



**СОВЕТ ДЕПУТАТОВ
ГОРОДСКОГО ОКРУГА ЧЕХОВ
МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

РЕШЕНИЕ

от _____ № _____

Об утверждении Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа Чехов

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", руководствуясь Уставом городского округа Чехов

**СОВЕТ ДЕПУТАТОВ
ГОРОДСКОГО ОКРУГА ЧЕХОВ РЕШИЛ:**

1. Утвердить Правила установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа Чехов (прилагаются).
2. Признать утратившим силу:
 - 2.1. решение Совета депутатов Чеховского муниципального района Московской области от 05.07.2012 №43/6 «Об утверждении правил установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа Чехов Московской области».
 - 2.2. решение Совета депутатов Чеховского муниципального района Московской области 16.12.2013 N 109/18 «О внесении изменений в решение Совета депутатов Чеховского муниципального района от 05.07.2012 № 43/6 "Об утверждении правил установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории чеховского муниципального района Московской области».
3. Направить настоящее решение для подписания и обнародования в средствах массовой информации главе городского округа Чехов Кононовой М.В.

4. Контроль за исполнением настоящего решения возложить на председателя комиссии по развитию инфраструктуры округа Совета депутатов городского округа Чехов Рыжкова А.Н.

Председатель Совета депутатов
городского округа Чехов
Г.С. Козина

Глава городского округа Чехов
М.В. Кононова

Правила установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа Чехов

1. Общие положения

1.1. Правила установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа Чехов разработаны с целью реализации полномочий городского округа Чехов по выдаче разрешений на установку рекламных конструкций, а также при их эксплуатации и демонтаже.

1.2. Правила установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа Чехов (далее – Правила) приняты в целях усиления контроля за процессом формирования благоприятной архитектурной и информационной среды, эксплуатацией рекламных конструкций, использованием в целях распространения наружной рекламы муниципального имущества городского округа Чехов.

1.3. Настоящие Правила устанавливают требования к территориальной установке и эксплуатации рекламных конструкций, условия муниципального использования имущества городского округа Чехов для установки и эксплуатации рекламных конструкций, порядок выдачи разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории городского округа Чехов, а также порядок осуществления контроля за соблюдением этих требований.

1.4. Правила разработаны на основании Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», иных нормативных правовых актов Российской Федерации и Московской области, Устава городского округа Чехов, нормативных правовых актов городского округа Чехов.

1.5. Соблюдение настоящих Правил обязательно для всех юридических и физических лиц независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности, а также для индивидуальных предпринимателей при осуществлении деятельности по распространению и (или) размещению наружной рекламы, а также установке, эксплуатации и демонтажу рекламных конструкций на территории городского округа Чехов.

2. Понятия и определения, используемые в настоящих Правилах

В настоящих Правилах понятия и определения используются в следующих значениях:

2.1. Администрация городского округа Чехов - Администрация.

2.2. Разрешение- документ, удостоверяющий право на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

2.3. Рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

3. Рекламные конструкции

3.1. К рекламным конструкциям относятся объекты, предназначенные для распространения рекламных сообщений, установленные на территории городского округа Чехов - земельных участках, зданиях, сооружениях и ориентированные на визуальное восприятие потребителями информации (щиты, стенды, электронные табло и другие технические объекты стабильного территориального размещения, установленные на земле или внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также на остановочных пунктах движения наземного транспорта, кабинах таксофонов, уличных туалетах, пешеходных ограждениях, киосках и других объектах городской и дорожной инфраструктуры).

3.2. Общие требования:

а) рекламные конструкции, установленные на территории городского округа Чехов, не должны ухудшать визуальный, архитектурный, ландшафтный облик территории городского округа Чехов.

б) рекламные конструкции и их территориальное размещение должны соответствовать требованиям технического регламента.

в) установка и эксплуатация рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Московской области или муниципальной собственности допускается исключительно в соответствии с утвержденной схемой размещения рекламных конструкций на территории городского округа Чехов.

г) рекламные конструкции не должны находиться без информационных сообщений. На рекламных конструкциях должна быть размещена реклама или социальная реклама. На рекламных конструкциях может быть размещена рекламная информация рекламораспространителя.

3.3. установленных на территории городского округа Чехов в целях распространения рекламы.

3.4. Установка и эксплуатация рекламных конструкций на конструктивных элементах остановочных пунктов движения общественного транспорта допускается в порядке, предусмотренном действующим законодательством.

3.5. Рекламные конструкции должны иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона и номера в реестре рекламных мест. Ведение реестра рекламных мест осуществляется Администрацией.

3.6. Стационарные рекламные конструкции:

а) щитовые установки — отдельно стоящие на земле рекламные конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения информации и состоящие из фундамента, каркаса и информационного поля.

Щитовые установки подразделяются по площади информационного поля одной стороны на следующие виды:

- малого формата (до 4,5 кв. м включительно);
- среднего формата (от 4,5 до 10 кв. м включительно);
- большого формата (от 10 до 18 кв. м включительно);
- сверхбольшого формата (более 18 кв. м).
- конструкции, размещаемые в соответствии с разработанными концепциями наружного оформления площадей, трасс, городских зон;
- конструкции, размещаемые с учетом конкретных градостроительных условий.

Требования к щитовым установкам:

- щитовые установки выполняются, как правило, в двустороннем варианте;
- щитовые установки, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону;
- фундаменты отдельно стоящих установок не должны выступать над уровнем земли. В исключительных случаях, когда заглубление фундамента невозможно, допускается размещение более чем на 5 см фундаментов без заглубления при наличии бортового камня или дорожных ограждений. При этом они должны быть декоративно-художественно оформлены по согласованию с Администрацией;
- конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки) должны быть закрыты декоративными элементами;
- щитовые установки не должны иметь видимых элементов соединения различных частей конструкций (торцевые поверхности конструкций, крепления осветительной арматуры, соединения с основанием).

б) уличные информационно-коммуникационные указатели расположения объектов — двусторонние и/или односторонние плоскостные модульные конструкции с внутренним подсветом, устанавливаемые исключительно на собственных опорах и содержащие информацию о местах нахождения учреждений и организаций федерального, областного и муниципального значения, культурно-исторических памятников, предприятий и организаций потребительского рынка, прочих объектов инфраструктуры.

в) объемно-пространственные объекты — рекламные конструкции, на которых для распространения рекламной информации используется как объем объекта, так и его поверхность. Данные объекты выполняются по индивидуальным проектам.

На объекты данного типа и правила их установки распространяются требования, предъявляемые к отдельно стоящим щитовым объектам.

г) флаговые композиции и навесы — рекламные конструкции, состоящие из основания, одного или нескольких флагштоков (стоек) и мягких полотнищ.

Флаги могут устанавливаться на опоре освещения, на зданиях и сооружениях. Площадь информационного поля флага определяется площадью двух сторон его полотнища.

Площадь информационного поля навеса определяется размером одной из его сторон.

д) крышные рекламные конструкции — объекты (объемные или плоскостные), устанавливаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше.

Установка крышных конструкций допускается только в виде отдельно стоящих букв, обозначений и декоративных элементов без использования фоновых подложек.

г) настенные панно (брендмауэры) — рекламные конструкции, устанавливаемые на плоскости стен зданий в виде объектов, состоящих из элементов крепления к стене, каркаса и информационного поля.

Не допускается установка и эксплуатация на главных фасадах зданий крупноразмерных щитовых и баннерных рекламных конструкций, закрывающих большую часть фасада здания (более $\frac{1}{2}$ площади фасада здания), остекление витрин и окон, архитектурные детали и декоративное оформление и искажающих тем самым целостность восприятия архитектуры.

д) панели-кронштейны — двусторонние консольные плоскостные рекламные конструкции, устанавливаемые на опорах (собственных опорах, мачтах-опорах городского освещения, опорах контактной сети) или на зданиях.

Панели-кронштейны должны выполняться в двустороннем варианте с внутренней подсветкой.

е) проекционные установки — рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на земле, на плоскостях стен и в объеме. Конструкции проекционных установок состоят из проецирующего устройства и поверхности (экрана) или объема, в котором формируется информационное изображение. Площадь информационного поля для плоских изображений определяется габаритами проецируемой поверхности, а для объемных изображений определяется расчетным путем.

ж) электронные экраны (электронные табло) — рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов. Площадь информационного поля определяется габаритами светоизлучающей поверхности.

Отдельно стоящие электронные экраны должны иметь декоративно оформленную обратную сторону, фундаменты отдельно стоящих электронных экранов не должны выступать над уровнем земли.

з) маркизы — рекламные конструкции, выполненные в виде козырьков и навесов с нанесенной на них рекламной информацией и размещенные над витринами, входами или проемами зданий и сооружений. Площадь информационного поля маркизы определяется габаритами нанесенного изображения.

3.7. Временные рекламные конструкции:

а) рекламные конструкции на временных ограждениях территорий строительных площадок и розничной (уличной) торговли (летние кафе, выставки, ярмарки), а также иных временных ограждениях должны обеспечивать художественное оформление данных объектов.

б) рекламные конструкции на строительных сетках — временные рекламные конструкции в виде изображений на сетках, ограждающих объекты строительства. Установка и эксплуатация наружной рекламы на строительных сетках производится при проведении строительных или реставрационных работ на внешней стороне (фасаде) здания, на строительных ограждающих конструкциях (лесах) при наличии и на срок действия строительного ордера на проведение ремонтно-реставрационных работ.

Площадь информационного поля рекламной конструкции на строительной сетке определяется габаритами нанесенного изображения.

в) временные рекламные конструкции на подъемных воздушных шарах, аэростатах, дирижаблях, размещаемые в воздушном пространстве, представляют собой временное рекламное оформление на период проведения праздничных, тематических мероприятий.

3.8. Рекламные конструкции, используемые в целях рекламного оформления предприятий и организаций по обслуживанию населения, подлежат оформлению в порядке, установленном настоящими Правилами.

4. Социальная реклама

4.1. Социальная реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

4.2. Заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламодателя в пределах пяти процентов годового объема распространяемой им рекламы (общей рекламной площади объектов наружной рекламы и информации).

5. Порядок установки рекламной конструкции

5.1. Установка рекламной конструкции осуществляется ее владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором,

при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее – разрешение), выдаваемого Администрацией.

5.2. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается на срок, установленный Правительством Московской области для каждого типа рекламной конструкции.

По окончании срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции обязательства сторон по договору прекращаются. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется в соответствии с настоящими Правилами и нормами действующего законодательства.

5.3. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, находящемся в муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, на здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности городского округа Чехов, осуществляется на основе торгов.

5.4. Порядок организации и проведения торгов на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности городского округа Чехов, а также земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, находящемся на территории городского округа Чехов, определяется Администрацией.

5.5. Размер платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности городского округа Чехов, а также земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена и которыми осуществляется Администрацией, определяется в соответствии с Порядком расчета размера годовой платы по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности городского округа Чехов, а также земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена (приложение №1)

5.6. Порядок и условия платы, а также права и обязанности сторон по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории, здании, сооружении, иной недвижимости, находящемся в муниципальной собственности городского округа Чехов, определяются Администрацией.

5.7. Порядок получения разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции определяется административным регламентом по предоставлению муниципальной услуги «Выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, аннулирование ранее выданных разрешений», утвержденным постановлением Администрации.

5.8. За выдачу разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции взимается государственная пошлина в размерах и порядке, установленных законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

7. Демонтаж рекламных конструкций

7.1. После прекращения действия разрешения на установку рекламной конструкции либо договора на ее установку и эксплуатацию владелец рекламной конструкции обязан за свой счет в месячный срок произвести ее демонтаж и привести место установки рекламной конструкции в первоначальный вид.

7.2. При невыполнении обязанности по демонтажу рекламной конструкции Администрация вправе обратиться в суд с иском о принудительном осуществлении демонтажа рекламной конструкции.

7.3. Установка рекламной конструкции без разрешения (самовольная установка) не допускается.

Порядок расчета размера годовой платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности городского округа Чехов, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена

1. Исчисление годового размера платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется по следующей формуле:

$$П = Бс * S * Kp * Km * Kc * Kt, \text{ где}$$

П – годовой размер платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции, рублей;

Бс – базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Размер базовой ставки = 2500 рублей 00 копеек без налога на добавленную стоимость), утверждаемый решением Совета депутатов городского округа Чехов;

S – суммарная площадь информационных полей рекламной конструкции, кв.м.;

Kp – коэффициент, отражающий зависимость размера оплаты от площади информационного поля одной стороны рекламной конструкции по типу рекламной конструкции;

S	от 0 до 18 кв.м.	от 18 до 54 кв.м.	от 54 до 90 кв.м.	от 90 и более кв.м.
Kp	1.0	0.8	0.6	0.4

Km – коэффициент, учитывающий особенности размещения типов рекламных конструкций по ее местоположению;

Типы рекламных конструкций	Km
Рекламные конструкции, обеспечивающие оформление объектов строительства, на ограждениях	0.8
Рекламные конструкции в составе остановочных павильонов общественного транспорта, киосков	1.2
Щитовые конструкции на путепроводах	2.0
В остальных случаях	1.0

Кс – коэффициент, стимулирующий внедрение новых технологий, в том числе учитывающий освещение рекламной конструкции;

Технологическая характеристика	Кс
Отсутствие подсвета	1.2
Внешний подсвет	1.0
Внутренний подсвет	0.8
Автоматическая смена экспозиции, электронное табло (видеоэкран)	0.6

Кт– коэффициент, учитывающий территориальную привязку.

Категории территорий	Кт
Территория центральной части города Чехов: ул. Московская, ул. Чехова, Вокзальная пл., Советская пл.	1.5
ФАД М-2 «Крым»; Московское Большое кольцо	0.8
а/д Симферопольское ш.(старое)	0,5
Иные территории городского округа Чехов	0.4

1.2. Исчисление платы за установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции (на срок менее двенадцати месяцев) осуществляется по следующей формуле:

$$П=(Бс*S*Кр*Км*Кс*Кт)/12*M, \text{ где}$$

М–количество месяцев, в течение которых действует договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.