Документ предоставлен [КонсультантПлюс](http://www.consultant.ru)

ГОРОДСКОЙ СОВЕТ

ЗАКРЫТОГО АДМИНИСТРАТИВНО-ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО

ОБРАЗОВАНИЯ ЖЕЛЕЗНОГОРСК КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

РЕШЕНИЕ

от 20 марта 2006 г. N 9-56Р

О ПРАВИЛАХ РАЗМЕЩЕНИЯ СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

И ИНФОРМАЦИИ НА ТЕРРИТОРИИ ЗАТО ЖЕЛЕЗНОГОРСК

|  |
| --- |
| Список изменяющих документов(в ред. решения городского Совета ЗАТО Железногорскот 28.09.2006 N 17-95Р,в ред. решений Совета депутатов ЗАТО г. Железногорскот 29.03.2007 N 24-138Р, от 07.05.2008 N 42-280Р,от 23.06.2011 N 16-100Р) |

В соответствии со ст. 14 Федерального закона от 18.07.1995 N 108-ФЗ "О рекламе", Федеральным законом от 6.10.2003 N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", ст. 27 Устава ЗАТО Железногорск Красноярского края, в целях упорядочения размещения средств наружной рекламы и информации, проведения единой муниципальной политики в области рекламы городской Совет решил:

1. Утвердить [Правила](#P36) размещения средств наружной рекламы и информации на территории ЗАТО Железногорск согласно приложению N 1.

2. Утратил силу. - Решение Совета депутатов ЗАТО г. Железногорск от 23.06.2011 N 16-100Р.

3. Утратил силу. - Решение Совета депутатов ЗАТО г. Железногорск от 23.06.2011 N 16-100Р.

4. Контроль над выполнением настоящего решения возложить на председателя комиссии по экономическому развитию и собственности А.В.Кулеша.

5. Настоящее решение вступает в силу через десять дней с момента официального опубликования.

Глава ЗАТО Железногорск

Г.Я.БАХОВЦЕВ

Приложение N 1

к решению городского Совета

ЗАТО Железногорск

от 20 марта 2006 г. N 9-56Р

ПРАВИЛА

РАЗМЕЩЕНИЯ СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

И ИНФОРМАЦИИ НА ТЕРРИТОРИИ ЗАТО ЖЕЛЕЗНОГОРСК

|  |
| --- |
| Список изменяющих документов(в ред. решения городского Совета ЗАТО Железногорскот 28.09.2006 N 17-95Р,в ред. решений Совета депутатов ЗАТО г. Железногорскот 29.03.2007 N 24-138Р, от 07.05.2008 N 42-280Р,от 23.06.2011 N 16-100Р) |

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Правила размещения средств наружной рекламы и информации на территории ЗАТО Железногорск (в дальнейшем - Правила) устанавливают единые для ЗАТО Железногорск порядок и требования к распространению наружной рекламы и информации (установка, размещение и эксплуатация средств наружной рекламы), а также контроль над соблюдением этих требований.

1.2. Настоящие Правила разработаны на основании Федерального закона "О рекламе", Градостроительного кодекса РФ, Земельного кодекса РФ, Постановления Госстандарта России от 22 апреля 2003 г. N 124-ст и иных нормативно-правовых актов Российской Федерации, определяющих требования к распространению наружной рекламы, к средствам наружной рекламы и контролю над их установкой и размещением и эксплуатацией.

1.3. Установленный Правилами порядок размещения средств наружной рекламы и информации распространяется на всю территорию ЗАТО Железногорск независимо от ведомственной принадлежности или формы собственности зданий, сооружений, объектов или земельных участков, на которых размещаются средства наружной рекламы.

1.4. Размещение средств наружной рекламы и информации на территории ЗАТО Железногорск разрешается юридическим и физическим лицам, соблюдающим Федеральный закон "О рекламе" и настоящие Правила.

1.5. Действие Правил распространяется на все юридические лица независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности, а также на физические лица, принимающие участие в деятельности по размещению и эксплуатации средств наружной рекламы и распространению наружной рекламы в ЗАТО Железногорск.

1.6. Распространение наружной рекламы в ЗАТО Железногорск допускается при наличии разрешения, выданного Администрацией ЗАТО г. Железногорск в порядке, установленном настоящими Правилами.

(в ред. решения Совета депутатов ЗАТО г. Железногорск от 23.06.2011 N 16-100Р)

2. СРЕДСТВА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

2.1. Средства наружной рекламы.

К средствам наружной рекламы (далее - рекламоносителям) относятся носители рекламных сообщений, размещаемые на территории ЗАТО Железногорск. Типы средств наружной рекламы различаются по форме, объему и месту расположения.

2.1.1. Типы средств наружной рекламы:

- крышные установки - объемные или плоскостные установки, расположенные полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше;

- отдельно стоящие щитовые установки - двусторонние или односторонние (плоскостные или объемные) конструкции, устанавливаемые на газонах, грунте, асфальте;

- брандмауэрные панно - конструкции, размещаемые на стенах зданий и сооружений;

- щитовые установки, размещаемые на временных или постоянных ограждениях;

- установки в виде объемно-пространственных конструкций;

- рекламные конструкции, устанавливаемые на мачтах-опорах городского освещения, на отдельно стоящих стойках;

(в ред. решения городского Совета ЗАТО Железногорск от 28.09.2006 N 17-95Р)

- транспаранты - перетяжки через улицу, выполняемые на мягкой основе;

- щитовые конструкции над дорогой, на мостах;

- конструкции для размещения рекламных сообщений, устанавливаемые в витринах предприятий сферы услуг, содержащие информацию не по профилю данного предприятия;

- конструкции, устанавливаемые на остановочных павильонах общественного транспорта и на павильонах подземных переходов;

- проекционные установки для воспроизведения рекламных сообщений на плоскостях стен;

- рекламные конструкции, устанавливаемые на фасадах зданий с информацией, направленной на привлечение интереса к объекту рекламирования, продвижения его на рынке;

(в ред. решения городского Совета ЗАТО Железногорск от 28.09.2006 N 17-95Р)

- рекламные конструкции на предприятиях потребительского рынка и услуг и других организациях по обслуживанию населения, предназначенные для размещения информации или товарных знаков, не относящихся непосредственно к данному предприятию (не предусмотренных Законом Российской Федерации "О защите прав потребителей");

(в ред. решения городского Совета ЗАТО Железногорск от 28.09.2006 N 17-95Р)

- торговые павильоны, киоски, витрины, оформленные с использованием логотипов, фирменных наименований, торговых марок, в т.ч. путем нанесения самоклеящихся пленок, размещения полиграфических плакатов, стендов и иных элементов рекламы;

- флаги фирм и другие конструкции с использованием изображений на мягкой основе, в т.ч. солнцезащитные зонты;

- нетрадиционные средства рекламы (воздушные шары, аэростаты, скамейки и др.) с рекламными надписями, в том числе нанесение изображений непосредственно на стены зданий, сооружений.

2.3. Средства наружной рекламы и информации, не указанные в настоящих Правилах, могут быть разрешены к размещению после проведения экспертизы проектов соответствующими органами, осуществляющими управление и контроль над распространением наружной рекламы на территории ЗАТО Железногорск, в установленном настоящими Правилами порядке.

3. СРЕДСТВА ИНФОРМАЦИИ

К средствам информации относятся носители, имеющие функциональное, информативное предназначение и используемые для декоративного оформления учреждений, организаций, предприятий и средств потребительского рынка и услуг на территории ЗАТО Железногорск.

3.1. Средства информации на предприятиях, учреждениях и организациях и объектах потребительского рынка и услуг:

(в ред. решения городского Совета ЗАТО Железногорск от 28.09.2006 N 17-95Р)

- вывески, указатели, кронштейны, маркизы и таблички, устанавливаемые над помещениями, находящимися в собственности или аренде предприятий сферы услуг и прочих организаций и содержащие информацию, определенную Законом Российской Федерации "О защите прав потребителей", - о профиле предприятия, его собственном названии, если оно есть, форме организации деятельности и режиме работы. Наличие прочей текстовой информации рассматривается как реклама;

(в ред. решения городского Совета ЗАТО Железногорск от 28.09.2006 N 17-95Р)

- учрежденческие доски;

- средства информации в витринах, содержащие сведения по профилю предприятия, учреждения, а также выставление в витринах натуральных образцов (или муляжей, в т.ч. увеличенных) предлагаемой к продаже продукции;

- временные выносные средства информации.

4. СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

(в ред. решения городского Совета ЗАТО Железногорск

от 28.09.2006 N 17-95Р)

4.1. К социальной рекламе относится 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.

4.2. Распространение социальной рекламы осуществляется в соответствии с Федеральным законом "О рекламе".

5. ОРГАНЫ УПРАВЛЕНИЯ И КОНТРОЛЯ

(в ред. решения Совета депутатов ЗАТО г. Железногорск

от 23.06.2011 N 16-100Р)

5.1. Совет по рекламе ЗАТО Железногорск осуществляет комплексное решение вопросов о возможности размещения рекламных конструкций, о возможности размещения социальной рекламы, формирует подход к визуальному восприятию и сохранению исторической среды на территории ЗАТО Железногорск.

Положение о Совете по рекламе ЗАТО Железногорск и его состав утверждается постановлением Администрации ЗАТО г. Железногорск.

5.2. Администрация ЗАТО г. Железногорск:

- заключает договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, а также, если иное не установлено законодательством, на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, за исключением договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, в случае, если указанное недвижимое имущество закреплено за другим лицом на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве;

- определяет порядок выдачи разрешений на установку рекламных конструкций или отказа в выдаче разрешений на установку рекламных конструкций в случаях, предусмотренных действующим законодательством;

- аннулирует разрешения на установку рекламных конструкций в случаях, предусмотренных действующим законодательством;

- определяет порядок демонтажа самовольно установленных рекламных конструкций и осуществляет демонтаж самовольно установленных рекламных конструкций и рекламных конструкций, установленных с нарушением требований действующего законодательства;

- утверждает схемы размещения рекламных конструкций.

5.3. Управление градостроительства Администрации ЗАТО г. Железногорск:

- разрабатывает схемы размещения рекламных конструкций на территории ЗАТО Железногорск;

- участвует в разработке концепции праздничного оформления ЗАТО Железногорск;

- осуществляет прием и рассмотрение заявлений о выдаче разрешений на установку рекламных конструкций, проверку указанных в них сведений, согласование с уполномоченными органами;

- согласовывает соответствие рекламных конструкций внешнему архитектурному облику сложившейся застройки;

- определяет преимущественное положение лиц в сфере распространения наружной рекламы на территории ЗАТО Железногорск;

- осуществляет подготовку разрешений на установку рекламных конструкций или отказа в выдаче разрешений на установку рекламных конструкций;

- ведет реестр рекламных мест на территории ЗАТО Железногорск;

- осуществляет мероприятия по выявлению фактов нарушения требований действующего законодательства в сфере наружной рекламы;

- уведомляет уполномоченные органы в случае выявления нарушений требований законодательства в сфере наружной рекламы с целью привлечения правонарушителей к ответственности и пресечения правонарушения;

- осуществляет сбор, подготовку материалов в антимонопольный орган, в суды, арбитражные суды и иные органы и организации в связи с нарушением порядка установки и (или) эксплуатации рекламных конструкций, распространения наружной рекламы;

- подготавливает и направляет юридическим и физическим лицам предписания о демонтаже самовольно установленных рекламных конструкций.

5.4. Комитет по управлению муниципальным имуществом Администрации ЗАТО г. Железногорск с соблюдением требований, установленных статьей 19 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", дает согласие на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, в случае если указанное недвижимое имущество закреплено за другим лицом на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве.

5.5. Бухгалтерия Администрации ЗАТО г. Железногорск осуществляет контроль за внесением государственной пошлины за выдачу разрешения на установку рекламной конструкции.

5.6. Управление городского хозяйства Администрации ЗАТО г. Железногорск:

- организует работу по праздничному оформлению ЗАТО Железногорск;

осуществляет контроль за техническим состоянием рекламных конструкций, принадлежащих муниципальному образованию ЗАТО Железногорск.

5.7. Управление внутренних дел МВД России по г. Железногорску Красноярского края осуществляет согласование, необходимое для принятия решения о выдаче или об отказе в выдаче разрешения на установку рекламной конструкции, в части соответствия размещения рекламных конструкций требованиям нормативных актов по безопасности движения транспорта.

6. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ТЕРРИТОРИАЛЬНОМУ

РАЗМЕЩЕНИЮ И ЭКСПЛУАТАЦИИ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

(в ред. решения Совета депутатов ЗАТО г. Железногорск

от 23.06.2011 N 16-100Р)

6.1. Установка рекламной конструкции допускается при наличии:

- разрешения на установку рекламной конструкции, выдаваемого на основании заявления собственника или иного законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции в порядке, установленном Администрацией ЗАТО г. Железногорск.

6.2. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, а также, если иное не установлено законодательством, на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, за исключением договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, в случае, если указанное недвижимое имущество закреплено за другим лицом на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве, осуществляется на основе торгов в форме аукциона, проводимых Администрацией ЗАТО г. Железногорск или уполномоченными организациями в соответствии с законодательством Российской Федерации. Порядок проведения торгов в форме аукциона устанавливается постановлением Администрации ЗАТО г. Железногорск.

6.3. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, а также, если иное не установлено законодательством, на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, за исключением договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, в случае, если указанное недвижимое имущество закреплено за другим лицом на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве, заключается отдельно на каждое место установки рекламных конструкций.

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

6.5. Установка рекламной конструкции в заявленном месте должна соответствовать Генеральному плану ЗАТО Железногорск.

6.6. При установке и эксплуатации рекламной конструкции не должны нарушаться внешний архитектурный облик сложившейся застройки ЗАТО Железногорск, а также требования законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании.

6.7. Места установки рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, а также, если иное не установлено законодательством, на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, за исключением договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, в случае, если указанное недвижимое имущество закреплено за другим лицом на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве, определяются в схемах размещения рекламных конструкций.

6.8. Рекламная конструкция должна иметь маркировку с указанием рекламораспространителя и номера его телефона.

6.9. Владелец рекламной конструкции в соответствии с законодательством несет ответственность за соблюдение правил безопасности при монтаже и эксплуатации рекламной конструкции, отвечает за техническое состояние и внешний вид рекламной конструкции.

7. ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К ОТДЕЛЬНЫМ

ВИДАМ СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ

7.1. Крышные установки.

Установки, как правило, выполняются с применением газосветных и волоконно-оптических элементов или с внутренним подсветом, в виде электронных табло и др. Размещение крышных установок требует предварительной экспертизы технических служб. Возможность размещения определяется отдельно по каждому конкретному месту. Заявки на размещение крышной установки принимаются только при наличии эскизного проекта, выполненного для конкретного заказчика.

7.2. Отдельно стоящие щитовые установки.

Отдельно стоящие щитовые установки могут быть выполнены в двухстороннем и одностороннем вариантах. Односторонний вариант щитовой установки разрешается к размещению при условии наличия следующих обстоятельств:

- если вторая сторона щита закрыта для просмотра (стеной строения, зеленым насаждением и т.п.);

- на участках трассы или улиц с односторонним движением при отсутствии пешеходных зон.

Щитовые установки, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону.

Не допускается размещение отдельно стоящих щитовых конструкций на территории, предоставленной для строительства.

Щитовые установки вблизи жилых домов, как правило, устанавливаются перпендикулярно той стороне здания, где они располагаются.

При размещении щитовых установок вблизи жилых домов и общественных зданий и сооружений предусматривается расстояние для проезда пожарных машин. Расстояние от края щита конструкции до стены здания, сооружения должно составлять 5-10 метров в зависимости от этажности здания.

Возможность размещения конструкции и размеры установок определяются отдельно по каждому конкретному месту или согласно утвержденному и согласованному плану размещения рекламных установок на конкретном участке городской территории.

Абзац исключен. - Решение городского Совета ЗАТО Железногорск от 28.09.2006 N 17-95Р.

7.3. Брандмауэрные панно.

Наряду с конструкциями, выполненными по индивидуальным проектам, учитывающим архитектурные особенности зданий и сооружений, возможно применение типовых настенных щитов стандартных размеров (3x6 м; 3x4 м; 3x5 м) со сменными изображениями. Возможность размещения определяется отдельно по каждому конкретному месту.

7.4. Щитовые рекламные конструкции, размещаемые на временных и постоянных ограждениях (в т.ч. строительных площадках).

Необходимым условием для размещения установок указанного типа является архитектурное единство рекламоносителя и ограждения, обеспечивающее цельность восприятия сооружения. Все рекламные конструкции, размещенные на временном ограждении, должны быть одной высоты.

В качестве информационного оформления строительных площадок должны применяться графические изображения строящегося объекта с краткой его характеристикой, с указанием автора или авторского коллектива, разработавшего проект, сроков начала и окончания строительства, а также организации, ведущей строительство, и фамилии ответственного руководителя стройки с номером его телефона.

В качестве дополнительного оформления могут быть использованы графические изображения или фотодокументы исторического прошлого места, на котором проводится строительство.

Информационные щиты должны быть установлены со стороны основной улицы или площади и иметь хороший обзор.

На ограждениях, выходящих на улицы и площади, как в центральной части, так и на основных магистралях города, может размещаться художественное оформление, реклама (при наличии рекламодателя), социальный плакат и другая информация.

Ограждения и их конструкции должны быть окрашены красками, устойчивыми к неблагоприятным погодным условиям, а при повторном использовании ограждений они должны быть отремонтированы и окрашены заново.

Ограждения, на которых устанавливается рекламная конструкция, должны быть рассчитаны на ветровую нагрузку. Крепление рекламных конструкций и других элементов оформления производится с учетом конструктивных особенностей ограждения.

Рекламное, информационное и художественное оформление может быть размещено на строительных ограждениях отдельными блоками, щитами, мягким оформлением или сплошной лентой на высоте не менее 0,3 м от земли. Высота щитов не должна превышать несущих элементов ограждений более чем на 1/2 их высоты.

7.5. Установки в виде объемно-пространственных конструкций.

Выполняются, как правило, по индивидуальным проектам, исходя из архитектурных и градостроительных особенностей территорий.

Предназначены для размещения на них рекламных или иных плакатов, используются в пешеходных зонах улиц и площадей, на территориях парков, на разделительных полосах магистралей.

К конструкциям, располагаемым непосредственно в пешеходной зоне, к их техническому и эстетическому уровню предъявляются повышенные требования: плакаты рекомендуется защищать стеклом или прозрачной пленкой. Установки должны иметь внутренний или внешний подсвет.

7.6. Кронштейны.

Устанавливаются на мачтах-опорах освещения и на отдельных стойках. Кронштейны, устанавливаемые на мачтах-опорах, должны располагаться на высоте 4 м от поверхности земли до нижнего края кронштейна.

Устанавливаются следующие типовые размеры кронштейнов, размещаемых на опорах освещения:

- для центральных улиц города: 1 x 1 м и 1,2 x 0,8 м (в вертикальном исполнении);

- для узких улиц, переулков: 0,7 x 1 м (в вертикальном исполнении).

Не допускается размещение на одной мачте-опоре более одного кронштейна. В случае, если оборотная сторона кронштейна временно не используется, рекламораспространитель обязан заполнить ее городской символикой или социальным плакатом. Не допускается эксплуатация кронштейнов без изображения.

Расстояние между кронштейнами, расположенными на одной стороне улицы, для одного направления движения, должно быть, как правило, не менее 50 м.

7.7. Транспаранты-перетяжки через улицы выполняются на мягкой основе (ткань, пленка и т.п.) с использованием стойких красителей и должны иметь прочные крепления. Транспаранты-перетяжки над проезжей частью улиц не должны располагаться ниже 5 м, при этом расстояние между ними должно быть, как правило, не менее 200 м.

7.8. Флаги фирм с их символикой могут быть вывешены постоянно. Возможность установки флагштоков, других нещитовых конструкций с использованием изображений на мягкой основе, в т.ч. солнцезащитных зонтов, определяется в каждом конкретном случае. Установка палаток, солнцезащитных зонтов и других нещитовых конструкций с использованием изображений товарных знаков предприятий производителей не требует согласования при наличии разрешения на право торговли в месте установки таких конструкций.

7.9. Щитовые конструкции над проезжей частью дорог должны соответствовать требованиям органов ГИБДД.

7.10. Рекламные средства, устанавливаемые в витринах, не по профилю предприятия, а также рекламирующие один вид товара более 3 месяцев (для неспециализированных торговых точек), должны быть выполнены на высоком техническом и эстетическом уровне и гармонировать с профильным оформлением. Аналогичные требования предъявляются к торговым павильонам, киоскам, витринам, оформленным с использованием логотипов, фирменных наименований, торговых марок, в т.ч. путем нанесения самоклеящихся пленок, размещения полиграфических плакатов, стендов и иных элементов рекламы. В случае использования различными торговыми предприятиями идентичных изображений, предоставленных производителем товара (услуги), рекламодатель должен получить разрешение на размещение типовых средств рекламы, предоставив необходимую документацию и перечень торговых предприятий, где предполагается разместить типовые средства рекламы (в этом случае непосредственно предприятия не участвуют в процедуре согласования и выдачи разрешений на размещение средств рекламы).

7.11. Конструкции, устанавливаемые на остановочных павильонах общественного транспорта, выполняются, как правило, с внутренним подсветом и должны гармонировать с архитектурным обликом павильона.

7.12. Проекционные установки для воспроизведения рекламных сообщений на плоскости стен не должны ослеплять водителей транспортных средств, технические характеристики оборудования должны соответствовать санитарным нормам.

7.13. Кронштейны-указатели должны быть выполнены в двустороннем объемном варианте, как правило, иметь внутренний подсвет и площадь, не превышающую 1,5 кв. м.

Использование табличек и стрелок-указателей на фасадах зданий запрещается.

7.14. Конструкции, устанавливаемые на фасаде предприятий потребительского рынка и услуг и других организаций с изображением товарных знаков или дополнительной информации, не предусмотренной Законом Российской Федерации "О защите прав потребителей", относятся к средствам рекламы и должны соответствовать требованиям, предъявляемым к рекламным конструкциям.

(п. 7.14 в ред. решения городского Совета ЗАТО Железногорск от 28.09.2006 N 17-95Р)

7.15. Нетрадиционные виды средств рекламы.

Воздушные шары, аэростаты и т.д. Как правило, представляют собой временное оформление, размещаемое на период проведения различных мероприятий.

Возможность нанесения рекламных изображений непосредственно на стены зданий, сооружений определяется в каждом конкретном случае.

8. ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К РАЗМЕЩЕНИЮ

СРЕДСТВ ИНФОРМАЦИИ НА ОБЪЕКТАХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

И УСЛУГ И ДРУГИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ, УЧРЕЖДЕНИЯХ, ОРГАНИЗАЦИЯХ

8.1. Вывески, кронштейны, маркизы и таблички, устанавливаемые над помещениями предприятий сферы услуг и прочих организаций.

Вывески, кронштейны, маркизы и таблички по индивидуальным и типовым проектам с привязкой к конкретным архитектурным средствам, в том числе по цвету и объемам, требуют обязательной регистрации в едином городском реестре средств рекламы и информации.

Все виды вывесок и кронштейнов размещаются непосредственно над помещением, занимаемым предприятием. Вывески могут быть выполнены в виде плоскостных элементов, крышных установок и в виде кронштейнов. Художественно-информационное оформление предприятий сферы услуг и других организаций может быть выполнено с применением всех вышеперечисленных средств информации.

На фасадной вывеске и (или) кронштейне должны быть тексты, раскрывающие профиль предприятия и его собственное наименование.

На табличках, остеклении входных дверей или в витринах указываются форма организационной деятельности предприятия, режим его работы и юридический адрес.

Наличие прочей текстовой информации рассматривается как реклама.

Запрещается использование в текстах вывесок сокращений и аббревиатур.

Запрещается использовать товарные знаки, логотипы и знаки обслуживания в текстах вывесок и кронштейнов без соответствующих разрешений их владельцев.

Абзац исключен. - Решение городского Совета ЗАТО Железногорск от 28.09.2006 N 17-95Р.

8.1.1. Вывески.

Вывеска должна располагаться на фасаде предприятия, где расположена витрина и (или вход) между оконными проемами или витринами первого этажа и оконными проемами второго этажа. Вывеска не должна выступать выше уровня низа оконных проемов второго этажа. Вывеска не должна выступать более 0,5 метра от плоскости стены.

Вывеска должна быть выполнена в едином стиле с архитектурным обликом здания и сочетаться с другими вывесками.

Вывески должны быть, как правило, подсвечены в вечернее время индивидуальными внутренними или внешними источниками света.

Допускается изготовление вывесок в виде крышных и других установок.

8.1.2. Кронштейны.

Кронштейн должен размещаться на одном уровне с вывеской предприятия. Не должен иметь мигающих источников света.

Не допускается более одного кронштейна, перпендикулярного вывеске, если длина фасада предприятия, для которого предназначены кронштейн или вывеска, менее 20 м. Если длина фасада предприятия превышает 20 м, разрешается устанавливать дополнительные кронштейны (по одному на каждые 10 метров длины фасада).

Нижний край кронштейна не должен находиться ниже 2,5 м от земли.

Кронштейн не должен полностью или частично располагаться выше уровня нижнего края оконных проемов второго этажа.

Толщина кронштейна должна быть не менее 5 см и не более 20 см.

8.1.3. Маркизы.

Выполняются в виде козырьков и навесов на мягкой или жесткой основе и размещаются над витринами и входами в предприятия, устанавливаются для размещения текстовой информации и декоративного оформления.

8.1.4. Информационные таблички.

Каждое предприятие должно иметь информационную табличку, одну или несколько (по количеству входов в предприятие) для населения. На табличке должна быть указана информация о работе предприятия, в том числе:

- полное зарегистрированное (юридическое) название предприятия;

- режим работы данного предприятия;

- дополнительная информация (в случае необходимости).

Информационные таблички должны размещаться рядом со входом в предприятие либо непосредственно на двери входа. Таблички должны размещаться на такой высоте и в таком месте, чтобы их хорошо видели посетители.

Таблички могут быть заменены на надписи на стекле витрины, входной двери и др. Минимальная высота букв на табличках и надписях не должна быть меньше 2 см.

Не требуют регистрации и маркировки.

8.2. Учрежденческие доски размещаются при входе в различные организации. Как правило, выполняются из долговечных материалов. Площадь досок не должна превышать 1,5 кв. м.

Не требуют регистрации и маркировки.

8.3. Товары или носители информации, выставленные в витринах, должны, как правило, представлять профиль данного предприятия или соответствовать его фирменному названию. Информация о товарах по основному профилю предприятия должна быть доминирующей по количеству и объему (более 60%). В качестве информации рассматриваются сведения, установленные настоящими Правилами, и натуральные образцы (или муляжи, в т.ч. увеличенные) предлагаемой к продаже продукции.

Другая информация рассматривается как реклама.

В витринах предприятий рекомендуется размещать праздничную информацию, приуроченную к общегосударственным или городским праздникам, мероприятиям. Не требуют регистрации и маркировки.

8.4. Временные выносные средства информации выносятся в пешеходную зону только в часы работы предприятия и должны отражать профиль данного предприятия. Площадь объекта выносной информации не должна превышать 2 кв. м для одной стороны. Объект выносной информации должен располагаться на тротуаре или газоне в пределах 2-4 м от входа в предприятие и не мешать пешеходам.

Выносной объект информации не должен иметь собственного подсвета. Запрещается установка на фасадах зданий щитов или панелей с ассортиментом товаров или услуг.

Запрещается размещение выносных средств информации на проезжей части дороги. Не требуют регистрации и маркировки.

9. ЭКСПЛУАТАЦИЯ СРЕДСТВ РЕКЛАМЫ

И ИНФОРМАЦИОННО-ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОФОРМЛЕНИЯ

9.1. Предприятие, организация, учреждение (далее - организация), на чье имя были зарегистрированы рекламный объект и (или) информационно-художественное оформление, осуществляет эксплуатацию и поддерживает его в исправном состоянии с соблюдением норм техники безопасности. Организация несет ответственность за любые нарушения правил безопасности и возникшие в связи с этим неисправности и аварийные ситуации.

9.2. Организация не имеет права самостоятельно, без разрешения уполномоченного органа, вносить дополнения или изменения в утвержденную конструкцию объекта наружной рекламы.

9.3. Организация обязана, уведомив уполномоченный орган, осуществить демонтаж в течение месяца в случае прекращения эксплуатации объекта наружной рекламы, а также устранить все дефекты, возникшие в связи с его эксплуатацией.

(п. 9.3 в ред. решения городского Совета ЗАТО Железногорск от 28.09.2006 N 17-95Р)

9.4. Организация обязана выполнять все предписания уполномоченного органа, связанные с необходимостью устранения недостатков в техническом состоянии и внешнем виде объекта наружной рекламы, а также по досрочному его демонтажу (демонтаж производится в течение месяца).

(п. 9.4 в ред. решения городского Совета ЗАТО Железногорск от 28.09.2006 N 17-95Р)

10. ТРЕБОВАНИЯ ПО БЕЗОПАСНОСТИ МОНТАЖА

И ОБСЛУЖИВАНИЯ СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ

10.1. Средства наружной рекламы и информации должны быть обеспечены проектной документацией, согласованной с уполномоченным органом.

10.2. Монтажно-строительные и электромонтажные работы, обслуживание средств наружной рекламы и информации необходимо выполнять в полном соответствии с проектной документацией, с Правилами устройства электроустановок, Правилами технической эксплуатации электроустановок потребителей и Правилами техники безопасности при эксплуатации электроустановок потребителей, строительными нормами и правилами. При этом нарушенное при установке рекламоносителя дорожное покрытие, газон или живой напочвенный покров должны быть восстановлены рекламораспространителем (или за его счет соответствующими городскими службами) в том виде, каким он был до установки средства рекламы, с использованием аналогичных материалов и технологий.

10.3. Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т.п.) должны быть закрыты декоративными элементами. Не допускается повреждение сооружений при креплении к ним средств размещения рекламы, а также снижение их прочности и устойчивости.

10.4. При внутреннем или наружном освещении рекламы осветительные приборы и устройства должны быть установлены таким образом, чтобы исключить прямое попадание световых лучей на проезжую часть. Крепление осветительных приборов и устройств должно обеспечивать их надежное соединение с опорной частью конструкции и выдерживать нормативные ветровую, снеговую и вибрационную нагрузки. Включение и выключение подсветки рекламы должно быть проведено одновременно с включением и выключением наружного освещения.

10.5. В случае прекращения по любым основаниям права размещения средства наружной рекламы и информации рекламораспространитель обязан, предварительно уведомив уполномоченный орган, в 10-дневный срок произвести его демонтаж и восстановить место размещения рекламного средства в первоначальном виде за счет собственных средств.

11. ТРЕБОВАНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ ПРИ

РАЗМЕЩЕНИИ СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ

11.1. Средства наружной рекламы размещают с учетом проекта организации движения и расположения технических средств организации дорожного движения.

11.2. Яркость элементов изображения наружной рекламы при внутреннем и внешнем освещении не должна превышать фотометрические характеристики дорожных знаков.

11.3. Запрещается распространение рекламы, затрудняющей оценку реальной дорожно-транспортной обстановки и имеющей сходство (по внешнему виду, изображению или звуковому эффекту) с техническими средствами организации дорожного движения и специальными сигналами, а также создающей впечатление нахождения на дороге пешеходов, транспортных средств или какого-либо объекта.

11.4. Средства наружной рекламы и информации не должны:

- ограничивать видимость технических средств организации дорожного движения или мешать их восприятию участниками движения;

- вызывать ослепление участников движения светом, в том числе отраженным;

- издавать звуки, которые могут быть услышаны в пределах автомобильной дороги лицами с нормальным слухом;

- при расположении на пролетных строениях инженерных сооружений уменьшать их габариты.

Реклама должна располагаться таким образом, чтобы для ее восприятия пешеходы не были вынуждены выходить на проезжую часть улиц и дорог.

11.5. Не допускается, как правило, использование рекламного изображения, включающего в себя движущиеся элементы, в случае, если вся рекламная информация не появляется целиком в одно время и тем самым увеличивается время ее прочтения участниками дорожного движения.

11.6. При размещении средств наружной рекламы учитываются удобство содержания автомобильных дорог и улиц, возможность внедрения средств регулирования организации дорожного движения и их эксплуатации. Стойки рекламных средств могут быть изготовлены из различных материалов, обеспечивающих высокий уровень безопасности при наездах и достаточную устойчивость при ветровой нагрузке и эксплуатации.

11.7. Запрещается размещение рекламы путем нанесения либо вкрапления с использованием строительных материалов, краски, дорожной разметки и т.п. в поверхность автомобильных дорог и улиц.

12. ТРЕБОВАНИЯ К РАЗМЕЩЕНИЮ СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ

РЕКЛАМЫ В ПАРКАХ И МАССИВАХ ЗЕЛЕНЫХ НАСАЖДЕНИЙ

12.1. Рекламные конструкции разрешается размещать только на газонах, если размещение средств наружной рекламы не приведет к удалению древесно-кустарниковых растений.

12.2. Основания рекламных конструкций должны обязательно заглубляться на уровень существующей поверхности газона. Выносные рекламные конструкции разрешается устанавливать без заглубления.

12.3. Восстановление газона или живого напочвенного покрова в зоне размещения средств наружной рекламы после их установки организация-владелец должна осуществлять силами специализированных организаций в удобные агротехнические сроки (конец апреля - октябрь).

12.4. Не допускается размещение рекламных конструкций:

- на существующих цветниках;

- рекламных щитов большого формата (6 x 3 м; 4 x 5 м) - на территориях благоустроенных скверов, бульваров, парка, если они закрывают существующие древесно-кустарниковые насаждения;

- если монтаж или крепление средств наружной рекламы и информации повреждает деревья и кустарники.

13. ТРЕБОВАНИЯ К РАЗМЕЩЕНИЮ СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ

РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ НА ОПОРАХ ОСВЕЩЕНИЯ

13.1. При размещении средств наружной рекламы на световых опорах необходимо руководствоваться требованиями Правил устройства электроустановок. Размещение средств наружной рекламы на осветительных опорах может быть произведено только после предоставления проекта на установку, а их подключение - при наличии резерва мощности.

13.2. Средства наружной рекламы, подключаемые к электросети, должны соответствовать требованиям Правил устройства электроустановок. Их эксплуатация должна проводиться в соответствии с Правилами эксплуатации электроустановок потребителей, Правилами техники безопасности при эксплуатации электроустановок. Рекламные установки должны быть оборудованы аппаратами автоматической защиты от коротких замыканий и перегрузки.

13.3. В соответствии с действующими Правилами владелец должен иметь подготовленный и аттестованный персонал для обслуживания электроустановок или предъявить договор с организацией, которая может выполнять такие работы.

14. ПОРЯДОК ВЫДАЧИ РАЗРЕШЕНИЙ НА

УСТАНОВКУ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

(в ред. решения Совета депутатов ЗАТО г. Железногорск

от 23.06.2011 N 16-100Р)

14.1. Порядок выдачи разрешений на установку рекламных конструкций утверждается постановлением Администрации ЗАТО г. Железногорск.

15. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ ПРАВИЛ РАЗМЕЩЕНИЯ

И ЭКСПЛУАТАЦИИ СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ

15.1. Лица, виновные в нарушении требований, установленных настоящими Правилами, привлекаются к ответственности в соответствии с действующим законодательством.

15.2. В случае размещения и эксплуатации средств наружной рекламы и информации с нарушением требований, установленных настоящими Правилами, уполномоченный орган принимает решение об аннулировании разрешения на их размещение.

15.3. Средства наружной рекламы и информации, установленные без соответствующего разрешения, а также разрешение на размещение которых аннулировано, подлежат демонтажу по предписанию уполномоченного органа силами владельца рекламоносителя или силами Управления городского хозяйства с последующим возмещением владельцем понесенных Управлением городского хозяйства затрат.

16. ПЕРЕХОДНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

(введена решением Совета депутатов ЗАТО г. Железногорск

от 23.06.2011 N 16-100Р)

16.1. Места установки рекламных конструкций, установленных на основании разрешений Управления градостроительства Администрации ЗАТО г. Железногорск на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, дальнейшая эксплуатация которых не нарушает требования действующего законодательства, настоящих Правил подлежат включению в схемы размещения рекламных конструкций.