

Зарегистрирован в правовом управлении Правительства Ярославской области
10.01.2020 № 16-9954

**ДЕПАРТАМЕНТ
ИМУЩЕСТВЕННЫХ И ЗЕМЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ
ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ**

ПРИКАЗ

от 10.01.2020 № 3-н
г. Ярославль

О внесении изменений в приказ
департамента имущественных и
земельных отношений
Ярославской области от 15.10.2018
№ 15-н

В целях приведения нормативного правового акта в соответствие с
Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»
ДЕПАРТАМЕНТ ИМУЩЕСТВЕННЫХ И ЗЕМЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ
ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ ПРИКАЗЫВАЕТ:

1. В типы и виды рекламных конструкций, допустимые и недопустимые к установке на территории соответствующего муниципального образования Ярославской области или части его территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов, утвержденные приказом департамента имущественных и земельных отношений Ярославской области от 15.10.2018 № 15-н «Об определении типов и видов рекламных конструкций и утверждении Порядка организации демонтажа рекламных конструкций», внести изменения согласно приложению.

2. Приказ вступает в силу со дня его официального опубликования.

Директор департамента

М.А. Фролов

Приложение
к приказу департамента
имущественных
и земельных отношений
Ярославской области
от 10.01.2020 № 3-н)

**ИЗМЕНЕНИЯ,
вносимые в типы и виды рекламных конструкций, допустимые и
недопустимые к установке на территории соответствующего
муниципального образования Ярославской области или части его
территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям
с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика
сложившейся застройки поселений или городских округов**

1. В пункте 1.3 раздела 1:

1.1. Подпункт 1.3.2 дополнить абзацем следующего содержания:

«- для фасадов торговых, офисных, культурно-развлекательных центров, на которых планируется размещение рекламной конструкции – проект комплексного оформления фасадов здания, строения.».

1.2. Дополнить подпунктами 1.3.3 – 1.3.8 следующего содержания:

«1.3.3. Архитектурно-художественное решение (архитектурно-художественный образ, облик) фасадов здания (строения) – проектные материалы, представляющие внешний вид объекта, выполненные в соответствии с авторским замыслом, посредством проработки объемно-пространственного, архитектурно-композиционного решений и архитектурно-художественных приемов.

1.3.4. Градостроительный контекст – пространство города (городского и сельского поселений), обладающее градостроительными, композиционными и стилевыми характеристиками (особенностями).

1.3.5. Архитектурно-художественные приемы – используемые в зодчестве художественные приемы композиции, сочетания материалов, обработки поверхностей, освещения и т.п.

1.3.6. Архитектурный стиль – совокупность характерных черт и признаков архитектуры, то есть отражение общих черт в оформлении фасадов зданий, планов, форм, конструкций.

1.3.7. Композиционные оси (горизонтальные, вертикальные) – оси композиции, в соответствии с которыми расположены главные и второстепенные элементы композиции. Оси выявляют структуру здания и обеспечивают взаимодействие элементов и целостность композиции.

1.3.8. Проект комплексного оформления фасадов здания, строения – это проект оформления фасадов, определяющий типы и виды рекламных конструкций, вывесок, адресных указателей, мемориальных досок и места их установки, основанный на общей концепции, разработанной в соответствии с

действующими в Ярославской области нормами и правилами, с учётом индивидуальных особенностей архитектуры конкретного здания, выполненный в масштабе М 1:50 – 1:200.

Проект комплексного оформления фасадов здания, строения должен быть представлен в виде альбома формата А4 или А3, который включает в себя:

- титульный лист;
- пояснительную записку;
- фотофиксацию фасадов здания, к которому предполагается присоединение рекламной конструкции, в существующем виде (до размещения) и фотомонтаж фасадов здания с размещением предполагаемых к размещению конструкций и уже ранее размещенными информационными и (или) рекламными конструкциями;
- местоположение объекта в структуре города (городского и сельского поселений) с планом размещения рекламных конструкций на фасадах здания с указанием типа и вида каждой конструкции;
- развертка фасадов здания с указанием мест предполагаемого размещения рекламных конструкций представляется полностью от отмостки до верхней точки кровли по высоте и крайних точек здания по ширине в ортогональной проекции с указанием типов, размеров, материалов и подсветки (внутренняя или внешняя);
- сведения о технических характеристиках конструкций, в том числе схемы крепления каждой конструкции.»

2. В пункте 2.1 раздела 2:

2.1. Подпункт 2.1.8 изложить в следующей редакции:

«2.1.8. Крышные установки – рекламные конструкции (объемные буквы, щитовые установки, световые короба) – индивидуальные рекламные конструкции, размещаемые на крышах зданий, строений, сооружений.

Элементы крепления крышной установки не должны выступать за периметр данной конструкции по бокам и сверху. Расстояние от крыши, парапета до нижнего края информационного поля крышной установки не должно превышать 1 м.

На крыше одного объекта может быть размещена только одна крышная установка с одной стороны здания, строения, сооружения, за исключением размещения на торговых, развлекательных центрах, кинотеатрах и офисных зданиях. Длина крышной установки, размещаемой на крыше объекта, не может превышать половины длины фасада здания, строения, сооружения, по отношению к которому она размещена. Информационное поле крышной установки, размещаемой на крыше объекта, располагается параллельно поверхности фасада объекта, по отношению к которой она установлена, выше линии карниза и (или) парапета объекта.

Высота крышной установки, размещаемой на крыше здания, строения, сооружения, не должна превышать размеров, приведенных в таблице:

Количество этажей в здании, строении, сооружении (цокольный этаж не учитывается)	Высота крышной установки (м)
1	не более 1,5
2 – 3	не более 1,8
3 – 5	не более 2,5
6 и выше	не более 4

2.2. Подпункт 2.1.10 изложить в следующей редакции:

«2.1.10. Настенные панно – рекламные конструкции, размещаемые на плоскости стен зданий, строений, сооружений, а также на движимом имуществе в виде конструкций, состоящих из рекламного изображения, смонтированного на каркасе со скрытым способом крепления или декоративным оформлением рекламно-информационного поля и элементов крепления поверхности (светового короба или объемных букв, элементов и (или) логотипа).

Настенные панно могут выполняться в двух вариантах: со сменным изображением и несменным.

На территории города Ярославля размещение настенного панно допускается только с использованием декоративного оформления рекламно-информационного поля и элементов крепления поверхности в виде светового короба или объемных букв, элементов и (или) логотипа.»

2.3. Абзац первый подпункта 2.1.14 изложить в следующей редакции:

«2.1.14. Уникальные рекламные конструкции.»

3. В разделе 3:

3.1. Пункт 3.3 дополнить абзацем следующего содержания:

«При установке рекламных конструкций необходимо учитывать архитектурный стиль прилегающей застройки.»

3.2. Пункт 3.10 изложить в следующей редакции:

«3.10. Рекламные конструкции на фасаде одного здания должны располагаться упорядоченно и комплексно с учетом:

- сохранения общего архитектурно-художественного решения (архитектурно-художественного образа, облика) фасадов здания (строения);
- единой высоты, толщины рекламных элементов;
- единых горизонтальных и вертикальных осей здания.»

3.3. В пункте 3.11:

3.3.1. В абзаце первом слова «архитектурному решению фасадов» заменить словами «архитектурно-художественному решению (архитектурно-художественному образу, облику) фасадов здания (строения)».

3.3.2. Дополнить абзацем следующего содержания:

«При размещении на плоскости стены здания, строения рекламной конструкции более 36 кв. м допускается размещение только одной конструкции на каждом фасаде здания, строения.»

3.4. Пункт 3.12 изложить в следующей редакции:

«3.12. Рекламные конструкции на торговых, офисных зданиях, строениях или культурно-развлекательных (торгово-развлекательных) центрах размещаются в соответствии с паспортом рекламного места, содержащим проект комплексного оформления фасадов здания, строения.».

3.5. В пункте 3.17:

3.5.1. Абзацы шестой и седьмой изложить в следующей редакции:

«- устанавливать рекламные конструкции, закрывающие ценные архитектурно-художественные элементы и детали зданий (в том числе колонны, пилястры, капители, карнизы, пояса, тяги, филенки, наличники, порталы входов, фронтоны, лопатки), архитектурно-художественный и скульптурный декор зданий (в том числе барельефы, акротерии, балюстрады, замковые камни, орнаментальные порезки, рустовку);

- устанавливать рекламные конструкции, закрывающие оконные и дверные проемы, а также витрины и панорамное остекление зданий, строений;».

3.5.2. Абзац двенадцатый изложить в следующей редакции:

«- при использовании проекционных установок использовать в качестве экрана для проекций фасады зданий, где имеются окна жилых помещений;».

3.5.3. Дополнить абзацем следующего содержания:

«- закрывать рекламной (рекламными) конструкцией (конструкциями) более пятидесяти процентов фасада здания, строения.».