

Пермская городская Дума VI созыва

Р Е Ш Е Н И Е

№ 149

28.08.2018

**О внесении изменений в Положение о порядке установки и эксплуатации**

**рекламных конструкций на территории города Перми, утвержденное**

**решением Пермской городской Думы от 27.01.2009 № 11**

В целях актуализации правовых актов города Перми в сфере установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории 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 (в редакции решений Пермской городской Думы от 24.02.2009 № 27, от 23.06.2009 № 145, от 25.02.2010 № 24, от 27.04.2010 № 63, от 17.12.2010 № 214, от 30.08.2011 № 168, от 21.12.2011 № 239, от 27.03.2012 № 42, от 28.08.2012 № 164, от 26.03.2013 № 55, от 24.09.2013 № 204, от 22.10.2013 № 249, от 25.03.2014 № 60, от 26.08.2014 № 141, от 22.03.2016 № 39, от 20.12.2016 № 267, от 28.02.2017 № 35, от 28.02.2017 № 36), изменения:

1.1 подпункт 2.1.1 изложить в редакции:

«2.1.1 рекламные конструкции – технические средства стабильного территориального размещения, виды которых, в том числе, определены в Федеральном законе от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», постановлении Правительства Пермского края от 09.09.2013 № 1190-п «О реализации на территории Пермского края норм Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», используемые в целях распространения рекламы, социальной рекламы.

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 4,5 кв. м,

рекламные конструкции среднего формата – рекламные конструкции, площадь одного информационного поля которых составляет свыше 4,5 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;»;

1.2 в подпункте 2.1.10 после слов «(включая документы по стандартизации, закрепляющие требования к установке и эксплуатации рекламных
конструкций, являющиеся обязательными)» дополнить словами «, в том числе ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения»;

1.3 абзацы шестой-десятый подпункта 2.1.12 признать утратившими силу;

1.4 абзац пятый подпункта 2.1.13 признать утратившим силу;

1.5 подпункт 2.1.15 признать утратившим силу;

1.6 подпункт 3.1.2 изложить в редакции:

«3.1.2 договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, заключенного в порядке, установленном действующим законодательством Российской Федерации.

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 на следующий срок:

в отношении суперборда, суперсайта, светодиодного экрана, медиафасада, стелы – 10 лет,

в отношении сити-борда, рекламного щита – 8 лет,

в отношении брандмауэра (настенного панно), вывески, указателя, лайт-бокса, джумби, панели-кронштейна, сити-формата, указателя городской системы ориентирования, флагштока (вымпела), электронного табло, пиллара – 5 лет.

Договор на установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции заключается на срок не более чем двенадцать месяцев.

Форма Договора утверждается администрацией города Перми.»;

1.7 в пункте 3.2:

1.7.1 абзац первый изложить в редакции:

«3.2. Заключение Договора осуществляется на основе торгов в форме электронного аукциона.»;

1.7.2 абзац третий изложить в редакции:

«Ценой лота является начальный размер платы по Договору, который определяется в соответствии с приложением № 2 к настоящему Положению, за двенадцать месяцев.»;

1.8 пункт 3.3 признать утратившим силу;

1.9 абзац третий пункта 3.6 признать утратившим силу;

1.10 в пункте 3.7:

1.10.1 абзац третий изложить в редакции:

«Договором,»;

1.10.2 абзац шестой признать утратившим силу;

1.11 в пункте 3.8:

1.11.1 в абзаце втором слова «конкурсным условиям, касающимся технического исполнения и оснащения рекламной конструкции, признанным лучшими,» исключить;

1.11.2 в абзаце третьем слова «согласованному комплексному проекту территориального размещения рекламных конструкций (до утверждения Схемы),» исключить;

1.11.3 абзац пятый признать утратившим силу;

1.12 пункт 3.9 изложить в редакции:

«3.9. Если из представленных документов будет установлено, что вновь установленная рекламная конструкция не соответствует Договору, требованиям к соответствию рекламных конструкций внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города Перми и (или) Схеме, владелец данной рекламной конструкции обязан устранить выявленные недостатки в течение тридцати дней после дня получения соответствующего требования Уполномоченного органа и представить в Уполномоченный орган уведомление об устранении недостатков рекламной конструкции с приложением к нему документов, предусмотренных абзацами вторым, третьим, четвертым 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 вторым, третьим и (или) четвертым 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.»;

1.13 пункт 3.10 признать утратившим силу;

1.14 абзац четвертый пункта 4.1 признать утратившим силу;

1.15 в пункте 4.2:

1.15.1 в абзаце четвертом подпункта 4.2.1 слова «100 м» заменить словами «70 м»;

1.15.2 подпункт 4.2.2 изложить в редакции:

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

расстояние между рекламными конструкциями малого формата до рекламных конструкций средних, крупных, особо крупных форматов должно составлять не менее 25 м, за исключением флагштоков/вымпелов, расстояние между которыми должно составлять не менее 10 м,

расстояние между рекламными конструкциями средних форматов до рекламных конструкций крупных, особо крупных форматов должно составлять не менее 50 м,

расстояние между рекламными конструкциями крупных форматов до рекламных конструкций особо крупных форматов должно составлять не менее 70 м,

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

1.15.3 подпункт 4.2.3 изложить в редакции:

«4.2.3 расстояние между рекламными конструкциями и перекрестками:

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

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

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

расстояние между рекламными конструкциями и перекрестками не учитывается по отношению к рекламным конструкциям в виде вывески, указателя, лайт-бокса, указателя городской системы ориентирования;»;

1.15.4 подпункт 4.2.4 изложить в редакции:

«4.2.4 расстояние между рекламными конструкциями, установленными на опорах городского освещения, флагштоками/вымпелами, джумби, указателями городской системы ориентирования и другими рекламными конструкциями не учитывается;»;

1.15.5 подпункт 4.2.5 изложить в редакции:

«4.2.5 при размещении отдельно стоящих рекламных конструкций в окраске конструктивных элементов и обрамления информационного поля используются:

для сити-форматов, сити-бордов, пиларов, светодиодных экранов – цветовой стандарт RAL (далее – RAL) 7023, 7024, 7035, 1036 или аналог в другой цветовой системе;

для рекламных щитов, супербордов, суперсайтов – RAL 7035 или аналог в другой цветовой системе;

для указателей городской системы ориентирования – RAL 7024;

для панели-кронштейна обрамление информационного поля должно быть идентичным по цвету опоры наружного освещения.

В границах квартала, улицы конструктивные элементы и обрамления ин-формационного поля рекламных конструкций одного формата должны быть окрашены одним цветом;»;

1.15.6 подпункт 4.2.6 признать утратившим силу;

1.15.7 дополнить подпунктами 4.2.7, 4.2.8, 4.2.9 следующего содержания:

«4.2.7 максимальная высота отдельно стоящих рекламных конструкций, устанавливаемых на земельных участках, на которых расположены многоквартирные дома, составляет не более 7,5 м;

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

4.2.9 расстояние от ближайшего края отдельно стоящей рекламной конструкции до края ближайшего здания, строения, сооружения должно составлять не менее 3 м.»;

1.16 пункт 4.4 признать утратившим силу;

1.17 дополнить пунктом 4.6 следующего содержания:

«4.6. Места размещения рекламных конструкций на зданиях, строениях, сооружениях должны быть указаны в паспорте внешнего облика объекта капитального строительства (колерном паспорте), согласованном в установленном порядке функциональным органом администрации города Перми, осуществляющим функции управления в сфере градостроительства.»;

1.18 абзац первый пункта 41.3 изложить в редакции:

«41.3. Проект Схемы разрабатывается в отношении земельных участков независимо от форм собственности, а также в отношении зданий или иного недвижимого имущества, находящегося в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, в соответствии с документами территориального планирования и требованиями к внешнему архитектурному облику сложившейся застройки, градостроительными нормами и правилами, требованиями безопасности.»;

1.19 пункты 41.4.1, 41.5, 41.6 признать утратившими силу;

1.20 пункт 41.7 изложить в редакции:

«41.7. Состав проекта Схемы (текстовая и графическая части) определяется в соответствии с порядком предварительного согласования схем размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Пермского края или муниципальной собственности, и вносимых в них изменений, утвержденным постановлением Правительства Пермского края.

Карты размещения рекламных конструкций выполняются в масштабе не более 1:3000.»;

1.21 пункты 41.8, 41.9, 41.10 признать утратившими силу;

1.22 пункт 41.12 изложить в редакции:

«41.12. Заинтересованные органы в течение тридцати дней после дня получения проекта Схемы рассматривают каждое включенное в него место размещения рекламной конструкции в рамках полномочий, предусмотренных подпунктами 41.11.1 – 41.11.5 настоящего Положения.

По итогам рассмотрения проекта Схемы в срок, указанный в абзаце первом настоящего пункта, заинтересованные органы:

указанные в подпунктах 41.11.2, 41.11.3 настоящего Положения, – направляют в Уполномоченный орган информацию, указанную в подпунктах 41.11.2, 41.11.3 настоящего Положения, по каждому месту размещения рекламных конструкций, предусмотренному в проекте Схемы,

указанные в подпунктах 41.11.1, 41.11.4, 41.11.5 настоящего Положения, – согласовывают проект Схемы или отказывают в его согласовании с указанием всех мест размещения рекламных конструкций, которые не соответствуют требованиям, предусмотренным подпунктами 41.11.1, 41.11.4, 41.11.5 настоящего Положения.

Отказ в согласовании проекта Схемы должен быть обоснован со ссылкой на правовой акт и (или) технический документ с указанием его статьи, пункта и (или) иной части, требованиям которой не соответствует проект Схемы (в отношении соответствующего места размещения рекламной конструкции, включенного в проект Схемы).

При получении отказа в согласовании всех или отдельных мест размещения рекламных конструкций, включенных в проект Схемы, Уполномоченный орган дорабатывает проект Схемы с учетом замечаний (предложений) соответствующего заинтересованного органа, в том числе исключает несогласованные места размещения рекламных конструкций или корректирует их с учетом требований правовых актов и (или) технических документов, указанных в абзаце пятом настоящего пункта.

В случае получения отказа в согласовании проекта Схемы по основаниям, не предусмотренным настоящим Положением, и (или) не соответствующего абзацу пятому настоящего подпункта, такой отказ не учитывается Уполномоченным органом при формировании проекта Схемы для предварительного согласования с уполномоченным органом исполнительной власти Пермского края.

В случае непоступления информации о согласовании (отказа в согласовании) проекта Схемы в течение трех рабочих дней после дня истечения срока, указанного в абзаце первом настоящего пункта, проект Схемы считается согласованным соответствующим заинтересованным органом.»;

1.23 внести в Методику расчета размера платы, взимаемой в случае размещения рекламной конструкции на земельном участке, здании, ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности города Перми, либо земельном участке (землях), государственная собственность на которые не разграничена (в редакции решений Пермской городской Думы от 24.02.2009 № 27, от 25.02.2010 № 24, от 17.12.2010 № 214, от 21.12.2011 № 239, от 26.03.2013 № 55, от 22.10.2013 № 249, от 25.03.2014 № 60, от 28.02.2017 № 35), изменения:

1.23.1 абзац второй изложить в редакции:

«А = БС х К1 х К2 х К3 х С, где»;

1.23.2 в абзаце двенадцатом в графе второй строки третьей слова «, территории парков, скверов, садов» исключить.

2. Настоящее решение вступает в силу со дня его официального опубликования.

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

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

Председатель

Пермской городской Думы Ю.А.Уткин

Глава города Перми Д.И.Самойлов

Верно

консультант сектора актов Главы города
отдела делопроизводства аппарата

Пермской городской Думы Л.Я.Сиряченко-Полойко

06..2018