

Пермская городская Дума

Р Е Ш Е Н И Е

№ 55

26.03.2013

**О внесении изменений в решения Пермской городской Думы от 27.01.2009**

**№ 11 «Об утверждении Положения о порядке установки и эксплуатации**

**рекламных конструкций на территории города Перми» и от 12.09.2006**

**№ 211 «Об управлении по развитию потребительского рынка**

**администрации города Перми»**

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Уставом города Перми

Пермская городская Дума **р е ш и л а**:

1. Внести в Положение о порядке установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Перми, утвержденное решением Пермской городской Думы от 27.01.2009 № 11, изменения:

1.1 в пункте 1.1 слова «, а также связанных с выдачей разрешений на установку всех рекламных конструкций на территории города Перми» исключить;

1.2 пункт 1.3 исключить;

1.3 подпункт 2.1.1 изложить в редакции:

«2.1.1 рекламные конструкции – щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, воздушные шары, аэростаты и иные технические средства стабильного территориального размещения, используемые в целях распространения рекламы, социальной рекламы, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также на остановочных пунктах движения общественного транспорта.

К иным техническим средствам стабильного территориального размещения, в частности, относятся:

брандмауэр (настенное панно) - рекламная конструкция, состоящая из элементов крепления, каркаса и информационного поля, монтируемая и располагаемая на внешних стенах зданий, строений и сооружений,

вывески, указатели, лайт-боксы, содержащие рекламную информацию, - рекламные конструкции, монтируемые и располагаемые на внешних стенах зданий, строений, сооружений или как отдельно стоящие рекламные конструкции, в том числе путем прикрепления к опорам наружного освещения, контактной сети,

крышная конструкция - рекламная конструкция, монтируемая и располагаемая полностью или частично выше уровня карниза здания либо на крыше, состоящая из элементов крепления, несущей части конструкции и информационного поля,

панель - кронштейн - двусторонняя плоскостная рекламная конструкция, монтируемая и располагаемая на опорах наружного освещения, контактной сети или на собственных опорах как отдельно стоящая рекламная конструкция,

ситиборд - отдельно стоящая рекламная конструкция, устанавливаемая на фундамент, одну или несколько опорных стоек, состоящая из одного, двух или трех информационных полей, размер каждого из которых составляет 3,7х2,7 м по контуру,

сити-формат - отдельно стоящая рекламная конструкция, устанавливаемая на фундамент, опорную стойку, состоящая из одного или двух информационных полей, размер каждого из которых составляет 1,2х1,8 м по контуру,

стела - плоскостная или объемно-пространственная отдельно стоящая рекламная конструкция индивидуального исполнения,

суперборд - отдельно стоящая рекламная конструкция, устанавливаемая на фундамент, одну или несколько опорных стоек, состоящая из одного, двух или трех информационных полей, размер каждого из которых составляет 12х4 м или 8х4 м,

суперсайт - отдельно стоящая рекламная конструкция, устанавливаемая на фундамент, одну или несколько опорных стоек, состоящая из одного, двух или трех информационных полей, размер каждого из которых составляет 15х5 м или 12х5 м,

тумба (пиллар) - отдельно стоящая рекламная конструкция, устанавливаемая на фундамент, состоящая из одного, двух или трех информационных полей, размер каждого из которых составляет 1,4х3 м или 0,85х3 м,

указатель городской системы ориентирования - отдельно стоящая плоскостная рекламная конструкция с внутренним подсветом, монтируемая и располагаемая на собственных опорах, состоящая из одного, двух или трех информационных полей, а также содержащая указатели улиц, проспектов, площадей, парков, скверов, зданий, строений, сооружений, мест нахождения организаций, объектов культурного наследия (памятниках истории культуры) народов Российской Федерации,

флагшток - отдельно стоящая рекламная конструкция, устанавливаемая на фундамент и опорную стойку, состоящая из металлического каркаса, предназначенного для размещения и распространения наружной рекламы в виде мягкого полотнища.

Иные виды рекламных конструкций и их характеристики определяются в типологии рекламных конструкций, утверждаемой администрацией города Перми.

В зависимости от площади информационного поля рекламные конструкции поделены на следующие группы:

рекламные конструкции малого формата – рекламные конструкции, площадь одного информационного поля которых не превышает 4 кв.м,

рекламные конструкции среднего формата – рекламные конструкции, площадь одного информационного поля которых составляет свыше 4 кв.м, но не превышает 10 кв.м,

рекламные конструкции крупного формата – рекламные конструкции, площадь одного информационного поля которых составляет свыше 10 кв.м, но не превышает 18 кв.м,

рекламные конструкции особо крупного формата – рекламные конструкции, площадь одного информационного поля которых составляет свыше 18 кв.м;»;

1.4 в подпункте 2.1.6 со слов «для распространения рекламы» дополнить «, социальной рекламы»;

1.5 подпункт 2.1.7 изложить в редакции:

«2.1.7 требования к соответствию рекламных конструкций внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города Перми – требования к внешнему виду рекламных конструкций и их территориальному размещению, установленные с учетом особенностей архитектурного облика сложившейся застройки различных частей города Перми в целях его охраны;»;

1.6 пункт 2.1 дополнить подпунктом 2.1.11 в редакции:

«2.1.11 проект рекламной конструкции и ее территориального размещения - документ, подготовленный с учетом требований к соответствию рекламных конструкций внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города Перми, включающий:

фрагмент геодезической съемки местности с нанесенными зданиями, строениями, сооружениями, линейными объектами, выполненный в масштабе 1:500, не позднее шести месяцев до даты предоставления в Уполномоченный орган, с указанием места установки рекламной конструкции с привязкой к существующим зданиям, строениям, сооружениям, другим законно установленным и эксплуатируемым рекламным конструкциям (при наличии таковых), обозначением геодезических координат места установки рекламной конструкции,

эскиз рекламной конструкции с описанием состава конструктивных и декоративных элементов рекламной конструкции, их размеров и цвета,

фотографический снимок места установки рекламной конструкции,

фотомонтаж рекламной конструкции.

В отношении отдельно стоящих рекламных конструкций, а также рекламных конструкций, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений, на остановочных пунктах движения общественного транспорта, за исключением временных конструкций, представляется проект рекламной конструкции и ее территориального размещения, разработанный юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем, имеющим свидетельство о допуске к соответствующему виду работ по подготовке проектной документации, выданное саморегулируемой организацией в области архитектурно-строительного проектирования, оформленный в соответствии с требованиями технического регламента, а до вступления соответствующего технического регламента в силу – в соответствии с требованиями, установленными нормативными правовыми актами Российской Федерации и нормативными документами федеральных органов исполнительной власти.

В указанном выше случае к проекту рекламной конструкции и ее территориального размещения прилагается копия свидетельства о допуске к соответствующему виду работ по подготовке проектной документации (с приложениями к нему), выданного саморегулируемой организацией в области архитектурно-строительного проектирования, заверенная подписью уполномоченного представителя соответствующего юридического лица (подписью индивидуального предпринимателя) и печатью;»;

1.7 пункт 2.1 дополнить подпунктом 2.1.12 в редакции:

«2.1.12 комплексный проект территориального размещения рекламных конструкций (далее – Комплексный проект) – документ, подготовленный в отношении определенной части территории города Перми (квартала или нескольких кварталов, части квартала, улицы или ее части), в том числе в отношении отдельных видов отдельно стоящих рекламных конструкций, устанавливаемых на соответствующей территории города Перми, с учетом требований к соответствию рекламных конструкций внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города Перми, предусматривающий места установки отдельно стоящих рекламных конструкций, кроме стел, включающий:

фрагмент геодезической съемки местности с нанесенными зданиями, строениями, сооружениями, линейными объектами, выполненный в масштабе 1:500, не позднее шести месяцев до даты утверждения, с указанием мест размещения рекламных конструкций с привязкой к существующим зданиям, строениям, сооружениям, другим законно установленным и эксплуатируемым рекламным конструкциям (при наличии таковых), обозначением геодезических координат мест установки рекламных конструкций,

эскизы рекламных конструкций, предусмотренных на фрагменте геодезической съемки, с описанием состава конструктивных и декоративных элементов рекламных конструкций, их размеров и цвета,

фотографические снимки мест установки рекламных конструкций, предусмотренных на фрагменте геодезической съемки,

фотомонтаж рекламных конструкций по каждому месту установки, предусмотренному на фрагменте геодезической съемки.

Комплексные проекты разрабатываются в отношении земельных участков, находящихся в муниципальной собственности, и земельных участков, государственная собственность на которые не разграничена.

Уполномоченный орган организует разработку и согласование Комплексных проектов для организации и проведения торгов по продаже прав на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях либо ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, либо на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена (далее – Договор). Разработка Комплексных проектов может быть также организована заинтересованными лицами.

Комплексные проекты разрабатываются юридическими лицами и (или) индивидуальными предпринимателями, имеющими свидетельство о допуске к соответствующему виду работ по подготовке проектной документации, выданное саморегулируемой организацией в области архитектурно-строительного проектирования.

Комплексные проекты оформляются в соответствии с требованиями технического регламента, а до вступления соответствующего технического регламента в силу - в соответствии с требованиями, установленными нормативными правовыми актами Российской Федерации и нормативными документами федеральных органов исполнительной власти.

Порядок разработки и согласования Комплексных проектов, в том числе разработка которых была организована заинтересованными лицами, устанавливается администрацией города Перми;»;

1.8 пункт 2.1 дополнить подпунктом 2.1.13 в редакции:

«2.1.13 категории территорий города Перми – условное деление территории города Перми на следующие зоны:

центральный планировочный район города Перми, границы которого определены в соответствии с Генеральным планом города Перми, утвержденным решением Пермской городской Думы от 17.12.2010 № 205 (далее – ЦПР),

зоны действия ограничений по условиям охраны объектов культурного наследия, определенные в соответствии со статьей 50 Правил землепользования и застройки города Перми, утвержденных решением Пермской городской Думы от 26.06.2007 № 143 (далее – зоны действия ограничений по условиям охраны объектов культурного наследия),

улицы особого градостроительного значения - магистрали городского значения, указанные в приложении № 2 к настоящему Положению (далее – улицы особого градостроительного значения),

территории парков, скверов, садов,

иные территории, не указанные выше;»;

1.9 пункт 2.1 дополнить подпунктом 2.1.14 в редакции:

«2.1.14 устройство автоматической смены рекламных изображений – механизм, встраиваемый в информационное поле рекламной конструкции, позволяющий размещать и демонстрировать на одном информационном поле несколько рекламных изображений путем их вращения (призматрон, тривижн, скроллер);»;

1.10 пункт 2.1 дополнить подпунктом 2.1.15 в редакции:

«2.1.15 обеспечительный платеж - денежные средства, уплачиваемые в качестве обеспечения исполнения обязательств владельца рекламной конструкции по Договору, которые направляются в зачет платы по Договору за последние периоды его действия (месяцы, годы), неустоек (штрафов, пеней), начисленных по Договору, расходов по демонтажу, перемещению, хранению и уничтожению рекламной конструкции.

Условия и порядок оплаты, зачета и возврата денежных средств, оплаченных в качестве обеспечительного платежа, регулируются Договором.»;

1.11 наименование раздела 3 изложить в редакции:

«Раздел 3. Порядок установки и эксплуатации рекламных конструкций на земельных участках, зданиях либо ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, либо на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена»;

1.12 в пункте 3.1 слова «независимо от мест установки» исключить;

1.13 подпункт 3.1.1 изложить в редакции:

«3.1.1 разрешения на установку рекламной конструкции (далее – разрешение), выданного в порядке, предусмотренном административным регламентом, утвержденным администрацией города Перми;»;

1.14 абзац второй подпункта 3.1.2 изложить в редакции:

«Установка рекламной конструкции на земельном участке, здании либо ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, осуществляется на основании Договора, который заключается сроком на пять лет, за исключением договора на установку и эксплуатацию временной конструкции, который заключается на срок не более чем двенадцать месяцев.»;

1.15 абзац третий подпункта 3.1.2 изложить в редакции:

«Форма Договора утверждается администрацией города Перми.»;

1.16 пункт 3.2 изложить в редакции:

«3.2. Заключение Договора осуществляется на основе торгов в форме аукциона, а при установке отдельно стоящих рекламных конструкций на территории ЦПР, зон действия ограничений по условиям охраны объектов культурного наследия, парков, садов и скверов, улиц особого градостроительного значения, а также в отношении рекламных конструкций, монтируемых и располагаемых на остановочных пунктах движения общественного транспорта, объектах благоустройства, уличной мебели, торги проводятся в форме конкурса.

Предметом торгов является право на заключение Договора, в том числе в отношении нескольких мест установки рекламных конструкций при условии, что это не нарушает законодательство о защите конкуренции и не ведет к возникновению преимущественного положения владельца рекламной конструкции в сфере распространения наружной рекламы на территории города Перми.

Начальный размер годовой платы по Договору (цена лота) определяется в соответствии с приложением № 2 к настоящему Положению.»;

* 1. пункт 3.3 изложить в редакции:

«3.3. При определении победителя конкурса учитываются следующие предложения (далее – конкурсные условия):

годовой размер платы по Договору,

наличие и размер обеспечительного платежа по Договору в сумме не менее предложенного годового размера платы по Договору или наличие и размер авансового платежа,

техническое исполнение, оснащение рекламной конструкции, в том числе способ подключения рекламной конструкции к источнику электрической энергии, оборудование рекламной конструкции устройствами автоматической смены рекламных изображений, энергосберегающими технологиями подсветки,

благоустройство прилегающей территории (периодичность и сроки проведения соответствующих работ),

техническое и эстетическое обслуживание рекламной конструкции (периодичность и сроки выполнения соответствующих работ),

изготовление и размещение социальной рекламы в объеме, свыше обязательного предела, установленного Законом о рекламе, но не превышающем максимальный предел, определенный в методике оценки конкурсных условий (объем, периодичность, территория распространения),

праздничное оформление города Перми (объем и состав работ, включая изготовление необходимых материалов, периодичность размещения, территория и сроки распространения),

предложения по использованию информационных полей рекламной конструкции на период, когда на них не распространяются рекламные изображения,

в отношении рекламных конструкций, монтируемых и располагаемых на остановочных пунктах движения общественного транспорта, объектах благоустройства, уличной мебели – наличие согласованной проектной документации, сроки изготовления и установки остановочных пунктов движения общественного транспорта, объектов благоустройства, уличной мебели, предложения по содержанию и ремонту (объем и состав работ, периодичность и сроки их выполнения).

Требования к составу и объему работ, указанных в абзацах пять и шесть настоящего пункта, в том числе размеры благоустраиваемых прилегающих территорий, методика оценки конкурсных условий устанавливаются администрацией города Перми и отражаются в конкурсной документации вместе с конкурсными условиями.»;

1.18 пункт 3.4 изложить в редакции:

«3.4. Торги организует и проводит функциональный орган администрации города Перми, осуществляющий функции управления и распоряжения имуществом, находящимся в муниципальной собственности города Перми, в порядке, установленном администрацией города Перми.

Торги проводятся:

по решению Уполномоченного органа о формировании лота при наличии согласованных Комплексных проектов – в отношении мест установки рекламных конструкций, предусмотренных Комплексными проектами, в том числе допускается включение в состав лота мест установки рекламных конструкций, предусмотренных в разных Комплексных проектах,

на основании заявлений физических и юридических лиц на установку рекламной конструкции на земельном участке, здании либо ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, после их согласования уполномоченными органами. Порядок рассмотрения Уполномоченным органом указанных заявлений, их согласования и принятия по ним решений осуществляется в порядке, установленном администрацией города Перми.»;

1.19 пункт 3.5 изложить в редакции:

«3.5. Участниками торгов могут быть физические и юридические лица, не занимающие преимущественного положения в сфере распространения наружной рекламы на момент подачи заявки на участие в торгах.

Для участия в торгах лицо представляет организатору торгов информацию об общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы этому лицу и его аффилированным лицам на территории города Перми. Указанную информацию выдает Уполномоченный орган в виде справок на основании запроса лица, желающего принять участие в торгах, в течение пятнадцати дней со дня получения запроса.»;

1.20 пункт 3.6 изложить в редакции:

«3.6. Уполномоченный орган заключает с победителем торгов Договор в порядке, установленном администрацией города Перми. Указанный Договор заключается в сроки, установленные в документации о торгах, но не позднее чем через двадцать дней со дня проведения торгов.

При проведении торгов в форме конкурса конкурсные условия, признанные лучшими, включаются в Договор.»;

1.21 пункт 3.7 изложить в редакции:

«3.7. Владелец рекламной конструкции вправе установить рекламную конструкцию в течение года после получения разрешения.

Установка рекламных конструкций осуществляется в соответствии с:

Договором, в том числе с соблюдением конкурсных условий, признанных лучшими,

требованиями к безопасности рекламных конструкций и их территориальному размещению,

требованиями к соответствию рекламных конструкций внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города Перми,

Комплексными проектами в случае, если торги проводились на основании соответствующих Комплексных проектов (абзац третий пункта 3.4 настоящего Положения),

согласованными проектами рекламной конструкции и ее территориального размещения в случае, если торги проводились на основании заявлений физических и юридических лиц на установку рекламной конструкции на земельном участке, здании либо ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена (абзац четвертый пункта 3.4 настоящего Положения).»;

1.22 пункт 3.8 изложить в редакции:

«3.8. После установки рекламных конструкций владельцы вновь установленных рекламных конструкций в течение последующих десяти рабочих дней обязаны восстановить нарушенное благоустройство и представить в Уполномоченный орган письменное уведомление об установке рекламной конструкции с приложением к нему цветной фотографии вновь установленной рекламной конструкции, а при установке отдельно стоящих рекламных конструкций и рекламных конструкций, монтируемых и располагаемых на крышах зданий, строений и сооружений, к указанному уведомлению дополнительно прилагаются:

письменное заключение о соответствии установленной рекламной конструкции требованиям к безопасности рекламных конструкций и их территориальному размещению, выданное юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем, имеющим свидетельство о допуске к соответствующему виду работ по подготовке проектной документации, выданное саморегулируемой организацией в области архитектурно-строительного проектирования;

схема места фактической установки рекламной конструкции, подготовленная юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем, имеющим свидетельство о допуске к соответствующему виду работ по подготовке проектной документации, выданное саморегулируемой организацией в области архитектурно-строительного проектирования, вместе с заключением о соответствии фактического места установки рекламной конструкции согласованным Комплексному проекту, проекту рекламной конструкции и ее территориального размещения;

копия свидетельства о допуске к соответствующему виду работ по подготовке проектной документации, выданного саморегулируемой организацией в области архитектурно-строительного проектирования (с приложениями), заверенная подписью уполномоченного представителя соответствующего юридического лица (подписью индивидуального предпринимателя) и печатью.»;

1.23 пункт 3.9 изложить в редакции:

«3.9. Если из представленных документов будет установлено, что вновь установленная рекламная конструкция не соответствует Договору, в том числе не выполнены конкурсные условия, признанные лучшими, требованиям к безопасности рекламных конструкций и их территориальному размещению, требованиям к соответствию рекламных конструкций внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города Перми, согласованным Комплексному проекту или проекту рекламной конструкции и ее территориального размещения, владелец данной рекламной конструкции обязан устранить выявленные недостатки в течение тридцати дней со дня получения соответствующего требования Уполномоченного органа и представить в Уполномоченный орган уведомление об устранении недостатков рекламной конструкции с приложением к нему документов, предусмотренных абзацами два, три и четыре пункта 3.8 настоящего Положения. При нарушении данного требования, при неустранении выявленных недостатков в соответствии с требованием Уполномоченного органа в течение отведенного срока, а также при непредставлении владельцем вновь установленной рекламной конструкции документов, предусмотренных абзацами два, три и четыре пункта 3.8 настоящего Положения, Уполномоченный орган обращается в суд или арбитражный суд с требованием о расторжении Договора или принимает иные меры, предусмотренные законодательством, Договором, вплоть до его расторжения или отказа от его исполнения.»;

1.24 пункт 3.10 изложить в редакции:

«3.10. Контроль за соблюдением конкурсных условий осуществляется в порядке, установленном администрацией города Перми, с периодичностью не менее одного раза в квартал. Нарушение конкурсных условий в соответствии с Договором является основанием для его расторжения или отказа от его исполнения.»;

1.25 пункт 3.11 изложить в редакции:

«3.11. Владельцы рекламных конструкций несут ответственность за безопасность установки и эксплуатации рекламных конструкций в соответствии с законодательством Российской Федерации.»;

1.26 пункт 3.12 изложить в редакции:

«3.12. Рекламная конструкция должна иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона и номера разрешения на установку рекламной конструкции.»;

1.27 пункт 3.13 изложить в редакции:

«3.13. В случае перехода права собственности на рекламную конструкцию, установленную по Договору, к третьему лицу, владелец рекламной конструкции, являющийся стороной по Договору (продавец), должен получить письменное согласие Уполномоченного органа на перевод обязанностей и прав по Договору на третье лицо (покупателя рекламной конструкции). Указанное согласие выдается на основании обращения продавца рекламной конструкции при условии исполнения им обязательств по Договору по оплате платы, неустойки, пени, штрафа, начисленных в соответствии с Договором, на день, предшествующий дню обращения.

Во всех остальных случаях лицо, которому выдано разрешение, обязано уведомлять Уполномоченный орган обо всех фактах возникновения у третьих лиц прав в отношении этой рекламной конструкции (сдача рекламной конструкции в аренду, внесение рекламной конструкции в качестве вклада по договору простого товарищества, заключение договора доверительного управления, иные факты).»;

1.28 пункты 3.14 – 3.16 исключить;

1.29 раздел 4 изложить в редакции:

«Раздел 4. Требования к соответствию рекламных конструкций внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города Перми.

4.1. На территории ЦПР допускается установка рекламных конструкций только малого и среднего формата.

На территории зоны действия ограничений по условиям охраны объектов культурного наследия допускается установка рекламных конструкций только малого формата.

На территории улиц особого градостроительного значения допускается установка рекламных конструкций малого, среднего и крупного форматов. Установка рекламных конструкций особо крупного формата на территории улиц особого градостроительного значения допускается при условии, что такие рекламные конструкции не ухудшают и не искажают визуальные характеристики архитектурного облика сложившейся застройки города Перми, не мешают восприятию и не перекрывают перспективы и панорамы зданий, сооружений, ансамблей, объектов культурного наследия.

На территории парков, скверов, садов допускается установка рекламных конструкций только малого формата.

На прочих территориях допускается установка рекламных конструкций любых форматов.

4.2. Требования к месту размещения рекламных конструкций:

4.2.1 расстояния между отдельно стоящими рекламными конструкциями одного формата, расположенными в одном направлении (на одной стороне проезда, улицы, магистрали, одном разделительном газоне):

расстояние между рекламными конструкциями малого формата должно составлять не менее 25 м,

расстояние между рекламными конструкциями средних форматов должно составлять не менее 50 м,

расстояние между рекламными конструкциями крупных форматов должно составлять не менее 100 м,

расстояние между рекламными конструкциями особо крупных форматов должно составлять не менее 400 м;

4.2.2 расстояние между рекламными конструкциями и перекрестками:

расстояние между рекламными конструкциями малого формата по отношению к перекресткам должно составлять не менее 5 метров,

расстояние между рекламными конструкциями среднего и крупного формата по отношению к перекресткам должно составлять не менее 10 метров,

расстояние между рекламными конструкциями особо крупного формата по отношению к перекресткам должно составлять не менее 50 метров;

4.2.3 расстояние между рекламными конструкциями, установленными на опорах городского освещения, по отношению ко всем рекламным и информационным конструкциям не учитывается.

Расстояние между рекламными конструкциями и перекрестками не учитывается по отношению к конструкциям, выполняющим функции указателя движения, маршрута, названия улицы;

4.2.4 фундамент рекламных конструкций не должен выступать над уровнем покрытия. Данное требование не распространяется на рекламные конструкции малого формата;

4.2.5 расстояние от ближайшего края рекламной конструкции до края ближайшего здания, строения, сооружения или иного объекта, включая забор, должно составлять не менее 3 метров.

4.3. Подсветка рекламных конструкций должна обеспечивать равномерную освещенность и читаемость информации.

4.4. На крышах зданий, строений, сооружений допускается установка крышных конструкций, в том числе с подсветкой, после предварительного анализа воздействия ее установки на безопасность строительных конструкций, в том числе с учетом ветровых, снеговых и иных видов нагрузок.

4.5. Размещение рекламных конструкций должно осуществляться с учетом законодательства об объектах культурного наследия, особо охраняемых природных территориях.»;

* 1. раздел 5 исключить;

1.31 в пункте 6.1 слова «, оформленное согласно приложению № 7 к Положению» исключить;

1.32 пункт 6.5 исключить;

1.33 в пункте 6.6 после слов «в том числе срок действия данных разрешений» дополнить словами «, уведомлениях обо всех фактах возникновения у третьих лиц прав в отношении рекламных конструкций в соответствии с частью 9.3 статьи 19 Закона о рекламе, Договорах, переводе прав и обязанностей по ним на покупателей рекламных конструкций в соответствии с пунктом 3.3 настоящего Положения.»;

1.34 внести в Методику расчета размера платы, взимаемой в случае размещения рекламной конструкции на земельном участке, здании, строении, сооружении и ином объекте, находящемся в муниципальной собственности, либо объекте, государственная собственность на который не разграничена в установленном законом порядке, утвержденную решением Пермской городской Думы от 27.01.2009 № 11, изменения:

1.34.1 абзац двенадцатый изложить в редакции:

«К2 – коэффициент, учитывающий место установки рекламной конструкции, согласно приведенной таблице:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Место установки рекламной конструкции | Размер  коэффициента |
| 1 | Центральный планировочный район города Перми (далее – ЦПР), зоны действия ограничений по условиям охраны объектов культурного наследия | 2,0 |
| 2 | Улицы особого градостроительного регулирования – магистрали городского значения, территории парков, скверов, садов | 1,5 |
| 3 | Иные территории, не указанные выше | 1,0 |

1.34.2 пункт 2 изложить в редакции:

«2. Улицы особого градостроительного значения - магистрали городского значения (кроме ЦПР, зон действия ограничений по условиям охраны объектов культурного наследия):

2.1 Дзержинский район - шоссе Космонавтов, ул.Ленина, ул.Ветлужская, ул.Докучаева, ул.Подлесная, ул.Локомотивная, ул.Малкова, проспект Парковый;

2.2 Индустриальный район - шоссе Космонавтов, ул.Мира, ул.Карпинского, ул.Советской Армии, ул.Встречная, ул.Леонова, ул.Свиязева, проспект Декабристов, ул.Стахановская, переход Стахановская – Чкалова;

2.3 Кировский район - ул.Маршала Рыбалко, ул.Калинина, ул.Светлогорская;

2.4 Ленинский район - Комсомольский проспект, ул.Ленина, ул.Спешилова, ул.Попова, ул.Монастырская, ул.Петропавловская, ул.Пушкина, ул.Плеханова, ул.Екатерининская, ул.Луначарского;

2.5 Мотовилихинский район - бульвар Гагарина, ул.Уинская, ул.Ушинского, Северная дамба, ул.Юрша, ул.Крупской, ул.Старцева, ул.Гайдара, ул.Уральская, ул.Макаренко;

2.6 Орджоникидзевский район - ул.Кабельщиков, ул.Лянгасова;

2.7 Свердловский район - ул.Героев Хасана, Комсомольский проспект, ул.Революции, ул.Куйбышева, ул.Чернышевского, ул.Белинского, ул.Васильева, Южная дамба, Средняя дамба, ул.Чкалова, ул.Островского.»;

1.35 приложения № 1, 3 - 7 исключить.

2. Внести в Положение об управлении по развитию потребительского рынка администрации города Перми, утвержденное решением Пермской городской Думы от 12.09.2006 № 211, изменения:

2.1 подпункт 3.4.31 изложить в редакции:

«3.4.31. принимает решение о формировании лотов для проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании либо ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, и направляет документы, касающиеся согласованных мест установки рекламных конструкций, для проведения торгов в функциональный орган администрации города Перми, осуществляющий функции управления и распоряжения имуществом, находящимся в муниципальной собственности города Перми;»;

2.2 подпункт 3.4.41 изложить в редакции:

«3.4.41. организует разработку и согласование комплексных проектов территориального размещения рекламных конструкций в порядке, установленном администрацией города Перми;».

3. Подпункт 1.34.1 настоящего решения применяется в отношении договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях либо ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, либо на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена (далее – договоры), заключенных после вступления настоящего решения в силу.

В отношении договоров, заключенных до вступления настоящего решения в силу, применяется прежняя методика расчета размера платы.

4. Рекомендовать администрации города Перми обеспечить приведение правовых актов города Перми, в том числе решение Пермской городской Думы от 18.12.2012 № 300 «О бюджете города Перми на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов», в соответствие с настоящим решением (в том числе предусмотреть в бюджете города Перми денежные средства на разработку комплексных проектов территориального размещения рекламных конструкций).

5. Опубликовать решение в печатном средстве массовой информации «Официальный бюллетень органов местного самоуправления муниципального образования город Пермь».

6. Контроль за исполнением решения возложить на комитет Пермской городской Думы по городскому хозяйству.

###### Глава города Перми-

председатель Пермской городской Думы И.В.Сапко

Верно

Заведующий  
сектором актов Главы города Л.С.Епифанова

28.11.2012