

**АДМИНИСТРАЦИЯ
МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КИНГИСЕППСКИЙ МУНИЦИПАЛЬНЫЙ РАЙОН»
ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

21.04.2023 1116

О внесении изменений в постановление администрации МО «Кингисеппский муниципальный район от 05.08.2013 № 1865 «Об утверждении Порядка распространения наружной рекламы на территории МО «Кингисеппский муниципальный район» Ленинградской области» и Порядка расчета размера платы по договору на право установки и эксплуатации рекламных конструкций на земельных участках, зданиях, строениях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности МО «Кингисеппский муниципальный район», а также на земельных участках, расположенных на территории МО «Кингисеппский муниципальный район», государственная собственность на которые не разграничена в новой редакции»

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», Градостроительным кодексом Российской Федерации, Жилищным кодексом Российской Федерации, Правилами благоустройства территории МО «Кингисеппское городское поселение», Правилами благоустройства, принятыми на территории сельских поселений и МО «Ивангородское городское поселение» и иными нормативно-правовыми актами, определяющими требования к распространению наружной рекламы, информации, к рекламным и информационным конструкциям, контролю за их размещением и эксплуатацией, администрация

постановляет:

1. Внести изменения в постановление администрации МО

«Кингисеппский муниципальный район» от 05.08.2013 № 1865 «Об утверждении Порядка распространения наружной рекламы МО «Кингисеппский муниципальный район» Ленинградской области» и Порядка расчета размера платы по договору на право установки и эксплуатации рекламных конструкций на земельных участках, зданиях, строениях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности МО «Кингисеппский муниципальный район», а также на земельных участках, расположенных на территории МО «Кингисеппский муниципальный район», государственная собственность на которые не разграничена в новой редакции»:

1.1. в наименовании постановления слова «в новой редакции» исключить;
1.2. раздел 2 приложения 1 к постановлению изложить в следующей редакции: « 2. Вид и типы объектов рекламных конструкций и информации

2. ВИД И ТИПЫ ОБЪЕКТОВ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ И ИНФОРМАЦИИ

2.1. **Виды рекламных конструкций - отдельно стоящие рекламные (информационные) конструкции** – рекламные конструкции (в том числе в объемно-пространственном исполнении), имеющие внешние поверхности для размещения информации, в том числе предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет излучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов, состоящие из фундамента и статичной опоре, каркаса и информационного поля: (щиты – билборд, сити-борд, суперсайт, призма, сити-формат, брендмауэр, тумба, линза, пилон, стела, флаг, остановочный комплекс, рекламная конструкция индивидуального изготовления, светодиодный, цифровой экран, театральный афишный стенд).

2.2. **Типы отдельностоящих рекламных конструкций** :

- **щит (билборд, Т-образный)** – рекламная конструкция крупного формата на статичной опоре. Данный щит может быть с одним, двумя или четырьмя информационными полями. Размер одного информационного поля составляет 6,0х3,0 м. Способы освещения: естественный или наружная подсветка;

- **щит (ситиборд)** – рекламная конструкция среднего формата 3,7х2,7 м. Информационное поле может быть открытым или закрыто стеклом, с внутренней подсветкой при помощи освещения люминесцентными лампами или светодиодными модулями. За стеклом ситиборда размещается до 5 рекламных постеров, которые динамически меняются с помощью специального механизма (скроллера);

- **щит (суперсайт)** – рекламная конструкция крупного формата, имеющая одну, две или три поверхности для размещения наружной рекламы (допустимая высота опоры от 10 м), оснащенная внешней подсветкой. Стандартные размеры рекламного поля: 10х5 м., 9х4,5м., 12х5 м., 15х5 м.;

- **щит (призма)** – рекламная конструкция, информационное поле которой образовано набором равносторонних трехгранных призм. Призма позволяет размещать 3 различных постера на одной рекламной поверхности за счёт поворотного механизма внутри конструкции и устанавливается на самых оживленных проспектах, улицах и перекрестках города, в местах максимального скопления автомобильного и пешеходного трафика.

- щит (сити-формат) – рекламная конструкция, представляющая собой световой короб с подсветкой изнутри. За стеклом сити-формата может размещаться до 5 рекламных постеров, которые динамически меняются с помощью специального механизма (скроллера). Возможные размеры одного информационного поля: 1,2х1,8 м и 1,14х1,72 м;

- тумба – рекламная конструкция, представляющая собой полукруглую или круглую тумбу, установленную на фундаментное основание, каркас которой изготовлен из металлической профильной трубы, с дополнительными гнутыми элементами. В зависимости от внутреннего конструктива могут быть как двухсторонние, так и трехсторонние, также с внутренней или наружной подсветкой.

- линза – рекламная конструкция, представляющая собой носитель с тремя вогнутыми рекламными поверхностями. Способы освещения: естественное, внутренняя или наружная подсветка;

- пилон – отдельно стоящая рекламная конструкция, представляющая короб с одной или несколькими рабочими сторонами. Для привлечения внимания в таких конструкциях также используют подсветку;

- стела – конструкция рекламного, информационного или навигационного назначения, имеющая световые динамические или статические элементы, а также без них. Устанавливается на отдельном постаменте (фундаменте) и хорошо видна с большого расстояния;

- флаг – это динамическое средство рекламы, состоящее из мягкого полотна на собственной опоре (флагштоке). Способы крепления: стационарное и мобильное. Размещение флагов может быть как единичным, так и группами;

- остановочный павильон с рекламным модулем – рекламный модуль, совмещённый с павильоном остановочного пункта движения общественного транспорта и имеющий плоскости для размещения рекламы малого формата с несколькими информационными полями;

- перетяжка – это длинная тканевая полоса, растягиваемая на тросах над проезжей частью, которые крепятся на специальных столбах или на фасадах близлежащих зданий;

- рекламная конструкция индивидуального изготовления – нестандартная рекламная конструкция, изготовленная по индивидуальному проекту. Такой формат является эффективным способом привлечь максимум внимания, выделиться среди прочей подобной информации;

- светодиодный (цифровой) экран – разновидность рекламного щита, представляющая из себя устройство отображения и передачи визуальной информации (дисплей, монитор, телевизор), в котором каждой точкой (пикселем) является один или несколько полупроводниковых светодиодов (LED). Позволяет демонстрировать рекламу как в статичном, так и динамичном режиме.;

- театральный афишный стенд – рекламная конструкция с одним или двумя информационными полями, размер одного информационного поля составляет 1,8 м х 1,8 м.

Требования к установкам отдельно стоящих рекламных (информационный) конструкций:

- фундаменты размещения стационарных средств наружной рекламы долж-

ны быть заглублены ниже уровня грунта с последующим восстановлением газона на нем. Допускается размещение выступающих более чем на 5 см фундаментов опор на тротуаре при наличии бортового камня или дорожных ограждений, если это не препятствует движению пешеходов и уборке улиц;

- конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т. п.) должны быть закрыты декоративными элементами;
- установки не должны иметь видимых элементов соединения различных частей конструкций (торцевые поверхности конструкций, крепления осветительной арматуры, соединения с основанием).

2.3.Рекламные (информационные) конструкции, примыкающие к фасаду зданий, сооружений:

- крышные установки – конструкции в виде крупных объемных букв, светового короба с определенным изображением), размещаемые на крышах зданий.

- световой короб - светотехническое изделие, которое представляет собой объемную конструкцию с лицевой поверхностью из транслюцентного материала (пропускающего свет), с боковинами и тыльной (задней) поверхностью из металла или пластика ПВХ (поливинилхлорида). Внутри светового короба установлен источник света, который освещает лицевую поверхность.

- панели-кронштейны – двусторонние плоскостные объекты, устанавливаемые на опорах (собственных опорах, опорах освещения) или на зданиях.

- объемные буквы (объемные световые буквы) представляют собой внешний короб – корпус буквы, подложку – основу для крепления, а также спрятанные внутри короба элементы подсветки. Материал основы объемных букв, как правило, вспененный ПВХ или алюминиевые композитные панели для рекламы, которые обеспечивают лучшую конструктивную жесткость, а значит, и надежность самой рекламной конструкции;

- баннер – это изображение, перенесенное на ткань с виниловым покрытием или специальную сетку;

- маркизы – рекламоносители в виде навесов (козырьков) на мягкой или жесткой основе с размещенной на них информацией о фирме или подвижный навес снаружи над окнами для защиты от солнца;

- брендмауэр – это рекламный носитель, который представляет собой большой баннер, который размещают на фасаде крупного здания;

- медиафасады - реклама представлена в виде светодиодного видеозэкрана с возможностью трансляции текстовых сообщений, графики, анимации и видео, монтируется медиафасад на внешнем фасаде здания.

Требования к установкам (см. Раздел II. ПОРЯДОК размещения рекламных и информационных конструкций)

2.4.Выносные информационные конструкции

- штендеры – конструкции, используемые юридическими и физическими лицами в часы работы предприятия для распространения информации об

этом предприятии.

Требования к установкам:

- не должны иметь собственного подсвета, площадь одной стороны не должна превышать 1,5 кв. м;
- устанавливаются в пешеходных зонах и на тротуарах в пределах 5 м от входа на предприятие;
- не допускаются установка и эксплуатация более двух штендеров у входа на предприятие, а также использование штендеров в качестве дополнительного объекта наружной рекламы при наличии хорошо просматриваемых с тротуара вывески и витрин (за исключением предприятий общественного питания).
- рекламные и информационные конструкции на объектах строительства и уличной (розничной) торговли (летние кафе, выставки, ограждения торговых площадей), а также на других временных ограждениях до окончания действия разрешительных документов. Рекомендуются оформлять данные объекты отдельными щитами или баннерами.».

2. Постановление опубликовать в средствах массовой информации и разместить на официальном сайте администрации МО «Кингисеппский муниципальный район» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

3. Постановление вступает в силу с момента его опубликования.

4. Контроль за исполнением постановления возложить на заместителя главы администрации МО «Кингисеппский муниципальный район» по экономике и инвестициям Толкачева В. Е.

Глава администрации
МО «Кингисеппский
муниципальный район»

Ю. И. Запалатский