цветовое решение согласно допустимым цветам настоящего Положения.

2.2. Тумба – рекламная конструкция с внутренней белой подсветкой и круглым сечением, одинаковым по высоте. Рекламное место закрыто защитным стеклом. Конструкция щита выполнена из металлических профилей квадратного сечения. Непрозрачные части конструкции облицованы композитными материалами.

Тумба может иметь от 1 до 3 поверхностей для размещения информации



### Основные характеристики рекламной конструкции:

- габаритные размеры тумбы:
  - 1) высота – 3 м, диаметр 1,5 м;
  - 2) высота 2,5 м, диаметр 1 м.
- размер информационного поля – 2,5х4,5 м, 2х3 м;
- облицовка конструкции соответствует допустимому перечню цветов настоящего Положения.

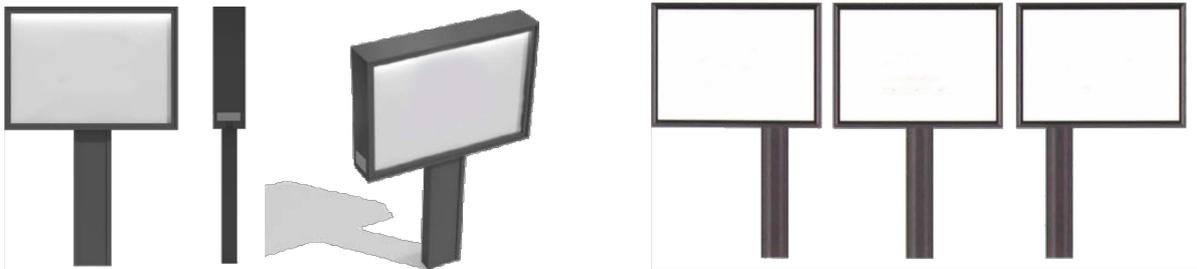
### ВОЗМОЖНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СМЕНЬИ ЗОБРАЖЕНИЙ:

- переклейка бумажного постера;
- натяжение винилового полотна.

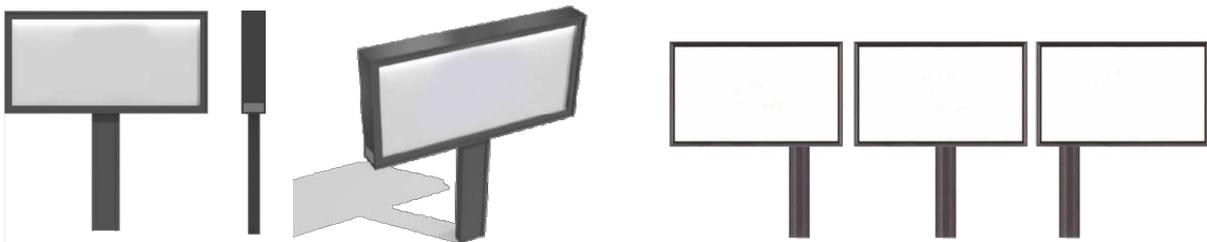
2.3. Ситиборд – двухсторонняя рекламная конструкция с внутренней белой подсветкой и защитным стеклом.

Состоит из опорной и щитовой частей под размещение рекламы. Конструкция щита выполнена из металлических профилей квадратного сечения. Торцы щита закрыты по периметру. Рекламная часть представлена металлическим коробом с закрытием рекламного места стеклом. Крепление осуществляется путем установки щита через опорную часть на фундамент. Фундамент должен быть заглублен. Опорная часть облицована металлическими кассетами.

#### Вариант 1



#### Вариант 2:



#### Основные характеристики рекламной конструкции:

##### РАЗМЕРЫ:

##### Вариант 1:

- размер информационного поля – 3,7х2,7 м;
- внешние габариты рекламной панели не более – 3,9х2,9 м.

##### Вариант 2:

- размер информационного поля – 3х6 м;
- внешние габариты рекламной панели не более – 3,2х6,2 м.

##### ТЕХНОЛОГИИ ЗАМЕНЫ ИЗОБРАЖЕНИЙ:

- скроллер;
- переклейка бумажного постера;
- натяжение винилового полотна.

##### ОПОРНАЯ СТОЙКА:

- высота не менее 2 м, ширина 0,6 м;
- цвет опорной стойки соответствует допустимому перечню цветов настоящего Положения (в городском квартале улиц необходимо применять единое цветовое решение);
- устанавливается под прямым углом к нижней кромке рекламной панели.

2.4. Остановочный комплекс – отдельно стоящие стальные конструкции с заглубленным основанием, имеющие крышу и заднюю стенку, выполненные из безопасного каленого стекла или пластика. Конструкция оснащена внешними поверхностями для размещения рекламы (от 1 до 2-х) и скамейкой. Изготавливается на основе встроеного сити-формата с внутренней белой подсветкой.



### **Основные характеристики рекламной конструкции:**

#### **РАЗМЕРЫ:**

- размер информационного поля 1,2x1,8 м.

#### **ОСТАНОВОЧНЫЙ ПАВИЛЬОН:**

- может быть выполнен из различных материалов одновременно: металл, безопасное стекло, безопасный пластик;
- применение современных технологий позволяет получить различные варианты цветового исполнения (в соответствии с принятым в городском квартале улиц определенным цветовым решением).

#### **ВОЗМОЖНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СМЕНЫ ИЗОБРАЖЕНИЙ:**

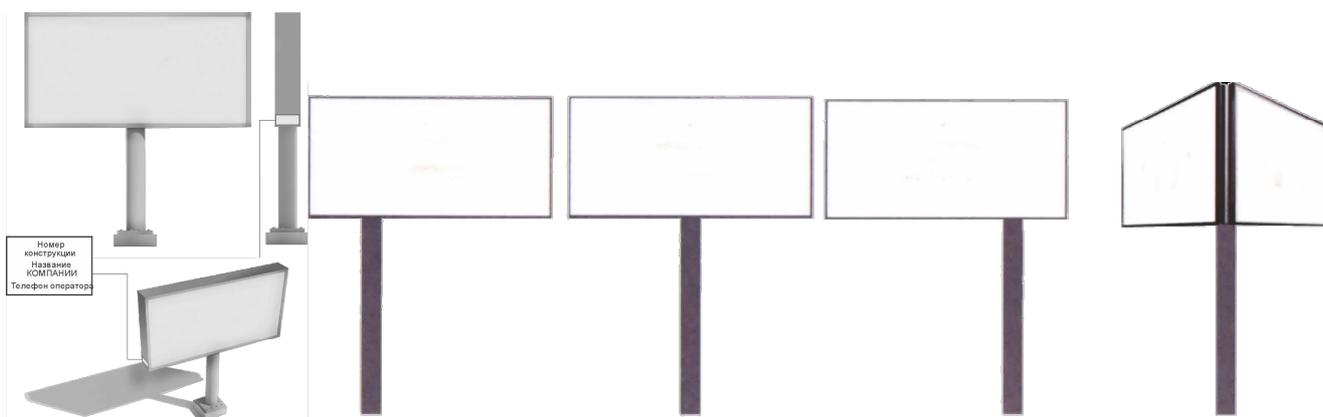
- видеозэкран;
- скроллер;
- другие технологии автоматической смены изображений.

3. Рекламные конструкции большого (от 10 до 18 кв. м) и сверхбольшого формата (более 18 кв. м).

3.1. Билборд – рекламная конструкция с двумя (тремя) поверхностями для расположения рекламы размера 6000х3000 мм. Состоит из опорной и щитовой частей под размещение рекламы. Крепление осуществляется путем установки щита через опорную часть на фундамент. Опорная часть представлена металлической конструкцией круглого сечения. Торцы щита закрыты по периметру.

Конструкция щита выполнена из металлических профилей квадратного сечения.

Часть конструкции, содержащая рекламу может иметь внешний или внутренний подсвет.



### **Основные характеристики рекламной конструкции:**

#### **РАЗМЕРЫ:**

- размер информационного поля - 3х6 м;
- внешние габариты рекламной панели не более – 3,2х6,2 м;

Для рабочих поверхностей на основе призматронов:

- размер информационного поля – 3,2х6 м;
- внешние габариты рекламной панели не более – 3,4х6,2 м.

#### **ТЕХНОЛОГИИ ЗАМЕНЫ ИЗОБРАЖЕНИЙ:**

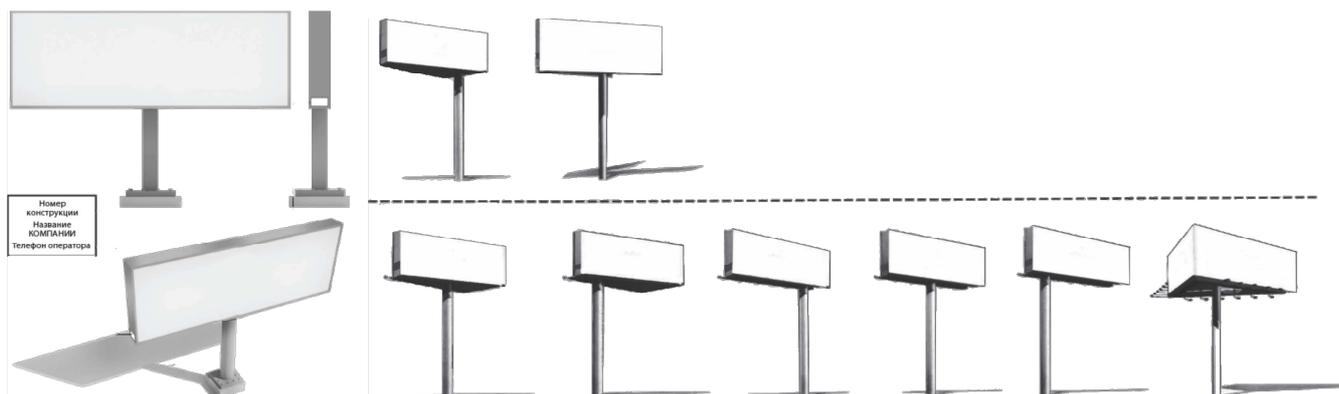
- переклейка бумажного постера;
- натяжение винилового полотна;
- призматрон.

#### **ОПОРНАЯ СТОЙКА:**

- выполнена из круглой профильной трубы (диаметр 325 мм);
- допустимая высота опорной стойки от 3 до 5 м;
- цвет опорной стойки соответствует допустимому перечню цветов настоящего Положения (в городском квартале улиц необходимо применять единое цветовое решение);
- устанавливается под прямым углом к нижней кромке рекламной панели.

3.2. Суперсайт – рекламная конструкция с двумя (тремя) поверхностями для размещения рекламы. Состоит из опорной и щитовой частей под размещение рекламы. Крепление осуществляется путем установки щита через опорную часть на фундамент. Фундамент должен быть заглублен. Конструкция щита выполнена из металлических профилей квадратного сечения. Торцы щита закрыты по периметру.

Часть конструкции, содержащая рекламу, освещается холодным белым светом с внешней стороны с верхней части конструкции.



### Основные характеристики рекламной конструкции:

#### РАЗМЕРЫ:

- размер информационного поля:  
3x12 м, 4x12 м, 5x12 м, 5x15 м;
- внешние габариты рекламной панели не более:  
3,2x12,2 м, 4,2x12,2 м, 5,2x12,2 м, 5,2x15,2 м;

#### ТЕХНОЛОГИИ ЗАМЕНЫ ИЗОБРАЖЕНИЙ:

- переклейка бумажного постера;
- натяжение винилового полотна;
- медиасеть.

#### ОПОРНАЯ СТОЙКА:

- выполнена из круглой профильной трубы (диаметр определяется проектом);
- допустимая высота опорной стойки от 7 до 20 м;
- цвет опорной стойки соответствует допустимому перечню цветов

Положения (в городском квартале улиц необходимо применять единое цветовое решение);

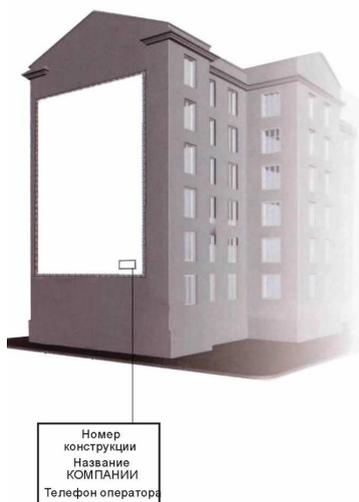
- устанавливается под прямым углом к нижней кромке рекламной панели.

## **Виды рекламных конструкций, размещаемые на зданиях и сооружениях**

1. Брандмауэр – настенная рекламная конструкция, размещаемая на плоскости стен зданий и сооружений, не имеющих оконных проемов и архитектурных элементов, в виде:

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

Настенные брандмауэры могут иметь внешнее или внутреннее освещение. При использовании внутреннего подсвета (световой короб) на стене за рекламным полотном монтируются люминесцентные лампы.



### **Основные характеристики рекламной конструкции:**

#### **РАЗМЕРЫ:**

- размеры панно ограничены размерами стены здания.

#### **КОНСТРУКЦИЯ:**

- рекламоноситель закрепляется к металлической раме, смонтированной на стене здания по контуру рекламного поля. Крепление рамы к стене производится пластиковыми дюбелями либо анкерными болтами. Рама может иметь различные конфигурации в зависимости от устройства фасада здания, способа крепления рекламного полотна и типа подсветки;

- конструктивные элементы должны быть закрыты.

2. Рекламная конструкция на крыше - объекты наружной рекламы и информации объемные или плоскостные, устанавливаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше. Крышные объекты наружной рекламы состоят из элементов крепления, несущей части конструкции и информационной установки. Часть конструкции, содержащая рекламу, должна иметь внутреннее или внешнее освещение.

Реклама на крыше зданий должна располагаться в разрешенных зонах.

При размещении рекламы данного вида должны выполняться следующие правила:

- реклама на крыше не должна перекрывать с любой точки обзора фасады расположенных рядом зданий, а также панорамные виды на город;
- размещение рекламных конструкций на крышах зданий не должно приводить к ухудшению технического состояния несущих конструкций этих объектов;
- рекламные конструкции должны гармонично сочетаться с архитектурными особенностями здания и застройки в целом;
- допускается размещение одной конструкции на здании;
- расстояние между соседними крышными конструкциями должно быть не менее 150 метров по кратчайшему пути измерения от края одной конструкции до края другой.



### **Основные характеристики рекламной конструкции:**

#### **РАЗМЕРЫ:**

- размеры установки определяются габаритами крыши, на которой монтируется конструкция, и несущей способностью стен здания. Допустимые размеры рекламного поля: 5x12 м, 6x18 м, 8x24 м, 5x15 м, 7x21 м, 5x30 м, 7x30 м;
- под информационной поверхностью может размещаться декоративный элемент (цветовое исполнение вариативное).



### **Виды рекламных конструкций с использованием технических средств**

1. Видеоэкран – рекламная конструкция, использующая в качестве рекламного поля электронный экран, транслирующий анимацию, видеоролики, изображения или текст.

Электронные экраны (электронные табло, медиаэкраны, LED-дисплеи) – объекты, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов. Все конструктивные элементы, а также провода, механизмы, электронные платы (в том числе на оборотной стороне конструкции) должны быть закрыты.

Видеоэкраны могут размещаться как в виде отдельно стоящих конструкций, так и в виде конструкций, размещаемых на стенах зданий и сооружений, а так же на их крышах.

Возможность размещения данного вида рекламной конструкции обсуждается в индивидуальном порядке с Управлением по архитектуре.

Расположение конструкций данного типа должно производиться согласно следующим правилам:

- конструкция должна вписываться в сложившийся перспективный вид улиц на фоне разноуровневой застройки;

- панорамные виды города должны быть открыты. Расстояние между соседними конструкциями должно быть не менее 100 метров;

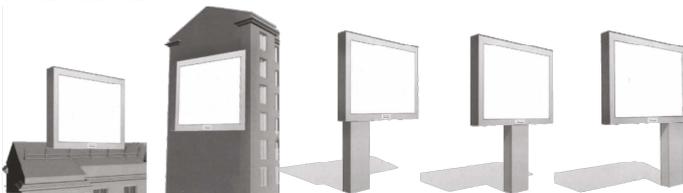
- размер конструкции должен соответствовать масштабу зданий и застройки;

- конструкция не должна перекрывать контур здания;

- светотехнические характеристики должны соответствовать требованиям нормативной документации и не должны создавать угрозу безопасности дорожного движения;

- к конструкциям данного вида также отнесены любые поверхности и элементы, являющиеся светотехническими (электронные табло, объемные буквы, дисплеи, световые сетки, проекции и т.д.).

Не допускается размещение видеоэкранов, «бегущей строки» и иных подобных рекламных конструкций напротив окон жилых помещений и социальных объектов.



2. Проекционные установки - объекты наружной рекламы и информации, предназначенные для воспроизведения изображения на земле, на плоскостях стен и в объеме.

## **Виды временных рекламных конструкций**

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

2. Штендеры - временные средства наружной рекламы и информации, размещаемые в городском округе «Город Лесной» предприятиями в часы их работы.

Штендеры должны быть двусторонними, не должны иметь собственного подсвета, площадь одной стороны не должна превышать 1,5 кв. м. Не допускается размещение более двух штендеров у входа в предприятие, а также их использование в качестве дополнительного средства рекламы при наличии хорошо просматриваемых с тротуара вывески и витрин (за исключением предприятий общественного питания).

Штендеры не должны иметь дополнительного устанавливаемого крепежа, заглубленного в грунт. Крепление штендеров к световым опорам, дорожным ограждениям и деревьям не допускается.

Допускается размещение штендера рядом со входом в здание в котором размещается организация, на расстоянии не более 5 метра, при соблюдении норм действующего законодательства, требованиями [ГОСТ Р 52044-2003](#).

### **Иные рекламные конструкции**

1. Иные конструкции – рекламные конструкции, технические параметры которых не подходят под критерии настоящего Положения.

К иным конструкциям относятся объемные виды реклам, надувные элементы, голограммы, рекламные конструкции в виде отдельных архитектурных элементов, имитация инфраструктурных и архитектурных объектов, инновационные и высокотехнологические конструкции и т.д.

Проекты рекламных конструкций, использующих аэростаты и иные подобные технические средства, должны пройти экспертизу на безопасность, включая ветровую устойчивость с учетом конкретного места установки.

Площадь информационного поля рекламной конструкции с использованием технических средств определяется габаритами нанесенного или проецируемого изображения.