**АДМИНИСТРАЦИЯ ОРЛОВСКОГО РАЙОНА
КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

**от «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ 2015 г. №\_\_\_\_**

**ОБ УТВЕРЖДЕНИИ "ГЕНЕРАЛЬНОЙ СХЕМЫ РАЗМЕЩЕНИЯ СРЕДСТВ**

**НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ НА ТЕРРИТОРИИ МУНИЦИПАЛЬНОГООБРАЗОВАНИЯ ОРЛОВСКИЙ РАЙОН**

**НА ПЕРИОД 2015 - 2020 ГОДОВ"**

г. Орлов

В соответствии с Федеральным законом от 06 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», Федеральным законом от 07 мая 2013 года № 98-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» и отдельные законодательные акты Российской Федерации», ГОСТом Р 52044-2003 от 22 апреля 2003 года «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений», Постановлением Правительства Кировской области от 28 ноября 2012 № 183/718 «О размещении наружной рекламы на земельных участках и объектах недвижимого имущества, находящихся в собственности Кировской области», на основании Устава Орловского муниципального района, администрация Орловского района ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить прилагаемую генеральную схему размещения средств наружной рекламы и информации на территории муниципального образования Орловский район на период 2015 – 2020 годов.

2. Утвердить карты размещения рекламных конструкций в соответствии с приложением № 1 к "Генеральной схеме размещения средств наружной рекламы и информации на территории муниципального образования Орловский район на период 2015 - 2020 годов".

3. Управляющему делами администрации Орловского района Н.Е. Тебенькову опубликовать настоящее постановление на официальном сайте администрации Орловского района в сети Интернет.

4. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на заместителя главы администрации Орловского района, начальника управления по вопросам жизнеобеспечения, архитектуры и градостроительства администрации Орловского района А.Г. Бисерова.

5. Настоящее постановление вступает в силу с момента его официального опубликования.

Глава администрации

Орловского района М.В. Шишкина

Утверждена

постановлением администрации

Орловского муниципального района

от «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_ 2015 г. №\_\_\_

**ГЕНЕРАЛЬНАЯ СХЕМАРАЗМЕЩЕНИЯ СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ**

**И ИНФОРМАЦИИНА ТЕРРИТОРИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**ОРЛОВСКИЙ РАЙОН НА ПЕРИОД 2015 - 2020 ГОДОВ**

Статья 1. Общие положения

1. Генеральная схема размещения средств наружной рекламы и информации на территории муниципального образования Орловский район на период 2015 - 2020 годов (далее - Схема) разработана в соответствии с Конституцией Российской Федерации, Градостроительным кодексом Российской Федерации, Федеральными законами "О рекламе", "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации", Уставом муниципального образования Орловский район и иными нормативными правовыми актами.

2. Средства наружной рекламы и информации и их территориальное размещение должны соответствовать требованиям технических регламентов. При отсутствии технических регламентов применяются требования, установленные строительными нормами и правилами, а также ГОСТ Р 52044-2003 "Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях районных и сельских поселений. Общие требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения", в части, не противоречащей Федеральному закону "О рекламе".

3. Настоящая Схема размещения средств наружной рекламы и информации разработана в целях организации на высоком художественно-эстетическом уровне внешнего благоустройства района, обеспечения благоприятной визуально-рекламной среды для граждан, имущества физических или юридических лиц, государственного или муниципального имущества при размещении, эксплуатации и утилизации рекламных конструкций, обеспечения эффективного использования средств наружной рекламы и информации, определения соответствие размещения наружной рекламы архитектурному облику сложившейся застройки на территории муниципального образования Орловский район

Статья 2. Сфера применения Схемы

1. Настоящая Схема устанавливает требования к территориальному размещению, внешнему исполнению и техническим характеристикам средств наружной рекламы и информации на территории муниципального образования Орловский район.

2. Настоящая Схема распространяется на рекламные конструкции, расположенные на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений и сооружений или вне их, а также на остановочных пунктах движения общественного транспорта, являющиеся рекламными конструкциями стабильного территориального размещения.

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

4. Содержащиеся в настоящей Схеме обязательные требования к объектам и субъектам визуально-рекламного регулирования являются исчерпывающими, имеют прямое действие на всей территории муниципального образования Орловский район и могут быть изменены только путем внесения изменений и дополнений в настоящую Схему.

5. Настоящая Схема основана на принципах:

- унификации дизайна и мест стабильного размещения рекламных конструкций;

- комплексного размещения рекламных конструкций в районной среде;

- сохранения и обогащения архитектурного облика района.

Статья 3. Объекты и субъекты визуально-рекламного регулирования

1. Объектами визуально-рекламного регулирования настоящей Схемы являются рекламные конструкции, требования к их внешнему виду и территориальному размещению.

2. Субъектами визуально-рекламного регулирования настоящей Схемы являются органы местного самоуправления, уполномоченные органы и лица, участвующие в процессах размещения и утилизации рекламных конструкций, а также в процессах оценки состояния рекламных конструкций.

Статья 4. Основные понятия

1. Реклама - информация, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

2. Социальная реклама - информация, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства. Распространение социальной рекламы осуществляется в соответствии со статьей 10 Федерального закона "О рекламе".

3. Районная информация - социально значимая информация (в том числе рекламного характера), направленная на обеспечение интересов района в решении вопросов местного значения и (или) переданных отдельных государственных полномочий в соответствии с Уставом муниципального образования Орловский район. К районной информации относятся: праздничное оформление района, информация о проведении социально значимых мероприятий (перепись населения, выборы, субботник и т.п.), официальных мероприятий (визиты международных и российских делегаций, конференции, форумы и т.п.), зрелищных, спортивно-массовых, культурных и общественных мероприятий.

4. Срок службы рекламной конструкции – установленный проектной документацией период, в течении которого рекламная конструкция может эксплуатироваться.

5. Наружная реклама (по тексту допустима – рекламные конструкции) – щитовые конструкции, стенды, тумбы, панели – кронштейны, настенные панно, перетяжки, электронное 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.

6. Рекламная поверхность – поверхность рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы.

7. Ответственные за эксплуатацию – лица, эксплуатирующие рекламную конструкцию и несущие ответственность за выполнение требований технической безопасности при эксплуатации рекламных конструкций.

8. Эксплуатация – стадия жизненного цикла рекламной конструкции, на которой осуществляется использование рекламной конструкции по назначению, её техническое обслуживание, наладка, модернизация и ремонт.

Статья 5. Классификация средств наружной рекламы и информации

1. По месту размещения (установки) средства наружной рекламы и информации подразделяются на:

- отдельно стоящие - стационарные наземные конструкции на собственных опорах;

- конструкции, располагаемые на зданиях, строениях и сооружениях: фасадах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений и сооружений, остановочных пунктов движения общественного транспорта.

2. По площади рекламного (информационного) поля средства наружной рекламы и информации подразделяются на:

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

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

- конструкции особо крупных форматов с площадью одного рекламного (информационного) поля (стороны) более 18 кв. м.

3. По высоте размещения рекламного поля отдельно стоящие рекламные конструкции подразделяются на следующие категории:

- рекламные конструкции малой высоты - верхний край рекламного поля расположен на высоте не более 4,5 м от поверхности размещения;

- рекламные конструкции нормальной высоты - верхний край рекламного поля расположен на высоте от 4,5 до 7 м от поверхности размещения;

- рекламные конструкции увеличенной высоты - верхний край рекламного поля расположен на высоте более 7 м от поверхности размещения.

4. По способу проектирования средства наружной рекламы и информации подразделяются на следующие виды:

- в типовом исполнении:

* Еврощит (магистральный щит) 3 x 6 м, 2,5 х 4м;
* Суперборд 4 x 8 м;
* Ситиборд 2,7 x 3,7 м;
* Пилон 1,2 x 1,8 м
* Пилларс (тумба) 1,4 x 3,0 м;
* Коммуникационный указатель (магистральный, пешеходный);
* Знак информирования об объектах притяжения;
* Рекламное пешеходное ограждение;

- в индивидуальном исполнении (индивидуальные проекты).

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

- рекламные конструкции имеют формат, отличный от форматов, перечисленных в Схемы;

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

6. Под элементами уличной мебели, совмещенными с рекламными конструкциями, понимаются павильоны ожидания пассажирского транспорта, указатели остановок 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).

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

-щит, стенд, тумба принадлежит предприятиям, учреждениям, организациям;

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

-размещение на щите, стенде, тумбе вышеуказанной информации осуществляется на основании решений администрации или договоров с администрацией Орловского муниципального района;

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

Статья 6. Требования к размещению вновь устанавливаемых отдельно стоящих рекламных конструкций на территории Орловского района

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.).

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

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

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

5. Основными местами размещения наземных рекламных конструкций являются:

- для малогабаритных рекламных конструкций – газон, полосы обочин дорог, пешеходные зоны;

- для крупногабаритных рекламных конструкций – газон, полосы обочин дорог;

- для рекламных конструкций особо крупного формата – зоны транспортных развязок и т.п.

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 районной некоммерческой информации, районных информационных щитов, стендов, тумб) должны иметь размеры рекламных полей (сторон) в соответствии с таблицей 1, перетяжек – с таблицей 2.

Таблица 1.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ширина рекламного поля (стороны), м. | 0,8 | 0,9 | 1,2 | 1,4 | 2,4 | 3,0 | 4,0 | 6,0 | 12,0 | 12,0 | 24,0 |
| Высота рекламного поля, м. | 1,2 | 1,6 | 1,8 | 3,0 | 1,8 | 1,8 | 2,5 | 3,0 | 3,0 | 5,0 | 5,0 |

Таблица 2.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Ширина рекламного поля (стороны), м. | 10 | 9 | 12 |
| Высота рекламного поля, м. | 1,0 | 0,6 | 1,5 |

Место размещения вновь устанавливаемых средств наружной рекламы и информации согласовывается с сектором архитектуры, строительства и градостроительства.

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

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 особо крупного формата малой/нормальной/увеличенной высоты - 100/150/200 метров;

- 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.

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

10. Средства наружной рекламы и информации, используемые исключительно в целях размещения районной информации на территории муниципального образования Орловский район, допускается размещать без соблюдения требований, установленных в пунктах настоящей Схемы, по согласованию с секторомархитектуры, строительства и градостроительства и территориальными управлениями администрации района.

11. Размещение элементов уличной мебели, совмещенных с рекламными конструкциями, рекламных конструкций с рекламной плоскостью, расположенной вдоль направления движения транспорта, рекламных конструкций, расположенных по разные стороны проезжей части улиц, рекламных конструкций, используемых исключительно для размещения районной некоммерческой информации, а также районных информационных щитов, стендов, тумб допускается без соблюдения требований, установленных в пунктах настоящей схемы, по согласованию с сектором архитектуры, строительства и градостроительства администрации Орловского района.

12. 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.

13. 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.

Статья 7. Требования к дизайну, колористике, подсветке

1. При размещении рекламных конструкций учитывается архитектурная среда района. 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 пространства.

2. Дизайн наземных рекламных конструкций, индивидуальных проектов согласовывается с сектором архитектуры, строительства и градостроительства.

3. Цветовое решение наземных рекламных конструкций должно отвечать сложившейся колористике:

- гармонировать с архитектурно-пространственным окружением и другими элементами благоустройства и оборудования, улучшая прилегающую территорию;

- иметь нейтральный унифицированный характер на основе ограниченного числа колеров, согласованных с сектором архитектуры, строительства и градостроительства.

4. В целях наиболее корректного включения рекламных конструкций, поддерживающих колористику территории г. Орлова и Орловского района, рекомендуется:

- использование более светлых нейтральных тонов окраски для рекламных конструкций, расположенных в крупных открытых пространствах, на набережной, на фоне водных панорам и т.п.;

- использование более темных нейтральных тонов окраски для рекламных конструкций, расположенных в условиях плотной районной застройки, вблизи садово-парковых объектов, на фоне зеленых насаждений.

5. Основными цветами рекомендуются:

- для малогабаритных рекламных конструкций, устанавливаемых в районах исторической застройки, - графит, серый;

- для крупногабаритных рекламных конструкций и рекламоносителей особо крупного формата - серый, светло-серый.

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

7. Для малогабаритных рекламных конструкций рекомендуется предусмотреть внутреннюю подсветку рекламного поля.

Для крупногабаритных рекламных конструкций и рекламоносителей особо крупного формата рекомендуется предусмотреть систему наружной или внутренней подсветки рекламного поля.

Подсветка должна обеспечивать равномерную освещенность рекламного поля, читаемость информации в вечернее и ночное время.

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.

Статья 8. Ограничение по размещению рекламных конструкций

1. На территории муниципального образования Орловский район:

- не предусматривается использование рекламных конструкций типа короба на опорах освещения и контактной сети.

3. 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.

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

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

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

- от храмовых сооружений;

- от учреждений культуры;

- от мест общих 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 согласовывать с сектором архитектуры, строительства и градостроительства.

6. Не допускается:

- размещение перетяжек, транспарантов-перетяжек над проезжей частью и обочинами дорог, а также на разделительных полосах, на заборах и ограждениях, на подпорных стенах, деревьях и иных природных объектах;

- размещение любого вида конструкций на опорах контактной сети, опорах электросети;

- установка штендеров на тротуарах шириной менее трех метров.

Статья 9. Переходные положения

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

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 Генеральной схемы.

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

Приложения:

1. Альбом карт размещения рекламных конструкций – 1 экз. на \_\_\_ листах формата А3.
2. Фотоматериалы с отображением дизайн-проекта рекламных конструкций на местности (в электронном виде).
3. Адресный реестр размещения предполагаемых рекламных конструкций – 1 экз. на \_\_ листах.
4. Пояснительная записка к Схеме – 1 экз. на \_\_\_ листах.