

Приложение
к решению Думы города Иркутска
от 31.03.2023 № 007 - 20 - 050645/3

«Приложение
к решению Думы города Иркутска
от 3 июня 2013 года №
005-20-470795/3

ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДА ИРКУТСКА

Глава 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Правила размещения наружной рекламы на территории города Иркутска (далее – Правила) разработаны на основании Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), Федерального закона от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Федерального закона от 1 июня 2005 года № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации», Федерального закона от 25 июня 2002 года № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации», постановления администрации Иркутской области от 12 сентября 2008 года № 254-па «Об утверждении границ зон охраны объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, расположенных на территории города Иркутска, режимов использования земель и градостроительных регламентов в границах данных зон», муниципальных правовых актов города Иркутска.

2. Правила устанавливают единые для города Иркутска порядок и требования к размещению наружной рекламы, установке, эксплуатации рекламных конструкций и контролю за соблюдением этих требований.

3. Правила приняты в целях формирования благоприятной архитектурной и информационной городской среды, сохранения историко-градостроительного облика, упорядочения мест для установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Иркутске, эффективного использования имущества города Иркутска в целях размещения наружной рекламы.

4. Настоящие Правила обязательны для всех юридических лиц независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности, а также для физических лиц и индивидуальных предпринимателей при установке и эксплуатации рекламных конструкций.

5. Настоящие Правила не распространяются на:

- 1) вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера;
- 2) объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности;
- 3) конструкции с городской информацией:
технические средства организации дорожного движения (за исключением

информационно-сервисных знаков индивидуального проектирования);

информационные указатели ориентирования в городе: названия улиц, номера зданий, расписание движения пассажирского транспорта, схемы и карты ориентирования в городе, не содержащие коммерческой рекламы и размещаемые соответствующими городскими службами;

конструкции с информацией о проведении строительных, дорожных, аварийных и других видов работ, распространяемой в целях безопасности и информирования населения;

конструкции с информацией об объектах городской инфраструктуры: районах, микрорайонах, архитектурных ансамблях, садово-парковых комплексах;

конструкции с праздничным некоммерческим оформлением города, различного рода декоративные элементы (мягкое стяговое оформление, флаговые композиции, гирлянды и др.) без использования названий, наименований и/или иных средств индивидуализации организаций и знаков обслуживания других юридических и/или физических лиц;

конструкции с информацией о проведении социально значимых мероприятий (перепись населения, выборы, субботник и т.п.);

конструкции с информацией об официальных мероприятиях (визиты международных и российских делегаций, конференции, форумы и т.п.);

конструкции с информацией предприятий общественного питания, предназначенной для ознакомления потребителя об оказываемых услугах (меню, прейскуранты, условия обслуживания и т.д.), без использования наименований и/или иных средств индивидуализации организаций и знаков обслуживания других юридических и/или физических лиц;

4) конструкции с информацией учреждений культуры, образования и здравоохранения городского, областного и федерального подчинения по профилю их деятельности, в том числе информацию о репертуарах театров и кинотеатров (театральные и киноафиши), если она не содержит торговых марок, наименований, товарных знаков и знаков обслуживания других юридических и/или физических лиц;

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

Глава 2. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В ПРАВИЛАХ

6. Реклама – информация, размещенная 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.

7. Рекламные конструкции в рамках настоящих Правил в соответствии с требованиями Закона о рекламе – щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, воздушные шары, аэростаты, 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 на остановочных пунктах движения общественного транспорта и на других объектах городской инфраструктуры, установленные на территории города Иркутска в целях размещения наружной рекламы.

8. Наружная реклама – реклама, размещаемая на территории города Иркутска с использованием рекламных конструкций.

Размещение рекламы без использования рекламных конструкций не допускается. Реклама, размещенная на территории города Иркутска без использования рекламных конструкций, подлежит удалению в порядке, установленном муниципальным правовым актом города Иркутска.

9. Социальная реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

10. Рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

11. Место установки рекламной конструкции – место, на котором предполагается установить или установлена и эксплуатируется рекламная конструкция (фасад или стена здания, строения, сооружения, земельный участок, участок улично-дорожной сети и др.).

12. Самовольно размещенная рекламная конструкция – рекламная конструкция, установленная и (или) эксплуатируемая без разрешения, срок действия которого не истек.

13. Постановочный эскиз – документ, содержащий фрагмент (фотографию) территориального размещения рекламной конструкции, схематический план местности с указанием места под установку рекламной конструкции. В случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции необходимо использование фасадов зданий, постановочный эскиз рекламной конструкции должен быть изготовлен в соответствии с паспортом фасадов здания (при наличии), к которому предполагается присоединение рекламной конструкции.

14. Информационное поле рекламной конструкции – конструктивная часть рекламной конструкции, предназначенная для размещения рекламы и (или) социальной рекламы, включая элементы обрамления данной части.

15. Границы зон охраны объектов культурного наследия – территория города Иркутска, в границах которой действует ограничение по размещению рекламы, определенная в соответствии с постановлением администрации Иркутской области от 12 сентября 2008 года № 254-па «Об утверждении границ зон охраны объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, расположенных на территории города Иркутска, режимов использования земель и градостроительных регламентов в границах данных зон».

16. Внешний архитектурный облик сложившейся застройки города Иркутска:

совокупность визуально воспринимаемых градостроительных особенностей планировочной организации территории и особенностей архитектурного облика, расположенных в ее пределах зданий, строений, сооружений, элементов благоустройства и природного ландшафта;

особенности фасадов объектов капитального строительства, на которых или вблизи которых располагается рекламная конструкция (стилевая и композиционная целостность, ритм элементов и частей фасада, наличие деталей и членений, светоцветовое и декоративно-художественное решение, визуальное восприятие, соразмерность и пропорциональность соотношения элементов фасада, баланс открытых и закрытых поверхностей (проемов и простенков);

окружающая градостроительная среда при приоритетном и визуальном восприятии объектов культурного наследия, культовых объектов, достопримечательностей, ценных и выразительных объектов, панорам, перспектив, а также сложившаяся планировочная структура территории.

Глава 3. РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ

17. Установка рекламных конструкций в городе Иркутске осуществляется в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций на территории города Иркутска на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Иркутской области или муниципальной собственности города Иркутска, утверждаемой в порядке, предусмотренном пунктом 5.8 статьи 19 Закона о рекламе (далее – схема размещения рекламных конструкций).

18. 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. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется в соответствии с нормами Закона о рекламе и гражданского законодательства.

19. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Иркутска, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, осуществляется по результатам торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых комитетом по экономике и стратегическому планированию администрации города Иркутска в порядке, установленном муниципальным правовым актом города Иркутска.

20. Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Иркутска, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, проводятся в форме аукциона или конкурса в порядке, установленном муниципальным правовым актом города Иркутска, после утверждения схемы размещения рекламных конструкций, только в отношении рекламных конструкций, указанных в данной схеме.

21. Установка рекламных конструкций в городе Иркутске допускается при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций (далее – разрешение), выданного в порядке, установленном административным регламентом предоставления муниципальной услуги «Принятие решений о выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций»,

утвержденном постановлении администрации города Иркутска от 26 декабря 2011 года № 031-06-3007/11.

22. Установка рекламных конструкций не влечет за собой возникновение прав на земельные участки, на которых они расположены, и не требует оформления разрешительной документации на право пользования землей, кроме документов, указанных в настоящих Правилах.

23. В договоре на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Иркутска, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, предусматривается обязанность рекламораспространителей по размещению социальной рекламы в соответствии с нормами Закона о рекламе.

24. В случае необходимости размещения социальной рекламы администрация города Иркутска в лице комитета по экономике и стратегическому планированию администрации города Иркутска направляет в адрес рекламораспространителей соответствующее письмо, оформленное на бланке администрации города Иркутска за подписью заместителя мэра - председателя комитета по экономике и стратегическому планированию администрации города Иркутска.

25. Рекламные конструкции могут быть:

1) длительного периода размещения – рекламные конструкции характеризуются постоянным местом размещения и сроком размещения от 5 до 10 лет;

2) временными – рекламные конструкции, срок размещения которых обусловлен их 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.

26. Рекламные конструкции длительного периода размещения подразделяются на следующие виды:

1) отдельно стоящие рекламные конструкции;

2) рекламные конструкции, присоединяемые к объектам капитального строительства (зданиям, строениям, сооружениям);

3) рекламные конструкции, присоединяемые к объектам городской инфраструктуры;

4) уникальные (нестандартные) рекламные конструкции.

27. Отдельно стоящие рекламные конструкции - рекламные конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения информации и состоящие из фундамента, каркаса, стойки и информационного поля, могут быть следующих типов:

1) отдельно стоящие рекламные конструкции большого формата с размером информационного поля:

2,0 х 3,0 м, 2,7 х 3,7 м (ситиборд);

3,0 х 6,0 м (билборд);

3,0 х 12,0 м, 3,0 х 18,0 м, 4,0 х 12,0 м, 5,0 х 12,0 м, 5,0 х 15,0 м (суперсайт).

Отдельно стоящие рекламные конструкции большого формата могут быть со статическим информационным полем (щитовые) и динамически меняющимся

информационным полем (скроллер – смена изображения достигается путем передвижения роллерного дисплея, призматрон - смена изображения достигается путем одновременного поворота параллельно установленных призм), а также в виде отдельно стоящих электронных экранов (экраны, дисплеи, мониторы, табло – отдельно стоящие рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения).

Размер информационного поля электронного экрана определяется габаритами светоизлучающей поверхности. Установка отдельно стоящего электронного экрана в виде «бегущей строки» на территории города Иркутска запрещена.

Допускается сочетание в одной двусторонней или трёхсторонней отдельно стоящей рекламной конструкции большого формата различных типов информационных полей (статического, динамического или электронного);

2) отдельно стоящие рекламные конструкции малого формата:

ситилайт – многосторонняя конструкция с размером одного информационного поля не более 1,2 x 1,8 м;

пилон – двусторонняя конструкции с размером одного информационного поля не более 1,2 x 1,8 м;

пилларс – трехсторонняя конструкции с размером одного информационного поля не более 1,5 x 3,0 м;

3) афишные щиты – отдельно стоящие рекламные конструкции, предназначенные преимущественно для размещения рекламы о репертуарах театров, кинотеатров, спортивных и иных массовых мероприятиях, событиях общественного, культурного развлекательного, спортивно-оздоровительного характера, которые подразделяются на:

афишные стенды – с размером одного информационного поля не более 1,3 x 3,0 м;

рекламные тумбы – с размером одного информационного поля не более 1,8 x 3,0 м;

афишные тумбы круглые - отдельно стоящие рекламные конструкции с размером информационного поля не более 1,4 м (диаметр) x 2,5 м (высота).

На одной улице должны устанавливаться афишные щиты, сохраняющие между собой стилистическое единство;

4) стелы – отдельно стоящие рекламные конструкции в индивидуальном исполнении, в которых для размещения рекламы может использоваться как объем конструкции, так и ее поверхность.

Площадь информационного поля стел определяется расчетным путем.

Не допускается использование стел под размещение сменной информации, за исключением стел автозаправочных станций.

Стелы автозаправочных станций (далее – АЗС) – отдельно стоящие рекламные конструкции, размещенные за границами территории АЗС и предназначенные для размещения сменной информации с указанием ассортимента и цен на отпускаемые нефтепродукты.

28. Рекламные конструкции, присоединяемые к объектам капитального строительства (зданиям, строениям, сооружениям):

1) рекламные крышные конструкции – различного рода объемные конструкции, размещаемые на крыше.

Рекламные крышные конструкции не должны нарушать архитектурного решения кровли и фасада здания.

Высота рекламных крышных конструкций должна быть:

не более 0,80 м для 1 – 2-этажных зданий;

не более 1,20 м для 3 – 5-этажных зданий;

не более 1,80 м для 6 – 9-этажных зданий;

не более 2,20 м для 10 – 15-этажных зданий;

не более 3 м – для зданий, имеющих 16 и более этажей.

Рекламные крышные конструкции в виде отдельных букв и логотипов должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Не допускается:

размещение рекламных крышных конструкций, изготовленных в виде плоскостных панелей с внутренним и внешним подсветом;

размещение нескольких рекламных крышных конструкций на одном здании;

2) электронные экраны (экраны, дисплеи, мониторы, табло, медиафасады, в том числе «бегущая строка») – рекламные конструкции, размещаемые на поверхности стен зданий, строений, сооружений, предназначенные для воспроизведения изображения.

Размер информационного поля электронного экрана определяется габаритами светоизлучающей поверхности.

Размер электронного экрана определяется индивидуально в зависимости от архитектуры здания, строения, сооружения на основании согласованного проекта рекламной конструкции.

Размещение электронного экрана в виде «бегущей строки» на зданиях, строениях, сооружениях, находящихся в границах исторического поселения города Иркутска, не допускается, в остальной части города допустимо размещение в специально отведенных местах на фасаде, предусмотренных архитектурными особенностями здания. Площадь электронного экрана в виде «бегущей строки» не должна превышать 0,6 кв. м;

3) рекламные конструкции в подземных переходах – рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах над входом в подземные переходы.

Размер информационного поля рекламной конструкции в подземном переходе должен быть не более 1,4 x 3,9 м;

4) маркизы – рекламные конструкции, выполненные в виде козырьков и навесов с нанесенной на них рекламной информацией и размещенные над витринами, входами или проемами зданий и сооружений.

Маркизы располагаются в проемах витрин, над входом и сочетают функции солнцезащитных устройств и рекламоносителей.

29. Рекламные конструкции, присоединяемые к объектам городской инфраструктуры:

1) рекламные конструкции на остановочных павильонах – рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах павильонов ожидания общественного транспорта.

Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на остановочном павильоне составляет 1,2 x 1,8 м или 1 x 3 м.

2) уличная мебель с рекламой (скамейки, урны и т.д.) – размещение эмблемы, логотипа, надписи и иных знаков индивидуализации компаний-спонсоров, монтируемые на конструктивных элементах уличной мебели. Максимальный размер информационного поля 0,3 x 0,3 м;

3) панель-кронштейн – двухсторонняя плоскостная или объемно-пространственная рекламная конструкция малого формата с размером информационного поля 0,8 x 1,2 м, 1,2 x 1,8 м, устанавливаемая на опорах городского освещения, опорах контактной сети или на зданиях, строениях, сооружениях.

Расстояние между панель-кронштейнами, расположенными на одной стороне улицы, должно быть не менее 30 м.

Панель-кронштейн, устанавливаемый на опорах городского освещения, опорах контактной сети, должен быть ориентирован в сторону тротуаров либо вдоль тротуаров. Панель-кронштейны, прикрепленные к опорам, расположенным вдоль проезжей части или пешеходной зоны по одной стороне улицы (в пределах от перекрестка до перекрестка), должны иметь одинаковые размеры, одинаковый угол разворота и располагаться на одинаковом расстоянии от поверхности земли.

Не допускается размещение на одной опоре более одного панель-кронштейна.

При установке панель-кронштейнов на опорах контактной сети муниципального электротранспорта запрещается использовать элементы самой контактной сети и перекрывать доступ к ним.

Расстояние от поверхности земли до нижнего края панель-кронштейна, прикрепленного к опоре, должно быть не менее 4,5 метра.

Расстояние от поверхности тротуара, пешеходной зоны, газона вне проезжей части до нижнего края панель-кронштейна должно быть не менее 2,5 метра.

Панель-кронштейны, прикрепляемые к фасадам зданий, строений, сооружений, не должны выступать более чем на 1,5 м от точки крепления к стене и оснащаться механизмом, периодически заменяющим одно стационарное изображение другим;

4) указатели с рекламой – рекламные конструкции малого формата, на одной опоре которых одновременно размещается указатель наименования улицы или направления движения и реклама.

Установка указателей с рекламой может производиться на опорах городского освещения, а также на самостоятельных опорах.

Максимальный размер указателя с рекламной информацией не должен превышать 1,2 x 1,8 м. Расстояние от поверхности земли до нижнего края указателя с рекламой должно быть не менее 4,5 метра.

30. Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции – рекламные конструкции, имеющие формат, отличный от форматов, определенных настоящими Правилами:

1) проекционные установки - рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения в объеме или на земле, на плоскостях стен.

2) воздушные шары, аэростаты.

Площадь информационного поля уникальных рекламных конструкций определяется расчетным путем. На уникальные рекламные конструкции распространяются все требования, предъявляемые к отдельно стоящим

рекламным конструкциям большого формата.

31. Временные рекламные конструкции могут быть следующих видов:

1) рекламные конструкции с использованием строительных ограждений и строительных сеток - рекламные конструкции, ограждающие объекты строительства, используемые для временного размещения рекламной информации, сезонные наземные панно.

Размещение наружной рекламы на строительных ограждениях и/или строительных сетках производится при проведении строительных работ на внешней стороне (фасаде) здания.

На время проведения строительных, реставрационных работ в исторической части города Иркутска и в границах территории, прилегающей к объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, а также на основных магистралях города рекомендуется размещение на строительных ограждениях и/или строительных сетках рекламы и фасадов реконструируемых зданий, видов города Иркутска и его окрестностей (панорам), а также городской информации и социальной рекламы.

2) наземные панно – рекламные конструкции, размещаемые на поверхности земли, асфальта или тротуарной плитки. Материалы, применяемые для наземных панно, не должны нарушать целостность покрытия тротуаров.

Не допускается исполнение наземного панно путем нанесения на поверхность асфальта или тротуарной плитки аэрографического рисунка краской.

3) флаговые композиции – рекламные конструкции, состоящие из основания, одного или нескольких флагштоков (стоек) и мягких полотнищ, на которые нанесена реклама.

Флаговые композиции могут устанавливаться на опоре освещения, на опоре контактной сети, на мостах, виадуках и эстакадах, на зданиях, строениях, сооружениях.

Площадь одной стороны информационного поля флага не может быть более 2,5 кв. м.

Общая площадь информационного поля рекламной конструкции одного флага определяется площадью его полотнищ.

Глава 4. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РАЗМЕЩЕНИЮ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

32. Установка и эксплуатация рекламных конструкций должна соответствовать требованиям Закона о рекламе, Федерального закона от 25 июня 2002 года № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации», Градостроительного кодекса Российской Федерации, Жилищного кодекса Российской Федерации, требованиям, установленным ГОСТ Р 52044-2003 «Государственный стандарт Российской Федерации. Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения», принятым и введенным в действие постановлением Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 22 апреля 2003 года № 124-ст и другим

нормативным правовым и иным актам, регулирующим установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

33. Рекламные конструкции должны использоваться исключительно в целях размещения рекламы, социальной рекламы.

34. Установка рекламных конструкций должна соответствовать требованиям:

1) размещения без ущерба композиции, стилистике, отделке, декоративному убранству фасада, эстетическим качествам городской среды;

2) согласованности размещения нескольких рекламных конструкций в пределах фасада независимо от принадлежности объектов;

3) соответствия условиям восприятия (визуальная доступность, читаемость информации);

4) приоритету мемориальных объектов (мемориальных и памятных досок, знаков и т.п.);

5) безопасности для людей;

6) безопасности для физического состояния архитектурных объектов;

7) удобства эксплуатации и ремонта.

35. Проектирование, изготовление, монтаж, эксплуатация и утилизация рекламных конструкций и их частей должны соответствовать установленным в Российской Федерации требованиям качества и безопасности, предъявляемым к продукции, согласно:

1) техническим регламентам и условиям, строительным нормам и правилам (СНиП);

2) правилам устройства электроустановок (ПУЭ);

3) правилам технической эксплуатации электроустановок потребителей (ПТЭЭП);

4) правилам по охране труда при эксплуатации электроустановок (приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 15 декабря 2020 года № 903н «Об утверждении Правил по охране труда при эксплуатации электроустановок»);

5) пожарной безопасности зданий и сооружений;

6) национальным стандартам ГОСТ Р;

7) другим нормативным актам, содержащим требования для конструкций данного типа.

36. Рекламная конструкция может быть установлена только при наличии проекта рекламной конструкции.

Проект рекламной конструкции разрабатывается индивидуально для каждой рекламной конструкции с целью обеспечения безопасности при установке, монтаже и эксплуатации рекламной конструкции. Проект рекламной конструкции в обязательном порядке должен содержать проект крепления рекламной конструкции. При наличии электроустановки в составе рекламной конструкции проект рекламной конструкции должен содержать проект электроустановки, а также оборудования системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

37. Монтаж рекламной конструкции должен быть произведен только в соответствии с проектом рекламной конструкции и на месте, обозначенном в разрешительной документации.

38. Рекламные конструкции должны иметь специальную маркировку с указанием владельца рекламной конструкции, номера его телефона, инвентарного номера. Инвентарный номер присваивается при выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и указывается в разрешении. Размер букв и цифр в инвентарном номере не должен быть менее 0,15 метра вне зависимости от размеров рекламной конструкции, в том числе от ее высоты и места ее размещения.

39. Рекламные конструкции за исключением афишных щитов, маркиз, рекламных конструкций, присоединяемых к объектам городской инфраструктуры, должны иметь подсветку рекламно-информационного поля в темное время суток при наличии технической возможности.

40. Надписи на рекламных конструкциях выполняются на русском языке. Допускается установка декоративных элементов, а также словесных, графических обозначений или их комбинаций (на русском языке или в русской транслитерации), зарегистрированных в установленном порядке в качестве товарных знаков или знаков обслуживания. При этом владелец рекламной конструкции должен обладать правом на использование товарного знака или знака обслуживания, зарегистрированным в установленном законодательством порядке.

Допускается использование в текстах рекламных конструкций товарных знаков и знаков обслуживания в оригинальном написании (на иностранном языке) при условии их регистрации в установленном порядке на территории Российской Федерации при наличии у владельца рекламной конструкции исключительного права на использование товарного знака или знака обслуживания, а также коммерческого обозначения.

41. Не допускается использование в текстах рекламных конструкций иностранных слов, выполненных в русской транслитерации (за исключением зарегистрированных товарных знаков и знаков обслуживания, исключительным правом на использование которых обладает владелец рекламной конструкции).

42. Рекламные конструкции не должны:
нарушать требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия народов Российской Федерации, их охране и использовании, нарушать визуальное восприятие объектов культурного наследия, их архитектурный облик, фасадную композицию и целостность восприятия;

размещаться в одном визуальном пространстве с памятниками, монументами, скульптурными композициями, культовыми и мемориальными сооружениями;

препятствовать восприятию информации, размещенной на другой конструкции;

размещаться таким образом, чтобы знак дорожного движения или светофор не воспринимались на фоне рекламной плоскости.

43. Не допускается размещение рекламных конструкций, являющихся источниками шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных и иных излучений и полей, вблизи жилых помещений с нарушением установленных санитарных норм.

44. Установка и эксплуатация отдельно стоящих рекламных конструкций на территориях общего пользования не должны создавать помех для пешеходов,

уборки улиц и тротуаров, располагаться вблизи жилых домов с нарушением установленных санитарных норм.

Запрещается установка рекламных конструкций на газонах, цветниках, а также на тротуарах, если после их установки ширина прохода для пешеходов составит менее 2 метров.

45. Не допускается размещение отдельно стоящей рекламной конструкции с размещением элементов такой рекламной конструкции за пределами земельного участка, на котором она расположена.

46. До начала проведения работ по установке отдельно стоящей рекламной конструкции должно быть получено разрешение на проведение земляных работ в порядке, предусмотренном муниципальным правовым актом города Иркутска.

47. Отдельно стоящие рекламные конструкции могут быть трехсторонними или двусторонними. Односторонний вариант отдельно стоящей рекламной конструкции разрешается к размещению, если вторая сторона данной рекламной конструкции закрыта для просмотра (стеной здания, строения, зелеными насаждениями и т.п.) и декоративно оформлена.

48. Отдельно стоящие конструкции не должны иметь видимых элементов соединения различных частей конструкций (торцевые поверхности конструкций, крепление осветительной арматуры, соединение с основанием - крепежные элементы). Фундаменты отдельно стоящих рекламных конструкций не должны выступать над уровнем земли или дорожного покрытия либо должны быть декоративно оформлены.

49. Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т.п.) рекламных конструкций должны быть закрыты декоративными элементами.

50. Отдельно стоящие рекламные конструкции большого формата должны устанавливаться с соблюдением следующих дополнительных требований:

1) рекламные конструкции, установленные вдоль полосы движения транспорта, должны иметь одинаковое конструктивное исполнение и габариты;

2) опорная стойка рекламной конструкции должна иметь форму прямоугольной профильной трубы и должна быть окрашена в серый цвет;

3) нижний край каркаса рекламной конструкции, на котором закрепляется информационное поле, должен располагаться на высоте не менее 4,5 м от поверхности земли;

4) рекламные конструкции должны иметь одинаковые информационные поля, закрывающие конструктивные элементы крепления (болтовые соединения, элементы опор и другие) со всех сторон.

51. Рекламные конструкции, установленные на одной улице (в пределах от перекрестка до перекрестка), должны быть однотипными, иметь одинаковые размеры и располагаться на одинаковом расстоянии от автомобильной дороги или пешеходной зоны.

52. При установке на одной стороне проезжей части дорог отдельно стоящих рекламных конструкций должны соблюдаться следующие расстояния:

Площадь одной стороны информационного поля рекламной конструкции, кв. м	Минимальное расстояние размещенных на одной высоте и (или) в створе (т.е. на одной линии видимости), м	Иные требования
менее 6	40	
от 6 до 18	100	
от 18 до 40	200	
от 40 и более	500	не допускается размещение рекламных конструкций на опорах освещения ближе 20 м от конструкций данного формата

53. Расстояние от рекламных конструкций до дорожных знаков, светофоров, табло и знаков переменной информации в продольном направлении относительно оси проезжей части должно быть при площади информационного поля одной стороны рекламной конструкции:

- менее 6 кв. м – 40 м;
- от 6 кв. м до 18 кв. м – 100 м;
- свыше 18 кв. м – 350 м.

54. Рекламная конструкция, площадь информационного поля которой составляет менее 4,5 кв. м, расположенная под прямым углом к проезжей части, должна быть установлена на расстоянии не менее 5 м от расположенного перед ней по ходу движения дорожного знака (светофора), если верхняя точка данной рекламной конструкции находится выше нижнего края дорожного знака (светофора).

55. Для подсвета отдельно стоящих рекламных конструкций малого формата должна использоваться подземная подводка электропитания при наличии технической возможности.

56. В целях обеспечения безопасности работ по монтажу рекламных конструкций на опорах контактной сети, а также сохранности муниципального имущества города Иркутска, их монтаж осуществляется балансодержателем имущества, либо специализированной организацией по согласованию с балансодержателем имущества.

57. Не допускается размещение электронных экранов вблизи (угол обзора водителя с расстояния 50 м до стоп-линии) или в створе со светофором, цвет и свет которых схож с цветами светофора.

58. Не допускается уничтожение или повреждение зеленых насаждений на территории, прилегающей к месту установки рекламной конструкции в радиусе 5 метров.

59. Не допускается установка рекламных конструкций:

- 1) на деревьях и других зелёных насаждениях;
- 2) на подпорных стенках;

3) на фасадах зданий, расположенных на территории муниципальных унитарных предприятий и муниципальных учреждений;

4) на оконных проемах, витражах, светопрозрачных конструкциях фасада здания и дверных проемах зданий, строений, сооружений, на ограждениях и иных конструктивных элементах балконов и лоджий;

5) на части фасадов зданий с фрагментарной окраской или облицовкой;

6) на дорожных ограждениях, на ограждениях газонов, крылец, пандусов, лестниц, на ограждениях, выполненных способами художественнойковки, литья, сварных металлических ограждениях;

7) на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения.

60. Отдельно стоящие рекламные конструкции форматом более чем 3,0 x 6,0 м рекомендуется размещать на крупных транспортных развязках и въездах в город.

Глава 5. ОСОБЕННОСТИ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В ГРАНИЦАХ ЗОН ОХРАНЫ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

61. В границах зон охраны объектов культурного наследия размещение рекламных конструкций допускается на основании согласования со службой по охране объектов культурного наследия Иркутской области.

62. Требования к особенностям размещения рекламных конструкций в границах зон охраны объектов культурного наследия применяются вне зависимости от владельца рекламной конструкции или формы собственности недвижимого имущества, находящегося на территории города Иркутска.

63. Не допускается распространение наружной рекламы на объектах культурного наследия, включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также на их территориях, за исключением территорий достопримечательных мест.

Запрет или ограничение распространения наружной рекламы на объектах культурного наследия, находящихся в границах территории достопримечательного места и включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также требования к ее распространению устанавливаются соответствующим органом охраны объектов культурного наследия, определенным пунктом 7 статьи 47.6 Федерального закона от 25 июня 2002 года № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации», и вносятся в правила землепользования и застройки города Иркутска.

Требования абзаца первого настоящего пункта не применяются в отношении распространения на объектах культурного наследия, их территориях наружной рекламы, содержащей исключительно информацию о проведении на объектах культурного наследия, их территориях театрально-зрелищных, культурно-просветительных и зрелищно-развлекательных мероприятий или исключительно информацию об указанных мероприятиях с одновременным упоминанием об

определенном лице как о спонсоре конкретного мероприятия при условии, если такому упоминанию отведено не более чем десять процентов рекламной площади (пространства). Требования к распространению на объектах культурного наследия, их территориях наружной рекламы указываются в охранном обязательстве собственника или иного законного владельца объекта культурного наследия в случае распространения наружной рекламы, предусмотренной настоящим абзацем.

64. Предпочтительные цвета рекламных конструкций в границах зон охраны объектов культурного наследия – оттенки серого, графит, темно-зеленый, темно-коричневый и иные подобные цвета, соответствующие цветовому решению фасадов зданий или окружающих объектов.

65. В границах охранных зон объектов культурного наследия, на территориях зон строгого регулирования застройки и хозяйственной деятельности 1-го – 4-го типов и зон охраняемого и регулируемого природного ландшафта, утвержденных постановлением администрации Иркутской области от 12 сентября 2008 года

№ 254-па «Об утверждении границ зон охраны объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, расположенных на территории города Иркутска, режимов использования земель и градостроительных регламентов в границах данных зон», при соответствии стилю и колористике объектов культурного наследия, а также на основании согласования, выданного Службой по охране объектов культурного наследия Иркутской области, возможна установка следующих типов рекламных конструкций:

отдельно стоящих рекламных конструкций малого формата;

афишных щитов;

рекламных крышных конструкций, высота расположения которых должна быть не выше самого высокого объекта культурного наследия в данном квартале;

маркиз при условии, что площадь поля, выделяемого для размещения логотипов и/или иных знаков индивидуализации компаний-спонсоров не должна превышать 10% информационного поля конструкции маркизы;

уличной мебели только с размещением эмблемы, логотипа, надписи и иных знаков индивидуализации компаний-спонсоров, монтируемых на конструктивных элементах уличной мебели, максимальный размер информационного поля которой 0,3 x 0,3 м;

временных рекламных конструкций с использованием строительных ограждений и строительных сеток с изображением видов города Иркутска на период проведения строительных работ, на которых площадь информационного поля, выделяемого для размещения логотипов и/или иных знаков индивидуализации компаний-спонсоров, должна быть не более 10% от информационного поля конструкции;

временных наземных панно.

Размещение иных типов рекламных конструкций в указанных зонах не допускается.

66. В границах территории исторического поселения города Иркутска размещение рекламных крышных конструкций на крышах зданий, строений, сооружений не допускается.

Глава 6. ТРЕБОВАНИЯ К ВНЕШНЕМУ ВИДУ, СОДЕРЖАНИЮ И ТЕХНИЧЕСКОМУ ОБСЛУЖИВАНИЮ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

67. Рекламные конструкции должны постоянно поддерживаться в исправном и надлежащем состоянии, чистоте и порядке, по мере необходимости ремонтироваться и обновляться.

68. Надлежащее состояние внешнего вида рекламных конструкций подразумевает:

1) недопущение факта отсутствия рекламной информации на рекламной конструкции;

2) целостность рекламных конструкций;

3) отсутствие механических повреждений;

4) отсутствие порывов полотен (плакатов);

5) отсутствие сколов краски на металлических частях рекламных конструкции, ржавчины и грязи на всех частях и элементах рекламных конструкций;

6) отсутствие на всех частях и элементах рекламных конструкций наклеенных объявлений, посторонних надписей, изображений и других информационных сообщений;

7) исправность элементов подсвета рекламных конструкций в темное время суток в соответствии с графиком работы уличного освещения при наличии технической возможности.

69. Владелец рекламной конструкции обязан мыть и чистить ее по мере необходимости, но не реже:

1) двух раз в месяц – рекламные конструкции малого формата, рекламные конструкции, присоединяемые к объектам городской инфраструктуры, афишные щиты, маркизы;

2) двух раз в год (в марте-апреле и августе-сентябре) – щитовые конструкции большого формата, уникальные (нестандартные) рекламные конструкции, стелы.

В случае необходимости приведения рекламных конструкций в надлежащий вид их владельцы обязаны выполнить покраску всей поверхности конструкции, на которой нанесена краска. Фрагментарная покраска не допускается.

70. Устранение разрывов рекламных изображений на рекламных конструкциях осуществляется их владельцами незамедлительно после выявления указанных фактов и/или по предписаниям комитета по экономике и стратегическому планированию администрации города Иркутска.

71. Рекламные конструкции не должны иметь следов ржавчины или сколов краски, загрязнений более 15 кв. см.

72. Владельцы рекламных конструкций обязаны выполнять предписания уполномоченных органов, связанные с необходимостью устранения недостатков в техническом состоянии и внешнем виде рекламных конструкций, а также по их демонтажу, выданные в соответствии с настоящими Правилами и действующим законодательством Российской Федерации.

Глава 7. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ НАСТОЯЩИХ ПРАВИЛ

73. За нарушение требований к установке и (или) эксплуатации, размещению рекламных конструкций владельцы рекламных конструкций несут административную ответственность в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

74. Ответственность за нарушение правил безопасности при установке и эксплуатации рекламных конструкций, за содержание рекламных конструкций в ненадлежащем состоянии, за нарушение требований к внешнему виду, за организацию и осуществление комплекса работ по мойке, покраске, а также по устранению разрывов рекламных полотен и нарушений целостности каркасов (оснований фундаментов, опор) рекламных конструкций и за любые другие нарушения настоящих Правил, возлагается на владельцев рекламных конструкций.

75. Решение об аннулировании разрешения принимается:

1) в течение месяца со дня направления в комитет по экономике и стратегическому планированию администрации города Иркутска владельцем рекламной конструкции уведомления в письменной форме о своем отказе от дальнейшего использования разрешения;

2) в течение месяца с момента направления в комитет по экономике и стратегическому планированию администрации города Иркутска 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 течение месяца со дня составления акта осмотра рекламной конструкции, 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 течение месяца со дня составления акта осмотра рекламной конструкции в случае, если рекламная конструкция используется не в целях распространения рекламы, социальной рекламы;

5) в течение месяца со дня выявления факта заключения лицом, которому выдано разрешение, договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с нарушением требований, установленных частью 5 статьи 19 Закона о рекламе в случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции используется общее имущество собственников помещений в многоквартирном доме, частями 5.1, 5.6, 5.7 статьи 19 Закона о рекламе, либо результаты аукциона или конкурса признаны недействительными в соответствии с законодательством Российской Федерации;

6) в течение месяца со дня выявления факта нарушения требований, установленных частью 9.3 статьи 19 Закона о рекламе.

76. Применение мер ответственности не освобождает нарушителей от обязанности устранения допущенных нарушений.

Глава 8. ДЕМОНТАЖ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

77. Демонтаж рекламных конструкций, установленных и (или) эксплуатируемых без разрешения, срок действия которого не истек, производится в порядке, установленном муниципальным правовым актом города Иркутска.

Глава 9. КОНТРОЛЬ ЗА СОБЛЮДЕНИЕМ НАСТОЯЩИХ ПРАВИЛ

78. В рамках своих полномочий комитет по экономике и стратегическому планированию администрации города Иркутска:

1) обеспечивает издание постановления администрации города Иркутска об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории города Иркутска, а также внесение в него изменений, в порядке, установленном правовым актом администрации города Иркутска;

2) выдает разрешения на установку и (или) эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Иркутска;

3) заключает договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Иркутска, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена;

4) выявляет факты неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций;

5) организует и проводит торги на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Иркутска, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена;

6) осуществляет инвентаризацию рекламных конструкций;

7) осуществляет контроль за состоянием рекламных конструкций;

8) выявляет рекламные конструкции, используемые по истечении срока действия разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, рекламные конструкции, установленные и (или) эксплуатируемые без разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций;

9) при выявлении нарушений требований действующего законодательства, настоящих Правил, выдает соответствующие предписания об устранении нарушений или демонтаже рекламных конструкций;

10) осуществляет демонтаж рекламных конструкций, размещенных в нарушение настоящих Правил и действующего законодательства;

11) в целях выявления оснований для аннулирования разрешений, предусмотренных подпунктами 3-6 пункта 75 настоящих Правил, не реже одного раза в квартал осуществляет мониторинг рекламных конструкций.

Результаты мониторинга оформляются актом осмотра рекламной конструкции, составляемым в течение 3 (трех) рабочих дней, следующих за днем осмотра рекламной конструкции;

12) в случаях выявления нарушений законодательства в области рекламы, не предусмотренных настоящим пунктом, направляет материалы о таких нарушениях в Управление Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области, органы внутренних дел (полицию), органы прокуратуры,

соответствующий суд, для принятия ими мер в соответствии с законодательством.

79. В рамках своих полномочий комитет по градостроительной политике администрации города Иркутска:

1) осуществляет единую городскую политику, направленную на улучшение внешнего облика города, в вопросах, касающихся оформления города;

2) согласовывает постановочные эскизы рекламных конструкций;

3) осуществляет оценку соответствия рекламной конструкции внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города. В случае нарушения рекламной конструкцией внешнего архитектурного облика зданий, строений, сооружений, архитектурных ансамблей, застройки территорий комитет по градостроительной политике администрации города Иркутска предоставляет заявителю рекомендации по изменению постановочного эскиза с учетом соблюдения требований законодательства, Правил и согласований уполномоченных органов;

4) подготавливает схемы мест установки рекламных конструкций (топосъемка в М 1:500), необходимые для получения разрешения на установку и эксплуатацию отдельно стоящих рекламных конструкций, а также рекламных конструкций, размещаемых на опорах освещения и контактной сети в пределах полосы отвода автомобильных дорог.».

Заместитель мэра – председатель комитета
по экономике и стратегическому планированию
администрации города Иркутска

Т.И. Макарычева