



ПОСТАНОВЛЕНИЕ

КАРАР

21.04.2016

с. Большие Кайбицы

№ 170

**Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории
Кайбицкого муниципального района Республики Татарстан**

В соответствии с Федеральным законом от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», пунктом 15.1 части 1 статьи 15 Федерального закона от 06.10.2003 №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», руководствуясь Уставом Кайбицкого муниципального района Республики Татарстан, Исполнительный комитет Кайбицкого муниципального района Республики Татарстан

ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить схему размещения рекламных конструкций на территории Кайбицкого муниципального района Республики Татарстан согласно приложениям №1, №2, №3.

2. Опубликовать настоящее постановление в средствах массовой информации и разместить на официальном сайте Кайбицкого муниципального района в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

3. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на заместителя Руководителя Исполнительного комитета по строительству и ЖКХ Ф.Ш. Ахметова.

Руководитель

А.Н. Макаров

Схема размещения рекламных конструкций на территории Кайбицкого муниципального района

1. Цели настоящей схемы размещения рекламных конструкций

1. Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а так же на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов РФ или муниципальной собственности, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах.

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

2. Сфера применения Схемы

1. 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.

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

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

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

5. Настоящая Схема основана на принципах:

- унификации дизайна и мест стабильного размещения рекламных конструкций

- комплексного размещения рекламных конструкций;
- сохранения и обогащения архитектурного облика.

3. Объекты и субъекты визуально-рекламного регулирования

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

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

4. Основные понятия

Для целей настоящей Схемы используются следующие основные понятия:

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

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

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

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

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

5. Виды рекламных конструкций

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

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

- рекламные конструкции, располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений и сооружений, остановочных пунктах движения общественного транспорта;
- рекламные конструкции, располагаемые на столбах освещения, опорах контактной сети.

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

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

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

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

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

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

- рекламная конструкция имеет формат, отличный от форматов, перечисленных в пункте 1.1 Схемы;
- 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).

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

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

- размещение на щите, стенде, тумбе вышеуказанной информации осуществляется на основании решений Исполнительного комитета или договоров с Исполнительным комитетом Кайбицкого муниципального района;
- работы по изготовлению и установке щита, стенда, тумбы финансируются за счет средств муниципальных предприятий, учреждений, организаций либо за счет бюджета.

6. Требования к размещению вновь устанавливаемых отдельно стоящих рекламных конструкций на территории Кайбицкого муниципального района

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

1. Упорядоченное размещение рекламных конструкций относительно основных архитектурно-планировочных элементов и относительно друг друга.

2. Координация рекламных плоскостей рекламных конструкций в соответствии с планировочными осями.

3. Рациональная группировка и рассредоточение рекламных конструкций на основе пространственного ритма, принципа парности, единства вида, соподчиненности рекламоносителей различных видов и форматов.

4. Основными местами размещения наземных рекламных конструкций являются:

- для малогабаритных рекламных конструкций - газоны обочин дорог, пешеходные зоны;

- для крупногабаритных рекламных конструкций - газон, полосы у обочин шоссеиных дорог.

5. Отдельно стоящие рекламные конструкции (за исключением рекламных конструкций индивидуальных проектов, элементов уличной мебели, совмещенных с рекламными конструкциями, а также конструкций, используемых исключительно для размещения некоммерческой информации, и информационных щитов, стендов, тумб) должны иметь размеры рекламных полей (сторон) в соответствии с таблицей 1, перетяжек - с таблицей 2.

Таблица 1

Ширина рекламного поля (стороны), м	0,8	0,9	1,2	1,4	2,4	3,6	3,0	6,0	12,0	12,0	24,0
Высота рекламного поля, м	1,2	1,6	1,8	3,0	1,8	2,6	2,0	3,0	3,0	5,0	5,0

Таблица 2

Ширина рекламного поля (стороны), м	10	9	12
-------------------------------------	----	---	----

Высота рекламного поля, м	1,0	0,6	1,5
---------------------------------	-----	-----	-----

7. На одной улице (площади) устанавливаются рекламные конструкции, сохраняющие между собой стилистическое единство.

8. Минимальные расстояния между отдельно стоящими рекламными конструкциями, расположенными в одном направлении (на одной стороне проезда, улицы) и предназначенными для обзора с одного направления, не могут быть менее чем:

- для рекламных конструкций особо крупного формата малой/нормальной/увеличенной высоты - 100/150/200 метров;
- для рекламных конструкций среднего и крупногабаритного формата малой/нормальной/увеличенной высоты - 80/100/150 метров;
- для рекламных конструкций малогабаритного формата малой/нормальной/увеличенной высоты - 30/40/50 метров.

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

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

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

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

12. Перед фасадом крупных торговых центров могут быть установлены рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам, уличная мебель с информацией об арендаторах или услугах торгового центра, улучшающие благоустройство прилегающих территорий, при соблюдении следующих условий:

- число арендаторов превышает возможность размещения вывесок на фасаде здания.

Раздел 7. Требования к дизайну, колористике, подсветке

1. При размещении рекламных конструкций учитывается архитектурная среда сел. 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.

2. Дизайн наземных рекламных конструкций согласовывается с органом местного самоуправления муниципального района.

3. Цветовое решение наземных рекламных конструкций должно отвечать сложившейся колористике среды городских и сельских поселений:

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

- иметь нейтральный унифицированный характер на основе ограниченного числа колеров, согласованных с органом местного самоуправления муниципального района.

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

5. Для малогабаритных рекламных конструкций рекомендуется предусмотреть внутреннюю подсветку рекламного поля.

Для крупногабаритных рекламных конструкций и рекламоносителей особо крупного формата рекомендуется предусмотреть систему наружной или внутренней подсветки рекламного поля.

Подсветка должна обеспечивать равномерную освещенность рекламного поля, читаемость информации, комплексное световое решение среды сельских поселений в вечернее и ночное время.

8. Подсветка наземных рекламных конструкций должна быть согласована с решением художественной подсветки фасадов отдельных зданий, улиц, площадей, сооружений, ландшафтных объектов, не ухудшать эстетических характеристик и условий целостного визуального восприятия среды сельских поселений.

8. Требования, определяющие возможность размещения рекламных конструкций в Кайбицком муниципальном районе

С целью дифференциации подходов к размещению рекламных конструкций рекламы и информации территория Кайбицкого муниципального района представлена следующим образом:

1) по улицам и площадям с преимущественно общественной застройкой, офисных зданий и т.п.; по улицам и площадям вблизи административных зданий, учебных заведений; по улицам и площадям вблизи объектов культурного значения, таких как музеи, Дома культуры и т.п. размещаются конструкции (0,8 x 1,2; 1,2 x 1,8; 2,4 x 1,8; 3,0 x 1,4; 3,0 x 2,0; 3,6 x 2,6; 6 x 3; перетяжки), уличная мебель, индивидуальные проекты.

2) по территориям сельских поселений с преимущественной застройкой жилыми домами размещаются конструкции (0,8 x 1,2; 1,2 x 1,8; 2,4 x 1,8; 3,0 x 1,4; 3,0 x 2,0; 3,6 x 2,6; 6 x 3; перетяжки), особо крупные форматы (при возникновении градостроительной ситуации - по согласованию), уличная мебель, индивидуальные проекты;

3) на территориях, удаленных от центров сельских поселений, на которых расположены промышленные предприятия, складские, производственные помещения и т.п., размещаются конструкции (0,8 x 1,2; 1,2 x 1,8; 2,4 x 1,8; 3,0 x 1,4; 3,0 x 2,0; 3,6 x 2,6; 6 x 3; перетяжки), особо крупные форматы (при возникновении градостроительной ситуации - по согласованию), уличная мебель, индивидуальные проекты;

4) на въездах в сельские поселения, а также вдоль автодорог целесообразно использовать не только крупноформатные рекламные конструкции, но и использовать пространство для установки рекламных конструкций по индивидуальным проектам при формировании позитивного имиджа территории.

5) для каждого места определенного Схемой для размещения рекламных конструкций заказчиком должен быть разработан и согласован с Исполнительным комитетом Кайбицкого муниципального района паспорт рекламного места, содержащий сведения, относящиеся к территориальному размещению, внешнему виду и техническим параметрам конструкции, включающий в себя:

а) чертежи и расчет конструкций (паспорт изготовителя для изделий заводского производства);

б) вид (фасад) средства в цвете с указанием отделки, технологии размещения рекламной информации, подсветки в темное время суток (при ее наличии);

в) цветовой фотомонтаж средства в сельской среде с визуальных сторон размещения рекламной информации (размером не менее 10x15 см);

г) план размещения, выполненный на топографической съемке М 1:500 для средств, устанавливаемых на земле;

д) схему размещения (в М 1:500 - М 1:2000) для средств, устанавливаемых на здании(сооружении);

е) расчет безопасности и надежности конструкций учитывающий требования безопасности размещения рекламных конструкций, установленных действующим законодательством, в частности ГОСТ Р 52044-2003 Государственный стандарт Российской Федерации. Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной

рекламы. Правила размещения» (принят и введен в действие Постановлением Госстандарта России от 22.04.2003 № 124-ст), СНиП II-23-81*, СНиП 2.01.07-85 СНиП 3.03.01-87, СНиП 12-03-2001.

9. Ограничение по размещению рекламных конструкций

В местах отдыха и досуга горожан (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 Исполнительным комитетом Кайбицкого муниципального района.

Не допускается размещение рекламных конструкций на стационарных оградах парков и скверов.

Не допускается уничтожение или повреждение зеленых насаждений на территории, прилегающей к месту установки рекламной конструкции.

Не предусматривается использование рекламных конструкций типа коробка на опорах освещения и контактной сети.

Размещение на опорах освещения рекламных конструкций допускается в качестве рекламы-указателя для организаций, предприятий внутриквартального размещения в виде облегченной конструкции формата 0,9 x 1,67 (2) x 13, либо баннерной конструкции с шагом размещения через опору освещения.

Размещение на опоре более одной рекламной конструкции не допускается.

Размещаемые на опоре кронштейны должны быть ориентированы в сторону, противоположную проезжей части.

Не допускается установка штендеров на тротуарах, перетяжки размещаются как временная рекламная конструкция сроком не более двух месяцев на период события, праздника, анонсирования проекта, программы и пр.

По улице в пределах одного и более кварталов рекламные конструкции устанавливаются одного типоразмерного ряда, по одной оси. В случае невозможности установки по одной оси конструкция заменяется на меньший формат.

В пределах одной улицы по разные стороны проезжей части рекламные конструкции устанавливаются в шахматном порядке.

10. Переходные положения

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

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

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

Схема
мест размещения рекламных конструкций в районном центре
с. Большие Кайбицы Кайбицкого муниципального района.

Нумерация на схеме	Адрес расположения рекламной конструкции	Форма рекламной конструкции
1	Ул. Центральная, дом 2А., площадка перед участком МУП Кайбицкое ЖКХ	Щитовые или настенные панно среднего формата
2	Ул. Центральная, 2, дом, стена и ограждение территории автосервиса «ИП Нигматуллин Р.Ч.»	Щитовые или настенные панно среднего формата
3	Ул. Гисматуллина, д. 11, по границе площадки и ограждения Кайбицкого РДК со стороны спорткомплекса «Олимп».	Щитовые или настенные панно среднего или большого формата, транспаранты-перетяжки.
4	Ул. Г.Кайбицкая, граница участков зданий Росгосстроах, аптека.	Щитовые или настенные панно среднего формата
5	Ул. Центральная, д. 28, наружная стена здания крытого рынка.	Щитовые или настенные панно среднего формата
6	Пересечение ул. Центральная с просп. Гарафутдинова, магазины «Хозтовары» ИП «КамаливФ.Г.», магазин ИП «Гафиятуллин С.»	Щитовые или настенные панно среднего формата, транспаранты-перетяжки
7	Просп. Гарафутдинова, участок вдоль дороги между домами №	Щитовые панно среднего или большого формата,
8	Ул. Лесная, д. 8, здание магазина-кафе «КФХ Хикматуллин».	Щитовые или настенные панно среднего формата.
9	Ул. Лесная, складское здание ИП «Шарафиев И.М.»	Щитовые или настенные панно среднего или большого формата.
10	Солнечный бульвар, д. 1а. Магазин «Миляшкай» «ИП Нигматуллин Р.Ч.»	Щитовые или настенные панно среднего формата
11	Солнечный бульвар, д. 9, здание Кайбицкой РУЭС	Щитовые или настенные панно среднего или большого формата, флаговые композиции.
12	Солнечный бульвар, рынок воскресного дня «ИП Гафиятуллин С.»	Щитовые или настенные панно среднего или большого формата, кронштейны.
13	Солнечный бульвар, площадка и ограждения Кайбицкой РЭС.	Щитовые или настенные панно среднего или большого формата, кронштейны.
14	Ул. Родниковая, д.1, магазин ООО «Просто молоко»	Щитовые или настенные панно среднего формата
15	Ул. Гисматуллина, здание магазина «Оптика»	Щитовые или настенные панно среднего формата
16	Ул. Ш.Галиева, кафе «Шерхан» «ИП Шагидуллин Ф.Х.»	Щитовые или настенные панно среднего формата