



МЭРИЯ ГОРОДА МАГАДАНА

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

от 07.09.2023 № 2762-пм

г. Магадан

О внесении изменений в постановление мэрии города Магадана от 10.09.2015 № 3297 «Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования «Город Магадан»

В целях совершенствования нормативной правовой базы, в соответствии со статьей 19 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», Государственным стандартом РФ ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения», руководствуясь статьями 35.2 и 45 Устава муниципального образования «Город Магадан», мэрия города Магадана **постановляет:**

1. Внести в постановление мэрии города Магадана от 10.09.2015 № 3297 «Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования «Город Магадан» изменения, изложив приложение № 2 к схеме размещения рекламных конструкций на территории города Магадана в новой редакции согласно приложению к настоящему постановлению.
2. Действие настоящего постановления не распространяется на правоотношения, возникшие до его вступления в силу.
3. Опубликовать настоящее постановление в городских средствах

массовой информации и разместить на официальном сайте мэрии города Магадана в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Глава муниципального образования
«Город Магадан», мэр города Магадана

Ю. Гришан

ПРИЛОЖЕНИЕ

**к постановлению мэрии
города Магадана
от 07.09.2023 № 2762-пм**

Приложение № 2
к схеме размещения рекламных
конструкций на территории муниципального
образования «Город Магадан»

ТИПЫ И ВИДЫ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ, ИХ ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

1. Общие положения

1.1. Настоящим постановлением определяются типы и виды рекламных конструкций, допустимые для размещения на территории муниципального образования «Город Магадан», общие требования к рекламным конструкциям.

1.2. Все определенные настоящим постановлением типы и виды рекламных конструкций должны соответствовать обязательным требованиям, предъявляемым Федеральным законом «О рекламе», техническим регламентам, актам в сфере безопасности дорожного движения, иным обязательным требованиям, предъявляемым к рекламным конструкциям федеральными, региональным и муниципальным правовым актам, правилам и нормативам и настоящему постановлению.

1.3. К средствам наружной рекламы относятся различные носители рекламных сообщений, размещаемые на территории муниципального образования «Город Магадан», независимо от ведомственной принадлежности и формы собственности на здания, сооружения, объекты или земельные участки, и рассчитанные на визуальное восприятие из городского пространства.

3.4. Несоответствие установленным настоящим постановлением требованиям к типам и видам рекламных конструкций, а также общим требованиям к рекламным конструкциям, является основанием для отказа в принятии решения о выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории муниципального образования «Город Магадан», об аннулировании таких разрешений, о выдаче предписаний о демонтаже самовольно установленных рекламных конструкций на территории муниципального образования «Город Магадан».

Действие настоящего постановления не распространяется на правоотношения, возникшие до его вступления в силу.

2. Типы и виды рекламных конструкций, допустимые к установке на территории муниципального образования «Город Магадан»

2.1. На территории муниципального образования «Город Магадан» допустимы к установке следующие типы рекламных конструкций:

- стационарные рекламные конструкции;
- временные рекламные конструкции.

2.2. Типы стационарных рекламных конструкций:

- а) щитовая конструкция;
- б) стела;
- в) настенное панно;
- г) флаговая конструкция.

Стационарные рекламные конструкции – рекламные конструкции, монтируемые и располагаемые:

- отдельно стоящие конструкции;
- на внешних стенах, иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений;
- на остановочных пунктах движения общественного транспорта.

Срок размещения стационарных рекламных конструкций не обусловлен их функциональным назначением и местом их установки.

2.3. Виды стационарных рекламных конструкций:

а) рекламные щиты (билборды) (рис.1) - щитовые рекламные конструкции среднего формата, состоящие из каркаса, опоры, фундамента и размером 6 м х 3 м. Площадь информационного поля рекламного щита (билборда) определяется суммарной площадью его сторон. Количество сторон щита не может быть более двух. Конструкции, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную видимую обратную сторону;

б) медиа экраны (табло, видеозэкран, светодиодный экран, призмодинамический экран) (рис. 2) – щитовые рекламные конструкции среднего формата, рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов и размером 6 х 3; 5,76 м х 2,88 м; 2,7 м х 3,7 м. Площадь информационного поля медиа экрана определяется общей площадью информационного поля. В обязательном порядке разрабатывается проект крепления объекта с целью обеспечения безопасности при эксплуатации (для видеозэкрана);

в) роллерный дисплей (рис. 3) - щитовая рекламная конструкция среднего формата, состоящая из каркаса, опоры, фундамента и размером 6 м х 3 м; 1,2 м х 1,8 м. Площадь информационного поля роллерного дисплея определяется суммарной площадью его сторон. Роллерный дисплей должен иметь внутренний или внешний подсвет. Конструкции, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную видимую сторону;

г) сити-форматы, световые короба (рис. 4) – щитовые рекламные конструкции малого формата с одним или двумя информационными полями, располагаемые на прилегающих к тротуарам газонах при соблюдении нормативных требований и размером 1,2 м х 1,8 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции сити-формата, светового короба определяется суммарной площадью его сторон. Рекламные

конструкции сити-форматы, световые короба должны иметь внутренний подсвет;

д) стелы и рекламные пилоны (рис. 5) – отдельно стоящие рекламные конструкции с фундаментом, выполненные по индивидуальному проекту и размещаемые при въезде (входе) на (в) объект, где данный хозяйствующий субъект осуществляет деятельность;

е) рекламные конструкции на остановочных павильонах (рис. 6) – рекламные конструкции малого формата типа настенное панно, монтируемые на конструктивных элементах павильонов ожидания общественного транспорта. Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на остановочном павильоне составляет 1,2 м х 1,8 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции на остановочном павильоне определяется общей площадью его сторон;

ж) фасадные рекламные конструкции, рекламные плакаты (рис. 7) – рекламные конструкции типа настенное панно, размещаемые на плоскости стен зданий, в том числе многоквартирных жилых домов, строений, сооружений, в виде конструкций, состоящих из элементов крепления к стене, каркаса и информационного поля. Размеры фасадных рекламных конструкций, рекламных плакатов и их допустимое количество установлены в пункте 4.15 настоящего постановления. Указанные конструкции являются односторонними и площадь их рекламного поля рассчитывается умножением длины на ширину рекламного панно;

з) флаговые композиции (рис. 8) – флаговые конструкции, состоящие из основания (оснований), флагштоков (стоек) и выполняемых из различных материалов полотнищ, на которых размещена рекламная информация в виде логотипа компании, организации, или иная рекламная информация. Площадь информационного поля флаговой композиции определяется суммарной площадью сторон ее полотнищ. Размеры флаговой конструкции определяются индивидуальным проектом.

2.4. Временные рекламные конструкции - рекламные конструкции, срок размещения которых обусловлен их функциональным назначением и местом установки и составляет не более чем 12 месяцев.

2.5. Виды временных рекламных конструкций:

1) временные рекламные конструкции на строительных сетках (рис. 10);

2) временные рекламные конструкции на ограждениях строительных площадок - устройств по периметру строительной площадки или внутри нее для выделения территории и участков производства строительно-монтажных работ (рис. 9).

Размеры временных рекламных конструкций, размещаемых на ограждениях, не должны превышать высоту ограждения. Нижний край временной рекламной конструкции располагается на высоте не менее 0,6 м от уровня земли. Ширина временной рекламной конструкции должна соответствовать расположению несущих элементов ограждения и не превышать 12,0 м;

3) временные рекламные конструкции на ограждениях мест торговли и иных подобных мест (сезонных ярмарок, летних кафе и т.п.) (рис.11).

3. Примерные изображения рекламных конструкций, допустимых к установке на территории муниципального образования «Город Магадан»

Виды стационарных рекламных конструкций

Щит (билборд)

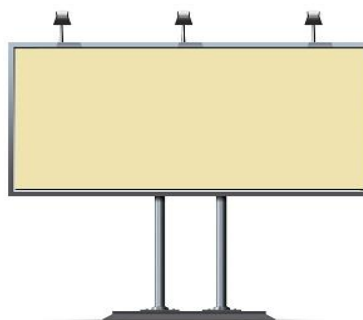


рис. 1

Медиа-экран



рис. 2

Роллерный
дисплей



рис. 3

Сити-формат



рис. 4

Стелы и
рекламные
пилоны

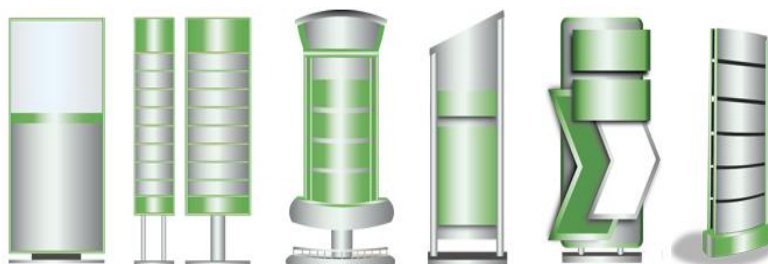


рис. 5

Остановочный
навес с
рекламным
модулем



рис. 6

Фасадные
рекламные
конструкции,
рекламные
плакаты



рис. 7

Флаговая
композиция



рис. 8

Виды временных рекламных конструкций

Ограждение
стройплощадок



рис. 9

Строительная
сетка



рис. 10

Ограждение
места торговли



рис. 11

4. Общие требования к рекламным конструкциям

4.1. Рекламные конструкции, размещаемые на территории муниципального образования «Город Магадан», должны соответствовать внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города Магадана, цветовое решение информационного поля рекламной конструкции должно соответствовать общему цветовому решению фасадов окружающих зданий, строений, сооружений.

4.2. Рекламные конструкции, размещаемые на территории города Магадана, не должны нарушать требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия народов Российской Федерации, их охране и использовании.

4.3. В целях соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки муниципального образования «Город Магадан» запрещается:

- 1) устанавливать рекламные конструкции на опорах освещения и контактной сети;
- 2) устанавливать рекламные конструкции на стационарных ограждениях архитектурных ансамблей, парков, скверов, дворовых территорий, территорий организаций, автостоянок, предприятий торговли, а также на перильных ограждениях;
- 3) устанавливать рекламные конструкции над проезжей частью автомобильных улиц и дорог;

4) устанавливать на территориях общего пользования рекламные конструкции, создающие препятствия уборке улиц и тротуаров, движению пешеходов;

5) устанавливать рекламные конструкции на сооружениях инженерной инфраструктуры;

6) размещать рекламные конструкции на земельных участках, предназначенных для индивидуальной жилой застройки.

7) размещать рекламу путем нанесения либо вкрапления с использованием строительных материалов, краски, дорожной разметки и т.п. на (в) поверхность автомобильных дорог и улиц;

8) размещать рекламные конструкции ближе 2 метров от мемориальных досок, а также рекламные конструкции, перекрывающие знаки адресации;

9) размещать рекламные конструкции с выступом за боковые пределы фасада и без соблюдения архитектурных членений фасада, в поле оконных и дверных проемов, на расстоянии более 0,3 метра от фасада (при размещении параллельно плоскости фасада);

10) размещать фасадные рекламные конструкции, рекламные плакаты выше нижнего края оконных проемов и (или) витрин второго этажа.

11) монтаж рекламного (баннерного) полотна непосредственно к фасаду здания, ограждению строящихся объектов без использования конструктивных элементов;

12) размещать рекламные конструкции, закрывающие архитектурные детали, декоративное оформление, остекление витрин и окон, простенки, балконы, лоджии, эркеры, рельефные и цветные композиции, применяемые в оформлении фасада, и иные архитектурные элементы внешней отделки объекта недвижимости.

4.4. При наличии технической возможности рекламные конструкции должны быть оборудованы системой подсветки:

1) освещенность рекламного изображения должна быть достаточна для его восприятия в темное время суток;

2) уличное освещение или отраженный свет не должны использоваться в качестве источника освещения рекламной конструкции.

4.5. Допускается установка временных рекламных конструкций без подсветки на ограждениях стройплощадок и мест торговли, строительных сетках.

4.6. При размещении рекламных конструкций на фасадах необходимо соблюдение следующих требований:

1) рекламные конструкции должны соответствовать общим архитектурным решениям фасадов объектов капитального строительства;

2) рекламные конструкции должны размещаться на частях фасадов в соответствии с системой существующих композиционных осей (системой горизонтальных и вертикальных осей фасадов);

3) фасадные рекламные конструкции, рекламные плакаты должны размещаться на одном уровне, одинаковой высоты лицевой панели и отступом на равное расстояние от плоскости фасада, с соблюдением пропорций здания.

4.7. Рекламные конструкции должны быть спроектированы, изготовлены и смонтированы в соответствии со строительными нормами и правилами, ГОСТами, другими нормативными документами, с применением современных, прочных и стойких к коррозии материалов; с учетом нагрузок и других воздействий; должны обеспечивать при необходимости быструю и нетрудоемкую смену рекламной экспозиции.

4.8. Рекламные конструкции должны изготавливаться, монтироваться и эксплуатироваться в соответствии с проектной документацией.

Установка и эксплуатация рекламных конструкций без проектной документации не допускается.

Проектная документация должна быть разработана организацией, имеющей свидетельство о допуске к выполнению проектных работ,

выданное саморегулируемой организацией в установленном порядке.

4.9. При размещении рекламной конструкции необходимо использовать в качестве фона информационного поля цветовую гамму, обеспечивающую колористическую гармонию фасада здания. В пределах фасадов одного здания допускается использование не более трех цветов в сочетании с ахроматическими цветами (белый, серый, черный).

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

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

4.12. Обязательным условием при распространении наружной рекламы является наличие на стационарных средствах наружной рекламы реквизитов рекламодателя в виде штампа, таблички или надписи с указанием реестрового номера разрешения на распространение наружной рекламы, полного наименования рекламодателя, его юридического адреса и телефона. Размер текста должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств.

4.13. Опоры средств наружной рекламы должны быть изготовлены из материалов, обеспечивающих высокий уровень безопасности при наездах и достаточную устойчивость при ветровой нагрузке и эксплуатации.

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

4.15. Установить следующие предельные размеры фасадных рекламных конструкций, рекламных плакатов и их допустимое количество:

1) боковые фасады многоквартирных жилых домов – размер одной стороны информационного поля составляет – 3 х 6 кв. м, количество - не более 2 ед.;

2) фасады отдельно стоящих объектов капитального строительства следующих видов:

- объекты торгового назначения с общей площадью до 1500 кв. м - размер одной стороны информационного поля составляет 4 х 5 кв. м, количество - не более 4 ед.;

- объекты торгового назначения с общей площадью более 1500 кв. м - размер одной стороны информационного поля составляет 4 х 5 кв. м, количество - не более 8 ед.;

- нежилые здания (автомастерские, объекты бытового обслуживания, объекты гаражного назначения и т.п.) с общей площадью до 1000 кв. м - размер одной стороны информационного поля составляет 4 х 5 кв. м, количество - не более 3 ед.;

- нежилые здания (автомастерские, объекты бытового обслуживания, объекты гаражного назначения и т.п.) с общей площадью более 1000 кв. м - размер одной стороны информационного поля составляет 4 х 5 кв. м, количество - не более 6 ед.;

- объекты административного назначения общей площадью до 1500 кв. м - размер одной стороны информационного поля составляет 4 х 5 кв. м, количество – не более 3 ед.;

- объекты административного назначения общей площадью более 1500 кв. м - размер одной стороны информационного поля составляет 4 х 5 кв. м, количество - не более 6 ед.;

- объекты производственно-складских комплексов общей площадью до 1500 кв. м - размер одной стороны информационного поля составляет 4 х 5 кв. м., количество – не более 4 ед.;

- объекты производственно-складских комплексов общей площадью более 1500 кв. м - размер одной стороны информационного поля составляет 4 х 5 кв. м, количество - не более 6 ед.».