



Правовое управление правительства
Воронежской области

ЗАРЕГИСТРИРОВАНО

« 17 » 05 2019 г.

Регистрационный номер № 340

**ДЕПАРТАМЕНТ
ИМУЩЕСТВЕННЫХ И ЗЕМЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ
ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ**

ПРИКАЗ

26.04.2019

№ 1030

Воронеж

О Порядке утверждения схемы размещения рекламных конструкций на территории городского округа город Воронеж

В соответствии с частью 5.8 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», Законом Воронежской области от 30.12.2014 № 217-ОЗ «О перераспределении отдельных полномочий органов местного самоуправления городского округа город Воронеж и исполнительных органов государственной власти Воронежской области», постановлением правительства Воронежской области от 08.05.2009 № 365 «Об утверждении Положения о департаменте имущественных и земельных отношений Воронежской области», указом губернатора Воронежской области от 19.02.2009 № 81-у «Об утверждении Реестра государственных функций исполнительных органов государственной власти Воронежской области» в целях оптимального использования рекламного пространства на территории городского округа город Воронеж,

п р и к а з ы в а ю:

1. Утвердить прилагаемый Порядок утверждения схемы размещения рекламных конструкций на территории городского округа город Воронеж.
2. Признать утратившими силу приказы департамента имущественных и земельных отношений Воронежской области:

- от 17.06.2015 № 997 «Об утверждении административного регламента департамента имущественных и земельных отношений Воронежской области по исполнению государственной функции «Утверждение схемы размещения рекламных конструкций»;

- от 25.09.2017 № 2032 «О внесении изменений в административный регламент департамента имущественных и земельных отношений Воронежской области по исполнению государственной функции «Утверждение схемы размещения рекламных конструкций», утвержденный приказом департамента имущественных и земельных отношений Воронежской области от 17.06.2015 № 997;

- от 09.01.2017 № 2 «О внесении изменений в приказ департамента имущественных и земельных отношений Воронежской области «Об утверждении административного регламента департамента имущественных и земельных отношений Воронежской области по исполнению государственной функции «Утверждение схемы размещения рекламных конструкций» от 17.06.2015 № 997»;

- от 17.04.2018 № 862 «О внесении изменений в административный регламент имущественных и земельных отношений Воронежской области по исполнению государственной функции «Утверждение схемы размещения рекламных конструкций», утвержденный приказом департамента имущественных и земельных отношений Воронежской области от 17.06.2015 № 997».

3. Отделу аналитической и административной работы (Ишутин) обеспечить размещение настоящего приказа на официальном сайте департамента имущественных и земельных отношений Воронежской области.

4. Отделу документационного обеспечения и кадровой работы (Пантелеева) обеспечить официальное опубликование настоящего приказа в информационной системе «Портал Воронежской области в сети Интернет».

5. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на заместителя руководителя департамента имущественных и земельных отношений Воронежской области Масько А.В.

Руководитель департамента



С.В. Юсупов

УТВЕРЖДЕН
приказом департамента
имущественных и
земельных отношений
Воронежской области
от 26.04.2019 № 1030

**Порядок
утверждения схемы размещения рекламных конструкций
на территории городского округа город Воронеж**

1. Назначение и область применения.

1.1. Порядок утверждения схемы размещения рекламных конструкций на территории городского округа город Воронеж (далее – Порядок) разработан в целях реализации полномочий департамента имущественных и земельных отношений Воронежской области (далее – Департамент) по исполнению государственной функции «Утверждение схемы размещения рекламных конструкций на территории городского округа город Воронеж», определения последовательности действий Департамента при осуществлении полномочий по реализации указанной государственной функции, установления единых требований к условиям размещения наружной рекламы на территории городского округа город Воронеж.

1.2. Настоящий Порядок разработан в соответствии со следующими нормативными правовыми актами:

- Конституцией Российской Федерации, принятой всенародным голосованием 12.12.1993 («Российская газета», 1993, 25 декабря);
- Гражданским кодексом Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ («Собрание законодательства РФ», 1994, № 32, ст. 3301);
- Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» («Российская газета», № 51, 15.03.2006);

- Федеральным законом от 25.06.2002 № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» («Российская газета», 2002, 29 июня);

- Федеральным законом от 02.05.2006 № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» («Собрание законодательства Российской Федерации», 2006, № 19, ст. 2060);

- Федеральным законом от 08.11.2007 № 257-ФЗ «Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» («Российская газета», № 254, 14.11.2007);

- Законом Воронежской области от 30.12.2014 № 217-ОЗ «О перераспределении отдельных полномочий органов местного самоуправления городского округа город Воронеж и исполнительных органов государственной власти Воронежской области» («Молодой коммунар» № 5, 23.01.2015);

- постановлением правительства Воронежской области от 08.05.2009 № 365 «Об утверждении Положения о департаменте имущественных и земельных отношений Воронежской области» («Молодой коммунар», 2009, № 48);

- указом губернатора Воронежской области от 19.02.2009 № 81-у «Об утверждении Реестра государственных функций исполнительных органов государственной власти Воронежской области» («Молодой коммунар», 2009, 26 февраля);

- иными нормативными правовыми актами Российской Федерации и Воронежской области, регламентирующими порядок исполнения государственной функции.

1.3. Соблюдение настоящего Порядка обязательно для всех физических и юридических лиц независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности, а также индивидуальных предпринимателей, принимающих участие в деятельности по установке и

эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа город Воронеж.

2. Общие положения

2.1. Основные понятия, используемые в настоящем Порядке:

- 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;

- рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;

- рекламные конструкции - щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, воздушные шары, аэростаты и 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 остановочных пунктов движения общественного транспорта и используемые для распространения наружной рекламы. Не относятся к рекламным конструкциям витрины, киоски, лотки, передвижные пункты торговли, уличные зонтики;

- схема размещения рекламных конструкций - документ, определяющий места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах.

2.2. Порядок утверждения схемы размещения рекламных конструкций включает в себя следующие этапы:

- подготовительный этап разработки схемы размещения рекламных конструкций;

- полевой этап разработки схемы размещения рекламных конструкций;
- камеральный этап разработки схемы размещения рекламных конструкций;
- рассмотрение проекта схемы размещения рекламных конструкций на заседании рабочей группы по разработке и утверждению схем размещения рекламных конструкций на территории городского округа город Воронеж при Департаменте;
- принятие решения об утверждении схемы размещения рекламных конструкций.

2.3. Установка и эксплуатация рекламных конструкций допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, выдаваемого уполномоченным органом.

3. Типы рекламных конструкций

3.1. Рекламные конструкции на земельных участках (отдельно стоящие).

3.1.1. Сити-формат - двухсторонняя рекламная конструкция малого формата с двумя информационными полями, располагаемая на тротуарах или на прилегающих к тротуарам газонах. Размер информационного поля рекламной конструкции сити-формата составляет 1,2x1,8 м. Общая площадь информационного поля рекламной конструкции сити-формата определяется общей площадью двух ее информационных полей. Может оснащаться роллерной системой для демонстрации информационных материалов. Высота опоры сити-формата составляет 0,8 м, 1,2 м или 2,4 м. Фундамент рекламной конструкции сити-формата не должен выступать над уровнем дорожного покрытия. Рекламная конструкция сити-формата должна иметь внутренний подсвет, быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.2. Тумба - рекламная конструкция малого формата, с внутренним подсветом, имеющая три внешние поверхности с информационными полями размером не более 1,4x3 м для размещения рекламы. Общая площадь информационного поля рекламной конструкции тумбы определяется общей площадью трех ее информационных полей. Фундамент тумбы не должен выступать над уровнем земли. Тумба должна быть оборудована системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.3. Ситиборд – рекламная конструкция среднего формата, с внутренним подсветом, имеющая одну или две поверхности для размещения рекламы. Состоит из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Общая площадь информационного поля ситиборда определяется общей площадью его информационных полей. Размер одной стороны информационного поля ситиборда составляет 2,7x3,7 м. Высота опоры ситиборда составляет 3 м. Фундамент ситиборда не должен выступать над уровнем земли. Может оснащаться роллерной системой, для демонстрации рекламных материалов поочередно на одной поверхности. Ситиборд должен быть оборудован системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.4. Щит 3x6 м – щитовая рекламная конструкция среднего формата, имеющая внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Щит состоит из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля размером 3x6 м. Общая площадь информационного поля щита определяется общей площадью его информационных полей. Количество сторон щита не может быть более двух. Может оснащаться системой «призматрон» для демонстрации рекламных материалов. Фундамент щита не должен выступать над уровнем земли. Щит, выполненный в одностороннем варианте, должен иметь декоративно оформленную обратную сторону (оформляется композитным материалом серого цвета). Высота опоры щита составляет 4,5 м. Щит должен быть

оборудован внешним подсветом, системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.5. Суперсайт - щитовая рекламная конструкция большого формата, имеющая внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Суперсайт состоит из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Размер одной стороны информационного поля может составлять 12х4 м, 12х5 м, 15х5 м. Общая площадь информационного поля суперсайта определяется общей площадью его информационных полей. Количество сторон у суперсайта не может быть более трех. Высота опоры суперсайта может быть от 5 м. до 15 м. Фундамент суперсайта не может выступать над уровнем земли. Суперсайт, выполненный в одностороннем варианте, должен иметь декоративно оформленную обратную сторону, (оформляется композитным материалом серого цвета). Суперсайт должен быть оборудован внешним подсветом, системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.6. Щит 3х12 м – щитовая рекламная конструкция большого формата, имеющая внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Щит состоит из фундамента, каркаса, опор и информационного поля размером 3х12 м. Количество сторон щита не может быть более двух. Общая площадь информационного поля щита определяется общей площадью его информационных полей. Высота опоры щита составляет 4,5 м. Фундамент щита не должен выступать над уровнем земли. Щит, выполненный в одностороннем варианте, должен иметь декоративно оформленную обратную сторону (оформляется композитным материалом серого цвета). Щит должен быть оборудован внешним подсветом, системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Щит 3х12 м размещается на конструктивно выделенных бортовым камнем или защитными ограждениями разделительных полосах, в том числе

на газонах, разделяющих транспортные потоки с учетом соблюдения требований по безопасности дорожного движения.

3.1.7. Флаговые композиции - объекты наружной рекламы малого формата, состоящие из основания, одного или нескольких флагштоков (стоек) и мягких полотнищ. Общая площадь информационного поля флага определяется общей площадью его информационных полей.

3.1.8. Электронный видеозэкран - объект наружной рекламы, предназначенный для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов и иных источников света. Общая площадь информационного поля электронного видеозэкрана определяется общей площадью его информационных полей. Количество сторон электронного экрана не может быть более двух. Отдельно стоящий электронный видеозэкран должен иметь декоративно оформленную обратную сторону. Допускаются следующие размеры информационного поля отдельно стоящего электронного видеозэкрана: 1,2х1,8 м с высотой опоры 0,8 м, 1,2 м или 2,4 м - малый формат; 2,7х3,7 м с высотой опоры 3 м, 3х6 м с высотой опоры 4,5 м - средний формат; 12х4 м, 12х5 м, 15х5 м с высотой опоры от 5 м до 15 м - большой формат. Фундамент экрана не должен выступать над уровнем земли. Конструктивные элементы и элементы крепления (болтовые соединения, элементы опор, и т.п.) должны быть закрыты декоративными элементами.

Электронный видеозэкран должен быть оборудован системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.9. Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам - это рекламные конструкции, имеющие формат, отличный от иных форматов, предусмотренных настоящим Порядком. К уникальным рекламным конструкциям, выполненным по индивидуальным проектам, относятся объемно-пространственные конструкции, на которых для распространения рекламной

информации используется как объем объекта, так и его поверхность. Площадь информационного поля объемно-пространственных конструкций определяется расчетным путем. Размещение объемно-пространственных рекламных конструкций, выполненных по индивидуальным проектам, допускается только на земельных участках, на расстоянии не менее 50 м от ближайшей рекламной конструкции, расположенной в одном направлении (на одной стороне проезда, улицы, магистрали, одном разделительном газоне) и предназначенной для обзора с одного направления. Модель и проект каждой уникальной конструкции согласовывается с органом, осуществляющим выдачу разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории городского округа город Воронеж.

3.2. Рекламные конструкции на элементах благоустройства и сооружениях.

3.2.1. Рекламная конструкция на остановочных пунктах наземного городского транспорта общего пользования - рекламная конструкция малого формата, монтируемая на конструктивных элементах остановочных пунктов наземного городского транспорта общего пользования. Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на остановочном пункте наземного городского транспорта общего пользования составляет 1,2x1,8 м. Общая площадь информационного поля рекламной конструкции на остановочном пункте наземного городского транспорта общего пользования определяется общей площадью ее информационных полей. Может оснащаться роллерной системой, для демонстрации рекламных материалов, а также видеозэкраном. Фундамент рекламной конструкции на остановочных пунктах наземного городского транспорта общего пользования не должен выступать над уровнем покрытия тротуара. Рекламная конструкция на остановочных пунктах наземного городского транспорта общего пользования должна быть с внутренним подсветом, оборудована системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.2.2. Указатель с рекламным модулем – рекламная конструкция малого формата, располагаемая на опорах освещения, на которых одновременно размещается указатель наименования улицы, направления движения и рекламный модуль. Указатель должен иметь внутренний подсвет. Максимальный размер рекламного модуля не должен превышать 1,2х1,8 м. Площадь информационного поля указателя с рекламным модулем определяется общей площадью используемых сторон. Указатель с рекламным модулем должен быть оборудован системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.3. Рекламные конструкции на зданиях.

3.3.1. Крышная рекламная конструкция, размещаемая над карнизом здания, на уровне крыши, состоящая из отдельных букв и знаков. Площадь информационного поля крышных объектов наружной рекламы, установленных на зданиях, определяется по внешним габаритным размерам информационного поля крышных объектов наружной рекламы в целом. Размещение крышной рекламной конструкции должно соответствовать требованиям Дизайн – регламента и паспорта фасада здания. Крышная конструкция должна быть оборудована системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.3.2. Настенная рекламная конструкция – рекламная конструкция, у которой информационное поле расположено параллельно поверхности стены. Настенная рекламная конструкция выполняется по типовому или индивидуальному проекту. Общая площадь информационного поля настенного панно определяется габаритами каркаса его информационного поля. Размещение настенных рекламных конструкций должно соответствовать требованиям Дизайн - регламента и паспорта фасада здания.

4. Общие требования к размещению рекламных конструкций

4.1. Установка рекламных конструкций на территории городского округа город Воронеж, в отношении которых утверждены схемы размещения рекламных конструкций, допускается исключительно в соответствии с указанными схемами. 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. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат опубликованию (обнародованию) в порядке, установленном для официального опубликования (обнародования) нормативных правовых актов, и размещению на официальном сайте департамента в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

4.2. Объекты наружной рекламы, установленные на территории городского округа город Воронеж, должны соответствовать внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города, улучшать визуальный образ, подчеркивая индивидуальность застройки города. Основные критерии, по которым обеспечивается наиболее полное соответствие:

колористика - для оформления рекламных конструкций используются цвета, сочетающиеся с окружающим фоном. Основными цветами являются: для сити-формата, ситиборда, рекламной конструкции на остановочных пунктах наземного городского транспорта – черный; для тумбы, щитов 3х6 м и 3х12 м, суперсайта, электронного видеозэкрана - серый, светло-серый.

стилистика окружающей среды - при проектировании мест установки рекламных конструкций должно учитываться пластика архитектуры, ее исторические особенности. На одной улице (площади) могут устанавливаться

рекламные конструкции, сохраняющие между собой стилистическое единство;

пропорции и масштаб - размеры рекламных конструкций и элементов изображений должны соответствовать размерам окружающих объектов, учитывать особенности их архитектуры;

структура - при размещении рекламных конструкций должно учитываться существующая в архитектурной среде структура, периодичность с целью формирования целостного восприятия городского пространства. Минимальные расстояния между отдельно стоящими рекламными конструкциями, расположенными в одном направлении (на одной стороне проезда, улицы, магистрали, одном разделительном газоне) и предназначенными для обзора с одного направления, не могут быть менее чем: для рекламных конструкций крупного формата 150 метров, для рекламных конструкций среднего формата 100 метров, для рекламных конструкций малого формата 50 метров. Расстояние между двумя рекламными конструкциями разного формата в одном направлении движения не может быть менее расстояния, предусмотренного для рекламной конструкции меньшего формата.

4.3. На территории городского округа город Воронеж разрешается размещение исключительно указанных в пункте 3 Порядка типов и размеров рекламных конструкций. Размещение иных типов и размеров рекламных конструкций не допускается.

4.4. Доведение до потребителя рекламных сообщений/изображений на всех видах конструкций может производиться:

- с помощью неподвижных полиграфических постеров (винил);
- с помощью демонстрации постеров на динамических системах смены изображений (роллерных системах или системах поворотных панелей - призматронах и др.);
- с помощью изображений, демонстрируемых на электронных носителях. Смена изображения в темное время суток должна производиться

путем плавного снижения яркости до нулевого значения и последующего плавного повышения яркости к светлому времени суток. В период с 23.00 часов до 06.00 часов демонстрация изображений на электронных носителях не производится.

4.5. Для рекламных конструкций площадью равной или более 18 кв. м допускается применение выступающих дополнительных элементов с общей площадью не более 5% от площади информационного поля рекламной конструкции. Размещение дополнительных элементов, согласовывается с органом, осуществляющим выдачу разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории городского округа город Воронеж

4.6. Рекламные конструкции должны быть спроектированы, изготовлены и установлены в соответствии с проектной документацией, строительными нормами и правилами, техническими регламентами и другими нормативными правовыми актами, содержащими требования к конструкциям соответствующего типа, соответствовать требованиям санитарных норм и правил (в том числе требованиям к освещенности, электромагнитному излучению и пр.).

4.7. Проведение работ, связанных с установкой и последующей эксплуатацией рекламных конструкций запрещается проводить с отклонениями от утвержденной проектной документации.

4.8. Не допускается установка и эксплуатация рекламных конструкций без размещения на них рекламного или информационного сообщения/изображения, за исключением времени проведения работ по смене изображения, но не более 3 часов. В случае временного отсутствия на рекламной конструкции информации, информационное поле должно быть закрыто однотонным полотном, придающим рекламной конструкции надлежащий эстетический вид.

4.9. Установка конструкций, расположенных на земельных участках должна соответствовать требованиям нормативных актов по безопасности дорожного движения.

4.10. Рекламные конструкции и их территориальное размещение должны соответствовать требованиям технического регламента.

4.11. Средства наружной рекламы не должны быть размещены в границах коридора безопасности, а также:

- на одной опоре с дорожными знаками и светофорами;
- на железнодорожных переездах, в туннелях и под путепроводами; над въездами в туннели и выездами из туннелей;
- над проезжей частью;
- на дорожных ограждениях и направляющих устройствах;
- на подпорных стенах, деревьях, не являющихся частью дорожной инфраструктуры, и других природных объектах.

4.12. Эксплуатация рекламных конструкций на территориях общего пользования должна обеспечивать свободный проход пешеходов, возможность уборки улиц и тротуаров. Запрещается установка рекламных конструкций на территориях используемых для цветочного оформления города, а также на тротуарах, если после их установки ширина прохода для пешеходов, а также для осуществления механизированной уборки составит менее 2 метров.

4.13. Нарушенное при установке рекламной конструкции дорожное покрытие, тротуар, газон или фасад здания, сооружения должны быть восстановлены владельцем рекламной конструкции в том виде, каким он был до установки рекламной конструкции, с использованием аналогичных материалов и технологий. Указанные требования должны быть выполнены владельцем рекламной конструкции также в случае демонтажа рекламной конструкции.

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

4.15. Рекламные конструкции, размещаемые на территории города, не должны нарушать требований законодательства Российской Федерации об

объектах культурного наследия народов Российской Федерации, их охране и использовании.

4.16. Не допускается размещать рекламные конструкции ближе 100 м:

- от храмовых сооружений;
- от мест общегородских захоронений;
- от мемориальных комплексов и объектов.

5. Общие требования к содержанию и техническому обслуживанию рекламных конструкций

5.1. Рекламные конструкции должны эксплуатироваться в соответствии с требованиями технической документации на соответствующие конструкции.

5.2. Рекламные конструкции должны находиться в надлежащем состоянии, без ухудшения их внешнего вида на протяжении всего периода эксплуатации. Надлежащее состояние внешнего вида рекламных конструкций подразумевает:

- целостность рекламных конструкций;
- отсутствие механических повреждений;
- отсутствие порывов рекламных полотен;
- наличие покрашенного каркаса;
- отсутствие ржавчины и грязи на всех частях и элементах рекламных конструкций;
- отсутствие на всех частях и элементах рекламных конструкций наклеенных объявлений, посторонних надписей, изображений и других информационных сообщений;
- подсвет рекламных конструкций в темное время суток в соответствии с графиком работы уличного освещения.

5.3. Владельцы рекламных конструкций обязаны за свой счет производить замену, ремонт, окраску конструкций, мыть и очищать от загрязнения конструкции по мере необходимости, но не реже:

- 1 раза в неделю для рекламных конструкций на остановочных пунктах наземного городского транспорта, сити-форматов, тумб;
- 1 раза в месяц для других конструкций.

5.4. Ответственность за техническое состояние конструкций, за безопасность крепления конструкций, за электропожарную безопасность и за вред, причиненный третьим лицам, несут владельцы рекламных конструкций в установленном законодательством Российской Федерации порядке.

6. Требования к территориальному размещению рекламных конструкций на территории городского округа город Воронеж

6.1. Требования к территориальному размещению типов рекламных конструкций на территории городского округа город Воронеж применяются вне зависимости от владельца рекламной конструкции или формы собственности недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция.

6.2. Под территориями соответствующих зон в настоящем Порядке понимается территория проезжей части, тротуаров соответствующих улиц, зданий (строений, сооружений), расположенных на соответствующих улицах.

6.3. Схема размещения рекламных конструкций на территории городского округа город Воронеж включает в себя следующие зоны:

- Зона 1 (центральная зона, зона общественного центра, туристическая зона).

В зону 1 входят следующие улицы:

- пл. им. Ленина;
- ул. Плехановская;
- пр-т. Революции;
- ул. Кирова;

ул. Пушкинская;
ул. Средне-Московская;
ул. Степана Разина;
ул. Фридриха Энгельса;
ул. Театральная;
ул. Карла Маркса;
ул. Кардашова;
ул. Мира;
ул. Свободы;
ул. Софьи Перовской;
ул. Революции 1905 года;
ул. Студенческая;
ул. Никитинская;
ул. Феокистова;
ул. Куколкина;
ул. Платонова;
ул. Чайковского;
ул. Куцыгина;
ул. Комиссаржевской;
ул. Кольцовская.

В данной зоне допустима установка следующих рекламных конструкций: сити-формат, тумба, ситиборд, электронный видеозэкран, рекламная конструкция на остановочных пунктах наземного городского транспорта общего пользования, уникальные (нестандартные) конструкции, крышные рекламные конструкции, настенные рекламные конструкции.

- Зона 2 (природные территории (парки, скверы, пляжи, прибрежные зоны и т.п.).

Не допускается размещение рекламных конструкций на стволах деревьев, на стационарных оградах парков, скверов.

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

Размещение рекламных конструкций на территориях этой зоны строго ограничено.

В данной зоне допустима установка следующих рекламных конструкций: сити-формат, тумба, электронный видеозэкран малого размера (до 5 м²).

- Зона 3 (основные магистрали города, территории города с преимущественной застройкой жилыми домами, территории, удаленные от центра населенного пункта, на которых расположены промышленные предприятия, складские, производственные помещения и т.п.).

В зону 3 входят следующие улицы:

дамба Чернавского моста;

пр-т Московский;

дамба ВОГРЕСС;

Северный мост;

ул. 20-лет Октября;

ул. Ворошилова;

ул. Донбасская;

ул. Остужева;

пр-т Ленинский;

ул. Ленина;

ул. 9 Января;

ул. 45 Стрелковой Дивизии;

ул. 60-й Армии;

ул. Антонова – Овсеенко;

ул. Бульвар Победы;

ул. Героев Сибиряков;

ул. Димитрова;

ул. Домостроителей;

ул. Космонавтов;
ул. Краснознаменная;
ул. Генерала Лизюкова;
ул. Маршака;
ул. Матросова;
ул. Хользунова;
ул. Шишкова;
ул. Южно-Моравская;
пр-т Патриотов;
пр-т Труда;
ул. Беговая;
ул. Брусилова;
ул. Владимира Невского;
ул. Грамши;
ул. Комарова;
ул. Ломоносова;
ул. Маршала Жукова;
ул. Бурденко;
ул. Ленинградская;
ул. Молодогвардейцев;
ул. Олеко Дундича;
ул. Пеше-Стрелецкая;
ул. Транспортная;
ул. Урицкого;
ул. Изыскателей;
ул. Пирогова;
ул. 206 Стрелковой Дивизии;
ул. Богдана Хмельницкого;
ул. Волгоградская;
ул. Дорожная;

ул. Ильюшина;
ул. Корольковой;
ул. Латненская;
ул. Лебедева;
ул. Машиностроителей;
ул. Минская;
ул. Моисеева;
ул. Новосибирская;
ул. Острогжская;
ул. Солнечная;
ул. Текстильщиков;
ул. Урывского;
ул. Федора Тютчева;
ул. Циолковского;
ул. Чебышева;
ул. Электросигнальная.

В данной зоне допустима установка следующих рекламных конструкций: сити-формат, щит 3х6 м, щит 3х12 м, ситиборд, суперсайт, электронный видеозэкран, рекламные конструкции на остановочных пунктах наземного городского транспорта общего пользования, уникальные (нестандартные) конструкции, указатели с рекламным модулем, крышные рекламные конструкции, настенные рекламные конструкции.

6.4. Границы зон для магистралей, дорог и улиц проходят по фасадам и торцам зданий и сооружений, образующим линию застройки.

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

7. Требования к порядку утверждения схемы размещения рекламных конструкций на территории городского округа город Воронеж

7.1. Подготовительный этап разработки схемы размещения рекламных конструкций

7.1.1. Подготовительный этап включает в себя сбор и анализ информации по включению мест установки рекламных конструкций в схему размещения рекламных конструкций, определение технического задания (плана работ), сбор и обработку необходимых материалов, а также определение схемы маршрута для проведения выездного обследования.

Департаментом осуществляется сбор и анализ информации по включению мест установки рекламных конструкций в схему размещения рекламных конструкций. После этого определяется техническое задание (план работ) и направляется в Областное государственное бюджетное учреждение Воронежской области «Управление природных ресурсов» (далее - Учреждение) для рассмотрения и определения схемы маршрута в целях проведения выездного обследования.

7.2. Полевой этап разработки схемы размещения рекламных конструкций

7.2.1. Полевой этап включает в себя выездное обследование участков территории, на которых предполагается размещение рекламных конструкций, геодезическую съемку предполагаемых мест установки рекламных конструкций и их привязок к существующим ориентирам на местности. Выездное обследование осуществляется сотрудником Департамента совместно с сотрудником Учреждения.

7.3. Камеральный этап разработки схемы размещения рекламных конструкций

7.3.1. Камеральный этап включает в себя обработку полученных данных и материалов (предварительных мест установки рекламных конструкций, их фиксации в координатах и привязках к существующим ориентирам), подготовку картографического материала и адресной программы мест установки рекламных конструкций.

7.3.2. По результатам обследования сотрудником Учреждения осуществляется предварительный анализ полученных данных и материалов. После проведенного анализа сотрудником Учреждения осуществляется подготовка картографического материала (нанесение на подоснову в масштабе 1:500 (либо 1:1000 или 1:2000) координат мест установки рекламных конструкций, указание привязок к существующим ориентирам на местности).

Карты могут быть выполнены из отдельных соединяющихся и согласующихся между собой частей по отдельным участкам территорий (участков улиц, магистралей, площадей и т.д.).

7.3.3. Одновременно с этим сотрудником Департамента составляется адресная программа размещения рекламных конструкций с указанием их типов и видов в соответствии с предусмотренными для каждого типа конструкций условными, графическими и цветовыми обозначениями. Расшифровка указанных обозначений является неотъемлемой частью адресной программы.

7.3.4. После разработки проекта схемы размещения рекламных конструкций сотрудником Департамента осуществляется согласование проекта схемы размещения рекламных конструкций со всеми заинтересованными лицами, осуществляющими эксплуатацию и обслуживание сетей инженерно-технического обеспечения (либо являющимися собственниками инженерных коммуникаций).

Поступившие в Департамент от заинтересованных лиц, осуществляющих эксплуатацию и обслуживание сетей инженерно-технического обеспечения (либо являющихся собственниками инженерных

коммуникаций), замечания и предложения учитываются при утверждении схемы. При этом повторное согласование проектов схем с данными заинтересованными лицами не осуществляется.

В случае непоступления в Департамент от заинтересованного лица, осуществляющего эксплуатацию и обслуживание сетей инженерно-технического обеспечения (либо являющегося собственником инженерных коммуникаций), письменного ответа о согласовании либо об отказе в согласовании схемы размещения рекламных конструкций в течение 30 календарных дней с момента получения им информации от Департамента, схема считается согласованной данным лицом.

7.3.5. При разработке схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках, находящихся в полосе отвода или придорожной полосе вдоль автомобильных дорог федерального, регионального или межмуниципального значения, согласование осуществляется с владельцами указанных автомобильных дорог.

7.4. Рассмотрение проекта схемы размещения рекламных конструкций на заседании рабочей группы по разработке и утверждению схем размещения рекламных конструкций на территории городского округа город Воронеж при Департаменте (далее - рабочая группа)

7.4.1. В целях предварительного рассмотрения схемы размещения рекламных конструкций на заседании рабочей группы Департаментом не менее чем за 10 рабочих дней до заседания рабочей группы в адрес членов рабочей группы направляется проект схемы размещения рекламных конструкций.

7.4.2. Деятельностью рабочей группы руководит председатель рабочей группы - руководитель Департамента.

В отсутствие председателя рабочей группы его обязанности исполняет заместитель председателя рабочей группы - заместитель руководителя Департамента.

Заседания рабочей группы проводятся по мере необходимости. Заседания рабочей группы считаются правомочными в случае личного присутствия на них не менее половины членов рабочей группы.

Решения на заседаниях рабочей группы принимаются простым большинством голосов присутствующих членов. При равенстве голосов решающим является голос председательствующего.

В случае несогласия кого-либо из членов рабочей группы с принятым решением он может выразить особое мнение, которое фиксируется в протоколе.

7.4.3. Секретарь рабочей группы не менее чем за 5 рабочих дней направляет членам рабочей группы повестку заседания, утвержденную председателем рабочей группы, с указанием даты, места и времени заседания.

Члены рабочей группы в течение 10 рабочих дней со дня получения документов, указанных в пункте 7.4.1., рассматривают их.

При рассмотрении схем размещения рекламных конструкций и вносимых в них изменений рабочая группа обязательно учитывает соответствие схем размещения рекламных конструкций и вносимых в них изменений документам территориального планирования, обеспечение соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности и др.

7.4.4. По результатам заседания рабочая группа принимает рекомендации, которые оформляются протоколом и подписываются председателем рабочей группы и всеми присутствующими членами рабочей группы.

Протоколы оформляются в течение 5 рабочих дней со дня проведения заседания рабочей группы. В протоколе указываются место и дата

проведения заседания, присутствующие члены рабочей группы, а также отражаются вопросы, рассмотренные на заседании рабочей группы, и принятые по ним рекомендации.

7.4.5. Рабочая группа по решению председателя рабочей группы может принимать решения без созыва заседания путем письменного опроса ее членов (заочное голосование). Опросные листы являются неотъемлемой частью протокола.

При принятии решения о заочном голосовании по вопросу рассмотрения и утверждения схем размещения рекламных конструкций и вносимых в них изменений проекты схем размещения рекламных конструкций и вносимые в них изменения и опросные листы направляются всем членам рабочей группы в течение 2 календарных дней с момента принятия решения.

Мнение члена рабочей группы по рассматриваемому вопросу представляется в рабочую группу и учитывается, если оно представлено не позднее чем за 3 дня до определенной председателем даты проведения заочного голосования, указанной в опросном листе.

При определении результатов заочного голосования засчитываются голоса по тем вопросам, по которым в опросном листе отмечен только один из возможных вариантов голосования. Опросные листы, заполненные с нарушением указанного требования, признаются недействительными и не учитываются при определении результатов голосования.

Решения путем заочного голосования принимаются большинством голосов общего числа членов рабочей группы. При равенстве голосов членов рабочей группы, участвующих в голосовании, голос председателя рабочей группы, а при его отсутствии голос заместителя председателя рабочей группы, является решающим. Если председатель (а при его отсутствии заместитель председателя) рабочей группы не участвовал в заочном голосовании, при равенстве голосов решение считается непринятым.

7.4.6. Основаниями для принятия рабочей группой рекомендации об отказе в утверждении схемы являются:

- несоответствие схемы документам территориального планирования, правилам землепользования и застройки, внешнему архитектурному облику сложившейся застройки, градостроительным нормам и правилам, а также требованиям безопасности;

- нарушение требований нормативных актов в сфере безопасности движения транспорта;

- несоответствие рекламной конструкции и (или) места ее размещения требованиям ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения»;

- нарушение требований законодательства Российской Федерации об охране объектов культурного наследия;

- несоответствие типов и размеров рекламных конструкций пункту 3 настоящего Порядка;

- нарушение требований настоящего Порядка;

- недостаточный объем либо ненадлежащее качество представленных на рассмотрение рабочей группы информации и материалов, не позволяющие членам рабочей группы оценить соответствие проекта схемы установленным настоящим пунктом требованиям.

7.4.7. После учета всех рекомендаций рабочей группы и доработки схемы размещения рекламных конструкций она повторно рассматривается на заседании рабочей группы в вышеуказанном порядке.

7.5. Принятие решения об утверждении схемы размещения рекламных конструкций

7.5.1. После получения протокола заседания рабочей группы с положительным решением рабочей группы об утверждении схемы

размещения рекламных конструкций Департаментом осуществляется подготовка проекта нормативного правового акта об утверждении схемы размещения рекламных конструкций (оформляется приказом Департамента).

7.5.2. Подготовленный проект нормативного правового акта об утверждении схемы размещения рекламных конструкций направляется на правовую и антикоррупционную экспертизу, которая осуществляется в установленном порядке для проведения соответствующих экспертиз.

7.5.3. После утверждения схемы, она подлежит опубликованию (обнародованию) в порядке, установленном для официального опубликования (обнародования) нормативных правовых актов, и размещению на официальном сайте Департамента в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.