

**КУРГАНСКАЯ ОБЛАСТЬ**

**МИШКИНСКИЙ РАЙОН**

**АДМИНИСТРАЦИЯ МИШКИНСКОГО РАЙОНА**

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

от \_23 января\_\_\_\_\_\_\_\_\_2019 года № \_4\_\_

р.п. Мишкино

**Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории Мишкинского района Курганской области**

В соответствии с частью 5.8 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-Ф3 «О рекламе», пунктом 15.1 части 1 статьи 15 Федерального закона от 06.10.2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», на основании статьи 36 Устава Мишкинского района, Администрация Мишкинского района

ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить схему размещения рекламных конструкций на территории Мишкинского района Курганской области согласно приложений 1 – 6 к данному постановлению.

2. Настоящее постановление вступает в силу после его официального обнародования.

3. Обнародовать настоящее постановление на информационном стенде Администрации Мишкинского района Курганской области и разместить на официальном сайте Администрации Мишкинского района в сети Интернет по адресу: <http://mishkino.kurganobl.ru/>.

4. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на первого заместителя Главы Мишкинского района.

Глава

Мишкинского района С.А. Кудрявцев

Мыльникова К.С.

32109

Приложение 1 к постановлению Администрации Мишкинского района

от \_23 января\_\_\_\_\_\_\_ 2019 г. №\_4\_\_

«Об утверждении схемы размещения рекламных

конструкций на территории Мишкинского

района Курганской области»

**Схема размещения рекламных конструкций**

**на территории Мишкинского района**

**Курганской области**

**р.п. Мишкино, 2019 г.**

**Схема размещения рекламных конструкций на территории Мишкинского района Курганской области**

Схема размещения рекламных конструкций на территории Мишкинского района Курганской области (далее - Схема) сформирована с учетом положений следующих нормативных документов:

Градостроительный кодекс РФ;

Земельный кодекс РФ;

Федеральный закон о т 13.03.2006 № 38-Ф3 «О рекламе»;

Постановление Правительства РФ от 26 декабря 2014 года № 1521 «Об утверждении перечня национальных стандартов и сводов правил (частей таких стандартов и сводов правил), в результате применения которых на обязательной основе обеспечивается соблюдение требований ФЗ «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений»;

Постановление Правительства Курганской области от 24.11.2014 № 427 «Об утверждении Порядка согласования схем размещения рекламных конструкций на земельных участках, расположенных на территории Курганской области, независимо о т форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности Курганской области или собственности муниципальных образований Курганской области, и вносимых в нее изменений»;

ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения».

Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат предварительному согласованию с уполномоченным органом государственной власти Курганской области в порядке, установленном Правительством Курганской области.

Схема и вносимые в нее изменения подлежат опубликованию в порядке, установленном для официального опубликования муниципальных правовых актов, и размещению на официальном сайте Администрации Мишкинского района в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

**Раздел 1. Цели настоящей Схемы размещения рекламных конструкций**

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

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

**Раздел 2. Сфера применения Схемы**

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

4. Настоящая Схема распространяется на средства наружной рекламы, размещаемые на автомобильных дорогах и территории Мишкинского района.

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

6. Содержащиеся в настоящей Схеме обязательные требования к объектам и субъектам визуально - рекламного регулирования являются исчерпывающими, имеют прямое действие на всей территории Мишкинского района и могут быть изменены только путем внесения изменений и дополнений в настоящую Схему.

7. Настоящая Схема основана на принципах:

- унификации дизайна и мест стабильного размещения рекламных кон­струкций;

- комплексного размещения рекламных конструкций в среде поселений;

- сохранения и обогащения архитектурного облика поселений.

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

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

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

Раздел 4. Основные понятия

10. Для целей настоящей Схемы используются следующие основные по­нятия:

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

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

Ответственный за эксплуатацию - лицо (арендатор земельного участ­ка), эксплуатирующее рекламную конструкцию и несущее ответственность за выполнение требований эксплуатационной документации, а также требований технической 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 течение которого рекламная конструкция может эксплу­атироваться.

Раздел 5. **Виды рекламных конструкций**

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

- отдельно стоящие рекламные конструкции - стационарные наземные ре­кламные конструкции на собственных опорах;

- рекламные конструкции, располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений и сооружений;

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

- малогабаритные рекламные конструкции с площадью одного рекламного поля (стороны) менее 6 кв. м;

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

- рекламные конструкции особо крупных форматов с площадью одного рекламного поля (стороны) более 18 кв. м.

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

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

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

- рекламные конструкции увеличенной высоты - верхний край рекламного поля расположен на высоте более 7 м от поверхности размещения.

14. Под элементами уличной мебели, совмещенными с рекламными кон­струкциями, уличные скамьи, урны для мусора, уличные часы, таксофонные кабины, оснащенные рекламными панелями площадью не более 2,5 кв. м, при условии, что площадь рекламного поля (стороны) не превышает двух третей площади всего информационного поля (стороны) элемента уличной мебели (в случае наличия на элементе уличной мебели одновременно с рекламным полем (стороной) также поля (стороны) для размещения иной информации).

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

рекламная конструкция имеет более двух рабочих полей;

рекламные конструкции, установленные в непосредственной близости от предприятия и связанные с ним единым архитектурно-пространственным решением;

- рекламные конструкции, предназначенные исключительно для инфор­мирования о месте нахождения конкретного предприятия и/или оказываемых им услугах (виде деятельности).

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

1) щит, стенд, тумба используются для размещения информации, освещающей наиболее важные поселковые проекты, связанные с различными сферами деятельности, значимыми событиями, празд­ничным оформлением;

2) размещение на щите, стенде, тумбе вышеуказанной информации осуществляется на основании решений Администрации или договоров с Администрацией Мишкинского района;

3) работы по изготовлению и установке щита, стенда, тумбы финан­сируются за счет средств уполномоченных органов и лиц (аренда­торы земельных участков), участвующих в процессах размещения и утилизации рекламных конструкций, а также в процессах оценки состояния рекламных конструкций.

**Раздел 6. Требования к размещению вновь устанавливаемых отдельно стоящих рекламных конструкций**

17. Средства наружной рекламы не должны ограничивать видимость технических средств организации дорожного движения, уменьшать габарит инженерных сооружений, а также не должны быть размещены:

- на одной опоре, в створе и в одном сечении с дорожными знаками и светофорами;

- на аварийно-опасных участках дорог и улиц, на железнодорожных переездах, в пределах границ транспортных развязок в разных уровнях, мостовых сооружениях, в туннелях и под путепроводами, а также на расстоянии менее 350 м от них вне населенных пунктов и 50 м - в населенных пунктах, непосредственно над въездами в туннели и выездами из туннелей и ближе 10 м от них;

- на участках автомобильных дорог и улиц с высотой насыпи земляного полотна более 2 м;

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

- над проезжей частью и обочинами дорог, а также на разделительных полосах;

- на дорожных ограждениях и направляющих устройствах;

- на подпорных стенах, деревьях, скалах и других природных объектах;

- на участках автомобильных дорог с расстоянием видимости менее 350 м вне населенных пунктов и 150 м - в населенных пунктах;

- ближе 25 м от остановок маршрутных транспортных средств;

- в пределах границ наземных пешеходных переходов и пересечениях автомобильных дорог или улиц в одном уровне, а также на расстоянии менее 150 м от них вне населенных пунктов, 50 м - в населенных пунктах;

- сбоку от автомобильной дороги или улицы на расстоянии менее 10 м от бровки земляного полотна автомобильной дороги (бордюрного камня) вне населенных пунктов и на расстоянии менее 5 м - в населенных пунктах;

- сбоку от автомобильной дороги или улицы на расстоянии менее высоты средства наружной рекламы, если верхняя точка находится на высоте более 10 м или менее 5 м над уровнем проезжей части.

18. На автомобильных дорогах нижний край рекламного щита или крепящих его конструкций размещают на высоте не менее 2,0 м от уровня поверхности участка, на котором расположено средство размещения рекламы, а на территории городских и сельских поселений - на высоте не менее 4,5 м.

19. Расстояние в плане от фундамента до границы имеющихся подземных коммуникаций должно быть не менее 1 м.

20. Удаление средств наружной рекламы от линий электропередачи осветительной сети должно быть не менее 1,0 м.

21. Расстояние от средств наружной рекламы до дорожных знаков и светофоров должно быть не менее указанного в таблице 1.

Таблица 1

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Разрешенная скорость движения на дороге (улице), км/ч | Площадь рекламного объявления, м2 | | | |
| св.18 | от 15 до 18 | от 6 до 15 | менее 6 |
| Более 60 | 150 | 100 | 60 | 40 |
| 60 и менее | 100 | 60 | 40 | 25 |

Допускается снижение до 50% значений расстояний, указанных в таблице 1, при размещении средств наружной рекламы после дорожных знаков и светофоров (по ходу движения).

22. В зависимости от площади рекламного объявления расстояние между отдельно размещенными на одной стороне дороги средствами наружной рекламы должно быть не менее приведенного в таблице 1а.

Таблица 1а

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Место размещения наружной рекламы | Площадь рекламного объявления, м2 | | |
| св.18 | от 6 до 18 | менее 6 |
| В пределах населенных пунктов | 150 | 100 | 30 |
| За пределами населенных пунктов | 200 | 100 | 40 |

23. Не допускается размещение рекламы путем нанесения либо вкрапле­ния, с использованием строительных материалов, краски, дорожной разметки и т.п., в поверхность автомобильных дорог и улиц.

24. Средства наружной рекламы размещают с учетом проекта организации движения и расположения технических средств организации дорожного движения.

25. Фундаменты размещения стационарных средств наружной рекламы 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.

26. При выполнении работ по монтажу и обслуживанию средств наружной рекламы должны быть соблюдены требования по обеспечению безопасности дорожного движения в местах производства дорожных работ.

27. Рекламораспространитель обязан восстановить благоустройство тер­ритории после установки (демонтажа) средства размещения наружной рекламы в срок не позднее одного месяца. Демонтаж средств размещения наружной рекламы необходимо проводить вме­сте с их фундаментом.

28. Владельцы рекламных конструкций согласовывают с владельцами автодорог – ФКУ Упрдор «Южный Урал» (для автодорог федерального значения в соответствии с письмом от 04.09.2015 г. № АА-4839) и Департаментом строительства, госэкспертизы и жилищно-коммунального хозяйства Курганской области (для автодорог регионального или межмуниципального значения Курганской области) места размещения рекламных конструкций в границах придорожных полос автомобильных дорог федерального и регионального значения соответственно.

**Раздел 7. Требования к дизайну, колористике, подсветке**

29. При размещении рекламных конструкций учитывается архитектурная среда района. Рекламные конструкции, а также рекламные и информационные изображения, размещаемые на них, соответствуют 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 городского пространства.

30. Дизайн наземных рекламных конструкций согласовывается с Администрацией Мишкинского района.

31. Наружная реклама не должна:

- вызывать ослепление участников движения светом, в том числе отра­женным;

- ограничивать видимость, мешать восприятию водителем дорожной об­становки или эксплуатации транспортного средства;

- иметь сходство (по внешнему виду, изображению или звуковому эффекту) с техническими средствами организации дорожного движения и специальными сигналами, а также создавать впечатление нахождения на дороге транспортного средства, пешехода или какого-либо объекта;

- издавать звуки, которые могут быть услышаны в пределах автомобильной дороги лицами с нормальным слухом.

32. Конструкции средств наружной рекламы должны соответствовать строительным нормам и правилам, другим нормативным документам.

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

34. Не допускается повреждение сооружений при креплении к ним средств размещения рекламы, а также снижение их прочности и устойчивости.

35. При внутреннем или наружном освещении рекламы осветительные приборы и устройства должны быть установлены таким образом, чтобы исключить прямое попадание световых лучей на проезжую часть.

36. Крепление осветительных приборов и устройств должно обеспечивать их надежное соединение с опорной частью конструкции и выдерживать нормативные ветровую, снеговую и вибрационную нагрузки.

37. Средство наружной рекламы должно иметь маркировку с указанием рекламораспространителя и номера его телефона. Маркировка должна быть размещена под информационным полем. Размер текста должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств.

**Раздел 8. Требования, определяющие возможность размещения ре­кламных конструкций на территории Мишкинского района**

38. С целью дифференциации подходов к размещению рекламных кон­струкций рекламы и информации территория Мишкинского района представлена следующим образом:

1. на территориях расположенных в административном центре поселения размещаются рекламные конструкции, располагаемые на фасадах зданий, а также уличная мебель. Размещение отдельно стоящих конструкций не реко­мендуется. Размещение конструкций типа «стойка» и «большой планшет» за­прещено. Размещение конструкций на опорах линий электропередач и связи, на опорах средств регулирования дорожного движения, а так же устройство пере­тяжек запрещено.
2. на территориях, на которых расположены промышленные предприятия, складские, производственные помещения и т.п., а также вдоль автодорог, размещаются конструкции малого и крупного формата (с учетом соразмерности по отношению к окружающей среде), уличная мебель, индивидуальные проекты. Размещение конструкций на опорах линий электропередач и связи, на опорах средств регулирования дорожного движения, а так же устройство перетяжек запрещено.
3. для каждого места определенного Схемой заказчиком должен быть разработан и согласован с отделом строительства, транспорта, связи и ЖКХ Администрации Мишкинского района паспорт рекламного места, содержащий сведения, относящиеся к территориальному размещению, внешнему виду и техническим параметрам конструкции, включающий в себя:
4. чертежи и расчет конструкций (паспорт изготовителя для изделий за­водского производства);
5. вид (фасад) средства в цвете с указанием отделки, технологии разме­щения рекламной информации, подсветки в темное время суток (при ее наличии);
6. цветовые фотомонтажи средства в городской среде с визуальных сторон размещения рекламной информации (размером не менее 10x15 см);
7. план размещения, выполненный на топографической съемке М 1:500 для средств, устанавливаемых на земле;
8. схему размещения (в М 1:500 - М 1:2000) для средств, устанавливаемых на здании (сооружении);
9. расчет безопасности и надежности конструкций учитывающий требо­вания безопасности размещения рекламных конструкций, установленных дей­ствующим законодательством, в частности ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения».

**Раздел 9. Ограничение по размещению рекламных конструкций**

39. В местах отдыха и досуга жителей (парки, скверы, пляжи, прибреж­ные зоны и т.п.), а также в рекреационных зонах реклама запрещена. Исключе­ние составляют лишь уличная мебель, рекламные конструкции по индивидуальным проектам при согласовании с отделом строительства, транспорта, связи и ЖКХ Администрации Мишкинского района.

40. Не допускается размещение рекламных конструкций на стационарных оградах архитектурных ансамблей, парков, скверов.

41. Не допускается использование рекламных конструкций на опорах освещения, линий связи и линий электропередач.

42. Не допускается установка штендеров на тротуарах, и перетяжек.

43. Не допускается размещение рекламных конструкций (всех видов) на зданиях, представляющих архитектурную и (или) историческую ценность, пе­речень которых определяется в соответствии с действующими нормативными правовыми актами.

**Раздел 10. Переходные положения**

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

45. Рекламные конструкции, размещенные с нарушением территориального размещения, нормативных расстояний, или конструкции, находящиеся в ненадлежащем состоянии, должны быть демонтированы.

46. Владелец рекламной конструкции обязан осуществить демонтаж ре­кламной конструкции в течение месяца со дня выдачи предписания отдела строительства, транспорта, связи и ЖКХ Администрации Мишкинского района о демонтаже рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения, срок действия которого не истек, а также удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции, в течение трех дней со дня выдачи указанного предписания.

Управляющий делами – руководитель

аппарата Администрации Мишкинского района Н.В. Андреева

Приложение 2 к постановлению

Администрации Мишкинского района

от «\_23\_\_» \_\_января\_\_\_\_ 2019 года №\_\_4\_\_\_

«Об утверждении схемы размещения

рекламных конструкций на территории

Мишкинского района Курганской области»

Адресный реестр рекламных конструкций

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Адрес установки и эксплуатации рекламной конструкции (далее РК) | Номер РК | Тип и (или) вид РК | Размер РК | Количество сторон РК | Общая площадь информационного поля РК, кв. м. | Вид права, форма собственности | Кадастровый номер участка | Стартовая цена на право заключения договора на установку и эксплуатацию РК. Руб. |
| 1 | Курганская обл. Мишкинский район, р.п. Мишкино, а/дорога Обход Мишкино, км 2+600 (слева) | 1 | Отдельностоящая,  щит | 3х6 | 2 | 36 | Муниципальная | 45:12:030107  Участок не сформирован | Не установлена |
| 2 | Курганская обл. Мишкинский район, р.п. Мишкино, а/дорога Обход Мишкино, км 2+900 (слева) | 2 | Отдельностоящая,  щит | 3х6 | 2 | 36 | Муниципальная | 45:12:030107  Участок не сформирован | Не установлена |

Управляющий делами – руководитель

аппарата Администрации Мишкинского района Н.В. Андреева