

Пояснительная записка

**СХЕМА РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ
КОНСТРУКЦИЙ
на территории Увельского
муниципального района Челябинской области
в составе схемы территориального планирования
Увельского муниципального района**

СОГЛАСОВАНО

Министр культуры
Челябинской области
А.В. Бетехтин



« _____ » 2014 г.

п.Увельский, 2014 г

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Цели и задачи территориального планирования	6
1. Комплексная оценка территории муниципального района.....	7
2. Требования по размещению, содержанию и эксплуатации рекламных конструкций в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций на территории Увельского муниципального района Челябинской области.....	8
3. Рекламные конструкции. Виды рекламных конструкции.....	9
4. Требования к установке рекламных конструкций.....	11
5. Ответственность за нарушение требований.....	14
6 . Перечень установленных рекламных конструкций на территории Увельского района.....	15
7. Зонирование рекламных конструкций	16

ВВЕДЕНИЕ

В соответствии с Федеральным законом от 07.05.2013 № 98-ФЗ «О рекламе» пункта 5.8 статьи 19 Органы местного самоуправления муниципальных районов и городских округов утверждают схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности.

Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. Схема размещения рекламных конструкций должна соответствовать документам территориального планирования и обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности и содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций.

Территориальное планирование – это планирование развития территорий, в том числе для установления функциональных зон, определения планируемого размещения объектов федерального значения, объектов регионального значения, объектов местного значения, зон с особыми условиями использования территорий.

Основные положения территориального планирования решаются с учетом анализа существующего использования территории поселения, населенных пунктов, границ территорий объектов культурного наследия, границ зон с особыми условиями использования территории.

Проект определяет основные идеи градостроительного развития на расчетный срок до 2020 года.

Подготовка схемы размещения рекламных конструкций осуществлялась с учетом положений Схемы территориального планирования Увельского муниципального района Челябинской области, утвержденной решением Собрании депутатов Увельского муниципального района от 29.10.2009г. №79 в редакции решения Собрании депутатов от 26.06.2014г. №41, и других документов.

Проект разработан в соответствии с требованиями:

- Градостроительного кодекса РФ.

- Земельного кодекса РФ.
- Федерального закон от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».
- Федерального закона от 07.05.2013 №98-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» и отдельные законодательные акты Российской Федерации».

- Федеральный закон от 08.11.2007 г. №257-ФЗ «Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

- СНиП 2.07.01-89* «Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений»;

- СП 42.13330.2011 «Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений»;

- Стратегии социально-экономического развития Увельского муниципального района Челябинской области на период до 2020 г.;

Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат предварительному согласованию с уполномоченным органом исполнительной власти соответствующего субъекта Российской Федерации в порядке, установленном высшим исполнительным органом государственной власти данного субъекта Российской Федерации. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат опубликованию (обнародованию) в порядке, установленном для официального опубликования (обнародования) муниципальных правовых актов, и размещению на официальном сайте органа местного самоуправления муниципального района в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Федеральным законом от 07.05.2013 № 98-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» внесены изменения в статью 19 Федерального закона от 13 марта 2013 г. №38-ФЗ «О рекламе», а также в Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» в части возложения на органы местного самоуправления муниципальных районов обязанности по утверждению схем размещения рекламных конструкций (определение мест размещения рекламных конструкций, типов и видов рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах) на земельных участках независимо от форм собственности, а также введения упрощенного порядка демонтажа незаконно установленных и эксплуатируемых рекламных конструкций.

Схема размещения рекламных конструкций предполагает упорядочивание

механизма размещения конструкций:

- полностью исключается возможность самовольного размещения рекламы владельцев рекламных конструкций;
- передается в ведение органам местной власти, которые получают право решать, где будет размещаться реклама;
- упрощается процедура демонтажа рекламных конструкций, которая так же позволяет более эффективно бороться с незаконным размещением рекламы.
- обеспечивается сохранение в неизменном виде архитектурных композиций, улучшение внешнего вида поселения.

Цели и задачи территориального планирования

Целью является разработка схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Челябинской области или муниципальной собственности, и вносимых в них изменений, а так же размещение на схеме существующих рекламных объектов и определение перспективного размещения рекламных конструкций.

1. Комплексная оценка территории муниципального района

Увельский район расположен в средней части Челябинской области, занимая площадь земель в границах района административно подчиненной территорией 2298,9. км², что составляет 3,4% от общей территории области.

Расстояние до областного центра - города Челябинска - 90 км. Официальной датой образования Увельского района считают 4 ноября 1926 года.

Увельский район граничит: на юге – с землями Троицкого; на востоке – Октябрьского; на западе – Еткульского, Чебаркульского, Пластовского; на севере – Еманжелинского и Еткульского муниципальных районов. Земли Южноуральского городского округа территориально расположены внутри Увельского района и имеют общие границы с другими районами по автодороге

Южноуральск – Магнитогорск.

Увельский район состоит из 10 сельских поселений: Увельское, Каменское, Красносельское, Половинское, Рождественское, Хуторское, Петровское, Хомутигинское, Мордвиновское, Кичигинское. В районе имеется 41 населенный пункт. Центр Увельского района - п. Увельский.

По состоянию на 01.01.2012г. года численность населения Увельского района составляет 31,6 тыс. человек.

Общая площадь земельного фонда составляет 229,889 тыс. Га.

Удельный вес промышленных предприятий составляет 71%, предприятий сельского хозяйства 7%, строительных предприятий 4%, торговли и общественного питания 3%, прочей коммерческой деятельности 15%.

Увельский район расположен в лесо-степной зоне, в водоразделе 3-х рек: Кабанка, Сухарыш, Увелька. На территории района расположено 95 крупных озер, множество мелких озер, кроме того, в районе имеется 20 озер с совершенно разным составом воды и дна.

Климат района - континентальный с резкими колебаниями температур. Преобладающее направление ветров - юго-западного и северного направлений. Продолжительность безморозного периода в среднем 137 дней. Количество осадков составляет, в среднем, 340 мм в год

Особенности природных условия следующие:

- климат - теплый, незначительно засушливый;
- рельеф - холмисто-увалистый и прорезан неглубокими долинами рек;
- гидрографическая сеть развита сравнительно слабо и представлена реками Увелька, Кабанка, Санарка, Сухарыш; имеется ряд озер, наиболее крупные из них Мышайкуя, Дуванкуль;
- леса имеют санитарно-гигиеническое, рекреационное, почвозащитное и лесохозяйственное значение;
- нерудные ископаемые представлены формовочными песками, огнеупорными глинами, строительными песками и строительным камнем.

Ведущей отраслью района является сельское хозяйство. Располагая 4,7% сельскохозяйственных угодий области, хозяйства территории производят около 5,0% всей сельскохозяйственной продукции области.

Промышленность представлена горнодобывающей отраслью.

В транспортном отношении территория обслуживается железнодорожным и автомобильным транспортом. Через район проходит крупная железнодорожная магистраль Челябинск-Оренбург с грузопассажирской станцией Нижне-Увельская, Упрун, Формачево.

Общая протяженность автодорог – 312.6 км, в том числе дорог с твердым покрытием – 60.21 км. Дороги общего пользования составляют 264,9 км. По территории проходит автодорога федерального значения Челябинск-Троицк-граница Казахстана и областного значения Южноуральск-Магнитогорск.

2. Требования по размещению, содержанию и эксплуатации рекламных конструкций в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций на территории Увельского муниципального района Челябинской области

1. Настоящие Требования разработаны в соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", в целях улучшения эстетического облика города и упорядочения размещения наружной рекламы на территории Увельского муниципального района.

2. Настоящие Требования регламентируют общие и специальные требования к средствам информации и отдельным видам рекламных конструкций, к установке, содержанию и эксплуатации рекламных конструкций.

3. Основным требованием к наружной рекламе является высокий художественный и технический уровень исполнения. Реклама должна быть распознаваемой, достоверной, этичной, не вводить потребителей в заблуждение и соответствовать положениям Федерального закона "О рекламе".

4. Установка средств наружной рекламы всех видов допускается при наличии разрешения, выдаваемого в установленном порядке.

5. Материалы, используемые при изготовлении всех видов средств наружной рекламы, должны отвечать современным требованиям качества, монтаж средств наружной рекламы должен производиться без отклонений от утвержденной проектной документации, а сами они должны содержаться в техническом и эстетическом порядке.

6. Дополнения и изменения схемы по размещению рекламных конструкций рассматриваются и утверждаются согласно п.5.8 ст.19 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

7. Установка рекламных конструкций в соответствии со схемой производится при условии согласования с организациями и учреждениями, предусмотренных для соблюдения требований государственного стандарта РФ «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений» (ГОСТ Р 52044-2003)

8. С целью соблюдения архитектурного облика населенных пунктов и сложившейся застройки формат рекламных конструкций на самостоятельных опорах в обязательном порядке согласовываются с Администрацией Увельского муниципального района (далее – Администрация) и определяются в зависимости от места размещения (ширины улицы, высоты рядом, находящихся жилых домов, расстояния от тротуаров, зеленых насаждений)

3. Рекламные конструкции. Виды рекламных конструкции

Рекламные конструкции – технические средства территориального размещения, иные приспособления, декоративные и художественные элементы, используемые для распространения рекламной информации, предназначенной для неопределенного круга лиц и рассчитанной на визуальное восприятие из городского пространства.

Брандмауэры — рекламные конструкции, размещаемые на плоскости стен зданий или сооружений, которые устанавливаются с учетом архитектурных особенностей этих зданий и сооружений, состоящие из каркаса, элементов крепления и имеющих одну поверхность для размещения рекламы (далее — информационное поле).

(обозначение на карте БМ).

Перетяжки - рекламные конструкции, состоящие из отдельно стоящих опор, тросовых конструкций и двух информационных полей. Возможно крепление тросовых конструкций к зданиям сооружениям. Информационное поле может быть выполнено из жестких материалов, материалов на мягкой основе, иметь светлое оформление, в том числе гирлянды.

(обозначение на карте П1).

Пиллары - рекламные конструкции малого формата с внутренним подсветом (трехгранные тумбы), с тремя информационными полями, размер каждого из которых не более 1,4х3,0 метра, присоединяемых к земельному участку и состоящие из основания, каркаса и информационного поля вогнутой формы.

(обозначение на карте П2).

Рекламные конструкции в составе остановочных пунктов движения общественного транспорта - рекламные конструкции, размещаемые на элементах уличной мебели, с информационным полем, предназначенным для размещения рекламы.

(обозначение на карте А).

Рекламные конструкции, совмещенные с элементами уличной мебели (на парковых скамейках, уличных терминалах оплаты и т. д.) - рекламные конструкции, размещаемые на элементах уличной мебели, с

информационным полем, предназначенным для размещения рекламы.

(обозначение на карте АА).

Сити-борды - рекламные конструкции среднего формата с внутренним подсветом, состоящие из фундамента, каркаса, опоры и имеющие одно или два информационных поля, размер каждого из которых составляет не более 3,7х2,7 метра.

(обозначение на карте СиБ).

Сити-форматы (пилоны) — двухсторонние рекламные конструкции малого формата с внутренним подсветом, располагаемые на тротуарах или прилегающих к тротуарам газонах, имеющие два информационных поля, размер каждого из которых составляет не более 1,2х1,8 метра.

(обозначение на карте СФ).

Суперборды (суперсайты) — щитовые рекламные конструкции большого формата, оборудованные внешним подсветом, состоящие из фундамента, каркаса, опоры и имеющие не более трех информационных полей, размер каждого может составлять 12,0х4,0 метра 12,0 ч 5,0 метра или 15,0 х 5,0 метра.

(обозначение на карте СуБ).

Щиты 6,0 х3, 0 метра — щитовые рекламные конструкции, среднего формата, состоящие из фундамента, каркаса, опоры и имеющие одно или два информационных поля размером 6,0 х 3,0 метра.

(обозначение на карте бх3).

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

(обозначение на карте ЭТ).

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

(обозначение на карте ЭТ(Н)).

Афишные стенд (в виде тумбы) (обозначение на карте АС).

Панель-кронштейн (обозначение на карте ПК).

Строительная сетка (обозначение на карте С).

4. Требования к установке рекламных конструкций

1 Рекламные конструкции должны соответствовать требованиям ГОСТ Р 52044-2003, принятого постановлением Госстандарта РФ от 22.04.2003 г. №124-ст.

2. Рекламная конструкция должна быть спроектирована, изготовлена и смонтирована в соответствии с существующими строительными нормами и правилами, санитарными нормами и правилами, противопожарными правилами.

Проектирование, изготовление, монтаж, эксплуатация и утилизация рекламных конструкций и их частей должны соответствовать установленным в Российской Федерации требованиям качества и безопасности, предъявляемым к продукции, производственным процессам, эксплуатации и услугам согласно: техническим регламентам и условиям, строительным нормам и правилами (СНиП); правилам устройства электроустановок (ПУЭ); правилам технической эксплуатации электроустановок потребителей (ПТЭЭП); национальным стандартам ГОСТ-Р и другим нормативным документам.

3. Строительно-монтажные и электротехнические работы по установке и эксплуатации рекламной конструкции должны выполняться в соответствии с проектной документацией организациями, имеющими лицензии на проведение соответствующих работ, выданные в установленном порядке, либо ответственными за электрохозяйство.

4. Рекламные конструкции не должны иметь сходства по внешнему виду, изображению, звуковому эффекту с техническими средствами организации дорожного движения и специальными сигналами, ухудшать их видимость, снижать безопасность движения, мешать прохождению пешеходов, уменьшать габариты инженерных сооружений, издавать звуки, которые могут быть услышаны в пределах проезжей части, создавать впечатление нахождения на дороге пешеходов, транспортных средств, животных, других предметов, вызывать ослепление участников движения светом, в том числе отраженным, должны соответствовать требованиям правил, стандартов, технических норм, предъявляемых к конструкциям данного типа.

5. Рекламная конструкция должна предусматривать подсветку информационного поля, включение которой осуществляется в соответствии с

графиком режима работы уличного освещения. Исключения могут составлять рекламные конструкции, подсветка которых технически затруднена или нецелесообразна (транспаранты-перетяжки, флаговые композиции, навесы, наземные панно, маркизы).

Для освещения рекламных конструкций должны использоваться световые приборы промышленного изготовления, обеспечивающие выполнение требований электро- и пожаробезопасности. Крепление светового прибора должно обеспечивать его надежное соединение с рекламной конструкцией и выдерживать ветровую и снеговую нагрузку, вибрационные и ударные воздействия.

6. Опоры рекламных конструкций должны быть изготовлены из материалов, обеспечивающих высокий уровень безопасности при наездах и достаточную устойчивость при ветровой нагрузке и эксплуатации.

7. Эксплуатация рекламных конструкций, опасных для жизни и здоровья населения, недопустимо.

Все стационарные рекламные конструкции должны получить техническое заключение о безопасности в эксплуатации. Владелец (ответственный за эксплуатацию) обязан привлечь организацию, имеющую право на данный вид деятельности, для проведения проверки технического состояния рекламной конструкции.

На основании результатов проверки технического состояния рекламной конструкции, привлеченная организация, выдает заключение о возможности эксплуатации данной конструкции, с указанием определенного срока или обоснованное заключение о невозможности дальнейшей эксплуатации.

8. Эксплуатация и обследование рекламных конструкций.

Решение о необходимости обследования конструкции, находящейся в эксплуатации, принимает Администрация, но не реже чем один раз в год.

Владелец, по предписанию Администрации обязан произвести работы по обследованию рекламных конструкций, которые производят экспертные организации, аккредитованные в установленном порядке. Расходы по проведению обследования возлагаются на владельца.

Обследование включает:

- проверку состояния и степень повреждения конструкции вследствие механических, температурных, коррозионных и других воздействий;

- контрольный расчет несущей способности конструкции.

По результатам проверки составляется заключение (либо акт проверки), содержащее краткое описание недостатков, выводы о возможности дальнейшей эксплуатации конструкции и срок следующего обследования.

Владелец рекламной конструкции обязан устранить недостатки, указанные в заключении, в пятидневный срок. В случае не устранения указанных недостатков, Администрация вправе обратиться в суд с требованием о признании разрешения недействительным.

Владелец рекламной конструкции осуществляет эксплуатацию принадлежащих ему рекламных конструкций, поддерживает их в исправном состоянии с соблюдением всех норм технической безопасности, несет ответственность за любые нарушения правил безопасности, а также за неисправности и аварийные ситуации, возникшие в результате эксплуатации рекламной конструкции. Владелец рекламной конструкции обязан в установленном порядке обеспечивать уборку прилегающей территории.

9. Работы по установке (монтажу), эксплуатации и демонтажу рекламной конструкции осуществляются ее владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества.

10. Рекламные конструкции не должны размещаться в местах, где их установка и эксплуатация может наносить ущерб элементам благоустройства города.

Владельцы рекламных конструкций, независимо от организационно-правовой формы и формы собственности, обязаны по требованию Администрации за свой счет произвести замену, ремонт, окраску элементов конструкций рекламы, нарушающих архитектурно-градостроительный облик городской среды.

11. Рекламные конструкции не должны находиться без информационных сообщений. В противном случае должна быть размещена самореклама владельца рекламной конструкции или реклама социальной направленности.

Самореклама владельца рекламной конструкции должна иметь художественное оформление, не допускается размещение только одного телефонного номера владельца.

12. Обязательным условием эксплуатации рекламной конструкции является наличие на ней реквизитов владельца рекламной конструкции в виде таблички или надписи с указанием реквизитов разрешения на установку рекламной конструкции, номера его телефона. Размер текста должен позволять его прочтение.

13. При проведении работ по монтажу рекламных конструкций на земельных участках обязательно наличие разрешительных документов на производство земляных работ.

14. При проведении работ по установке и эксплуатации рекламных конструкций необходимо соблюдать общественный порядок и правила по благоустройству города.

15. Художественное решение рекламной конструкции должно соответствовать общей концепции рекламного оформления улицы, площади, архитектурного ансамбля.

Размещение наружных рекламных конструкций на фасаде зданий осуществляется на основании утвержденного паспорта отделки фасада (со

схемой комплексного решения размещения рекламы на фасаде, предоставляемых лицом первым, устанавливающим рекламную конструкцию на данном объекте, с учетом взаимного расположения рекламных конструкций различного типа)

16. Не допускается установка на фасаде здания, плоскости стен зданий и сооружений, на деревьях, либо между ними конструкций, предназначенных для размещения на них временных информационных сообщений, рекламных акций (например, о скидках, распродажах, акциях и т.п.), а также при открытии новых предприятий. Данная информация может быть размещена в витринах.

17. Не допускается реклама на ограждениях, в том числе роспись этих ограждений.

18. Самовольно установленные рекламные конструкции (без оформленных в установленном порядке разрешительных документов) подлежат демонтажу силами владельца рекламной конструкции на основании предписания органов местного самоуправления, с указанием срока проведения демонтажа. По истечении установленного срока демонтаж производится в соответствии со статьей 19 п.5.8. ФЗ-98 от 07.05.06 «О рекламе».

19. Владелец рекламной конструкции обязан использовать рекламную конструкцию исключительно в целях распространения рекламы или социальной рекламы. Работы по размещению социальной рекламы выполняются самим владельцем.

20. Владелец рекламной конструкции обязан выполнять все указания, предписания органов, регулирующих рекламную деятельность, связанные с выполнением ими своих контрольных функций, в том числе по досрочному демонтажу рекламной конструкции

5. Ответственность за нарушение требований

1. Лица, допустившие нарушение, несут административную ответственность в соответствии с действующим законодательством.

2. Применение мер ответственности не освобождает нарушителя от обязанности соблюдения настоящих Требований и возмещения причиненного им ущерба.

3. При причинении ущерба рекламной конструкцией гражданам или имуществу юридических лиц, владелец рекламной конструкции несет ответственность по возмещению убытков в порядке, установленном действующим законодательством.

4. При несоблюдении владельцем рекламной конструкции настоящих Требований Администрации вправе направлять ему предписания с требованием устранить указанные нарушения, а в случае невыполнения

данного требования принимать решение об аннулировании разрешения.

6. Перечень установленных рекламных конструкций на территории Увельского района

№	Место расположения	Вид рекламной конструкции	Тип рекламной конструкции	Общая площадь	Координаты	Прим.
1.	Адрес: установлено относительно ориентира. расположенного за пределами участка. Ориентир жилой дом. Участок находится примерно в 100 м от ориентира по направлению на юго-запад. Почтовый адрес ориентира: Челябинская обл., Увельский район, п. Увельский, ул. Железнодорожная. 28	щит двухсторонний	отдельностоящая рекламная конструкция	18×2	-	проектир
2.	77км автодороги Челябинск-Троицк-Нагорный гр. Казахстана, п. Нагорный	щит двухсторонний	отдельностоящая рекламная конструкция	18×2	-	проектир
3	АЗС «Увелка» п. Увельский, ул. Элеваторная. 5	щит двухсторонний	отдельностоящая рекламная конструкция	18×2	-	проектир.
4	Адрес: примерно в 70 м по направлению на запад от ориентира жилой дом №53-2 по ул. 5-й Стройучасток, расположенного за пределами участка: адрес ориентира: Челябинская область, Увельский район	щит двухсторонний	отдельностоящая рекламная конструкция	18×2	-	проектир

- | | | | |
|---|--|----------------------|---|
| 5 | Адрес: примерно в 100 м по
направлению на северо-запад
от ориентира жилой дом.
расположенного за пределами
участка: адрес ориентира:
Челябинская область.
Увельский район. п.
Увельский, ул. 30 лет ВЛКСМ.
86а | щит
двухсторонний | отдельностя 18×2
шая
рекламная
конструкция |
| 6 | Адрес: примерно в 30 м по
направлению на восток от
ориентира жилой дом.
расположенного за пределами
участка: адрес ориентира:
Челябинская область.
Увельский район. п.
Увельский. ул.
Железнодорожная. 20 | щит
двухсторонний | отдельностя 18×2
шая
рекламная
конструкция |
| 7 | Адрес: примерно в 10 м по
направлению на юго-восток от
ориентира жилой дом.
расположенного за пределами
участка: адрес ориентира:
Челябинская область.
Увельский район. п.
Увельский, ул. Пионерская. 2 | щит
двухсторонний | отдельностя 18×2
шая
рекламная
конструкция |

7. Зонирование рекламных конструкций

Схема размещения рекламных конструкций содержит зонирование, строго определяющее перечень рекламных конструкций.

Зона 1

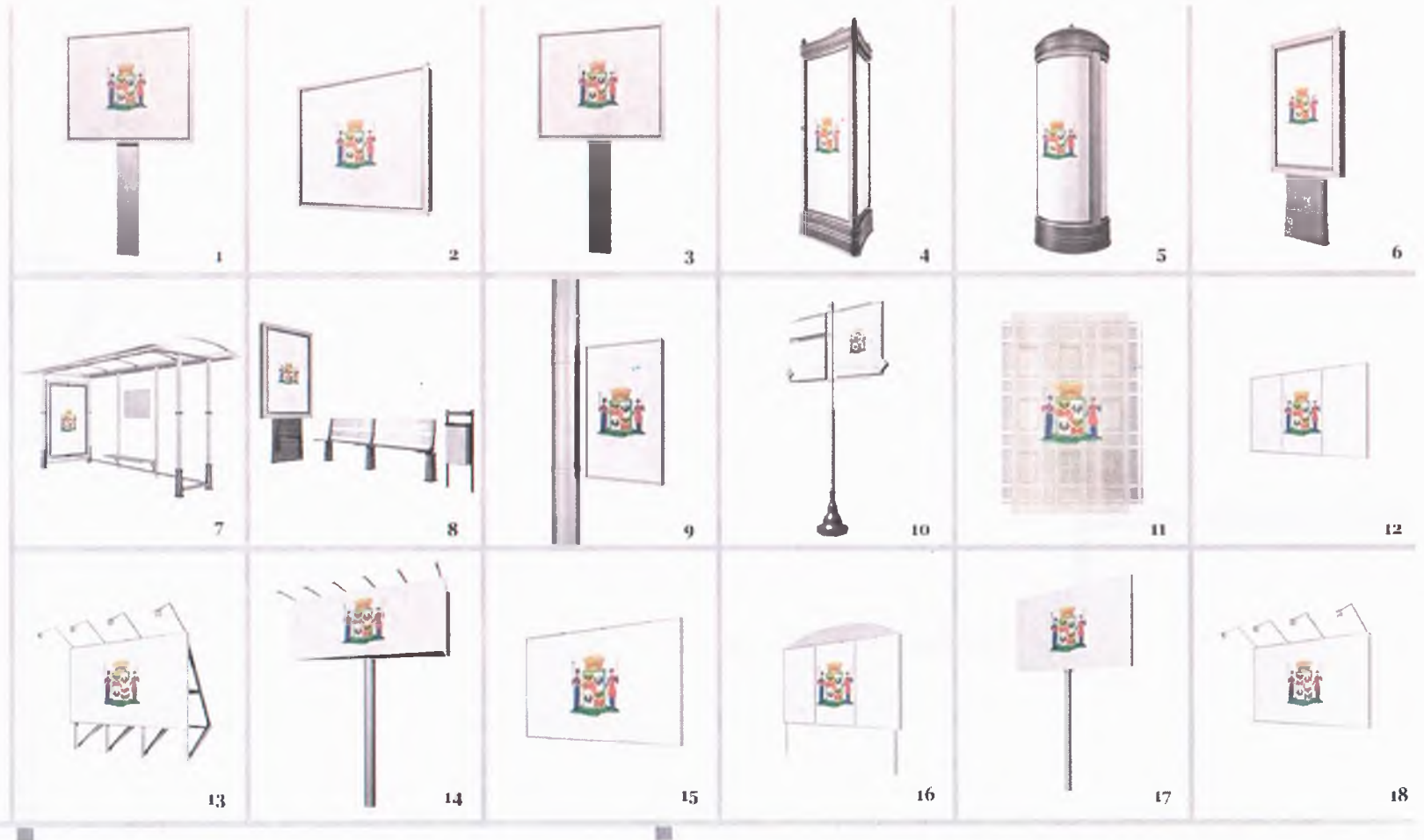
- 1 Светодиодный экран (на опоре);
- 2 Светодиодный экран (навесной);
- 3 Ситиборд (2,7×3,7 м);
- 4 Пиллар;
- 5 Афишный стенд (в виде тумбы);
- 6 Пилоя;
- 7 Отдельно стоящая конструкция «Остановочный павильон»;
- 8 Отдельно стоящая конструкция «Остановочная площадка»;
- 9 Панель-кронштейн;
- 10 Информационно-коммуникационный указатель;
- 11 Строительная сетка;
- 12 Афишная конструкция на ограждении;
- 13 Крышная установка; Комплекс конструкций «входная группа».

Зона 2

- Типы РК входящие в «Зону 1»;
- 14 Суперсайт;
 - 15 Рекламная конструкция на ограждении;
 - 16 Афишный стенд.

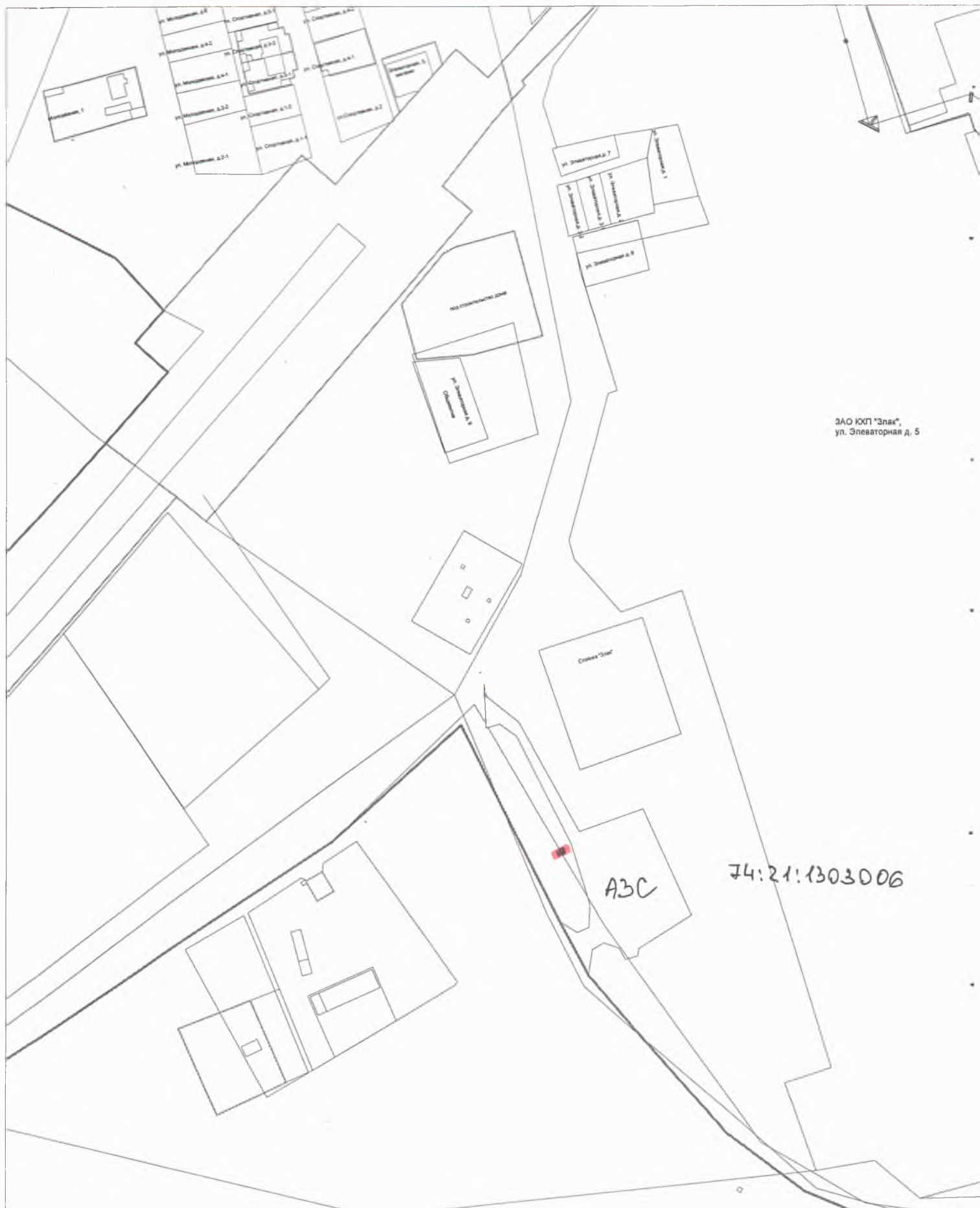
Зона 3

- Типы РК входящие в «Зону 2»;
- 17 Рекламный щит (6×3);
 - 18 Настенное панно (брендмауэр).









Увельское сельское поселение
п. Увельский
Масштаб 1:3000

№4



Увельское сельское поселение
п. Увельский
Масштаб 1:3000

№6

