

**Постановление Брянской городской администрации
от 06.02.2017 № 348-п**

**О принятии Положения о типах
и видах рекламных конструкций,
размещаемых на территории
города Брянска**

В соответствии с Федеральным законом «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ, Положением о порядке установки рекламных конструкций на территории города Брянска, принятым Решением Брянского городского Совета народных депутатов от 26.09.2006 № 536

ПОСТАНОВЛЯЮ:

1. Утвердить Положение о типах и видах рекламных конструкций, размещаемых на территории города Брянска (согласно Приложению).
2. Настоящее постановление вступает в силу со дня его официального опубликования.
3. Настоящее постановление опубликовать в муниципальной газете «Брянск» и разместить на официальном сайте Брянской городской администрации.

4. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на и.о. заместителя Главы городской администрации А.С. Вербицкого.

Глава администрации

А.Н. Макаров

Приложение
к постановлению Брянской
городской администрации
от 06.02.2017 №348-п

**ПОЛОЖЕНИЕ
О ТИПАХ И ВИДАХ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ,
РАЗМЕЩАЕМЫХ НА ТЕРРИТОРИИ
ГОРОДА БРЯНСКА**

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение о типах и видах рекламных конструкций, размещаемых на территории города Брянска (далее – Положение), разработано в целях соблюдения высокого качественного уровня рекламных конструкций на территории муниципального образования «город Брянск» (далее - город Брянск) с учетом необходимости сохранения и дальнейшего развития внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Брянска, посредством определения допустимых к установке типов и видов рекламных конструкций, требований к этим рекламным конструкциям.

1.2. Настоящее Положение разработано на основе анализа существующего внешнего архитектурного облика города Брянска.

1.3. Устанавливаемые на территории города Брянска рекламные конструкции в своем суммарном визуальном комплексе из различных типов, видов, площадей информационных полей, их количества и технических характеристик, не должны нарушать внешний архитектурный облик сложившейся застройки города. Требования к рекламным конструкциям, в части их соответствия необходимым эстетическим и техническим нормам, особенностям внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, устанавливаются настоящим Положением и другими муниципальными нормативными правовыми актами города Брянска.

1.4. Под внешним архитектурным обликом сложившейся застройки муниципального образования «город Брянск» понимается визуальное восприятие городской архитектурной среды в целом, а также архитектурных особенностей фасадов отдельных объектов капитального строительства.

1.4.1. Архитектурные особенности фасадов объектов капитального строительства - стилевая и композиционная целостность фасадов зданий, сооружений, в комплексе с архитектурными элементами фасадов, ритмом основных их частей, деталей и членений, цветовым, световым, декоративно-художественным решением, а также с учетом наличия свободных глухих поверхностей, других мест, пригодных для размещения рекламных конструкций.

1.4.2. Визуальное восприятие городской архитектурной среды в существующей градостроительной ситуации со сложившейся планировочной структурой городской застройки: важных перспектив основных градостроительных осей; силуэтных и ландшафтных панорам; отдельных микрорайонов, зданий и сооружений, с приоритетом визуального восприятия объектов культурного наследия, культовых объектов, исторических и природных достопримечательностей, других ценных и архитектурно выразительных объектов.

1.5. Оценка степени воздействия рекламной конструкции на внешний архитектурный облик сложившейся застройки города Брянска проводится Управлением по строительству и развитию территории города Брянска (далее – Управление) с учетом п.п.1.4.1 и 1.4.2. настоящего Положения.

1.6. Соблюдение требований, утвержденных настоящим Положением, обязательно для всех физических и юридических лиц, независимо от формы собственности, при установке и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Брянска.

2. Типы и виды рекламных конструкций

2.1. На территории города Брянска допускается установка рекламных конструкций следующих видов и типов:

2.1.1. Виды рекламных конструкций:

- отдельно стоящие рекламные конструкции;
- рекламные конструкции, размещаемые на фасадах зданий, строений, сооружений.

2.1.2. Типы отдельно стоящих рекламных конструкций:

Щитовая установка (билборд) – отдельно стоящая рекламная конструкция среднего формата, имеющая внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Состоит из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля размером 6,0 x 3,0 м. Площадь информационного поля щита определяется общей площадью его сторон. Количество сторон может быть от одной до четырех. Фундамент конструкции должен быть заглублен и не выступать над уровнем земляного покрытия. 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 (по ГОСТ Р 52289-2004). При этом он должен быть декоративно оформлен по согласованию с Управлением по строительству и развитию территории города Брянска. Конструкция, выполненная в одностороннем варианте, должна иметь оформленную обратную сторону (аккуратно зашита и окрашена в нейтральный серый цвет). Конструкция должна быть оборудована внутренним или внешним подсветом, исключающим прямое освещение жилых помещений домов через окна, системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности. Технология замены изображения: переклейка бумажного постера; натяжение винилового полотна. Внешняя либо внутренняя подсветка обязательна. Рекламные конструкции могут располагаться напротив свободных промежутков между зданиями,

как правило, перпендикулярно к главным фасадам и проезжей части улицы. Допускается объединение 2-х либо 3-х рекламных полей типовых конструкций в одном уровне по горизонтали.

Щитовая установка (мегасайт) - отдельно стоящая технологически сложная рекламная конструкция большого формата. Состоит из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Мегасайт должен иметь внутренний или внешний подсвет. Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции может составлять 12,0 х 4,0 м, 12,0 х 5,0 м. Площадь информационного поля определяется общей площадью их сторон. Количество сторон не может быть более трех. Фундамент должен быть заглублен и не выступать над уровнем земляного покрытия. Конструкция, выполненная в одностороннем варианте, должна иметь оформленную обратную сторону (аккуратно зашита и окрашена в нейтральный серый цвет).

Светодиодный экран - отдельно стоящая рекламная конструкция с использованием электронного табло (экрана), состоящего из светодиодных модулей в гибких шлейфах на основе металлической сетки с интегрированными светодиодами, позволяющих демонстрировать информационные материалы, в том числе динамические видеоизображения. Размер информационного поля экрана определяется размером демонстрируемого изображения, но не более 12,0 х 8,0 м. Размер конструкции определяется индивидуально на основании согласованного проекта. Экраны должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности. Изображения транслируются без звукового сигнала.

Пиллар – отдельно стоящая рекламная конструкция малого формата, представляющая собой вогнутую тумбу с двумя либо тремя информационными полями, размером 1,4 х 2,9 м на фундаментном

основании. Общая высота конструкции не должна превышать 4,75 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции пиллар определяется общей площадью его сторон. Пиллар должен иметь внутреннюю подсветку и оборудован системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности. Рекламное изображение может находиться под защитным противоударным стеклом.

Сити-формат - двухсторонняя отдельно стоящая рекламная конструкция малого формата с двумя информационными полями. Как правило, располагается в пешеходной зоне или на прилегающей к ней территории. 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. Рекламное изображение может находиться под защитным противоударным стеклом.

Тумба афишная - отдельно стоящая рекламная конструкция малого формата, как правило, цилиндрической формы, на фундаментном основании, располагается в пешеходной зоне или на прилегающей к ней территории, может иметь внешнюю подсветку. Размер конструкции определяется индивидуально на основании согласованного проекта. Фундамент для данного вида рекламной конструкции допускается в двух вариантах: заглубленный - не выступающий над уровнем земли или дорожного покрытия, и незаглубленный. В случае использования незаглубленного фундамента он в обязательном порядке облицовывается

композитным материалом. Афишные тумбы 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.

Рекламные конструкции на остановке общественного транспорта

- рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах остановочного навеса:

- сити-формат;

- информационно-рекламная панель для размещения объявлений.

Размер одной стороны информационного поля сити-формата в составе остановочного навеса составляет 1,2 x 1,8 м, информационно-рекламной панели - не более 2,0 x 1,0 м. Рекламные конструкции могут размещаться только в составе с остановочным навесом на основе единого типового архитектурного решения. Сити-формат располагается на боковой стороне остановочного навеса, слева по ходу движения транспорта. Информационно-рекламная панель для размещения объявлений располагается в средней части конструкции остановочного навеса. Площадь информационного поля рекламной конструкции на остановочном комплексе определяется общей площадью его сторон. Рекламные конструкции на остановках общественного транспорта должны отвечать всем современным эстетическим и техническим требованиям. Сити-формат должен предусматривать внутреннюю подсветку рекламного поля, должен быть оборудован системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности. Размещение дополнительных рекламных конструкций, не предусмотренных

архитектурным (дизайн) проектом, в составе с остановочным навесом не допускается.

Фирменная стела - рекламная конструкция в виде пилона, других объемных элементов, малых архитектурных форм с информационным полем и без него. Предусматриваются в комплексе фирменного рекламного оформления отдельных объектов городской застройки. Должны располагаться в пределах территорий, прилегающих к предприятиям торговли различных направлений, к основным въездам на промышленные предприятия, аналогично принципам размещения рекламных конструкций типа «сити-формат» и «пиллар». Габариты и архитектурный облик фирменных стел определяются исходя из функционального назначения оформляемых ими объектов и существующей градостроительной ситуации. Места размещения фирменных стел, определяются путем разработки проектов благоустройства прилегающих к объектам территорий с элементами их рекламного оформления.

Флаговая композиция – рекламная конструкция, состоящая из основания, одного или нескольких флагштоков и мягких полотнищ. Места размещения флагштоков определяются путем разработки проектов благоустройства прилегающих к объектам территорий с элементами их рекламного оформления.

2.1.3. Типы рекламных конструкций, размещаемых на фасадах зданий, строений и сооружений:

Настенное панно – рекламная конструкция, выполненная в виде плоскостных элементов с использованием металлического каркаса, с внешней подсветкой. Габариты и способы крепления данных рекламных конструкций разрабатываются индивидуально, исходя из архитектурных, конструктивных особенностей фасадов зданий и сооружений.

Электронный экран — рекламная конструкция, представляющая собой размещаемую на здании видеопанель (монитор) для трансляции

рекламы. Габариты и способы крепления данных рекламных конструкций разрабатываются индивидуально, исходя из архитектурных, конструктивных особенностей фасадов зданий и сооружений.

Кронштейн – консольная конструкция, устанавливаемая на мачтах-опорах городского освещения, опорах контактной сети троллейбуса, на фасадах зданий, сооружений. Кронштейны должны выполняться в вертикальном исполнении с типовыми размерами 1,2м х 1,8м. Размещение на опоре более одного кронштейна, а также совместно со знаками дорожного движения - не допускается. Размещаемые на опорах кронштейны должны быть ориентированы в сторону, противоположную от проезжей части. Кронштейны, размещаемые в пешеходной зоне, должны быть установлены на высоте не ниже 2,5м, а в местах возможного движения спецавтотранспорта - не ниже 4.5м от уровня земли. Кронштейны на фасадах зданий и сооружений размещаются преимущественно в уровне между первым и вторым этажами. Форма и размеры кронштейнов, размещаемых на фасадах зданий и сооружений, определяются при разработке соответствующих проектов.

Рекламная вывеска – рекламная конструкция, выполненная по индивидуальному проекту с учетом архитектурных особенностей фасада здания, на котором она размещается. Устанавливается, преимущественно, в пределах помещений рекламодателя.

Крышная установка – объемная рекламная конструкция, размещаемая полностью или частично выше уровня карниза, на крыше здания или сооружения. Состоит из несущей части конструкции, элементов крепления и декоративно-художественной части, выполняется преимущественно по индивидуальным проектам, строго учитывающим архитектурные особенности фасадов здания или сооружения, на котором предполагается размещение крышной установки, а также архитектурных

особенностей соседних объектов и существующей городской архитектурной среды.

3. Требования к рекламным конструкциям

3.1. Установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются при наличии соответствующего разрешения на установку и эксплуатацию данной рекламной конструкции. Рекламные конструкции должны быть безопасны, спроектированы, изготовлены и размещены в соответствии с существующими нормами и правилами, ГОСТ, (включая ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений», правилами устройства электроустановок, техническими регламентами и другими нормативными актами. Монтажно-строительные и электромонтажные работы по установке и эксплуатации рекламных конструкций выполняются организациями, имеющими соответствующие разрешения на проведение данных работ. Установленные рекламные конструкции не должны нарушать действующие требования санитарных норм и правил, в том числе требования к освещенности, электромагнитному излучению, требования по безопасности дорожного движения, требования к визуальному восприятию городской застройки.

3.2. Все рекламные конструкции, размещаемые на территории города Брянска, должны быть выполнены с использованием современных, высококачественных и долговечных материалов, на высоком эстетическом уровне. При этом, обратная сторона односторонней рекламной конструкции должна быть аккуратно зашита, окрашена в нейтральный серый цвет или оформлена декоративными элементами.

3.3. Для размещения рекламных конструкций на территории города Брянска могут применяться типовые, фирменные разработки, а также разработанные индивидуально с учетом особенностей городской архитектурной среды.

3.4. Все рекламные конструкции, размещаемые на территории города Брянска, должны иметь маркировку владельца рекламной конструкции с указанием наименования организации (Ф.И.О. физического лица), номеров контактных телефонов. Маркировка должна быть размещена под информационным полем рекламной конструкции. В случае размещения рекламной конструкции у проезжей части, размер текста маркировки должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств.

3.5. Фундаментные блоки рекламных конструкций не должны выступать над поверхностью земли, кроме случаев, когда заглубление фундамента невозможно, допускается размещение с частичным заглублением фундамента на 0,1 - 0,2 м при наличии бортового камня или дорожных ограждений (по ГОСТ Р 52289-2004). Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и так далее) рекламных конструкций должны быть закрыты декоративными элементами.

3.6. Узлы крепления рекламных конструкций должны обеспечивать надежное крепление, быть защищены от несанкционированного доступа к ним, но при этом, обеспечивать возможность оперативного демонтажа рекламной конструкции.

3.7. Рекламные поля должны быть освещены в темное время суток, исключая прямое освещение жилых помещений домов через их окна.

3.8. Крепление осветительных приборов и устройств должно обеспечивать их надежное соединение с опорной частью рекламной конструкции и выдерживать нормативные ветровые, снеговые и вибрационные нагрузки.

3.9. Рекламные конструкции должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.10. Не допускается установка рекламных конструкций:

- без учета составляющих внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Брянска, указанных в пунктах 1.4.1. и 1.4.2. настоящего Положения. Рекламные конструкции не должны перекрывать вид на объекты капитальной застройки, важные панорамные ландшафты, в том числе из окон самих зданий;
- в охранных зонах инженерных коммуникаций без согласования с их балансодержателями;
- на любых ограждениях территорий зданий и сооружений (включая: объекты незавершенного строительства, спортивные комплексы, промышленные предприятия, гаражи; парки и скверы, архитектурные ансамбли, музеи-заповедники, учреждения культуры, образования, здравоохранения, науки, а также специализированные предприятия, учреждения и иные);
- на открытых автостоянках для хранения автотранспортных средств;
- на территории автозаправочных станций, если рекламные конструкции не предусмотрены согласованным проектом;
- в местах, закрывающих остекление витрин, окон, арок, архитектурные детали и декоративное оформление фасадов;
- на объектах недвижимого имущества, являющихся объектами культурного наследия (памятниками истории и культуры) народов Российской Федерации;
- путем присоединения к деревьям, зеленым насаждениям, электрическим проводам;
- в местах, создающих помехи для движения пешеходов, высадки и посадки пассажиров общественного транспорта, уборки улиц и тротуаров, очистки кровель объектов капитального строительства от снега и льда, выполнения работ по эксплуатации и ремонту зданий и сооружений;

- путем нанесения либо вкрапления рекламы с использованием строительных материалов, краски, дорожной разметки и т.п. в поверхность фасадов зданий и сооружений, автомобильных дорог и тротуаров;

- являющихся источниками шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных, иных излучений и полей вблизи жилых помещений.

3.11. Дополнительные требования к отдельным типам рекламных конструкций с учетом особенностей градостроительной ситуации в городе Брянске:

3.11.1. Отдельно стоящие рекламные конструкции типа «билборд», «мегасайт», «светодиодный экран»:

- устанавливаются как на землях общего пользования, так и на земельных участках отдельных правообладателей;

- не должны перекрывать вид на объекты капитальной застройки, важные панорамы ландшафта, в том числе из окон самих зданий;

- должны располагаться напротив свободных промежутков между зданиями и сооружениями, как правило, перпендикулярно к главным фасадам и к проезжей части улиц;

3.11.2. Отдельно стоящие рекламные конструкции типа «сити-формат», «пиллар»:

- устанавливаются на землях общего пользования, а также на земельных участках отдельных правообладателей,

- располагаются вблизи пешеходных путей, а также непосредственно в пешеходной зоне, перпендикулярно тротуару, при условии сохранения свободной ширины тротуара не менее 3.0м;

- не должны размещаться непосредственно возле фасадов зданий, сооружений, а также напротив входов в помещения 1-х этажей, арок и других значимых элементов фасадов зданий.

3.11.3. Рекламные конструкции на фасадах зданий и сооружений:

- размещаются на объектах различного назначения

и принадлежности, преимущественно на брендмауэрах и других глухих частях фасадов;

- не должны композиционно разрушать существующее архитектурное решение фасадов, а также нарушать действующие нормативные требования по естественному освещению помещений.

Главный специалист сектора по эстетике
архитектурной среды отдела городского дизайна
Управления по строительству и развитию
территории города Брянска

Е.С. Кривенкова

Начальник Управления по строительству
и развитию территории города Брянска

А.А. Абрамов

И.о. заместителя Главы администрации

А.С. Вербицкий