



Омский городской Совет
ПОСТАНОВЛЕНИЕ

от 14 мая 2014 года N 808
г. Омск

О проекте Решения Омского городского Совета «О правилах установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Омске, размещения рекламы на транспортных средствах, находящихся в муниципальной собственности города Омска»

Рассмотрев проект Решения Омского городского Совета «О правилах установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Омске, размещения рекламы на транспортных средствах, находящихся в муниципальной собственности города Омска», представленный Мэром города Омска, Омский городской Совет ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Проект Решения Омского городского Совета «О правилах установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Омске, размещения рекламы на транспортных средствах, находящихся в муниципальной собственности города Омска» принять к рассмотрению.

2. Направить указанный проект Решения в комитеты Омского городского Совета, Мэру города Омска для подготовки замечаний и предложений.

Замечания и предложения представить в комитет Омского городского Совета по вопросам экономического развития и муниципальной собственности в срок до 19 мая 2014 года.

3. Комитету Омского городского Совета по вопросам экономического развития и муниципальной собственности доработать проект Решения с учетом замечаний и предложений и представить его на заседание Омского городского Совета для принятия в первом чтении.

Председатель Омского
городского Совета

Г.Н. Горст

ОМСКИЙ ГОРОДСКОЙ СОВЕТ

РЕШЕНИЕ

от _____ № _____

О правилах установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Омске, размещения рекламы на транспортных средствах, находящихся в муниципальной собственности города Омска

Глава 1. Общие положения

Статья 1.

1. Настоящее Решение устанавливает единые и обязательные к исполнению требования к установке и эксплуатации рекламных конструкций в городе Омске, размещению рекламы на транспортных средствах, находящихся в муниципальной собственности города Омска, и контролю за соблюдением указанных требований.

2. Настоящее Решение разработано в соответствии с Федеральным законом «О рекламе», Градостроительным кодексом Российской Федерации, Жилищным кодексом Российской Федерации, нормативными правовыми актами Российской Федерации, Омской области, муниципальными правовыми актами города Омска.

Статья 2.

В настоящем Решении используются понятия, определенные в Федеральном законе «О рекламе», а также следующие понятия:

- рекламные конструкции – щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, флаги, электронные табло, проекционное или иное предназначенное для проекции рекламы на любые поверхности оборудование, воздушные шары, аэростаты и иные технические средства стабильного территориального размещения, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также на остановочных пунктах движения общественного транспорта и используемые для распространения наружной рекламы;

- владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) – собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и (или) пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником;

- информационное поле – площадь визуального воздействия рекламной

конструкции, которая ограничивается конструктивными элементами, графическими чертами, линиями, смысловым содержанием или иным образом;

- система автоматической смены изображения – механическая или электронная система для смены изображения на информационном поле рекламной конструкции;

- внешний архитектурный облик сложившейся застройки города Омска – пространственно-композиционное решение территории города Омска, обеспечивающее целостность восприятия фрагментов застройки, при котором взаимоувязка объектов капитального строительства, всех элементов застройки, элементов благоустройства, рекламных конструкций, знаково-информационных систем и окружающей среды осуществлена с учетом воплощенных архитектурных решений, соразмерности пропорций, цвета, пластики, метрических и ритмических закономерностей и направлена на создание эстетичной, комфортной городской среды;

- некапитальные нестационарные сооружения – сооружения, выполненные из легких конструкций, не предусматривающие устройство заглубленных фундаментов и подземных сооружений, объекты мелкорозничной торговли попутного бытового обслуживания и питания, остановочные павильоны с торговыми площадями, наземные туалетные кабины, боксовые гаражи, другие объекты некапитального характера.

Статья 3.

1. Установка и эксплуатация рекламных конструкций допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и осуществляются владельцами рекламных конструкций 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.

2. В случае установки и (или) эксплуатации рекламной конструкции без разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, она подлежит демонтажу на основании предписания структурного подразделения Администрации города Омска, осуществляющего функции по управлению муниципальным имуществом города Омска (далее – уполномоченное структурное подразделение Администрации города Омска).

Глава 2. Типы и виды рекламных конструкций, допустимых к установке на территории города Омска

Статья 4.

На территории города Омска допустимы к установке следующие типы и виды рекламных конструкций, размещаемых на земельных участках независимо от форм собственности (далее – отдельно стоящие рекламные конструкции):

1) сити-формат – тип отдельно стоящих рекламных конструкций,

размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих два информационных поля. Размер информационного поля рекламной конструкции типа «сити-формат»: высота – 1,8 м, ширина – 1,2 м. Расстояние от уровня проезжей части до нижнего края информационного поля – не менее 0,3 м и не более 0,7 м.

Рекламные конструкции типа «сити-формат» допустимы следующих видов:

- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле;

2) афишный стенд – тип отдельно стоящих рекламных конструкций, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих два информационных поля. Размеры информационного поля рекламной конструкции типа «афишный стенд»: высота – 1,5 м, ширина – 1,5 м; высота – 1,8 м, ширина – 1,9 м. Расстояние от уровня проезжей части до нижнего края информационного поля – не менее 0,3 м и не более 0,7 м.

Рекламные конструкции типа «афишный стенд» допустимы без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле.

На рекламных конструкциях типа «афишный стенд» допустимо размещение рекламных материалов в виде печатной продукции исключительно о репертуарах театров, кинотеатров, спортивных или иных массовых мероприятиях, событиях общественного, культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера;

3) пиллар – тип отдельно стоящих рекламных конструкций, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих не более трех информационных полей. Размер информационного поля рекламной конструкции типа «пиллар»: высота – 3,0 м, ширина – 1,4 м. Расстояние от уровня проезжей части до нижнего края информационного поля – не более 0,3 м.

Рекламные конструкции типа «пиллар» допустимы следующих видов:

- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле;

4) сити-борд – тип отдельно стоящих рекламных конструкций, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих два информационных поля. Размеры информационного поля рекламной конструкции

типа «сити-борд»: высота – 2,3 м, ширина – 3,2 м; высота – 2,7 м, ширина – 3,7 м. Расстояние от уровня проезжей части до нижнего края информационного поля – не менее 2,5 м и не более 3,5 м.

Рекламные конструкции типа «сити-борд» допустимы следующих видов:

- с наружным подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с наружным подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле;

5) щит – тип отдельно стоящих рекламных конструкций, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих не более трех информационных полей. Размер информационного поля рекламной конструкции типа «щит»: высота – 3 м, ширина – 6 м, 12 м либо 18 м. Расстояние от уровня проезжей части до нижнего края информационного поля – не менее 4,5 м и не более 9 м.

Рекламные конструкции типа «щит» допустимы следующих видов:

- без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с наружным подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с наружным подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле;

б) суперборд – тип отдельно стоящих рекламных конструкций, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих не более трех информационных полей. Размер информационного поля рекламной конструкции типа «суперборд»: высота – 4 м, ширина – 8 м либо 12 м. Расстояние от уровня проезжей части до нижнего края информационного поля – не менее 4 м.

Рекламные конструкции типа «суперборд» допустимы следующих видов:

- без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с наружным подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с наружным подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле;

7) суперсайт – тип отдельно стоящих рекламных конструкций, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих не более трех информационных полей. Размер информационного поля рекламной конструкции типа «суперсайт»: высота – 5 м, ширина – 12 м либо 15 м. Расстояние от уровня проезжей части до нижнего края – не менее 10 м.

Рекламные конструкции типа «суперсайт» допустимы следующих видов:

- без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с наружным подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с наружным подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле;

8) остановочный навес с рекламным модулем – рекламные конструкции типа «сити-формат» и «афишный стенд», являющиеся неотделимым конструктивно-визуальным элементом остановочных навесов, располагаемых в зонах остановочных пунктов движения общественного транспорта. В рамках одного остановочного навеса допустимо совмещение не более двух рекламных конструкций типа «сити-формат» или типа «афишный стенд»;

9) стела – тип отдельно стоящих рекламных конструкций, выполненных по индивидуальному проекту, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента в непосредственной близости от здания, являющегося местом нахождения, осуществления деятельности организации, индивидуального предпринимателя, сведения о профиле деятельности которых, ценах и видах реализуемых ими товаров, оказываемых услугах и (или) их наименовании (фирменное наименование, коммерческое обозначение, изображение товарного знака, знака обслуживания) содержатся в материалах, размещаемых на информационных полях рекламных конструкций данного типа. Размеры рекламных конструкций типа «стела»: высота – не более 20 м, ширина – не более 3 м. Размеры информационных полей и их количество определяются исходя из индивидуального

проекта рекламной конструкции.

Рекламные конструкции типа «стела» допустимы следующих видов:

- без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с наружным подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

10) флаг – тип отдельно стоящих рекламных конструкций, выполненных по индивидуальному проекту, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента в непосредственной близости от здания, являющегося местом нахождения, осуществления деятельности организации, индивидуального предпринимателя, сведения о профиле деятельности которых, ценах и видах реализуемых ими товаров, оказываемых услугах и (или) их наименование (фирменное наименование, коммерческое обозначение, изображение товарного знака, знака обслуживания) содержатся в материалах, размещаемых на информационных полях рекламных конструкций данного типа. Размеры рекламных конструкций типа «флаг»: высота – не более 20 м, ширина – не более 2 м. Размеры информационных полей и их количество определяются исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции. Информационные поля рекламных конструкций типа «флаг» изготавливаются из гибких и эластичных материалов.

Рекламные конструкции типа «флаг» допустимы следующих видов:

- с наружным подсветом информационных полей;
- без подсвета информационных полей;

11) видеозэкран – тип отдельно стоящих рекламных конструкций, выполненных по индивидуальному проекту, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента. Размеры информационных полей: высота – не менее 3 м, ширина – не менее 3 м. Количество информационных полей определяется исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции.

Рекламные конструкции типа «видеозэкран» допустимы со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле.

Статья 5.

1. На территории города Омска допустимы к установке следующие типы и виды рекламных конструкций, размещаемых на зданиях, строениях и сооружениях:

1) крышные рекламные конструкции – тип рекламных конструкций, размещаемых полностью или частично выше уровня карниза, на крыше здания, строения и сооружения с этажностью более одного этажа, выполненных по индивидуальному проекту. Размеры информационных полей и их количество определяются исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции.

Рекламные конструкции типа «крышные рекламные конструкции» допустимы следующих видов:

- без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с наружным подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с наружным подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле;

2) медиа-фасад – тип рекламных конструкций, размещаемых на поверхности стен зданий, строений и сооружений с этажностью более одного этажа, состоящие из светодиодных модулей в гибких шлейфах на основе металлической сетки с интегрированными светодиодами, создающие поверхность, которая повторяет форму фасада здания, строения, сооружения. Количество информационных полей рекламной конструкции типа «медиа-фасад» – не более одного. Размеры информационного поля определяются исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции.

Рекламные конструкции типа «медиа-фасад» допустимы со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле;

3) фасадные рекламные конструкции – тип рекламных конструкций, размещаемых на поверхности стен зданий, строений и сооружений, включая некапитальные нестационарные сооружения, являющихся местом нахождения, осуществления деятельности организации, индивидуального предпринимателя, сведения о профиле деятельности которых, ценах и видах реализуемых ими товаров, оказываемых услугах и (или) их наименование (фирменное наименование, коммерческое обозначение, изображение товарного знака, знака обслуживания) содержатся в материалах, размещаемых на информационных полях рекламных конструкций данного типа. Количество информационных полей рекламной конструкции типа «фасадные рекламные конструкции» – не более одного. Размеры информационного поля определяются исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции.

Рекламные конструкции типа «фасадные рекламные конструкции» допустимы с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

4) брандмауэрные панно – тип рекламных конструкций, размещаемых на поверхности стен зданий, строений и сооружений, за исключением некапитальных нестационарных сооружений. Рекламные конструкции типа «брандмауэрное панно»

выполняются по индивидуальному проекту и состоят из присоединяемого к стене здания, строения и сооружения, за исключением некапитального нестационарного сооружения, информационного поля, изготовленного из гибкого, эластичного материала. Количество информационных полей рекламной конструкции типа «брендмауэрное панно» – не более одного. Размеры информационного поля определяются исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции.

Рекламные конструкции типа «брендмауэрное панно» допустимы с наружным подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

5) панель-кронштейн – тип рекламных конструкций, состоящих из двух информационных полей, изготовленных из твердого материала, прикрепляемых к поверхности стены зданий, строений и сооружений, включая некапитальные нестационарные сооружения, при помощи кронштейнов перпендикулярно относительно поверхности стены. Площадь информационного поля рекламной конструкции типа «панель-кронштейн» определяется общей площадью информационных полей.

Рекламные конструкции типа «панель-кронштейн» допустимы следующих видов:

- без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с наружным подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

б) переход – тип рекламных конструкций, размещаемых над лестничными сходами на парапетах подземных пешеходных переходов, информационное поле которых не должно превышать габаритов парапетов подземного перехода.

Рекламные конструкции типа «переход» допустимы следующих видов:

- с наружным подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле.

2. Площадь информационного поля рекламных конструкций, указанных в части 1 настоящей статьи, определяется расчетным путем по размерам информационного поля рекламной конструкции (высота и ширина), используемым для размещения, демонстрации рекламы.

Статья 6.

На территории города Омска допустимы к установке следующие типы и виды рекламных конструкций, размещаемых на опорах линий освещения, контактной сети и линий электропередач:

1) световой короб – тип рекламных конструкций, состоящих из двух информационных полей, изготовленных из твердого материала, пропускающего свет (акриловое стекло, прозрачный пластик), оснащенные системами внутреннего освещения и прикрепляемые к опорам линий освещения, контактной сети и линий электропередач в вертикальном положении при помощи кронштейнов. Размер информационного поля рекламной конструкции типа «световой короб»: высота – 1,8 м, ширина – 1,2 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции типа «световой короб» определяется общей площадью информационных полей рекламной конструкции.

Рекламные конструкции типа «световой короб» допустимы с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

2) панель-кронштейн – тип рекламных конструкций, состоящих из двух информационных полей, изготовленных из твердого материала, прикрепляемых в вертикальном положении к опорам линий освещения, контактной сети и линий электропередач при помощи кронштейнов. Размер информационного поля рекламной конструкции типа «панель-кронштейн»: высота – 1,8 м, ширина – 1,2 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции типа «панель-кронштейн» определяется общей площадью информационных полей.

Рекламные конструкции типа «панель-кронштейн» допустимы без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле.

Статья 7.

1. Изменение вида и технических характеристик рекламных конструкций, указанных в статьях 4, 5, 6 настоящего Решения, при сохранении площади информационного поля, указанной в разрешении на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, производится владельцем рекламной конструкции самостоятельно после получения письменного согласия уполномоченного структурного подразделения Администрации города Омска. При изменении вида и технических характеристик рекламной конструкции внесение платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с учетом производимых изменений вида и технических характеристик рекламной конструкции, осуществляется владельцем рекламной конструкции с момента внесения соответствующих изменений в договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

2. Изменение видов и технических характеристик рекламных конструкций возможно с учетом утвержденных схем размещения рекламных конструкций только в пределах срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Глава 3. Требования к рекламным конструкциям с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Омска

Статья 8.

1. Рекламные конструкции и места их размещения должны соответствовать положениям Федерального закона «О рекламе» и следующим требованиям:

1) рекламные конструкции должны соответствовать документам территориального планирования и обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Омска, градостроительных норм и правил, требований безопасности;

2) рекламные конструкции должны иметь маркировку (информационную табличку) с указанием владельца рекламной конструкции, номера его телефона и инвентарного номера рекламной конструкции. Инвентарный номер рекламной конструкции присваивается уполномоченным структурным подразделением Администрации города Омска;

3) рекламные конструкции не должны создавать препятствия по очистке кровель от снега и льда при размещении на зданиях, строениях и сооружениях, включая некапитальные нестационарные сооружения;

4) рекламные конструкции не должны иметь сходства (по внешнему виду, изображению или звуковому эффекту) с техническими средствами организации дорожного движения и специальными сигналами, а также создавать впечатление нахождения на дороге транспортного средства, пешехода или какого-либо объекта;

5) рекламные конструкции, оборудованные системами наружного или внутреннего подсвета, должны иметь систему аварийного отключения от сети электропитания;

6) отдельно стоящие рекламные конструкции должны иметь заглубленный ниже уровня грунта фундамент. В случаях когда отсутствует техническая возможность заглубления фундамента, допускается его размещение без заглубления, при условии декоративного оформления;

7) рекламные конструкции не должны создавать препятствия для движения пешеходов и уборки улиц механизированным способом;

8) рекламные конструкции должны обеспечивать неделимость рекламной конструкции в пределах информационного поля при размещении рекламных конструкций на зданиях, строениях и сооружениях, включая некапитальные нестационарные сооружения (если это не предусмотрено разрешением на установку и эксплуатацию рекламной конструкции);

9) рекламные конструкции должны соответствовать утвержденным схемам размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Омской области или муниципальной собственности города Омска.

2. В целях обеспечения соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Омска:

1) допускается размещение следующих типов рекламных конструкций:

а) на зданиях, строениях и сооружениях, за исключением некапитальных нестационарных сооружений:

- фасадные рекламные конструкции
- медиа-фасады;
- крышные рекламные конструкции;
- панели-кронштейны;
- брандмауэрные панно;

б) на некапитальных нестационарных сооружениях:

- фасадные рекламные конструкции;
- панели-кронштейны;

2) максимальный размер фасадных рекламных конструкций не должен превышать 1,2 м по высоте, а по ширине не выходить за габаритные размеры здания, строения и сооружения.

В случае размещения на поверхностях зданий, строений и сооружений более одной фасадной рекламной конструкции, указанные рекламные конструкции должны быть одной высоты и размещаться в один высотный ряд.

Размещение фасадных рекламных конструкций на зданиях, строениях и сооружениях осуществляется не выше второго этажа.

Размещение фасадных рекламных конструкций на зданиях, строениях и сооружениях, являющихся объектами культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации допускается только в виде объемных букв или на перфорированной металлической основе.

Лицевые панели фасадных рекламных конструкций, размещаемых на зданиях, строениях и сооружениях, должны быть выполнены из светопропускающего материала и оснащены исключительно системами внутреннего освещения. Системы освещения рекламных конструкций должны иметь немерцающий, приглушенный свет, не создавать прямых направлений лучей освещения в окна жилых помещений;

3) крышные рекламные конструкции устанавливаются в соответствии с проектом размещения рекламных конструкций, разработанным с учетом требований настоящего Решения и утвержденным собственником здания, строения и сооружения (за исключением многоквартирных домов);

4) панели-кронштейны, устанавливаемые на здании, строении и сооружении, включая некапитальные нестационарные сооружения, не должны выступать за внешнюю поверхность здания, строения и сооружения, включая некапитальные нестационарные сооружения более чем на 1 м. При этом расстояние между панелями-кронштейнами, расположенными последовательно в одной горизонтальной плоскости, не может быть менее 10 м. Расстояние от уровня поверхности земли до нижнего края панели-кронштейна должно быть не менее 2,5 м.

Панели-кронштейны, устанавливаемые на зданиях, строениях и сооружениях, являющихся объектами культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, не должны быть размером более 0,5 м x 0,5 м;

5) при размещении брандмауэрных панно на фасадных частях здания, строения и сооружения, не допускается перекрытие оконных проемов;

б) рекламные конструкции, размещаемые на зданиях, строениях и

сооружениях:

- не должны нарушать прочностные характеристики несущих элементов здания, строения и сооружения, включая некапитальные нестационарные сооружения, к которому они присоединяются, затруднять или делать невозможным функционирование объектов инженерной инфраструктуры;

- должны размещаться в соответствии с проектом размещения рекламных конструкций, разработанным с учетом требований настоящего Решения и утвержденным собственником зданий, строений и сооружений, включая некапитальные нестационарные сооружения (за исключением многоквартирных домов);

7) установка и эксплуатация рекламных конструкций, оборудованных системой автоматической смены изображения, на многоквартирных домах допускается только при наличии согласования типа и вида рекламной конструкции с собственниками помещений в многоквартирном доме;

8) отдельно стоящие рекламные конструкции не должны быть односторонними, за исключением случаев, когда восприятие одной из сторон конструкции невозможно из-за наличия естественных или искусственных препятствий. Односторонние отдельно стоящие рекламные конструкции должны иметь декоративно оформленное информационное поле, не используемое для размещения рекламы;

9) афишные стенды должны использоваться в пешеходных зонах улиц и площадей, на территории парков, скверов, выставочных комплексов. Афишные стенды должны быть едиными по внешнему виду и формату при размещении на одной улице (от перекрестка до перекрестка), на площади, на территории парка, сквера, выставочного комплекса.

Статья 9.

На территории города Омска запрещается:

1) установка и эксплуатация рекламных конструкций на деревьях и кустарниках, дорожных, пешеходных и перильных ограждениях, на ограждениях территорий парков, скверов, зданий, строений, строительных площадок и иных ограждениях;

2) установка и эксплуатация штендеров – нестационарных щитовых конструкций, устанавливаемых на земельном участке без использования фундамента, имеющих одну или две внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы;

3) установка и эксплуатация рекламных конструкций на опорах линий освещения, контактной сети и линий электропередач на улицах и автомобильных дорогах, указанных в приложении к настоящему Решению;

4) размещение рекламы в виде надписей, рисунков, нанесенных на поверхности зданий, строений и сооружений, включая некапитальные нестационарные сооружения, автомобильных дорог, улиц, тротуаров;

5) установка и эксплуатация рекламных конструкций на зданиях, строениях и сооружениях, закрывающих архитектурные детали фасадов зданий, строений и

сооружений, в том числе на колоннах, пилястрах, орнаментах и лепнине, простенках, эркерах;

б) установка и эксплуатация рекламных конструкций, размещение рекламы на балконах, лоджиях, в оконных проемах зданий, строений и сооружений;

7) установка и эксплуатация перетяжек – тросовых подвесных рекламных конструкций, закрепляемых между отдельно стоящими опорами, зданиями, строениями и сооружениями, информационное поле которых имеет мягкую основу;

8) размещение афиш и плакатов, выполненных на бумажной основе или на баннерной ткани, о продаже товаров, об услугах, о мероприятиях (в том числе спортивных соревнованиях, концертах, кино, конкурсах, фестивалях и т.п.) на зданиях, строениях и сооружениях, на опорах линий наружного освещения, контактной сети, линий электропередач и на остановочных навесах, за исключением специально оборудованных мест на данных объектах;

9) размещение рекламы на знаках информирования об объектах притяжения (знаки, предназначенные для информирования участников дорожного движения об объектах городской инфраструктуры).

Глава 4. Проведение торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена, торгов на право размещения рекламы на транспортном средстве, находящемся в муниципальной собственности города Омска

Статья 10.

1. Установка и эксплуатация рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена (далее – установка и эксплуатация рекламной конструкции), а также размещение рекламы на транспортных средствах, находящихся в муниципальной собственности города Омска (далее – размещение рекламы на транспортном средстве), осуществляется владельцем рекламной конструкции (рекламораспространителем) по договору, заключаемому на основе торгов, проводимых в соответствии с законодательством Российской Федерации комиссией, состав которой утверждается правовым актом уполномоченного структурного подразделения Администрации города Омска.

2. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется владельцем рекламной конструкции с уполномоченным структурным подразделением Администрации города Омска.

В случае если недвижимое имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, закреплено на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с лицом, обладающим правом хозяйственного

ведения, правом оперативного управления или иным вещным правом на такое недвижимое имущество.

В случае если недвижимое имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, передано в доверительное управление, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с доверительным управляющим при условии, что договор доверительного управления не ограничивает доверительного управляющего в совершении таких действий с соответствующим имуществом.

3. Заключение договора на право размещения рекламы на транспортном средстве осуществляется рекламораспространителем с уполномоченным структурным подразделением Администрации города Омска при наличии эскиза рекламного изображения, согласованного уполномоченным структурным подразделением Администрации города Омска.

В случае если транспортное средство, на котором размещается реклама, закреплено на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или иным вещным праве, договор на размещение рекламы на транспортном средстве заключается с лицом, обладающим правом хозяйственного ведения, правом оперативного управления или иным вещным правом на такое транспортное средство.

В случае если транспортное средство, на котором размещается реклама, передано в доверительное управление, договор на размещение рекламы заключается с доверительным управляющим при условии, что договор доверительного управления не ограничивает доверительного управляющего в совершении таких действий с соответствующим имуществом.

4. Договор на право размещения рекламы на транспортном средстве заключается на три года.

Статья 11.

1. Формой проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, размещения рекламы на транспортном средстве является аукцион за исключением случая, указанного в части 2 настоящей статьи.

2. Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, размещения рекламы на транспортном средстве в форме конкурса проводятся в случае необходимости реализации социальных задач города Омска, перечень которых утверждается правовым актом Администрации города Омска.

3. Организатором торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, размещения рекламы на транспортном средстве выступает уполномоченное структурное подразделение Администрации города Омска.

4. Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, размещения рекламы на транспортном средстве проводятся в порядке, утвержденном правовым актом Администрации города Омска.

5. К участию в торгах на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, размещения рекламы на транспортном средстве не допускаются претенденты, имеющие задолженность перед уполномоченным структурным подразделением Администрации города Омска, по плате по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, по договорам на размещение рекламы на транспортном средстве более 30 календарных дней на дату утверждения комиссией по проведению торгов протоколов о результатах рассмотрения заявок и допуске претендентов к участию в торгах.

Глава 5. Заключительные положения

Статья 12.

В случае размещения рекламных конструкций на здании, строении и сооружении (за исключением многоквартирных домов) до вступления в силу настоящего Решения собственник здания, строения и сооружения, на котором размещена рекламная конструкция, в течение шести месяцев с момента вступления в силу настоящего Решения разрабатывает проект размещения рекламных конструкций на здании, строении и сооружении.

Статья 13.

Признать утратившими силу:

- Решение Омского городского Совета от 26.11.2008 № 192 «Об установлении формы проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности»;

- Решение Омского городского Совета от 26.10.2011 № 451 «О размещении рекламы на транспортных средствах, находящихся в муниципальной собственности».

Статья 14.

1. Настоящее Решение подлежит официальному опубликованию.

2. Контроль за исполнением настоящего Решения возложить на комитет Омского городского Совета по вопросам местного самоуправления, законности и правопорядка.

Мэр города Омска

В.В. Двораковский



Перечень улиц и автомобильных дорог,
расположенных на территории города Омска, на которых запрещается
установка и эксплуатация рекламных конструкций на опорах освещения,
контактной сети и линий электропередач

1. Ул. 2-я Восточная
2. Ул. 2-я Дачная
3. Ул. 2-я Енисейская
4. Ул. 2-я Кольцевая
5. Ул. 2-я Солнечная
6. Ул. 3-я Енисейская
7. Ул. 4-я Челоскинцев
8. Ул. 5-й Армии
9. Ул. 7-я Северная
10. Ул. 10 лет Октября
11. Ул. 13-я Комсомольская
12. Ул. 15-я Рабочая
13. Ул. 21-я Амурская
14. Ул. 22-го Апреля
15. Ул. 24-я Северная
16. Ул. 25-я Северная
17. Ул. 50 лет Октября
18. Ул. 60 лет Победы
19. Ул. 70 лет Октября
20. Б. Архитекторов
21. Ул. Багратиона
22. Ул. Барнаульская
23. Ул. Бархатовой
24. Ул. Березовая
25. Ул. Богдана Хмельницкого
26. Ул. Бударина
27. Ул. Булатова
28. Ул. Бульварная
29. Ул. Ватутина

30. Ул. Волгоградская
31. Ул. Волховстрой
32. Ул. Гагарина
33. Ул. Гашека
34. Ул. Герцена
35. Ул. Госпитальная
36. Ул. Гусарова
37. Ул. Дианова
38. Ул. Думская
39. Ул. Енисейская
40. Ул. Заозерная
41. Ул. Инженерная
42. Ул. Интернациональная
43. Иртышская набережная
44. Ул. Карла Либкнехта
45. Просп. Карла Маркса
46. Ул. Кемеровская
47. Ул. Кирова
48. Ул. Комарова
49. Ул. Конева
50. Просп. Королева
51. Просп. Космический
52. Красноярский тракт
53. Ул. Красный Путь
54. Ул. Красных Зорь
55. Ул. Куйбышева
56. Ул. Ленина
57. Ленинградская площадь
58. Ленинградский проспект,
включая Кировскую
транспортную развязку
59. Ул. Лермонтова
60. Ул. Лизы Чайкиной
61. Ул. Лобкова
62. Ул. Лукашевича
63. Ул. Магистральная
64. Ул. Маршала Жукова

65. Ул. Масленникова
66. Ул. Машиностроительная
67. Ул. Маяковского
68. Ул. Мельничная
69. Просп. Менделеева
70. Просп. Мира
71. Ул. Молодова
72. Ул. Нефтезаводская
73. Ул. Новокирпичная
74. Ул. Октябрьская
75. Ул. Омская
76. Ул. Орджоникидзе
77. Ул. Партизанская
78. Ул. Перелета
79. Ул. Подгорная
80. Ул. Пушкина
81. Ул. Романенко
82. Ул. Северная
83. Ул. Серова
84. Ул. Степанца
85. Ул. Суворова
86. Ул. Тарская
87. Ул. Транссибирская
88. Ул. Труда
89. Ул. Фрунзе
90. Ул. Хабаровская
91. Ул. Химиков
92. Ул. Циолковского
93. Ул. Челоскинцев
94. Ул. Шаумяна
95. Ул. Щербанева