

**ПРАВИЛА
РАСПРОСТРАНЕНИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ОБЪЕКТОВ
ИНФОРМАЦИОННОГО ОФОРМЛЕНИЯ НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДА
ИРКУТСКА**

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Правила распространения наружной рекламы и объектов информационного оформления на территории города Иркутска (далее по тексту - Правила) разработаны на основании Федерального закона "О рекламе", Федерального закона "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", Федерального закона от 1 июня 2005 г. № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации», Федерального закона от 25 июня 2002 г. № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» и постановления Правительства Российской Федерации от 26 апреля 2008 № 315 «Об утверждении Положения о зонах охраны объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации», Градостроительного кодекса РФ, Жилищного кодекса РФ, муниципальных правовых актов города Иркутска.

1.2. Правила устанавливают единые для города Иркутска порядок и требования к распространению наружной рекламы и объектов информационного оформления, установке, эксплуатации рекламных объектов и объектов информационного оформления и контролю за соблюдением этих требований.

1.3. Правила приняты в целях формирования благоприятной архитектурной и информационной городской среды, сохранения историко-градостроительного облика, упорядочения мест для установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Иркутске, эффективного использования имущества города Иркутска в целях распространения наружной рекламы.

1.4. Настоящие Правила обязательны для всех юридических лиц, независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности, а также для физических лиц и индивидуальных предпринимателей при установке (разме-

щении) и эксплуатации ими средств наружной рекламы и объектов информационного оформления, а также при установке и эксплуатации ими средств информационного оформления предприятий и организаций в городе Иркутске.

1.5. Настоящие Правила не распространяются на:

1.5.1. Городскую информацию:

- * технические средства организации дорожного движения (за исключением информационно-сервисных знаков индивидуального проектирования);
- * информационные указатели ориентирования в городе: названия улиц, номера зданий, расписание движения пассажирского транспорта, схемы и карты ориентирования в городе, не содержащие коммерческой рекламы и размещаемые соответствующими городскими службами;
- * информацию о проведении строительных, дорожных, аварийных и других видов работ, распространяемую в целях безопасности и информирования населения;
- * информацию об объектах городской инфраструктуры: районах, микрорайонах, архитектурных ансамблях, садово-парковых комплексах;
- * праздничное некоммерческое оформление города (без использования названий, наименований и/или иных средств их индивидуализации организаций и знаков обслуживания других юридических и /или физических лиц);
- * различного рода декоративные элементы (мягкое стяговое оформление, флаговые композиции, световые установки, настенные панно, мягкие перетяжки, гирлянды и др.) без использования названий, наименований и/или иных средств их индивидуализации организаций и знаков обслуживания других юридических и /или физических лиц;
- * информацию о проведении социально значимых мероприятий (перепись населения, выборы, субботник и т.п.);
- * информацию об официальных мероприятиях (визиты международных и российских делегаций, конференции, форумы и т.п.)
- * информацию предприятий общественного питания, предназначенную для ознакомления потребителя об оказываемых услугах (меню, прейскуранты, условия обслуживания и т.д.) без использования наименований и/или иных средств их индивидуализации организаций и знаков обслуживания других юридических и /или физических лиц.

1.5.2. Информацию учреждений культуры, образования и здравоохранения городского, областного и федерального подчинения по профилю их деятельности, в том числе информацию о репертуарах театров и кинотеатров (театральные и киноафиши), если она не содержит торговых

марок, наименований, товарных знаков и знаков обслуживания других юридических и/или физических лиц.

2. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В ПРАВИЛАХ

2.1. Реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;

2.2. Рекламные конструкции в рамках настоящих Правил в соответствии с требованиями Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» - щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, воздушные шары, аэростаты, иные технические средства стабильного территориального размещения, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также на остановочных пунктах движения общественного транспорта и других объектах городской инфраструктуры, установленные на территории города Иркутска в целях распространения наружной рекламы.

2.3. Наружная реклама - реклама, распространяемая на территории г. Иркутска с использованием рекламных конструкций.

2.4. Объект информационного оформления (также - информационные конструкции) - вывески, информационные и режимные таблички, указатели местонахождения или обозначения места входа в занимаемое помещение, здание или на территорию и т.д., содержащие информацию, распространение которой по форме и содержанию является для юридического лица обязательным на основании закона или является общераспространенной практикой и соответствует сложившимся на территории Российской Федерации обычаями делового оборота (информацию о месте нахождения организации, профиле ее деятельности, ее наименовании, адреса и режима работы).

2.5. Социальная реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

2.6. Место под рекламную конструкцию – место, на котором предполага-

ется установить или установлена и эксплуатируется рекламная конструкция (фасад или стена здания, строения, сооружения, участок улично-дорожной сети).

2.7. Самовольная рекламная конструкция - рекламная конструкция, установленная без соответствующего разрешения уполномоченного органа.

2.8. Самовольная информационная конструкция - информационная конструкция, установленная без соответствующего согласования уполномоченного органа (Управления архитектуры и градостроительства комитета по градостроительной политике администрации г. Иркутска). Заявитель - физическое лицо, юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие деятельность, связанную с оформлением и получением разрешительной документации на установку рекламной конструкции или объекта информационного оформления в г. Иркутске.

2.9. Постановочный эскиз – документ, содержащий фрагмент (фотографию) территориального размещения рекламной конструкции, схематический план местности с указанием места под установку рекламной конструкции, а также отражение всех существующих однотипных рекламных конструкций в радиусе 100 метров от указанного места (Приложение №2).

2.10. Информационное поле рекламной конструкции (рекламная плоскость, поверхность) - поверхность (часть) рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы.

2.11. Границы зон охраны объектов культурного наследия – территория города Иркутска, в границах которой действует ограничение по размещению рекламы, вывесок, элементов городского дизайна (регулирование размеров, пропорций, цветового решения, материала исполнения, места и способа крепления), определенная в соответствии с Постановлением Администрации Иркутской области от 12.09.2008 N 254-па "Об утверждении границ зон охраны объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, расположенных на территории города Иркутска, режимов использования земель и градостроительных регламентов в границах данных зон".

3. РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ

Установка рекламных конструкций в городе Иркутске допускается при наличии соответствующего разрешения, выданного в порядке, установленном

административным регламентом предоставления муниципальной услуги "Принятие решений о выдаче разрешений на установку рекламных конструкций".

Установка рекламных конструкций не влечет за собой возникновение прав на земельные участки, на которых они расположены, и не требует оформления разрешительной документации на право пользования землей, кроме документов, указанных в настоящих Правилах.

Рекламные конструкции могут быть:

- * Длительного периода размещения – рекламные конструкции характеризуются постоянным местом размещения и сроком размещения более двенадцати месяцев.
- * Временными - рекламные конструкции, срок размещения которых обусловлен их функциональным назначением и местом установки (строительные сетки, ограждения строительных площадок, мест торговли и иных подобных мест, другие аналогичные технические средства) и составляет не более чем двенадцать месяцев;

3.1. Рекламные конструкции длительного периода размещения подразделяются на следующие виды.

3.1.1. Отдельно стоящие рекламные конструкции

3.1.1.1. Щитовые конструкции - отдельно стоящие рекламные конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения информации и состоящие из фундамента, каркаса, стойки и информационного поля.

Щитовые конструкции подразделяются на:

* **Щитовые конструкции большого формата** – конструкции с размером рекламной поверхности 2*3 м, 2,7*3,7 м, 3*6 м, 3*12 м, 3*18 м; 4 х 12 м, 5*12 м, 5*15 м;

Щитовые конструкции большого формата должны иметь внутренний или внешний подсвет.

Фундамент щитовых конструкций большого формата не должен выступать над уровнем дорожного покрытия или уровня земли.

Щитовые конструкции большого формата, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону.

В случае отсутствия информации на рекламной поверхности последняя должна быть закрыта однотонным плакатом светлых тонов.

Щитовые конструкции форматом более чем 3*6 м. рекомендуется размещать на крупных транспортных развязках и въездах в город.

Для щитовых конструкций площадью равной или более 18 м кв. допускается применение выступающих дополнительных элементов с общей площадью не более 5% от площади информационного поля рекламной конструкции.

* **Щитовые конструкции малого формата** - конструкции с размером рекламной поверхности от 0,8*1,2 до 1,2*1,8 метра;

Площадь информационных полей щитовых конструкций малого формата определяется общей площадью его сторон. Фундаменты щитовых конструкций малого формата не должны выступать над уровнем дорожного покрытия.

3.1.1.2. Афишные стенды и рекламные тумбы - рекламные конструкции малого формата, с несколькими рекламными полями, располагаемые в пешеходных зонах улиц и площадей, выставочных комплексов.

На одной улице должны устанавливаться тумбы, сохраняющие между собой стилистическое единство.

Установка афишных стендов и рекламных тумб не допускается, если после их установки ширина прохода для пешеходов составит менее 2 метров. Не допускается установка афишных стендов и рекламных тумб на газонах.

Афишные стенды и рекламные тумбы не должны создавать помех пешеходам, для уборки тротуаров, располагаться вблизи жилых домов и с нарушением установленных санитарных норм.

Рекламные материалы, размещаемые на афишных стендах, могут содержать информацию о спонсорах соответствующих мероприятий.

Максимально допустимый размер одного информационного поля афишного стенда и рекламных тумб составляет 4,2 кв. м.

Площадь информационного поля афишного стенда и рекламных тумб определяется общей площадью его сторон.

Фундамент афишного стенда и тумб допускается в двух вариантах: заглубляемый, не выступающий над уровнем дорожного покрытия, и не заглубляемый. В случае использования не заглубляемого фундамента, он в обязательном порядке облицовывается композитным материалом по специальной форме, соответствующей общему дизайну конструкции.

3.1.1.3. Стелы - средство наружной рекламы в индивидуальном исполнении, в котором для размещения рекламы может использоваться как объем конструкции, так и ее поверхность.

Не допускается использование стел под размещение сменной информации, за исключением стел автозаправочных станций со сменной информацией с указанием ассортимента и цен на отпускаемые нефтепродукты (п. 4.6 настоящих Правил «Информационные ценовые стелы автозаправочных станций»)

Не допускается размещение стел, если после их установки ширина прохода для пешеходов составит менее 2 метров и (или) наличии мест для размещения

других средств наружной рекламы и информации на фасаде здания или сооружения, за исключением зданий и сооружений, расположенных вне зоны видимости с улично-дорожной сети.

3.1.1.4. Объемно-пространственные конструкции - рекламные конструкции, на которых для распространения рекламной информации используются как объем конструкции, так и поверхность. Данные конструкции выполняются по индивидуальным проектам.

Для каждой конкретной объемно-пространственной конструкции разрабатывается индивидуальная проектная документация.

Площадь информационного поля объемно-пространственных конструкций определяется расчетным путем.

На конструкции данного типа и правила их размещения распространяются требования, предъявляемые к отдельно стоящим щитовым конструкциям.

3.1.1.5. Электронные экраны (электронные табло) - рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов.

Площадь информационного поля определяется габаритами светоизлучающей поверхности.

На конструкции данного типа и правила их размещения распространяются требования, предъявляемые к отдельно стоящим щитовым конструкциям.

3.1.1.6. Наземные панно - средства наружной рекламы, размещаемые на поверхности земли, асфальта или тротуарной плитки.

Материалы, применяемые для наземных панно, не должны нарушать целостность покрытия тротуаров.

Не допускается исполнение наземного панно путем нанесения на поверхность асфальта или тротуарной плитки аэрографического рисунка краской.

3.1.2. Рекламные конструкции, присоединяемые к объектам недвижимости (зданиям, сооружениям)

3.1.2.1. Рекламные крышные конструкции - различного рода объемные или плоскостные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше.

Крышные установки не должны нарушать архитектурного решения кровли и фасада здания. Для каждой рекламной крышной конструкции разрабатывается индивидуальная проектная документация.

Высота рекламных крышных конструкций должна быть:

- * не более одной шестой части от высоты фасада при высоте здания от цоколя до кровли не более или равной 15 метров, со стороны которого размещается конструкция;

- * не более одной восьмой части от высоты фасада при высоте здания от цоколя до кровли более 15 метров, со стороны которого размещается конструкция;

Для крышных рекламных конструкций в виде отдельных букв и логотипов в обязательном порядке разрабатывается рабочая проектная документация с целью обеспечения безопасности при установке, монтаже и эксплуатации.

Крышные рекламные конструкции в виде отдельных букв и логотипов должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания, должны соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.2.2. Настенные панно - конструкции, размещаемые на стенах зданий и сооружений, площадь рекламного поля которых превышает 5 кв. м;

Для настенных панно в обязательном порядке разрабатывается проект крепления конструкции с целью обеспечения безопасности при эксплуатации.

В границах зон охраны объектов культурного наследия не допускается размещение настенных панно, закрывающих значительную часть фасада здания, остекление витрин, окон, арок, архитектурные детали и декоративное оформление на главных фасадах и просматриваемых с улиц боковых фасадах.

3.1.2.3. Медиа-фасады - рекламные конструкции, размещаемые на поверхности стен зданий, строений и сооружений, состоящие из светодиодных модулей в гибких шлейфах на основе металлической сетки с интегрированными светодиодами, создающие поверхность, которая повторяет форму фасада здания, позволяющие демонстрировать информационные материалы, в том числе динамические видеоизображения.

Размер информационного поля медиа-фасада определяется размером демонстрируемого изображения.

Для медиа-фасадов в обязательном порядке разрабатывается проект крепления конструкции с целью обеспечения безопасности при эксплуатации.

Размер медиа-фасада определяется индивидуально в зависимости от архитектуры здания на основании согласованного проекта.

На объектах культурного наследия размещение декоративных панно не допускается.

Медиа-фасады должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.2.4. Маркизы - средства наружной рекламы, выполненные в виде козырьков и навесов с нанесенной на них рекламной информацией и размещенные над витринами, входами или проемами зданий и сооружений.

Маркизы располагаются в проемах витрин, над входом и сочетают функции солнцезащитных устройств и рекламоносителей.

3.1.3. Рекламные конструкции, присоединяемые к объектам городской инфраструктуры.

3.1.3.1. Рекламные конструкции на киосках розничной торговли - рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах (фасадах) киосков розничной торговли и не являющиеся его конструктивными частями. Максимальный размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на киоске розничной торговли составляет 1,2 x 1,8 м.

Рекламные конструкции на киосках розничной торговли должны быть с внутренним подсветом, оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Не допускается установка рекламных конструкций на крыше киоска розничной торговли.

3.1.3.2. Рекламные конструкции на остановочных павильонах - рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах павильонов ожидания общественного транспорта.

Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на остановочном павильоне составляет 1,2 x 1,8 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции на остановочном павильоне определяется общей площадью его информационных полей.

Фундаменты рекламных конструкций на остановочных павильонах не должны выступать над уровнем покрытия тротуара.

Рекламные конструкции на остановочных павильонах должны быть с внутренним подсветом, оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.3.3. Уличная мебель с рекламной информацией (скамейки, урны и т.д.) - размещение эмблемы, логотипа, надписи, и иных знаков индивидуализации компаний – спонсоров, монтируемые на конструктивных элементах уличной мебели. Максимальный размер информационного поля 0,3 x 0,3 м.

3.1.3.4. Рекламный кронштейн – двухсторонние консольные плоскостные рекламные конструкции, устанавливаемые на собственных опорах, мачтах-опорах городского освещения, опорах контактной сети или на зданиях

В целях безопасности в эксплуатации рекламные кронштейны должны быть установлены на высоте:

- * не менее 4,5 метра - на световых опорах, расположенных вблизи дороги;
- * не менее 2,5 метра - над тротуарами и пешеходными зонами, газонами вне проезжей части.

Рекламный кронштейн, устанавливаемый на опорах, должен быть ориентирован в сторону тротуаров либо вдоль тротуаров.

Не допускается размещение на одной опоре освещения (контактной сети, столбе) более одного светового короба или более двух иных рекламных и/или информационных конструкций.

Не допускается размещение кронштейнов на одной опоре со знаками дорожного движения, рекламное изображение на кронштейне не должно иметь сходства со знаками дорожного движения.

Типовые размеры для кронштейнов на опорах освещения:

- * 0,8*1,2 м (в вертикальном исполнении),
- * 1,2*1,8 м (в вертикальном исполнении) допускаются для магистральных улиц, проспектов и площадей;

3.1.3.5. Указатели с рекламной информацией - рекламные конструкции малого формата, на одной опоре которых одновременно размещается указатель наименования улицы или направления движения и рекламная информация.

Установка указателей может производиться на столбах муниципального освещения, а также на самостоятельных опорах.

Не допускается размещение указателей с рекламной информацией на одной опоре со знаками дорожного движения.

Максимальный размер указателя с рекламной информацией не должен превышать 1,2*1,8 м. Площадь информационного поля указателя с рекламной информацией определяется общей площадью его информационных полей.

Фундамент отдельно стоящего указателя допускается в двух вариантах: заглубляемый, не выступающий над уровнем дорожного покрытия и не заглубляемый. В случае использования не заглубляемого фундамента, он в обязательном порядке облицовывается композитным материалом по специальной форме, соответствующей дизайну указателя.

3.1.3.6. Конструкции на ограждениях – рекламная конструкция, устанавливаемая на ограждении территорий.

Конструкции на ограждениях могут быть изготовлены в виде отдельных щитов или в виде росписи этих ограждений в любой технике.

Не допускается размещение конструкций:

а) на пролетах мостов с наружной стороны и иных инженерных сооружениях, размещенных над проезжей частью;

б) на ограждениях, установленных в границах зон охраны объектов культурного наследия;

в) на ограждениях, выполненных способами художественнойковки, литья или гнутья;

- г) на ограждениях парков, скверов, садов;
- д) на ограждениях территорий муниципальных унитарных предприятий и муниципальных учреждений,;
- е) на ограждениях территорий объектов спорта, здравоохранения и образования.

3.1.3.7. Транспаранты-перетяжки состоящие из устройства крепления, устройства натяжения и информационного изображения, изготовленного из жестких материалов и из материалов на мягкой основе.

Установка транспарантов-перетяжек на территории города Иркутска допускается только для размещения социальной рекламы. Площадь рекламного поля не более 15 % от площади транспарантов-перетяжек.

3.1.4. Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции

К уникальным рекламным конструкциям, относятся конструкции, имеющие формат, отличный от форматов, определенных настоящими Правилами.

К уникальным рекламным конструкциям, выполненным по индивидуальным проектам, могут быть отнесены следующие рекламные конструкции:

3.1.4.1. Скроллеры, призматроны и т.д. – рекламные конструкции с динамически меняющимся изображением;

3.1.4.2. Проекционные установки - рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения в объеме или на земле, на плоскостях стен.

3.1.4.3. Воздушные шары, аэростаты.

Площадь информационного поля уникальных конструкций определяется расчетным путем. На уникальные конструкции распространяются все требования, предусмотренные для рекламных конструкций большого формата.

3.2. Временные рекламные конструкции могут быть следующих типов.

3.2.1. Выносные щитовые конструкции раскладного типа - временные средства наружной рекламы, устанавливаемые в городе организациями в часы их работы.

Выносные щитовые конструкции раскладного типа выносятся в пешеходную зону и располагаются на тротуаре вблизи от фасада здания (1 метр) в пределах 5 метров от входа в предприятие.

Рекомендуемые размеры информационной площади для выносной щитовой конструкции раскладного типа: не более 0,7*1,0 м в вертикальном исполнении.

Запрещается размещение выносных щитовых конструкций раскладного типа на газонах и на тротуарах при ширине последних менее 2 метров.

Не допускается размещение выносных щитовых конструкций раскладного типа в границах зон охраны объектов культурного наследия.

Не допускается размещение более одной выносной щитовой конструкции раскладного типа одной организации у входа в эту организацию.

3.2.2. Рекламные конструкции с использованием строительных ограждений и строительных сеток - ограждающие объекты строительства, используемые для временного размещения рекламной информации.

Размещение наружной рекламы на строительных ограждениях и/или строительных сетках производится при проведении строительных работ на внешней стороне (фасаде) здания;

На территории исторической части города рекомендуется размещение строительных сеток с изображением фасадов зданий, видов города Иркутска и его окрестностей.

3.2.3. Флаговые композиции - средства наружной рекламы, состоящие из основания, одного или нескольких флагштоков (стоек) и мягких полотнищ, на которые нанесена реклама.

Флаговые композиции могут устанавливаться на опоре освещения, на опоре контактной сети, на мостах, виадуках и эстакадах, на зданиях и сооружениях.

Площадь одной стороны информационного поля флага не может быть более 2,5 кв.м.

Общая площадь информационного поля рекламной конструкции одного флага определяется площадью его полотнищ.

4. ОБЪЕКТЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОФОРМЛЕНИЯ

4.1. Объект информационного оформления - вывески, информационные и режимные таблички, указатели местонахождения или обозначения места входа в занимаемое помещение, здание или на территорию и т.д., содержащие информацию, распространение которой по форме и содержанию является для юридического лица обязательным на основании закона или является общераспространенной практикой и соответствует сложившимся на территории Российской Федерации обычаями делового оборота (информацию о месте нахождения организации, профиле ее деятельности, ее наименовании, адреса и режима работы).

Иная информация, не являющаяся обязательной по форме и содержанию к распространению в соответствии с законодательством Российской Федерации и размещенная на объекте информационного оформления, имеющая целью формирование интереса неопределенного круга лиц к организации и/или конкретной торговой марке считается рекламой и требует выдачу обязательного разрешения на установку соответствующего рекламного носителя в порядке, установленном административным регламентом предоставления муниципальной услуги "Принятие решений о выдаче разрешений на установку рекламных конструкций».

Объекты информационного оформления должны быть расположены непосредственно в месте фактического расположения организации, месте производства товаров или оказания услуг и должны однозначно определять это место и (или) обозначать места входа.

Размещение учрежденческих досок, режимных табличек, соответствующих нижеуказанным требованиям, а также, учрежденческих досок, режимных табличек федеральных, государственных, муниципальных учреждений, финансируемых из соответствующих бюджетов, не требует получения согласования на установку, за исключением случаев размещения таких объектов информационного оформления в границах зон охраны объектов культурного наследия.

Установка вывесок и иных информационных конструкций, а также размещение информационных конструкций в границах зон охраны культурного наследия в городе Иркутске допускается при наличии соответствующего согласования, выданного уполномоченным органом (управление архитектуры и градостроительства комитета по градостроительной политике администрации г. Иркутска, служба по охране объектов культурного наследия Иркутской области).

Объекты информационного оформления могут быть следующих типов:

4.2. **Вывески** – это информация о профиле предприятия, его фирменном наименовании и режим работы, являющаяся обязательной для информирования потребителей в соответствии с пунктом 1 статьи 9 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей" и предназначенная для извещения неопределенного круга лиц о фактическом местонахождении юридического лица и (или) обозначении места входа в занимаемое им помещение, здание или на территорию.

В соответствии со статьями 1539 и 1484 Гражданского кодекса РФ допускается возможность указания на вывесках коммерческих обозначений и/или зарегистрированного товарного знака и знаков обслуживания при условии, что

эти знаки размещены дополнительно к обязательной информации, но не вместо нее.

Размещение на вывеске иной информации, направленной на привлечение внимания к организации (товарам, услугам), формирование или поддержание интереса к ней и ее продвижение на рынке, рассматривается как реклама.

Вывеска должна информировать потребителя о местонахождении предприятия и обозначать места входа.

Вывески размещаются на фасаде здания в пределах занимаемого помещения или над входом в него, между оконными проемами или витринами первого этажа и оконными проемами второго этажа. Нижний край вывески не должен находиться ниже 2,5 метров от уровня земли. Вывеска не должна выступать более 0,5 метров от плоскости стены.

Общий размер вывески не должен превышать 2 кв.м.

Допускается размещение:

- * консольной вывески в виде кронштейна или вывески, расположенной вдоль внешней стены здания в виде настенного панно, преимущественно в угловой части фасада, в случае, если организация размещается в помещениях выше 1-го этажа;
- * дополнительной вывески на фасаде здания в доступном для обозрения месте для организаций, расположенных в помещениях без выхода на основные улицы (во дворах);
- * не более двух вывесок рядом с каждым входом в здание;
- * вывесок на каждом из фасадов здания, расположенного на пересечении нескольких улиц;
- * вывесок, состоящих из нескольких однотипных конструктивно-художественных элементов.

Не допускается размещение вывесок на оконных и дверных проемах.

Вывески устанавливаются в соответствии с согласованным управлением архитектуры и градостроительства комитета по градостроительной политике администрации г. Иркутска проектом и на основании разрешения, выданного Комитетом по экономике администрации города Иркутска..

4.3. **Учрежденческие доски** - средство наружной информации, предназначенное для информирования населения о наименовании юридического лица, его ведомственной принадлежности и режиме работы, согласно ст. 9 Федерального закона "О защите прав потребителей".

Учрежденческие доски устанавливаются изготовителем (исполнителем, продавцом) на видном месте на здании справа или слева у главного входа в занимаемое им здание.

Размер учрежденческой доски не должен превышать 0,60 метров по горизонтали и 0,40 метров по вертикали; высота букв и цифр надписей - не более 0,10 м.

4.4. **Режимная табличка** - средство наружной информации, предназначенное для доведения до сведения потребителей информации о режиме работы организации в соответствии со статьей 11 Федерального закона "О защите прав потребителей». Режимная табличка может содержать информацию о фирменном наименовании (наименовании) организации, месте ее нахождения (адресе).

Размер режимной таблички должен быть не более 0,40 метров по горизонтали и 0,60 метров по вертикали.

Режимные таблички устанавливаются на здании справа или слева от главного входа в занимаемое организацией здание или помещение.

4.5. **Указатели** - средство наружной информации, содержащее сведения о направлении движения и расстоянии до объекта, устанавливаемое в целях ориентирования потребителей.

Площадь информационного поля указателя местонахождения должна быть не более 1 кв. м.

На указателе допускается указание профиля организации без указания ее наименования ("Торговый центр", "Шиномонтаж", "Аптека", "Хозтовары" и т.п.).

Указатели местонахождения устанавливаются в соответствии с дизайн-проектом на основании согласования, выданного в соответствии с порядком согласования размещения объекта информационного оформления.

Указатель, установленный вне места нахождения организации, с информацией о ее наименовании, в том числе с указанием направления движения, является рекламной конструкцией.

4.6. В случае нахождения в здании более двух организаций, объединенных общим входом, размещение вывесок, учрежденческих досок, режимных табличек, содержащих информация о профилях предприятий, фирменных наименованиях, часах работы осуществляется только внутри здания.

4.7. **Информация, размещаемая в витринах** - средства наружной информации, устанавливаемые в остекленных проемах окон и витражей зданий и сооружений. Информация располагается на прозрачной поверхности витрины и в ее объеме.

В витрине допускается размещать:

- * Собственное или фирменное наименование предприятия (если имеется);
- * Образцы товарной продукции - элементы декоративного оформления;

- * Изобразительные элементы, раскрывающие профиль предприятия и соответствующие его фирменному наименованию
- * Праздничное оформление, размещаемое к праздникам.

Витрины должны иметь подсветку в темное время суток.

Информация, размещаемая в витринах не должна содержать торговых марок, наименований, товарных знаков и знаков обслуживания других фирм.

Не допускается заклейка информационными материалами более 10% от площади прозрачной поверхности витрин.

4.8. **Информационные ценовые стелы автозаправочных станций** (далее АЗС)– объекты информационного оформления, размещенные при подъезде к АЗС и предназначенные для размещения сменной информации с указанием ассортимента и цен на отпускаемые нефтепродукты.

5. ОБЪЕКТЫ УЛИЧНОЙ ЗВУКОВОЙ РЕКЛАМЫ

К объектам уличной звуковой рекламы относятся рекламные конструкции, предназначенные для передачи звуковой информации, передаваемой по проводной и беспроводной связи, с использованием громкоговорителей, ретрансляторов, репродукторов и других звукоусиливающих и звуковоспроизводящих устройств, размещаемые на опорах городского освещения, опорах контактной сети, собственных опорах, на зданиях, сооружениях и ином недвижимом имуществе.

Уровень звука, создаваемого звуковой рекламой должен соответствовать санитарным нормам СН2.2.4/2.1.8.562-96 "Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки", утвержденный Госкомсанэпиднадзором РФ от 31 октября 1996 г. N 36 и не должен и ухудшать условия проживания граждан.

Разрешенный режим вещания звуковой рекламы и информации с 10 часов до 19 часов.

Не допускается распространение звуковой рекламы на улицах города Иркутска, кроме систем оповещения населения в чрезвычайных ситуациях:

- * в выходные и праздничные дни, за исключением случаев проведения общественных мероприятий;
- * ближе пятидесяти метров от наземных пешеходных переходов и остановок маршрутных транспортных средств;

- * ближе, чем сто метров от жилых зданий, театров, цирков, музеев, домов и дворцов культуры, библиотек, строений, сооружений, занимаемых детскими, образовательными, медицинскими организациями.

6. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РАЗМЕЩЕНИЮ РЕКЛАМНЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ КОНСТРУКЦИЙ

6.1. Установка и эксплуатация рекламных и информационных конструкций должна соответствовать требованиям Федеральных законов "О рекламе", "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации", Градостроительного кодекса РФ, Жилищного кодекса 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" и другим нормативным правовым и иным актам, регулирующим установку и эксплуатацию рекламных и информационных конструкций.

6.2. Рекламные конструкции должны использоваться исключительно в целях распространения коммерческой или социальной рекламы.

6.3. Проектирование, изготовление, монтаж, эксплуатация и утилизация объектов наружной рекламы и информации и их частей должны соответствовать установленным в Российской Федерации требованиям качества и безопасности, предъявляемым к продукции, согласно:

- * техническим регламентам и условиям, строительным нормам и правилам (СНиП);
- * правилам устройства электроустановок (ПУЭ);
- * правилам технической эксплуатации электроустановок потребителей (ПТЭЭП);
- * национальным стандартам ГОСТ-Р;
- * другими нормативными актами, содержащими требования для конструкций данного типа.

6.4. Рекламные конструкции или объекты информационного оформления, на которые требуется получение разрешения или согласования соответственно, могут быть установлены только при наличии проекта рекламной конструкции или объекта информационного оформления, разработанного проектной организацией (дизайн-студиями, рекламными агентствами или архитектурно-художественными мастерскими), которые

несут ответственность за профессиональность дизайнерских разработок, достоверность расчетов конструкций и безопасность.

6.5. Не допускается размещение рекламных и информационных конструкций, являющихся источниками шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных и иных излучений и полей, вблизи жилых помещений с нарушением установленных санитарных норм.

6.6. Размещение рекламных и информационных конструкций должно соответствовать требованиями:

- * размещения без ущерба композиции, стилистике, отделке, декоративному убранству фасада, эстетическим качествам городской среды;
- * согласованности размещения нескольких рекламных и информационных конструкций в пределах фасада независимо от принадлежности объектов;
- * соответствия условиям восприятия (визуальная доступность, читаемость информации);
- * приоритету мемориальных объектов (мемориальных и памятных досок, знаков и т.п.);
- * безопасности для людей;
- * безопасности для физического состояния архитектурных объектов;
- * удобства эксплуатации и ремонта.

Рекламные конструкции и объекты информационного оформления не должны:

- * Нарушать требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия народов Российской Федерации, их охране и использовании нарушать визуальное восприятие объектов культурного наследия, их архитектурный облик, фасадную композицию и целостность восприятия;
- * Размещаться в одном визуальном пространстве с памятниками, монументами, скульптурными композициями, культовыми и мемориальными сооружениями;
- * Препятствовать восприятию информации, размещенной на другой конструкции;
- * Размещаться таким образом, чтобы знак дорожного движения или светофор воспринимались на фоне рекламной плоскости;

6.7. В целях упорядоченности оформления города Иркутска размещение рекламных конструкций и объектов информационного оформления на фасаде здания, строения, сооружения общественного назначения площадью более 150 кв.м, рекомендуется осуществлять на основании единого проекта, выполненного с учетом комплексности размещения конструкций на здании, с

обозначением их характеристик (тип, вид, габариты, способ подсветки и т.д.).

6.8. Монтаж конструкции или объекта информационного оформления, на которые требуется получение разрешения или согласования соответственно, должен быть произведен только в соответствии с проектной документацией и на месте, обозначенном в разрешительной документации. При разработке проектов конструкций, размещаемых на фасадах зданий, строений, должны максимально учитываться архитектурные особенности таких зданий, строений.

6.9. Надписи на рекламных и информационных конструкциях выполняются на русском языке. Допускается установка декоративных элементов, а также словесных, графических обозначений или их комбинаций (на русском языке или в русской транслитерации), зарегистрированных в установленном порядке в качестве товарных знаков или знаков обслуживания. При этом владелец конструкции должен обладать правом на использование товарного знака или знака обслуживания, зарегистрированным в установленном законом порядке.

6.10. Допускается использование в текстах рекламных и информационных конструкций товарных знаков и знаков обслуживания в оригинальном написании (на иностранном языке) при условии их регистрации в установленном порядке на территории Российской Федерации при наличии у владельца конструкции исключительного права на использование товарного знака или знака обслуживания, а также коммерческого обозначения.

6.11. Не допускается использование в текстах рекламных и информационных конструкций предприятий иностранных слов, выполненных в русской транслитерации (за исключением зарегистрированных товарных знаков и знаков обслуживания, исключительным правом на использование которых обладает владелец информационной конструкции), а при обозначении типа или профиля деятельности предприятия - сокращений и аббревиатур.

6.1.2 Рекламные конструкции должны иметь специальную маркировку с указанием владельца конструкции, номера его телефона, инвентарного номера. Инвентарный номер присваивается при выдаче разрешения на установку рекламной конструкции и указывается в разрешении. Размер букв и цифр в инвентарном номере не должен быть менее 0,15 метра вне зависимости от размеров конструкции, в том числе от ее высоты и места ее размещения.

6.13. Установка рекламной или информационной конструкции на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается.

6.14. Установка и эксплуатация рекламных или информационных

конструкций на территориях общего пользования не должны создавать помех для пешеходов, уборки улиц и тротуаров. Запрещается установка рекламных конструкций на газонах, цветниках, а также на тротуарах, если после их установки ширина прохода для пешеходов составит менее 2 метров.

6.15. Запрещается крепить рекламные конструкции и объекты информационного оформления к деревьям и другим зеленым насаждениям. Не допускается уничтожение или повреждение зеленых насаждений на территории, прилегающей к месту установки рекламной и/или информационной конструкции.

6.16. В целях обеспечения безопасности работ по монтажу на опорах контактной сети, а также сохранности муниципального имущества города Иркутска, монтаж рекламных и/или информационных конструкций на опорах контактной сети осуществляется лицом, обладающим вещным правом на данное имущество, либо специализированной организацией.

6.17. При установке рекламной и/или информационной конструкции учитывается удобство содержания автомобильных дорог и улиц, тротуаров и газонов.

6.18. Не допускается установка рекламных и информационных конструкций:

- * на стационарных и временных оградах парков, скверов, садов и на территории парков, скверов, улиц набережных, садов;
- * на оградах и фасадах зданий на территории муниципальных унитарных предприятий и муниципальных учреждений;

6.19. Стационарная рекламная конструкция, за исключением наземных панно, уличной мебели с рекламной информацией, маркиз, должна иметь подсветку рекламно-информационного поля в темное время суток при наличии технической возможности.

6.20. Для подсвета щитовых конструкций малого и среднего форматов при наличии технической возможности должна использоваться подземная подводка электропитания при наличии технической возможности.

6.21. До начала проведения работ по установке отдельно стоящей рекламной и/или информационной конструкции должно быть получено разрешение на проведение земляных работ в порядке, предусмотренном правовым актом администрации города Иркутска.

6.22. Владелец рекламной конструкции несет ответственность за любые нарушения правил безопасности, а также за неисправности и аварийные ситуации, возникшие из-за нарушения им условий монтажа и эксплуатации рекламной конструкции.

6.23. Отдельно стоящие рекламные конструкции и объекты

информационного оформления не должны иметь видимых элементов соединения различных частей конструкций (торцевые поверхности конструкций, крепление осветительной арматуры, соединение с основанием - крепежные элементы). Фундаменты отдельно стоящих рекламных и информационных конструкций не должны выступать над уровнем земли либо должны быть декоративно оформлены.

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

6.25. Отдельно стоящие рекламные конструкции должны быть выполнены в трехстороннем или двухстороннем варианте. Односторонний вариант отдельно стоящей конструкции разрешается к размещению, если вторая сторона данной конструкции закрыта для просмотра (стеной здания, строения, зелеными насаждениями и т.п.).

6.26. При установке на одной стороне проезжей части дорог отдельно стоящих рекламных конструкций должны соблюдаться следующие расстояния относительно иных, уже установленных или находящихся в процессе согласования рекламных конструкций:

Площадь одной стороны информационного поля рекламной конструкции, кв.м	Минимальное расстояние размещенных на одной высоте и (или) в створе (т.е. на одной линии видимости), м	Иные требования
до 4,99	30 (для вновь устанавливаемых конструкций)	
от 5 до 17,99	70 (для вновь устанавливаемых конструкций)	
от 18 до 39,99	150 (для вновь устанавливаемых конструкций)	
от 40 и более	500 (для вновь устанавливаемых конструкций)	не допускается размещение конструкций на опорах освещения ближе 20 м от конструкций данного формата

6.27. Не допускается установка и эксплуатация рекламных и информационных конструкций, в том числе и обязательных вывесок и

указателей на балконах жилых многоквартирных домов.

6.28. Установка рекламных конструкций осуществляется на основании разрешения на установку рекламной конструкции. Порядок оформления разрешения на установку рекламной конструкции осуществляется в соответствии с административным регламентом предоставления муниципальной услуги "Принятие решений о выдаче разрешений на установку рекламных конструкций".

6.29. Размещение учрежденческих досок, режимных табличек, соответствующих настоящим Правилам, а также, учрежденческих досок, режимных табличек федеральных, государственных, муниципальных учреждений, финансируемых из соответствующих бюджетов, не требует получения согласования на установку, за исключением случаев размещения таких объектов информационного оформления в границах зон охраны объектов культурного наследия.

В случае установки вывесок, учрежденческих и режимных досок на фасадах зданий, являющимся объектами культурного наследия или выявленными объектами культурного наследия, требуется обязательное согласование, выданное службой по охране объектов культурного наследия Иркутской области.

Размещение вывесок необходимо согласовывать с управлением архитектуры и градостроительства комитета по градостроительной политике администрации г. Иркутска.

7. ОСОБЕННОСТИ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ КОНСТРУКЦИЙ В ГРАНИЦАХ ЗОН ОХРАНЫ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

7.1. Требования к особенностям размещения рекламных и информационных конструкций в границах зон охраны культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, расположенных на территории города Иркутска (далее - зоны охраны ОКН) применяются вне зависимости от владельца рекламной конструкции или формы собственности недвижимого имущества, находящегося на территории города Иркутска.

7.2. В границах зон охраны ОКН, в зонах с ограничениями по хозяйственной деятельности действуют ограничения по размещению рекламы,

вывесок (регулирование размеров, пропорций, цветового решения, материала исполнения, места и способа крепления – на основании согласования, выданного Областным государственным автономным учреждением "Центр сохранения историко-культурного наследия Иркутской области".

7.3. В границах зон охраны ОКН, на объектах культурного наследия, исторически-ценных градоформирующих объектах, цветовое решение рекламных конструкций и объектов информационного обеспечения должно носить сдержанный характер, подчеркивающий черты архитектурного фона.

7.4. Размещение рекламных конструкций и объектов информационного оформления в границах зон охраны ОКН требует:

- * привязки конструкций к композиционным осям и ритмической организации фасада;
- * координации вертикального расположения и высотных габаритов конструкций в пределах фасада,
- * сомасштабности конструкций фасаду и архитектурно-пространственному окружению;
- * согласованности конструкций в пределах фасада независимо от принадлежности объектов;
- * соответствие архитектурному стилю фасада.

7.5. соответствие архитектурному стилю фасада Не допускается доминирование крупных поверхностей ярких насыщенных цветов, броское полихромное решение вывесок, использование сильных контрастов, «разрушающих» единство архитектурного фона, доминирование больших поверхностей белого и черного.

7.6. Предпочтительные цвета фона настенных и консольных конструкций – оттенки серого, графит, темно-зеленый, темно-коричневый и иные подобные цвета, соответствующие цветовому решению фасадов здания.

7.7. Светильники наружной подсветки рекламных объектов и объектов информационного обеспечения должны иметь малый размер, компактную форму и окраску, близкую к цвету фасада.

7.8. Подсветка должна быть равномерной, обеспечивать ясную читаемость информации, композиционное единство вывески и фасада. Световые акценты должны быть скоординированы с архитектурным ритмом и общей цветоцветовой композицией фасада.

7.9. В границах зон охраны ОКН, перечисленных ниже возможно установка следующих видов рекламных конструкций. Размещение иных типов рекламных и/или информационных конструкций в границах зон охраны ОКН не допускается.

Виды Зон охраны ОКН	Допустимые типы рекламных конструкций и объектов информационного оформления	Особые требования
Территория зон охраны объектов культурного наследия (ОКН)	Афишные стенды и рекламные тумбы.	При соответствии стилю и колористки ОКН
	Маркизы с рекламной информацией	При соответствии стилю и колористки ОКН
	Реклама на строительных сетках	На период проведения строительных работ - с изображением видов Иркутска. Площадь рекламного поля, выделяемого для размещения логотипов и/или иных знаков индивидуализации компаний не более 15 % от площади строительной сетки.
Территория зоны строгого регулирования 1-го типа: * ул. Урицкого (с прилегающими территориями); * ул. Карла Маркса (с прилегающими территориями); Фрагменты улиц: * ул. Пролетарская; * ул. Сухэ-Батора; * ул. Дзержинского; * ул.Тимирязева; * ул. Литвинова;	Щитовые конструкции малого формата	Кроме ул. Карла Маркса, ул. Урицкого, ул. Ленина, ул. Дзержинского, ул. Литвинова, ул. Тимирязева, ул. Сухэ-Батора.
	Афишные стенды и рекламные тумбы.	При соответствии стилю и колористки ОКН
	Объемно-пространственные конструкции.	Запрещено размещение.
	Электронные экраны (табло)	Запрещено размещение на фасадах объектов, являющимися ОКН
	Рекламные крышные установки.	Высота расположения рекламной крышной установки должна быть не выше самого высокого ОКН в данном квартале
	Медиа-фасады	Запрещено размещение на объектах, являющимися ОКН
Территория зоны строгого регулирования 2-го типа: (зона деревянной застройки улиц с прилегающими территориями): * ул.Грязнова; * ул. Б.Хмельницкого; * ул.Киевская; * ул.Бабушкина; * ул. К.Либкнехта; * ул.Декабрьских Событий; * ул. Марата; * ул.Подгорная; * ул.Коммунаров; * ул. Седова; * ул. 3-го Июля; * ул. Кожова;	Маркизы с рекламной информацией	При соответствии стилю и колористки ОКН. Площадь рекламного поля не должна превышать 10% от площади рекламного поля маркизы
	Транспоранты-перетяжки	Только под размещение социальной рекламы. Срок размещения - <u>не более 1</u> месяца. Площадь рекламного поля, выделяемого для размещения логотипов и/или иных знаков индивидуализации компаний-спонсоров мероприятий - не более 15% от общей площади рекламоносителя.
	Рекламные конструкции на остановочных павильонах	Под размещение карт, схем города, видов исторической части города. Площадь рекламного поля – не более 15 % от общей площади рекламной поверхности.
	Конструкции на ограждениях	Запрещено размещение.
	Наземные панно	При соблюдении соподчинения стилю и колористике ОКН, без нарушения архитектурного ансамбля ОКН.
	Реклама на строительных сетках	На период проведения строительных работ - с изображением видов Иркутска. Площадь рекламного поля, выделяемого для размещения логотипов и/или иных знаков индивидуализации компаний не более 15 % от площади строительной сетки.
Территория зона строгого регулирования 3-го типа: (Зона общественно-культурного центра): * площадь соборного		

<p>комплекса;</p> <ul style="list-style-type: none"> * площадь Кирова; * площадь Труда; 		<p>ляемого для размещения логотипов и/или иных знаков индивидуализации компаний не более 15 % от площади строительной сетки.</p>
<p>Территория зоны охраняемого и регулируемого природного ландшафта:</p> <ul style="list-style-type: none"> * бульвар Гагарина; * о.Юность; * о.Конный; о.Комсомольский; * склон Иерусалимской горы; южный склон Знаменской горы; * фрагмент территории Иркутского завода тяжелого машиностроения с земельным участком бывшего Интендантского сада; * роща у Литвинцевской церкви в Рабочем предместье; * Кайская роща; * Роща Звездочка; 	<p>Указатели с рекламной информацией</p>	<p>Запрещено размещение.</p>
	<p>Афишные и рекламные тумбы</p>	<p>Запрещено размещение.</p>
	<p>Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции</p>	<p>Запрещено размещение.</p>
	<p>Наземные панно</p>	<p>При соблюдении соподчинения стилю и колористике зоны природного ландшафта.</p>
	<p>Уличная мебель с рекламным носителем</p>	<p>При соблюдении соподчинения стилю и колористике зоны природного ландшафта только с размещением эмблемы, логотипа, надписи, и иных знаков индивидуализации компаний – спонсоров, монтируемых на конструктивных элементах уличной мебели. Максимальный размер информационного поля 0,3 х 0,3 м.</p>
<p>Территория охранной зоны историко-мемориальных комплексов (некрополей):</p> <ul style="list-style-type: none"> * Иерусалимское кладбище (ныне ЦПКиО); * Амурское кладбище * Еврейское (ныне Лисихинское кладбище); * Татарское(мусульманское) кладбище; 	<p>Афишные и рекламные тумбы</p>	<p>Запрещено размещение.</p>
	<p>Указатели с рекламной информацией</p>	<p>Запрещено размещение.</p>
	<p>Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции</p>	<p>Запрещено размещение.</p>
	<p>Наземные панно</p>	<p>Запрещено размещение.</p>
	<p>Уличная мебель с рекламным носителем</p>	<p>При соблюдении соподчинения стилю и колористике зоны природного ландшафта с только с размещением эмблемы, логотипа, надписи, и иных знаков индивидуализации компаний – спонсоров, монтируемых на конструктивных элементах уличной мебели. Максимальный размер информационного поля 0,3 х 0,3 м.</p>

8. ТРЕБОВАНИЯ К ВНЕШНЕМУ ВИДУ, СОДЕРЖАНИЮ И ТЕХНИЧЕСКОМУ ОБСЛУЖИВАНИЮ РЕКЛАМНЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ КОНСТРУКЦИЙ

8.1. Требования к внешнему виду рекламных конструкций и объектов информационного оформления устанавливают единые и обязательные требования в сфере внешнего вида и определяют порядок их содержания в надлежащем состоянии.

8.2. Рекламные конструкции и объекты информационного оформления должны постоянно поддерживаться в исправном состоянии, чистоте и порядке, по мере необходимости ремонтироваться и обновляться. Ответственность за надлежащее состояние конструкций, а также за любые нарушения правил безопасности при эксплуатации конструкций и возникшие в связи с этим аварийные ситуации несут владельцы конструкций.

8.3. Надлежащее состояние внешнего вида рекламных конструкций и объектов информационного оформления подразумевает:

- * целостность конструкций;
- * отсутствие механических повреждений;
- * отсутствие порывов полотен (плакатов);
- * отсутствие сколов краски на металлических частях конструкции, ржавчины и грязи на всех частях и элементах конструкций;
- * отсутствие на всех частях и элементах конструкций наклеенных объявлений, посторонних надписей, изображений и других информационных сообщений не относящихся к коммерческой или социальной рекламе или информационного оформления;
- * исправность элементов подсвета конструкций в темное время суток в соответствии с графиком работы уличного освещения при наличии технической возможности.

8.4. Владелец рекламной конструкции и/или объекта информационного оформления обязан мыть и чистить принадлежащие конструкции по мере необходимости, но не реже:

- * двух раз в неделю рекламные конструкции на остановочных павильонах и рекламную информацию на пешеходных ограждениях;
- * двух раз в месяц другие конструкции малого формата (кронштейны на мачтах-опорах городского освещения, расположенные на мостах, путепроводах и эстакадах, указатели с рекламной информацией, скамейки с рекламной информацией, щитовые конструкции малого формата, тумбы);
- * одного раза в два месяца конструкции среднего формата и объекты информационного оформления (вывески, учрежденческие доски, режимные таблички указатели);

- * двух раз в год (в марте - апреле и августе-сентябре) щитовые конструкции большого формата, уникальные (нестандартные) конструкции, информационные ценовые стелы АЗС.

8.5. Устранение разрывов рекламных изображений на рекламных конструкциях и объектах информационного оформления осуществляется их владельцами незамедлительно после выявления указанных фактов и/или по предписаниям комитета по экономике администрации г. Иркутска.

8.6. Рекламные конструкции и объекты информационного оформления не должны иметь следов ржавчины или сколов краски, загрязнений более 15 кв.см.

8.7. В случае необходимости приведения конструкций в надлежащий вид их владельцы обязаны выполнить покраску конструкции.

8.8. Владельцы рекламных конструкций и/или объектов информационного оформления обязаны выполнять иные предписания уполномоченных органов, связанные с необходимостью устранения недостатков в техническом состоянии и внешнем виде конструкций, а также по досрочному его демонтажу, выданные в соответствии с настоящими Правилами и действующим законодательством РФ.

9. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ НАСТОЯЩИХ ПРАВИЛ

9.1. За установку и (или) эксплуатацию рекламных конструкций без разрешения и объектов информационного оформления без согласования, в случаях, когда такое согласование необходимо, владельцы конструкций несут административную ответственность в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

9.2. Ответственность за содержание рекламных конструкций и/или объектов информационного оформления в ненадлежащем состоянии, за нарушение требований к внешнему виду, за организацию и осуществление комплекса работ по помывке, покраске, а также по устранению разрывов рекламных и информационных полотен и нарушений целостности каркасов (оснований фундаментов, опор) рекламных и информационных конструкций и за другие нарушения настоящих Правил возлагается на владельцев рекламных и информационных конструкций (юридических лиц, должностных лиц и физических лиц).

9.3. Решение об аннулировании разрешения (отзыве согласования)

принимается:

9.3.1. В течение месяца со дня направления в комитет по экономике администрации г. Иркутска уведомления владельцем средства наружной рекламы и информации о своем отказе от дальнейшего использования разрешения (согласования);

9.3.2. В течение месяца с момента направления в комитет по экономике администрации г. Иркутска собственником или иным законным владельцем имущества, к которому присоединены рекламная конструкция или объект информационного оформления, документа, подтверждающего прекращение договора, заключенного между таким собственником или таким владельцем имущества и владельцем конструкции;

9.3.3. В случае если в течение года со дня выдачи разрешения (согласования) рекламная конструкция не установлена;

9.3.4. В случае если рекламная конструкция используется не в целях распространения рекламы, социальной рекламы, а объект информационного оформления используется в целях размещения рекламы;

9.3.5. В случае если разрешение выдано лицу, заключившему договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции или объекта информационного оформления, с нарушением требований, установленных частями 5.1 - 5.7 статьи 19 Федерального закона «О рекламе», либо результаты аукциона или конкурса признаны недействительными в соответствии с законодательством Российской Федерации;

9.3.6. В случае нарушения требований, установленных частями 9.1 и 9.3 статьи 19 Федерального закона «О рекламе».

9.4. Применение мер ответственности не освобождает нарушителей от обязанности устранения допущенных нарушений.

10. ДЕМОНТАЖ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ И ОБЪЕКТОВ ИНФОРМАЦИОННОГО ОФОРМЛЕНИЯ

10.1. Демонтаж рекламных конструкций, установленных без разрешения на установку рекламной конструкции и объектов информационного оформления, установленных без согласования, в случаях, когда такое согласование необходимо, либо после аннулирования разрешения (согласования) или признания его недействительным, либо эксплуатируемых без договора (самовольное размещение), производится владельцем рекламной или информационной конструкции за свой счет по предписанию, выданному

комитетом по экономике администрации г. Иркутска, с последующим благоустройством территории и восстановлением фасада в том виде, который был до установки конструкций и с использованием аналогичных материалов и технологий.

10.2. Рекламная конструкция или объект информационного оформления при наличии у нее фундаментного блока должны быть демонтированы вместе с фундаментным блоком.

10.3. При невыполнении указанного в п. 10.1. предписания, либо если владелец рекламной конструкции или объекта информационного оформления неизвестен, конструкции подлежат принудительному демонтажу в установленном порядке, утверждаемом постановлением администрации города Иркутска.

10.4. Хранение демонтированных конструкций, размещенных с нарушением настоящих Правил, производится в течение не более трех месяцев со дня демонтажа с составлением акта вывоза материальных ценностей и акта передачи их на хранение.

10.5. После оплаты собственником конструкции затрат, связанных с демонтажем, транспортировкой и хранением, демонтированные конструкции в установленном порядке возвращаются владельцам.

10.6. Работы подрядной организации по демонтажу, вывозу, складированию и утилизации конструкции оплачиваются из средств бюджета города Иркутска по соответствующим статьям расходов с последующим возмещением затрат в установленном порядке собственником конструкции.

10.7. Расходы на выполнение работ по принудительному демонтажу подлежат возмещению за счет собственника конструкции по требованию комитета по экономике администрации г. Иркутска, если собственник конструкции установлен.

11. КОНТРОЛЬ ЗА СОБЛЮДЕНИЕМ НАСТОЯЩИХ ПРАВИЛ

11.1. Государственный контроль за соблюдением законодательства в области рекламы осуществляет Управление Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области в пределах своей компетенции.

11.2. Государственный контроль за соблюдением законодательства в области защиты прав потребителей осуществляет Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.

11.3. В рамках своих полномочий комитет по экономике администрации г. Иркутска:

- * Выдает разрешения и согласования на размещение средств наружной рекламы и информации на территории города Иркутска;
- * Определяет условия договора на предоставление рекламных мест юридическим и физическим лицам (индивидуальным предпринимателям) на объектах муниципальной собственности города Иркутска;
- * Осуществляет инвентаризацию средств наружной рекламы и информации;
- * Проверяет наличие разрешительной документации на распространение наружной рекламы и информации;
- * Выявляет факты неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств по договорам на размещение средств наружной рекламы и информации;
- * Обеспечивает разработку концептуальных, методических положений и норм в области размещения средств наружи рекламы и информации;
- * Организует и проводит торги в области размещения наружной рекламы;
- * Осуществляет контроль за состоянием наружной рекламы и информации и технических средств ее стабильного территориального размещения;
- * При выявлении нарушений градостроительных норм и правил, технических условий и эстетических требований, предъявляемых к размещению средств наружной рекламы и информации, выдает соответствующие предписания об устранении нарушений или демонтаже рекламных средств;
- * Оформляет протоколы об административных нарушениях по фактам самовольного размещения наружной рекламы;
- * Осуществляет демонтаж средств наружной рекламы и информации, размещенных в нарушение настоящего Порядка и в соответствии с действующим законодательством.

11.4.В рамках своих полномочий комитет по градостроительной политике администрации города Иркутска: Осуществляет единую городскую политику, направленную на улучшение внешнего облика города, в вопросах, касающихся оформления города;

- * Разрабатывает ограничения по размещению рекламных и информационных конструкций в зонах охраны объектов культурного наследия памятников истории и культуры.
- * Согласовывает постановочные эскизы рекламных и информационных конструкций;

- * Согласовывает постановочные эскизы, которые необходимы для получения разрешения на установку технических средств размещения рекламы всех типов, в т.ч. на зданиях, сооружениях и иных объектах;
- * Подготавливает схемы мест установки рекламных конструкций (топосъемка в М 1:500) необходимые для получения разрешения на установку отдельно стоящих рекламных конструкций, а также рекламных конструкций, размещаемых на опорах освещения и контактной сети в пределах полосы отвода автомобильных дорог.
- * В случае нарушения рекламной конструкцией внешнего архитектурного облика зданий, строений, сооружений, архитектурных ансамблей, застройки территорий комитета по градостроительной политике администрации города Иркутска дает заявителю рекомендации по изменению постановочного эскиза с учетом соблюдения требований законодательства, Правил и согласований уполномоченных органов.

11.5. Комитет по экономике администрации г. Иркутска, в случае выявления нарушений законодательства в области рекламы, настоящих Правил направляет материалы о таких нарушениях в Управление Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области, органы прокуратуры, суд, арбитражный суд, административные комиссии для принятия ими мер в соответствии с законодательством.

Заместитель мэра-
Председатель комитета по
экономике администрации
г.Иркутска

А.А.Альмухамедов

Заместитель председателя
комитета-начальник департамента
предпринимательства и развития
потребительского рынка
комитета по экономике
администрации г.Иркутска

А.С.Евладов

Исполнитель:
Начальник отдела наружной
рекламы и нестационарной торговой
сети департамента предпринимательства
и развития потребительского рынка

комитета по экономике администрации
г.Иркутска
т.52-02-04

Н.И.Сизых