СОВЕТ ДЕПУТАТОВ

Шатурского муниципального района Московской области

РЕШЕНИЕ

г.Шатура

от 01.07.2014г № 14/59

Об утверждении Правил по внешнему виду и размещению рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях Шатурского муниципального района

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003г. №131-ФЗ «Об общих принципах местного самоуправления в Российской Федерации», Федеральным законом от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», Совет депутатов

РЕШИЛ:

1. Утвердить Правила по внешнему виду и размещению рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях Шатурского муниципального района (приложение №1).
2. Опубликовать настоящее решение в газете «Ленинская Шатура» и на официальном сайте администрации Шатурского муниципального района.
3. Решение вступает в силу с момента его опубликования.

Председатель Совета депутатов Ю.А. Самышев

Глава муниципального района А.Д.Келлер

Приложение №1
к решению Совета депутатов
Шатурского муниципального района
от 01.07.2014г. № 14/59

ПРАВИЛА
ПО ВНЕШНЕМУ ВИДУ И РАЗМЕЩЕНИЮ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ И СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ НА ЗДАНИЯХ И СООРУЖЕНИЯХ ШАТУРСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.

Настоящие "Правила по внешнему виду и размещению рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях Шатурского муниципального района" (далее Правила) разработаны в соответствии с "Методическими рекомендациями по внешнему виду и размещению рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях", утвержденными постановлением Правительства Московской области от 23января 2014г. №3/1, и устанавливают требования к внешнему виду и размещению рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях Шатурского муниципального района.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ.

Основными целями и задачами данных Правил, является
- сохранение архитектурного своеобразия, декоративного убранства, а также цельного и свободного восприятия фасадов;
- создание комфортного визуального пространства;
- обеспечение в легкодоступном режиме информирования потенциального потребителя о деятельности и месте нахождения предприятия, организации, учреждения.

3. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ.

1. При проектировании размещения рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях, размещаемых в целях информирования о находящихся (осуществляющих деятельность) в этих зданиях и сооружениях организациях, индивидуальных предпринимателях, должны учитываться архитектурно-композиционные решения фасада здания, на котором будет установлена рекламная конструкция или средство размещения информации. Кроме того, внешний облик рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях должен гармонировать с окружающим городским ландшафтом.

2. Рекламные конструкции и средства размещения информации на зданиях и сооружениях размещаются:

на плоских участках фасада, свободных от архитектурных элементов, навесах ("козырьках") входных групп или в виде панелей-кронштейнов, элементов оформления витрин и маркиз;

не выше линии второго этажа (линии перекрытий между первым и вторым этажами) для жилых (в том числе многоквартирных) домов, первые этажи которых заняты нежилыми помещениями, а также офисных и промышленных зданий. Высоту рекламных конструкций и средств размещения информации на плоских участках фасадов зданий и сооружений следует принимать равной 0,5 м;

непосредственно у главного входа или над входом в здание, строение, сооружение или помещение, в котором фактически находится (осуществляет деятельность) организация, индивидуальный предприниматель, сведения о котором содержатся на размещаемом носителе.

3. При размещении рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях не допускается перекрытие оконных и дверных проемов, а также витражей и витрин, архитектурных деталей фасадов объектов (в том числе карнизов, фризов, поясков, пилястр, медальонов, орнаментов и др.).

4. В случае если в здании (сооружении) располагается несколько организаций и (или) индивидуальных предпринимателей, имеющих общий вход, каждой организации (индивидуальному предпринимателю) необходимо:

учитывать художественное решение ранее установленных рекламных конструкций и средств размещения информации и располагать их в один высотный ряд по средней линии рекламных конструкций и средств размещения информации, но не выше линии второго этажа;

формировать из нескольких рекламных конструкций и средств размещения информации общую художественную композицию, соразмерную с входной группой, при необходимости располагающуюся по обе стороны от нее (в случае, если рекламные конструкции и средства размещения информации расположены у входа в здание, сооружение).

5. Следует избегать на зданиях и сооружениях хаотичного расположения, а также негармонизованных разноцветных и разноразмерных рекламных конструкций и средств размещения информации, создающих визуальный диссонанс.

6. При размещении рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях должна быть организована подсветка.

Подсветка должна иметь немерцающий, приглушенный свет, не создавать прямых направленных лучей в окна жилых помещений и обеспечивать безопасность для участников дорожного движения.

7. На зданиях, имеющих статус объектов культурного наследия, выявленных объектов культурного наследия, рекламные конструкции и средства размещения информации устанавливаются в соответствии с законодательством об объектах культурного наследия по согласованию с Министерством культуры Московской области.

8. При проектировании и размещении рекламных конструкций и средств размещения информации:

на зданиях, расположенных в границах зон охраны объектов культурного наследия, в исторических центрах городов (населенных пунктов), а также на фасадах зданий, выполненных по индивидуальным проектам, имеющим своеобразную тектонику, пластику, деталировку и насыщенную орнаментику, рекламные конструкции и средства размещения информации устанавливаются только в форме настенных конструкций, состоящих исключительно из отдельных объемных символов высотой не более 0,5 м, или панелей-кронштейнов из декоративных элементов с габаритами по высоте не более 2,0 м и по ширине не более 0,5 м, в том числе с организацией внутренней подсветки, а также маркиз или элементов оформления витрин. Настенная конструкция не должна выступать от плоскости фасада более чем на 0,2 м (если иное не предусмотрено проектом здания (сооружения);

на зданиях, являющихся объектами исторического или культурного наследия, или типового строительства первой половины XX века, не имеющих ярко выраженной пластики фасадов, их сложной деталировки и насыщенной орнаментики, допускается, кроме указанного выше в данном пункте, размещать рекламные конструкции и средства размещения информации в виде цельной композиции

(конструкции) высотой не более 0,5 м и выносом от плоскости фасада не более чем на 0,2 м, а также непосредственно под козырьком (навесом) входной группы и в межоконных простенках.

9. На зданиях общественных, общественно-деловых, торговых, торгово-выставочных, спортивных и развлекательных центров целесообразно располагать рекламные конструкции и средства размещения информации на глухих поверхностях наружных стен (без проемов и архитектурных деталей). Допускается размещение рекламных конструкций и средств размещения информации в виде крышной композиции (установки). В целях формирования целостного визуального восприятия и увязки по габаритам и местам размещения отдельных конструкций (элементов) информационно-рекламного оформления указанных в настоящем пункте зданий и комплексов рекомендуется разрабатывать и представлять на рассмотрение общую концепцию (графическую схему) размещения рекламных конструкций и средств размещения информации.

10. Внешний облик и место размещения рекламных конструкций и средств размещения информации, устанавливаемых на объектах, не являющихся объектами капитального строительства, определяются архитектурными решениями (проектами) таких объектов либо на основании самостоятельных эскизов, разрабатываемых в рамках оформления соответствующего разрешения на размещение рекламной конструкции и средства размещения информации.

11. Рекламные конструкции и средства размещения информации, параметры и место размещения которых на зданиях и сооружениях не соотносятся с положениями, установленными настоящими Правилами, устанавливаются на основании индивидуального проекта размещения рекламных конструкций и средств размещения информации.

12. При разработке индивидуальных проектов и архитектурно-художественных концепций размещения рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях следует учитывать:

архитектурные особенности фасадов и функциональное назначение зданий различных архитектурных стилей, выполненных по индивидуальным проектам, или типовой застройки;

место размещения объекта (в исторической или в современной застройке городских кварталов или сельских поселений);

наличие в застройке уникальных зданий и сооружений, архитектурных ансамблей, имеющих доминантное значение в архитектурно-планировочной структуре города, а также объектов высокого общественного и социального значения.

4. КОНТРОЛЬ ЗА СОБЛЮДЕНИЕМ НАСТОЯЩИХ ПРАВИЛ.

Контроль за соблюдением настоящего Положения осуществляется Администрацией Шатурского муниципального района Московской области, иными органами и должностными лицами, уполномоченными на его осуществление в соответствии с действующим законодательством.

Начальник управления строительства,
архитектуры и инфраструктуры В.Н.Добряков