



МУНИЦИПАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ «КОТЛАССКИЙ МУНИЦИПАЛЬНЫЙ РАЙОН»

АДМИНИСТРАЦИЯ

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

от 19 мая 2014 года

№ 656

Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования «Котласский муниципальный район»

Руководствуясь пунктом 5.8. части 5 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», **п о с т а н о в л я ю:**

1. Утвердить прилагаемую схему размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования «Котласский муниципальный район».

2. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на заместителя главы администрации по инфраструктурному развитию, начальника Управления имуществом-хозяйственного комплекса Хабарова Е.В.


3. Настоящее постановление вступает в силу со дня официального опубликования в газете «Двинская Правда» и подлежит размещению на официальном сайте муниципального образования «Котласский муниципальный район» в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Глава администрации



Е.В. Чецкая

Согласовано:
Руководитель агентства
архитектуры и градостроительства
Архангельской области


Д.С. Яскорский
« 09 » апреля 2014 г.



Утверждена
постановлением главы
администрации МО «Котласский
муниципальный район»

от « 19 » мая 2014 г. № 656

**СХЕМА РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ НА
ТЕРРИТОРИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КОТЛАССКИЙ МУНИЦИПАЛЬНЫЙ РАЙОН»**

Содержание:

1. Общие положения.....	3
2. Термины и понятия.....	3
3. Типы и виды рекламных конструкций, допускаемых для размещения на территории муниципального образования «Котласский муниципальный район».....	4
4. Требования к размещению рекламных конструкций.....	4
5. Ограничения по размещению рекламных конструкций.....	4
6. Переходные положения.....	5
7. Приложение А.....	6
8. Приложение Б.....	7
9. Приложение В.....	8
10. Приложение Г.....	9

1. Общие положения.

Настоящая Схема размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования «Котласский муниципальный район» (далее – Схема) разработана с учётом требований Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», а также других нормативных актов Российской Федерации и Архангельской области.

Предметом разработки Схемы является определение мест размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах.

Схема соответствует документам территориального планирования Котласского муниципального района и обеспечивает соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки населенных пунктов, градостроительных норм, а также требований безопасности.

Схема обязательна для размещения рекламных конструкций на любых земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Архангельской области или муниципальной собственности.

2. Термины и понятия.

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.

Рекламные конструкции – щиты, стенды, перетяжки, электронные табло, воздушные шары, аэростаты и иные технические средства стабильного территориального размещения, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктах движения общественного транспорта, используемые с целью распространения рекламы.

Стационарные рекламные конструкции – конструкции прочно связанные с землей, зданиями, строениями и сооружениями (т.е. с объектами недвижимого имущества), и не предназначенные для перемещения.

Одним из видов стационарных рекламных конструкций являются **щитовые установки** – отдельно стоящие на земле объекты наружной рекламы, имеющие внешние поверхности для размещения информации и состоящие из фундамента, стойки, каркаса и информационного поля. По площади информационного поля одной стороны щитовые установки подразделяются на следующие виды: малого формата (до 4,5 кв. м включительно); среднего формата (от 4,5 до 10 кв. м включительно); большого формата (более 10 и до 18 кв. м включительно); сверхбольшого формата (более 18 кв. м).

Билборд – щитовая установка, визуальная поверхность которой является статичной (реклама закреплена на щите) бывают односторонние, двух

сторонние, и трехсторонние (угловые, когда в конструкцию объединяются три поверхности, устанавливаемые треугольником), четырехсторонние.

3. Типы и виды рекламных конструкций, допускаемых для размещения на территории муниципального образования «Котласский муниципальный район».

Настоящей Схемой предусмотрено размещение рекламных конструкций типа «Билборд» двухсторонний и односторонний сверхбольшого формата (19,84 кв. м) нормальной высоты () вне границ населённых пунктов на земельных участках независимо от форм собственности вдоль автодорог регионального значения за пределами полосы отвода данных дорог.

4. Требования к размещению рекламных конструкций:

- минимальное расстояние между отдельно стоящими рекламными конструкциями, расположенными в одном направлении (на одной стороне автодороги) и предназначенными для обзора с одного направления в зависимости устанавливаются в размере 150 м;
- необходимость размещения рекламных конструкций одного типоразмерного ряда по одной оси;
- упорядоченное размещение рекламных конструкций относительно основных архитектурно-планировочных элементов и относительно друг друга;
- координация рекламных плоскостей рекламных конструкций в соответствии с планировочными осями;
- рациональная группировка и рассредоточение рекламных конструкций на основе пространственного ритма, принципа парности, единства вида;
- установка рекламных конструкций в пределах зоны видимости, сохраняющих между собой стилистическое единство.

5. Ограничения по размещению рекламных конструкций:

- 1) недопустимость размещения рекламных конструкций (всех видов) на культовых зданиях;
- 2) недопустимость размещения рекламных конструкций в непосредственной близости от:
 - храмовых сооружений;
 - мест общегородских захоронений;
 - мемориальных комплексов и объектов;
 - объектов культурного наследия федерального, областного и муниципального значения;
- 3) недопустимость размещения рекламных конструкций на деревьях;
- 4) недопустимость размещения рекламных конструкций на стационарных оградах архитектурных ансамблей, парков, скверов, за исключением случаев, когда место размещения рекламы предусмотрено проектом такой ограды;
- 5) ограничения обязательного характера, предусмотренные

законодательством Российской Федерации;

6) ограничения на размещение рекламных конструкций на объектах культурного наследия, предусмотренные законодательством об объектах культурного наследия;

7) недопустимость размещения рекламных конструкций, при котором допускается перекрытие перспективы улиц (проспектов), обзора объектов культурного наследия, культовых зданий.

6. Переходные положения.

1) Рекламные конструкции, установленные на основании разрешения до вступления в силу Схемы, и не соответствующие требованиям вступившей в силу Схемы эксплуатируются до окончания срока действия договора на установку этих рекламных конструкций. По окончании срока действия договора данные рекламные конструкции должны быть демонтированы в течение одного месяца со дня окончания срока действия договора, если договором не определен иной срок демонтажа. Продление договоров на размещение таких рекламных конструкций не допускается.

2) Рекламные конструкции, установленные на основании разрешения до вступления в силу Схемы, и не нарушающие требований вступившей в силу Схемы, должны быть приведены, в случае необходимости, в соответствие с типоразмерным рядом, предусмотренным Схемой в течение одного месяца со дня окончания срока действия договора на установку этих рекламных конструкций. Договор на размещение таких рекламных конструкций может быть продлен.

3) Рекламные конструкции, срок действия разрешения и договора на установку и эксплуатацию которых истек, подлежат демонтажу, в случае их несоответствия требованиям Схемы, только после вступления Схемы в силу.

4) Демонтаж самовольно установленных рекламных конструкций, а также с истекшим сроком договора на установку и эксплуатацию осуществляется в соответствии с правилами, установленными статьей 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» и статьей 222 Гражданского кодекса Российской Федерации.