

Приложение

УТВЕРЖДЕНЫ

решением Совета муниципального
образования город-курорт Анапа
от 27.01.2022 № 267.

ПРАВИЛА установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Анапа

1. Общие положения

1.1. Правила установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Анапа (далее – правила) приняты в целях сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки муниципального образования город-курорт Анапа, недопущения его нарушения, художественно-эстетической организации внешнего благоустройства муниципального образования город-курорт Анапа, формирования благоприятной архитектурной среды на территории муниципального образования город-курорт Анапа, определения требований к установке и эксплуатации рекламных конструкций, использования имущества муниципального образования город-курорт Анапа для распространения наружной рекламы, соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечения единства экономического пространства, реализации прав потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе, пресечения фактов ненадлежащей рекламы.

Настоящие правила устанавливают требования к территориальной установке и эксплуатации рекламных конструкций, порядок их размещения на территории муниципального образования город-курорт Анапа, общие требования к рекламным конструкциям, условия использования имущества муниципального образования город-курорт Анапа для установки и эксплуатации рекламных конструкций, порядок заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования город-курорт Анапа или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования город-курорт Анапа, порядок выдачи разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Анапа.

1.2. Соблюдение настоящих правил обязательно для всех юридических лиц, независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности, а также для индивидуальных предпринимателей, физических лиц при установке и эксплуатации рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Анапа.

1.3. Настоящие правила разработаны на основании Градостроительного кодекса Российской Федерации, Гражданского кодекса Российской Федерации, Федеральных законов от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», от 8 ноября 2007 г. № 257-ФЗ «Об автомобильных дорогах и дорожной деятельности в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», от 25 июня 2002 г. № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации», ГОСТа Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения», принятого постановлением Государственного комитета Российской Федерации по стандартизации и метрологии от 22 апреля 2003 г. № 124-ст, межгосударственного стандарта ГОСТа 33027-2014 «Дороги автомобильные общего пользования. Требования к размещению средств наружной рекламы», введенного в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 23 июня 2016 г. № 671-ст, Закона Краснодарского края от 21 июля 2008 г. № 1540-КЗ «Градостроительный кодекс Краснодарского края».

1.4. Настоящие правила в соответствии с требованиями Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» не распространяются на:

1) политическую рекламу, в том числе предвыборную агитацию и агитацию по вопросам референдума;

2) информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом;

3) справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой;

4) сообщения органов государственной власти, иных государственных органов, сообщения органов местного самоуправления, сообщения муниципальных органов, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, если такие сообщения не содержат сведений рекламного характера и не являются социальной рекламой;

5) вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера;

6) объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности;

7) информацию о товаре, его изготовителе, об импортере или экспортере, размещенную на товаре или его упаковке;

8) любые элементы оформления товара, помещенные на товаре или его упаковке и не относящиеся к другому товару;

9) упоминания о товаре, средствах его индивидуализации, об изготовителе или о продавце товара, которые органично интегрированы в произведения науки, литературы или искусства и сами по себе не являются сведениями рекламного характера.

2. Рекламные конструкции, их типы и виды

2.1. Реклама – 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.

Социальная реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства. Распространение социальной рекламы осуществляется в соответствии со статьей 10 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2.2. К рекламным конструкциям относятся щиты, стенды и иные технические средства стабильного территориального размещения (далее – рекламные конструкции), монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта на территории муниципального образования город-курорт Анапа, предназначенные для распространения наружной рекламы.

Под информационным полем рекламной конструкции понимается конструктивная часть рекламной конструкции, предназначенная для размещения рекламы и (или) социальной рекламы, без учёта элементов обрамления данной части.

2.3. В целях сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки муниципального образования город-курорт Анапа, настоящие правила устанавливают типы и виды рекламных конструкций, допустимые к установке на территории муниципального образования город-курорт Анапа.

2.4. Отдельно стоящие рекламные конструкции (размещаемые на земельных участках):

2.4.1. Сити-форматы - двухсторонние рекламные конструкции малого формата с двумя информационными полями, располагаемые на тротуарах или на прилегающих к тротуарам газонах. Размер информационного поля рекламной конструкции сити-формата составляет 1,2 x 1,8 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции сити-формата определяется общей площадью двух

его сторон. Фундаменты рекламных конструкций сити-формата не должны выступать над уровнем дорожного покрытия. Рекламные конструкции сити-формата должны иметь внутренний подсвет, быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.4.2. Афишные стенды - рекламные конструкции малого формата с одним или двумя информационными полями, располагаемые на тротуарах или на прилегающих к тротуарам газонах. Размер одной стороны информационного поля афишного стенда составляет не более 1 x 2 м. Площадь информационного поля афишного стенда определяется общей площадью его сторон. Фундамент афишного стенда допускается в двух вариантах: заглубляемый, не выступающий над уровнем земли, и незаглубляемый. В случае использования незаглубляемого фундамента он в обязательном порядке облицовывается декоративным материалом по специальной форме, соответствующей дизайну афишного стенда. Афишные стенды не имеют подсветки.

Афишные стенды предназначены для размещения рекламы и информации исключительно о репертуарах театров, кинотеатров, спортивных и иных массовых мероприятиях, событиях общественного, культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера. Рекламные материалы, размещаемые на афишных стендах, могут содержать информацию о спонсорах соответствующих мероприятий.

2.4.3. Тумбы - рекламные конструкции малого формата с внутренним подсветом, имеющие три внешние поверхности с информационными полями размером не более 1,4 x 3 м для размещения рекламы. При установке тумб общая высота конструкции не должна превышать 4 м.

Площадь информационного поля рекламной конструкции тумб определяется общей площадью трех их сторон. Фундаменты тумб не должны выступать над уровнем земли. Тумбы должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.4.4. Сити-борды - рекламные конструкции среднего формата с внутренним подсветом, имеющие одну или две поверхности для размещения рекламы. Состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Площадь информационного поля сити-борда определяется общей площадью его эксплуатируемых сторон. Размер одной стороны информационного поля сити-борда составляет 2,7 x 3,7 м. Фундамент сити-борда не должен выступать над уровнем земли. Сити-борды должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.4.5. Щиты 3 x 6 м - щитовые рекламные конструкции среднего формата, имеющие внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Щиты состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля размером 3 x 6 м. Площадь информационного поля щита определяется общей площадью его сторон. Количество сторон щита не может быть более двух. Фундамент щита не должен выступать над уровнем земли. В исключительных

случаях, когда заглубление фундамента невозможно, допускается размещение с частичным заглублением фундамента на 0,1-0,2 м при наличии бортового камня или дорожных ограждений. При этом они должны быть декоративно оформлены по согласованию с уполномоченным органом, предусмотренным настоящими Правилами. Щиты, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону. Щиты должны быть оборудованы внутренним или внешним подсветом, системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.4.6. Суперборды и суперсайты - щитовые рекламные конструкции большого формата, имеющие внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Суперборды и суперсайты состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Суперборды и суперсайты должны иметь внутренний или внешний подсвет. Размер одной стороны информационного поля суперборда составляет 4 x 12 м. Размер одной стороны информационного поля суперсайта составляет 5 x 15 м. Площадь информационного поля суперборда и суперсайта определяется общей площадью их сторон. Количество сторон у супербордов и суперсайтов не может быть более трех. Фундамент суперборда и суперсайта не может выступать над уровнем земли. Суперборд и суперсайт, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону.

Суперборды и суперсайты должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.5. Рекламные конструкции, присоединяемые к объектам недвижимости (зданиям, сооружениям), нестационарным торговым объектам, остановочным пунктам:

2.5.1. Рекламные конструкции на нестационарных торговых объектах вида "Киоск" - рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах нестационарных торговых объектов вида "Киоск" и не являющиеся его конструктивными частями. Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на нестационарном торговом объекте вида "Киоск" составляет не более 1,2 x 1,8 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции на нестационарном торговом объекте вида "Киоск" определяется общей площадью используемых сторон. Рекламные конструкции на нестационарных торговых объектах вида "Киоск" должны быть с внутренним подсветом, оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.5.2. Рекламные конструкции на остановочных пунктах наземного городского транспорта общего пользования - рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах остановочных пунктов наземного городского транспорта общего пользования. Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на остановочном пункте наземного городского транспорта общего пользования составляет не более 1,2 x 1,8 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции на остановочном пункте наземного городского транспорта общего пользования определяется

общей площадью двух его сторон. Фундаменты рекламных конструкций на остановочных пунктах наземного городского транспорта общего пользования не должны выступать над уровнем покрытия тротуара. Рекламные конструкции на остановочных пунктах наземного городского транспорта общего пользования должны быть с внутренним подсветом, оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.5.3. Указатели с рекламным модулем - рекламные конструкции малого формата на отдельно стоящей опоре, на которых одновременно размещаются указатель наименования улицы, направления движения и рекламный модуль. Указатель должен иметь внутренний подсвет. Максимальный размер рекламного модуля не должен превышать 0,5 x 0,8 м. Площадь информационного поля указателя с рекламным модулем определяется общей площадью используемых сторон. Фундамент отдельно стоящего указателя допускается в двух вариантах: заглубляемый, не выступающий над уровнем земли, и незаглубляемый. В случае использования незаглубляемого фундамента он в обязательном порядке облицовывается декоративным материалом по специальной форме, соответствующей дизайну указателя, или выполняется в виде чугунного литья. Указатели с рекламными модулями должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.5.4. Крышные рекламные конструкции в виде отдельных букв и логотипов (далее - крышные рекламные конструкции) - рекламные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше, выполненные по индивидуальному проекту, состоящие из следующих элементов:

- информационное поле (текстовая часть) - буквы, буквенные символы, аббревиатура, цифры;
- художественные элементы (логотипы, знаки и др.);
- элементы крепления (пространственная решетка).

Информационное поле и художественные элементы должны быть оборудованы только внутренней подсветкой.

В крышных рекламных конструкциях не допускается использование технологий смены изображения, в том числе с помощью электронных носителей, подвижных частей, а также технологий организации медиафасадов.

Высота крышной рекламной конструкции должна быть:

- не более 1,8 м для 1-3-этажных объектов;
- не более 3,0 м для 4-7-этажных объектов;
- не более 4,0 м для 8-12-этажных объектов;
- не более 5,0 м для 13-17-этажных объектов;
- не более 6,0 м для объектов, имеющих 18 и более этажей.

На здании, строении или сооружении может размещаться только одна крышная рекламная конструкция.

В случае если крышная рекламная конструкция содержит изображение товарного знака, знака обслуживания, высота отдельных элементов

информационного поля или художественных элементов крышной рекламной конструкции, входящих в изображение указанного товарного знака, знака обслуживания, может превышать параметры, указанные в абзаце четвертом настоящего пункта, но не более чем на 1/5.

Длина крышной рекламной конструкции, устанавливаемой на крыше объекта, не может превышать:

- 1) 80 процентов длины фасада, по отношению к которому она размещена, при длине фасада до 35 м (включительно);
- 2) Половины длины фасада, по отношению к которому она размещена - при длине фасада свыше 35 м.

Высота крышной рекламной конструкции рассчитывается:

- 1) От точки крепления к крыше объекта до верхнего края информационного поля рекламной конструкции при установке непосредственно на крыше объекта (при отсутствии на крыше объекта карниза, парапета);
- 2) От карниза, парапета объекта до верхнего края информационного поля рекламной конструкции - при наличии карниза, парапета объекта.

Параметры (размеры) крышной рекламной конструкции, размещаемой на стилобатной части объекта, должны соответствовать параметрам (размерам) конструкций, размещаемых на крышах объектов соответствующей этажности.

Запрещается размещение крышной рекламной конструкции на крышах зданий, строений, сооружений, являющихся объектами культурного наследия, выявленными объектами культурного наследия.

Элементы крепления крышной рекламной конструкции не должны выступать за периметр данной конструкции по бокам и сверху. Расстояние от парапета до нижнего края информационного поля крышной рекламной конструкции не должно превышать 1 м.

2.5.5. Медиафасады - рекламные конструкции, размещаемые на поверхности стен зданий, строений и сооружений, позволяющие демонстрировать информационные материалы за счет применения цифровой технологии смены изображения:

Медиафасады могут размещаться одним из следующих способов:

- 1) На металлокаркасе, повторяющем пластику стены (в случае размещения медиафасада на существующем остеклении здания, строения, сооружения) зданий, строений и сооружений.
- 2) На металлокаркасе, повторяющем пластику стены (в случае размещения медиафасада на существующем остеклении здания, строения, сооружения) зданий, строений и сооружений, разрешено размещать только медиафасады с использованием технологий, обеспечивающих светопропускаемость рекламной конструкции, достигаемую за счет просвета между профильными линейками (трубками, ламелями) или между корпусами светодиодов.

При размещении медиафасада на металлокаркасе, повторяющем пластику стены (в случае размещения медиафасада на существующем остеклении здания, строения, сооружения) зданий, строений и сооружений, в помещениях должны быть обеспечены нормируемые значения коэффициента

естественного освещения в соответствии с действующими нормативами, подтвержденными расчетами в составе проектной документации.

3) На металлокаркасе, продолжающем в высоту пластику и архитектурную форму здания, строения и сооружения.

На металлокаркасе, продолжающем в высоту пластику и архитектурную форму здания, строения и сооружения, разрешено размещать медиафасады с использованием технологий, обеспечивающих светопропускаемость рекламной конструкции, достигаемую за счет просвета между профильными линейками (трубками, ламелями) или между корпусами светодиодов.

4) На поверхности глухих стен (без проемов, окон и архитектурных элементов) зданий, строений и сооружений, входящих в состав автозаправочных комплексов.

На поверхности глухих стен (без проемов, окон и архитектурных элементов) зданий, строений и сооружений, входящих в состав автозаправочных комплексов, разрешено размещать медиафасады как с использованием технологий, обеспечивающих светопропускаемость рекламной конструкции, так и без технологий, обеспечивающих светопропускаемость рекламной конструкции, с отсутствием просвета между корпусами светодиодов.

Медиафасады, размещаемые на территории муниципального образования город-курорт Анапа, не должны нарушать внешний архитектурно-художественный облик муниципального образования город-курорт Анапа.

Разрешается использовать следующую технологию устройства медиафасадов:

1) Профильные линейки (трубки, ламели) со встроенными в них светодиодами, смонтированные в виде горизонтальных или вертикальных жалюзи с просветом. Расстояние (просвет) между ламелями должно быть не менее чем в два раза больше ширины самой ламели. Использование данной технологии устройства применимо для светопропускающих медиафасадов.

2) Сетки со светодиодами; корпуса светодиодов, монтируемые на сетку, включая основание корпуса, должны быть не более 80 мм в диаметре или размером, не превышающим 80 x 80 мм. Обязательное минимальное расстояние между корпусами светодиодов, включая основание корпуса, не должно превышать размер корпуса светодиода, но не менее 40 мм. Использование данной технологии устройства применимо для светопропускающих медиафасадов.

3) Светодиодные модули, смонтированные в единую конструкцию без просвета, в которых каждой точкой изображения (пикселем) является один или несколько полупроводниковых светодиодов в зависимости от технологии производства светодиодов; шаг точки изображения (пикселя) должен быть не более 26 мм, но не менее 1,8 мм. Допускается использование технологии (конфигурации) исполнения светодиодов для модулей, где одна точка изображения (пиксель) формируется из группы (трех) близко расположенных светодиодов красного, синего и зеленого цвета или где три разных по цвету светодиода размещены в едином корпусе. Использование данной технологии устройства применимо для медиафасадов, размещаемых на поверхностях глухих

стен (без проемов, окон и архитектурных элементов) зданий, строений и сооружений, входящих в состав автозаправочных комплексов, без светопропускающей способности.

4) Цвет сетки, форма корпуса пикселя должны определяться проектом с учетом архитектурно-художественного облика здания.

5) Медиафасады не должны иметь задней и (или) боковой закрывающих панелей (стенок), за исключением случаев размещения медиафасадов на поверхностях глухих стен (без проемов, окон и архитектурных элементов) зданий, строений и сооружений, входящих в состав автозаправочных комплексов.

6) Яркость медиафасада в дневное/ночное время суток должна соответствовать нормируемым показателям установленного уровня суммарной вертикальной освещенности, а также учитываться в соответствии с функциональным назначением окружающей застройки. Негативные последствия избыточной яркости медиафасада должны также корректироваться с использованием технических и иных ограничителей. Размер медиафасада определяется индивидуально в зависимости от архитектурно-художественного облика здания на основании согласованного проекта.

7) Медиафасады должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.5.6. Панель-кронштейн – двусторонняя консольная плоскостная рекламная конструкция, устанавливаемая на фасаде здания, строения, сооружения.

Установка панель-кронштейнов осуществляется на фасаде здания, строения, сооружения перпендикулярно к поверхности фасада и его конструктивных элементов, в пределах границ помещений, занимаемых заинтересованным лицом, или у арок, внешних углов и смежных границ зданий, строений, сооружений.

Панель-кронштейны должны быть выполнены в двустороннем варианте и устанавливаться на единой горизонтальной оси с выравниванием по средней линии, как правило (с учетом рельефа территории), между первым и вторым этажами или между первым этажом и карнизом на единой горизонтальной оси (выравнивание по средней линии) с настенными конструкциями.

Панель-кронштейн, прикрепляемый к зданию, не должен выступать более чем на 0,8 м от фасада здания. Размер информационного поля должен быть не более 0,5 х 0,5 м и толщину не более 0,2 м, при этом должен находиться на расстоянии не более чем 0,3 м от плоскости фасада (выступающих декоративных элементов фасада). Расстояние от уровня земли до нижнего края панель-кронштейна должно быть не менее 2,5 м. Расстояние между панель-кронштейнами должно составлять не менее 5,0 м.

Информационное поле и художественные элементы должны быть оборудованы только внутренней подсветкой.

2.5.7. Маркиза – рекламная конструкция, выполненная в виде козырька или навеса с нанесенной на нее рекламной информацией и размещенная над

витриной, входом или проемом здания или сооружения. Маркиза состоит из элементов крепления к зданию, каркаса и информационного поля, выполненного на мягкой или жесткой основе.

2.5.8. Настенная панель – рекламная конструкция малого формата (объемный символ, объёмные буквы с подложкой или без подложки), площадь которой не превышает 9 кв. м., размещаемая на фасаде здания, строения и входной группе, состоящая из одного информационного поля, может быть оборудована внутренним подсветом и системой аварийного отключения от сети электропитания, при этом информация должна быть статичной.

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

Художественное оформление временных ограждений включает в себя размещение на ограждении товарного знака организации или краткого рекламного слогана, оформленного в цветах организации.

2.7. Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам:

2.7.1. Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам, - рекламные конструкции, имеющие формат, отличный от иных форматов, предусмотренных настоящими Правилами.

К уникальным рекламным конструкциям, выполненным по индивидуальным проектам, относятся объемно-пространственные конструкции - рекламные конструкции, на которых для распространения рекламной информации используется как объем объекта, так и его поверхность (в том числе воздушные шары, аэростаты, объемно-пространственные модели и т.п.). Площадь информационного поля объемно-пространственных конструкций определяется расчетным путем. Размещение объемно-пространственных рекламных конструкций, выполненных по индивидуальным проектам, допускается только на земельных участках.

Модель и проект каждой уникальной конструкции согласовывается уполномоченным настоящими Правилами органом.

Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам, подключенные к сети электропитания, должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.8. Установка и эксплуатация иных рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Анапа, не предусмотренных настоящими правилами, запрещена.

2.9. Работы по установке (монтажу), эксплуатации и демонтажу рекламных конструкций осуществляются их владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, на котором устанавливается рекламная конструкция, либо с лицом,

управомоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором, если такое право предоставлено собственником.

3. Требования к рекламным конструкциям

3.1. Рекламные конструкции, установленные на территории муниципального образования город-курорт Анапа, не должны ухудшать внешний архитектурный облик сложившейся застройки муниципального образования город-курорт Анапа, преграждать визуальное восприятие архитектурных объектов муниципального образования город-курорт Анапа.

В целях настоящих правил под внешним архитектурным обликом сложившейся застройки муниципального образования город-курорт Анапа понимается совокупность визуально воспринимаемых градостроительных особенностей планировочной организации территории и особенностей архитектурного облика, расположенных в ее пределах зданий, строений, сооружений, элементов благоустройства и природного ландшафта, а именно:

1) особенности фасадов объектов капитального строительства, на которых или вблизи которых располагается рекламная конструкция (стилевая и композиционная целостность, ритм элементов и частей фасада, наличие деталей и членений, светоцветовое и декоративно-художественное решение, визуальное восприятие, соразмерность и пропорциональность соотношения элементов фасада, баланс открытых и закрытых поверхностей, проемов и простенков);

2) окружающая градостроительная среда при приоритетном и визуальном восприятии объектов культурного наследия, культовых объектов, достопримечательностей, ценных и выразительных объектов, панорам, перспектив, а также сложившаяся планировочная структура территории.

3.2. Рекламная конструкция должна соответствовать техническим нормам и требованиям к конструкциям соответствующего типа, должна быть безопасна, спроектирована, изготовлена и установлена в соответствии с существующими строительными нормами и правилами, ГОСТами, правилами устройства электроустановок, техническими регламентами и другими нормативными актами, содержащими требования для конструкций данного типа.

3.3. Установка и эксплуатация рекламных конструкций не должны нарушать требования соответствующих строительных норм и правил, санитарных норм и правил (в том числе требований к освещенности, электромагнитному излучению и пр.), требования пожарной безопасности, нормы законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании, законодательства об автомобильных дорогах и дорожной деятельности, других нормативных актов, содержащих требования и правила по установке рекламных конструкций.

3.4. Рекламные конструкции не должны находиться без рекламной информации.

3.5. Установка и эксплуатация рекламных конструкций на землях общего пользования не должны создавать помех для пешеходов, уборки улиц и тротуаров.

3.6. Не допускается установка и эксплуатация рекламных конструкций на стационарных и временных оградах архитектурных ансамблей, парков, скверов, территорий промышленных предприятий, учреждений науки, культуры, образования, спортивных и торговых комплексов, АЗС, гаражей и автостоянок.

3.7. В зоне исторического поселения город-курорт Анапа предусматривается установка и эксплуатация рекламных конструкций типов и видов предусмотренных подпунктами 2.4.1., 2.4.2, 2.4.3. пункта 2.4., подпунктами 2.5.1., 2.5.2, 2.5.3., 2.5.5., 2.5.6., 2.5.7., 2.5.8. пункта 2.5., пунктами 2.6., 2.7. настоящих правил.

3.7.1. Установка и эксплуатация рекламных конструкций в иных территориальных зонах муниципального образования город-курорт Анапа осуществляется на основании настоящих правил.

3.8. Установка и эксплуатация рекламных конструкций на объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, их территориях допускается в случаях и на условиях, которые предусмотрены Федеральным законом от 25 июня 2002 г. № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации», с соблюдением требований к рекламе и ее распространению, установленных Федеральным законом от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

3.9. Все вновь устанавливаемые рекламные конструкции не должны ухудшать обзора других рекламных конструкций и информации, то есть не нарушать их видимость при обзоре с одного направления.

3.10. Рекламные конструкции должны использоваться исключительно в целях распространения рекламы или социальной рекламы.

3.11. В случаях использования источников света, установленных отдельно от рекламной конструкции и информации, крепления светильников должны быть закрыты декоративными элементами.

3.12. Рекламные конструкции должны иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона, номера и даты разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Размер текста должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств или тротуара.

3.13. Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т.п.) рекламных конструкций должны быть закрыты декоративными элементами. В случаях установки рекламных конструкций без заглубления фундамента, такой фундамент должен быть закрыт декоративными элементами. Рекламная конструкция не должна иметь видимых элементов соединения различных частей конструкции (торцевые поверхности, крепления осветительной арматуры, соединения с основанием).

3.14. Информация на рекламных конструкциях должна размещаться с соблюдением требований законодательства о государственном языке Российской Федерации, а также с соблюдением норм, установленных Федеральным законом от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

3.15. Владелец рекламной конструкции обязан восстановить благоустройство территории после монтажа (демонтажа) рекламной конструкции. В случае наличия фундаментного блока, демонтаж должен быть произведен вместе с фундаментным блоком.

3.16. Рекламные конструкции должны содержаться в надлежащем санитарном и техническом состоянии. Надлежащее санитарное и техническое состояние рекламной конструкции подразумевает:

- 1) целостность рекламной конструкции;
- 2) недопущение факта отсутствия рекламной информации;
- 3) отсутствие механических повреждений;
- 4) отсутствие порывов рекламных полотен;
- 5) наличие покрашенного каркаса;
- 6) отсутствие ржавчины, коррозии и грязи на всех частях и элементах рекламной конструкции;
- 7) отсутствие на всех частях и элементах рекламной конструкции наклеенных объявлений, посторонних надписей и изображений.
- 8) подсвет в темное время суток в соответствии с графиком работы уличного освещения.

Ответственность за санитарное и техническое состояние рекламных конструкций несут владельцы рекламных конструкций.

Владельцы рекламных конструкций обязаны осуществлять текущий ремонт и содержание рекламных конструкций в надлежащем состоянии и в соответствии с требованиями действующего законодательства и настоящих правил самостоятельно или посредством привлечения специализированных организаций за счет собственных средств.

Периодичность выполнения работ устанавливается владельцем рекламной конструкции самостоятельно с учетом обеспечения должного санитарного и технического состояния рекламных конструкций, но не реже чем это необходимо для обеспечения соблюдения требований настоящих правил.

3.17 Доведение до потребителя рекламных сообщений/изображений на всех типах рекламных конструкций может производиться с использованием следующих технологий смены изображений:

- с помощью неподвижных полиграфических постеров (бумага, винил и др.);
- с помощью демонстрации постеров на динамических системах смены изображений (роллерных системах или системах поворотных панелей - призматронах);
- с помощью изображений, демонстрируемых на электронных носителях. Демонстрация изображений на электронных носителях должна производиться с использованием технологии статичного изображения, без использования

динамических эффектов, содержащих аудиовизуальные произведения (за исключением медиафасадов).

Смена изображения должна производиться не чаще одного раза в 5 секунд, продолжительность смены изображения должна составлять более 2 секунд и производиться путем плавного снижения яркости до нулевого значения и последующего плавного повышения яркости.

3.18. Демонстрация изображений на медиафасадах в светлое время суток может производиться с использованием динамических эффектов. В темное время суток демонстрация изображений на медиафасадах с использованием динамических эффектов запрещена.

Смена изображения на медиафасадах в темное время суток должна производиться не чаще одного раза в 1 минуту, продолжительность смены изображения должна составлять более 10 секунд и производиться путем плавного снижения яркости до нулевого значения и последующего плавного повышения яркости.

Эксплуатация рекламных конструкций, предполагающих электронную технологию смены изображения, допускается только при наличии положительного заключения по результатам независимой светотехнической экспертизы. В темное время суток при демонстрации изображений на электронных носителях не допускается использование белого фона.

При использовании на рекламной конструкции технологии смены изображения в виде роллерной системы рекламная конструкция должна оборудоваться внутренним подсветом.

При использовании на рекламной конструкции технологии смены изображения в виде системы поворотных панелей-призматронов рекламная конструкция должна оборудоваться внешним подсветом.

При использовании указанных технологий смены изображений рекламные конструкции должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.19. Рекламные конструкции, размещаемые на зданиях, не должны создавать помех для чистки крыш от снега и льда.

3.20. Не допускается установка и эксплуатация рекламных конструкций на главных фасадах зданий объектов культурного наследия.

3.21. Не допускается установка и эксплуатация рекламных конструкций, являющихся источником шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных и иных излучений и полей, допустимый уровень которых нарушает действующие санитарные нормы, на фасаде жилого дома, а также на расстоянии ближе, чем 100 метров по прямой линии от рекламной конструкции до ближнего окна жилого дома.

3.22. Не допускается использование на рекламной конструкции импульсных источников света (вспышек, мерцания). Рекламная конструкция не должна мешать полноценному отдыху жильцов, вызывать ослепление участников дорожного движения светом.

3.23. При выполнении работ по монтажу и обслуживанию рекламных конструкций должны быть соблюдены требования по обеспечению безопасности дорожного движения в местах производства работ.

3.24. Рекламораспространитель обязан использовать рекламную конструкцию исключительно в целях распространения рекламы или социальной рекламы.

3.25. Контроль за соблюдение требований к состоянию рекламных конструкций осуществляет администрация муниципального образования город-курорт Анапа в лице управления инвестиций и перспективного развития администрации муниципального образования город-курорт Анапа. Процедура проведения контрольных мероприятий регламентируется соответствующими нормативными правовыми актами.

4. Оформление разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций

4.1. Установка и эксплуатация рекламной конструкции на территории муниципального образования город-курорт Анапа допускается при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее – разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в частях 5, 6, 7 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции, за исключением случаев, предусмотренных настоящими правилами.

Требования настоящих правил в части получения разрешений не распространяются на витрины, киоски, лотки, передвижные пункты торговли, уличные зонтики в случае размещения рекламы непосредственно на указанных объектах (без использования конструкций и приспособлений, предназначенных только для размещения рекламы).

Форма разрешения и форма заявления о выдаче разрешения устанавливаются административным регламентом предоставления муниципальной услуги «Выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на соответствующей территории, аннулирование таких разрешений», утвержденным постановлением администрации муниципального образования город-курорт Анапа.

4.2. Рассмотрение заявлений о выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, принятию решений о выдаче разрешения (либо отказа в выдаче разрешения) на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и по выдаче разрешения (либо. отказа в выдаче разрешения) на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляет администрация муниципального образования город-курорт Анапа в лице управления инвестиций и перспективного развития администрации муниципального образования город-курорт Анапа (далее также – уполномоченный орган).

Установка и эксплуатация рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности муниципального образования город-курорт Анапа, осуществляется на основании договора, заключенного на основе торгов (в форме конкурса или аукциона в электронной форме) с администрацией муниципального образования город-курорт Анапа, от имени и в интересах которой выступает уполномоченный орган, в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации о рекламе.

4.3. Решение о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче в письменной форме или в форме электронного документа с использованием единого портала государственных и муниципальных услуг (функций) (www.gosuslugi.ru) или Регионального портала государственных и муниципальных услуг Краснодарского края (www.pgu.krasnodar.ru) (далее – Портал) должно быть направлено уполномоченным органом заявителю в течение двух месяцев со дня приема от него необходимых документов. Заявитель, не получивший в указанный срок от уполномоченного органа решения о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче, в течение трех месяцев вправе обратиться в суд или арбитражный суд с заявлением о признании бездействия управления незаконным.

4.4. Решение об отказе в выдаче разрешения должно быть мотивировано и принято исключительно по следующим основаниям:

1) несоответствие проекта рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технического регламента;

2) несоответствие установки рекламной конструкции в заявленном месте схеме размещения рекламных конструкций (в случае, если место установки рекламной конструкции в соответствии с частью 5.8 статьи 19 Федерального закона Российской Федерации от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» определяется схемой размещения рекламных конструкций);

3) нарушение требований нормативных актов по безопасности движения транспорта;

4) нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки муниципального образования город-курорт Анапа;

5) нарушение требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании;

6) нарушение требований, установленных частями 5.1, 5.6, 5.7 статьи 19 Федерального закона Российской Федерации от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

4.5. В случае отказа в выдаче разрешения заявитель в течение трех месяцев со дня получения решения об отказе в выдаче разрешения вправе обратиться в суд или арбитражный суд с заявлением о признании такого решения незаконным.

4.6. Решение о выдаче разрешения является действующим до истечения указанного в нем срока действия либо до его аннулирования или признания его недействительным.

4.7. Решение об аннулировании разрешения принимается администрацией муниципального образования город-курорт Анапа на основании подпунктов 18, 19 статьи 19 Федерального закона Российской Федерации от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

4.8. Разрешение может быть признано недействительным в судебном порядке на основании подпункта 20 статьи 19 Федерального закона Российской Федерации от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

4.9. Разрешение выдается управлением на каждую рекламную конструкцию на срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. В случае если владелец рекламной конструкции является собственником недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, разрешение выдается на срок, указанный в заявлении, при условии соответствия указанного срока предельным срокам, которые установлены Законом Краснодарского края от 21 июля 2008 г. № 1540-КЗ «Градостроительный кодекс Краснодарского края» и на которые могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, а разрешение в отношении временной рекламной конструкции – на срок, указанный в заявлении, но не более чем на двенадцать месяцев.

4.10. Выдача разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции производится по заявлению заинтересованного лица в порядке, предусмотренном административным регламентом по предоставлению муниципальной услуги «Выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на соответствующей территории, аннулирование таких разрешений», утвержденным постановлением администрации муниципального образования город-курорт Анапа.

5. Уполномоченные органы по согласованию установки и эксплуатации рекламных конструкций, их функции

5.1. Администрация муниципального образования город-курорт Анапа в лице уполномоченного органа:

1) осуществляет контроль за соблюдением требований к установке и эксплуатации рекламной конструкции.

2) рассматривает заявления физических и юридических лиц, индивидуальных предпринимателей о выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

3) рассматривает запросы физических и юридических лиц, индивидуальных предпринимателей об аннулировании разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

4) осуществляет согласования, необходимые для принятия решения о выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции или об отказе в выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

5) принимает решения о выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции или об отказе в выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

6) оформляет и выдает решения о выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции или об отказе в выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

7) осуществляет подготовку и проведение торгов в форме конкурса или аукциона в электронной форме на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности муниципального образования город-курорт Анапа;

8) заключает договоры на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности муниципального образования город-курорт Анапа;

9) принимает решения о демонтаже рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения;

10) оформляет и выдает предписания о демонтаже рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения;

11) принимает решения об аннулировании разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

12) направляет решения об аннулировании разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции владельцу рекламной конструкции (собственнику или иному законному владельцу недвижимого имущества, на котором размещена рекламная конструкция);

13) обращается в суд или арбитражный суд с исками о взыскании задолженности (неосновательного обогащения);

14) обращается в суд или арбитражный суд с исками о возмещении стоимости затрат на демонтаж;

15) разрабатывает и утверждает схему размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Анапа;

16) в случае несоответствия установки рекламной конструкции в данном месте схеме размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Анапа (если место установки рекламной конструкции определяется схемой размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Анапа), нарушения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки муниципального образования город-курорт Анапа обращается в суд или арбитражный суд с иском о признании недействительным разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

5.2. Управление жилищно-коммунального хозяйства администрации муниципального образования город-курорт Анапа определяет возможность установки и эксплуатации рекламной конструкции в соответствии с установленной компетенцией в части обеспечения сохранности и функционирования электро-, тепло-, газо- и водоснабжения населения

муниципального образования город-курорт Анапа, водоотведения, благоустройства, озеленения территории муниципального образования город-курорт Анапа и осуществляет согласование, необходимое для принятия решения о выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

5.3. Управление архитектуры и градостроительства администрации муниципального образования город-курорт Анапа проводит оценку соответствия рекламной конструкции внешнему архитектурному облику сложившейся застройки муниципального образования город-курорт Анапа и осуществляет согласование, необходимое для принятия решения о выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

5.4. Управление имущественных отношений администрации муниципального образования город-курорт Анапа определяет возможность установки и эксплуатации рекламной конструкции в соответствии с установленной компетенцией в части управления и распоряжения имуществом, находящимся в муниципальной собственности муниципального образования город-курорт Анапа.

5.5. Уполномоченный орган осуществляет взаимодействие с:

управлением архитектуры и градостроительства администрации муниципального образования город-курорт Анапа;

управлением жилищно-коммунального хозяйства администрации муниципального образования город-курорт Анапа;

управлением имущественных отношений администрации муниципального образования город-курорт Анапа;

Инспекцией Федеральной налоговой службы по городу-курорту Анапа;

Анапским отделом управления Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии по Краснодарскому краю;

Отделом МВД России по городу Анапе;

федеральным казенным учреждением «Управление федеральных автомобильных дорог «Черноморье» Федерального дорожного агентства»;

управлением государственной охраны объектов культурного наследия администрации Краснодарского края;

департаментом по архитектуре и градостроительству Краснодарского края.

6. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности муниципального образования город-курорт Анапа

6.1. По договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности муниципального образования город-курорт Анапа (далее – договор) администрацией муниципального образования город-курорт Анапа владельцу рекламной конструкции (далее – рекламораспространитель)

предоставляется за плату возможность установить и эксплуатировать рекламную конструкцию в целях распространения наружной рекламы на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности муниципального образования город-курорт Анапа.

6.2. Рекламораспространитель эксплуатирует рекламную конструкцию и имеет беспрепятственный доступ к ней и к недвижимому имуществу, к которому она присоединена.

6.3. Заключение договора осуществляется с победителем торгов, проводимых управлением на право заключения договора в форме:

конкурса для мелких лотов (от 1 до 20 рекламных конструкций);

аукциона в электронной форме для средних лотов (от 21 до 100 рекламных конструкций) и крупных лотов (от 101 до 300 рекламных конструкций).

Торги на право заключения договора проводятся администрацией муниципального образования город-курорт Анапа после утверждения схемы размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Анапа в отношении рекламных конструкций, указанных в данной схеме.

6.4. Порядок проведения торгов в форме конкурса или аукциона в электронной форме на право заключения договора утверждается постановлением администрации муниципального образования город-курорт Анапа.

6.5. Размер платы по договору определяется на основании расчета в порядке, установленном постановлением администрации муниципального образования город-курорт Анапа.

6.6. Форма договора утверждается постановлением администрации муниципального образования город-курорт Анапа.

6.7. В соответствии со статьёй 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе", Законом Краснодарского края от 21 июля 2008 г. № 1540-КЗ «Градостроительный кодекс Краснодарского края» сроками заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Анапа являются для:

1) отдельно стоящих рекламных конструкций, размещаемых на земельных участках:

от 5 до 10 лет – для афишных стендов, тумб, щитов 3х6 м, сити-форматов;

от 7 до 10 лет – сити-бордов, суперсайтов;

2) Рекламные конструкции, присоединяемые к объектам недвижимости (зданиям, сооружениям), нестационарным торговым объектам, остановочным пунктам:

от 5 до 10 лет – для рекламных конструкций на нестационарных торговых объектах вида "Киоск", рекламных конструкций на остановочных пунктах наземного городского транспорта общего пользования, указателей с рекламным модулем, крышных рекламных конструкций в виде отдельных букв и логотипов, настенных панелей, панелей-кронштейнов, маркиз;

от 7 до 10 лет – для медиафасадов;

3) рекламных конструкций иных видов:

от 5 до 10 лет – для уникальных (нестандартных) рекламных конструкций, уникальных (нестандартных) рекламных конструкций, выполненных по индивидуальным проектам;

4) рекламных конструкции на временных ограждениях территорий строительных площадок и розничной (уличной) торговли:

на срок, указанный в заявлении, но не более чем на двенадцать месяцев.

7. Схема размещения рекламных конструкций

7.1. Администрация муниципального образования город-курорт Анапа утверждает схему размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной собственности Краснодарского края или муниципальной собственности муниципального образования город-курорт Анапа.

7.2. Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. Схема размещения рекламных конструкций должна соответствовать документам территориального планирования и обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности и содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей (под информационным полем рекламной конструкции понимается часть рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы) и технических характеристик рекламных конструкций.

7.3. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат предварительному согласованию с департаментом по архитектуре и градостроительству Краснодарского края.

7.4. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат опубликованию (обнародованию) в порядке, установленном для официального опубликования (обнародования) муниципальных правовых актов, и размещению на официальном сайте муниципального образования город-курорт Анапа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

7.5. В случае внесения изменения в схему размещения рекламных конструкций, в результате которого место размещения ранее установленной рекламной конструкции перестало соответствовать указанной схеме и разрешение было признано недействительным по основанию, предусмотренному подпунктом 3 пункта 4.8 правил, владельцу рекламной конструкции выплачивается компенсация за счет средств бюджета муниципального образования город-курорт Анапа. Компенсации подлежат обоснованные и подтвержденные затраты на демонтаж рекламной конструкции,

понесенные ее владельцем, а также соответствующая часть фактически выплаченных денежных средств согласно условиям проведенных торгов и (или) договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, в отношении которой разрешение признано недействительным. При этом часть ~~компенсации~~ не связанная с демонтажем, рассчитывается пропорционально количеству ~~дней~~ на которое сократился срок действия разрешения. Компенсация ~~полагается~~ выплате рекламораспространителю не позднее девяноста дней с ~~момента~~ внесения изменения в схему размещения рекламных конструкций.

8. Демонтаж рекламных конструкций

8.1. Установка и эксплуатация рекламной конструкции без разрешения, срок действия которого не истек, не допускаются. В случае установки и (или) эксплуатации рекламной конструкции без разрешения, срок действия которого не истек, она подлежит демонтажу на основании предписания о демонтаже рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения (приложение 1).

8.2. Владелец рекламной конструкции обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции в течение месяца со дня выдачи предписания о демонтаже рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения, срок действия которого не истек, а также удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции, в течение трех дней со дня выдачи указанного предписания.

8.3. Если в установленный срок владелец рекламной конструкции не выполнил указанную в п. 8.2 правил обязанность по демонтажу рекламной конструкции или владелец рекламной конструкции неизвестен, предписание о демонтаже рекламной конструкции выдается собственнику или иному законному владельцу недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, за исключением случая присоединения рекламной конструкции к объекту муниципального имущества муниципального образования город-курорт Анапа или к общему имуществу собственников помещений в многоквартирном доме при отсутствии согласия таких собственников на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, обязан демонтировать рекламную конструкцию в течение месяца со дня выдачи соответствующего предписания. Демонтаж, хранение или в необходимых случаях уничтожение рекламной конструкции осуществляется за счет собственника или иного законного владельца недвижимого имущества, на котором была размещена рекламная конструкция. По требованию собственника или иного законного владельца данного недвижимого имущества владелец рекламной конструкции обязан возместить этому собственнику или этому законному владельцу необходимые расходы, понесенные в связи с демонтажом, хранением или, в необходимых случаях, уничтожением рекламной конструкции.

8.4. Если в установленный срок собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, не выполнил обязанность по демонтажу рекламной конструкции, указанной в п. 8.2 правил, либо собственник или иной законный владелец данного недвижимого имущества неизвестен, демонтаж рекламной конструкции, ее хранение или в необходимых случаях уничтожение осуществляется за счет средств бюджета муниципального образования город-курорт Анапа на основании решения о демонтаже рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения (приложение 2). По требованию уполномоченного органа владелец рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, обязан возместить необходимые расходы, понесенные в связи с демонтажом, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции.

8.5. Если рекламная конструкция присоединена к объекту муниципального имущества муниципального образования город-курорт Анапа или к общему имуществу собственников помещений в многоквартирном доме при отсутствии согласия таких собственников на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, в случае, указанном в п. 8.3 правил, демонтаж, хранение или в необходимых случаях уничтожение осуществляется за счет средств бюджета муниципального образования город-курорт Анапа на основании решения о демонтаже рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения. По требованию уполномоченного органа владелец рекламной конструкции обязан возместить необходимые расходы, понесенные в связи с демонтажом, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции.

8.6. Решение о выдаче предписания о демонтаже рекламной конструкции, демонтаж рекламной конструкции могут быть обжалованы в суд или арбитражный суд в течение трех месяцев со дня получения соответствующего предписания или со дня демонтажа рекламной конструкции.

8.7. Демонтаж рекламной конструкции установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения осуществляется организацией, уполномоченной администрацией муниципального образования город-курорт Анапа, на основании решения уполномоченного органа о демонтаже рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения.

Порядок демонтажа рекламной конструкции установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения утверждается постановлением администрации муниципального образования город-курорт Анапа.

Уполномоченный орган организует учет демонтируемых рекламных конструкций и направляет владельцу рекламной конструкции либо собственнику или иному законному владельцу недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, уведомление о демонтаже, хранении или в необходимых случаях уничтожении рекламной конструкции с приложением сметы расходов, связанных с демонтажом, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции, в течение месяца со дня

составления уведомления о демонтаже, хранении или в необходимых случаях уничтожении рекламной конструкции.

В уведомлении указывается дата демонтажа рекламной конструкции, место и сроки хранения. Срок хранения демонтированной рекламной конструкции составляет не более трех месяцев.

Возврат демонтированных рекламных конструкций осуществляется по заявлению владельца рекламной конструкции либо собственника или иного законного владельца недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, после возмещения всех расходов, связанных с демонтажем и хранением рекламной конструкции, не позднее одного месяца со дня поступления такого заявления.

Начальник управления
инвестиций и перспективного развития
администрации муниципального
образования город-курорт Анапа

М.А. Сердюк

Приложение 1
к Правилам установки
рекламных конструкций
на территории муниципального
образования город-курорт Анапа

ПРЕДПИСАНИЕ
о демонтаже рекламной конструкции,
установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения

от «__» _____ 20__ г. № _____

Управлением инвестиций и перспективного развития администрации муниципального образования город-курорт Анапа (далее - управление) на основании Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с решением Совета муниципального образования город-курорт Анапа «Об утверждении Правил установки рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Анапа» от _____ 20__ г. № _____, было установлено, что рекламная конструкция - _____ установлена и эксплуатируется без разрешения по адресу: _____.

Владельцем данной рекламной конструкции является _____
ИНН _____, находящ_ся по адресу: _____.

Владельцем недвижимого имущества, к которому присоединена данная рекламная конструкция, является _____

ИНН _____, находящ_ся по адресу: _____.

В связи с вышеизложенным управление п р е д п и с ы в а е т:
_____ ИНН _____, находящ_ся по адресу: _____,
осуществить демонтаж рекламной конструкции - _____,
установленной и эксплуатируемой без разрешения, по адресу: _____
в течение месяца со дня выдачи настоящего предписания, а также удалить
информацию, размещенную на данной рекламной конструкции в течение трех
дней со дня выдачи настоящего предписания.

Начальник управления
инвестиций и перспективного развития
администрации муниципального
образования город-курорт Анапа

М.П.

ФИО

Начальник управления
инвестиций и перспективного развития
администрации муниципального
образования город-курорт Анапа

М.А. Сердюк

Приложение 2
к Правилам установки
рекламных конструкций
на территории муниципального
образования город-курорт Анапа

РЕШЕНИЕ
о демонтаже рекламной конструкции,
установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения

от «__» _____ 20__ г. № _____

Управлением инвестиций и перспективного развития администрации муниципального образования город-курорт Анапа (далее - управление) на основании Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с решением Совета муниципального образования город-курорт Анапа «Об утверждении Правил установки рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Анапа» от ____ 20__ г. № ____, было установлено, что рекламная конструкция - _____ установлена и эксплуатируется без разрешения по адресу: _____.

Владельцем данной рекламной конструкции является _____
ИНН _____, находящ_ся по адресу: _____.

Владельцем недвижимого имущества, к которому присоединена данная рекламная конструкция, является _____
ИНН _____, находящ_ся по адресу: _____.

Ранее выданное предписание от __. __. 20__ г. № _____ о демонтаже рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения, расположенной по адресу: _____, не исполнено.

В связи с вышеизложенным управление р е ш и л о:

1. Демонтировать рекламную конструкцию - _____,
установленную и эксплуатируемую без разрешения, по адресу: _____.
2. Поручить _____
осуществить демонтаж рекламной конструкции - _____,
установленной и эксплуатируемой без разрешения, по адресу: _____.

Начальник управления
инвестиций и перспективного развития
администрации муниципального
образования город-курорт Анапа

М.П.

ФИО

Начальник управления
инвестиций и перспективного развития
администрации муниципального
образования город-курорт Анапа

М.А. Сердюк