**КРАСНОЯРСКИЙ КРАЙ**

**ПИРОВСКИЙ РАЙОН**

**ПИРОВСКИЙ РАЙОННЫЙ СОВЕТ ДЕПУТАТОВ**

**РЕШЕНИЕ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 13.12.2013 |  с.Пировское | №47-305р |

|  |  |
| --- | --- |
| Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории Пировского района |  |

В соответствие с Федеральным законом от 06.10.2013 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», руководствуясь статьей 7, 22 Устава Пировского района, Пировский районный Совет депутатов РЕШИЛ:

1. Утвердить схему размещения рекламных конструкций на территории Пировского района согласно приложению.

 2. Решение вступает в силу с момента официального опубликования в районной газете «Заря».

3. Контроль за исполнением настоящего решения возложить на постоянную комиссию по бюджету и налоговой политике.

Глава Пировского район А.И. Евсеев

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

 Приложение к Решению

 Пировского районного

 Совета депутатов

 от 13.12.2013г. № 47-305р

**СХЕМА**

**РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ НА ТЕРРИТОРИИ**

**ПИРОВСКОГО РАЙОНА**

**Статья 1. Цели настоящей схемы размещения рекламных конструкций**

1. Настоящая схема размещения рекламных конструкций на территории Пировского 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 района. Определяет соответствие размещения наружной рекламы архитектурному облику сложившейся застройки.

**Статья 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 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 в сельской среде;

- сохранения и обогащения архитектурного облика села.

**Статья 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.

**Статья 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.

**Статья 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 пунктов 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 пунктах 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).

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

- щит, стенд, тумба принадлежат муниципальным предприятиям, учреждениям, организациям;

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

- размещение на щите, стенде, тумбе вышеуказанной информации осуществляется на основании решений администрации или договоров с администрацией района;

- работы по изготовлению и установке щита, стенда, тумбы финансируются за счет средств муниципальных предприятий, учреждений, организаций либо за счет бюджета.

**Статья 6. Требования к размещению вновь устанавливаемых отдельно стоящих рекламных конструкций на территории района**

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

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

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

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

5. Основными местами размещения наземных рекламных конструкций являются:

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

- для крупногабаритных рекламных конструкций - газон, разделительные полосы магистралей, полосы у обочин шоссейных дорог;

- для рекламных конструкций особо крупного формата - разделительные полосы крупных магистралей, зоны транспортных развязок и т.п.

6. 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 рекламногополя (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 рекламногополя, м  | 1,2  | 1,6  | 1,8  | 3,0  | 1,8  | 2,6  | 1,8  | 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, магистрали, одном разделительном газоне) 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 некоммерческой информации, а также информационных щитов, стендов, тумб допускается без соблюдения требований, установленных в пунктах настоящей Схемы, по согласованию с отделом администрацией 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 значи тельную 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 торговых точек могут быть установлены рекламные конструк-ции, выполненные по индивидуальным проектам, уличная мебель с информацией об арендаторах или услугах торговых точек, улучшающие благоустройство приле-гающих территорий, при соблюдении следующих условий:

- число арендаторов превышает возможность размещения вывесок на фасаде здания;

- на памятниках культуры, истории, архитектуры запрещено размещать более одной вывески.

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

1. При размещении рекламных конструкций учитывается архитектурная среда села. 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 пространства.

2. Дизайн наземных рекламных конструкций согласовывается с отделом по обеспечению жизнедеятельности.

3. Цветовое решение наземных рекламных конструкций должно отвечать сложившейся колористике сельской среды:

- гармонировать с архитектурно-пространственным окружением и другими элементами благоустройства и оборудования, улучшая сельскую среду;

- иметь нейтральный унифицированный характер на основе ограниченного числа колеров, согласованных с отделом по обеспечению жизнедеятельности.

4. В целях наиболее корректного включения рекламных конструкций, поддерживающих колористику сельской среды, рекомендуется:

- использование более светлых нейтральных тонов окраски для рекламных конструкций, расположенных в крупных открытых пространствах, на набережной, на фоне водных панорам и т.п.;

- использование более темных нейтральных тонов окраски для рекламных конструкций, расположенных в условиях застройки, на фоне зеленых насаждений.

5. Основными цветами рекомендуются:

- для малогабаритных рекламных конструкций, устанавливаемых в районах исторической застройки, - графит, серый;

- для крупногабаритных рекламных конструкций и реклама носителей особо крупного формата - серый, светло-серый.

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

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

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

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

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

**Статья 8. Зонирование территории, определяющее возможность размещения рекламных конструкций**

1. С целью дифференциации подходов к размещению рекламных конструкций рекламы и информации территория района представлена следующими зонами:

**I. "ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНАЯ ЗОНА"**

К этой зоне относятся территории прилегающие к памятникам архитектуры и культуры, монументам, памятникам, культовым сооружениям и т.п.

Территории с преимущественной застройкой жилыми домами, обычно в индивидуальном исполнении.

Размещаются малые конструкции (0,8 x 1,2; 1,2 x 1,8), уличная мебель, индивидуальные проекты.

**II. "ЗОНА ОСОБОГО ЗНАЧЕНИЯ"**

К этой зоне относятся:

- улицы и площади с преимущественно общественной застройкой, территории вблизи торговых точек, развлекательных заведений, офисных и т.п.;

- улицы и площади вблизи административных зданий, школ и т.д.;

- улицы и площади вблизи объектов культурного значения, таких, автовокзалы, 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 1,8; 3,6 x 2,6; 6 x 3; перетяжки), уличная мебель, индивидуальные проекты.

**III. "ЗОНА ПЕРСПЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ":**

- въезды в населенные пункты.

Автодороги, ведущие в села, а также улицы (500 метров до и после установленной черты), при движении по которым у транзитных пассажиров складывается общее впечатление о селе;

- территории, удаленные от центра села, на которых расположены промышленные предприятия, складские, производственные помещения и т.п.

**V. РЕКРЕАЦИОННЫЕ ЗОНЫ**

К этим зонам относятся природные территории - места отдыха и досуга населения (парки, скверы, пляжи, прибрежные зоны и т.п.).

В рекреационных зонах реклама запрещена вообще. Исключение составляют лишь уличная мебель, рекламные конструкции по индивидуальным проектам при согласовании с отделом по обеспечению жизнедеятельности.

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

2. Особенности определения границ зон.

Границы зон для магистралей, дорог и улиц проходят по фасадам и торцам зданий и сооружений первой линии застройки.

При стыке двух зон граница проходит по фасадам и торцам зданий и сооружений первой линии застройки, при этом вся улица, включая проезжую часть, тротуары, газоны и другие элементы благоустройства, проходящая на границе двух зон, относится к более приоритетной из соседствующих зон.

3. Приоритетность зон (в порядке убывания):

а) историко-культурная зона;

б) рекреационные зоны;

в) зона особого значения;

д) зона перспективного развития.

**Статья 9. Размещение рекламных конструкций по улицам**

1. Зонирование по улицам:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №, п/п | Адрес рекламного места | Тип конструкции |
| 1 | с. Пировское, ул. Гагарина возле дома № 4 | щитовая конструкция с размером информационного поля 1,4 м x 3,0 м |
| 2 | с. Пировское, напротив здания (магазина) по ул. Куйбышева, 2а | щитовая конструкция с размером информационного поля 1,4 м x 3,0 м |
| 3 | с. Пировское, возле здания по ул. Советская, 13  | щитовая конструкция с размером информационного поля 1,4 м x 6,0 м  |
| 4 | с. Пировское, напротив здания по ул. Ключевая, 48  | щитовая конструкция с размером информационного поля 1,2 м x 1,8 м |
| 5 | с. Пировское, ул. Ленина, примерно в 120 м по направлению на север от здания, 139 | щитовая конструкция с размером информационного поля 1,2 м x 1,8 м |
| 6 | с. Алтат, ул. Советская примерно в 20 м по направлению на юг от дома №2 | щитовая конструкция с размером информационного поля 1,2 м x 1,8 м |
| 7 | с. Бушуй, примерно в 40 м от моста через р. Белая по направлению на юг | щитовая конструкция с размером информационного поля 1,2 м x 1,8 м |
| 8 | с. Икшурма, ул. Почтовая, примерно в 70 м по направлению на юг от дома №2 | щитовая конструкция с размером информационного поля 1,2 м x 1,8 м |
| 9 | п. Кетский, напротив ж/д переезда примерно в 80 м по направлению на запад | щитовая конструкция с размером информационного поля 1,2 м x 1,8 м |
| 10 | с. Кириково, напротив дома №1 по ул. Центральная | щитовая конструкция с размером информационного поля 1,2 м x 1,8 м |
| 11 | с. Комаровка, ул. Молодежная, примерно в 20 м по направлению на восток от дома № 10 | щитовая конструкция с размером информационного поля 1,2 м x 1,8 м |
| 12 | с. Солоуха, напротив дома № 1 по ул. Молодежная  | щитовая конструкция с размером информационного поля 1,2 м x 1,8 м |
| 13 | с. Троица, Мира, примерно в 20 м по направлению на юг от дома № 2 | щитовая конструкция с размером информационного поля 1,2 м x 1,8 м |
| 14 | п. Чайда, ул. Центральная, примерно в 100 м по направлению на север от дома №1 | щитовая конструкция с размером информационного поля 1,2 м x 1,8 м |

Сведения о рекламных местах указываются в паспортах рекламных мест.

Схема размещения рекламных конструкций в Пировском районе исполнено на карте масштаб 1:2000

Примечание: Дополнительные рекламные места определить на зданиях, занимаемых торговыми точками.

**Статья 10. Ограничение по размещению рекламных конструкций**

1. На территории "Историко-культурной зоны":

- не предусматривается использование рекламных конструкций типа короба на опорах освещения и контактной сети.

Размещение на опорах освещения рекламных конструкций допускается в качестве рекламы-указателя для организаций, 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.

2. На территории "Историко-культурной зоны":

- 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.

3. 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.

4. 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.

5. Не допускается размещать средства наружной рекламы ближе 100 м:

- от храмовых сооружений;

- от учреждений культуры, образования;

- от мест общего захоронений;

- от мемориальных комплексов и объектов;

- от объектов культурного наследия федерального, краевого и муниципального значения.

Исключения составляют собственные информационные конструкции перечисленных предприятий и учреждений на собственных или арендуемых объектах недвижимости либо на собственных или арендуемых земельных участках. Необходимо проект рекламных конструкций согласовать с отделом по обеспечению жизнедеятельности.

**Статья 11. 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 трех лет 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 по окончании срока договоров, заключенных до вступления в силу схемы.

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