Приложение 5

 к постановлению администрации г. Яровое

 от «11» сентября 2023 № 1148

 Приложение 2

 к Схеме размещения рекламных конструкций

 на территории муниципального образования

 город Яровое Алтайского края

Пояснительная записка

К схеме размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования

город Яровое Алтайского края

**1. Общие положения**

В соответствии с действующим Федеральным законом № 38-ФЗ «О рекламе», с учетом внесенных изменений в названный закон № 98-ФЗ от 07.05.2013г. и согласно постановлению Администрации Алтайского края от 18.12.2013г. № 661 «Об утверждении Порядка предварительного согласования схем размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной собственности Алтайского края или муниципальной собственности, и вносимых в них изменений», Администрацией города Яровое Алтайского края подготовлена «Схема размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город Яровое Алтайского края».

Представленная «Схема размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город Яровое Алтайского края» (далее - Схема) устанавливает необходимые требования по обеспечению благоприятной визуально-рекламной среды для граждан.

**2. Схема размещения рекламных конструкций**

Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах.

Схема размещения рекламных конструкций состоит из отдельных фрагментов, выполнена на картографической основе города Яровое Алтайского края с использованием материалов соответствующих документов территориального планирования.

Схема определяет соответствие размещения наружной рекламы архитектурному облику сложившейся застройки.

**3. Объекты и субъекты визуально-рекламного регулирования**

Объектами визуально-рекламного регулирования настоящей Схемы являются рекламные конструкции, а также процессы размещения, монтажа, эксплуатации и модернизации рекламных конструкций, а также процессы оценки рекламных конструкций.

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

**4. Основные понятия**

Для целей настоящей Схемы используются следующие основные понятия:

Наружная реклама (по тексту допустимо – рекламные конструкции) – щитовые конструкции, функционально предназначенные для размещения на них рекламной информации.

Рекламная поверхность – поверхность рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы.

Ответственный за эксплуатацию – лицо, эксплуатирующее рекламную конструкцию и несущий ответственность за выполнение требований эксплуатационной документации, а также требований безопасности при эксплуатации рекламных конструкций.

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

Срок службы рекламной конструкции – установленный проектной документацией период, в течении которого рекламная конструкция может эксплуатироваться.

**5. Типы рекламных конструкций**

На предполагаемых местах рекламные конструкции подразделяются на следующие типы:

Щитовая рекламная конструкция 3 х 6 м; 3,5х4,5 м; 4х2 м; 3х22 м; 3х31 м; 3х41 м; 2,5х25 м - щитовые рекламные конструкции среднего формата, имеющие внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Щиты состоят из фундамента, опоры, каркаса и информационного поля размером 3 х 6 м; 3,5х4,5 м; 4х2 м; 3х22 м; 3х31 м; 3х41 м; 2,5х25 м. Каркас-металлический, материал для размещения-баннер, бумажный постер. Площадь информационного поля щита определяется общей площадью его сторон. Количество сторон щита не может быть более двух. Фундамент щита не должен выступать над уровнем дорожного покрытия. В исключительных случаях, когда заглубление фундамента невозможно, допускается размещение с частичным заглублением фундамента на 0,1 – 0,2 м при наличии бортового камня или дорожных ограждений (ГОСТ Р 52289-2004). Щиты, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону.

Брандмауэр - натяжные рекламные конструкции, прикрепленные к горизонтальным поверхностям и имеющие размер соответствующий данной поверхности. Брандмауэры изготавливаются из винила, сетки или пленки, в зависимости от способа крепления.

Лайтбокс двойной - имеющий внешние поверхности для размещения информации, закреплен на опоре линии электропередач, должен иметь внутренний подсвет. Площадь информационного поля одной стороны: 3 кв. м, количество сторон щита - не более двух, внешние габариты рекламной панели не более 1,5 х 1,0 м.

Трехгранная призма - железобетонная конструкция состоящая из фундамента, опор и трех информационных полей с размерами 2 х 4 м. Информационное поле рекламной конструкции изготавливается из гибких и эластичных материалов. Площадь информационных полей определяется общей площадью трех сторон.

Флаговая установка – отдельно стоящая конструкция, имеющая фундамент, опорную металлическую стойку высотой до 20 м. Фундамент не должен выступать над уровнем тротуарного покрытия. Информационное поле - флаг размером 1,5х4,5 м, изготавливается из гибких и эластичных материалов.

Флагшток - отдельно стоящая конструкция, имеющая фундамент, опорную металлическую стойку высотой до 4 м. Фундамент не должен выступать над уровнем тротуарного покрытия. Информационное поле – флаг размером 0,9х3,0 м изготавливается из гибких и эластичных материалов.

**6. Требования к рекламным конструкциям**

Рекламные и информационные конструкции, установленные на территории муниципального образования город Яровое Алтайского края должны соответствовать внешнему архитектурному облику сложившейся застройки.

Рекламная конструкция должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы, социальной рекламы. Не допускается эксплуатация рекламных и информационных конструкций без размещенных на них информационных сообщений (изображений).

Рекламные и информационные конструкции должны быть спроектированы, изготовлены и установлены в соответствии с существующими строительными нормами и правилами, ГОСТами, ПУЭ, техническими регламентами и другими нормативными актами, содержащими требования для конструкций данного типа. Все конструкции должны соответствовать требованиям соответствующих санитарных норм и правил (в том числе требований к освещенности, электромагнитному излучению и пр.).

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

Рекламные конструкции, а также рекламные и информационные изображения, размещаемые на них, должны соответствовать контексту градостроительной ситуации, улучшая визуальный образ, подчеркивая индивидуальность сложившейся застройки. Основные критерии, по которым обеспечивается наиболее полное соответствие:

колористика - для оформления рекламных конструкций используются цвета, сочетающиеся с окружающим фоном;

стилистика окружающей среды - при проектировании рекламных конструкций учитывается пластика архитектуры, ее исторические особенности;

пропорции и масштаб - размеры рекламных конструкций и элементов изображений соответствуют размерам окружающих объектов, учитывают особенности их архитектуры;

структура - при размещении рекламных конструкций учитывается существующая в архитектурной среде структура, периодичность с целью формирования целостного восприятия пространства.

Цветовое решение наземных рекламных конструкций должно отвечать сложившейся колористике среды города Яровое:

гармонировать с архитектурно-пространственным окружением и другими элементами благоустройства и оборудования;

иметь нейтральный унифицированный характер на основе ограниченного числа колеров.

В границах перекрестка, квартала, локальной архитектурно-планировочной ситуации цветовое решение наземных рекламных конструкций должно иметь единый упорядоченный характер.

**7. Требования к порядку размещения рекламных и информационных конструкций**

На территории муниципального образования город Яровое Алтайского края разрешается размещение рекламных и информационных конструкций исключительно указанных в Адресном реестре установки и эксплуатации рекламных конструкций.

 Фактическая установка рекламной конструкции должна точно соответствовать месту, обозначенному в схеме размещения рекламных конструкций.

Установка и эксплуатация рекламных и информационных конструкций должна соответствовать требованиям нормативных актов по безопасности движения транспорта.

Установка и эксплуатация рекламных и информационных конструкций не должны нарушать требования соответствующих санитарных норм и правил.

Установка и эксплуатация рекламных конструкций или рекламных сообщений (изображений) на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается.

После демонтажа рекламных и информационных конструкций владелец таких конструкций обязан в течение 3 дней восстановить место их установки в том виде, в котором оно было до монтажа конструкции. Использование средства размещения рекламы после прекращения разрешения на его установку не допускается.

**8. Специальные требования к информационным конструкциям**

Информационные конструкции не могут содержать рекламу, за исключением информации об изготовителе соответствующей информационной конструкции, которая не может занимать более 1% поверхности информационной конструкции.

Надписи на информационных конструкциях выполняются на русском языке. Допускается размещение на информационных конструкциях декоративных элементов, а также словесных, графических обозначений или их комбинаций (на русском языке или в русской транслитерации).

Недопустимо использование в текстах, нанесенных на информационные конструкции, иностранных слов, выполненных в русской транслитерации (за исключением зарегистрированных товарных знаков и знаков обслуживания, правом на использование которых обладает владелец информационной конструкции).

**9. Требования к внешнему виду рекламных и информационных конструкций, к содержанию и техническому обслуживанию**

Средства размещения рекламы и информации должны содержаться в чистоте, загрязнения, повреждения (деформации), в том числе информационного поля, следы коррозии не допускаются. Элементы конструкций должны быть окрашены.

Владелец рекламной или информационной конструкции обязан мыть и чистить принадлежащие ему рекламные или информационные конструкции по мере необходимости.

Деятельность по выявлению несоответствия фактического состояния внешнего вида рекламных и информационных конструкций установленным требованиям, выдаче предписаний рекламовладельцам по устранению данных нарушений осуществляется Администрацией города Яровое Алтайского края.

Устранение порывов рекламных изображений на рекламных конструкциях осуществляется владельцами рекламных конструкций незамедлительно после выявления указанных фактов и (или) по предписанию Администрации города Яровое Алтайского края.

Приведение рекламных конструкций в надлежащий вид осуществляется владельцами конструкций по мере необходимости, а в случае экстремальных погодных явлений (ураган, ливневый дождь, снегопад и т.п.) режим работ по устранению последствий неблагоприятных погодных явлений устанавливается в соответствии с указаниями оперативных служб муниципального образования город Яровое Алтайского края.

**10. Переходные положения**

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

Рекламные конструкции, размещенные с нарушением территориального размещения, нормативных расстояний, или конструкции, находящиеся в ненадлежащем состоянии, должны быть демонтированы в течении одного года с момента вступления в силу настоящей Схемы.

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