



**АДМИНИСТРАЦИЯ ГОРОДСКОГО ОКРУГА «ГОРОД ЛЕСНОЙ»
ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

27.08.2015

№ 1677

г. Лесной

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

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

ПОСТАНОВЛЯЮ:

1. Утвердить Положение о порядке размещения наружной рекламы (рекламных конструкций) на территории городского округа «Город Лесной» (прилагается).
2. Опубликовать настоящее постановление в печатном средстве массовой информации «Вестник-официальный» и разместить на официальном сайте администрации городского округа «Город Лесной».
3. Контроль исполнения настоящего постановления возлагаю на первого заместителя главы администрации городского округа «Город Лесной» Герасимова О.В.

**Глава администрации
городского округа «Город Лесной»**

Ю.В. Иванов

Приложение к постановлению администрации
городского округа «Город Лесной»
от 27.08. 2015 № 1677

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», 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 юридические и физические лица 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. Действие Положения не распространяется:

1) на политическую рекламу, в том числе предвыборную агитацию и агитацию по вопросам референдума;

2) на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом;

3) на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой;

4) на сообщения органов государственной власти, иных государственных органов, сообщения органов местного самоуправления, сообщения муниципальных органов, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, если такие сообщения не содержат сведений рекламного характера и не являются социальной рекламой;

5) на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера;

б) на объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности;

7) на информацию о товаре, его изготовителе, об импортере или экспортере, размещенную на товаре или его упаковке;

8) на любые элементы оформления товара, помещенные на товаре или его упаковке и не относящиеся к другому товару;

9) на упоминания о товаре, средствах его индивидуализации, об изготовителе или о продавце товара, которые органично интегрированы в произведения науки, литературы или искусства и сами по себе не являются сведениями рекламного характера.

1.4. 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) **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;

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

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

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

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

7) **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;

8) **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;

9) **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;

10) **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;

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

12) **демонтаж** - комплекс организационно-технических работ, связанных с освобождением участков земель, зданий и иных объектов от рекламной конструкции, приведением поверхности зданий и сооружений в первоначальное состояние и восстановлением благоустройства прилегающей территории.

1.5. Требования настоящего Положения в части получения разрешений не распространяются на витрины, киоски, лотки, передвижные пункты торговли, уличные зонтики в случае размещения рекламы непосредственно на указанных объектах (без использования конструкций и приспособлений, предназначенных только для размещения рекламы).

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 Порядком предварительного согласования схем размещения рекламных конструкций и вносимых в них изменений на территории Свердловской области, утвержденным постановлением Правительства Свердловской области от 18.09.2013 № 1137-ПП.

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.

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

3.2. Управление по архитектуре выдачу Разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций 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 19.03.2015 № 509 (далее - Регламент предоставления муниципальной услуги).

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, установленного Регламентом предоставления муниципальной услуги;
- документ, удостоверяющий личность (только 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 такую 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 ч. 15 ст. 19 Федерального 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 настоящей статьи 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;

б) нарушение требований, установленных частями 5.1, 5.6, 5.7 статьи 19 Федерального 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 13.04.2011 № 436.

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 Федерального 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 (п.п. 6 п. 1 ст. 39.33 ЗК РФ).

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 Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (п. 2 ст. 39.36 ЗК РФ).

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

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

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

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

4.1.5. Рекламная конструкция должна предусматривать подсветку рекламно-информационного поля, включение которой осуществляется в соответствии с графиком режима работы уличного освещения. Исключением из этого могут составлять рекламные конструкции, подсветка которых технически затруднена или нецелесообразна (транспаранты-перетяжки; композиции, состоящие из флагов; навесы; наземные панно; маркизы). В случае использования внешних, искусственных источников света, конструкции и крепления светильников необходимо закрывать декоративными элементами.

4.1.6. Рекламные конструкции не должны размещаться в местах, где их установка и эксплуатация может наносить ущерб природному комплексу городского округа «Город Лесной».

4.1.7. Рекламные конструкции не должны создавать помех для прохода пешеходов и механизированной уборки улиц и тротуаров, а также для выкашивания газонов.

4.1.8. Вблизи жилых помещений, не допускается размещение рекламных конструкций, являющихся источниками шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных излучений и полей, а так же с другими нарушениями санитарных норм и правил.

4.1.9. Распространение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается.

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

- отдельно стоящие;
- размещаемые на зданиях, сооружениях, остановочных пунктах движения общественного транспорта и витринах;
- временные;
- с использованием технических средств.

4.3. Виды отдельно стоящих рекламных конструкций:

4.3.1. Щитовые рекламные конструкции - это отдельно стоящие рекламные конструкции, имеющие внешние поверхности и состоящие из фундамента, каркаса и информационного поля.

Щитовые рекламные конструкции, подразделяются по площади информационного поля одной стороны на следующие подвиды:

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

Требования к щитовым рекламным конструкциям:

- допускается установка и эксплуатация щитовых рекламных конструкций с размерами информационного поля одной стороны: 0,8 x 1,1 метра; 1,2 x 1,8; 1,4 x 3 метра; 3,7 x 2,5 метра; 6 x 3 метра; 12 x 3 метра; 12 x 5 метров; 15 x 5 метров;
- щитовые рекламные конструкции выполняются, как правило, с двухсторонним информационным полем;
- щитовые рекламные конструкции, выполненные с одним информационным полем, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону;
- фундаменты отдельно стоящих рекламных конструкций не должны выступать над уровнем земли. В исключительных случаях при градостроительной необходимости, когда заглубление фундамента невозможно, фундаменты отдельно стоящих рекламных конструкций должны быть декоративно оформлены. Проект декоративного оформления согласовывается с Управлением по архитектуре;
- конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т.п.) должны быть закрыты декоративными элементами;
- щитовые рекламные конструкции не должны иметь видимых элементов соединения различных частей конструкций (торцевые поверхности конструкций, крепление осветительной арматуры, соединение с основанием).

4.3.2. Объемно-пространственные рекламные конструкции - это рекламные конструкции, в которых для размещения информации используется, как объем конструкции, так и ее поверхность. Данные рекламные конструкции выполняются по специальным проектам. Площадь информационного поля объемно-пространственных рекламных конструкций определяется расчетным путем.

4.3.3. Композиции, состоящие из флагов - это рекламные конструкции, состоящие из основания, одного или нескольких флагштоков (стоек) и мягких (жестких) полотнищ.

В качестве флагштоков (стоек) могут использоваться опоры столбов освещения, а в качестве оснований одного или нескольких флагштоков (стоек)-здания и сооружения. Площадь информационного поля флага определяется площадью полотнища с двух сторон.

Допускается установка рекламных конструкций, изготовленных в виде навесов. Площадь информационного поля навеса определяется размером одной из его сторон.

4.3.4. Наземные панно - это рекламные конструкции, устанавливаемые на

поверхности земли и состоящие из расположенных и (или) встроенных в земляное покрытие строительных и иных материалов. Рекламные конструкции в виде наземных панно могут устанавливаться на склонах (откосах) трасс, дорог и других местах.

Не допускается размещение наземных панно путем:

- монтажа строительных и иных материалов в поверхность тротуаров и пешеходных дорог;
- нанесения, вкрапления в поверхность автомобильных дорог либо вмонтирование в него строительных материалов, краски, дорожной разметки или внесение в поверхность автомобильных дорог иных изменений.

4.4. Виды рекламных конструкций устанавливаемых на зданиях, сооружениях, остановочных пунктах и витринах:

4.4.1. Крышные установки - это рекламные конструкции (объемные или плоскостные) устанавливаемые полностью или частично выше уровня карниза здания, сооружения или на крыше.

Крышные рекламные конструкции состоят из элементов крепления, несущей части конструкции и информационного поля.

Крышные рекламные конструкции должны иметь систему пожаротушения и должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания.

Крышные рекламные конструкции должны иметь маркировку с указанием (идентификацией) владельца рекламной конструкции, текст шрифта должен обеспечивать прочтение маркировки с земли. Маркировка должна размещаться под информационным полем.

Проекты крышных рекламных конструкций должны пройти экспертизу на безопасность, включая ветровую устойчивость, с учетом конкретного места размещения.

Площадь информационного поля крышной рекламной конструкции определяется расчетным методом.

4.4.2. Настенные панно (баннеры) - это рекламные конструкции, устанавливаемые на плоскости стен зданий и сооружений в виде конструкций, состоящих из элементов крепления, каркаса и информационного поля. Настенные панно выполняются по типовым или специальным проектам.

Для рекламных конструкций настенных панно (баннеров), имеющих элементы крепления, с целью обеспечения безопасности при эксплуатации разрабатываются проекты крепления конструкции.

Площадь информационного поля настенного панно (баннера) определяется габаритами нанесенного изображения.

Настенные панно (баннеры) должны иметь маркировку с указанием (идентификацией) владельца рекламной конструкции, размер шрифта должен обеспечивать его прочтение с земли. Маркировка должна размещаться под информационным полем.

4.4.3. Кронштейны - это двусторонние консольные, плоскостные рекламные конструкции, устанавливаемые на зданиях или сооружениях. Допускается

установка кронштейнов на собственных опорах, мачтах, столбах освещения, опорах контактной сети. Кронштейны должны иметь две стороны и внутреннюю, искусственную подсветку.

Размеры кронштейнов размещаемых на фасадах зданий или сооружений определяются архитектурными особенностями объектов недвижимости и не должны превышать 1,2 х 1,8 метра. Возможность размещения кронштейнов больших размеров определяются Управлением по архитектуре на основании индивидуальных проектов.

В целях безопасности при эксплуатации, кронштейны должны быть установлены на высоте не менее 2,5 метров над газонами и не менее 3 метров над тротуарами и пешеходными зонами. На зданиях кронштейны размещаются на уровне между первым и вторым этажами.

При установке на опоре, кронштейны должны быть ориентированы в сторону, противоположную проезжей части, и иметь маркировку с идентификацией владельца и номера его телефона, шрифт которой, должен обеспечивать прочтение с земли. Установка на опоре более одной рекламной конструкции в виде кронштейна не допускается.

Кронштейны, устанавливаемые на зданиях и сооружениях, в горизонтальном направлении не должны выступать более чем на 1,5 метра от точки крепления по отношению к зданию или сооружению.

Площадь информационного поля рекламной конструкции в виде кронштейна определяется площадью двух его сторон.

4.4.4. Наружная реклама, распространяемая на остановочных пунктах движения общественного транспорта, должна размещаться в плоскости указанных объектов. В случае установки рекламных конструкций на крыше остановочных пунктов движения общественного транспорта применяются требования, предъявляемые к рекламным конструкциям в виде крышных рекламных конструкций (см. п. 4.4.1.).

4.4.5. Транспаранты и перетяжки - это рекламные конструкции, изготовленные из жестких материалов, либо материалов на мягкой основе, состоящие из устройств крепления, натяжения и информационного поля (изображения).

Рекламные конструкции в виде транспарантов и перетяжек подразделяются на подвиды:

- цветовоспроизводящие рекламные конструкции - это рекламные конструкции, которые предусматривают воспроизведение изображений или текста с помощью света, в том числе различных цветов (электронные табло и т.п.);

- неосвещаемые рекламные конструкции.

Цветовоспроизводящие рекламные конструкции в виде транспарантов и перетяжек должны иметь устройство аварийного отключения от сетей электропитания.

Рекламные конструкции в виде транспарантов и перетяжек должны устанавливаться не ниже 5 метров над проезжей частью.

Маркировка с идентификацией владельца и номера его телефона рекламных

конструкций в виде транспарантов и перетяжек, должна быть расположена на устройстве натяжения в непосредственной близости от места крепления, а размер шрифта должен обеспечивать его прочтение с крайней правой полосы движения.

Площадь информационного поля рекламной конструкции в виде транспаранта или перетяжки определяется площадью двух сторон.

4.4.6. Распространение наружной рекламы с помощью установки рекламных конструкций в остекленных частях фасадов зданий, сооружений (далее - витрины).

Витрины делятся на типы:

- ленточного типа - это витрины, обустроенные по периметру фасада здания, сооружения;
- изолированного типа - это витрины изолированные друг от друга простенками зданий, а в некоторых случаях отдельно стоящие;
- полностью сливающиеся с интерьером помещения.

Витрины должны иметь подсветку в темное время суток. Площадь информационного поля рекламной конструкции, установленной в витрине, определяется по габаритам изображений или текстов нанесенных на поверхность такой рекламной конструкции, либо по габаритам объемных рекламных конструкций, размещенных внутри витрины.

В витрине предприятия сферы услуг допускается размещение образцов товарной продукции, а также следующей информации (при условии, что она не содержит торговых марок, наименований, товарных знаков и знаков обслуживания других фирм):

- информация 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.

4.4.7. Маркизы - это рекламные конструкции, установленные в виде козырьков и навесов над витринами, входами или проемами зданий и сооружений. Маркизы состоят из элементов крепления, каркаса и информационного поля, выполненного на мягкой или жесткой основе.

Площадь информационного поля рекламных конструкции в виде маркизов определяется габаритами нанесенного изображения.

4.5. 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.

4.6. К рекламным конструкциям с использованием технических средств относятся: проекционное и иное предназначенное для проекции рекламы на любые поверхности оборудование, воздушные шары, аэростаты и иные технические средства стабильного территориального размещения.

Рекламные конструкции с использованием технических средств состоят из технических средств и информационного поля.

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

Рекламные конструкции с использованием технических средств должны соответствовать техническим требованиям и требованиям безопасности.

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

Раздел 5. Досрочное прекращение действия разрешения на установку рекламной конструкции

5.1. Решение об аннулировании разрешения на установку рекламной конструкции 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 Федерального закона «О рекламе», либо результаты аукциона или конкурса признаны недействительными в соответствии с законодательством Российской Федерации;

6) в случае нарушения требований, установленных частью 9.3 статьи 19 Федерального 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, выданного 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. Решение о выдаче предписания о демонтаже рекламной конструкции, демонтаж рекламной конструкции могут быть обжалованы в суд или арбитражный суд в течение трех месяцев со дня получения соответствующего предписания или со дня демонтажа рекламной конструкции.

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 гражданским законодательством.

7.2. Нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

7.3. Федеральными законами за умышленное нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе могут быть установлены иные меры ответственности.

7.4. Уплата штрафа не освобождает от исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.