

АДМИНИСТРАЦИЯ ГОРОДА ВОЛГОГРАДА  
ПОСТАНОВЛЕНИЕ  
от 27 сентября 2006 г. N 2455

О ПОРЯДКЕ ВЫДАЧИ РАЗРЕШЕНИЙ НА УСТАНОВКУ  
РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В ВОЛГОГРАДЕ

(в ред. постановлений администрации г. Волгограда от 16.01.2007 N 26, от 09.04.2007 N 897, постановлений главы Волгограда от 10.09.2007 N 2121, от 03.12.2007 N 2660, от 15.02.2008 N 284, от 29.05.2008 N 984, от 08.09.2008 N 1823, от 11.12.2008 N 2573, от 13.03.2009 N 552, от 03.11.2009 N 2820, от 09.06.2010 N 1314, от 01.09.2010 N 2198, постановления администрации г. Волгограда от 02.12.2010 N 3296)

В целях совершенствования порядка выдачи разрешений на установку рекламных конструкций, руководствуясь статьей 36 Устава города-героя Волгограда, постановляю:

1. Утвердить Порядок выдачи разрешений на установку рекламных конструкций в Волгограде (далее - Порядок) (прилагается).
2. Департаменту информации администрации Волгограда опубликовать настоящее постановление в средствах массовой информации в недельный срок со дня подписания настоящего постановления.
3. Действие Порядка вступает в силу со дня официального опубликования настоящего постановления.
4. Считать утратившим силу Постановление администрации Волгограда от 8 августа 2002 г. N 934 "О Порядке выдачи разрешений на распространение наружной рекламы в Волгограде".
5. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на заместителя главы Волгограда Цатурова А.Л.

И.о. главы Волгограда  
Р.Т.ХЕРИАНОВ

Утвержден

Постановлением

главы Волгограда

от 27 сентября 2006 г. N 2455

ПОРЯДОК  
ВЫДАЧИ РАЗРЕШЕНИЙ НА УСТАНОВКУ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ  
В ВОЛГОГРАДЕ

(в ред. постановлений главы Волгограда от 03.12.2007 N 2660, от 15.02.2008 N 284, от 29.05.2008 N 984, от 08.09.2008 N 1823, от 11.12.2008 N 2573, от 13.03.2009 N 552, от 03.11.2009 N 2820, от 09.06.2010 N 1314, от 01.09.2010 N 2198, постановления администрации г. Волгограда от 02.12.2010 N 3296)

1. Общие положения

1.1. Настоящий Порядок определяет:

- 1.1.1. Порядок установки рекламных конструкций на территории Волгограда.
  - 1.1.2. Уполномоченные органы по вопросам установки и эксплуатации рекламных конструкций.
  - 1.1.3. Процедуру выдачи разрешений на установку рекламных конструкций и отказа в выдаче разрешения.
  - 1.1.4. Основания и последствия аннулирования разрешения на установку рекламных конструкций или признания его недействительным.
  - 1.1.5. Требования к проектированию, монтажу и эксплуатации рекламных конструкций.
  - 1.1.6. Типы (виды) рекламных конструкций, которые могут размещаться и эксплуатироваться на территории Волгограда согласно приложению 1 к настоящему Порядку.
  - 1.1.7. Территории Волгограда, на которых устанавливается различный режим размещения рекламных конструкций, согласно приложению 2 к настоящему Порядку.
- 1.2. Настоящий Порядок входит в систему муниципальных правовых актов в сфере градостроительного регулирования Волгограда.

2. Порядок установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Волгограда

- 2.1. Установка и эксплуатация рекламной конструкции допускается при наличии договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и соответствующего разрешения, выдаваемого на основании заявления заинтересованного лица, представившего необходимые документы, органом местного самоуправления Волгограда в лице комитета по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда на каждую рекламную конструкцию на срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.
- 2.2. Рекламные конструкции являются элементами благоустройства Волгограда. Рекламные конструкции, размещаемые на территории Волгограда, не должны ухудшать архитектурный облик города и его визуальное восприятие.
- 2.3. Распространение рекламы и информации на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается.
- 2.4. Установка и эксплуатация рекламных конструкций на территориях, в отношении которых утверждены концепт-программы, допускается исключительно в соответствии с указанными концепт-программами. Концепт-программа разрабатывается комитетом по градостроительству и архитектуре Волгограда, утверждается комиссией по размещению наружной рекламы и оформлению города при администрации Волгограда и представляет собой документ, содержащий единую концепцию благоустройства отдельных территорий Волгограда, предусматривающую установку рекламных конструкций.
- 2.5. Рекламные конструкции должны быть безопасны, спроектированы, изготовлены и размещены в соответствии с существующими нормами и правилами, ГОСТами, правилами устройства электроустановок, техническими регламентами и другими нормативными актами. Установка и эксплуатация рекламных конструкций не должны нарушать требования соответствующих санитарных норм и правил (в том числе требований к

освещенности, электромагнитному излучению и т.д.).

Рекламные конструкции должны соответствовать требованиям нормативных актов по безопасности дорожного движения.

2.6. Не допускается размещение и эксплуатация рекламных конструкций:

на железнодорожных переездах, мостовых сооружениях, в туннелях и под путепроводами, а также на расстоянии менее 50 м от них, непосредственно над въездами в туннели и выездами из туннелей и ближе 10 м от них;

над проезжей частью и обочинами дорог (кроме транспарантов-перетяжек);

на пешеходных переходах и пересечениях автомобильных дорог в одном уровне, а также на расстоянии менее 50 м от них;

сбоку от автомобильной дороги или улицы на расстоянии менее 5 м от бровки земляного полотна автомобильной дороги (бордюрного камня).

2.7. Не допускается размещение рекламных конструкций, являющихся источниками шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных и иных излучений и полей, вблизи жилых помещений.

2.8. Не допускается повреждение зданий, сооружений при креплении к ним рекламных конструкций, а также снижение их прочности и устойчивости.

2.9. Рекламные конструкции не должны эксплуатироваться без информационных сообщений. В случае временного отсутствия рекламного послания на рекламной конструкции должна размещаться социальная реклама в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

(п. 2.9 в ред. постановления главы Волгограда от 15.02.2008 N 284)

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

2.11. Не допускается размещение рекламных конструкций на стационарных оградах архитектурных ансамблей, парков, скверов, если они выполнены в виде кованых и сварных решеток, ажурных и других конструкций, изготовленных по оригинальным чертежам и возведенным по индивидуальным проектам.

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

2.13. Рекламные конструкции должны быть обеспечены проектной документацией, выполненной в соответствии с требованиями проектных и строительных норм и правил организаций.

(в ред. постановления главы Волгограда от 09.06.2010 N 1314)

3. Уполномоченные органы по вопросам установки и эксплуатации рекламных конструкций

Уполномоченными органами по вопросам установки и эксплуатации рекламных конструкций в Волгограде, в том числе по согласованию предполагаемых мест дислокации рекламных конструкций, контроля за выполнением владельцем рекламной конструкции требований к монтажу, эксплуатации рекламной конструкции, благоустройству прилегающей к ней территории и другим вопросам, являются:

3.1. Комитет по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда, в компетенцию которого входят:

3.1.1. Осуществление координации работ по реализации единой городской политики в области наружной рекламы.

3.1.2. Разработка муниципальных правовых актов Волгограда в области распространения наружной рекламы и информации на территории Волгограда.

3.1.3. Выполнение функций по приему и рассмотрению заявлений заинтересованных лиц на получение разрешений на установку рекламных конструкций, организация процесса согласования поданных заявлений и выдача разрешений, согласованных с соответствующими органами. В официальном тексте документа, видимо, допущена опечатка: в разделе 3 пункт 3.5 отсутствует, имеется в виду пункт 3.4.

3.1.4. Направление заявлений на согласование с органами, указанными в пунктах 3.2 - 3.5 настоящего раздела, а также с субъектами дополнительного согласования.

3.1.5. Ведение централизованного учета мест установки рекламных конструкций и их состояния.

3.1.6. Принятие решений об отказе в выдаче разрешений и об аннулировании разрешений.

3.1.7. Осуществление контроля за установкой и эксплуатацией рекламных конструкций на территории Волгограда.

3.1.8. Осуществление контроля за правомерностью размещения рекламных конструкций, выдача предписаний на демонтаж незаконных рекламных конструкций, принятие мер, направленных на демонтаж незаконно установленных рекламных конструкций.

3.1.9. Осуществление контроля за техническим и эстетическим состоянием рекламных конструкций, выдача уведомлений и предписаний об устранении выявленных нарушений и контроль за их исполнением.

3.1.10. Заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на зданиях, строениях, сооружениях и прочих объектах, находящихся в муниципальной собственности и не закрепленных на праве хозяйственного ведения или оперативного управления за муниципальными предприятиями и учреждениями, а также земельных участках, находящихся в муниципальной собственности или государственная собственность на которые не разграничена.

(в ред. постановления главы Волгограда от 01.09.2010 N 2198, постановления администрации г. Волгограда от 02.12.2010 N 3296)

3.1.11. Осуществление контроля за исполнением условий договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, заключенных комитетом по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда.

3.1.12. Предъявление в суд, арбитражный суд исков по вопросам, связанным с установкой и эксплуатацией рекламных конструкций, в том числе исков о взыскании задолженности, неустоек, штрафов, пеней по договорам на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, о принудительном демонтаже рекламных конструкций, о взыскании суммы неосновательного обогащения при установке рекламной конструкции без разрешения и (или) без договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

3.2. Комитет по градостроительству и архитектуре Волгограда, в компетенцию которого входят:

3.2.1. Рассмотрение и согласование заявлений о получении разрешений на установку рекламной конструкции, проектной документации на размещение и изготовление рекламных конструкций.

3.2.2. Привлечение специализированных организаций, обслуживающих городские инженерные, транспортные и иные коммуникации, к участию в согласовании заявлений о получении разрешений на установку рекламной конструкции, проектной документации на размещение и изготовление рекламных конструкций.

3.2.3. Обеспечение в пределах своей компетенции надлежащего контроля за соблюдением требований к проектированию, изготовлению и установке рекламных конструкций, соответствием заявляемой рекламной конструкции и места ее размещения генеральному плану, внешнему архитектурному облику сложившейся застройки Волгограда.

3.2.4. Принятие муниципальных правовых актов Волгограда, определяющих параметры и требования к внешнему виду рекламных конструкций, размещаемых на территории Волгограда.

3.2.5. Уведомление комитета по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда об изменении градостроительной ситуации.

3.3. Глава администрации района Волгограда, на территории которого предполагается установка рекламной конструкции, в компетенцию которого входят:

3.3.1. Рассмотрение и согласование заявлений о получении разрешений на установку рекламной конструкции. Срок согласования составляет не более пяти рабочих дней с момента поступления документов.

3.3.2. Определение требований по благоустройству территории, прилегающей к месту установки рекламной конструкции.

3.4. Управление государственной инспекции безопасности дорожного движения Главного управления внутренних дел по Волгоградской области, в компетенцию которого входит рассмотрение и согласование заявлений о получении разрешений на установку рекламной конструкции в полосе отвода и придорожной зоне автомобильных дорог.

4. Процедура выдачи разрешений на установку рекламных конструкций

4.1. Установка рекламной конструкции допускается при наличии договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и разрешения на установку рекламных конструкций (далее - разрешение).

Заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на зданиях, строениях, сооружениях и прочих объектах, находящихся в муниципальной собственности и не закрепленных на праве хозяйственного ведения или оперативного управления за

муниципальными предприятиями и учреждениями, а также земельных участках, находящихся в муниципальной собственности или государственная собственность на которые не разграничена, осуществляется на основе торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

(в ред. постановления главы Волгограда от 01.09.2010 N 2198, постановления администрации г. Волгограда от 02.12.2010 N 3296)

4.2. Разрешение выдается комитетом по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда на каждую рекламную конструкцию на срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

4.3. Для получения разрешения собственник или иной законный владелец соответствующего недвижимого имущества, к которому предполагается присоединить рекламную конструкцию, либо владелец рекламной конструкции представляет в комитет по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда письменное заявление на получение разрешения (далее - заявление), содержащее следующую информацию: наименование, адрес, реквизиты заявителя, тип, габаритные размеры, количество сторон рекламной конструкции, адрес и описание места предполагаемой дислокации рекламной конструкции, цветную фотографию места предполагаемой дислокации рекламной конструкции с нанесенным на нее пропорциональным изображением рекламной конструкции, схематический план прилегающей территории с указанием находящихся на ней ориентирных объектов (улиц, перекрестков дорог, прилегающих домов и т.д.), схемы организации дорожного движения и привязкой места предполагаемой дислокации рекламных конструкций к данным объектам, светофорам, дорожным знакам и ранее установленным рекламным конструкциям (расположенным в прилегающей зоне их прямой видимости радиусом не менее 100 м).

4.4. К заявлению, указанному в пункте 4.3 раздела 4 настоящего Порядка, в обязательном порядке прилагаются:

(в ред. постановления главы Волгограда от 13.03.2009 N 552)

4.4.1. Данные о заявителе - физическом лице либо данные о государственной регистрации юридического лица или государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, а также сведения о постановке физического либо юридического лица или индивидуального предпринимателя на учет в налоговом органе.

4.4.2. Подтверждение в письменной форме согласия собственника или иного законного владельца соответствующего недвижимого имущества на присоединение к этому имуществу рекламной конструкции, если заявитель не является собственником или иным законным владельцем указанного недвижимого имущества, с приложением копии документа, подтверждающего право собственности на недвижимое имущество, к которому предполагается присоединить рекламную конструкцию, либо право аренды, право хозяйственного ведения, право оперативного управления или иное вещное право на указанное недвижимое имущество, или договор доверительного управления, не ограничивающий доверительного управляющего в совершении действий с соответствующим имуществом.

4.4.3. Надлежащим образом оформленная доверенность - при оформлении разрешения представителем заявителя.

4.4.4. Документ, подтверждающий оплату государственной пошлины за совершение юридически значимых действий.

4.5. Форма заявления утверждается комитетом по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда. Копии документов, прилагаемых к заявлению, должны быть заверены в соответствии с требованиями гражданского законодательства Российской Федерации.

4.6. Поданное заявление подлежит обязательной регистрации в журнале регистрации заявлений.

4.7. В срок, не превышающий пяти рабочих дней со дня регистрации заявления, комитет по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда проверяет:

4.7.1. Полноту и достоверность сведений, указанных в пунктах 4.3, 4.4 настоящего раздела. При наличии объективных замечаний, выявленных в ходе проверки, заявителю предоставляется срок, не превышающий 7 рабочих дней, для их устранения, о чем в самом заявлении и в журнале регистрации заявлений производится соответствующая запись. После устранения замечаний комитетом по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда проводится дополнительная проверка, которая не может превышать 5 рабочих дней.

4.7.2. Соответствие заявляемой рекламной конструкции и предполагаемого места ее дислокации требованиям нормативных правовых актов Российской Федерации, настоящему Порядку и иным муниципальным правовым актам Волгограда.

4.7.3. Существование на момент регистрации поступившего заявления ранее поданных заявлений на получение разрешения или выданных разрешений на указанное заявителем место.

4.8. По результатам проведенной проверки заявления комитетом по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда может быть отказано в выдаче разрешения в соответствии с нормативными правовыми актами Российской Федерации.

4.9. По окончании проверки заявления с приложениями, сопроводительным письмом комитета по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда, бланком согласования заявления (далее - бланк согласования) направляется на согласование с субъектами, указанными в разделе 3 настоящего Порядка. В случае если заявитель самостоятельно осуществляет процедуру согласования, указанные документы выдаются под роспись заявителю или его представителю.

4.10. Субъекты согласования, указанные в разделе 3 настоящего Порядка, организуют в пределах своей компетенции рассмотрение и согласование представленных документов и производят в бланке согласования соответствующую запись, а в случае отказа в согласовании в письменном виде излагают причины такого отказа.

4.11. Для согласования заявления в комитет по градостроительству и архитектуре Волгограда заявитель представляет следующую документацию:

план размещения рекламной конструкции в масштабе 1:5000 (ситуационный план);

проект привязки рекламной конструкции в масштабе 1:500;

(в ред. постановления главы Волгограда от 09.06.2010 N 1314)

проект (чертеж) рекламной конструкции;

(в ред. постановления главы Волгограда от 09.06.2010 N 1314)

схему производства строительных работ.

(в ред. постановления главы Волгограда от 09.06.2010 N 1314)

4.12. По завершении процедур согласования комитет по градостроительству и архитектуре Волгограда в 7-дневный срок оформляет для указанных в настоящем Порядке рекламных конструкций три экземпляра паспорта места размещения носителя информационных (рекламных) сообщений (паспорта места рекламной конструкции).

Первый экземпляр паспорта места рекламной конструкции хранится в комитете по градостроительству и архитектуре Волгограда, второй - передается в комитет по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда, третий - владельцу рекламной конструкции. В паспорте места рекламной конструкции помимо прочей информации указывается срок, после истечения которого необходимо провести техническое обследование эксплуатируемой рекламной конструкции.

4.13. По окончании процедур согласования документы подлежат возврату в комитет по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда. При наличии положительных результатов согласования заявитель представляет в комитет по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, заключенный в соответствии с требованиями частей 5 - 7 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе".

4.14. Решение о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче принимается комитетом по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда, оформляется в письменной форме и направляется заявителю в течение 2 месяцев со дня приема от него необходимых документов.

4.15. В разрешении указываются владелец рекламной конструкции, собственник земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, тип рекламной конструкции, площадь ее информационного поля, место установки рекламной конструкции, срок действия разрешения, орган, выдавший разрешение, номер и дата его выдачи, иные сведения.

4.16. Смена владельца рекламной конструкции не влечет автоматического возникновения права на установку и эксплуатацию рекламной конструкции у ее нового владельца.

В случае смены владельца рекламной конструкции в комитет по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда представляются следующие документы:

заявление прежнего правообладателя о переоформлении разрешительной документации на нового владельца рекламной конструкции с приложением копии действующей разрешительной документации на рекламную конструкцию (разрешения, паспорта места рекламной

конструкции или заключения по результатам технического обследования (в случае если срок, указанный в паспорте места рекламной конструкции, истек);

(в ред. постановления главы Волгограда от 13.03.2009 N 552)

документы, подтверждающие переход права собственности на рекламную конструкцию (договор, акт приема-передачи);

заявление нового владельца о переоформлении на него разрешительной документации с приложением документов, указанных в пункте 4.4 раздела 4 настоящего Порядка;

(в ред. постановления главы Волгограда от 13.03.2009 N 552)

документы, подтверждающие уступку прав по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в соответствии со статьей 391 Гражданского кодекса Российской Федерации.

(в ред. постановления главы Волгограда от 13.03.2009 N 552)

4.17. Изменения в действующее разрешение могут быть внесены комитетом по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда исключительно в случаях:

изменения наименования владельца рекламной конструкции, собственника земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция;

изменений в адресе места установки рекламной конструкции, не связанных с переносом рекламной конструкции (без изменения фактического места установки рекламной конструкции);

изменения типа (вида) рекламной конструкции в случае ее модернизации без увеличения размеров рекламной конструкции.

(абзац введен постановлением главы Волгограда от 29.05.2008 N 984)

5. Отказ в выдаче разрешения

Решение об отказе в выдаче разрешения должно быть мотивировано и принято комитетом по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда исключительно по следующим основаниям:

5.1. Несоответствие проекта рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технического регламента.

5.2. Несоответствие установки рекламной конструкции в заявленном месте схеме территориального планирования или генеральному плану Волгограда.

5.3. Нарушение требований нормативных актов по безопасности движения транспорта.

5.4. Нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки Волгограда.

5.5. Нарушение требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании.

5.6. Нарушение требований, установленных частями 5.1 - 5.7, 9.1 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе".

(п. 5.6 введен постановлением главы Волгограда от 11.12.2008 N 2573)

6. Основания и последствия аннулирования разрешения

или признания его недействительным

6.1. Решение об аннулировании разрешения принимается комитетом по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда:

6.1.1. В течение месяца со дня направления ему владельцем рекламной конструкции уведомления в письменной форме о своем отказе от дальнейшего использования разрешения.

6.1.2. В течение месяца с момента направления ему собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, документа, подтверждающего прекращение договора, заключенного между таким собственником или таким владельцем недвижимого имущества и владельцем рекламной конструкции.

6.1.3. В случае если в течение года со дня выдачи разрешения рекламная конструкция не установлена.

6.1.4. В случае если рекламная конструкция используется не в целях распространения рекламы, социальной рекламы.

(в ред. постановления главы Волгограда от 11.12.2008 N 2573)

6.1.5. В случае если разрешение выдано лицу, заключившему договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с нарушением требований, установленных частями 5.1 - 5.7 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе", либо результаты аукциона или конкурса признаны недействительными в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

(пп. 6.1.5 введен постановлением главы Волгограда от 11.12.2008 N 2573)

6.1.6. В случае нарушения требований, установленных частями 9.1, 9.3 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе".

(пп. 6.1.6 введен постановлением главы Волгограда от 11.12.2008 N 2573)

6.2. В соответствии с действующим законодательством Российской Федерации разрешение может быть признано недействительным в судебном порядке в случаях:

6.2.1. Неоднократного или грубого нарушения рекламораспространителем действующего законодательства Российской Федерации о рекламе - по иску антимонопольного органа.

6.2.2. Обнаружения несоответствия рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технического регламента - по иску органа, осуществляющего контроль за соблюдением технических регламентов.

6.2.3. Несоответствия установки рекламной конструкции в данном месте схеме территориального планирования или генеральному плану - по иску органа местного самоуправления Волгограда.

6.2.4. Нарушения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки Волгограда - по иску органа местного самоуправления Волгограда.

6.2.5. Несоответствия рекламной конструкции требованиям нормативных актов по безопасности движения транспорта - по иску органа, осуществляющего контроль за безопасностью движения транспорта.

6.2.6. Возникновения преимущественного положения в соответствии с частями 5.3, 5.4 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" - по иску антимонопольного органа.

6.3. В случае аннулирования разрешения или признания его недействительным:

6.3.1. Владелец рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец соответствующего недвижимого имущества, к которому такая конструкция присоединена, обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции в течение месяца и удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции, в течение трех дней.

6.3.2. В случае если рекламная конструкция присоединена к недвижимому имуществу, находящемуся в собственности городского округа город-герой Волгоград, обязанности собственника, предусмотренные частью 21 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе", выполняют органы и (или) организации, уполномоченные на то администрацией Волгограда.

7. Договор на установку и эксплуатацию

рекламных конструкций

7.1. Договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций заключается:

с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества (в том числе арендатором);

с лицом, обладающим правом хозяйственного ведения, правом оперативного управления или иным вещным правом на недвижимое имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, при наличии согласия собственника такого имущества;

с доверительным управляющим, в случае если недвижимое имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, передано собственником в доверительное управление, при условии, что договор доверительного управления не ограничивает в совершении таких действий с соответствующим имуществом;

с комитетом по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда при установке рекламной конструкции на зданиях, строениях, сооружениях и прочих объектах, находящихся в муниципальной собственности и не закрепленных на праве хозяйственного ведения или оперативного управления за муниципальными предприятиями и учреждениями, а также земельных участках, находящихся в муниципальной собственности или государственной собственности на которые не разграничена.

(в ред. постановления главы Волгограда от 01.09.2010 N 2198, постановления администрации г. Волгограда от 02.12.2010 N 3296)

7.2. Договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций заключается сроком на пять лет, за исключением договора на установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции, который может быть заключен на срок не более чем двенадцать месяцев. По окончании

срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции обязательства сторон по договору прекращаются.

В официальном тексте документа, видимо, допущена опечатка: Федеральный закон от 13.03.2006 имеет номер 38-ФЗ, а не 19-ФЗ.

7.3. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется в соответствии с нормами Федерального закона от 13 марта 2006 г. N 19-ФЗ "О рекламе" и гражданского законодательства Российской Федерации.

7.4. Расчет размера платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на зданиях, строениях, сооружениях и прочих объектах, находящихся в муниципальной собственности и не закрепленных на праве хозяйственного ведения или оперативного управления за муниципальными предприятиями и учреждениями, а также земельных участках, находящихся в муниципальной собственности или государственная собственность на которые не разграничена, осуществляется в соответствии с муниципальными правовыми актами Волгограда.

(в ред. постановления главы Волгограда от 01.09.2010 N 2198, постановления администрации г. Волгограда от 02.12.2010 N 3296)

## 8. Требования к установке и эксплуатации

рекламных конструкций

### 8.1. Требования к установке рекламных конструкций:

8.1.1. Строительно-монтажные и электротехнические работы по установке и эксплуатации рекламных конструкций должны выполняться в соответствии с проектной и разрешительной документацией, с требованиями, установленными для проведения соответствующего вида работ.

8.1.2. Устройство фундаментов рекламных конструкций и проведение других земляных работ при их установке проводятся на основании ордера на производство земляных работ.

8.1.3. Опоры и другие элементы рекламных конструкций должны быть изготовлены из материалов, обеспечивающих безопасность в процессе эксплуатации и устойчивость при ветровых и иных нагрузках.

8.1.4. В течение пяти суток после установки (демонтажа) рекламной конструкции ее владелец обязан произвести благоустройство прилегающей территории в радиусе пяти метров от нее в соответствии с требованиями органа, уполномоченного в сфере благоустройства, администрации района Волгограда, на территории которого устанавливается рекламная конструкция. Благоустройство осуществляется владельцем рекламной конструкции самостоятельно либо специализированной организацией на основании соответствующего договора.

8.1.5. По завершении монтажа рекламной конструкции владелец рекламной конструкции обязан в срок, не превышающий трех рабочих дней, письменно уведомить комитет по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда об окончании работ по установке рекламной конструкции и изготовить фактическую топосъемку в организации, имеющей соответствующую лицензию.

8.1.6. После получения уведомления об окончании работ либо в любой момент по своему усмотрению комитет по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда осуществляет проверку соответствия установленной рекламной конструкции и места ее установки разрешительной документации, а также требованиям нормативных правовых актов Российской Федерации, муниципальных правовых актов Волгограда. По результатам проверки составляется акт, в котором делается вывод о соответствии рекламной конструкции и места ее установки разрешительной документации, а также требованиям нормативных правовых актов Российской Федерации, муниципальных правовых актов Волгограда. По результатам проверки составляется акт, в котором делается вывод о соответствии рекламной конструкции и места ее установки разрешительной документации или несоответствия требованиям безопасности в акте указывается перечень обнаруженных недостатков. В случае обнаружения неустранимых недостатков комитетом по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда выдается предписание на демонтаж рекламной конструкции.

8.1.7. Установленная рекламная конструкция должна соответствовать проектной и разрешительной документации, а также требованиям действующего законодательства Российской Федерации на протяжении всего срока эксплуатации. По истечении срока, указанного в паспорте места рекламной конструкции, рекламная конструкция должна проходить техническое обследование.

### 8.2. Обследование эксплуатируемых рекламных конструкций проводится в следующем порядке:

8.2.1. По истечении срока, указанного в паспорте места рекламной конструкции, владелец рекламной конструкции обязан представить в комитет по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда экспертное заключение о результатах технического обследования, выданное организацией, имеющей соответствующую лицензию, содержащее краткое описание имеющихся отклонений, выводы о возможности дальнейшей эксплуатации конструкции и срок следующего обследования.

8.2.2. Обследованию подлежат все рекламные конструкции, размещенные на территории Волгограда, за исключением штендеров, вывесок площадью менее двух квадратных метров, рекламоносителей, размещаемых на павильонах ожидания общественного транспорта, кабинках телефонов-автоматов, городских часах.

8.2.3. Техническое обследование эксплуатируемой рекламной конструкции включает в себя:

проверку состояния и степени повреждения конструкции вследствие механических, температурных, коррозионных и иных воздействий; проверку состояния электрооборудования рекламной конструкции и соответствия его нормативным документам; контрольный расчет несущей способности конструкции, который проводится в случае ее повреждения либо при отсутствии (утере) проектной документации. Контрольный расчет проводится по фактическим размерам и параметрам в предположении, что конструкция изготовлена из материалов минимальной прочности, и с учетом обнаруженных повреждений.

8.2.4. В случае выявления по собственной инициативе или на основании поступивших от органов государственной власти, местного самоуправления Волгограда, граждан и юридических лиц сообщений о повышенной опасности рекламной конструкции для окружающих; отклонении рекламной конструкции от вертикали, сильной деформации конструкции, механических повреждений, нарушений анкерных креплений стойки рекламной конструкции; а также при истечении срока, указанного в паспорте места рекламной конструкции, и непредставлении в комитет по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда заключения о результатах технического обследования комитетом по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда может быть принято решение о проведении технического обследования рекламной конструкции, которое проводится организацией, имеющей соответствующую лицензию.

8.2.5. Владелец рекламной конструкции обязан устранить нарушения, указанные в экспертном заключении, подготовленном по результатам обследования, в срок, указанный в уведомлении комитета по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда. В случае обнаружения неустранимых недостатков комитетом по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда выдается предписание на демонтаж рекламной конструкции.

### 8.3. Требования к эксплуатации рекламных конструкций:

8.3.1. Владелец рекламной конструкции обязан содержать ее, а также непосредственно прилегающую к рекламной конструкции территорию в надлежащем техническом и эстетическом состоянии, не допускать наличия на рекламных конструкциях посланий с дефектами в виде загрязнений, надрывов, иных повреждений, а также наличия на рекламных конструкциях деформаций, следов коррозии, отслоения краски, загрязнений, иных повреждений. Не допускается размещение на опорах и каркасах рекламных конструкций объявлений, листовок, афиш.

8.3.2. Владелец рекламной конструкции несет ответственность за причинение вреда третьим лицам за любые нарушения правил безопасности, а также за неисправности и аварийные ситуации, возникшие из-за нарушения им условий монтажа и эксплуатации рекламной конструкции.

8.3.3. Рекламные конструкции должны содержать следующую информацию о собственнике рекламной конструкции: наименование владельца рекламной конструкции (фирменное - юридического лица, фамилия, имя, отчество - физического лица); телефон владельца рекламной конструкции. Владелец рекламной конструкции размещает указанную информацию на нижнем крае информационного поля рекламной конструкции либо на информационной табличке, расположенной под информационным полем, на высоте, обеспечивающей ее удобное прочтение и сохранность.

8.3.4. Владелец рекламной конструкции обязан размещать на рекламных конструкциях, по которым заключены договоры с комитетом по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда, социальную рекламу в периоды времени по выбору комитета по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда (в пределах пяти процентов годового объема распространяемой владельцем рекламной конструкции рекламы).

(пп. 8.3.4 в ред. постановления главы Волгограда от 15.02.2008 N 284)

8.3.5. В случае нарушения требований, изложенных в настоящем разделе, комитет по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда выдает обязательное для исполнения предписание, содержащее описание нарушений и сроки их устранения. При невыполнении требований предписания в установленные сроки комитет по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда применяет меры воздействия, предусмотренные нормативными правовыми актами Российской Федерации, Волгоградской области и (или) договором на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

9. Особенности выдачи разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, подлежащей присоединению (прикреплению) к объекту недвижимости, находящемуся в муниципальной собственности Волгограда (введен постановлением главы Волгограда от 13.03.2009 N 552)

9.1. Принятие решения о выдаче либо об отказе в выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, подлежащей размещению на здании, строении, сооружении или ином объекте, находящемся в муниципальной собственности, а также земельном участке, находящемся в муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, осуществляется комитетом по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда. При этом решение о выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, подлежащей размещению на здании, строении, сооружении или ином объекте, находящемся в муниципальной собственности, а также земельном участке, находящемся в муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, может быть принято комитетом по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда только после заключения в порядке, установленном действующим гражданским законодательством Российской Федерации, договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции между владельцем рекламной конструкции и уполномоченным лицом.

(в ред. постановления главы Волгограда от 01.09.2010 N 2198, постановления администрации г. Волгограда от 02.12.2010 N 3296)

9.2. Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на здании, строении, сооружении и ином объекте, находящемся в муниципальной собственности, а также земельном участке, находящемся в муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, проводятся в форме:

(в ред. постановления главы Волгограда от 01.09.2010 N 2198, постановления администрации г. Волгограда от 02.12.2010 N 3296)

9.2.1. Открытого конкурса в случаях установки и эксплуатации отдельно стоящих на земле и связанных с ней фундаментом рекламоносителей: щитовых установок; объемно-пространственных конструкций (объектов), конструкций роллерного типа (скроллер или ситиборд), коробов, тумб, транспарантов-перетяжек; арок; рекламоносителей, размещаемых на элементах общегородского благоустройства; нетрадиционных рекламоносителей (пневмостенды, воздушные шары, пневмофигуры, аэростаты, дирижабли, имиджевые рекламные конструкции (стелы) и т.п.), иных рекламоносителей, отдельно стоящих на земле и связанных с ней фундаментом.

9.2.2. Открытого аукциона в случаях установки и эксплуатации следующих рекламоносителей: рекламоносителей, размещаемых на временном или постоянном ограждении, заборе (щитовых установок, тканевых панно и полотнищ и др.), консольных рекламоносителей-кронштейнов, размещаемых на отдельно стоящих опорах, в том числе коробов, флаговых композиций, навесов; проекционных установок; рекламных вывесок, табличек, онингов; тканевых панно, размещаемых на брендмауэрах и свободных плоскостях стен зданий и сооружений; настенных панно, нанесенных на подготовленные поверхности брендмауэров, свободные плоскости стен зданий и сооружений с помощью живописных технологий; наземных панно; щитовых конструкций, коробов, размещаемых на брендмауэрах и свободных плоскостях стен зданий и сооружений; крышных установок.

9.3. После проведения торгов и заключения по их результатам договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заинтересованное лицо представляет в комитет по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда заявление о выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (по форме, установленной комитетом по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда) с приложением документов, предусмотренных частями 11, 12 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе".

9.4. Процедура, предусмотренная пунктами 4.3 - 4.14 раздела 4 настоящего Порядка, не применяется к отношениям по выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, подлежащих размещению на зданиях, строениях, сооружениях и прочих объектах, находящихся в муниципальной собственности, а также земельных участках, находящихся в муниципальной собственности или государственная собственность на которые не разграничена.

(в ред. постановления главы Волгограда от 01.09.2010 N 2198, постановления администрации г. Волгограда от 02.12.2010 N 3296)

И.о. управляющего делами  
администрации Волгограда  
А.М.АБРАМОВ

#### Приложение 1

к Порядку выдачи разрешений

на установку рекламных

конструкций в Волгограде

#### ТИПЫ (ВИДЫ)

РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ, КОТОРЫЕ МОГУТ УСТАНОВЛИВАТЬСЯ  
И ЭКСПЛУАТИРОВАТЬСЯ НА ТЕРРИТОРИИ ВОЛГОГРАДА

(в ред. постановления главы Волгограда  
от 03.11.2009 N 2820)

1. Отдельно стоящие щитовые установки - рекламные конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения информации, в том числе предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет излучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов, а также щитовые конструкции с автоматически изменяемым трехпозиционным рекламным посланием (prismavision), щиты с электронными дисплеями, состоящие из фундамента, каркаса и информационного поля.

На щитовые установки комитетом по градостроительству и архитектуре Волгограда оформляется паспорт места рекламной конструкции.

Типовые размеры щитовых установок составляют (в горизонтальном исполнении) 3 м x 6 м, 4 м x 12 м, 5 м x 12 м.

Щитовые установки должны соответствовать следующим требованиям:

фундаменты отдельно стоящих щитовых установок не должны возвышаться над уровнем земли;

щитовые установки выполняются, как правило, в двустороннем варианте. Щитовые установки, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную, согласованную с комитетом по градостроительству и архитектуре Волгограда обратную сторону;

конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т.п.) должны быть закрыты декоративными элементами;

щитовые установки не должны иметь видимых элементов соединения различных частей конструкций (торцевые поверхности конструкций, крепление осветительной арматуры, соединения с основанием);

нижний край щитовой установки или крепящих его конструкций должны располагаться на высоте не менее 4,5 м от поверхности земли;

щитовая установка должна быть подсвечена в ночное время суток при наличии соответствующих требований проектной и разрешительной документации;

при размещении щитовой установки на разделительной полосе расстояние от ближнего края рекламного щита до края проезжей части должно составлять не менее 2,5 м;

расстояние между отдельно размещенными на одной стороне дороги, улицы (или разделительной полосе) щитовыми установками должно быть не менее 100 м.

2. Щитовые конструкции, размещаемые на брендмауэрах и свободных плоскостях стен зданий и сооружений, в том числе рекламные конструкции с автоматически изменяемым трехпозиционным рекламным посланием (prismavision), а также электронные дисплеи.

На данные рекламные конструкции комитетом по градостроительству и архитектуре Волгограда оформляется паспорт места рекламной

конструкции.

3. Крышные установки - объемные или плоскостные конструкции, полностью или частично размещаемые выше уровня карниза здания или на крыше.

Площадь информационного поля крышных установок определяется по внешним габаритным размерам конструкции в целом.

Крышные установки подразделяются на следующие виды: фоновые; бесфоновые; электронные табло, дисплеи; щиты с автоматически изменяемым трехпозиционным рекламным посланием (prismavision); пневмоконструкции всех видов.

Крышные установки должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания.

При разработке проектов крышных установок в обязательном порядке должны быть учтены требования безопасности, проведены работы по обследованию несущей способности крыши, восстановлению кровли после монтажа установки.

На данные рекламные конструкции комитетом по градостроительству и архитектуре Волгограда оформляется паспорт места рекламной конструкции.

4. Настенные панно - средства наружной рекламы, размещаемые на плоскости стен зданий и сооружений в виде:

изображения (информационного поля), непосредственно нанесенного на стену;

конструкции, состоящей из элементов крепления к стене, каркаса и информационного поля.

Настенные панно выполняются по типовым или индивидуальным проектам.

Для настенных панно, имеющих элементы крепления к стене, в обязательном порядке разрабатывается проект крепления конструкции с целью обеспечения безопасности при эксплуатации.

На конструкции, состоящие из элементов крепления к стене, каркаса и информационного поля, комитетом по градостроительству и архитектуре Волгограда оформляется паспорт места рекламной конструкции.

5. Флаговые композиции и навесы - рекламные конструкции, состоящие из основания, одного или нескольких флажков (стоек) и мягких полотнищ.

Площадь информационного поля флага определяется площадью двух сторон его полотнища.

Площадь информационного поля навеса определяется размером одной из его сторон.

На данные рекламные конструкции комитетом по градостроительству и архитектуре Волгограда оформляется паспорт места рекламной конструкции.

6. Наземные панно - рекламные конструкции, размещаемые на поверхности земли, состоящие из нанесенных либо встроенных в наземное покрытие строительных материалов.

Материалы, применяемые для наземных панно, не должны ухудшать покрытия мест размещения панно.

7. Кронштейны - консольные конструкции, устанавливаемые на опорах (на собственных опорах, мачтах-опорах городского освещения, опорах контактной сети) или на зданиях.

Кронштейны должны выполняться в двустороннем варианте.

Консольные рекламные конструкции - кронштейны, размещаемые на фасадах стен зданий и сооружений.

Типовой размер кронштейнов (в том числе коробов), размещаемых на опорах (в вертикальном исполнении), составляет 1,2 м x 0,90 м.

Размещение на опоре более одной рекламной конструкции не допускается. Размещаемые на опоре кронштейны должны быть ориентированы в сторону, противоположную проезжей части.

Кронштейны, размещаемые на опорах, должны быть установлены на высоте 3,5 м от уровня земли. На зданиях рекламные кронштейны размещаются, как правило, на уровне между первым и вторым этажами.

На данные рекламные конструкции комитетом по градостроительству и архитектуре Волгограда оформляется паспорт места рекламной конструкции.

8. Рекламоносители, размещаемые на элементах общегородского благоустройства (павильонах ожидания общественного транспорта, кабинках телефонов-автоматов, городских часах, объектах уличной мебели и др.).

Площадь информационного поля определяется расчетным путем.

9. Транспаранты-перетяжки - рекламные конструкции, состоящие из устройств крепления и натяжения, а также информационного изображения.

Площадь информационного поля транспаранта-перетяжки определяется площадью двух ее сторон.

Транспаранты-перетяжки подразделяются на световые и неосвещенные, изготовленные из материалов на жесткой или мягкой основе, отдельно стоящие на земле и связанные с ней фундаментом либо прикрепляемые к свободным плоскостям стен зданий, сооружений.

Транспаранты-перетяжки не должны располагаться ниже 5 м над проезжей частью.

Установка отдельно стоящих транспарантов-перетяжек производится на самостоятельных опорах. На одних и тех же опорах не должно быть более одной перетяжки.

Расстояние между транспарантами-перетяжками должно быть не менее 100 м.

На данные рекламные конструкции комитетом по градостроительству и архитектуре Волгограда оформляется паспорт места рекламной конструкции.

10. Проекционные установки - рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на земле, на плоскостях стен и в объеме за счет излучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов.

Площадь информационного поля для плоских изображений определяется габаритами проецируемой поверхности, а для объемных изображений определяется расчетным путем.

Конструкции проекционных установок состоят из проецирующего устройства и поверхности (экрана), в которой формируется информационное изображение.

Проекционные установки подразделяются на:

проекционные установки постоянного размещения, стоящие на земле, имеющие фундамент, на которые комитетом по градостроительству и архитектуре Волгограда оформляется паспорт места рекламной конструкции;

бесфундаментные проекционные установки для воспроизведения рекламной информации на плоскостях стен (специальных экранах).

11. Объемно-пространственные конструкции - рекламные конструкции, на которых для распространения рекламной информации используются как поверхность, так и объем конструкции. Данные конструкции выполняются по индивидуальным проектам.

Площадь информационного поля объемно-пространственных конструкций определяется расчетным путем.

На конструкции данного типа и правила их размещения распространяются требования, предъявляемые к отдельно стоящим щитовым установкам, в части, их касающихся.

На данные рекламные конструкции комитетом по градостроительству и архитектуре Волгограда оформляется паспорт места рекламной конструкции.

12. Короба, размещаемые на брандмауэрах и свободных плоскостях стен зданий и сооружений.

Площадь информационного поля определяется расчетным путем.

На данные рекламные конструкции комитетом по градостроительству и архитектуре Волгограда оформляются паспорта места рекламной конструкции.

13. Отдельно стоящие на земле и связанные с ней фундаментом короба с размером информационного поля 1,2 м x 1,8 м и трехсторонние тумбы с размером информационного поля одной стороны 1,5 м x 3 м.

Площадь информационного поля определяется расчетным путем.

Расстояние между отдельно размещенными на одной стороне дороги, улицы (или разделительной полосе) коробами и (или) тумбами должно быть не менее 30 м.

На данные рекламные конструкции комитетом по градостроительству и архитектуре Волгограда оформляется паспорт места рекламной конструкции.

14. Скроллер, ситиборд - рекламные конструкции роллерного типа с автоматически изменяемым рекламным посланием.

Площадь информационного поля определяется расчетным путем.

На данные рекламные конструкции комитетом по градостроительству и архитектуре Волгограда оформляется паспорт места рекламной конструкции.

15. Вывески, таблички, оинги, содержащие сведения рекламного характера, на которых указана текстовая или иная визуальная информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Вопрос о необходимости оформления паспорта места рекламной конструкции по таким рекламным конструкциям решается комитетом по градостроительству и архитектуре Волгограда.

16. Нетрадиционные рекламные конструкции: пневмостенды; воздушные шары; пневмофигуры; аэростаты, дирижабли; имиджевые рекламные конструкции, стелы, декоративные рекламные конструкции, устанавливаемые в порядке реализации пункта 2.4 раздела 2 Порядка выдачи разрешений на установку рекламных конструкций в Волгограде.

На данные рекламные конструкции комитетом по градостроительству и архитектуре Волгограда оформляется паспорт места рекламной конструкции.

17. Рекламные конструкции на ограждениях - щитовые установки, короба, тканевые панно и полотнища, размещаемые на временных или постоянных ограждениях (заборах).

Высота данных конструкций не должна превышать размеров несущих элементов ограждений более чем на 1/2 их высоты.

На данные рекламные конструкции комитетом по градостроительству и архитектуре Волгограда оформляется паспорт места рекламной конструкции.

18. Выносные щитовые конструкции (стендеры) - бесфундаментные рекламные конструкции, размещаемые юридическими или физическими лицами в непосредственной близости от помещений (территорий), занимаемых данными лицами для осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности в часы их работы.

Стендеры должны быть двусторонними, не должны иметь собственного подсвета, площадь одной стороны не должна превышать 1,2 кв. м. Стендеры размещаются в пешеходных зонах и на тротуарах в пределах 2 м от входа в помещение, занимаемое владельцем рекламной конструкции для осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности. Запрещается установка стендеров, мешающих проходу пешеходов, при ширине тротуара менее 3 м, а также ориентированных на восприятие с проезжей части, либо на расстоянии менее 5 м от бровки земляного полотна автомобильной дороги (бордюрного камня). Стендеры должны иметь надежную конструкцию, исключающую возможность опрокидывания. Запрещается присоединение или прикрепление стендера к зеленым насаждениям, иным природным объектам либо к световым опорам, столбам, светофорам и иным объектам, не принадлежащим владельцу рекламной конструкции на праве собственности, хозяйственного ведения, оперативного управления или ином вещном праве.

19. Знаки информирования об объектах притяжения: знаки, предназначенные для информирования участников дорожного движения об объектах городской инфраструктуры, устанавливаемые и эксплуатируемые в соответствии с требованиями ГОСТ Р 52044-2003 "Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения", утвержденного Постановлением Государственного комитета Российской Федерации по стандартизации и метрологии от 22 апреля 2003 г. N 124-ст "О принятии и введении в действие государственного стандарта".

(п. 19 в ред. постановления главы Волгограда от 03.11.2009 N 2820)

Примечание. Возможность размещения рекламной конструкции заявленного вида и размера определяются комитетом по градостроительству и архитектуре Волгограда отдельно по каждому конкретному месту или на основании утвержденных концепт-программ.

В отдельных случаях по решению комиссии по размещению наружной рекламы и оформлению города при администрации Волгограда могут применяться:

конструкции, размещаемые в соответствии с разработанными комитетом по градостроительству и архитектуре Волгограда концепт-программами;

конструкции, размещаемые с учетом конкретных градостроительных условий.

И.о. управляющего делами

администрации Волгограда

А.М.АБРАМОВ

Приложение 2

к Порядку выдачи разрешений

на установку рекламных

конструкций в Волгограде

**ТЕРРИТОРИИ ВОЛГОГРАДА,  
НА КОТОРЫХ УСТАНОВЛИВАЕТСЯ РАЗЛИЧНЫЙ РЕЖИМ РАЗМЕЩЕНИЯ  
РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ**

(в ред. постановления главы Волгограда  
от 08.09.2008 N 1823)

Территории Волгограда, на которых устанавливается различный режим размещения средств наружной рекламы и информации, подразделяются на зоны.

1. Зона 1 - территории, на которых не допускается установка и эксплуатация отдельно стоящих рекламных конструкций всех типов (видов), за исключением рекламных конструкций, указанных в пункте 2.4 раздела 2 Порядка выдачи разрешений на установку рекламных конструкций в Волгограде (далее - Порядок):

пл. Павших Борцов;

ул. Мира;

абзац исключен. - Постановление главы Волгограда от 08.09.2008 N 1823;

ул. Пролеткультская, ул. Волгодонская, ул. им. Островского;

ул. им. Пушкина;

ул. им. Ленина;

ул. им. Гоголя;

ул. Аллея Героев;

ул. Советская;

ул. им. Чуйкова;

разделительный сквер по пр-кту им. В.И. Ленина (от ул. Краснознаменной до ул. им. Наумова);

памятник-ансамбль на Мамаевом кургане в границах полосы отвода 2-й Продольной магистрали, а также бордюрного камня, отделяющего пешеходную часть от проезжей по пр-кту им. В.И. Ленина, прилегающего к территории памятника-ансамбля и простирающегося от лестницы центрального входа в мемориал на 200 м вправо и влево;

Государственное учреждение культуры "Государственный историко-мемориальный музей-заповедник "Сталинградская битва" и прилегающая к закрепленному за ним участку территория в радиусе 100 м;

территория наб. 62-й Армии (от пересечения с ул. Краснознаменной до муниципального учреждения культуры "Волгоградский музыкальный



театр");

территории природных заповедников, памятников лесопаркового искусства.

2. Зона 2 - территории, на которых не допускается установка и эксплуатация отдельно стоящих щитовых установок (пункт 1 приложения 1 к настоящему Порядку) и транспарантов-перетяжек (пункт 9 приложения 1 к настоящему Порядку):

пр-кт им. В.И. Ленина (от Астраханского моста, расположенного на границе между Центральным и Ворошиловским районами Волгограда, до пересечения с ул. Пражской);

ул. Комсомольская;

ул. Краснознаменная, ул. Коммунистическая, ул. им. Володарского, ул. Порт-Саида, ул. 10-й Дивизии НКВД, ул. Орловская, ул. им.

Симбирцева, ул. им. Соколова, ул. Ковентри, ул. им. Гагарина, ул. им. Родимцева, ул. 13-й Гвардейской, ул. им. Наумова, ул. Пражская, ул.

Рабоче-Крестьянская (от Астраханского моста, расположенного на границе между Центральным и Ворошиловским районами Волгограда, до пересечения с ул. Профсоюзной);

(в ред. постановления главы Волгограда от 08.09.2008 N 1823)

б-р им. Энгельса;

Привокзальная площадь.

Нумерация пунктов дана в соответствии с официальным текстом документа.

4.3. Зона 3 - территории, на которых допускается установка и эксплуатация рекламных конструкций всех типов (видов):

все территории, не вошедшие в зоны 1 и 2.

И.о. управляющего делами

администрации Волгограда

А.М.АБРАМОВ