**Администрация города Шарыпово**

**Город Шарыпово Красноярского края**

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

№

Об утверждении Порядка оформления и размещения объектов наружной рекламы на территории Городского округа город Шарыпово

В соответствии со [статьей 19 Федерального закона от 13.03.2006 года  
№ 38-ФЗ "О рекламе"](https://docs.cntd.ru/document/901971356#8P00LT), Законом Красноярского края от 19.12.2019 №8-3532 «О перераспределении между органами местного самоуправления некоторых муниципальных образований края и органами государственной власти края отдельных полномочий в сфере рекламы», п.п. 2.2 п. 3.1, п. 3.34 Положения о министерстве строительства Красноярского края, утвержденного постановлением Правительства Красноярского края от 21.08.2008 №51-п, Приказом Министерства строительства Красноярского края от 30.09.2021г № 292-о (в ред. от 30.06.2021г), пунктом 26.1 части 1 статьи 16 Федерального закона от 06.10.2003г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», статьей 34 Устава города Шарыпово, в целях упорядочения размещения и определения требований к размещению рекламных конструкций, расположенных в границах полос отвода и придорожных полос автомобильных дорог федерального, регионального и межмуниципального значения, и рекламных конструкций на территории Городского округа город Шарыпово

ПОСТАНОВЛЯЮ:

1. Утвердить Порядок оформления и размещения объектов наружной рекламы на территории Городского округа город Шарыпово согласно приложению 1 к настоящему распоряжению.

2. Установить, что Порядок оформления и размещения объектов наружной рекламы на территории Городского округа город Шарыпово не применяется к рекламным конструкциям, на которые были выданы разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции до вступления в силу настоящего постановления.

3. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на начальника отдела архитектуры и градостроительства Администрации города Шарыпово – главного архитектора К.В. Васяеву.

4. Постановление вступает в силу в день, следующий за днем его официального опубликования в периодическом печатном издании «Официальный вестник города Шарыпово», и подлежит размещению на официальном сайте муниципального образования города Шарыпово Красноярского края (www.gorodsharypovo.ru).

Глава города Шарыпово Н.А. Петровская

**Приложение**

к Постановлению Администрации

г. Шарыпово Красноярского края

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021г. №\_\_\_\_\_

**ПОРЯДОК ОФОРМЛЕНИЯ И РАЗМЕЩЕНИЯ ОБЪЕКТОВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ГОРОД ШАРЫПОВО**

### 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Порядок оформления и размещения объектов наружной рекламы на территории Городского округа город Шарыпово (далее - Порядок) разработана с целью формирования принципов и условий для обеспечения соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, гармоничного благоустройства территории, сохранения исторического наследия при установке рекламных конструкций, а также упорядочение мест размещения рекламных конструкций.

2. Основные задачи Порядка:

1) осуществление комплексного совершенствования рынка наружной рекламы на территории Городского округа город Шарыпово;

2) формирование единого стиля рекламных конструкций;  
3) определение требований к плотности расположения рекламных конструкций;

4) стимулирование внедрения цифровых решений в сфере наружной рекламы.

3. Основные принципы Порядка:

1) обеспечение безопасности граждан при размещении рекламных конструкций;

2) формирование единого визуального восприятия рекламного пространства;

3) качественное информационное обслуживание населения.

### 2. ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ПОРЯДКЕ

4. Понятия и термины, используемые в Порядке, применяются в тех же значениях, что и в нормативно-правовых актах Российской Федерации.

5. Наружная реклама - реклама, размещаемая (распространяемая) в виде плакатов, стендов, щитовых конструкций, панно, электронных табло, проекционных, лазерных и иных специально предназначенных и (или) используемых технических средств стабильного территориального размещения.

6. Рекламная конструкция - конструкция, предназначенная для целей распространения наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

7. 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.

8. Разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции - документ установленной формы, утвержденной нормативным правовым актом администрации города Шарыпово Красноярского края (далее – Администрация), осуществляющим полномочия в сфере рекламы в отношении рекламных конструкций, расположенных в границах полос отвода и придорожных полос автомобильных дорог федерального, регионального и межмуниципального значения, и рекламных конструкций на территории Городского округа город Шарыпово, удостоверяющий право на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

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

10. Место размещения рекламной конструкции - территория, внешняя поверхность здания, сооружения и иного объекта, используемые для установки рекламных конструкций.

11. Высокотехнологичная рекламная конструкция - рекламная конструкция, отличающаяся по применимым технологиям демонстрации рекламы системами динамической смены сообщений на информационном поле рекламной конструкции, такими как видеоэкран, проекционное оборудование, медиафасад, электронное табло.

12. Фундамент рекламной конструкции - конструктивный элемент, который держит полную нагрузку отдельно стоящей конструкции и обеспечивает ее устойчивость.

13. Опора рекламной конструкции - несущий элемент каркаса отдельно стоящей рекламной конструкции.

14. Каркас рекламной конструкции - элемент конструкции, необходимый для обеспечения прочности и жесткости рекламной конструкции, с сохранением формы информационного поля.

15. Информационное поле рекламной конструкции - поверхность, на которой размещается реклама, социальная реклама.

16. Сторона "А" - информационное поле рекламной конструкции, расположенное справа по ходу движения транспорта относительно улицы или автомобильной дороги. Частный случай - расположенное слева, при наличии разделительной полосы или кругового движения.

17. Сторона "Б" - информационное поле рекламной конструкции, расположенное слева по ходу движения транспорта относительно улицы или автомобильной дороги.

### 3. СХЕМА РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

18. Схема размещения рекламных конструкций (далее - схема) является открытой и общедоступной и подлежит обязательному опубликованию и размещению на официальном сайте Администрации города Шарыпово.

19. Согласование и утверждение схемы, а также внесение изменений в нее осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

20. Радиус места установки рекламной конструкции составляет 10(5) метров от координатного ориентира, указанного в схеме. Установка рекламной конструкции в границах радиуса, определенного схемой размещения рекламных конструкций, должна соответствовать требованиям ГОСТ Р 52044-2003 "Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения" (далее - ГОСТ Р 52044-2003), ГОСТ 33027-2014 "Дороги автомобильные общего пользования. Требования к размещению средств наружной рекламы" (далее - ГОСТ Р 33027-2014), действующего законодательства по безопасности дорожного движения не должны нарушать права и законные интересы третьих лиц.

21. Установка рекламной конструкции вне границ установленного радиуса допускается путем внесения изменений в схему (в части корректировки координатного ориентира с сохранением адресной характеристики или километровой отметки) при наличии существенных обстоятельств, таких как ведение градостроительных работ, работ по ремонту инженерных сетей (водопровода, канализации, кабельных сетей, газопроводов), реконструкции автомобильной дороги.

### 4. ВИДЫ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ, ДОПУСТИМЫХ К УСТАНОВКЕ И ЭКСПЛУАТАЦИИ НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ГОРОД ШАРЫПОВО

22. Типы и виды рекламных конструкций, допустимых к установке в границах полос отвода и придорожных полос автомобильных дорог федерального, регионального и межмуниципального значения и на территории Городского округа город Шарыпово, определяются схемами размещения рекламных конструкций, утверждаемыми в установленном порядке Администрацией.

23. Предусматривается размещение отдельно стоящих рекламных конструкций следующих видов: суперборд, билборд, призматрон, ситиборд, пиллар, светодиодный экран, стенд, флаговая композиция, стела, пилон, рекламная конструкция в составе остановочного пункта общественного транспорта.

24. **Суперборд** - отдельно стоящая на земле щитовая рекламная конструкция, состоящая из фундамента, каркаса, опоры, информационного поля, большого формата с внешним или внутренним подсветом (рисунок 1 приложения).

Размер одной стороны информационного поля суперборда составляет: 4,0 x 12,0 метра.

Количество сторон суперборда не может быть более трех.

Фундамент суперборда не должен выступать над уровнем земли.

В случае использования автоматической технологии смены изображения площадь информационного поля определяется исходя из площади экспонирующей поверхности.

Суперсайт, выполненный в одностороннем варианте, должен иметь декоративно оформленную обратную сторону.

25. **Щит (Билборд)** - отдельно стоящая на земле рекламная конструкция, состоящая из фундамента, каркаса, информационного поля, опоры, большого формата с внешним или внутренним подсветом (рисунок 2 приложения).

Размер одной стороны информационного поля щита (билборда) составляет 3,0 x 6,0 метра.

Количество сторон щита (билборда) не может быть более двух.

Фундамент щита (билборда) не должен выступать над уровнем земли.

В случае использования автоматической технологии смены изображения площадь информационного поля определяется исходя из площади экспонирующей поверхности.

Щит (билборд), выполненный в одностороннем варианте, должен иметь декоративно оформленную обратную сторону.

Нижний край щита (билборда) должен располагаться на высоте не менее 4 метров от поверхности земли.

26. **Призматрон** - отдельно стоящая на земле рекламная конструкция, состоящая из фундамента, каркаса, опоры, информационного поля, большого формата с внешним подсветом (рисунок 3 приложения).

Размер одной стороны информационного поля призматрона составляет 3,0 x 6,0 метра.

Количество сторон призматрона не может быть более двух.

Фундамент призматрона не должен выступать над уровнем земли.

В случае использования автоматической технологии смены изображения площадь информационного поля определяется исходя из площади экспонирующей поверхности.

призматрон, выполненный в одностороннем варианте, должен иметь декоративно оформленную обратную сторону.

27. **Ситиборд** - отдельно стоящая на земле рекламная конструкция, состоящая из фундамента, каркаса, опоры, информационного поля, большого формата с внешним или внутренним подсветом (рисунок 4 приложения).

Размер одной стороны информационного поля ситиборда составляет 3,7 x 2,7 метра.

Количество сторон ситиборда не может быть более двух.

Фундамент ситиборда не должен выступать над уровнем земли.

В случае использования автоматической технологии смены изображения площадь информационного поля определяется исходя из площади экспонирующей поверхности.

Ситиборд, выполненный в одностороннем варианте, должен иметь декоративно оформленную обратную сторону.

28. **Тумба (пиллар)** - рекламная конструкция, состоящая из фундамента каркаса, информационного поля с внутренним подсветом (рисунок 6 приложения).

Размер одной стороны информационного поля 1,4 x 0,85 х 3,0 метра.

Количество сторон тумбы (пиллара) не может быть более трех.

Фундамент тумбы (пиллара) не должен выступать над уровнем земли.

Информационное поле тумбы (пиллара) должно быть защищено с наружной стороны прозрачным поликарбонатом или антивандальным стеклом.

29. **Светодиодный (электронный) экран** – рекламная конструкция с использованием светодиодов (световых устройств), предназначенная для размещения и демонстрации рекламы в формате видеоизображения, устанавливаемая на здании, строении, сооружении либо как отдельно стоящая конструкция.

*Отдельно стоящий:*

Светодиодный (электронный) экран состоит из фундамента, каркаса и информационного поля размером 12,0 х 4,0; 6,0 х 3,0 или 3,7 х 2,7.

Количество сторон конструкции не может быть более двух.

Фундамент не должен выступать над уровнем земли.

(рисунок 6 приложения).

*Присоединяемый к объекту недвижимости:*

Внешние габариты рекламной конструкции разрабатываются индивидуально, в соответствии с паспортом фасада.

Размер информационного поля равен размеру рекламной конструкции.

Фундамент не предусмотрен.

Светодиодный (электронный) экран, выполненный в одностороннем варианте, должен иметь декоративно оформленную обратную сторону.

(рисунок 7 приложения).

30. **Стенд (афиша)** - отдельно стоящая рекламная конструкция, состоящая из фундамента, каркаса, опоры, информационного поля, без подсвета (рисунок 8 приложения).

Размер одной стороны информационного поля составляет 1,5 х 1,5 метра.

Афишная конструкция, выполненная в одностороннем варианте, должна иметь декоративно оформленную обратную сторону.

31. **Флаговая композиция** – рекламная конструкция, состоящая из основания, одного или нескольких флагштоков и мягких полотнищ (информационных полей) с внешним подсветом.

Флаговая конструкция состоит из фундамента, каркаса и информационного поля. При этом, с одной стороны флаговой конструкции допускается размещение от 1 до 10 флагов (рисунок 9 приложения).

32. **Стела** – конструкция рекламного назначения, размещенная на отдельном постаменте и хорошо видимая с достаточного расстояния с внутренним подсветом (рисунок 10 приложения).

Размер информационного поля равен размеру рекламной конструкции.

Фундамент не должен выступать над уровнем земли.

33. **Пилон** - отдельно стоящая на земле рекламная конструкция, состоящая из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля с внутренним подсветом (рисунок 11 приложения).

Размер одной стороны информационного поля составляет 1,2 х 1,8 метра.

34. **Рекламная конструкция в составе остановочного пункта общественного транспорта** – металлическая рекламная конструкция, состоящая из каркаса, опоры и фундамента со статистической рекламной информацией, с внутренним подсветом (рисунок 12 приложения).

35. Изображение на информационном поле рекламных конструкций может воспроизводиться с применением следующих способов (технологий):

- с помощью неподвижных полиграфических постеров (бумага, винил и др.);

- с помощью динамических систем смены изображений (роллерных систем, систем поворотных призм и др.);

- с помощью электронно-цифровых носителей;

- с помощью проекционного способа, а именно воспроизведения изображения на земле, на плоскостях стен и (или) в объеме.

36. Конструкции, размещаемые на зданиях, сооружениях, подразделяются на следующие виды: крышная конструкция, медиафасад, настенное панно, строительная сетка.

37. **Крышная конструкция** – рекламная конструкция, устанавливаемая полностью или частично выше уровня карниза здания, строения, сооружения либо на крыше, состоящая из элементов крепления, несущей части конструкции, рекламная конструкция должна быть исключительно в виде отдельных букв и знаков без использования подложки с внутренним подсветом (рисунок 13 приложения).

Крышная конструкция является имиджевой рекламной конструкцией и устанавливается без привязки к местонахождению организации.

Площадь информационного поля крышной конструкции рассчитывается исходя из площади прямоугольника, в который вписывается данная крышная конструкция.

Размер крышной конструкции определяется индивидуально в зависимости от размера и архитектурных особенностей здания.

38. **Медиафасад** – рекламная конструкция в виде светодиодного, гибкого и динамичного видеоэкрана, который устанавливается на наружной поверхности здания (непосредственно на поверхности фасада здания, строения, сооружения или на металлокаркасе, повторяющем пластику фасада (в случае размещения медиафасада на существующем остеклении здания, строения, сооружения)) (рисунок 14 приложения)).

Внешние габариты рекламной конструкции разрабатываются индивидуально, в соответствии с паспортом фасада.

Размер информационного поля равен размеру рекламной конструкции.

39. **Настенное панно** – рекламная конструкция, присоединяемая к поверхности стены здания, строения, сооружения и (или) к их конструктивным элементам с помощью элементов крепления, располагаемая параллельно стене здания, строения, сооружения и (или) их конструктивным элементам, состоящая из элементов крепления к стене, каркаса и информационного поля с внешним и внутренним подсветом.

Внешние габариты рекламной конструкции разрабатываются индивидуально, в соответствии с паспортом фасада (рисунок 15 приложения).

Размер информационного поля равен размеру рекламной конструкции.

40. **Строительная сетка** - временная рекламная конструкция, выполненная путем нанесения изображения непосредственно на сетку, размещаемую на строительных лесах, ограждающих объекты строительства, выступающих частях фасада на время проведения работ по реконструкции, реставрации, текущему ремонту или капитальному ремонту фасадов зданий, строений, сооружений строительства (рисунок 16 приложения).

41. Рекламные конструкции должны иметь цвет в соответствии с установленными колерами:

перламутрово-зеленый (RAL 6035);

светло-серый (RAL 7042);

темно-серый (RAL 7012);

графитно-серый (RAL 7024);

синий (RAL 7046).

5. ТРЕБОВАНИЯ К ЭКСПЛУАТАЦИОННОМУ СОСТОЯНИЮ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

42. Рекламные конструкции, допустимые к размещению в границах полос отвода и придорожных полос автомобильных дорог федерального, регионального и межмуниципального значения и на территории Городского округа город Шарыпово, должны соответствовать Порядку и содержаться в надлежащем техническом и эстетическом состоянии.

43. Требования к установке рекламных конструкций:

1) рекламные конструкции должны устанавливаться с обеспечением видимости технических средств организации дорожного движения и не нарушать восприятие водителем дорожной обстановки или эксплуатации транспортного средства;

2) средства наружной рекламы размещаются вне границ коридора безопасности, а также располагаются сбоку от автомобильной дороги на расстоянии от бровки земляного полотна (внешней границы обочины) не менее 10 м;

3) в целях обеспечения соответствия ГОСТ Р 52044-2003 и ГОСТ 33027-2014 рекламные носители не должны устанавливаться:

на одной опоре с дорожными знаками и светофорами;

на железнодорожных переездах, в туннелях и под путепроводами;

над въездами в туннели и выездами из них;

над проезжей частью;

на дорожных ограждениях и направляющих устройствах;

на подпорных стенах, заборах, а также деревьях, скалах и других природных объектах;

4) наружная реклама не должна иметь сходства (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;

5) подключать конструкции к сетям электроснабжения следует исключительно при наличии технических условий ресурсоснабжающих организаций и в соответствии с правилами устройства электроустановок. Подключение к электросетям следует производить скрытым (подземным) способом. Допускается использование солнечных батарей;

использование иных способов подключения рекламных конструкций к электрическим сетям допускается в случае отсутствия технической возможности осуществить подключение скрытым способом;

6) в целях обеспечения безопасности жизни и здоровья граждан не допускается установка и эксплуатация отдельно стоящих рекламных конструкций большого формата с нависанием их конструктивных частей над тротуаром, велосипедной дорожкой (иной территории предназначенной для пребывания или передвижения пешеходов).

Расстояние от края тротуара, велосипедной дорожки (иной территории, предназначенной для пребывания или передвижения пешеходов) до ближайшей к краю тротуара точки горизонтальной проекции края рекламной конструкции составляет 0,5 метра;

7) рекламные конструкции большого формата необходимо устанавливать на расстоянии не менее высоты рекламной конструкции плюс 5 метров от объектов недвижимого имущества;

8) с целью соблюдения [правил дорожного движения](https://docs.cntd.ru/document/9004835#65A0IQ) и безопасности граждан на нерегулируемых перекрестках и примыканиях улиц и дорог, а также на пешеходных переходах предусматриваются треугольники видимости;

размеры сторон треугольника для условий "транспорт - транспорт" и для условий "пешеход - транспорт" определяются расчетным способом:

для условий "транспорт - транспорт" размеры сторон равнобедренного треугольника для дорог при скорости движения 60 и 90 км/ч должны быть не менее 85 и 175 метров соответственно, для улиц при скорости движения 40 и 60 км/ч - не менее 25 и 40 метров соответственно; для условий "пешеход - транспорт" размеры сторон прямоугольного треугольника для дорог при скорости движения транспортных средств 60 и 90 км/ч должны быть 7 x 85 и 10 x 175 метров соответственно, для улиц при скорости движения транспортных средств 25 и 40 км/ч - не менее 8 x 40 и 10 x 50 метров соответственно;

в пределах треугольников видимости не допускается размещение рекламных конструкций высотой более 0,5 метра;

9) в целях улучшения эстетического восприятия рекламных конструкций, а также сохранения зеленых насаждений рекламные конструкции малого формата необходимо устанавливать на расстоянии не менее 2,5 метра от стволов деревьев, рекламные конструкции среднего и большого форматов - на расстоянии не менее 5 метров от стволов деревьев;

10) в целях соблюдения требований соответствия рекламных конструкций архитектурному облику сложившейся застройки не допускается установка рекламных конструкций (за исключением медиафасада) на оконных проемах зданий и сооружений.

44. Условия содержания и эксплуатации рекламных носителей владельцами конструкций:

1) внешний вид рекламных конструкций должен соответствовать требованиям Порядка;

2) конструктив рекламного носителя должен находиться в целостном состоянии без утраты отдельных элементов;

3) освещение рекламных конструкций или яркость их свечения должны соответствовать ГОСТ Р 52290-2004. Национальный стандарт Российской Федерации. Технические средства организации дорожного движения. Знаки дорожные. Общие технические требования, СП 52.13330.2016. Свод правил. Естественное и искусственное освещение. Актуализированная редакция СНиП 23-05-95;

4) рекламные конструкции должны содержаться в чистоте, очищаться от загрязнения по мере необходимости;

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

6) средство наружной рекламы должно иметь маркировку в виде информационной таблички, с указанием наименование рекламораспространителя и контактный телефон.

45. Зона разрешенного безопасного размещения рекламных конструкций в границах населенного пункта определяется как территория за пределами коридора безопасности, границы которого устанавливаются в соответствии с ГОСТ Р 52044-2003.

Границы коридора безопасности определяются по общему правилу следующим образом:

ширина коридора безопасности определяется от края проезжей части до ближайшей к краю проезжей части точки горизонтальной проекции края рекламной конструкции и составляет 0,6 метра в населенном пункте;

опоры рекламных конструкций должны быть установлены за пределами коридора безопасности. Требования ГОСТ Р 52044-2003 по коридору безопасности в части, касающейся обеспечения видимости дорожных знаков, не распространяются на рекламные конструкции, площадь информационного поля которых составляет менее 4,5 квадратных метра, а также на средства наружной рекламы, являющиеся конструктивной частью остановочных павильонов общественного транспорта.

45.1. Демонстрация рекламных изображений на рекламных конструкциях с цифровой технологией смены изображения должна производиться в соответствии с требованиями пункта 7.5.8 СП 52.13330.2016. Свод правил. Естественное и искусственное освещение. Актуализированная редакция СНиП 23-05-95.

46. В случае выявления несоответствия рекламной конструкции положениям данного раздела в адрес рекламораспространителя направляется требование об устранении нарушений со сроком исполнения 30 календарных дней. В отсутствие исполнения требования об устранении нарушений Администрация обращается в суд.

6. РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ГОРОД ШАРЫПОВО

47. Прядок предусматривает создание единого уникального облика Городского округа город Шарыпово (далее - город Шарыпово) с учетом его особенностей. Основная особенность города Шарыпово - наличие территорий, различных по функционалу, пешеходному и автомобильному потокам, архитектурным особенностям и пространственному положению.

В целях реализации Порядка предусмотрено выделение в городе Шарыпово трех территориальных зон (Административно-деловая (ОД-1, ОД-2, ОД-3), Жилая (Ж-1, Ж-2, Ж-3, Ж-4, Ж-5) и производственная (П-1,  
П-2, П-3), в каждой из которых определены правила размещения и оформления рекламных конструкций.

48. Требования к размещению и оформлению рекламных конструкций в Административно-деловой зоне города Шарыпово:

1) допускается размещать все виды и типы рекламных конструкций, предусмотренные Порядком;

2) расстояние между рекламными конструкциями большого формата должно составлять не менее 200 метров;

3) расстояние между рекламными конструкциями среднего формата должно составлять не менее 100 метров;

4) расстояние между рекламными конструкциями малого формата должно составлять не менее 30 метров;

5) при размещении разноформатных конструкций должно выдерживаться минимальное расстояние меньшего из форматов;

6) рекламные конструкции должны соответствовать требованиям к оформлению, расположению и эксплуатации, указанным в разделе 5 Порядка;

49. Требования к размещению и оформлению рекламных конструкций в жилой зоне города Шарыпово:

1) базовые рекламные конструкции: билборд, призматрон, ситиборд, пиллар, светодиодный экран, стенд, пилон, рекламная конструкция в составе остановочного пункта общественного транспорта, крышная конструкция, настенное панно, строительная сетка;

2) расстояние между рекламными конструкциями среднего формата должно составлять не менее 100 метров;

3) расстояние между рекламными конструкциями малого формата должно составлять не менее 30 метров;

4) при размещении разноформатных конструкций должно выдерживаться минимальное расстояние меньшего из форматов;

5) в квартале улиц необходимо применять одно стилистическое решение.

50. Требования к размещению и оформлению рекламных конструкций на территории производственного назначения:

1) допускается размещать все виды и типы рекламных конструкций, предусмотренные Порядком, в том числе допускаются различные варианты исполнения опорной части рекламных конструкций;

2) расстояние между конструкциями большого формата должно составлять не менее 200 метров;

3) расстояние между конструкциями среднего формата должно составлять не менее 100 метров;

4) расстояние между конструкциями малого формата должно составлять не менее 30 метров;

5) при размещении разноформатных конструкций должно выдерживаться минимальное расстояние меньшего из форматов;

6) в квартале улиц рекомендуется применять одно цветовое и стилистическое решение.

51. В случае размещения рекламных конструкций в одной из трех территориальных зон с находящимися в них объектами культурного наследия должны соблюдаться требования [Федерального закона от 25 июня 2002 года № 73-ФЗ "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации"](https://docs.cntd.ru/document/901820936).

52. Отклонение в расстоянии между рекламными конструкциями допускается в случае наличия таких препятствий к их установке, как: наличие инженерных коммуникаций, а также их охранных зон, объектов капитального строительства, многолетних зеленых насаждений, нестационарных торговых объектов, включенных в схему размещения нестационарных торговых объектов, изменение дорожной обстановки.

52.1. Требования к размещению и оформлению рекламных конструкций, установленные подпунктами 2, 3, 4 пункта 48, подпунктами 2, 3, пункта 49, подпунктами 2, 3, 4 пункта 50, не распространяются на рекламные конструкции, расположенные на одном здании (строении, сооружении).

При этом рекламные конструкции должны быть одного вида и размещаться на здании (строении, сооружении) в одну (две) линии по горизонтали (вертикали).

Допускается одновременное размещение рекламных конструкций на фасаде здания (строения, сооружения) и крышных конструкций.

52.2. Расстояние между отдельно стоящими (находящиеся в одном направлении движения транспорта и пешеходов) супербордами с цифровой технологией смены изображения составляет не менее 500 метров, между отдельно стоящими билбордами, ситибордами с цифровой технологией смены изображения составляет не менее 150 метров.

### 7. РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В ГРАНИЦАХ ПОЛОС ОТВОДА И ПРИДОРОЖНЫХ ПОЛОС АВТОМОБИЛЬНЫХ ДОРОГ ФЕДЕРАЛЬНОГО, РЕГИОНАЛЬНОГО И МЕЖМУНИЦИПАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ГОРОД ШАРЫПОВО

53. Размещение рекламных конструкций должно соответствовать требованиям ГОСТа 33027-2014, [Техническому регламенту Таможенного союза ТР ТС 014/2011 "Безопасность автомобильных дорог"](https://docs.cntd.ru/document/902307834), утвержденному [Решением Комиссии Таможенного союза от 18 октября 2011 года № 827](https://docs.cntd.ru/document/902307832).

Классификация автомобильных дорог и их отнесение к категориям автомобильных дорог (первой, второй, третьей, четвертой, пятой категориям) осуществляются в зависимости от транспортно-эксплуатационных характеристик и потребительских свойств автомобильных дорог.

54. Требования к размещению и оформлению рекламных конструкций:

1) базовые рекламные конструкции: билборд, суперборд. Конструкции должны иметь Т-образную форму. Применяется цветовое решение, указанное в настоящем Порядке;

2) рекламные конструкции должны располагаться сбоку от автомобильной дороги на расстоянии от бровки земляного полотна (внешней границы обочины) до ближайшей точки горизонтальной проекции внешнего конструктивного элемента средства наружной рекламы менее 15 метров - для дорог I категории и менее 10 метров - для дорог прочих категорий. При этом расстояние по горизонтали от бровки земляного полотна до основания опоры средства наружной рекламы должно быть не менее высоты рекламной конструкции плюс 5 метров;

3) расстояние между рекламными конструкциями на одной стороне дороги должно составлять от 40 до 200 метров в зависимости от площади информационного поля рекламного носителя;

4) нижний край рекламной конструкции и крепящих ее конструкций размещают на высоте не менее 4,5 метра от уровня проезжей части автомобильной дороги;

5) расстояние от средств наружной рекламы до дорожных знаков, светофоров дорожных, табло и знаков переменной информации в продольном направлении относительно оси проезжей части должно составлять от 40 до 350 м в зависимости от площади информационного поля рекламного носителя;

6) не допускается размещать конструкции на участках концентрации дорожно-транспортных происшествий, железнодорожных переездах, транспортных развязках в разных уровнях, наземных пешеходных переходах, пересечениях и примыканиях автомобильных дорог в одном уровне, пунктах взимания платы, стационарных пунктах весового и габаритного контроля, мостовых сооружениях, в туннелях и под железнодорожными и автомобильными путепроводами, а также на расстоянии менее 350 метров от них.

8. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

55. Рекомендуемые требования к размещению и оформлению рекламных конструкций на территории Городского округа город Шарыпово определены в разделе 6 настоящем Порядке с учетом особенностей городских территорий.

56. Требования к оформлению и размещению объектов наружной рекламы не распространяются на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с Федеральным законом [от 7 февраля 1992 года № 2300-1 "О защите прав потребителей"](https://docs.cntd.ru/document/9005388#64U0IK), а также на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.













