

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
АДМИНИСТРАЦИЯ КАРТАЛИНСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА

27.06.2019 года № 613

Об утверждении Требований
к местам установки,
конструктивному исполнению,
внешнему виду, условиям
эксплуатации рекламных
конструкций, связанные
с сохранением внешнего
архитектурного облика
сложившейся застройки
на территории Карталинского
муниципального района

Руководствуясь Федеральным законом от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», в соответствии с постановлением государственного комитета Российской Федерации по стандартизации и метрологии от 22.04.2003 года № 124-ст «О принятии и введении в действие государственного стандарта «ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения», письмом Федеральной антимонопольной службы от 28.11.2013 года № АК/47658/13 «О квалификации конструкций в качестве рекламных или информационных», администрация Карталинского муниципального района ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить прилагаемые Требования к местам установки, конструктивному исполнению, внешнему виду, условиям эксплуатации рекламных конструкций, связанные с сохранением внешнего архитектурного облика сложившейся застройки на территории Карталинского муниципального района.

2. Разместить настоящее постановление на официальном сайте администрации Карталинского муниципального района.

3. Организацию исполнения настоящего постановления возложить на исполняющего обязанности начальника Управления строительства, инфраструктуры и жилищно-коммунального хозяйства Карталинского муниципального района Марковского С.В.

4. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на заместителя главы Карталинского муниципального района по строительству, жилищно-коммунальному хозяйству, транспорту и связи Гребенщикова А.В.

Исполняющий обязанности главы
Карталинского муниципального района

С.В. Ломовцев

УТВЕРЖДЕНЫ
постановлением администрации
Карталинского муниципального района
от 27.06.2019 года № 613

Требования к местам установки,
конструктивному исполнению, внешнему виду,
условиям эксплуатации рекламных конструкций,
связанные с сохранением внешнего архитектурного
облика сложившейся застройки на территории
Карталинского муниципального района

I. Общие положения

1. Требования к местам установки, конструктивному исполнению, внешнему виду, условиям эксплуатации рекламных конструкций, связанные с сохранением внешнего архитектурного облика сложившейся застройки на территории Карталинского муниципального района (далее именуются – Требования) распространяются на всей территории Карталинского муниципального района, за исключением участков автомобильных дорог федерального и регионального значения.

2. Указание о месте нахождения организации, наименования (коммерческого обозначения) организации и профиля ее деятельности не может рассматриваться в качестве рекламы, так как такие сведения не содержат рекламный характер. К таким указателям не применяются требования законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Основные принципы настоящих Требований:

1) формирование единого визуального восприятия рекламного пространства;

2) обеспечение положительного эстетического восприятия рекламных конструкций в совокупности с архитектурным обликом;

3) обеспечение качественного информационного обслуживания населения;

4) рациональное размещение рекламных конструкций;

5) определение требований к плотности расположения рекламных конструкций;

б) установление критериев размещения рекламных конструкций.

II. Виды и типы рекламных конструкций

4. Настоящие Требования предъявляются к местам установки, конструктивному исполнению, внешнему виду, условиям эксплуатации технических средств стабильного территориального размещения, предназначенных для распространения наружной рекламы (далее именуется – рекламные конструкции), к которым относятся в том числе:

1) сити-формат – двухсторонняя рекламная конструкция малого формата с внутренней подсветкой. Рекламное место закрыто защитным стеклом. Крепление осуществляется путем установки щита через опорную часть на фундамент. Конструкция щита выполнена из металлических профилей квадратного сечения. Рекламная часть представлена алюминиевым коробом с закрытием рекламного места стеклом. Опорная часть облицована алюминиевыми кассетами. Торцы щита закрыты по периметру. Высота опорной части - 300 мм. Рекламные поверхности расположены с двух сторон и защищены стеклом. В рекламной части конструкции осуществлена внутренняя белая подсветка. Размер информационного поля – 0,6 x 0,9 м, 1,2 x 1,8 м (допускается горизонтальное положение). Внешние габариты рекламной панели – 0,7 x 1,0 м, 1,3 x 1,9 м. Высота стойки от 0,2 до 1,2 м;

2) лайтбокс (хорека) – рекламная конструкция, состоящая из остекленного светового короба с внутренней подсветкой на стальной опоре. Конструкция устанавливается на заглубленный фундамент. Опорная часть выполнена из стальной трубы круглого сечения с окраской. Световой короб выполнен из металла. Рекламные поверхности расположены с двух сторон и защищены стеклом. В рекламной части конструкции осуществляется внутренняя белая подсветка. Размер информационного поля – 0,6 x 0,9 м, 1,2 x 1,8 м. Внешние габариты рекламной панели - 0,7 x 1,0 м, 1,3 x 1,9 м;

3) афишные стенды – отдельно стоящие плоские рекламные конструкции, оснащенные системой наружного освещения, предназначенные для размещения афиш, содержащих рекламные сообщения о культурных и спортивных мероприятиях (в том числе о соревнованиях, концертах, конкурсах, фестивалях). Внешние габариты рекламной панели 2,0 x 2,3 м. Размер информационного поля – 1,5 x 1,5 м;

4) пиллар – трехсторонняя рекламная конструкция среднего формата с внутренней подсветкой. Основание конструкции образует равносторонний треугольник. Рекламные места закрыты защитным стеклом. Конструкция щита выполнена из металлических профилей квадратного сечения. Непрозрачные части конструкции облицованы композитными материалами. Рекламные поверхности расположены с трех сторон и защищены стеклом. В рекламной части конструкции осуществляется внутренняя белая подсветка. Габаритные размеры: высота – 2,9 м, основание конструкции – равносторонний треугольник со стороной 1,3 м, высота – 3,2 м, основание конструкции – равносторонний треугольник со стороной 1,5 м. Размер информационного поля – 1,2 x 2,7 м, 1,4 x 3,0 м;

5) тумбы – рекламная конструкция среднего формата с внутренней подсветкой и круглым сечением, одинаковым по высоте. Рекламное место закрыто защитным стеклом. Конструкция щита выполнена из металлических профилей квадратного сечения. Непрозрачные части конструкции облицованы композитными материалами. В рекламной части конструкции осуществляется внутренняя холодная белая подсветка. Габаритные размеры: высота – 3 м, диаметр 1,5 м, высота – 2,5 м, диаметр 1 м. Размер информационного поля – 2,5 x 4,5 м, 2 x 3 м;

б) ситиборд – двухсторонняя рекламная конструкция с внутренней подсветкой и защитным стеклом. Состоит из опорной и щитовой частей под размещение рекламы. Крепление осуществляется путем установки щита через опорную часть на фундамент. Конструкция щита выполнена из металлических профилей квадратного сечения. Рекламная часть представлена металлическим коробом с закрытием рекламного места стеклом. Опорная часть облицована металлическими кассетами. Торцы щита закрыты по периметру. Фундамент должен быть заглублен. Рекламные поверхности расположены с двух сторон и защищены стеклом. В рекламной части конструкции осуществляется внутренняя белая подсветка. Вариант 1: размер информационного поля – 3,7 x 2,7 м. Внешние габариты рекламной панели не более 3,9 x 2,9 м. Вариант 2: размер информационного поля – 3x6 м, внешние габариты рекламной панели не более 3,2 x 6,2 м;

7) рекламные конструкции в виде информационных нолей, конструктивно включенных в состав остановочных пунктов движения общественного транспорта (плоскость остановочного павильона, скамей). Размер информационного поля – 1,2 x 1,8 м;

8) билборд – рекламная конструкция с двумя (тремя) поверхностями для расположения рекламы размера 6 x 3 м. Состоит из опорной и щитовой частей под размещение рекламы. Крепление осуществляется путем установки щита через опорную часть на фундамент. Конструкция щита выполнена из металлических профилей квадратного сечения. Опорная часть представлена металлической конструкцией круглого сечения. Торцы щита закрыты по периметру. Фундамент должен быть заглублен. Размер информационного поля – 3x6 м. Внешние габариты рекламной панели не более 3,2 x 6,2 м;

9) суперсайт – рекламная конструкция с двумя (тремя) поверхностями для расположения рекламы. Состоит из опорной и щитовой частей под размещение рекламы. Крепление осуществляется путем установки щита через опорную часть на фундамент. Конструкция щита выполнена из металлических профилей квадратного сечения. Часть конструкции, содержащая рекламу, освещается холодным белым светом с внешней стороны с верхней части конструкции. Торцы щита закрыты по периметру. Фундамент должен быть заглублен. Размер информационного поля: 3 x 12 м, 4 x 12 м, 5 x 12 м, 5 x 15 м. Внешние габариты рекламной панели не более: 3,2 x 12,2 м, 4,2 x 12,2 м, 5,2 x 12,2 м, 5,2 x 15,2 м;

10) рекламная конструкция на крыше – рекламные конструкции, присоединяемые к зданиям, устанавливаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше, оборудованные исключительно внутренним подсветом. Состоят из элементов крепления, несущей части конструкции и информационного поля. Допустимые размеры рекламного поля: 5 x 12 м, 6 x 18 м, 8 x 24 м, 5 x 15 м, 7 x 21 м, 5 x 30 м, 7 x 30 м;

11) настенные панно (брендмауэр) – рекламные конструкции, состоящие из присоединяемого к стене здания или сооружения каркаса и прикрепляемого к каркасу информационного поля, имеющего мягкую или жесткую основу, оснащенные системами наружного освещения;

12) видеоэкраны - рекламная конструкция, использующая в качестве рекламного поля электронный экран, светодиодную сетку или другую конструкцию с использованием технологий, предназначенных для экспонирования (воспроизведения) динамических и/или статических изображений транслирующей анимацию, видеоролики, изображения или текст. Базовой конструкцией служит ситиборд с размерами 3,7 x 2,7 м;

13) иные конструкции – рекламные конструкции, технические параметры которых не подходят под критерии данного раздела. К иным конструкциям относятся объемные виды реклам, надувные элементы, голограммы, рекламные конструкции в виде отдельных архитектурных элементов, имитация инфраструктурных и архитектурных объектов, инновационные и высокотехнологические конструкции и т.д.

III. Общие требования к рекламным конструкциям

5. Требования к размещению:

1) расстояние между конструкциями большого формата должно составлять не менее 100 метров;

2) расстояние между конструкциями среднего формата должно составлять не менее 50 метров;

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

4) рекламные конструкции должны соответствовать требованиям к оформлению, расположению и эксплуатации, указанным в настоящих Требованиях:

5) запрещено размещение перетяжек любого вида;

6) цвет рекламных конструкций должен соответствовать вариантам, предусмотренным в настоящих Требованиях. В квартале улиц необходимо применять одноцветное и стилистическое решение.

6. При размещении средств наружной рекламы запрещается нарушать требования, установленные ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений.

Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения».

7. Запрещается размещение рекламных конструкций:

1) на земельном участке, на котором располагается объект культурного наследия, на зоне охраны объекта культурного наследия;

2) на опорах контактной сети городского электротранспорта, оснащенных грузовыми компенсаторами, или на опорах контактной сети в местах вывода питающих кабелей;

3) устанавливать более одной рекламной конструкции на одной опоре контактной сети городского электротранспорта;

4) без маркировки с указанием рекламодателя и номера его телефона, которая размещается под информационным полем и размер текста которой должен позволять сто прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств;

5) путем нанесения либо вкрапления с использованием строительных материалов, краски, дорожной разметки и т.п. в поверхность автомобильных дорог и улиц;

6) всех видов перетяжек.

8. При установке рекламные конструкции не должны:

1) нарушать прочностные характеристики несущих элементов зданий и сооружений, к которым они присоединяются, затруднять или делать невозможным функционирование объектов инженерной инфраструктуры;

2) размещаться в оконных и дверных проемах зданий и сооружений, на ограждениях и иных конструктивных элементах балконов и лоджий, перекрывать витражи и витрины, архитектурные детали фасадов зданий (в том числе карнизов, фризов, поясков, пилястр, медальонов и т.д.);

3) быть не гармонизованными в цвете и разноразмерными при размещении на зданиях и сооружениях, создавать визуальный диссонанс;

4) размещаться на деревьях, кустарниках, клумбах и в цветниках;

5) размещаться на скамейках, урнах и иной "уличной мебели", а также на малых архитектурных формах;

6) нарушать требования по размещению фундаментов вблизи инженерных коммуникаций;

7) размещаться в «треугольниках видимости», ограничивать видимость технических средств организации дорожного движения и мешать восприятию водителем дорожной обстановки или эксплуатации транспортного средства;

8) размещаться в границах полосы отвода автомобильных дорог;

9) размещаться на одной опоре с дорожными знаками и светофорами;

10) размещаться на железнодорожных переездах, в туннелях и под путепроводами, над въездами в туннели и выездами из них;

11) размещаться над проезжей частью, на дорожных ограждениях и направляющих устройствах;

12) 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 какой-либо объекта;

13) иметь яркость элементов изображения наружной рекламы при внутреннем и внешнем освещении не должна превышать фотометрических характеристик дорожных знаков;

14) иметь видимые элементы соединения различных частей конструкций (торцевые поверхности конструкций, крепление осветительной арматуры, соединения с основанием);

15) нарушать требования охраны окружающей среды.

9. В случае если в здании (сооружении) располагается несколько организаций и (или) индивидуальных предпринимателей, имеющих общий вход, каждой организации (индивидуальному предпринимателю) необходимо учитывать художественное решение ранее установленных рекламных конструкций и средств размещения информации и располагать их в один высотный ряд по средней линии рекламных конструкций и средств размещения информации, но не выше линии второго этажа;

10. Рекламные конструкции, установленные на одной улице (в пределах от перекрестка до перекрестка), должны быть однотипными, иметь одинаковые размеры и располагаться на одинаковом расстоянии от автомобильной дороги или пешеходной зоны. Расстояние между отдельно стоящими на одной стороне дороги наземными рекламными конструкциями должно соответствовать требованиям Постановления Госстандарта Российской Федерации от 22.04.2003 года № 124-ст «ГОСТ Р 52044-2003. Государственный стандарт Российской Федерации. Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения».

11. Рекламные конструкции должны быть оборудованы системами наружного или внутреннего освещения. Освещенность информационного поля рекламной конструкции должна быть достаточна для его восприятия в темное время суток. Система уличного освещения или отраженный свет не должны использоваться в качестве источника для освещения информационного поля рекламной конструкции. При освещении рекламных конструкций используются осветительные приборы промышленного изготовления, обеспечивающие требования электро- и пожаробезопасности; осветительные приборы и устройства, подключаемые к электросети, должны соответствовать требованиям Правил устройства электроустановок, а их эксплуатация – требованиям Правил эксплуатации и техники безопасности.

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

- 1) графитно-черный (RAL 9011);
- 2) перламутрово-зеленый (RAL 6035);
- 3) светло-серый (RAL 9002);
- 4) темно-серый (RAL 7013).

13. При размещении рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях следует учитывать:

- 1) архитектурные особенности фасадов и функциональное назначение зданий различных архитектурных стилей, выполненных по индивидуальным проектам или типовой застройки;
- 2) место размещения объекта;
- 3) наличие в застройке уникальных зданий и сооружений, архитектурных ансамблей, имеющих доминантное значение в архитектурно-планировочной структуре города, а также объектов высокого общественного и социального значения.

IV. Требования, предъявляемые к отдельным видам рекламных конструкций

14. Щитовые рекламные конструкции, динамические, светодинамические рекламные конструкции форматов 3 м x 6 м, 3 м x 12 м, 2,7 м x 3,7 м должны устанавливаться с соблюдением следующих дополнительных требований:

- 1) установка таких рекламных конструкций допускается только на земельных участках;
- 2) рекламные конструкции, установленные вдоль полосы движения транспорта, должны иметь одинаковое конструктивное исполнение и габариты;
- 3) опорная стойка рекламной конструкции должна иметь форму прямоугольной профильной трубы и должна быть окрашена в серый цвет;
- 4) нижний край каркаса рекламной конструкции, на котором закрепляется информационное поле, должен располагаться на высоте не менее 4,5 м от поверхности земли;
- 5) видимые части конструктивных элементов жесткости и крепления рекламной конструкции, торцевые поверхности, арматура, крепление осветительных приборов, прочие крепления должны быть закрыты декоративными элементами;
- 6) фундамент рекламной конструкции не должен возвышаться над поверхностью земли;
- 7) рекламные конструкции должны иметь одинаковые информационные поля, закрывающие конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор и другие) со всех сторон;
- 8) рекламная конструкция может иметь одно информационное поле, только если восприятие других информационных полей невозможно по причине наличия в месте их установки естественных или искусственных препятствий;

9) на время отсутствия рекламы информационное поле рекламной конструкции должно быть закрыто однотонным светлым баннером (непрозрачной непромокаемой тканью на виниловой основе).

15. Перетяжки должны устанавливаться с соблюдением следующих дополнительных требований:

1) не допускается установка перетяжек над проезжей частью автомобильных дорог;

2) между двумя опорами (в том числе опорами городского освещения, контактной сети городского электротранспорта) должна размещаться только одна перетяжка;

3) для крепления перетяжек должны использоваться только устройства, конструктивно предназначенные для этого;

4) тросы крепления, а также сами перетяжки не должны провисать;

5) площадь информационного поля перетяжки не должна превышать 8 кв.м;

6) при присоединении перетяжки к опорам контактной сети городского электротранспорта нижний край перетяжки должен располагаться на расстоянии не менее 1 м над элементами контактной сети, верхний край - на расстоянии не более 9 м над поверхностью земли.

16. Настенные панно должны устанавливаться с соблюдением следующих дополнительных требований:

1) прикрепление настенных панно допускается только к стенам, не имеющим оконных проемов;

2) настенные панно не должны закрывать имеющиеся на зданиях и сооружениях декоративные элементы, остекление витрин, оконные проемы, а также не должны закрывать значительную часть фасада здания, искажающее таким образом его архитектурный вид;

3) не допускается прикрепление информационных полей настенных панно без каркаса непосредственно на стену здания или сооружения.

17. Световые короба должны устанавливаться с соблюдением следующих дополнительных требований:

1) расстояние от поверхности земли до нижнего края светового короба, прикрепленного к собственной опоре, должно быть не менее 3 метров;

2) световые короба, прикрепляемые к зданиям и сооружениям, не должны выступать более чем на 1,5 м от точки крепления к стене.

18. При оформлении витрин не допускается размещение информации или рекламируемых предметов, а также установка осветительных приборов с наружной стороны витрины или оконного проема.

19. Стелы должны устанавливаться с соблюдением следующих дополнительных требований:

1) видимые части конструктивных элементов жесткости и крепления стел, торцевые поверхности, арматура, крепление осветительных приборов, прочие крепления должны быть закрыты декоративными элементами стелы;

2) фундамент стелы не должен возвышаться над поверхностью земли;

3) стела должна иметь одинаковые информационные поля, закрывающие конструктивные элементы жесткости и крепления стелы (болтовые соединения, элементы опор и другие) со всех сторон;

4) стела может иметь одно информационное поле, только если восприятие других информационных полей невозможно по причине наличия в месте их установки естественных или искусственных препятствий;

5) на время отсутствия рекламы информационное поле стелы должно быть закрыто однотонным светлым баннером или сменной панелью.

20. Видеоэкраны устанавливаются с соблюдением требований, утвержденных Постановлением Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 08.04.2003 года № 34 «О введении в действие СанПиН 2.2.1/2.1.1.1278-03»:

1) панорамные виды города должны быть открыты. Расстояние между соседними конструкциями должно быть не менее 100 метров;

2) размер конструкции должен соответствовать масштабу зданий и застройки;

3) конструкция не должна перекрывать контур здания;

4) светотехнические характеристики должны соответствовать требованиям нормативной документации и не должны создавать угрозу безопасности дорожного движения;

5) к конструкциям данного вида также отнесены любые поверхности и элементы, являющиеся светотехническими (объемные буквы, дисплеи, световые сетки, проекции и т.д.).

21. Размещение форматов рекламных носителей в виде медиаэкранов, LED-дисплеев и иных высокотехнологичных конструкций в зонах, предусмотренных настоящими Требованиями.

22. Реклама на крыше зданий размещается при выполнении следующих правил:

1) реклама на крыше не должна перекрывать с любой точки обзора фасады расположенных рядом зданий, а также панорамные виды на город;

2) размещение рекламных конструкций на крышах зданий не должно приводить к ухудшению технического состояния несущих конструкций этих объектов;

3) расстояние между соседними крышными конструкциями должно быть не менее 150 метров по кратчайшему пути измерения от края одной конструкции до края другой конструкции.

23. Нарушение пунктов 7, 8 главы III, пунктов 16, 17, 20 главы IV настоящих Требованиях является основанием для отказа в выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции ввиду нарушения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки в соответствии с пунктом 4 части 15 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».