

УТВЕРЖДЕНА

Постановлением администрации

Лебяжского района

от 18.05.2015 № 173

ГЕНЕРАЛЬНАЯ СХЕМА

Размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования "Лебяжский муниципальный район"

на период с 2014 по 2020 годы

Статья 1. Цели настоящей Генеральной схемы размещения рекламных конструкций

1. Настоящая Генеральная схема размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования "Лебяжский муниципальный район" (далее - Схема) устанавливает необходимые требования по обеспечению благоприятной визуально-рекламной городской среды для граждан, имущества физических или юридических лиц, государственного или муниципального имущества при размещении, эксплуатации и утилизации рекламных конструкций на территории муниципального образования "Лебяжский муниципальный район". Определяет соответствие размещения наружной рекламы архитектурному облику сложившейся застройки.

Статья 2. Сфера применения Схемы

1. Настоящая Схема регулирует отношения, возникающие при распространении наружной рекламы с использованием щитов, стенов, перетяжек, электронных табло и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), эксплуатации, техническом обслуживании, модернизации и оценке соответствия размещения рекламных конструкций.

2. Настоящая Схема распространяется на рекламные конструкции, расположенные на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений и сооружений или вне их, а также на остановочных пунктах движения общественного транспорта, являющиеся рекламными конструкциями стабильного территориального размещения.

3. Настоящая Схема устанавливает обязательные для применения и исполнения требования к объектам и субъектам визуально-рекламного регулирования, указанным в настоящей Схеме.

4. Содержащиеся в настоящей Схеме обязательные требования к объектам и субъектам визуально-рекламного регулирования являются исчерпывающими, имеют прямое действие на всей территории муниципального образования "Лебяжский муниципальный район" и могут быть изменены только путем внесения изменений и дополнений в настоящую Схему.

5. Настоящая Схема основана на принципах:

- унификации дизайна и мест стабильного размещения рекламных конструкций;
- комплексного размещения рекламных конструкций;
- сохранения и обогащения архитектурного облика района.

Статья 3. Объекты и субъекты визуально-рекламного регулирования

1. Объектами визуально-рекламного регулирования настоящей Схемы являются рекламные конструкции вне зависимости от страны изготовления, а также процессы размещения, монтажа, эксплуатации и модернизации рекламных конструкций, а также процессы оценки рекламных конструкций.

2. Субъектами визуально-рекламного регулирования настоящей Схемы являются органы местного самоуправления, уполномоченные органы и лица, участвующие в процессах размещения и утилизации рекламных конструкций, а также в процессах оценки состояния рекламных конструкций.

Статья 4. Основные понятия

Для целей настоящей Схемы используются следующие основные понятия:

1. Наружная реклама (по тексту допустимо - рекламные конструкции) - щитовые конструкции, стенды, тумбы, панели-кронштейны, настенные панно, перетяжки, электронные табло, проекционные, лазерные и иные технические средства, конструкции с элементами ориентирующей информации, информирующие о маршрутах движения и находящихся на них объектах, арки, порталы, рамы с рекламной информацией и иные технические средства стабильного территориального размещения, функционально предназначенные для размещения на них рекламной информации, в том числе на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений и сооружений.

2. Рекламная поверхность - поверхность рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы.

3. Ответственный за эксплуатацию - лицо, эксплуатирующее рекламную конструкцию и несущее ответственность за выполнение требований эксплуатационной документации, а также требований технической безопасности при эксплуатации рекламных конструкций.

4. Эксплуатация - стадия жизненного цикла рекламной конструкции, на которой осуществляется использование рекламной конструкции по назначению, ее техническое обслуживание, наладка, модернизация и ремонт.

5. Срок службы рекламной конструкции - установленный проектной документацией период, в течение которого рекламная конструкция может эксплуатироваться.

Статья 5. Виды рекламных конструкций

1. По месту расположения рекламные конструкции подразделяются на следующие типы:

- отдельно стоящие рекламные конструкции - стационарные наземные рекламные конструкции на собственных опорах;
- рекламные конструкции, располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений и сооружений, остановочных пунктов движения общественного транспорта;
- рекламные конструкции, располагаемые на столбах освещения, опорах контактной сети.

2. По площади рекламного поля отдельно стоящие рекламные конструкции подразделяются на следующие категории:

- малогабаритные рекламные конструкции с площадью одного рекламного поля (стороны) менее 6 кв. м;
- крупногабаритные рекламные конструкции с площадью одного рекламного поля (стороны) от 6 кв. м до 18 кв. м включительно;

3. По высоте размещения рекламного поля отдельно стоящие рекламные конструкции подразделяются на следующие категории:

- рекламные конструкции малой высоты - верхний край рекламного поля расположен на высоте не более 4,5 м от поверхности размещения;
- рекламные конструкции нормальной высоты - верхний край рекламного поля расположен на высоте от 4,5 до 7 м от поверхности размещения;
- рекламные конструкции увеличенной высоты - верхний край рекламного поля расположен на высоте более 7 м от поверхности размещения.

4. Под элементами уличной мебели, совмещенными с рекламными конструкциями, понимаются павильоны ожидания городского пассажирского

транспорта, указатели остановок городского пассажирского транспорта, уличные скамьи, урны для мусора, уличные часы, таксофонные кабины, терминалы, элементы ограждения пешеходного движения, оснащенные рекламными панелями площадью не более 2,5 кв. м, при условии, что площадь рекламного поля (стороны) не превышает двух третей площади всего информационного поля (стороны) элемента уличной мебели (в случае наличия на элементе уличной мебели одновременно с рекламным полем (стороной) также поля (стороны) для размещения иной информации).

5. Под рекламными конструкциями индивидуальных проектов понимаются отдельно стоящие рекламные конструкции, одновременно отвечающие следующим требованиям:

- рекламная конструкция имеет формат, отличный от форматов, перечисленных в пунктах Схемы;
- рекламные конструкции, установленные в непосредственной близости от предприятия и связанные с ним единым архитектурно-пространственным решением;
- рекламные конструкции предназначены исключительно для информирования о месте нахождения конкретного предприятия и/или оказываемых им услугах (виде деятельности).

6. Под информационными щитами, стендами, тумбами понимаются соответственно рекламные конструкции, удовлетворяющие одновременно следующим условиям:

- щит, стенд, тумба принадлежат предприятиям, учреждениям, организациям;
- щит, стенд, тумба используются для размещения информации, освещающей наиболее важные районные проекты, связанные с различными сферами деятельности, значимыми событиями, праздничным оформлением;
- размещение на щите, стенде, тумбе вышеуказанной информации осуществляется на основании разрешений администрации района;
- работы по изготовлению и установке щита, стенда, тумбы финансируются за счет средств предприятий, учреждений, организаций либо за счет бюджета.

Статья 6. Требования к размещению вновь устанавливаемых отдельно стоящих рекламных конструкций на территории Лебяжского района.

1. Унификация видов рекламных конструкций, мест и приемов их размещения с учетом характерных типов средовых ситуаций (угол, перекресток, квартал, транспортная развязка и т.п.).

2. Упорядоченное размещение рекламных конструкций относительно основных архитектурно-планировочных элементов и относительно друг друга.
3. Координация рекламных плоскостей рекламных конструкций в соответствии с планировочными осями.
4. Рациональная группировка и рассредоточение рекламных конструкций на основе пространственного ритма, принципа парности, единства вида, соподчиненности рекламоносителей различных видов и форматов.
5. Основными местами размещения наземных рекламных конструкций являются:
 - для малогабаритных рекламных конструкций - газоны обочин дорог, пешеходные зоны;
 - для крупногабаритных рекламных конструкций - газон, разделительные, полосы у обочин шоссежных дорог;
6. Отдельно стоящие рекламные конструкции (за исключением рекламных конструкций индивидуальных проектов, элементов уличной мебели, совмещенных с рекламными конструкциями, а также конструкций, используемых исключительно для размещения городской некоммерческой информации, и городских информационных щитов, стендов, тумб) должны иметь размеры рекламных полей (сторон) в соответствии с таблицей 1, перетяжек - с таблицей 2.

Таблица 1

Ширина рекламного поля (стороны), м	0,8	0,9	1,2	1,4	2,4	3,6	3,0	6,0	12,0	12,0
Высота рекламного поля, м	1,2	1,6	1,8	3,0	1,8	2,6	1,8	3,0	3,0	5,0

7. На одной улице (площади) устанавливаются рекламные конструкции, сохраняющие между собой стилистическое единство.
8. Минимальные расстояния между отдельно стоящими рекламными конструкциями, расположенными в одном направлении (на одной стороне проезда, улицы, на одном разделительном газоне) и предназначенными для обзора с одного направления, не могут быть менее чем:
 - для рекламных конструкций среднего и крупногабаритного формата малой/нормальной/увеличенной высоты - 80/100/150 метров;
 - для рекламных конструкций малогабаритного формата малой/нормальной/увеличенной высоты - 30/40/50 метров.

9. Расстояние между двумя рекламными конструкциями разного формата в одном направлении движения не может быть менее расстояния, предусмотренного для рекламной конструкции меньшего формата.

10. Средства наружной рекламы или отдельных их частей не должны размещаться:

- сбоку от дороги:

вне населенных пунктов на расстоянии ближе 10 м от бровки земляного полотна дороги и нижний край рекламного щита или крепящих его конструкций - на высоте не менее 2 м от уровня покрытия проезжей части автомобильной дороги;

в населенных пунктах на расстоянии ближе 5 м от бровки земляного полотна дороги (бордюрного камня) и нижний край рекламного щита или крепящих его конструкций - на высоте не менее 4,5 м от уровня покрытия проезжей части автомобильной дороги или улицы;

- путем нанесения ее краской на дорожных сооружениях, деревьях, камнях или других природных объектах, а также на павильонах автобусных остановок;

- на аварийно опасных участках дорожно-уличной сети (местах концентрации дорожно-транспортных происшествий);

- на железнодорожных переездах и в тоннелях, а также на расстоянии от них не менее 350 м вне населенных пунктов и 50 м в населенных пунктах;

- ближе 25 м от остановок общественного транспорта;

- на участках автомобильных дорог вне населенных пунктов с минимальным расстоянием видимости 350 м, а в населенных пунктах - 150 м;

- ближе 150 м от пешеходных переходов и перекрестков на дорогах вне населенных пунктов;

- на участках автомобильных дорог вне населенных пунктов с радиусом кривой в плане менее 1200 м, в населенных пунктах на участках дорог и улиц с радиусом кривой в плане менее 600 м;

- в одном сечении с дорожными знаками;

- вблизи пересечений в пределах треугольников видимости «транспорт-транспорт» и «транспорт-пешеход», определяемых в соответствии с действующими государственными стандартами и нормативными актами.

11. Удаление рекламного устройства от линий электропередач осветительной сети должно быть не менее 1 м.

7. Требования к проектной документации

10. Размещение элементов уличной мебели, совмещенных с рекламными конструкциями, рекламных конструкций с рекламной плоскостью, расположенной вдоль направления движения транспорта, рекламных конструкций, расположенных по разные стороны проезжих частей улиц, рекламных конструкций, используемых исключительно для размещения городской некоммерческой информации, а также городских информационных щитов, стендов, тумб допускается без соблюдения требований, установленных в пунктах настоящей Схемы, по согласованию с управлениями администрации района.

11. Рекламные конструкции, размещаемые на конструктивных элементах зданий и сооружений, не могут нарушать архитектурный и художественный облик здания, сооружения, создавать помехи для очистки кровель от снега и льда.

Во избежание искажения целостности восприятия архитектуры зданий запрещается установка и эксплуатация на главных фасадах зданий крупноформатных щитовых и баннерных рекламных конструкций рекламы и информации, закрывающих значительную часть фасада здания, остекление витрин и окон, архитектурные детали и декоративное оформление. Предпочтение отдается рекламным конструкциям со сменным рекламно-информационным полем или светодинамическим конструкциям.

Статья 7. Ограничение по размещению рекламных конструкций

Не допускается установка рекламных конструкций:

- на памятниках истории и культуры и на территории их охранных зон, храмах, территориях, прилегающих к ним;
- на объектах капитального строительства, имеющих историко-архитектурную ценность;
- на территории кладбищ, за исключением случаев размещения на них рекламы ритуальных услуг и при условии, что площадь информационного поля рекламной конструкции не превышает 6 (шести) кв. м;
- в парках и скверах, а также на их ограждениях, за исключением установки временных рекламных конструкций на период проведения на их территории

разовых, краткосрочных, централизованных мероприятий;

Статья 8. Переходные положения

1. Требования к территориальному размещению рекламных конструкций распространяются на рекламные конструкции, размещенные до вступления в силу настоящей Схемы.

2. Рекламные конструкции, размещенные с нарушением территориального размещения, нормативных расстояний, или конструкции, находящиеся в ненадлежащем состоянии, должны быть демонтированы в течение трех лет с момента вступления в силу настоящей Схемы.

Рекламные конструкции, размещенные с нарушением требований настоящей Схемы, должны быть приведены в соответствие с типоразмерным рядом согласно требованиям Схемы по окончании срока договоров, заключенных до вступления в силу Генеральной схемы.

3. При проведении модернизации или изменении территориального размещения рекламных конструкций, произведенных и размещенных до вступления в силу настоящей Схемы, должны соблюдаться требования настоящей Схемы.