Утверждено

постановлением временно

исполняющего полномочия

Главы Сергиево-Посадского

муниципального района

«\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2016 г.

ПРАВИЛА

УСТАНОВКИ И ЭКСПЛУАТАЦИИ ОБЪЕКТОВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ НА ТЕРРИТОРИИ СЕРГИЕВО-ПОСАДСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

1. Общие положения

1.1. Правила установки и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации на территории Сергиево-Посадского муниципального района Московской области (далее - Правила) приняты в целях осуществления надзора за процессом формирования благоприятной архитектурной и информационной среды, сохранения историко-градостроительного облика, упорядочения мест для установки и эксплуатации рекламных конструкций на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений Сергиево-Посадского муниципального района (далее – муниципальный район).

Настоящие Правила устанавливают требования к территориальной установке и эксплуатации объектов рекламы и информации (далее – рекламных конструкций), условия использования муниципального имущества для установки и эксплуатации рекламных конструкций, а также порядок осуществления контроля за соблюдением этих требований.

1.2. Соблюдение настоящих Правил обязательно для всех физических и юридических лиц, индивидуальных предпринимателей независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности, при установке и эксплуатации рекламных конструкций на территории муниципального района.

 1.3. Правила разработаны в соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», Федеральным законом от 06.10.2003 №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Федеральным законом от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании», законом Московской области от 30.12.2014 №191/2014-ОЗ «О благоустройстве в Московской области», Уставом муниципального образования «Сергиево-Посадский муниципальный район Московской области», Положением о порядке размещения наружной рекламы на территории Сергиево-Посадского муниципального района Московской области, утвержденным Решением Совета депутатов Сергиево - Посадского муниципального района от 29.05.2013 №36/11-МЗ, Национальным стандартом Российской Федерации ГОСТ Р 520044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений, общие требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения»

2. Типы рекламных конструкций

Рекламными конструкциями в рамках настоящих Правил в соответствии с требованиями Федерального закона от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" признаются щиты, стенды и иные технические объекты стабильного территориального размещения, установленные на земле или на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также на остановочных павильонах общественного транспорта и других объектах благоустройства, установленные на территории Сергиево-Посадского муниципального района.

На размещение рекламных конструкций требуется оформление установленной федеральным законодательством и нормативными правовыми актами Сергиево-Посадского муниципального района разрешительной документации.

2.1. Типы рекламных конструкций

Рекламные конструкции на объектах благоустройства

2.1.1. Рекламные конструкции на остановочных павильонах общественного транспорта - рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах остановочных павильонах общественного транспорта. Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на остановочных павильонах общественного транспорта составляет 1,2 x 1,8 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции на остановочных павильонах общественного транспорта определяется общей площадью двух его сторон. Рекламные конструкции на остановочных павильонах общественного транспорта должны быть с внутренним подсветом, оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.1.2. Информационно-коммуникационный указатель – отдельно стоящие рекламные конструкции, размещаемые на объектах благоустройства городской инфраструктуры с внутренним подсветом. Опорная стойка – стальная профильная труба круглого сечения, установленная на заглубленный или незаглубленный фундамент. В случае незаглубленного фундамента, он в обязательном порядке облицовывается композитным материалом по специальной форме, соответствующей дизайну указателя или выполняется в виде чугунного литья. Облицовка выполняется из алюминия, пластика или композитного материала. Остекление – акриловое стекло. Размер рекламного изображения 1,2 х 1.8 м. Указатели должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.1.3. Информационно-ориентирующий модульные указатели – отдельно стоящие на земле рекламные конструкции, состоящие из незаглубленного фундамента, каркаса и модулей для размещения информации о местах расположения субъектов малого и среднего предпринимательства, предприятий, учреждений, памятников архитектуры и социально значимых городских объектов. Указатели представляют собой одностороннюю или 2-х стороннюю модульную конструкцию, выполненную в виде изогнутых пластиковых светопрозрачных пластин разной высоты, размещаемых на общей несущей раме, имеющие внутренний подсвет. Размер информационного поля составляет: длина – 0,9-1,2 м, высота 0,2-1,125 м. Указатели должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Отдельно стоящие рекламные конструкции

(размещаемые на земельных участках)

2.1.4. Сити-форматы - двухсторонние рекламные конструкции малого формата с двумя информационными полями, располагаемые на тротуарах или на прилегающих к тротуарам газонах. Размер информационного поля рекламной конструкции сити-формата составляет 1,2 x 1,8 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции сити-формата определяется общей площадью двух его сторон. Фундаменты рекламных конструкций сити-формата не должны выступать над уровнем тротуара. Рекламные конструкции сити-формата должны иметь внутренний подсвет, быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.1.5. Панель-кронштейны – отдельно стоящие, крепящиеся на стене здания или опорах освещения рекламные конструкции. Размер информационного поля рекламной конструкции панель-кронштейна составляет 1,2 x 1,8 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции панель-кронштейн определяется общей площадью двух его сторон. Рекламная конструкция панель-кронштейн должны иметь внутренний подсвет, быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.1.6. Афишные тумбы - рекламные конструкции малого формата с внутренним подсветом, имеющие три внешние поверхности с информационными полями размером не более 1,4 м x 3 м для размещения рекламы. При установке афишных тумб общая высота конструкции не должна превышать 3,5 м. Афишные тумбы предназначены для размещения рекламы и информации исключительно о репертуарах театров, кинотеатров, спортивных и иных массовых мероприятиях, событиях общественного, культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера. Рекламные материалы, размещаемые на афишных стендах, могут содержать информацию о спонсорах соответствующих мероприятий.

Площадь информационного поля рекламной конструкции определяется общей площадью трех их сторон. Фундаменты афишных тумб не должны выступать над уровнем земли. Афишные тумбы должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.1.7. Пиллар - рекламные конструкции малого формата с внутренним подсветом, имеющие три внешние поверхности с информационными полями размером не более 1,4 м x 3 м для размещения рекламы. При установке пиллара общая высота конструкции не должна превышать 3,7 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции определяется общей площадью трех их сторон. Фундамент пиллара не должен выступать над уровнем земли. Пиллары должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.1.8. Сити-борды - рекламные конструкции среднего формата с внутренним подсветом, имеющие одну или две поверхности для размещения рекламы. Состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Площадь информационного поля сити-борда определяется общей площадью его эксплуатируемых сторон. Размер одной стороны информационного поля сити-борда составляет 3,7 x 2,7 м. Фундамент сити-борда не должен выступать над уровнем земли. Сити-борды должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.1.9. Щиты 6 x 3 м, 3 х 4 м, 2 х 3 м - щитовые рекламные конструкции среднего формата, имеющие внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Щиты состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля размером 6 x 3 м, 3 х 4 м, 2 х 3 м. Площадь информационного поля щита определяется общей площадью его сторон. Количество сторон щита не может быть более двух. Фундамент щита не должен выступать над уровнем земли. В исключительных случаях, когда заглубление фундамента невозможно, допускается размещение с частичным заглублением фундамента на 0,1 - 0,2 м при наличии бортового камня или дорожных ограждений. При этом они должны быть декоративно оформлены. Щиты, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону. При наличии внешнего подсвета, щиты должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.1.10. Суперсайты - щитовые рекламные конструкции большого формата, имеющие внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Суперсайты состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Размер одной стороны информационного поля суперсайта может составлять 12 x 4 м, 12 х 5 м, 15 x 5 м. Площадь информационного поля суперсайта определяется общей площадью его сторон. Количество сторон у суперсайтов не может быть более трех. Фундамент суперсайта не может выступать над уровнем земли. Суперсайты, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону. При наличии внешнего подсвета, суперсайты должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.1.11. Светодиодные экраны – рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображений на плоскости экрана за счет излучения светодиодов, ламп или иных источников света или светоотражающих элементов. Экраны могут размещаться как в виде отдельно стоящих конструкций, так и в виде конструкций, размещаемых на стенах зданий и сооружений. Габаритные размеры информационного поля светодиодного экрана согласуется в каждом конкретном случае. Фундамент светодиодного экрана не должен выступать над уровнем земли. Светодиодный экран должен иметь декоративно оформленную обратную сторону. Светодиодный экран должен быть оборудован системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.1.12. Флаговые композиции (тип Флагшток) – отдельно стоящие на земле рекламные конструкции, состоящие из фундамента и металлической или пластиковой стойки на которой поднимается флаг. Габаритные размеры флагштока определяются в каждом конкретном случае индивидуально. Размер и пропорции флага подбираются в зависимости от высоты флагштока. Фундамент флагштока не должен выступать над уровнем земли.

2.1.13. Строительные сетки – временные рекламные конструкции в виде изображения на сетках, ограждающие объекты строительства, разработанные по индивидуальным проектам. Рекламоноситель закрепляется на металлической раме, смонтированной на стене здания по контуру рекламного поля. Крепление рамы к стене производится пластиковыми дюбелями, либо анкерными болтами. Рама может иметь различные конфигурации в зависимости от устройства фасада здания и способа крепления рекламного полотна. При расположении сетки на строительных лесах, крепление полотна осуществляется к вертикальным и горизонтальным натяжителям, смонтированным непосредственно на конструкции лесов. Размеры сеток ограничены размерами стены здания, либо размерами строительных лесов.

При наличии внешнего подсвета, строительный сетки должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.1.14. Перетяжки – отдельно стоящие рекламные конструкции состоящие из опор, устройств крепления, устройств натяжения и информационного изображения. Перетяжки подразделяются на неосвещенные и световые (в том числе гирлянды). Световые перетяжки должны иметь устройство аварийного отключения от сетей электропитания. Габаритные размеры перетяжки определяются в каждом конкретном случае индивидуально. Фундамент опор перетяжки не должен выступать над уровнем земли.

2.1.15. Декоративные ограждения с рекламным изображением (тип Мультиборд) – отдельно стоящие на земле рекламные конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения рекламы и состоящие из фундамента, каркаса и наборных вертикальных информационных полей, расположенных под углом к движению. Установка мультибордов возможна вдоль крупных автомагистралей. Габаритные размеры мультибордов определяются в каждом конкретном случае индивидуально на основании согласованного проекта. Мультиборды должны иметь декоративно оформленную обратную сторону, устройство аварийного отключения от сетей электропитания. Фундамент опор мультибордов не должен выступать над уровнем земли. При наличии внешнего подсвета, мультиборды должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Рекламные конструкции, присоединяемые к объектам

недвижимости (зданиям, сооружениям)

2.1.16. Крышные рекламные конструкции в виде отдельных букв и логотипов (далее - крышные рекламные конструкции) - рекламные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше, выполненные по индивидуальному проекту, состоящие из следующих элементов:

- информационное поле (текстовая часть) - буквы, буквенные символы, аббревиатура, цифры;

- художественные элементы (логотипы, знаки и др.);

- элементы крепления (пространственная решетка).

Информационное поле и художественные элементы должны быть оборудованы только внутренней подсветкой.

Высота крышной рекламной конструкции должна быть:

- не более 1,8 м для 1-3-этажных объектов;

- не более 3,0 м для 4-7-этажных объектов;

- не более 4,0 м для 8-12-этажных объектов;

- не более 5,0 м для 13-17-этажных объектов;

- не более 6,0 м для объектов, имеющих 18 и более этажей.

На здании, строении или сооружении может размещаться только одна крышная рекламная конструкция, за исключением размещения крышных рекламных конструкций на торговых, развлекательных центрах, кинотеатрах.

Запрещается размещение крышной рекламной конструкции на крышах зданий, строений, сооружений, являющихся объектами культурного наследия, выявленными объектами культурного наследия, а также на крышах жилых домов, в том числе многоквартирных домов.

Элементы крепления крышной рекламной конструкции не должны выступать за периметр данной конструкции по бокам и сверху.

Для крышных рекламных конструкций в виде отдельных букв и логотипов в обязательном порядке разрабатывается рабочая проектная документация в целях обеспечения безопасности при установке, монтаже и эксплуатации. Крышные рекламные конструкции в виде отдельных букв и логотипов должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания, должны иметь системы пожаротушения и соответствовать иным требованиям пожарной безопасности.

2.1.17. Щит настенный (брандмауер) – односторонняя настенная рекламная конструкция, имеющая внешнюю поверхность для размещения рекламы и состоящей из элементов крепления к стене, каркаса и рекламной поверхности с внутренним или внешним подсветом. Щит настенный выполняется по типовому или индивидуальному проекту. В обязательном прядке разрабатывается проект крепления конструкции с целью обеспечения безопасности при эксплуатации. При наличии внешнего подсвета, щит должен быть оборудован системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.1.18. Медиафасады - светопропускающие рекламные конструкции, размещаемые непосредственно на поверхности стен зданий, строений и сооружений или на металлокаркасе, повторяющем пластику стены (в случае размещения медиафасада на существующем остеклении здания, строения, сооружения), позволяющие демонстрировать информационные материалы. Медиафасады не должны нарушать внешний архитектурный облик поселений.

При размещении медиафасада на остекленных фасадах зданий в помещениях должны быть обеспечены нормируемые значения коэффициента естественного освещения в соответствии с действующими нормативами, подтвержденными расчетами в составе проектной документации. Яркость медиафасада в дневное/ночное время суток должна соответствовать нормируемым показателям установленного уровня суммарной вертикальной освещенности, а также учитывать функциональное назначение окружающей застройки. Негативные последствия избыточной яркости медиафасада должны также корректироваться с использованием технических и иных ограничителей. Размер медиафасада определяется индивидуально в зависимости от архитектуры здания на основании согласованного проекта.

Медиафасады должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Объемные рекламные конструкции,

выполненные по индивидуальным проектам

2.1.19. Объемные рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам, - рекламные конструкции, имеющие формат, отличный от иных форматов, предусмотренных настоящими Правилами.

К объемным рекламным конструкциям, выполненным по индивидуальным проектам, относятся объемно-пространственные конструкции - рекламные 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. Для изготовления объемной конструкции может быть использован пенопласт, пластик, стекло, дерево, металл и т.п. Модель и проект каждой объемной конструкции согласовывается Рабочей группой по решению вопросов формирования архитектурно-художественного облика муниципального района.

При наличии внутреннего или внешнего подсвета, объемные рекламные конструкции должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3. Требования к рекламным конструкциям

3.1. Общие требования

3.1.1. Рекламные конструкции, установленные на территории муниципального района, должны соответствовать внешнему архитектурному облику сложившейся застройки поселений.

3.1.2. Размещение рекламных конструкций осуществляется в соответствии со Схемой размещения рекламных конструкций, утвержденной постановлением Главы Сергиево-Посадского муниципального района Московской области.

3.1.3. На территории муниципального района разрешается размещение рекламных конструкций в соответствии с типами и видами рекламных конструкций допустимых к установке на территории Сергиево-Посадского муниципального района Московской области, утвержденных Решением Совета депутатов Сергиево-Посадского муниципального района Московской области от 30.01.2014 № 45/2. Размещение иных типов и видов рекламных конструкций не допускается.

3.1.4. Рекламные конструкции должны иметь маркировку с указанием рекламораспространителя и номера его телефона, а также номера рекламного места в соответствии со Схемой размещения рекламных конструкций. Маркировка должна размещаться под информационным полем. Размер текста должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств или тротуара.

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

- с помощью неподвижных полиграфических постеров (бумага, винил и др.);

- 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.

3.1.6. Рекламные конструкции должны быть спроектированы, изготовлены и установлены в соответствии со 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.).

3.1.7. 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.

3.1.8. Установка конструкций, расположенных на земельных участках, должна соответствовать требованиям нормативных актов по безопасности дорожного движения (ГОСТ Р 52044-2003).

3.1.9. Установка и эксплуатация рекламных конструкций или рекламных сообщений/изображений на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается.

3.1.10. 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, а также на тротуарах, если после их установки ширина прохода для пешеходов, а также для осуществления механизированной уборки составит менее 2 метров.

3.1.11. Запрещается размещение рекламных конструкций на наружных (уличных) поверхностях входов (выходов) подземных пешеходных переходов.

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

 3.1.13. Рекламные конструкции, размещаемые на территориях поселений с объектами культурного наследия, не должны нарушать требований законодательства Российской Федерации и Московской области в области сохранения, популяризации и охраны объектов культурного наследия федерального, регионального и местного (муниципального) значения.

Распространение наружной рекламы на объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, их территориях допускается в случаях и на условиях, которые предусмотрены Федеральным законом от 25.06.2002 № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации», с соблюдением требований к рекламе и ее распространению, установленных Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

3.1.14. Не допускается распространение наружной рекламы на объектах культурного наследия, включенных в реестр, а также на их территориях, за исключением территорий достопримечательных мест.

3.1.15. Требования пункта 3.1.14 настоящей статьи не применяются в отношении распространения на объектах культурного наследия, их территориях наружной рекламы, содержащей исключительно информацию о проведении на объектах культурного наследия, их территориях театрально-зрелищных, культурно-просветительных и зрелищно-развлекательных мероприятий или исключительно информацию об указанных мероприятиях с одновременным упоминанием об определенном лице как о спонсоре конкретного мероприятия при условии, если такому упоминанию отведено не более чем десять процентов рекламной площади (пространства). Требования к распространению на объектах культурного наследия, их территориях наружной рекламы указываются в охранном обязательстве собственника или иного законного владельца объекта культурного наследия в случае распространения наружной рекламы, предусмотренной настоящим пунктом.

3.2. Требования к содержанию и техническому

обслуживанию, внешнему виду рекламных конструкций

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

3.2.2. Требования к внешнему виду и надлежащему состоянию рекламных конструкций подразумевают:

- 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.

3.2.3. Собственник или иной законный владелец рекламной конструкции обязан мыть и очищать от загрязнения принадлежащие ему рекламные конструкции по мере необходимости, но не реже:

- двух раз в неделю рекламные конструкции на остановочных павильонах;

- двух раз в месяц другие конструкции малого формата (указатели с рекламными модулями, рекламные конструкции на киосках розничной торговли, сити-форматы, тумбы);

- одного раза в два месяца конструкции среднего формата (сити-борды);

- двух раз в год (в марте - апреле и августе - сентябре) для прочих рекламных конструкций, а также по поручениям Администрации Сергиево-Посадского муниципального района, Административно-технической инспекции (далее – АТИ).

3.2.4. Устранение повреждений рекламных изображений на рекламных конструкциях осуществляется их владельцами незамедлительно после выявления указанных фактов и (или) по предписаниям АТИ или Администрации Сергиево-Посадского муниципального района. В случае необходимости приведения конструкций в надлежащий вид их владельцы обязаны выполнить помывку и покраску конструкций.

3.2.5. Обеспечение надлежащего состояния внешнего вида конструкций.

Приведение рекламных конструкций в надлежащий вид осуществляется владельцами конструкций по мере необходимости, а в случае экстремальных погодных явлений (ураган, ливневый дождь, снегопад и т.п.), режим работ по устранению последствий неблагоприятных погодных явлений устанавливается в соответствии с указаниями оперативных служб Администрации Сергиево-Посадского муниципального района и факсограммами (телефонограммами) Администрации Сергиево-Посадского муниципального района

3.2.6. Внешний вид и дизайн всех видов рекламных конструкций должны соответствовать типами и видами рекламных конструкций допустимых к установке на территории Сергиево-Посадского муниципального района Московской области, утвержденных Решением Совета депутатов Сергиево-Посадского муниципального района от 30.01.2014 № 45/2.

4. Общие требования и порядок обеспечения безопасности

эксплуатации рекламных конструкций

4.1. Техническая экспертиза проектной документации

4.1.1. Проектирование, изготовление, монтаж, эксплуатация и утилизация рекламных конструкций, а также их частей должны соответствовать требованиям нормативных правовых актов Российской Федерации и Московской области.

4.1.2. Соответствие технической документации требованиям, указанным в п. 4.1.1 настоящих Правил, должно быть подтверждено заключением независимой экспертной организации.

4.1.3. Заключение независимой экспертной организации относительно проектной документации рекламных конструкций должно содержать следующую информацию:

а) подтверждение полноты и информативности рабочего проекта;

б) подтверждение правильности выбора конструкций и материалов;

в) подтверждение правильности выполненных расчетов;

г) подтверждение соблюдения в рабочем проекте требований технических регламентов и других применимых нормативных требований;

д) подтверждение наличия у проектирующей организации лицензий на право выполнения проектных работ, если такая лицензия требуется в соответствии с законодательством Российской Федерации, либо указание об отсутствии требования лицензирования такой деятельности;

з) в случае размещения рекламной конструкции на крыше здания, строения, сооружения заключение о несущих способностях крыши здания, строения, сооружения для установки рекламной конструкции;

ж) подтверждение наличия у проектирующей организации соответствующих свидетельств о допуске саморегулируемых организаций, а также наименование саморегулируемой организации;

и) заверенную нотариально либо оригинальной печатью независимой экспертной организации, выдающей экспертное заключение, копию лицензии такой независимой экспертной организации.

4.1.4. Возмещение вреда, причиненного вследствие недостатков работ по инженерным изысканиям, по подготовке проектной документации, осуществляется лицом, выполнившим такие работы. Независимая экспертная организация, выдавшая экспертное заключение, несет солидарную ответственность с владельцем рекламной конструкции за причинение третьим лицам вреда вследствие несоответствия технической документации требованиям действующих нормативных документов.

4.1.5. Собственник или иной законный владелец рекламной конструкции не вправе вносить изменения в утвержденную проектную документацию без согласования с организацией, проводившей ее экспертизу.

4.1.6. Расходы по проведению технической экспертизы проектной документации несет заявитель.

4.2. Установка и контроль соответствия установленных

рекламных конструкций проектной документации

4.2.1. Проверка и контроль состояния установленных рекламных конструкций проводится Администрацией Сергиево-Посадского муниципального района и Административно-технической инспекцией.

Проверка и контроль соответствия установленных рекламных конструкций проектной документации, требованиям технических регламентов и другим нормативным документам по поручению Администрации Сергиево-Посадского муниципального района проводится независимой экспертной организацией на основании договора, заключенного с Администрацией Сергиево-Посадского муниципального района в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации.

4.2.2. Строительно-монтажные и электротехнические работы по установке и эксплуатации рекламных конструкций должны выполняться в соответствии с проектной документацией организациями, имеющими в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации, соответствующие допуски саморегулируемых организаций на проведение такого рода работ.

4.2.3. Земляные работы для устройства фундаментов рекламных конструкций при их установке, проводятся на основании разрешения (ордера) на производство земляных работ, выданного органами местного самоуправления.

4.2.4. Сведения о необходимости занятия проезжей части дороги или улицы, или полосы отвода дороги и необходимости временного закрытия или ограничения движения при установке и эксплуатации рекламных конструкций должны быть предоставлены в УГИБДД ГУ МВД России по Московской области не менее чем за 15 календарных дней до начала работ, за исключением аварийных случаев, указанных в [пункте 3.2.5](#P209) Правил.

4.2.5. Монтаж рекламных конструкций на зданиях и сооружениях производится в присутствии представителей собственника или иного законного владельца соответствующего недвижимого имущества или после письменного уведомления его о проведении работ в срок, установленный договором между собственником или иным законным владельцем соответствующего недвижимого имущества и собственником или иным законным владельцем рекламной конструкции.

4.2.6. Производство строительно-монтажных и электротехнических работ проводится при наличии следующих документов:

- разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, оформленного в установленном порядке;

- ордера на выполнение земляных работ (в случае их проведения);

- разрешения на проведение работ, оформленного в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия, в случае установки рекламной конструкции на объекте культурного наследия, выявленном объекте культурного наследия.

4.2.7. Собственник или иной законный владелец конструкции обязан восстановить благоустройство территории и объекта размещения после установки (демонтажа) рекламных конструкций в сроки не более 7 суток.

4.2.8. Собственник или иной законный владелец конструкции несет ответственность за любые нарушения правил безопасности, а также за неисправности и аварийные ситуации, возникшие из-за нарушения им условий монтажа, демонтажа и эксплуатации рекламных конструкций.

4.2.9. За пять рабочих дней до начала строительно-монтажных работ по установке и демонтажу рекламных конструкций проинформировать Администрацию Сергиево-Посадского муниципального района о дате и времени проведения этих работ, а также в течение трех рабочих дней после завершения строительно-монтажных работ по установке рекламных конструкций, собственник или иной законный владелец конструкции обязан оформить акт сдачи в эксплуатацию рекламной конструкции и передать его в Администрацию Сергиево-Посадского муниципального района.

4.2.10. Проверка соответствия установленных рекламных конструкций проектной документации и требованиям технических регламентов и условий, и другим нормативным документам, проводится независимой экспертной организацией по договору, заключенному с Администрацией Сергиево-Посадского муниципального района в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации. Информация о несоответствии требованиям безопасности передается ежемесячно (а при аварийной ситуации - немедленно) в Администрацию Сергиево-Посадского муниципального района, АТИ, УГИБДД ГУ МВД России по Московской области.

4.2.11. При невозможности или нежелании владельца рекламной конструкции устранить выявленные недостатки, независимая экспертная организация в течение семи календарных дней с момента выявления недостатков, направляет предложение о демонтаже рекламной конструкции в Администрацию Сергиево-Посадского муниципального района.

4.2.12. В случае выявления рекламных конструкций с электронной технологией смены изображения, эксплуатирующихся с нарушением норм СанПиН 2.2.1/2.1.1.1278-03 "Гигиенические требования к естественному, искусственному и совмещенному освещению жилых и общественных зданий", по требованию Администрации Сергиево-Посадского муниципального района собственник или иной законный владелец рекламной конструкции обязан незамедлительно принять меры по устранению выявленных нарушений. В случае невозможности устранения выявленных нарушений собственник или иной законный владелец рекламной конструкции обязан изменить технологию смены изображения.

4.2.13. Информация о несоответствии введенных в эксплуатацию рекламных конструкций требованиям безопасности передается независимой экспертной организацией в срок не более одного месяца (а при аварийной ситуации - немедленно) в Администрацию Сергиево-Посадского муниципального района, АТИ, УГИБДД ГУ МВД России по Московской области.

5. Ответственность за нарушение настоящих Правил

5.1. За установку и (или) эксплуатацию рекламных конструкций без разрешения и (или) с нарушением требований нормативных правовых актов в сфере технического регулирования владельцы конструкций несут административную ответственность в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

5.2. Ответственность за содержание рекламных конструкций в ненадлежащем состоянии, за нарушение требований к внешнему виду рекламных конструкций и за другие нарушения настоящих Правил возлагается на владельцев рекламных конструкций (юридических лиц, должностных лиц, индивидуальных предпринимателей и физических лиц) в соответствии с законодательством Российской Федерации.

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