



**КЕРЧЕНСЬКА
МІСЬКА РАДА
РЕСПУБЛІКИ КРИМ**

*вул. Кірова, 17, м. Керч,
Республіка Крим, Російська Федерація,
298300*

**КЕРЧЕНСКИЙ
ГОРОДСКОЙ СОВЕТ
РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**

*ул. Кирова, 17, г. Керчь,
Республика Крым, Российская Федерация,
298300*

**КЕРЧЬ
ШЕЭР ШУРАСЫ
КЪЫРЫМ
ДЖУМХУРИЕТИНИНЪ**

*Киров сокъ, 17, Керич и.,
Къырым Джумхуриети, Русие Федерация сы
298300*

19 сессия 1 созыва

РЕШЕНИЕ

" 23 "апреля" 2015 г. № 330-1/15

О внесении изменений в решение 13 сессии Керченского городского совета 1 созыва от 29.12.2014 г. № 183-1/14 «Об утверждении Положения «О распространении рекламной информации, размещении средств наружной рекламы и информации на территории городского округа Керчь Республики Крым»

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", Уставом муниципального образования городской округ Керчь Республики Крым, Федеральным законом от 08.03.2015 № 50-ФЗ «О внесении изменений в статью 19 Федерального закона «О рекламе» и Федеральный закон «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации», городской совет РЕШИЛ:

1. Внести изменения в решение 13 сессии Керченского городского совета 1 созыва от 29.12.2014 г. № 183-1/14 «Об утверждении Положения «О распространении рекламной информации, размещении средств наружной рекламы и информации на территории городского округа Керчь Республики Крым» изложив его в новой редакции (Приложение).
2. Настоящее решение опубликовать на официальном сайте Керченского городского совета и в газете «Керченский рабочий».
3. Контроль за исполнением настоящего решения возложить на постоянную комиссию по вопросам градостроительства, экологии и жилищно-коммунальному хозяйству (Петренко).

Председатель городского совета

Л. ЩЕРБУЛА

ПОЛОЖЕНИЕ
о распространении рекламной информации,
размещении объектов наружной рекламы и информации
на территории городского округа Керчь

1. Общие положения

1.1. Положение о распространении рекламной информации, размещении объектов наружной рекламы и информации на территории городского округа Керчь (далее - Положение) разработано в соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», Федеральным законом от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Уставом городского округа Керчь, другими нормативными правовыми актами, определяющими требования к проектированию и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации, к размещению и распространению рекламной информации.

1.2. Положение принято с целью введения в действие единого подхода и единых требований к распространению рекламной информации на территории городского округа Керчь, размещению объектов наружной рекламы и информации, эксплуатации объектов наружной рекламы и информации, использованию муниципального имущества города Керчь в целях распространения наружной рекламы и информации.

1.3. Настоящее Положение устанавливает порядок распространения рекламной информации, размещения объектов наружной рекламы и информации на территории городского округа Керчь, требования к проектированию, территориальной установке и эксплуатации рекламных конструкций, условия использования имущества города для установки и эксплуатации рекламных конструкций, порядок выдачи разрешений на установку рекламных конструкций на территории городского округа Керчь, а также порядок осуществления контроля за соблюдением этих требований.

1.4. Соблюдение настоящего Положения обязательно для всех юридических и физических лиц **независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности** при установке и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации на территории городского округа Керчь.

1.5. **Настоящее Положение не распространяется на:**

- 1) политическую рекламу, в том числе предвыборную агитацию и агитацию по вопросам референдума;
- 2) информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом;
- 3) справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве

основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой;

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

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

6) объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности.

1.6. Требования к рекламе и рекламируемым товарам (в том числе работам, услугам) устанавливаются Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»).

1.7. Рекламодатель несет ответственность за содержание информации, размещаемой на объектах наружной рекламы.

1.8. Особенности распространения рекламы на транспортных средствах и с их использованием, в телепрограммах и телепередачах, радиопрограммах и радиопередачах, периодических печатных изданиях, при кино- и видеообслуживании, по сетям электросвязи и на почтовых отправлениях регулируются Федеральным законом «О рекламе».

1.9. Уполномоченным органом местного самоуправления по осуществлению координации работ в сфере размещения и распространения наружной рекламы на территории городского округа Керчь является Администрация городского округа Керчь.

Выполнение функций уполномоченного органа обеспечивает управление градостроительства, архитектуры и рекламы Администрации города Керчи.

2. Основные понятия, используемые в настоящем Положении

2.1. **Реклама** – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

2.2. **Наружная реклама** – реклама, распространяемая с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее – рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктах движения общественного транспорта, доступная для неопределенного круга лиц.

2.3. **Рекламное место** – место территориального размещения (установки) объекта наружной рекламы и информации (земельный участок, здание, строение, сооружение, иной объект), используемое для размещения на нем объекта наружной рекламы (рекламной конструкции).

2.4. **Рекламная конструкция** – техническое средство стабильного территориального размещения, монтируемое и располагаемое на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктах движения общественного транспорта.

2.5. **Рекламная поверхность (информационное поле)** – поверхность объекта наружной рекламы и информации, конструкции, сооружения, технических приспособлений, художественных элементов и других носителей, на которых непосредственно размещается реклама.

2.6. **Распространение наружной рекламы и информации** – публичная демонстрация наружной рекламы и информации путем использования объекта наружной

рекламы и информации.

2.7. **Рекламодатель** – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

2.8. **Рекламопроизводитель** – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

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

2.10. **Потребители рекламы** – лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама.

2.11. **Владелец рекламной конструкции** – физическое или юридическое лицо, собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

2.12. **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.

2.13. **Паспорт согласования места размещения рекламной конструкции** – документ, оформляемый организатором аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности (распоряжении) городского округа Керчь в целях согласования места размещения рекламной конструкции, выставляемого на аукцион, с уполномоченными органами. Паспорт согласования места размещения рекламной конструкции содержит карту (схему) места предполагаемого размещения рекламной конструкции, фотомонтаж рекламного места с установленной на нем рекламной конструкцией, размеры и характеристику конструкции, перечень согласующих организаций, отметки о выдаче ими согласования на установку рекламной конструкции по месту размещения, иную информацию. Форма бланка Паспорта места размещения рекламной конструкции приведена в Приложении № 4 к настоящему Положению.

2.14. **Разрешение на установку рекламной конструкции** – документ, выдаваемый Администрацией города Керчи владельцу рекламной конструкции при условии выполнения им требований настоящего Положения и Федерального закона «О рекламе». Форма разрешения приведена в Приложении № 6 к настоящему Положению.

2.15. **Паспорт рекламной конструкции** – документ, содержащий фотомонтаж рекламного места с установленной на нем рекламной конструкцией, размеры и характеристику конструкции, отметку о выдаче разрешения на установку рекламной конструкции и регистрации рекламной конструкции в Реестре рекламных конструкций городского округа Керчь. Форма бланка паспорта рекламной конструкции приведена в Приложении № 5 к настоящему Положению.

2.16. **Реестр рекламных конструкций городского округа Керчь** (далее - Реестр) – база данных (в виде таблицы в электронном виде и на бумажном носителе), содержащая сведения о рекламных конструкциях, установленных на территории городского округа Керчь независимо от формы собственности с указанием их характеристик, а также сведения о разрешениях на установку этих рекламных конструкций, сроках действия разрешений и иной информации в отношении установленных рекламных конструкций.

2.17. **Заявитель** – победитель торгов, обратившийся в Администрацию Керчи для получения Разрешения на установку рекламной конструкции.

3. Особенности распространения социальной рекламы

3.1. **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.

Статья 2 Федерального закона от 11 августа 1995 года № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» определяет цели благотворительной деятельности, на которые необходимо ориентироваться, определяя принадлежность рекламы к социальной. Среди них:

- социальная поддержка и защита граждан, включая улучшение материального положения малообеспеченных, социальную реабилитацию безработных, инвалидов и иных лиц, которые в силу своих физических или интеллектуальных особенностей, иных обстоятельств не способны самостоятельно реализовать свои права и законные интересы;

- подготовка населения к преодолению последствий стихийных бедствий, экологических, промышленных или иных катастроф, к предотвращению несчастных случаев;

- оказание помощи пострадавшим в результате стихийных бедствий, экологических, промышленных или иных катастроф, социальных, национальных, религиозных конфликтов, жертвам репрессий, беженцам и вынужденным переселенцам;

- содействие укреплению мира, дружбы и согласия между народами, предотвращению социальных, национальных, религиозных конфликтов;

- содействие укреплению престижа и роли семьи в обществе;

- содействие защите материнства, детства и отцовства;

- содействие деятельности в сфере образования, науки, культуры, искусства, просвещения, духовному развитию личности;

- содействие деятельности в сфере профилактики и охраны здоровья граждан, а также пропаганды здорового образа жизни, улучшения морально-психологического состояния граждан;

- содействие деятельности в сфере физической культуры и массового спорта;

- охрана окружающей природной среды и защита животных;

- охрана и должное содержание зданий, объектов и территорий, имеющих историческое, культовое, культурное или природоохранное значение, и мест захоронения.

3.2. Рекламодателями социальной рекламы могут выступать физические лица, юридические лица, органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления.

3.3. Органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, осуществляют размещение заказов на производство и распространение социальной рекламы в соответствии с законодательством Российской Федерации (Федеральным законом от 21 июля 2005 года № 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд», а также на основе законов субъектов о размещении таких заказов).

3.4. Заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламодателя. Заключение такого договора осуществляется в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации (ст. 445 ГК РФ). Размещение социальной рекламы регулируется договором на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и договора на размещение социальной рекламы.

Требования социального заказчика о заключении договора на распространение рекламы являются правомерными с учетом соблюдения условия, что общий объем заказываемого к распространению материала социальной направленности этого рекламодателя не превышает пяти процентов от общего годового объема распространяемой им рекламы. При определении годового объема распространения

рекламы учитывается в том числе общее время теле- и радиорекламы, общая рекламная площадь печатных изданий и рекламных конструкций.

3.5. В социальной рекламе не допускается упоминание о конкретных марках (моделях, артикулах) товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации, о физических лицах и юридических лицах, за исключением упоминания об органах государственной власти, об иных государственных органах, об органах местного самоуправления, о муниципальных органах, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, и об их должностных лицах.

4. Объекты наружной рекламы и информации

Объекты наружной рекламы и информации подразделяются на следующие виды:

- *объекты городской информации;*
- *объекты информационного оформления предприятий и организаций;*
- *объекты наружной рекламы.*

4.1. К **объектам городской информации** относятся:

- 1) *информация об объектах городской инфраструктуры (микрорайонах, улицах, архитектурных ансамблях, отдельных зданиях и сооружениях);*
- 2) *информация учреждений культуры, образования и здравоохранения, в том числе о репертуарах театров и кинотеатров, выставках и т. п.;*
- 3) *схемы (карты) ориентирования в городе Керчи;*
- 4) *праздничное и архитектурно-художественное оформление города;*
- 5) *информация о проведении строительных, дорожных, аварийных и других видов работ, размещаемая в целях безопасности и информирования населения;*
- 6) *расписания движения пассажирского транспорта;*
- 7) *информация государственных и муниципальных служб;*
- 8) *доски почета.*

Городская информация не является рекламной. Оформление Разрешения на размещение городской информации и установку конструкций для ее размещения в соответствии с настоящим Положением не требуется.

Для размещения городской информации могут использоваться щиты, стенды, перетяжки, электронные табло, настенные панно и иные технические средства стабильного территориального размещения, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Конструкции, используемые для размещения городской информации, должны соответствовать техническим нормам и требованиям, предъявляемым к конструкциям такого типа.

Организации, изготовившие и разместившие за счет собственных средств на рекламных конструкциях объекты праздничного оформления города, вправе разместить на объектах праздничного оформления свои логотипы. В этом случае получение разрешения на распространение логотипа организации не требуется, плата за размещение объектов праздничного оформления города с логотипами организаций на имуществе городского округа Керчь не взимается. Текст праздничного оформления города, сроки размещения объектов праздничного оформления и иные условия изготовления и размещения объектов праздничного оформления подлежат согласованию в управлении градостроительства, архитектуры и рекламы, иных отраслевых органах Администрации, отвечающих за организацию праздничного оформления города.

4.2. К **объектам информационного оформления предприятий и организаций** относятся *информационные вывески, учрежденческие доски.*

4.2.1. **Информационная вывеска** предназначена для доведения до сведения потребителей информации на русском языке о наименовании изготовителя (исполнителя, продавца), месте его нахождения (адрес) и режиме его работы в целях защиты прав потребителей (в соответствии с законом Российской Федерации от 07.02.1992 № 3200-1 «О защите прав потребителей»).

Вывеска устанавливается изготовителем (исполнителем, продавцом) на видном месте на здании справа или слева у главного входа в занимаемое им здание или помещении, а также на ярмарках, лотках и в других местах осуществления им торговли, бытового и иного вида обслуживания вне постоянного места нахождения. Допускается размер вывески не более 0,60 м по горизонтали и 0,40 м по вертикали. Высота букв и цифр надписей - не более 0,10 м.

Информационные вывески могут быть заменены надписями на стекле витрины, входной двери и др.

4.2.2. **Учрежденческие доски** предназначены для доведения до сведения неопределенного круга лиц информации о наименовании организации. Кроме того, на них могут быть указаны ведомственная принадлежность организации и другая дополнительная информация не рекламного характера (в случае необходимости).

Учрежденческие доски размещаются рядом со входом в организацию либо на двери входа так, чтобы их хорошо видели посетители.

Учрежденческие доски должны иметь размер от 0,3 до 1,5 кв. м. Высота букв в тексте должна быть не менее 3 см.

4.2.3. Информация, размещенная на информационных вывесках, учрежденческих досках не является рекламой. Оформление разрешения на установку информационной вывески и учрежденческой доски не требуется.

4.2.4. Размещение иной информации, кроме информации, указанной в п.4.2.1 и п.4.2.2 настоящего Положения, не допускается.

4.3. **К объектам наружной рекламы** относятся *рекламные щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло и иные технические средства стабильного территориального размещения (рекламные конструкции)*, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, на остановочных пунктах движения общественного транспорта, установленные на территории города Керчи в целях распространения рекламы.

Вывески, щиты, объемные символы и иные конструкции с названием магазинов, организаций, ресторанов, кафе, салонов и пр., наименованием продукции, товаров, услуг, иной информацией, призванной формировать интерес к предприятию, его продукции и привлечению потребителей, устанавливаемые на фасадах или крышах зданий, в которых размещаются магазины, предприятия общественного питания, организации, оказывающие услуги, и другие организации, относятся к объектам наружной рекламы и являются рекламными конструкциями.

Объекты наружной рекламы (рекламные конструкции), могут быть установлены лишь после получения разрешения на установку рекламной конструкции в соответствии с настоящим Положением.

5. Типы рекламных конструкций и предъявляемые к ним требования

Рекламные конструкции делятся на **стационарные и временные**.

5.1. **К стационарным рекламным конструкциям** относятся носители рекламных сообщений, имеющие постоянное место размещения как отдельно стоящие так и размещаемые на зданиях, сооружениях, опорах электросетей и элементах благоустройства городского округа Керчь.

Общие требования к стационарным рекламным конструкциям:

1) стационарные рекламные конструкции или отдельные их части не могут размещаться ниже 5 метров над полосой движения. Исключение составляют рекламные конструкции, размещаемые на поверхностях инженерных сооружений;

2) не допускается размещение стационарных рекламных конструкций или отдельных их частей сбоку от дорог, не имеющих бортового камня, ближе 3 метров от бровки земляного полотна дороги;

3) рекламные конструкции не должны создавать помех для прохода пешеходов и механизированной уборки улиц и тротуаров;

4) не допускается размещение стационарных рекламных конструкций, являющихся источниками шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных и иных излучений и полей вблизи жилых помещений.

5.2. Типы стационарных рекламных конструкций:

5.2.1. **Щитовые установки** – отдельно стоящие конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения информации и состоящие из фундамента, стойки, каркаса и информационного поля.

Щитовые установки подразделяются по площади информационного поля одной стороны на следующие виды:

- малого или городского 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).

Требования к щитовым установкам:

– щитовые установки выполняются, как правило, в двустороннем варианте;

– щитовые установки, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону;

– фундаменты размещения отдельно стоящих щитовых установок должны быть заглублены на 15 - 20 см ниже уровня грунта с последующим восстановлением газона на нем. Фундаменты опор не должны выступать над уровнем земли более чем на 5 см. Допускается размещение выступающих более чем на 5 см фундаментов опор на тротуаре при наличии бортового камня или дорожных ограждений, если это не препятствует движению пешеходов и уборке улиц.

– конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т. п.) должны быть закрыты декоративными элементами;

– щитовые установки не должны иметь видимых элементов соединения различных частей конструкций (торцевые поверхности конструкций, крепления осветительной арматуры, соединения с основанием).

5.2.2. **Стенды** – вертикальные конструкции, имеющие одну или две внешние поверхности для размещения информации, на которые помещаются рекламируемые элементы (как правило, несколько).

5.2.3. **Транспаранты-перетяжки** – натянутое над проезжей частью дороги или над улицей полотно, содержащее рекламную информацию.

Транспаранты-перетяжки состоят из собственных опор, устройства крепления к собственным опорам или фасадам зданий, устройства натяжения и информационного изображения.

Транспаранты-перетяжки подразделяются на световые (в том числе гирлянды) и неосвещенные, изготовленные из жестких материалов и из материалов на мягкой основе.

Конструкция световых транспарантов-перетяжек должна иметь устройство

аварийного отключения от сетей электропитания.

Рекомендуемое расстояние между соседними транспарантами-перетяжками не менее 100 м.

Транспаранты-перетяжки над проезжей частью не должны располагаться ниже 5 м.

Площадь информационного поля транспаранта-перетяжки определяется площадью двух его сторон.

5.2.4. Электронные экраны (электронные табло) – объекты наружной рекламы и информации, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов. Площадь информационного поля определяется габаритами светоизлучающей поверхности.

Отдельно стоящие электронные экраны должны иметь декоративно оформленную обратную сторону, фундаменты отдельно стоящих электронных экранов не должны выступать над уровнем земли. В исключительных случаях, когда заглубление фундамента невозможно, допускается размещение фундаментов без заглубления при наличии бортового камня или дорожных ограждений (по ГОСТ Р 52289-2004). При этом они должны быть декоративно-художественно оформлены.

Конструктивные элементы и элементы крепления (болтовые соединения, элементы опор и т. п.) должны быть закрыты декоративными элементами. Электронные экраны, установленные на крышах зданий и сооружений, должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности

5.2.5. Крышные установки – объемные или плоскостные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на его крыше.

Крышные установки состоят из элементов крепления, несущей части конструкции и информационной установки.

Рекомендуется изготовление информационных частей крышных установок с применением газосветных и волоконно-оптических элементов, с внутренним подсветом.

Крышные установки должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Элементы крепления, а также элементы несущей части рекламной конструкции должны иметь с оборотной стороны декоративные панели.

Площадь информационного поля крышных установок, размещенных на зданиях, определяется по внешним габаритным размерам информационного поля крышных установок в целом.

5.2.6. Объемно-пространственные рекламные конструкции – конструкции, в которых для размещения информации используется как объем конструкции, так и ее поверхность. Данные рекламные конструкции выполняются по индивидуальным проектам. Модель и проект объекта рассматриваются и утверждаются в каждом конкретном случае Администрацией города Керчи.

Площадь информационного поля объемно-пространственных рекламных конструкций определяется расчетным путем.

На объекты данного типа и правила их установки распространяются требования, предъявляемые к отдельно стоящим щитовым объектам, в части, их касающейся.

5.2.7. Наземные панно - средства наружной рекламы и информации, размещаемые на поверхности земли, состоящие из нанесенных, либо встроенных в дорожное или земляное покрытие строительных материалов.

Наземные панно подразделяются на следующие виды:

– каркасные панно на склонах (откосах) трасс и дорог;

– покрытия тротуаров улиц различными красящими веществами или пленочными материалами;

– панно на тротуарах улиц, изготавливаемые из дорожно-строительных материалов.

Применяемые материалы не должны ухудшать покрытие тротуаров или иных мест размещения панно.

Площадь информационного поля наземных панно определяется расчетным путем.

5.2.8. Настенные панно (брандмауэры) – рекламные конструкции, размещаемые на плоскости стен зданий и сооружений в виде:

- изображения (информационного поля), непосредственно нанесенного на стену;

- конструкции, состоящей из элементов крепления, каркаса и информационного поля.

Настенные панно выполняются по типовым или индивидуальным проектам.

Для настенных панно, имеющих элементы крепления к стене, в обязательном порядке разрабатывается проект крепления объекта с целью обеспечения безопасности при эксплуатации.

Площадь информационного поля настенного панно определяется габаритами рекламной конструкции или непосредственно нанесенного изображения.

5.2.9. Рекламная вывеска – плоская табличка с названием магазина, организации, ресторана, кафе, салона и пр., наименованием продукции, товаров, услуг, иной информацией, призванной формировать интерес к предприятию, его продукции и привлечению потребителей, устанавливаемая на фасаде или крыше здания, в месте распространения товара (на стенах магазинов, предприятий общественного питания, организаций, оказывающих услуги, прочих организаций).

5.2.10. Баннер – планшет из пластика, бумаги, картона, расположенный в витрине или прикрепленный на высотной конструкции.

5.2.11. Композиции из флагов и навесы – рекламные конструкции, состоящие из основания, одного или нескольких флажтоков (стоек) и мягких полотнищ.

Флаги могут устанавливаться на опоре освещения, на зданиях и сооружениях.

Площадь информационного поля флага определяется площадью двух сторон его полотнища.

Площадь информационного поля навеса определяется размером одной из его сторон.

5.2.12. Панели-кронштейны – двусторонние консольные плоскостные рекламные конструкции, устанавливаемые на опорах (собственных опорах, мачтах-опорах городского освещения, опорах контактной сети) или на зданиях.

Панели-кронштейны должны выполняться в двустороннем варианте с внутренней подсветкой.

Типовые размеры панелей-кронштейнов составляют (в вертикальном исполнении):

- 1,2 x 0,9; 1,5 x 1,0; 1,8 x 1,2 м для магистралей, проспектов и площадей;

- 1,2 x 0,9; 1,0 x 0,7 м для узких улиц и переулков.

Размеры панелей-кронштейнов, размещаемых на фасадах зданий, определяются архитектурными особенностями здания и не должны превышать 1,5 x 1,0 м.

При размещении на опоре панели-кронштейны должны быть ориентированы в сторону, противоположную проезжей части.

В целях безопасности в эксплуатации рекламные кронштейны должны быть установлены на высоте не менее 2,5 м от уровня земли. На зданиях рекламные кронштейны размещаются, как правило, на уровне между первыми и вторыми этажами.

Панели-кронштейны, прикрепляемые к зданию, не должны выступать более чем на 1,5 м от точки крепления.

Площадь информационного поля панели-кронштейна определяется общей

площадью двух его сторон.

5.2.13. **Витрины** – объемные средства наружной рекламы и информации, устанавливаемые в остекленных проемах окон и витражей зданий и сооружений либо в виде отдельно стоящих конструкций. Конструктивно витрина состоит из основания, каркаса и прозрачных поверхностей.

Информация располагается на прозрачной поверхности витрины и в ее объеме.

Витрины могут иметь подсветку в темное время суток.

Площадь информационного поля витрины определяется по габаритам изображений, нанесенных на прозрачные поверхности витрины, а также по габаритам объемных конструкций, размещенных внутри витрины.

5.2.14. **Информационно-указательные знаки индивидуального проектирования** с элементами рекламной информации вблизи дорог допускается размещать при условии выполнения следующих требований:

1) рекламную информацию размещают на отдельном щите непосредственно под знаком индивидуального проектирования, при этом ширина щита должна быть равна ширине знака индивидуального проектирования, щит должен быть конструктивно связан со знаком индивидуального проектирования;

2) рекламные надписи выполняют на желтом фоне;

3) высота отдельного щита с рекламной информацией не должна превышать 1/3 высоты всего средства информационного обеспечения при высоте прописных букв на знаке индивидуального проектирования 150 мм и менее, 1/4 - при высоте прописных букв 200 мм и более;

4) знаки индивидуального проектирования проектируют и изготавливают в соответствии с требованиями Национального стандарта РФ ГОСТ Р 52290-2004 «Технические средства организации дорожного движения. Знаки дорожные. Общие технические требования»;

5) эксплуатацию знаков с элементами рекламной информации проводят в соответствии с Государственным стандартом РФ ГОСТ Р 50597-93 «Автомобильные дороги и улицы. Требования к эксплуатационному состоянию, допустимому по условиям обеспечения безопасности дорожного движения» (принят Постановлением Госстандарта России от 11 октября 1993 года № 221).

На знаке допускается:

1) указание стрелкой направления движения и расстояния до указываемого объекта;

2) указание телефона, адреса;

3) размещение логотипов и торговых марок указываемого объекта, а также логотипов и торговых марок фирм, продукция которых представлена в указываемом объекте или которыми осуществляется ее сервисное обслуживание.

5.2.15. **Рекламно-информационные знаки** (ГОСТ Р 52044-2003) – устанавливаются в целях информационного обеспечения объектов узкого профиля вблизи дорог (закусочные, предприятия по ремонту шин, карбюраторов, амортизаторов, магазины запасных частей и т.д.). Рекламно-информационные знаки и средства информационного обеспечения участников дорожного движения вносят в проекты организации дорожного движения с согласованием изменений в установленном порядке и размещают в соответствии с требованиями ГОСТа Р 52289-2004.

Рекламно-информационные знаки не размещают на одной опоре с дорожными знаками.

Размер рекламно-информационных знаков должен быть 1200 x 1800 мм, при этом размер поля для размещения пиктограммы должен быть 1000 x 800 мм.

Рекламно - информационные знаки устанавливаются в соответствии с требованиями

действующих государственных стандартов.

Рекламно - информационные знаки не могут размещаться в одном створе с дорожными знаками, а также ограничивать их видимость или мешать их восприятию водителями транспортных средств и пешеходами.

Необходимо учитывать удобство содержания дороги, а также исключение возможности случайных повреждений рекламно - информационных знаков транспортными средствами.

Эксплуатацию рекламно-информационных знаков проводят в соответствии с Государственным стандартом РФ ГОСТ Р 50597-93 «Автомобильные дороги и улицы. Требования к эксплуатационному состоянию, допустимому по условиям обеспечения безопасности дорожного движения».

Площадь информационного поля рекламно-информационного знака определяется по его внешним габаритным размерам.

5.2.16. Проекционные рекламные установки – рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на земле, на плоскостях стен и в объеме. Конструкции проекционных установок состоят из проецирующего устройства и поверхности (экрана) или объема, в котором формируется информационное изображение. Площадь информационного поля для плоских изображений определяется габаритами проецируемой поверхности, а для объемных изображений определяется расчетным путем.

5.2.17. Рекламные 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. Рекламные маркизы состоят из элементов крепления к зданию, каркаса и информационного поля, выполненного на мягкой или жесткой основе.

Площадь информационного поля рекламной маркизы определяется габаритами нанесенного изображения.

5.2.18. Указатели с рекламным модулем – отдельно стоящие рекламные конструкции на одной опоре которых одновременно размещается указатель наименования улицы или направления движения и рекламный модуль. Рекламный модуль на указателе должен иметь внутренний подсвет и исполняться в двустороннем варианте. Максимальный размер рекламного модуля не должен превышать 1,2 x 1,8 м. Площадь информационного поля указателя с рекламным модулем определяется общей площадью двух сторон его рекламного модуля. Фундамент указателя допускается в двух вариантах: заглубляемый, не выступающий над уровнем дорожного покрытия, и незаглубляемый. В случае использования незаглубляемого фундамента он в обязательном порядке облицовывается композитным материалом по специальной форме, соответствующей дизайну указателя. Указатели с рекламными модулями должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

5.2.19. Скамейки с рекламными модулями - рекламные конструкции, монтируемые на конструктивных элементах скамеек. Размеры информационного поля рекламного модуля могут быть от 0,5x1 м до 0,7x1 м. Рекламная поверхность имеет одну сторону без подсветки. Скамейка не имеет фундамента. Располагаются за границами исторического ареала.

5.2.20. Сити-форматы – отдельно стоящие двухсторонние рекламные конструкции малого формата с двумя информационными полями, располагаемые на тротуарах или на прилегающих к тротуарам газонах. Размер информационного поля каждой стороны рекламной конструкции сити-формата составляет как правило 1,2 x 1,8 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции сити-формата

определяется общей площадью двух его сторон. Фундаменты рекламных конструкций сити-формата не должны выступать над уровнем покрытия. Рекламные конструкции сити-формата должны иметь внутренний подсвет, быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

5.2.21. **Афишно-информационные стенды** - отдельно стоящие рекламные конструкции малого формата с одним или двумя информационными полями, располагаемые на тротуарах или на прилегающих к тротуарам газонах в районе остановочных пунктов, за границей исторического ареала. Размер одной стороны информационного поля афишного стенда составляет как правило 1,8 x 1,75 м. Площадь информационного поля афишного стенда определяется общей площадью его эксплуатируемых сторон. Фундамент афишного стенда допускается в двух вариантах: заглубляемый, не выступающий над уровнем дорожного покрытия, и незаглубляемый. В случае использования незаглубляемого фундамента он в обязательном порядке облицовывается композитным материалом по специальной форме, соответствующей дизайну афишного стенда. Афишно-информационные стенды не имеют подсветки.

Афишно-информационные стенды предназначены для размещения рекламы и информации исключительно о репертуарах театров, кинотеатров, спортивных и иных массовых мероприятиях, событиях общественного, культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера.

5.2.22. **Тумбы** - отдельно стоящие рекламные конструкции с внутренним подсветом, имеющие форму цилиндра и три внешние поверхности с информационными полями размером как правило 1,4 м x 3,0 м для размещения рекламы.

Площадь информационного поля тумбы определяется общей площадью трех ее сторон. Фундаменты тумбы не должны выступать над уровнем дорожного покрытия. Тумбы должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

5.2.23. **Пиллары** - отдельно стоящие рекламные конструкции с внутренним подсветом, имеющие форму треугольной призмы, на каждой вертикальной грани которой расположены информационные поля размером как правило 1,4 м x 3,0 м.

Площадь информационного поля пилларов определяется общей площадью двух (для двухсторонних пилларов) или трех (для трехсторонних пилларов) эксплуатируемых сторон. Пиллары должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

5.2.24. **Сити-борды** - отдельно стоящие рекламные конструкции с внутренним подсветом, имеющие одну или две внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Площадь информационного поля сити-борда определяется общей площадью его эксплуатируемых сторон. Размер одной стороны информационного поля сити-борда составляет как правило 2,7 x 3,7 м. Фундамент сити-борда не должен выступать над уровнем дорожного покрытия, газона. Сити-борды, имеющие только одну поверхность для размещения рекламы, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону. Сити-борды должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

5.2.25. **Щиты 6 x 3 м** - отдельно стоящие щитовые рекламные конструкции,

имеющие внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Щитовые рекламные конструкции состоят из фундамента, каркаса, опоры и щитов с информационными полями информационного поля размером 6 х 3 м. Площадь информационного поля щита определяется общей площадью его эксплуатируемых сторон. Фундамент щита не должен выступать над уровнем дорожного покрытия, газона. Щиты, имеющие только одну поверхность для размещения рекламы, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону. Щиты должны быть оборудованы внешним или внутренним подсветом, системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

5.2.26. **Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции**, выполненные по индивидуальным проектам - отдельно стоящие рекламные конструкции, имеющие объемно-пространственное решение, в которых для размещения рекламы используется объем конструкции со всех ее сторон. К уникальным (нестандартным) рекламным конструкциям, выполненным по индивидуальным проектам, относятся следующие рекламные конструкции:

объемно-пространственные конструкции - рекламные конструкция в виде объемных элементов, не имеющие плоских поверхностей, размер которых превышает 0,3 х 0,3 м. Выполняются по индивидуальным проектам, площадь информационного поля объемно-пространственных конструкций определяется расчетным путем;

проекторные установки - рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на земле, на плоскостях стен и в объеме, состоящие из проецирующего устройства и поверхности (экрана) или объема, в котором формируется информационное изображение. Площадь информационного поля для плоских изображений определяется габаритами проецируемой поверхности, а для объемных изображений определяется расчетным путем.

5.2.27. **Крышные рекламные конструкции в виде отдельных букв и логотипов** - рекламные конструкции, присоединяемые к зданиям, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше, состоящие из отдельно стоящих символов (букв, цифр, логотипов), оборудованные исключительно внутренним подсветом. Высота рекламных крышных конструкций должна быть не более одной десятой части от высоты фасада здания (от цоколя до кровли), со стороны которого размещается конструкция.

Площадь информационного поля данного вида рекламных конструкций определяется расчетным путем.

Для крышных рекламных конструкций в виде отдельных букв и логотипов в обязательном порядке разрабатывается индивидуальный проект - рабочая проектная документация с целью обеспечения безопасности при установке, монтаже и эксплуатации. Крышные рекламные конструкции в виде отдельных букв и логотипов должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания, должны иметь системы пожаротушения и соответствовать иным требованиям пожарной безопасности.

5.2.28. **Медиа-фасады** - рекламные конструкции, присоединяемые к зданиям, размещаемые на фасадах, не имеющих декоративных архитектурных деталей, согласно Концепции размещения медиа-фасадов на территории муниципального образования города Керчь. Концепция размещения медиа-фасадов разрабатывается Администрацией города Керчи с целью недопущения нарушений сложившегося архитектурного облика застройки.

Медиа-фасад конструктивно состоит из сетки на металлической или полимерной основе с интегрированными в нее светодиодными устройствами, позволяющие демонстрировать изображение. При размещении рекламной конструкции в виде медиа-фасада не должно нарушаться естественное освещение окон, нормативная инсоляция. Площадь информационного поля медиа-фасада определяется индивидуально в зависимости от архитектуры здания, исходя из размеров фасада, на котором целесообразно размещение конструкции (сетки) без нарушения архитектурного облика существующей застройки города.

Для размещения медиа-фасада на конкретном здании в обязательном порядке разрабатывается комплексный дизайн-проект рекламного оформления всего здания и индивидуальный рабочий проект крепления конструкции (сетки) с целью обеспечения безопасности при ее эксплуатации.

Медиа-фасады должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

5.2.29. Флагштоки - отдельно стоящие рекламные конструкции, состоящие из фундамента, опорной рамы, вертикальных стоек и мягких полотнищ, предназначенных для размещения на них рекламы, оснащенные устройствами для поднятия и регулировки высоты флага. Площадь информационного поля флагштока определяется площадью всех сторон отдельных флагов в его составе.

5.3. Временные рекламные конструкции:

Временными рекламными конструкциями признаются рекламные конструкции, срок размещения которых обусловлен их функциональным назначением и местом установки и составляет не более чем двенадцать месяцев.

5.3.1. Выносные рекламные конструкции (штендеры) – переносные рекламные установки, которые обычно выставляются недалеко от места продажи товара в часы работы предприятия.

Штендеры должны быть двусторонними, не должны иметь собственного подсвета, площадь одной стороны не должна превышать 1,5 кв. м.

Штендеры размещаются в пешеходных зонах и на тротуарах в пределах 2 м от входа в предприятие.

Запрещается установка штендеров, мешающих проходу пешеходов, при ширине тротуара менее двух метров, а также ориентированных на восприятие с проезжей части.

5.3.2. Носимые рекламные конструкции - временные рекламные конструкции, перемещаемые физическими лицами без использования технических средств.

Эксплуатация носимых рекламных конструкций допускается в пешеходных зонах и на тротуарах. Запрещается использование носимых рекламных конструкций, мешающих проходу пешеходов, а также ориентированных на восприятие с проезжей части.

5.3.3. Строительная сетка – защитный материал, используемый для предохранения окружающей среды от строительной пыли и других загрязнений при отделке фасадов зданий. В целях наружной рекламы на ней могут печататься широкомасштабные изображения.

5.3.4. Рекламные конструкции объектов строительства должны обеспечивать художественное оформление данных объектов.

Рекомендуется оформлять данные объекты отдельными щитами, мягким оформлением или сплошной лентой. В случаях применения щитовых рекламных конструкций их высота не должна превышать размеров несущих элементов ограждений более чем на 1/2 их высоты.

В случаях когда на строительной площадке имеются сооружения (строительные леса при реконструкции здания, бытовые помещения, мачты для прожекторов, краны и т.д.), а

также ограждающая сетка, возможно размещение других рекламных конструкций, предусмотренных настоящим Положением.

5.3.5. В качестве временных могут также регистрироваться и стационарные средства наружной рекламы и информации при условии оформления разрешительной документации на срок, ограниченный продолжительностью рекламной, праздничной или иной информационной кампании. По истечении указанного срока действие выданной разрешительной документации заканчивается, средство наружной рекламы и информации полностью демонтируется, а место его размещения считается свободным от обязательств.

6. Общие требования к объектам наружной рекламы и информации

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

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

6.3. Рекламные конструкции не должны создавать помех для выполнения работ по эксплуатации и ремонту зданий и сооружений.

6.4. При производстве работ по установке объекта наружной рекламы владелец объекта наружной рекламы несет ответственность в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации за любые нарушения правил безопасности, а также за неисправности и аварийные ситуации, возникшие из-за нарушения им согласованных с уполномоченными организациями условий монтажа и эксплуатации объекта наружной рекламы.

6.5. При выполнении работ по монтажу и обслуживанию объектов наружной рекламы и информации должны быть соблюдены требования по обеспечению безопасности дорожного движения в местах производства работ.

6.6. Владелец объекта наружной рекламы при его эксплуатации обязан обеспечить безопасность этого объекта наружной рекламы для жизни и здоровья людей, имущества всех форм собственности и несет установленную действующим законодательством Российской Федерации ответственность за ущерб, причиненный физическим и юридическим лицам в результате необеспечения безопасности объекта наружной рекламы.

6.7. Объекты наружной рекламы должны иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона.

6.8. Владелец рекламной конструкции обязан восстановить благоустройство территории после установки (демонтажа) рекламной конструкции. Демонтаж рекламных конструкций необходимо проводить вместе с их фундаментом.

6.9. После прекращения по любым основаниям действия Разрешения на установку рекламной конструкции (в том числе аннулирования разрешения или признания его недействительным), владелец рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец соответствующего недвижимого имущества, к которому такая конструкция присоединена, обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции в течение тридцати дней и удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции, в течение пяти дней.

6.10. В случае невыполнения собственником рекламной конструкции обязательств по демонтажу рекламной конструкции, использования имущества города Керчи для установки и эксплуатации рекламной конструкции без договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, по поручению Администрации города Керчи ее демонтаж осуществляют уполномоченные муниципальные структуры, предприятия. При этом владелец рекламной конструкции обязан возместить расходы по демонтажу,

хранению, а в необходимых случаях утилизации демонтированных объектов.

6.11. В случае использования имущества города Керчи для установки и эксплуатации рекламных конструкций без договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, Администрация города Керчи вправе потребовать возмещения убытков в размере платы за фактическое размещение объекта наружной рекламы и информации, административной ответственности согласно требованиям КоАП Российской Федерации.

6.12. Возмещение убытков и оплата административного штрафа не являются основаниями для оформления разрешительных документов.

7. Технические требования к объектам наружной рекламы и информации, техническая экспертиза проектной документации и рекламной конструкции

7.1. Проектирование, изготовление, монтаж, эксплуатация и утилизация рекламных конструкций и их частей, территориальное размещение рекламных конструкций должны соответствовать установленным в Российской Федерации требованиям технического регламента, требованиям соответствующих санитарных норм и правил (в том числе требований к освещенности, электромагнитному излучению и пр.), требованиям нормативных актов по безопасности дорожного движения.

7.2. Технические нормы и требования к конструкциям наружной рекламы устанавливаются ГОСТами, строительными нормами и правилами (СНиП); правилами устройства электроустановок (ПУЭ); правилами технической эксплуатации электроустановок потребителей (ПТЭЭП) и другими нормативными правовыми актами. Каждая рекламная конструкция должна соответствовать общим нормам, относящимся к конструкциям такого типа.

7.3. Требования к проектированию, изготовлению, монтажу, эксплуатации рекламных конструкций и их частей.

7.3.1. Проектная документация

7.3.1.1. **Дизайн-проект** рекламной конструкции (проектная документация) должен содержать:

1) комплект чертежей конструкции с пояснительной запиской, включающей в себя необходимые расчеты (на прочность, устойчивость, ветровую нагрузку и т.д.);

2) электрический проект (пояснительная записка, однолинейная схема, ситуационный план, спецификация электрооборудования) – для рекламных конструкций, использующих электрическое оборудование, электроустановки.

3) цветной эскиз изображения рекламной конструкции в масштабе и с привязкой к рекламному месту.

7.3.1.2. **Дизайн-проект** рекламной конструкции должен быть разработан организацией, имеющей в соответствии с действующим законодательством лицензию на право осуществления проектных работ (*проектирование зданий и сооружений I и II уровней ответственности в соответствии с государственным стандартом*).

7.3.2. Установка рекламной конструкции

7.3.2.1. **Строительно-монтажные и электротехнические работы** по установке и эксплуатации рекламных конструкций должны выполняться в соответствии с проектной документацией организациями, имеющими лицензии на проведение этих работ.

7.3.2.2. При производстве работ по месту установки рекламных конструкций непосредственный исполнитель при себе должен иметь разрешение на установку рекламной конструкции, паспорт средства наружной рекламы, лицензию на

соответствующий вид деятельности и другие документы, необходимые для производства работ по установке объекта наружной рекламы.

7.3.2.3. Устройство фундаментов объектов наружной рекламы и информации и проведение других земляных работ при их установке проводятся на основании ордера на производство земляных работ, оформляемого в установленном порядке, с обязательным актом на скрытые работы, который утверждается Управлением жилищно-коммунального хозяйства Администрации города Керчи.

7.3.2.4. Монтаж объектов наружной рекламы и информации на зданиях и сооружениях производится в присутствии представителей балансодержателя или после письменного уведомления его о проведении работ.

7.3.2.5. Не допускается снижение прочности, устойчивости и надежности зданий и сооружений, на которых размещаются рекламные конструкции, или их повреждение.

7.3.2.6. Владелец рекламной конструкции обязан восстановить (выполнить) благоустройство территории и объекта размещения после установки (демонтажа) объекта наружной рекламы в трехдневный срок.

7.3.2.7. Владелец рекламной конструкции несет ответственность за любые нарушения правил безопасности, а также за неисправности и аварийные ситуации, возникшие из-за нарушения им условий монтажа и эксплуатации объекта наружной рекламы и информации.

7.3.2.8. Владелец рекламной конструкции обязан устранить в месячный срок (а при аварийной ситуации немедленно) обнаруженные повреждения, содержать рекламную конструкцию в надлежащем состоянии, а также в установленном порядке обеспечить уборку прилегающей территории.

7.3.2.9. При невозможности или нежелании владельца рекламной конструкции устранить выявленные повреждения и содержать объект наружной рекламы и информации в надлежащем состоянии, Администрация города Керчи в 7-ми дневный срок аннулирует разрешение.

8. Порядок распространения наружной рекламы и информации

8.1. Распространение наружной рекламы на территории городского округа Керчь осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламодателем, с соблюдением требований Федерального закона «О рекламе», настоящим Положением.

8.2. Рекламные конструкции не являются объектом капитального строительства. На правоотношения, возникающие в связи с установкой рекламных конструкций, не распространяются правила, предусмотренные Федеральным законом № 122-ФЗ от 21.07.1997 «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним».

8.3. Установка объектов наружной рекламы в городе Керчи допускается при наличии Разрешения на установку рекламной конструкции (далее – Разрешение), выданного Администрацией города Керчи в порядке, предусмотренном настоящим Положением.

8.4. Разрешение на установку рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе независимо от формы собственности недвижимого имущества выдается лицу, не занимающему преимущественного положения в сфере распространения наружной рекламы в соответствии с Федеральным законом «О рекламе».

8.5. За выдачу Разрешения взимается государственная пошлина в размерах и порядке, установленных п.12 ст.19 закона Российской Федерации «О рекламе».

8.6. 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. Примерная форма договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции приведена в Приложении № 9 к настоящему Положению.

Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается на срок пять лет, за исключением договора на установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции, который может быть заключен на срок не более чем двенадцать месяцев. **По окончании срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции обязательства сторон по договору прекращаются.**

В случае если недвижимое имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, закреплено собственником за другим лицом на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с лицом, обладающим правом хозяйственного ведения, правом оперативного управления или иным вещным правом на такое недвижимое имущество, при наличии согласия такого собственника и с соблюдением требований, установленных Федеральным законом «О рекламе», настоящим положением.

В случае если недвижимое имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, передано собственником в доверительное управление, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с доверительным управляющим при условии, что договор доверительного управления не ограничивает доверительного управляющего в совершении таких действий с соответствующим имуществом.

8.7. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности (распоряжении) городского округа Керчь, осуществляется на основе торгов (в форме аукциона).

8.8. Определение потенциальных рекламных мест (земельных участков, зданий или иного имущества), находящихся в собственности (распоряжении) городского округа Керчь, с целью размещения на них рекламных конструкций, производится как по инициативе Администрации города Керчи, ее подразделений, так и лиц, распространяющих, либо желающих распространять наружную рекламу на территории городского округа Керчь и вносятся как изменения в Схему размещения рекламных конструкций на территории городского округа Керчь.

8.9. Разрешение на установку рекламной конструкции выдается на основании постановления Администрации города Керчи в соответствии со Схемой размещения рекламных конструкций на территории городского округа Керчь при наличии Договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

8.10. Разрешение выдается лицу, заключившему с собственником земельного участка, здания, сооружения, иного недвижимого имущества договор на установку рекламной конструкции, а если рекламная конструкция устанавливается на земельном участке, здании, сооружении или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности (распоряжении) - лицу, признанному победителем торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

8.11. Лицо, которому выдано разрешение на установку рекламной конструкции, обязано уведомлять Администрацию города Керчи обо всех фактах возникновения у третьих лиц прав в отношении этой рекламной конструкции (сдача рекламной конструкции в аренду, внесение рекламной конструкции в качестве вклада по договору простого товарищества, заключение договора доверительного управления, иные факты).

8.12. Заключение договора на распространение социальной рекламы является

обязательным для рекламораспространителя. Заключение такого договора осуществляется в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации.

8.13. При распространении социальной рекламы на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности (распоряжении) городского округа Керчь, оплата, предусмотренная договором на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на имуществе городского округа Керчь не взимается.

При этом периоды распространения социальной рекламы в целях расчета оплаты по договору и контроля сроков распространения исчисляются в днях.

8.14. На период действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции владелец рекламной конструкции имеет право беспрепятственного доступа к недвижимому имуществу, к которому присоединяется рекламная конструкция, и пользования этим имуществом для целей, связанных с осуществлением прав владельца рекламной конструкции, в том числе с ее эксплуатацией, техническим обслуживанием и демонтажом.

8.15. Установка рекламной конструкции без Разрешения (самовольная установка) на территории города Керчи **не допускается**. В случае самовольной установки рекламной конструкции она подлежит демонтажу на основании предписания Администрации города Керчи в течение 30 дней после получения предписания.

8.16. В случае если в течение года со дня выдачи Разрешения рекламная конструкция не установлена, Администрацией города Керчи может быть принято решение об аннулировании разрешения.

8.17. Средства наружной рекламы, установленные без разрешения на установку рекламной конструкции, с нарушением порядка, определенного настоящим Положением, либо с отступлениями от утвержденного проекта конструкций, условий согласований, предусмотренных в паспорте объекта наружной рекламы, считаются незаконными и подлежат сносу установившими их лицами либо за их счет в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

8.18. Все Разрешения на установку рекламной конструкции подлежат регистрации в Реестре выданных разрешений на установку рекламных конструкций в порядке, устанавливаемом настоящим Положением.

8.19. Требования настоящего Положения в части получения Разрешений не распространяются на витрины, киоски, лотки.

8.20. Распространение наружной рекламы на объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, их территориях допускается в случаях и на условиях, которые предусмотрены Федеральным законом от 25 июня 2002 года № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации», с соблюдением требований о рекламе и ее распространению, установленных настоящим Федеральным законом.

8.21. Не допускается распространение наружной рекламы на объектах культурного наследия, включенных в реестр, а также на их территориях, за исключением территорий достопримечательных мест.

8.22. Запрет или ограничение распространения наружной рекламы на объектах культурного наследия, находящихся на границах территории достопримечательного места и включенных в реестр, а также требования к ее распространению устанавливаются соответствующим органом охраны объектов культурного наследия, определенным пунктом 7 статьи 47 настоящего Федерального закона, и вносятся в правила землепользования и застройки, разработанные в соответствии с Градостроительным кодексом Российской Федерации.

8.23. Требования 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, на территориях наружной рекламы указываются в охранном обязательстве собственника или иного законного владельца объекта культурного наследия в случае распространения наружной рекламы.

9. Уполномоченные лица по согласованию установки рекламных конструкций

Уполномоченными лицами по согласованию установки рекламных конструкций с отметкой согласования в Паспорте рекламной конструкции, Паспорте согласования места размещения рекламной конструкции являются:

9.1. Управление градостроительства, архитектуры и рекламы Администрации города Керчи (далее - Управление градостроительства, архитектуры и рекламы Администрации) осуществляет согласование:

1) соответствия установки рекламной конструкции схеме размещения рекламных конструкций на территории городского округа Керчь сложившемуся архитектурно-художественному облику городского округа Керчь;

2) полноты документов, представленных в проектной документации и соответствия проекта рекламной конструкции требованиям технического регламента;

3) наличия и соответствия требованиям законодательства лицензии организации, разработавшей проект объекта наружной рекламы;

4) наличия технической экспертизы проектной документации, проведенной независимой экспертной организацией,

5) наличия у экспертной организации, проводившей техническую экспертизу, соответствующего требованиям законодательства свидетельства (аттестат, сертификат).

9.2. Отделение ГИБДД УМВД России по г.Керчь осуществляет согласование территориального размещения рекламных конструкций в полосе отвода, придорожной полосе и вдоль автомобильных дорог.

9.3. При необходимости согласование территориального размещения рекламных конструкций осуществляется с **организациями, эксплуатирующими инженерные сети и сооружения.**

9.4. При необходимости в соответствии с требованиями действующего законодательства согласование установки рекламной конструкции осуществляется с иными уполномоченными лицами.

9.5. Собственник или иной указанный в пунктах 5-7 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» законный владелец соответствующего недвижимого имущества дает согласие на присоединение к этому имуществу рекламной конструкции, если заявитель не является собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества.

9.6. Перечень уполномоченных органов по согласованию территориального размещения рекламных конструкций, необходимому для получения разрешения на установку рекламной конструкции, определяет управление градостроительства, архитектуры и рекламы Администрации.

10. Органы управления, контроля и координации в сфере распространения наружной рекламы

10.1. Управление градостроительства, архитектуры и рекламы

Администрации:

10.1.1. Осуществляет координацию работ в сфере размещения и распространения наружной рекламы на территории городского округа Керчь в пределах своей компетенции.

10.1.2. Осуществляет прием и регистрацию заявлений на установку рекламных конструкций, проводит их проверку на полноту представленных документов, их достоверность и соответствие установленным требованиям;

10.1.3. Готовит форму Паспорта рекламной конструкции для проставления в нем необходимых согласований.

10.1.4. Осуществляет согласования с уполномоченными органами, необходимые для согласования территориального размещения рекламной конструкции или об отказе в ее размещении.

10.1.5. Готовит предложения о выдаче, отказе в выдаче или аннулировании разрешений на установку рекламной конструкции.

10.1.6. Готовит проекты постановлений Администрации города Керчи о выдаче разрешений на установку рекламных конструкций.

10.1.7. Оформляет и выдает Разрешения на установку рекламных конструкций.

10.1.8. Регистрирует выданные Разрешения на установку рекламных конструкций в Журнале учета разрешений на установку рекламных конструкций на территории городского округа Керчь (Приложение № 7 к настоящему Положению).

10.1.9. Направляет заявителям решения о выдаче, отказе в выдаче или аннулировании разрешений на установку рекламной конструкции.

10.1.10. Осуществляет контроль технического состояния рекламных конструкций с привлечением в необходимых случаях подрядных и экспертных организаций для подготовки экспертных заключений и выполнения работ.

10.1.11. Определяет возможные места территориального размещения рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности (распоряжении) городского округа Керчь и типы устанавливаемых на них рекламных конструкций для проведения аукциона на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности (распоряжении) городского округа Керчь.

10.1.12. Осуществляет подготовительные работы, необходимые для проведения аукциона на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности (распоряжении) городского округа Керчь.

10.1.13. Ведет Реестр рекламных конструкций городского округа Керчь.

10.1.14. От имени Администрации города Керчи готовит проекты договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности (распоряжении) городского округа Керчь.

10.1.15. Выявляет в пределах своей компетенции нарушения действующего законодательства о рекламе.

10.1.16. Осуществляет работы по выявлению самовольно установленных рекламных конструкций на территории городского округа Керчь.

10.1.17. Выдает предписания на демонтаж самовольно установленных рекламных конструкций.

10.1.18. Выдает предписания на удаление информации, размещенной на самовольно установленных рекламных конструкциях.

10.1.19. Взаимодействует с органами муниципального контроля:

- передает информацию о незаконно установленных рекламных конструкциях на территории городского округа Керчь для принятия мер административного воздействия;

- отвечает в письменном виде на запросы органа муниципального контроля и предоставляет копии архивных материалов.

10.1.20. Реализует единую архитектурно-художественную политику комплексного рекламно-информационного оформления города Керчи.

10.1.21. В соответствии со Схемой размещения рекламных конструкций на территории городского округа Керчь и архитектурно-художественным обликом городского округа Керчь определяет возможность установки рекламных конструкций (соответствующих типов) на территории городского округа Керчь.

10.1.22. Проверяет документы, представленные с заявлением на выдачу разрешения на установку рекламной конструкции и осуществляет согласования:

1) соответствия установки рекламной конструкции Схеме размещения рекламных конструкций на территории городского округа Керчь, сложившемуся архитектурно-художественному облику городского округа Керчь;

2) полноты документов, представленных в проектной документации и соответствия проекта рекламной конструкции требованиям технического регламента;

3) наличия и соответствия требованиям законодательства лицензии организации, разработавшей проект объекта наружной рекламы.

11. Заявление о выдаче разрешения на установку рекламной конструкции

11.1. Для получения разрешения на установку рекламной конструкции, Заявитель – победитель торгов обращается в управление градостроительства, архитектуры и рекламы Администрации с заявлением о выдаче разрешения на установку рекламной конструкции (далее – Заявление) по форме, установленной настоящим Положением (Приложение № 1 к настоящему Положению).

11.2. К Заявлению прилагаются:

1) данные о заявителе - данные о государственной регистрации юридического лица или о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя;

2) подтверждение в письменной форме согласия собственника или иного законного владельца соответствующего недвижимого имущества на присоединение к этому имуществу рекламной конструкции, если заявитель не является собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества. В случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции необходимо использование общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, документом, подтверждающим согласие этих собственников, является протокол общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме.

12. Порядок оформления разрешения на установку рекламной конструкции

12.1. Управление градостроительства, архитектуры и рекламы Администрации, получив заявление о выдаче разрешения на установку рекламной конструкции:

1) регистрирует Заявление в Журнале учета заявлений на установку рекламных конструкций (Приложение № 3 к настоящему Положению), в присутствии Заявителя отмечает в описи документов, представляемых для получения разрешения на установку рекламной конструкции (далее – опись) перечень и количество принятых документов и выдает Заявителю один экземпляр описи с отметками о принятых документах.

2) проверяет комплектность и содержание представленных документов;

3) готовит выписку из Реестра рекламных конструкций городского округа Керчь, содержащую информацию:

– о наличии действующих разрешений на установку рекламной конструкции на данном земельном участке, здании, сооружении, ином имуществе;

– об общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы Заявителю и общей площади информационных полей рекламных конструкций на территории городского округа Керчь, имеющих действующие Разрешения по состоянию на дату приема Заявления;

4) при обнаружении несоответствий представленных документов, либо несоответствия, устанавливаемой рекламной конструкции требованиям Федерального закона «О рекламе», настоящему Положению, иным нормативным правовым актам, направляет заявителю мотивированный отказ в выдаче Разрешения на установку рекламной конструкции и осуществляет возврат ему комплекта принятых документов;

5) готовит Паспорт рекламной конструкции в 3-х экземплярах по форме, установленной настоящим Положением (Приложение № 2 к настоящему Положению).

6) готовит проект постановления Администрации города Керчи о выдаче разрешения на установку рекламной конструкции (далее – Постановление), либо уведомление Заявителю об отказе в выдаче Разрешения на установку рекламной конструкции. Решение об отказе в выдаче разрешения должно быть мотивировано и принято исключительно по основаниям, предусмотренным Федеральным законом «О рекламе».

12.2. Разрешение на установку рекламной конструкции выдается сроком на пять лет.

12.3. На основании постановления Администрации города Керчи о выдаче разрешения на установку рекламной конструкции, управление градостроительства, архитектуры и рекламы Администрации:

1) готовит Разрешение на установку рекламной конструкции в 3-х экземплярах по форме, установленной настоящим Положением (Приложение № 6). В разрешении указываются владелец рекламной конструкции, собственник земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, тип рекламной конструкции, площадь ее информационного поля, место установки рекламной конструкции, срок действия разрешения, орган, выдавший разрешение, номер и дата его выдачи, иные сведения.

2) формирует пакет документов, полученных от Заявителя и документов, подготовленных в процессе подготовки разрешения на установку рекламной конструкции (постановление Администрации города Керчи о выдаче разрешения на установку рекламной конструкции; Разрешение на установку рекламной конструкции; Паспорт рекламной конструкции, заверенная копия свидетельства о праве собственности на недвижимое имущество, на котором устанавливается рекламная конструкция, Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции) в «Дело», которое хранится в управлении градостроительства, архитектуры и рекламы Администрации.

3) регистрирует рекламную конструкцию в Реестре рекламных конструкций городского округа Керчь, ставит отметку о регистрации на бланке Разрешения на установку рекламной конструкции и в Паспорте рекламной конструкции;

4) направляет Заявителю решение в письменной форме о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче, с указанием срока и места выдачи Разрешения на установку рекламной конструкции и Паспорта рекламной конструкции Заявителю.

12.4. Разрешение на установку рекламной конструкции и Паспорт рекламной конструкции выдаются заявителю управлением градостроительства, архитектуры и рекламы Администрации не позднее двух месяцев с даты регистрации заявления на выдачу разрешения на установку рекламной конструкции только предъявления платежных документов, подтверждающих оплату государственной пошлины за выдачу Разрешения.

Без документального подтверждения оплаты государственной пошлины, Разрешение и Паспорт заявителю не выдаются.

12.5. Выдача разрешения на установку рекламной конструкции регистрируется в Журнале учета разрешений на установку рекламных конструкций (Приложение № 7 к настоящему Положению).

12.6. Решение об отказе в выдаче разрешения должно быть мотивировано и принято Администрацией городского округа Керчь исключительно по следующим основаниям:

1) несоответствие проекта рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технического регламента;

2) несоответствие установки рекламной конструкции в заявленном месте схеме территориального планирования или генеральному плану;

3) нарушение требований нормативных актов по безопасности движения транспорта;

4) нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа;

5) нарушение требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия

(памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании;

б) нарушение требований, установленных частями 5.1., 5.6., 5.7 статьи 19 Федерального закона «О рекламе».

12.7. В случае отказа Администрации города Керчи в выдаче разрешения Заявитель в течение трех месяцев со дня получения решения об отказе в выдаче разрешения вправе обратиться в суд или арбитражный суд с заявлением о признании такого решения незаконным.

12.8. Администрация города Керчи принимает решение об аннулировании разрешения:

1) в течение месяца со дня направления ему владельцем рекламной конструкции уведомления в письменной форме о своем отказе от дальнейшего использования разрешения;

2) в течение месяца с момента направления ему собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, документа, подтверждающего прекращение договора, заключенного между таким собственником или таким владельцем недвижимого имущества и владельцем рекламной конструкции;

3) в случае, если в течение года со дня выдачи разрешения рекламная конструкция не установлена;

4) в случае, если рекламная конструкция используется не в целях распространения рекламы, социальной рекламы;

5) в случае, если разрешение выдано лицу, заключившему договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с нарушением требований, установленных частями 5.1, 5.6., 5.7 статьи 19 Федерального закона «О рекламе», либо результаты аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции признаны недействительными в соответствии с законодательством Российской Федерации;

б) в случае нарушения требований, установленных частью 9.3 статьи 19 Федерального закона «О рекламе».

12.9. Решение об аннулировании разрешения может быть обжаловано в суд или арбитражный суд в течение трех месяцев со дня его получения.

12.10. Разрешение может быть признано недействительным в судебном порядке в случаях, предусмотренных Федеральным законом «О рекламе».

13. Реестр рекламных конструкций

13.1. Распространение наружной рекламы на территории городского округа Керчь производится только на рекламных конструкциях, внесенных в Схему размещения рекламных конструкций на территории городского округа Керчь на основании выданных Разрешений на установку рекламных конструкций.

13.2. Формирование и ведение Реестра осуществляется управлением градостроительства, архитектуры и рекламы Администрации.

13.3. Формирование и ведение реестра осуществляется в электронном виде и на бумажном носителе.

13.4. Реестр рекламных конструкций городского округа Керчь на бумажном носителе утверждается начальником управления градостроительства, архитектуры и рекламы Администрации по состоянию на 1 января текущего года.

13.5. На каждую рекламную конструкцию в Реестр заносятся следующие данные:

- 1) реестровый номер;
- 2) дата регистрации в реестре;
- 3) владелец рекламной конструкции;
- 4) номер Разрешения на установку рекламной конструкции;
- 5) срок действия Разрешения;
- 6) дату, номер и наименование документа, на основании которого выдано Разрешение;
- 7) номер и дату Паспорта рекламной конструкции, сведения о согласованиях (согласующие организации, срок действия согласований);
- 8) тип рекламной конструкции, ее характеристики (высота, длина, площадь информационного поля одной стороны, количество сторон);
- 9) адрес рекламного места;
- 10) сведения о собственнике объекта недвижимости, к которому присоединяется рекламная конструкция, и документах, подтверждающих право собственности;
- 11) дату, номер, срок действия договора на установку рекламной конструкции (если владелец рекламной конструкции не является собственником рекламного места);
- 12) отметка об уплате государственной пошлины (наименование, номер и дата платежного документа).

13.6. Структуру и форму Реестра рекламных конструкций городского округа Керчь, порядок внесения в него сведений определяет держатель Реестра – Управление градостроительства, архитектуры и рекламы Администрации.

14. Сроки хранения документов

14.1. Разрешение на установку рекламной конструкции, Паспорт рекламной конструкции, иные документы, полученные от заявителя для подготовки разрешения на установку рекламной конструкции хранятся в течение срока действия Разрешения на установку рекламной конструкции и еще в течение 3 лет с момента окончания действия Разрешения.

14.2. По истечении срока хранения документов, указанных в п. 14.1. настоящего Положения, они считаются недействительными и подлежат уничтожению в установленном порядке.

**И.о. начальника управления
градостроительства, архитектуры и
рекламы администрации города Керчи**

А.В. Чаусский