



**АДМИНИСТРАЦИЯ
БАГАНСКОГО РАЙОНА
НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ**

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

24.06.2024

№ 543

**Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории
Баганского района Новосибирской области**

В целях наведения порядка в части размещения рекламных конструкций на территории Баганского района, руководствуясь статьей 19 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ОЗ «О рекламе», Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Уставом Баганского района Новосибирской области, администрация Баганского района Новосибирской области

ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить схему размещения рекламных конструкций на территории Баганского района Новосибирской области согласно приложению.
2. Разместить данное постановление на официальном сайте администрации Баганского района Новосибирской области и опубликовать в периодическом печатном издании «Бюллетень органов местного самоуправления Баганского района».
3. Настоящее постановление вступает в силу с момента его официального опубликования
4. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на заместителя главы администрации Баганского района А.О. Бреус.

Исполняющий обязанности Главы
Баганского района Новосибирской области,
первый заместитель главы администрации
Баганского района Новосибирской области

Л.М. Пермякова

ПРИЛОЖЕНИЕ
УТВЕРЖДЕНА
постановлением администрации
Баганского района
Новосибирской области
от 24.06.2024 №543

СХЕМА
размещения рекламных конструкций
на территории Баганского района Новосибирской области

1. Цели настоящей Схемы размещения рекламных конструкций

1.1. Настоящая Схема размещения рекламных конструкций на территории Баганского района Новосибирской области (далее - Схема) устанавливает необходимые требования по обеспечению благоприятной визуально-рекламной территориальной среды для граждан, имущества физических или юридических лиц, государственного или муниципального имущества при размещении, эксплуатации и утилизации рекламных конструкций на территории Баганского района Новосибирской области. Определяет соответствие размещения наружной рекламы архитектурному облику сложившейся застройки.

2. Сфера применения Схемы

2.1. Настоящая Схема регулирует отношения, возникающие при распространении наружной рекламы с использованием щитов, стендов, перетяжек, электронных табло и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), эксплуатации, техническом обслуживании, модернизации и оценке соответствия размещения рекламных конструкций.

2.2. Настоящая Схема распространяется на рекламные конструкции, расположенные на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений и сооружений или вне их.

2.3. Настоящая Схема устанавливает обязательные для применения и исполнения требования к объектам и субъектам визуально-рекламного регулирования, указанным в настоящей Схеме.

2.4. Содержащиеся в настоящей Схеме обязательные требования к объектам и субъектам визуально-рекламного регулирования являются исчерпывающими, имеют прямое действие на всей территории Баганского района Новосибирской области и могут быть изменены только путем внесения изменений и дополнений в настоящую Схему.

2.5. Настоящая Схема основана на принципах:

- унификации дизайна и мест стабильного размещения рекламных конструкций;
- комплексного размещения рекламных конструкций в территориальной среде;

- сохранения и обогащения архитектурного облика Баганского района Новосибирской области.

3. Объекты и субъекты визуально-рекламного регулирования

3.1. Объектами визуально-рекламного регулирования настоящей Схемы являются рекламные конструкции вне зависимости от страны изготовления, а также процессы размещения, монтажа, эксплуатации и модернизации рекламных конструкций, а также процессы оценки рекламных конструкций.

3.2. Субъектами визуально-рекламного регулирования настоящей Схемы являются администрация Баганского района Новосибирской области, уполномоченные органы и лица, участвующие в процессах размещения и утилизации рекламных конструкций, а также в процессах оценки состояния рекламных конструкций.

4. Основные понятия

Для целей настоящей Схемы используются следующие основные понятия:

4.1. Наружная реклама (по тексту допустимо - рекламные конструкции) - щитовые конструкции, стенды, тумбы, панели-кронштейны, настенные панно, перетяжки, электронные табло, проекционные, лазерные и иные технические средства, конструкции с элементами ориентирующей информации, информирующие о маршрутах движения и находящихся на них объектах, арки, порталы, рамы с рекламной информацией и иные технические средства стабильного территориального размещения, функционально предназначенные для размещения на них рекламной информации, в том числе на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений и сооружений.

4.2. Рекламная поверхность - поверхность рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы.

4.3. Ответственный за эксплуатацию - лицо, эксплуатирующее рекламную конструкцию и несущее ответственность за выполнение требований эксплуатационной документации, а также требований технической безопасности при эксплуатации рекламных конструкций.

4.4. Эксплуатация - стадия жизненного цикла рекламной конструкции, на которой осуществляется использование рекламной конструкции по назначению, ее техническое обслуживание, наладка, модернизация и ремонт.

4.5. Срок службы рекламной конструкции - установленный проектной документацией период, в течение которого рекламная конструкция может эксплуатироваться.

5. Категории и виды рекламных конструкций, обязательные требования к оформлению.

5.1. По площади рекламного поля отдельно стоящие рекламные конструкции подразделяются на следующие категории:

- малогабаритные рекламные конструкции с площадью одного рекламного поля (стороны) менее 6 кв. м;

- крупногабаритные рекламные конструкции с площадью одного рекламного поля (стороны) от 6 кв. м до 18 кв. м включительно;

5.2. По виду и месту расположения рекламные конструкции подразделяются на следующие категории:

- отдельно стоящие рекламные конструкции - стационарные наземные рекламные конструкции на собственных опорах;

- рекламные конструкции, располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений и сооружений, остановочных пунктов движения общественного транспорта;

- рекламные конструкции, располагаемые на столбах освещения, опорах контактной сети.

5.3. Под элементами уличной мебели, совмещенными с рекламными конструкциями, понимаются павильоны ожидания городского пассажирского транспорта, указатели остановок городского пассажирского транспорта, уличные скамьи, урны для мусора, уличные часы, таксофонные кабины, терминалы, элементы ограждения пешеходного движения, оснащенные рекламными панелями площадью не более 2,5 кв. м, при условии, что площадь рекламного поля (стороны) не превышает двух третей площади всего информационного поля (стороны) элемента уличной мебели (в случае наличия на элементе уличной мебели одновременно с рекламным полем (стороной) также поля (стороны) для размещения иной информации).

5.4. Под рекламными конструкциями индивидуальных проектов понимаются отдельно стоящие рекламные конструкции, одновременно отвечающие следующим требованиям:

- рекламная конструкция имеет формат, отличный от форматов, перечисленных в пунктах Схемы;

- рекламные конструкции, установленные в непосредственной близости от предприятия и связанные с ним единым архитектурно-пространственным решением;

- рекламные конструкции предназначенные исключительно для информирования о месте нахождения конкретного предприятия и/или оказываемых им услугах (виде деятельности).

5.5. Под информационными щитами, стендами, тумбами понимаются соответственно рекламные конструкции, удовлетворяющие одновременно следующим условиям:

- щит, стенд, тумба принадлежат муниципальным предприятиям, учреждениям, организациям Баганского района;

- щит, стенд, тумба используются для размещения информации, освещающей наиболее важные общегородские проекты, связанные с различными сферами деятельности, значимыми событиями, праздничным оформлением;

- размещение на щите, стенде, тумбе вышеуказанной информации осуществляется на основании решений или договоров администрации Баганского района Новосибирской области;

- работы по изготовлению и установке щита, стенда, тумбы финансируются за счет средств муниципальных предприятий, учреждений, организаций либо за счет бюджета.

Обязательным требованием к оформлению для всех категорий рекламных конструкций является:

-соответствие параметров рекламных конструкций требованиям безопасности при проектировании, монтаже, эксплуатации и обслуживании, согласно действующему законодательству.

- наличие маркировки с указанием рекламодателя и номера его телефона (маркировка должна быть размещена под информационным полем, размер текста должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств).

6. Требования к размещению вновь устанавливаемых отдельно стоящих рекламных конструкций на территории муниципального образования Ордынский район Новосибирской области

6.1. Унификация видов рекламных конструкций, мест и приемов их размещения с учетом характерных типов средовых ситуаций (угол, перекресток, квартал, магистраль, транспортная развязка и т.п.).

6.2. Упорядоченное размещение рекламных конструкций относительно основных архитектурно-планировочных элементов и относительно друг друга.

6.3. Координация рекламных плоскостей рекламных конструкций в соответствии с планировочными осями.

6.4. Рациональная группировка и рассредоточение рекламных конструкций на основе пространственного ритма, принципа парности, единства вида, соподчиненности рекламоносителей различных видов и форматов.

6.5. Основными местами размещения наземных рекламных конструкций являются:

- для малогабаритных рекламных конструкций - газоны обочин дорог, пешеходные зоны;

- для крупногабаритных рекламных конструкций - газон, разделительные полосы магистралей, полосы у обочин шоссейных дорог, зоны транспортных развязок;

Места расположения наземных рекламных конструкций должны соответствовать 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»

Наземные рекламные конструкции не должны ограничивать видимость технических средств организации дорожного движения, уменьшать габарит инженерных сооружений, а так же не должны быть размещены:

- на опорах, в створе и водном сечении с дорожными знаками;

- на аварийно-опасных участках дорог, мостах;

- на участках автомобильных дорог и улиц с высотой насыпи земляного полотна более 2 м;

- на дорожных ограждениях и направляющих устройствах, а так же природных объектах;

- ближе 25 м от остановок маршрутных транспортных средств, на пешеходных переходах и пересечениях автомобильных дорог в одном уровне, а также на расстоянии менее 150 м от них вне населенных пунктов, 50 м — в населенных пунктах;

- сбоку от автомобильной дороги или улицы на расстоянии менее 10 м от бровки земляного полотна автомобильной дороги вне населенных пунктов и на расстоянии менее 5 м от бровки земляного полотна автомобильной дороги (бордюрного камня) — в населенных пунктах;
- сбоку от автомобильной дороги или улицы на расстоянии менее высоты средства наружной рекламы, если верхняя точка находится на высоте более 10 м или менее 5 м над уровнем проезжей части.

На автомобильных дорогах нижний край рекламного щита или крепящих его конструкций размещают на высоте не менее 2,0 м от уровня поверхности участка, на котором расположено средство размещения рекламы, а на территории городских и сельских поселений — на высоте не менее 4,5 м.

6.6. Отдельно стоящие рекламные конструкции (за исключением рекламных конструкций индивидуальных проектов, элементов уличной мебели, совмещенных с рекламными конструкциями, а также конструкций, используемых исключительно для размещения городской некоммерческой информации, и городских информационных щитов, стендов, тумб) должны иметь размеры рекламных полей (сторон) в соответствии с таблицей 1.

Таблица 1

Ширина рекламного поля (сторон), м	0,8	0,9	1,2	1,4	2,4	3,6	3,0	6,0	12,0	12,0	24,0
Высота рекламного поля, м	1,2	1,6	1,8	3,0	1,8	2,6	1,8	3,0	3,0	5,0	5,0

6.7. На одной улице (площади) устанавливаются рекламные конструкции, сохраняющие между собой стилистическое единство.

6.8. 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 среднего и крупногабаритного формата малой/нормальной/увеличенной высоты - 80/100/150 метров;
- для рекламных конструкций малогабаритного формата малой/нормальной/увеличенной высоты - 30/40/50 метров.

6.9. Расстояние между двумя рекламными конструкциями разного формата в одном направлении движения не может быть менее расстояния, предусмотренного для рекламной конструкции меньшего формата.

6.10. Размещение элементов уличной мебели, совмещенных с рекламными конструкциями, рекламных конструкций с рекламной плоскостью, расположенной вдоль направления движения транспорта, рекламных конструкций, расположенных по разные стороны проезжих частей улиц,

магистралей, рекламных конструкций, используемых исключительно для размещения территориальной некоммерческой информации, а также информационных щитов, стендов, тумб допускается без соблюдения требований, установленных в пунктах настоящей Схемы, по согласованию с отделом строительства и дорожного комплекса администрации Баганского района Новосибирской области.

6.11. Рекламные конструкции, размещаемые на конструктивных элементах зданий и сооружений, не могут нарушать архитектурный и художественный облик здания, сооружения, создавать помехи для очистки кровель от снега и льда.

Во избежание искажения целостности восприятия архитектуры зданий запрещается установка и эксплуатация на главных фасадах зданий крупноформатных щитовых и баннерных рекламных конструкций рекламы и информации, закрывающих значительную часть фасада здания, остекление витрин и окон, архитектурные детали и декоративное оформление. Предпочтение отдается рекламным конструкциям со сменным рекламно-информационным полем или светодинамическим конструкциям.

6.12. Перед фасадом крупных торговых центров могут быть установлены рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам, уличная мебель с информацией об арендаторах или услугах торгового центра, улучшающие благоустройство прилегающих территорий, при соблюдении следующих условий:

- число арендаторов превышает возможность размещения вывесок на фасаде здания;

- на памятниках культуры, истории, архитектуры запрещено размещать более одной вывески.

7. Требования к дизайну, колористике, подсветке

1. При размещении рекламных конструкций учитывается архитектурная среда поселения. Рекламные конструкции, а также рекламные и информационные изображения, размещаемые на них, соответствуют контексту градостроительной ситуации, улучшая визуальный образ, подчеркивая индивидуальность сложившейся застройки. Основные критерии, по которым обеспечивается наиболее полное соответствие:

колористика - для оформления рекламных конструкций используются цвета, сочетающиеся с окружающим фоном;

стилистика окружающей среды - при проектировании рекламных конструкций учитывается пластика архитектуры, ее исторические особенности;

пропорции и масштаб - размеры рекламных конструкций и элементов изображений соответствуют размерам окружающих объектов, учитывают особенности их архитектуры;

структура - при размещении рекламных конструкций учитывается существующая в архитектурной среде структура, периодичность с целью формирования целостного восприятия территориального пространства.

7.2. Дизайн наземных рекламных конструкций согласовывается с отделом архитектуры, строительства и жилищно-коммунального хозяйства администрации Баганского района Новосибирской области.

7.3. Цветовое решение наземных рекламных конструкций должно отвечать сложившейся колористике территориальной среды поселений Баганского района Новосибирской области:

- гармонировать с архитектурно-пространственным окружением и другими элементами благоустройства и оборудования, улучшая территориальную среду;
- иметь нейтральный унифицированный характер на основе ограниченного числа колеров, согласованных с отделом архитектуры, строительства и жилищно-коммунального хозяйства администрации Баганского района Новосибирской области.

7.4. В целях наиболее корректного включения рекламных конструкций, поддерживающих колористику территориальной среды поселений Баганского района Новосибирской области, рекомендуется:

- использование более светлых нейтральных тонов окраски для рекламных конструкций, расположенных в крупных открытых пространствах, в общественно-деловых зонах, зонах историко-культурного назначения;
- использование более темных нейтральных тонов окраски для рекламных конструкций, расположенных в условиях плотной застройки, вблизи садово-парковых объектов, на фоне зеленых насаждений.

7.5. Основными цветами рекомендуются:

- для малогабаритных рекламных конструкций, устанавливаемых в районах исторической застройки, - нейтральные тона, сочетаемые с тоном окружающей архитектурной среды.
- для средних и крупногабаритных рекламных конструкций – светлые нейтральные тона, сочетаемые с тоном окружающей архитектурной среды.

7.6. В границах перекрестка, квартала, локальной архитектурно-планировочной ситуации цветовое решение наземных рекламных конструкций должно иметь единый упорядоченный характер.

7.7. Для малогабаритных рекламных конструкций рекомендуется предусмотреть внутреннюю подсветку рекламного поля, при наличии технических условий.

Для средних и крупногабаритных рекламных конструкций рекомендуется предусмотреть систему наружной или внутренней подсветки рекламного поля, при наличии технических условий.

Подсветка должна обеспечивать равномерную освещенность рекламного поля, читаемость информации, комплексное световое решение территориальной среды в вечернее и ночное время.

7.8. Подсветка наземных рекламных конструкций должна быть согласована с решением художественной подсветки фасадов отдельных зданий, улиц, площадей, сооружений, объектов монументально-декоративного искусства, ландшафтных объектов, не ухудшать эстетических характеристик и условий целостного визуального восприятия архитектурной среды.

8. Зонирование территории Баганского района Новосибирской области, определяющее возможность размещения рекламных конструкций.

8.1. С целью дифференциации подходов к размещению рекламных конструкций рекламы и информации, территория муниципального образования представлена следующими зонами:

8.1.1. "РЕКРЕАЦИОННЫЕ ЗОНЫ"

К этим зонам относятся природные территории - места отдыха и досуга населения (парки, скверы и т.п.).

В рекреационных зонах поселений реклама запрещена вообще. Исключение составляют лишь уличная мебель, рекламные конструкции по индивидуальным проектам при согласовании с отделом строительства и дорожного комплекса администрации Баганского района Новосибирской области.

Не допускается размещение рекламных конструкций на стационарных оградах архитектурных ансамблей, парков, скверов.

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

8.1.2. "ОБЩЕСТВЕННО-ДЕЛОВАЯ ЗОНА"

К этой зоне относятся:

- улицы и площади с преимущественно общественной застройкой, открытые пространства и площади, территории вблизи крупных торговых центров, торгово-развлекательных и развлекательных заведений, офисных зданий и т.п.;

- улицы и площади вблизи административных зданий, учебных заведений и т.д.;

- улицы и площади вблизи объектов культурного значения, таких как вокзалы, автовокзалы, гостиницы, музеи, Дома культуры и т.п.;

Размещаются конструкции (0,8 x 1,2; 1,2 x 1,8; 2,4 x 1,8; 3,0 x 1,4; 3,0 x 1,8; 3,6 x 2,6; 6 x 3), уличная мебель, индивидуальные проекты.

8.1.3. "ЗОНА ПЕРСПЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ"

К этим зонам относятся:

- въезды в поселения, автодороги, магистрали межселенного назначения, а также улицы (500 метров до и после установленной городской черты), при движении по которым у транзитных пассажиров складывается общее впечатление о поселениях Баганского района Новосибирской области

- территории застройки микрорайонов поселений Баганского района Новосибирской области

- территории, на которых расположены промышленные предприятия, складские, производственные помещения и т.п.

В этой зоне целесообразно использовать не только крупноформатные рекламные конструкции, но и использовать пространство для установки рекламных конструкций по индивидуальным проектам при формировании позитивного имиджа поселений.

Размещаются конструкции (0,8 x 1,2; 1,2 x 1,8; 2,4 x 1,8; 3,0 x 1,4; 3,0 x 1,8; 3,6 x 2,6; 6 x 3), особо крупные форматы (при возникновении градостроительной ситуации - по согласованию), уличная мебель, индивидуальные проекты.

8.2. Особенности определения границ зон.

Границы зон для магистралей, дорог и улиц проходят по фасадам и торцам зданий и сооружений первой линии застройки.

При стыке двух зон граница проходит по фасадам и торцам зданий и сооружений первой 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.

8.3. Приоритетность зон (в порядке убывания):

- а) рекреационные зоны;
- б) общественно-деловая зона;
- в) зона перспективного развития территорий.

9. Ограничение по размещению рекламных конструкций

9.1. Не допускается размещение рекламных конструкций (всех видов) на зданиях, представляющих архитектурную и (или) историческую ценность, перечень которых определяется в соответствии с действующими нормативными правовыми актами.

9.2. По улице в пределах одного и более кварталов рекламные конструкции устанавливаются одного типоразмерного ряда, по одной оси. В случае невозможности установки по одной оси конструкция заменяется на меньший формат.

В пределах одной улицы по разные стороны проезжей части рекламные конструкции устанавливаются в шахматном порядке.

9.3. Не допускается размещать средства наружной рекламы ближе 100 м:

- от храмовых сооружений;
- от учреждений культуры, образования;
- от мест общепоселковых захоронений;
- от мемориальных комплексов и объектов;
- от объектов культурного наследия федерального, областного и муниципального значения.

Исключения составляют собственные информационные конструкции перечисленных предприятий и учреждений на собственных или арендуемых объектах недвижимости либо на собственных или арендуемых земельных участках. Необходимо проект рекламных конструкций согласовать с отделом строительства и дорожного комплекса администрации Баганского района Новосибирской области.

10. Переходные положения

10.1. Требования к территориальному размещению рекламных конструкций распространяются на рекламные конструкции, размещенные до вступления в силу настоящей Схемы.

10.2. Рекламные конструкции, размещенные с нарушением территориального размещения, нормативных расстояний, или конструкции, находящиеся в ненадлежащем состоянии, должны быть демонтированы в течение одного года с момента вступления в силу настоящей Схемы.

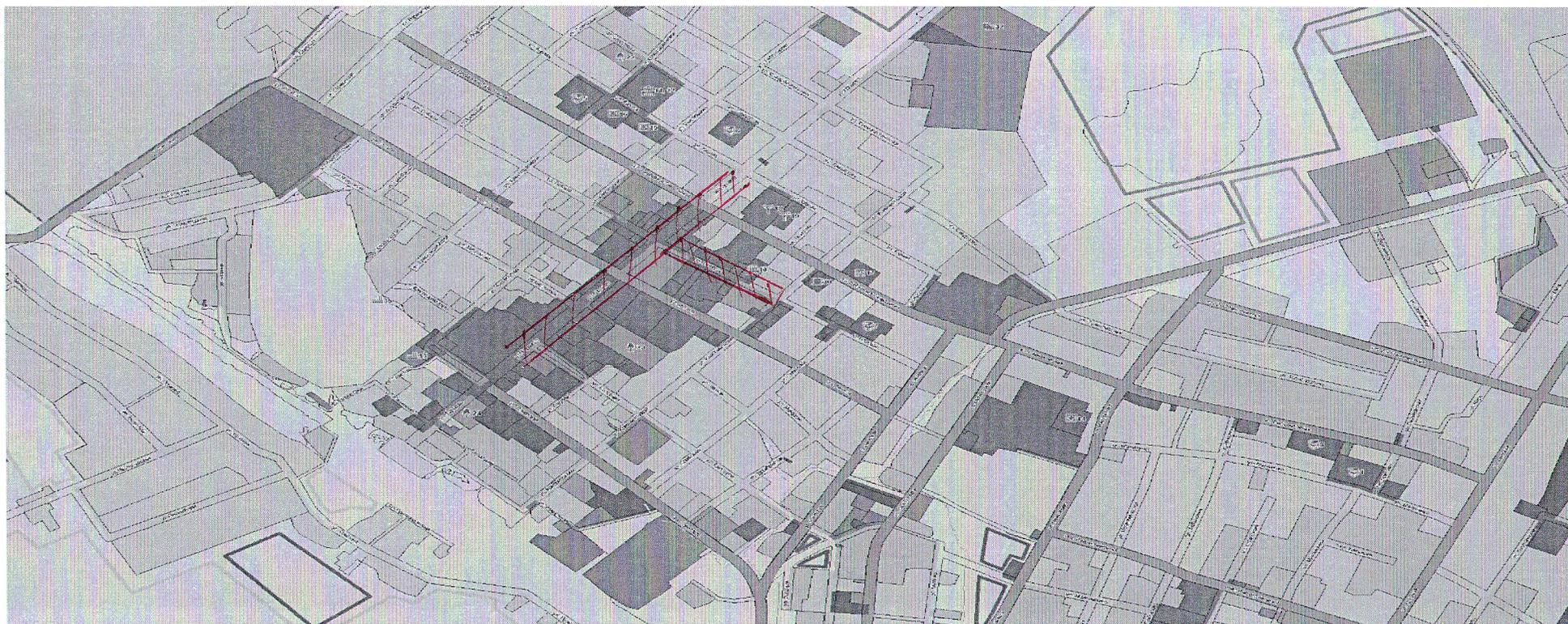
Рекламные конструкции, размещенные с нарушением требований настоящей Схемы, должны быть приведены в соответствие с типоразмерным рядом согласно требованиям Схемы по окончании срока договоров, заключенных до вступления в силу Схемы.

10.3. При проведении модернизации или изменении территориального размещения рекламных конструкций, произведенных и размещенных до вступления в силу настоящей Схемы, должны соблюдаться требования настоящей Схемы.

11. Графическая часть

ПРИЛОЖЕНИЕ № 1
к постановлению администрации
Баганского района
Новосибирской области
от 24.06.2024 №543

с. Баган Баганского района Новосибирской области



ПРИЛОЖЕНИЕ № 2
к постановлению администрации
Баганского района
от 24.06.2024 №543
Новосибирской области

с. Баган Баганского района Новосибирской области

