

ДУМА ГОРОДСКОГО ОКРУГА "ГОРОД ЧИТА"

РЕШЕНИЕ от 17 февраля 2022 г. N 9

ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПРАВИЛ УСТАНОВКИ И ЭКСПЛУАТАЦИИ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА "ГОРОД ЧИТА"

В соответствии с [пунктами 3, 26.1 части 1 статьи 16](#) Федерального закона от 6 октября 2003 года N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", Федеральным [законом](#) от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ "О рекламе", [статьей 23](#) Устава городского округа "Город Чита" Дума городского округа решила:

1. Утвердить [Правила](#) установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа "Город Чита", согласно приложению 1.

2. Признать утратившими силу решения Думы городского округа "Город Чита" по [перечню](#), согласно приложению 2.

3. Законно установленные рекламные конструкции подлежат приведению в соответствие с требованиями [Правил](#), указанных в пункте 1 настоящего решения, по истечении срока действия ранее выданных разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

4. Настоящее решение вступает в силу на следующий день после дня его официального опубликования.

5. Опубликовать настоящее решение в газете "Читинское обозрение" (без [приложения 1](#)), полный текст решения в официальном сетевом издании городского округа "Город Чита" "Официальный сайт правовой информации городского округа "Город Чита" (<http://msuchita.ru>) и обнародовать на стендах, определенных решением Думы городского округа "Город Чита" от 13 июня 2019 года N 79 "Об определении перечня мест на территории городского округа "Город Чита" для официального обнародования муниципальных правовых актов".

Глава городского округа
Е.В.ЯРИЛОВ

Приложение 1
к решению Думы городского округа
"Город Чита"
от 17 февраля 2022 г. N 9

ПРАВИЛА УСТАНОВКИ И ЭКСПЛУАТАЦИИ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА "ГОРОД ЧИТА"

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Правила установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского

округа "Город Чита" (далее - Правила) приняты в целях формирования благоприятной архитектурной и информационной городской среды, сохранения историко-градостроительного облика, упорядочения мест для установки и эксплуатации рекламных конструкций в городском округе "Город Чита" (далее - городской округ), эффективного использования имущества городского округа в целях распространения наружной рекламы.

Настоящие Правила устанавливают требования к территориальной установке и эксплуатации рекламных конструкций, условия использования имущества городского округа для установки и эксплуатации рекламных конструкций, а также порядок осуществления контроля за соблюдением этих требований.

1.2. Соблюдение настоящих Правил обязательно для всех физических и юридических лиц независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности, а также для индивидуальных предпринимателей при установке и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа.

1.3. Правила разработаны на основании Федерального [закона](#) от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе), Градостроительного [кодекса](#) Российской Федерации, Федерального [закона](#) от 01.06.2005 N 53-ФЗ "О государственном языке Российской Федерации", [Закона](#) Российской Федерации от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей", Федерального [закона](#) от 06.10.2003 N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", Федерального [закона](#) от 25.06.2002 N 73-ФЗ "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации", [Устава](#) городского округа, СП 42.13330.2016 "Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений" и других нормативных правовых актов Российской Федерации, Забайкальского края и муниципальных правовых актов городского округа.

1.4. Размещение рекламных конструкций на территории городского округа, не предусмотренных настоящими Правилами, не допускается.

1.5. Требования настоящих Правил не распространяются на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законодательством, а также на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

2. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

2.1. Для настоящих Правил используются следующие термины и понятия:

1) внешний архитектурный облик сложившейся застройки города - эстетическое единство естественных и искусственных компонентов городской среды, связанных в единое композиционное, историческое, культурное, природное образование, имеющее материальную и духовную ценность;

2) владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией;

3) городской реестр рекламных конструкций - информационная база данных, содержащая в себе сведения о выданных разрешениях на установку и эксплуатацию рекламных конструкций;

4) главный (лицевой) фасад здания (сооружения) - фасад здания (сооружения), находящийся на линии застройки либо визуально связанный с открытыми городскими пространствами;

5) информационное поле рекламной конструкции (рекламная поверхность) - часть рекламной конструкции, используемая для размещения рекламы, социальной рекламы;

6) место установки - территория, внешняя поверхность здания, сооружения и иного объекта, используемые для установки рекламных конструкций;

7) призматрон - рекламоноситель, визуальная поверхность которого, благодаря тому, что состоит из трехгранных поворачивающихся призм, может изменяться;

8) разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции - документ установленной формы, утвержденной муниципальным правовым актом, удостоверяющий право на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

9) рекламные конструкции - средства стабильного территориального размещения наружной рекламы, прочно связанные с объектами недвижимости и не предназначенные для перемещения, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктах движения общественного транспорта;

10) рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;

11) 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;

12) скроллер - это установка для рекламы и продвижения, внутри которой находятся периодически сменяемые движущиеся постеры с рекламными изображениями;

13) QR-код - это двухмерный штриховой код, предоставляющий информацию для ее быстрого распознавания с помощью сканирования камерой смартфона или планшета.

2.2. Понятия, не указанные в настоящем разделе, употребляются в значениях, определенных действующим федеральным законодательством.

3. СХЕМА РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

3.1. Схема размещения рекламных конструкций (далее - Схема) является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах.

3.2. Схема и вносимые в нее изменения учитывают требования настоящих Правил, 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 и технических характеристик рекламных конструкций.

3.3. Схема и вносимые в нее изменения разрабатываются Администрацией городского округа "Город Чита" (далее - Администрация) в лице Комитета градостроительной политики Администрации (далее - Комитет) и обязательно согласовываются с уполномоченным исполнительным органом государственной власти Забайкальского края.

3.4. Внесение изменений в Схему путем включения мест размещения рекламных конструкций, располагаемых на земельных участках, находящихся в частной собственности, осуществляется на основании заявлений от собственников земельных участков или уполномоченных ими лиц. Рассмотрение таких заявлений осуществляется Комитетом.

3.5. При разработке Схемы размещения рекламных конструкций или внесении изменений в нее в обязательном порядке должны учитываться требования:

- ГОСТ Р 52044-2003 Государственный стандарт Российской Федерации "Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения";

- Федерального закона "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации" от 25.06.2002 N 73-ФЗ;

- к охраняемым зонам подземных коммуникаций, кабелей, линий связи, в том числе секретных кабелей связи спецслужб и кабелей связи специального назначения;

- к охраняемым зонам инженерных сетей и коммуникаций, линий электропередач;

- охраны и содержания зеленых насаждений в населенных пунктах.

3.6. До согласования, указанного в пункте 3.3, Схема и вносимые в нее изменения рассматриваются общественным советом при Администрации (далее - Общественный совет), а также направляются в Думу городского округа "Город Чита", для рассмотрения комитетом, к основным направлениям деятельности которого отнесены вопросы распространения наружной рекламы на территории города, который вправе в течение пятнадцати дней представить по ним свои предложения и замечания. Направление Схемы и вносимых в нее изменений на рассмотрение Общественным советом и комитетом Думы городского округа "Город Чита" осуществляет Комитет. Общественный совет рассматривает и готовит рекомендации по Схеме и вносимым в нее изменениям. Положение об Общественном совете утверждается нормативным актом Администрации.

3.7. Схема и вносимые в нее изменения утверждаются Администрацией.

3.8. Схема является открытой и общедоступной, подлежит обязательному опубликованию в порядке, установленном для официального опубликования (обнародования) муниципальных правовых актов городского округа "Город Чита".

4. ТИПЫ И ВИДЫ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

4.1. Рекламные конструкции на объектах благоустройства.

4.1.1. 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 2 кв. 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. Рекламные конструкции на нестационарных торговых объектах вида "Киоск" не должны выступать за границы "Киоска". Рекламные конструкции на нестационарных торговых объектах вида "Киоск" должны быть размещены исключительно параллельно стене "Киоска", к которой они прикреплены.

4.1.2. 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 2 кв. м. Площадь информационного поля рекламной конструкции на остановочном пункте наземного городского транспорта общего пользования определяется общей площадью двух его сторон. 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. Рекламные конструкции на остановочных пунктах наземного городского транспорта общего пользования не должны выступать за границы остановочного пункта. Рекламные конструкции на остановочных пунктах наземного городского транспорта общего пользования должны быть размещены внутри остановочного пункта и исключительно параллельно стене остановочного пункта, к которой они прикреплены.

4.1.3. Кронштейны - малые рекламные конструкции, крепящиеся к мачтам городского освещения и опорам контактной сети троллейбусного транспорта. Нижний край рекламного щита кронштейна размещается на высоте не менее 4 м от уровня поверхности земли, и его площадь не должна превышать 2 кв. м. Площадь информационного поля рекламной конструкции формата кронштейн определяется общей площадью двух его сторон. Не допускается установка кронштейнов ближе 25 метров от ближайшей отдельно стоящей рекламной конструкции.

4.2. Отдельно стоящие рекламные конструкции (размещаемые на земельных участках).

4.2.1. 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 2 кв. 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.

4.2.2. Тумбы - рекламные конструкции малого формата с внутренним подсветом, имеющие три внешние поверхности с информационными полями размером не более 6 кв. м для размещения рекламы. При установке тумб общая высота конструкции не должна превышать 4,7 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.

4.2.3. Конструкция Т-образная ("билборд") - рекламная конструкция на земельном участке, имеющая информационное поле (поля), расположенное с обеих сторон от центральной вертикальной оси ее опоры. Допускаются односторонние и двусторонние конструкции "билборд" с размером информационного поля с одной стороны 3 х 6 метров, площадью информационного поля с одной стороны до 18 квадратных метров, общей площадью информационных полей с двух сторон до 36 квадратных метров.

4.2.4. Конструкция Г-образная ("билборд") - рекламная конструкция на земельном участке, имеющая информационное поле (поля), расположенное с одной стороны от центральной вертикальной оси ее опоры. Допускаются односторонние и двусторонние конструкции "билборд" с размером информационного поля с одной стороны 3 х 6 метров, площадью информационного

поля с одной стороны до 18 квадратных метров, общей площадью информационных полей с двух сторон до 36 квадратных метров.

4.2.5. Конструкция "ситиборд" - рекламная конструкция на земельном участке, имеющая информационное поле (поля), расположенное с обеих сторон или с одной стороны от центральной вертикальной оси ее опоры. Допускаются односторонние и двусторонние конструкции "ситиборд" с размером информационного поля с одной стороны 3 x 4 метров, площадью информационного поля с одной стороны до 12 квадратных метров, общей площадью информационных полей с двух сторон до 24 квадратных метров.

4.2.6. Конструкция каскадная - рекламная конструкция на земельном участке, имеющая несколько последовательно соединенных между собой по горизонтали информационных полей (секций), расположенных на одной или нескольких опорах. Допускаются односторонние и двусторонние конструкции с размером каждого информационного поля (секции) 3 x 6 метров, площадью информационных полей с одной стороны до 54 квадратных метров, общей площадью информационных полей с двух сторон до 108 квадратных метров.

4.2.7. Конструкция "сити-формат" - односторонняя или двусторонняя рекламная конструкция на земельном участке, представляющая собой световой короб с внутренней подсветкой. Допускаются односторонние и двусторонние конструкции с размером информационного поля с одной стороны от 1,5 x 1,0 до 2 x 1,5 метра, площадью информационного поля с одной стороны от 1,5 до 3 квадратных метров, общей площадью информационных полей с двух сторон от 3 до 6 квадратных метров.

4.2.8. Стела - стендовая рекламная конструкция высотой не более 5,5 метра, длиной не более 1,5 метра, шириной не более 0,3 метра, состоящая из фундамента, несущего элемента, каркаса и информационного поля, установленного строго в вертикальном исполнении, площадью до 3 кв. м с одной стороны, общей площадью информационных полей до 6 кв. м. Для размещения рекламы используются как объем конструкции, так и ее поверхность.

Стелы размещаются в границах земельного участка, на котором располагаются здания, строения, сооружения, являющиеся местом фактического нахождения (местом осуществления деятельности) организации, индивидуального предпринимателя, сведения о которых содержатся на данной стеле.

4.3. Рекламные конструкции, присоединяемые к объектам недвижимости (зданиям, сооружениям).

4.3.1. 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);
- 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, за исключением размещения крышных рекламных конструкций на торговых, развлекательных центрах, кинотеатрах, театрах, цирках, спортивных объектах.

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 абзацах восьмом - двенадцатом настоящего пункта, но не более чем на 1/5.

В случае если размещение крышной рекламной конструкции предполагается на здании, строении или сооружении, на котором уже эксплуатируется крышная конструкция, высота данной конструкции ограничивается высотой ранее установленной крышной конструкции.

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

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

Высота крышной рекламной конструкции рассчитывается:

- 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);
- от карниза, парапета объекта до верхнего края информационного поля рекламной конструкции - при наличии карниза, парапета объекта.

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.

Для крышных рекламных конструкций в обязательном порядке разрабатывается рабочая проектная документация в целях обеспечения безопасности при установке, монтаже и эксплуатации. Крышные рекламные конструкции должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания, соответствовать иным требованиям пожарной безопасности.

4.3.2. Медиафасады - светопропускающие рекламные конструкции, размещаемые непосредственно на поверхности стен зданий, строений и сооружений или на металлокаркасе, повторяющем пластику стены, позволяющие демонстрировать информационные материалы. Медиафасады, размещаемые на территории городского округа, не должны нарушать внешний архитектурный облик.

Размещение медиафасадов на территории городского округа при соответствии требованиям к территориальному размещению типов рекламных конструкций допускается только в соответствии с дислокацией мест размещения медиафасадов. Дислокация мест размещения медиафасадов содержит адреса и места размещения медиафасадов, а также минимально допустимые размеры медиафасадов. Дислокация мест размещения медиафасадов разрабатывается и утверждается Комитетом и обязательно согласовываются, в соответствии с [пунктом 3.3](#) настоящих Правил.

Разрешается использовать следующую технологию устройства медиафасадов:

а) профильные линейки (трубки, ламели) с 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;

б) 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.

Медиафасады не должны иметь задней и/или боковой закрывающих панелей (стенок).

Яркость медиафасада в дневное/ночное время суток должна соответствовать нормируемым показателям установленного уровня суммарной вертикальной освещенности, а также учитывать функциональное назначение окружающей застройки. Негативные последствия избыточной яркости медиафасада должны также корректироваться с использованием технических и иных ограничителей. Размер медиафасада определяется индивидуально в зависимости от архитектуры здания на основании проекта, согласованного с Комитетом. Нормативные показатели яркости рассчитываются с учетом СП 52.13330.2016 "Естественное и искусственное освещение".

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

4.3.3. Led-экран - индивидуальная рекламная конструкция, размещаемая на стене здания, сооружения в виде органично встроенного в архитектурный облик данного здания, сооружения светодиодного экрана, позволяющего демонстрировать электронно-цифровое изображение.

Размер видеозащита определяется в зависимости от размера и архитектурных особенностей здания, сооружения.

Видеозащита на жилом доме должен иметь максимально возможную площадь с учетом его визуального восприятия и архитектурных особенностей жилого дома.

4.3.4. Маркизы - конструкции, выполненные в виде козырьков или навесов с рекламной информацией, которые размещаются над окнами, витринами, входами или проемами зданий, строений и сооружений. Маркизы состоят из элементов крепления к зданию, каркаса и информационного поля, выполненного на мягкой или жесткой основе.

4.3.5. Панель-кронштейн - двухсторонние консольные конструкции, устанавливаемые на зданиях. Должны выполняться в двухстороннем варианте. Размеры панелей-кронштейнов определяются архитектурными особенностями здания. В целях безопасности в эксплуатации

панели-кронштейны должны быть установлены на высоте не менее 4 м.

4.3.6. Световая панель - конструкции, состоящие из органических стекол со световой подсветкой, при которой контур стеклянной рамки подсвечивается наиболее интенсивно за счет эффекта преломления направленного источника света. Размеры световых панелей определяются архитектурными особенностями здания.

4.3.7. Проекционная рекламная конструкция - индивидуальная рекламная конструкция, состоящая из проекционного оборудования и изображения, проецируемого на фасад здания, сооружения.

Информационное поле изображения, проецируемого на фасад жилого дома, должно иметь максимально возможную площадь с учетом его визуального восприятия и архитектурных особенностей здания, сооружения.

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

4.4.1. Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам, - рекламные конструкции, имеющие формат, отличный от иных форматов, предусмотренных настоящими Правилами, и не указанные в [пунктах 4.1.1 - 4.3.7](#) настоящих Правил.

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). 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 с Комитетом.

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.

4.5. Виды рекламных конструкций.

4.5.1. Рекламные конструкции со статичным изображением - это рекламные конструкции, демонстрация рекламы на которых осуществляется без автоматической смены изображения на информационном поле и использования электронных систем воспроизведения изображения.

4.5.2. Динамические рекламные конструкции - это рекламные конструкции, изображение рекламы на которых сменяется при помощи специальных механизмов в течение определенного промежутка времени.

4.5.3. Электронные рекламные конструкции - это рекламные конструкции, в которых не используются технологии печати и изображение рекламы на которых сменяется в течение определенного промежутка времени при помощи электронных систем.

5. ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМНЫМ КОНСТРУКЦИЯМ

5.1. Общие требования к рекламным конструкциям:

5.1.1. Проектирование, изготовление и установка рекламных конструкций должны осуществляться в соответствии с требованиями строительных норм и иных обязательных требований.

В случае невозможности скрытого размещения оборудования, необходимого для обслуживания и эксплуатации рекламной конструкции, допускается его размещение на составных частях рекламной конструкции, в местах, максимально не просматриваемых с ближайшей полосы движения транспортных средств.

5.1.2. Рекламные конструкции и их территориальная установка и эксплуатация должны:

- соответствовать требованиям технических регламентов;
- устанавливаться с учетом требований, обеспечивающих соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа;
- устанавливаться в соответствии с разрешениями на установку и эксплуатацию рекламных конструкций и содержаться в надлежащем состоянии в соответствии с [Правилами благоустройства территории городского округа](#), принятыми решением Думы городского округа от 19 октября 2017 года N 111;
- быть оборудованы системой аварийного отключения от системы электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности в случае подключения к освещению.

5.1.3. Рекламная конструкция должна иметь маркировку с указанием владельца рекламной конструкции, номера его телефона, номера конструкции. На рекламной конструкции должен быть размещен двухмерный штриховой код (QR-код) (далее - QR-код), содержащий в кодированном виде сведения о рекламодателе, номере его телефона и номере и сроке действия разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Требования к расположению и внешнему виду маркировки, размеры QR-кода, способ нанесения QR-кода, а также место его размещения на рекламной конструкции определяются правовым актом Администрации.

QR-код выдается одновременно с выдачей разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на бумажном носителе или в электронной форме.

Данное требование не распространяется на рекламные конструкции, указанные в [пунктах 4.1.3, 4.3.1 - 4.4.1](#) настоящих Правил.

5.1.4. Информация на рекламных конструкциях должна размещаться с соблюдением требований законодательства о государственном языке Российской Федерации.

5.1.5. Изображение на информационном поле рекламных конструкций может воспроизводиться с применением следующих способов:

- для рекламных конструкций со статичным изображением - с помощью неподвижных полиграфических постеров (бумага, винил);
- для динамических рекламных конструкций ("призматрон", "скроллер") - с помощью динамических систем смены изображений (роллерных систем, систем поворотных призм);
- для электронных рекламных конструкций - с помощью электронно-цифровых носителей.

Яркость электронно-цифровых поверхностей должна соответствовать нормируемым показателям установленного уровня суммарной вертикальной освещенности с учетом функционального назначения окружающей жилой застройки. Регулировка яркости должна

осуществляться автономно. Негативные последствия избыточной яркости должны корректироваться с использованием технических и иных решений. Нормативные показатели яркости рассчитываются с учетом СП 52.13330.2016 "Естественное и искусственное освещение".

Демонстрация электронно-цифровых изображений на отдельно стоящих рекламных конструкциях должна производиться с использованием технологии статичного изображения. Смена электронно-цифрового изображения должна производиться не чаще одного раза в пять секунд.

Демонстрация электронно-цифровых изображений на медиафасадах и видеоэкранах может производиться с использованием технологии динамичного изображения. Для проекционных поверхностей - с помощью проекционного оборудования.

Демонстрация проекционного изображения может производиться с использованием технологии динамичного изображения.

5.1.6. Рекламные конструкции без внутреннего подсвета должны быть оборудованы наружной подсветкой. Включение подсвета производится в соответствии с графиком работы уличного освещения. Допускается использование систем автономного электропитания.

5.1.7. Рекламные конструкции, места их размещения и особенности установки не должны создавать угрозу безопасности для участников дорожного движения, помех для транспортных средств и пешеходов, уборки улиц, тротуаров, очистки кровли от снега и льда, ухода за зелеными насаждениями, проведения ремонта, реконструкции зданий, строений, сооружений, дорог. Установка и эксплуатация рекламных конструкций или рекламных сообщений/изображений на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается.

5.1.8. Для торговых комплексов (центров) должны быть разработаны и согласованы с Комитетом собственные архитектурно-художественные концепции, эскизные проекты фасадов, определяющие комплексную схему размещения рекламных конструкций, а также их конструкцию и количество.

5.1.9. Внешний вид рекламных конструкций должен соответствовать следующим единым требованиям:

- целостность рекламных конструкций;
- отсутствие механических повреждений;
- отсутствие порывов рекламных полотен;
- наличие окрашенного каркаса и элементов крепления;
- отсутствие ржавчины и грязи на всех частях и элементах рекламных конструкций;
- отсутствие на всех частях и элементах рекламных конструкций наклеенных объявлений, посторонних надписей, изображений и других информационных сообщений.

5.1.10. Проекции габаритных размеров рекламной конструкции на частных территориях не должны выступать за границы земельного участка, на котором расположена конструкция.

5.1.11. При эксплуатации рекламной конструкции не допускается:

- увеличение или уменьшение площади информационного поля;
- деление информационного поля на отдельные самостоятельные части для размещения

нескольких рекламных сообщений;

- использование звукового сопровождения;

- использование технических решений, создающих дискомфортную акустическую среду для окружающих;

- закрывать знаки адресации (уличные аншлаги), обозначающие наименования улиц, номера домов, корпусов, подъездов и квартир;

- монтировать рекламные конструкции непосредственно к фасаду здания без каркаса (каркасной рамки);

- устанавливать рекламные конструкции на стационарных ограждениях архитектурных ансамблей, кладбищ, мемориальных комплексов, площадей, парков, скверов, дворовых территорий, территорий организаций, автостоянок, торговых и спортивных комплексов, перильных ограждениях, на ограждениях газонов, а также на территории набережной реки Чита в пределах границ городского округа "Город Чита";

- размещать рекламу в виде надписей, рисунков, нанесенных непосредственно на фасады зданий, на поверхность тротуаров, пешеходных дорожек, площадей, проезжей части автодорог;

- устанавливать световые рекламные конструкции со стробоскопическим эффектом или ярким пульсирующим светом в жилых зонах;

- устанавливать рекламные конструкции, закрывающие архитектурно-художественные элементы и детали зданий (в том числе колонны, пилястры, капители, карнизы, пояса, тяги, филенки, наличники, порталы входов, фронтоны), архитектурно-художественный и скульптурный декор зданий (в том числе барельефы, акротерии, балюстрады, замковые камни, орнаментальные порезки);

- устанавливать на зданиях рекламные конструкции, закрывающие оконные и дверные проемы, витрины;

- устанавливать рекламные конструкции, повреждающие или уничтожающие декоративное убранство фасадов зданий и сооружений;

- устанавливать рекламные конструкции на балконах и лоджиях зданий, в оконных и дверных проемах, на эркерах, перилах;

- устанавливать на глухих фасадах зданий более 2 рекламных конструкций;

- устанавливать рекламные конструкции на жилых многоквартирных домах выше 2 этажа в горизонтальном исполнении;

- устанавливать рекламные конструкции с выступом за боковые пределы фасада и без соблюдения архитектурных членений фасада;

- устанавливать хаотично расположенные разноразмерные и разнотипные рекламные конструкции на фасадах зданий, строений и сооружений;

- при размещении проекционных установок использовать в качестве экрана для проекций плоскость, фасады зданий и сооружений, где имеются окна жилых помещений;

- установка и эксплуатация на главных (лицевых) фасадах зданий крупноразмерных рекламных конструкций, закрывающих значительную часть фасада здания и искажающих тем самым целостность восприятия архитектуры;

- установка и эксплуатация рекламных конструкций, являющихся источниками шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных и иных излучений и полей, вблизи жилых помещений;

- установка рекламных конструкций на цветниках (клумбах), газонах;

- установка рекламных конструкций на тротуарах, если после их установки ширина прохода для пешеходов составит менее 2 метров;

- установка отдельно стоящих рекламных конструкций высотой более 4 метров со стороны главного (лицевого) фасада здания на расстоянии менее 7 метров от ближнего края рекламной конструкции до стены здания.

5.1.12. Не допускается установка и эксплуатация рекламных конструкций без размещения на них рекламного сообщения. В случае отсутствия рекламы информационное поле закрывается белым полотном, за исключением времени проведения работ по смене изображения, но не более трех часов, а также за исключением медиафасадов, Led-экранов и проекционных рекламных конструкций, отключение которых допускается с 22 час. 00 мин. до 7 час. 00 мин.

5.1.13. Рекламные конструкции, размещаемые на территории городского округа "Город Чита", не должны нарушать требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия народов Российской Федерации, их охране и использовании.

Не допускается распространение наружной рекламы на объектах культурного наследия, включенных в единый реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также на их территориях, за исключением территорий достопримечательных мест.

Требования абзаца второго настоящего пункта не применяются в отношении распространения на объектах культурного наследия, их территориях наружной рекламы, содержащей исключительно информацию о проведении на объектах культурного наследия, их территориях театрально-зрелищных, культурно-просветительных и зрелищно-развлекательных мероприятий или исключительно информацию об указанных мероприятиях. Требования к распространению на объектах культурного наследия, их территориях наружной рекламы указываются в охранном обязательстве собственника или иного законного владельца объекта культурного наследия в случае распространения наружной рекламы, предусмотренной настоящим абзацем.

5.1.14. Запрещается распространение звуковой рекламы с использованием звукотехнического оборудования, монтируемого и располагаемого на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений.

5.1.15. Владелец рекламной конструкции обязан:

- разработать рабочую проектную документацию в целях обеспечения безопасности при установке, монтаже и эксплуатации рекламных конструкций для всех типов рекламных конструкций;

- обеспечить содержание рекламных конструкций в надлежащем состоянии. Устранение повреждений рекламных конструкций и их информационных полей, рекламных материалов осуществляется владельцами рекламных конструкций в течение 3 рабочих дней со дня обнаружения или получения информации о наличии таких повреждений;

- восстановить благоустройство территории и внешний вид фасада после монтажа (демонтажа) рекламной конструкции. Рекламная конструкция при наличии у нее фундамента должна быть демонтирована вместе с фундаментом.

5.1.16. Владелец рекламной конструкции несет ответственность за любые нарушения правил безопасности, а также за неисправности и аварийные ситуации при нарушении условий монтажа и эксплуатации рекламных конструкций.

5.2. Требования к содержанию и техническому обслуживанию/внешнему виду рекламных конструкций:

5.2.1. Рекламные конструкции должны эксплуатироваться в соответствии с требованиями технической документации на соответствующие конструкции.

5.2.2. Внешний вид рекламных конструкций должен соответствовать требованиям, указанным в [пункте 5.1.9](#) настоящих Правил.

5.2.3. Собственник или иной законный владелец рекламной конструкции обязан мыть и очищать от загрязнения принадлежащие ему рекламные конструкции по мере необходимости, но не реже двух раз в год (с марта по сентябрь).

5.2.4. Устранение повреждений рекламных изображений на рекламных конструкциях осуществляется их владельцами незамедлительно после выявления указанных фактов и (или) по предписаниям Комитета.

В случае необходимости приведения конструкций в надлежащий вид их владельцы обязаны выполнить помывку и покраску конструкций.

5.2.5. Приведение рекламных конструкций в надлежащий вид осуществляется владельцами конструкций по мере необходимости, а в случае экстремальных погодных явлений (ураган, ливневый дождь, снегопад) режим работ по устранению последствий неблагоприятных погодных явлений устанавливается в соответствии с указаниями оперативных служб и факсограммами (телефонограммами) Комитета.

5.2.6. Внешний вид и дизайн всех типов рекламных конструкций (за исключением рекламных конструкций, предусмотренных [пунктами 4.2.1, 4.3.2 - 4.3.3, 4.3.7, 4.4.1](#) настоящих Правил) должны соответствовать типовому сборнику рекламных конструкций городского округа (далее - Сборник). Сборник является документом, объединяющим в себе типовые решения и конструктивно возможные способы распространения рекламы на территории города. Сборник разрабатывается Администрацией и утверждается решением Думы городского округа "Город Чита".

5.3. Размещение определенных [типов](#) рекламных конструкций на территории городского округа допускается исключительно на территориях, указанных в приложении к настоящим Правилам. Размещение в указанных территориях иных типов рекламных конструкций не допускается.

Под территориями в настоящих Правилах понимается территория проезжей части, тротуаров соответствующих улиц, зданий (строений, сооружений), расположенных на соответствующих улицах.

5.3.1. Требования к допустимым [типам](#) рекламных конструкций, размещаемым на территориях городского округа "Город Чита", указанных в приложении к настоящим Правилам, применяются вне зависимости от владельца рекламной конструкции или формы собственности недвижимого имущества, находящегося на территории городского округа.

6. УСТАНОВКА И ЭКСПЛУАТАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

6.1. Установка и эксплуатация рекламных конструкций на территории городского округа "Город Чита" допускаются при наличии разрешений на их установку и эксплуатацию, выдаваемых

Комитетом. Требования 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).

6.2. 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 Комитета. Срок добровольного исполнения предписания о демонтаже рекламной конструкции составляет один месяц со дня его выдачи. Порядок демонтажа рекламных конструкций, незаконно размещаемых на территории городского округа, утверждается нормативным правовым актом Администрации.

6.3. Разрешение выдается на основании заявления собственника или иного законного владельца недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо владельца рекламной конструкции.

6.4. Решение о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче в письменной форме или в форме электронного документа должно быть направлено заявителю в течение двух месяцев со дня приема от него необходимых документов.

6.5. Решение об отказе в выдаче разрешения должно быть мотивировано и принято исключительно по основаниям, установленным [частью 15 статьи 19](#) Федерального закона от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закона о рекламе).

6.6. Решение об аннулировании разрешения принимается исключительно по основаниям и в сроки, установленные [частью 18 статьи 19](#) Закона о рекламе.

6.7. Разрешение может быть признано недействительным в судебном порядке в случаях, установленных [Законом](#) о рекламе.

6.8. Разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции выдается 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, установленным [Законом](#) Забайкальского края от 30 апреля 2015 года N 1168-ЗЗК "О предельных сроках для заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Забайкальского края" (далее - Закон N 1168-ЗЗК).

6.9. Информация о выданных разрешениях вносится в Городской реестр разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

6.10. Лицо, которому выдано разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, обязано не позднее 10 (десяти) рабочих дней с момента возникновения соответствующих прав уведомить орган, выдавший такое разрешение, обо всех фактах возникновения у третьих лиц прав в отношении этой рекламной конструкции (сдача рекламной конструкции в аренду, внесение рекламной конструкции в качестве вклада по договору простого товарищества, заключение договора доверительного управления, иные факты).

6.11. Установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются ее владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором. В случае если для установки и эксплуатации рекламной конструкции предполагается использовать общее имущество

собственников помещений в многоквартирном доме, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции возможно только при наличии согласия собственников помещений в многоквартирном доме, полученного в порядке, установленном Жилищным кодексом Российской Федерации. Заключение такого договора осуществляется лицом, уполномоченным на его заключение общим собранием собственников помещений в многоквартирном доме.

6.12. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается на срок, не превышающий предельный срок, установленный Законом N 1168-ЗЗК.

По истечении срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции обязательства сторон по договору прекращаются. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется в соответствии с нормами Закона о рекламе и гражданского законодательства Российской Федерации.

6.13. Договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на недвижимом имуществе городского округа заключается Комитетом с победителями торгов (конкурсов или аукционов) на право заключения соответствующих договоров.

6.13.1. Организатором проведения торгов является Комитет. Дума городского округа "Город Чита" определяет и утверждает общеобязательные правила в сфере установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа, а также устанавливает форму проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином муниципальном имуществе. Порядок организации и проведения торгов, а также формирования лотов утверждается Администрацией в соответствии с действующим законодательством.

6.14. После утверждения Схемы или внесения в нее изменений торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, находящихся в собственности городского округа, а также на зданиях и ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности городского округа, проводятся только в отношении рекламных конструкций, указанных в Схеме.

6.15. Собственник или иной законный владелец рекламной конструкции обязан использовать рекламную конструкцию исключительно в целях распространения рекламы, социальной рекламы.

Материалы социальной рекламы предоставляются Администрацией или заявителями и размещаются собственником или иным законным владельцем рекламной конструкции на основании договора, заключенного в соответствии с действующим законодательством.

Заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным в пределах 5 (пяти) процентов годового объема распространяемой рекламы.

Учет периодов размещения собственником или иным законным владельцем рекламной конструкции социальной рекламы, представляющей особую общественную значимость, ведется Комитетом с занесением информации в городской реестр рекламных конструкций.

7. ГОРОДСКОЙ РЕЕСТР РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

7.1. Городской реестр рекламных конструкций содержит информацию (в виде таблицы в электронном виде и (или) на бумажном носителе) обо всех рекламных конструкциях, установленных на территории городского округа, с указанием их местоположения на карте, типа, площади информационного поля, а также сведения о разрешениях на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, их сроках действия, а также иную информацию в отношении

установленных конструкций.

Ведение и актуализация Городского реестра рекламных конструкций осуществляется Комитетом.

Порядок ведения Городского реестра рекламных конструкций утверждается Администрацией.

7.2. Выписка из Городского реестра рекламных конструкций предоставляется Комитетом по официальному запросу. Выписка является документом, подтверждающим факт выдачи разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на законных основаниях.

7.3. На официальном сайте Администрации размещается перечень выданных разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, который является исключительно информационным ресурсом и не является подтверждающим документом.

8. ДЕМОНТАЖ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

8.1. В случае внесения изменения в Схему, в результате которого место размещения ранее установленной рекламной конструкции перестало соответствовать указанной Схеме и разрешение на установку и эксплуатацию такой рекламной конструкции было признано недействительным по основанию, предусмотренному [пунктом 3 части 20 статьи 19](#) Закона о рекламе, владельцу рекламной конструкции выплачивается компенсация за счет средств бюджета городского округа "Город Чита". Размер компенсации и порядок ее выплаты определяются в соответствии с [частью 20.1 статьи 19](#) Закона о рекламе.

8.2. Владелец рекламной конструкции обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции в течение месяца со дня выдачи Комитетом 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 [пункте 8.2](#) настоящих Правил обязанность по демонтажу рекламной конструкции или владелец рекламной конструкции неизвестен, Комитет выдает предписание о демонтаже рекламной конструкции собственнику или иному законному владельцу недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, за исключением случая присоединения рекламной конструкции к объекту муниципального имущества 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, к которому была присоединена 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 указанную в [пункте 8.2](#) настоящих Правил обязанность по демонтажу рекламной конструкции 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 городского округа "Город Чита".

9. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ И ПОРЯДОК ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

9.1. Владелец рекламной конструкции в соответствии с законодательством несет ответственность за соблюдение правил безопасности при монтаже и эксплуатации этой конструкции, техническое состояние, осуществляет содержание рекламной конструкции в надлежащем внешнем виде, в том числе обеспечивает отсутствие порывов рекламных полотен, ржавчины и грязи, наклеенных информационных сообщений, посторонних надписей, изображений на частях и элементах рекламной конструкции, наличие окрашенного каркаса в соответствии с проектной документацией.

9.1.1. Владельцы рекламных конструкций с подсветом должны обеспечивать своевременную замену перегоревшего осветительного оборудования.

9.1.2. Яркость Led-экрана, медиафасада в дневное/ночное время суток должна соответствовать нормируемым показателям установленного уровня суммарной вертикальной освещенности, а также учитывать функциональное назначение окружающей застройки. Регулировка яркости должна осуществляться автономно. Негативные последствия избыточной яркости медиафасада должны также корректироваться с использованием технических и иных ограничителей. Нормативные показатели яркости рассчитываются с учетом СП 52.13330.2016 "Естественное и искусственное освещение".

9.1.3. Владелец рекламной конструкции обязан восстановить благоустройство территории в соответствии с разрешением (ордером) на производство земляных работ, выдаваемым Комитетом городского хозяйства Администрации. Также осуществляется восстановление внешнего вида фасада здания, строения, сооружения.

10. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ НАСТОЯЩИХ ПРАВИЛ

10.1. За установку и (или) эксплуатацию рекламных конструкций без разрешения и (или) с нарушением требований нормативных правовых актов в сфере технического регулирования, за содержание рекламных конструкций в ненадлежащем состоянии, за нарушение требований к внешнему виду конструкций и за другие нарушения настоящих Правил владельцы рекламных конструкций несут ответственность в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

Применение мер ответственности не освобождает нарушителей от обязанности устранения допущенных нарушений.

Приложение
к Правилам установки и эксплуатации
рекламных конструкций на территории
городского округа "Город Чита"

ДОПУСТИМЫЕ ТИПЫ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ, РАЗМЕЩАЕМЫХ НА ТЕРРИТОРИЯХ ГОРОДСКОГО ОКРУГА "ГОРОД ЧИТА"

N п/п	Территория для размещения рекламных конструкций	Допустимые типы рекламных конструкций
----------	---	---------------------------------------

1	2	3
1	Территория мемориальных комплексов, кладбищ, площадей, парков и скверов, спортивного комплекса Армии, объектов культурного наследия, набережной реки Чита (Читинка) в пределах границ городского округа "Город Чита". В пределах отведенного земельного участка и прилегающей территории	-
2	Территория особо охраняемых природных территорий (заповедники, заказники, природные парки, произведения ландшафтной архитектуры и садово-паркового искусства). В пределах отведенного земельного участка и прилегающей территории	Указатели с рекламным модулем
3	Территория в пределах соборов, храмов, церквей. В пределах отведенного земельного участка и прилегающей территории	Тумбы. Указатели с рекламным модулем. Рекламные конструкции на нестационарных торговых объектах вида "Киоск"
4	Территории улиц, в указанных границах: - ул. Ленина, от ул. 9 Января до ул. Богомякова; - ул. Анохина, от ул. Баргузинская до ул. Кастринская; - ул. Столярова, от ул. Амурская до ул. Чкалова; - ул. Николая Островского, от ул. Амурская до ул. Чкалова; - ул. 9 Января, от ул. Амурская до ул. Чкалова; - ул. П.Осипенко, от ул. Амурская до ул. Чкалова; - ул. Пушкина; - ул. Ленинградская, от улицы Амурская до ул. Бабушкина; - ул. Бутина, от улицы Амурская до ул. Бабушкина; - ул. Журавлева, от ул. Амурская до ул. Бабушкина; - ул. Курнатовского, от ул. Амурская до ул. Костюшко-Григоровича; - ул. Красноармейская, от ул. Кастринская до ул. Бабушкина; - ул. Чкалова, от ул. Столярова до ул. Красноармейская; - ул. Профсоюзная; - ул. Чайковского, от ул. Пушкина до ул. Богомякова; - ул. Ангарская; - ул. Забайкальского Рабочего; - ул. Ингодинская; - ул. Лермонтова; - ул. Костюшко-Григоровича	Рекламные конструкции на нестационарных торговых объектах вида "Киоск". Рекламные конструкции на остановочных пунктах наземного городского транспорта общего пользования. Сити-форматы. Тумбы. Led-экраны. Крышные конструкции. Маркизы. Проекционные конструкции. Панели-кронштейны. Световые панели. Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам
5	Территория остальной части городского округа "Город Чита"	Рекламные конструкции на нестационарных торговых объектах вида "Киоск". Рекламные конструкции на остановочных пунктах наземного городского

		транспорта общего пользования. Кронштейны. Указатели с рекламным модулем. Сити-форматы. Ситиборды. Билборды (Т- и Г-образные) Тумбы. Конструкции каскадные. Стелы. Крышные конструкции. Медиафасады. Led-экраны. Проекционные рекламные конструкции. Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам. Маркизы. Панели-кронштейны. Световые панели
--	--	--

Приложение 2
 к решению Думы городского округа
 "Город Чита"
 от 17 февраля 2022 г. N 9

ПЕРЕЧЕНЬ
УТРАТИВШИХ СИЛУ РЕШЕНИЙ ДУМЫ ГОРОДСКОГО ОКРУГА
"ГОРОД ЧИТА"

1. **Решение** Думы городского округа "Город Чита" от 14 июня 2012 года N 68 "О Положении "О размещении средств наружной рекламы и информации на территории городского округа "Город Чита".

2. **Решение** Думы городского округа "Город Чита" от 29 августа 2013 года N 88 "О внесении изменений в Положение "О размещении средств наружной рекламы и информации на территории городского округа "Город Чита", принятое решением Думы городского округа "Город Чита" от 14 июня 2012 года N 68".

3. **Решение** Думы городского округа "Город Чита" от 24 апреля 2014 года N 43 "О внесении изменений в Положение "О размещении средств наружной рекламы и информации на территории городского округа "Город Чита", принятое решением Думы городского округа "Город Чита" от 14 июня 2012 года N 68".

4. **Решение** Думы городского округа "Город Чита" от 19 мая 2016 года N 77 "О внесении изменений в Положение о размещении средств наружной рекламы и информации на территории

городского округа "Город Чита", принятое решением Думы городского округа "Город Чита" от 14 июня 2012 года N 68".

5. **Решение** Думы городского округа "Город Чита" от 30 марта 2017 года N 31 "О внесении изменений в Положение о размещении средств наружной рекламы и информации на территории городского округа "Город Чита", принятое решением Думы городского округа "Город Чита" от 14 июня 2012 года N 68".

6. **Решение** Думы городского округа "Город Чита" от 14 декабря 2017 года N 160 "О внесении изменений в Положение о размещении средств наружной рекламы и информации на территории городского округа "Город Чита", принятое решением Думы городского округа "Город Чита" от 14 июня 2012 года N 68".

7. **Решение** Думы городского округа "Город Чита" от 24 сентября 2020 года N 104 "О протесте и.о. прокурора Забайкальского края на отдельные пункты Положения о размещении средств наружной рекламы и информации на территории городского округа "Город Чита", утвержденного решением Думы городского округа "Город Чита" от 14 июня 2012 года N 68 и о внесении изменения в статью 5 Положения о размещении средств наружной рекламы и информации на территории городского округа "Город Чита", утвержденного решением Думы городского округа "Город Чита" от 14 июня 2012 года N 68".

8. **Решение** Думы городского округа "Город Чита" от 30 сентября 2021 года N 83 "О внесении изменения в Положение о размещении средств наружной рекламы и информации на территории городского округа "Город Чита", принятое решением Думы городского округа "Город Чита" от 14 июня 2012 года N 68".
