



ПРАВИТЕЛЬСТВО МУРМАНСКОЙ ОБЛАСТИ

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

от 03.03.2022

№ 133-ПП

Мурманск

О мерах по реализации Закона Мурманской области от 10.12.2021 № 2709-01-ЗМО «О перераспределении отдельных полномочий в сфере рекламы между органами местного самоуправления муниципальных образований Мурманской области и органами государственной власти Мурманской области»

В целях реализации Закона Мурманской области от 10.12.2021 № 2709-01-ЗМО «О перераспределении отдельных полномочий в сфере рекламы между органами местного самоуправления муниципальных образований Мурманской области и органами государственной власти Мурманской области», Закона Мурманской области от 27.12.2021 № 2721-01-ЗМО «О приостановлении действия подпункта «в.1» статьи 13 Закона Мурманской области «О Правительстве Мурманской области» Правительство Мурманской области **п о с т а н о в л я е т**:

1. Утвердить прилагаемые:

- Типы и виды рекламных конструкций, допустимые и недопустимые к установке на территории муниципальных образований Мурманской области или части их территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или муниципальных и городских округов Мурманской области;

- Порядок утверждения схем размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной собственности Мурманской области или муниципальной собственности муниципальных образований Мурманской области и внесения в них изменений.

2. Приостановить до 31 декабря 2026 года включительно действие постановления Правительства Мурманской области от 20.12.2013 № 752-ПП «Об утверждении Порядка предварительного согласования схем размещения рекламных конструкций и вносимых в них изменений на территории Мурманской области».

3. Установить предельный срок, на который могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, для всех типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы – 5 лет.

4. Рекомендовать органам местного самоуправления муниципальных образований Мурманской области осуществить передачу документов, необходимых для осуществления перераспределенных полномочий в сфере рекламы, в соответствии с порядком передачи документов, необходимых для осуществления перераспределенных полномочий в сфере рекламы, согласно приложению к настоящему постановлению в срок до 01.04.2022.

5. Настоящее постановление вступает в силу со дня его официального опубликования и распространяется на правоотношения, возникшие с 1 января 2022 года.

**Губернатор
Мурманской области**



А. Чибис

УТВЕРЖДЕНЫ
постановлением Правительства
Мурманской области
от 03.03.2022 № 133-ПП

Типы и виды рекламных конструкций, допустимые и недопустимые к установке на территории муниципальных образований Мурманской области или части их территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или муниципальных и городских округов Мурманской области

1. Типы и виды рекламных конструкций

1.1. На территории Мурманской области допускаются к установке следующие типы рекламных конструкций:

- 1) отдельно стоящие рекламные конструкции;
- 2) рекламные конструкции, присоединяемые к объектам недвижимости (зданиям, строениям, сооружениям);
- 3) временные рекламные конструкции.

1.2. Отдельно стоящие рекламные конструкции размещаются на земельных участках и подразделяются на следующие виды:

- 1) сити-форматы – двухсторонние рекламные конструкции малого формата с двумя рекламными полями, располагаемые на тротуарах или на прилегающих к тротуарам газонах.

Габариты рекламной конструкции – 1,4 x 2,8 м.

Максимальный размер информационного поля – 1,2 x 1,8 м.

Фундамент не должен выступать над уровнем земли. В случаях, когда заглубление фундамента невозможно по техническим причинам, допускается размещение фундаментов без заглубления при наличии бортового камня или дорожных ограждений. При этом фундаменты должны быть декоративно оформлены.

Остекление выполняется из антивандального стекла или поликарбоната.

Освещение – внутренний подсвет;

- 2) остановочные павильоны с рекламным модулем – металлическая рекламная конструкция, состоящая из каркаса и фундамента со статической рекламной информацией.

Габариты рекламной конструкции определяются в составе типового остановочного пункта, предусматривающего наличие рекламной конструкции.

Максимальный размер рекламного поля – в соответствии с проектом рекламной конструкции.

Фундамент – в соответствии с проектом рекламной конструкции.

Остекление выполняется из антивандального стекла или поликарбоната.

Освещение – внутренний подсвет;

3) пилларс – рекламная конструкция, состоящая из фундамента, каркаса, информационного поля (от одного до трех информационных полей).

Габариты рекламной конструкции: ширина рекламной конструкции – не более 2,0 м, высота – 3,5 – 5,0 м.

Максимальный размер информационного поля – 1,4 х 3,0 м.

Фундамент не должен выступать над уровнем земли. В случаях, когда заглубление фундамента невозможно по техническим причинам, допускается размещение фундаментов без заглубления при наличии бортового камня или дорожных ограждений. При этом фундаменты должны быть декоративно оформлены.

Остекление выполняется из антивандального стекла или поликарбоната.

Освещение – внутренний подсвет;

4) билборд – отдельно стоящая на земле рекламная конструкция, состоящая из фундамента, каркаса, информационного поля, опор.

Габариты рекламной конструкции: внешние габариты рекламной конструкции – не более 14 х 3,4 м при количестве информационных полей 4, не более 6,4 х 3,4 м при количестве информационных полей 1 или 2. Высота опоры – 3 – 7,0 м.

Максимальный размер информационного поля – 3 х 6 м.

Фундамент не должен выступать над уровнем земли. В случаях, когда заглубление фундамента невозможно по техническим причинам, допускается размещение фундаментов без заглубления при наличии бортового камня или дорожных ограждений. При этом фундаменты должны быть декоративно оформлены.

Остекление не выполняется.

Освещение – внешний или внутренний подсвет;

5) стела – конструкция рекламного назначения, размещенная на отдельном постаменте и хорошо видимая с достаточного расстояния.

Габариты рекламной конструкции разрабатываются индивидуально.

Максимальный размер информационного поля соответствует проекту рекламной конструкции.

Фундамент – в соответствии с проектом рекламной конструкции.

Остекление – в соответствии с проектом рекламной конструкции.

Освещение – внутренний подсвет;

б) электронный экран – рекламная конструкция с использованием светодиодов (световых устройств), предназначенная для размещения и демонстрации рекламы в формате видеоизображения, устанавливаемая как отдельно стоящая конструкция.

Габариты рекламной конструкции: внешние габариты рекламной конструкции разрабатываются индивидуально, высота опоры – 4,5 – 7,0 м.

Максимальный размер информационного поля соответствует проекту рекламной конструкции.

Фундамент не должен выступать над уровнем земли. В случаях, когда заглубление фундамента невозможно по техническим причинам, допускается

размещение фундаментов без заглубления при наличии бортового камня или дорожных ограждений. При этом фундаменты должны быть декоративно оформлены.

Остекление – в соответствии с проектом рекламной конструкции.

Освещение – в соответствии с проектом рекламной конструкции;

7) суперсайт – отдельно стоящая на земле щитовая рекламная конструкция, состоящая из фундамента, каркаса, информационного поля, опоры.

Габариты рекламной конструкции: внешние габариты рекламной конструкции – не более 15,4 x 5,4 м, высота опоры – 4,5 – 11,0 м.

Максимальный размер информационного поля – 15,0 x 5,0 м.

Фундамент не должен выступать над уровнем земли. В случаях, когда заглубление фундамента невозможно по техническим причинам, допускается размещение фундаментов без заглубления при наличии бортового камня или дорожных ограждений. При этом фундаменты должны быть декоративно оформлены.

Остекление не выполняется.

Освещение – внешний или внутренний подсвет;

8) ситиборд – отдельно стоящая на земле рекламная конструкция, состоящая из фундамента, каркаса, информационного поля, опор.

Габариты рекламной конструкции: внешние габариты рекламной конструкции – не более 3,1 x 4,1 м, высота опоры – до 7,0 м.

Максимальный размер информационного поля – 2,7 x 3,7 м.

Фундамент не должен выступать над уровнем земли. В случаях, когда заглубление фундамента невозможно по техническим причинам, допускается размещение фундаментов без заглубления при наличии бортового камня или дорожных ограждений. При этом фундаменты должны быть декоративно оформлены.

Остекление – в соответствии с проектом рекламной конструкции.

Освещение – внутренний подсвет;

9) флаговая конструкция – рекламная конструкция, состоящая из основания, одного или нескольких флагштоков (стоек) и мягких полотнищ.

Габариты рекламной конструкции разрабатываются индивидуально.

Максимальный размер информационного поля соответствует проекту рекламной конструкции.

Фундамент – в соответствии с проектом рекламной конструкции.

Остекление – не предусмотрено.

Освещение – в соответствии с проектом рекламной конструкции.

1.3. Рекламные конструкции, присоединяемые к объектам недвижимости (зданиям, строениям, сооружениям):

1) настенное панно – рекламная конструкция, присоединяемая к поверхности стены здания, строения, сооружения и (или) к их конструктивным элементам с помощью элементов крепления, располагаемая параллельно стене здания, строения, сооружения и (или) их конструктивным

элементам, состоящая из элементов крепления к стене, каркаса и информационного поля.

Габариты рекламной конструкции: внешние габариты рекламной конструкции разрабатываются индивидуально, в соответствии с паспортом фасада.

Максимальный размер информационного поля равен размеру рекламной конструкции.

Остекление не предусмотрено.

Освещение – внешний или внутренний подсвет;

2) крышная рекламная конструкция – рекламная конструкция, устанавливаемая полностью или частично выше уровня карниза здания, строения, сооружения либо на крыше, состоящая из информационного поля (текстовая часть) – буквы, буквенные символы, аббревиатура, цифры; художественных элементов (логотипы, знаки и др.); элементы крепления (пространственная решетка – каркас).

Габариты рекламной конструкции: размер крышной конструкции определяется с учетом габаритов крыши, высоты здания и несущей способности стен здания, строения, сооружения.

Максимальный размер информационного поля соответствует размеру рекламной конструкции.

Остекление – в соответствии с проектом рекламной конструкции.

Освещение – внутренний подсвет;

3) медиафасад – рекламная конструкция в виде светодиодного, гибкого и динамичного видеозащита, который устанавливается на наружной поверхности здания (непосредственно на поверхности фасада здания, строения, сооружения или на металлокаркасе, повторяющем пластику фасада (в случае размещения медиафасада на существующем остеклении здания, строения, сооружения)).

Габариты рекламной конструкции: внешние габариты рекламной конструкции разрабатываются индивидуально, в соответствии с паспортом фасада.

Максимальный размер информационного поля равен размеру рекламной конструкции.

Остекление не предусмотрено.

Освещение не предусмотрено;

4) электронный экран – рекламная конструкция с использованием светодиодов (световых устройств), предназначенная для размещения и демонстрации рекламы в формате видеоизображения, устанавливаемая на здании, строении, сооружении.

Габариты рекламной конструкции: внешние габариты рекламной конструкции разрабатываются индивидуально, в соответствии с паспортом фасада.

Максимальный размер информационного поля равен размеру рекламной конструкции.

Остекление – в соответствии с проектом рекламной конструкции.

Освещение – в соответствии с проектом рекламной конструкции;

5) проекционные установки – рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскостях стен и в объеме. Конструкции проекционных установок состоят из проецирующего устройства и поверхности (экрана) или объема, в котором формируется информационное изображение.

Габариты рекламной конструкции разрабатываются индивидуально.

Максимальный размер информационного поля соответствует проекту рекламной конструкции.

Остекление не предусмотрено.

Освещение не предусмотрено;

6) световой короб (лайтбокс) – рекламная конструкция с внутренним подсветом, в которой для передачи рекламной информации используется лицевая часть конструкции. Лицевая часть изготавливается из акрила, поликарбоната или другого материала, пропускающего свет. Внутри короба располагаются светодиодные линейки, кластеры для подсвечивания лицевой части.

Габариты рекламной конструкции разрабатываются индивидуально.

Максимальный размер информационного поля соответствует проекту рекламной конструкции.

Освещение – внутренний подсвет;

7) световые буквы, элементы – рекламная конструкция с внутренним подсветом, в которой для передачи рекламной информации используются сама конструкция, ее составные части.

Габариты рекламной конструкции разрабатываются индивидуально.

Максимальный размер информационного поля равен размеру рекламной конструкции.

Освещение – внутренний подсвет;

8) панель-кронштейн – двусторонняя рекламная конструкция, которая крепится перпендикулярно к фасадам зданий при помощи металлических откосов, с внутренним подсветом. Панель-кронштейн должна быть оборудована защитным козырьком.

Габариты рекламной конструкции разрабатываются индивидуально.

Максимальный размер информационного поля равен размеру рекламной конструкции.

Освещение – внутренний подсвет;

9) рекламная растяжка – рекламная конструкция, представляющая собой полотно, размещенное над проезжей частью при помощи тросовых конструкций, крепящихся на специальные столбы или на стены близлежащих зданий.

Габариты рекламной конструкции разрабатываются индивидуально.

Максимальный размер информационного поля соответствует проекту рекламной конструкции.

Освещение – в соответствии с проектом рекламной конструкции.

1.4. Временные рекламные конструкции – рекламные конструкции, срок размещения которых обусловлен их функциональным назначением и местом установки (строительные сетки, ограждения строительных площадок, мест торговли и подобных мест, аналогичные технические средства) и составляет не более чем 12 (двенадцати) месяцев.

Временные рекламные конструкции устанавливаются с учетом архитектурного облика сложившейся застройки.

Габариты рекламной конструкции разрабатываются индивидуально.

Максимальный размер информационного поля соответствует проекту рекламной конструкции.

Остекление – в соответствии с проектом рекламной конструкции.

Освещение – в соответствии с проектом рекламной конструкции.

1.5. Установка типов и видов рекламных конструкций, не указанных в настоящем разделе, на территории Мурманской области не допускается.

2. Требования к рекламным конструкциям

2.1. Рекламные конструкции, установленные на территории Мурманской области, должны соответствовать внешнему архитектурно-художественному облику сложившейся застройки населенных пунктов, а также правилам благоустройства территории соответствующего муниципального образования.

2.2. Рекламные конструкции должны иметь маркировку с указанием владельца рекламной конструкции, номера его телефона и номера рекламного места.

Маркировка должна размещаться под информационным полем рекламной конструкции. Размер текста должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств или с тротуара.

Требования настоящего пункта распространяются на отдельно стоящие рекламные конструкции.

2.3. В целях организации подсветки подводка электрического кабеля к рекламным конструкциям осуществляется подземным способом.

В случае отсутствия технической возможности для подключения подземным способом подводка электрического кабеля осуществляется в соответствии с техническими условиями, выданными энергоснабжающей организацией.

2.4. Доведение до потребителя рекламных сообщений/изображений на всех типах рекламных конструкций может производиться:

1) с помощью неподвижных полиграфических постеров (виниловое полотно (баннер)) и постерной бумаги для отдельно стоящих рекламных конструкций с остеклением;

2) с помощью демонстрации постеров на динамических системах смены изображений (роллерных системах или системах поворотных панелей – призматронах);

3) с помощью изображений, демонстрируемых на электронных носителях.

2.5. Рекламные конструкции должны быть спроектированы, изготовлены и установлены в соответствии со строительными нормами и правилами, техническими регламентами и другими нормативными правовыми актами, содержащими требования к конструкциям соответствующего типа, соответствовать требованиям санитарных норм и правил (в том числе требованиям к освещенности, электромагнитному излучению).

2.6. Не допускается эксплуатация рекламных конструкций без размещения на них рекламного сообщения/изображения, за исключением времени проведения работ по смене изображения, но не более одного рабочего дня.

2.7. В период отсутствия заключенного договора о размещении наружной рекламы собственник рекламной конструкции обязан обеспечить размещение на рекламной конструкции иных материалов.

Собственнику рекламной конструкции вида «билборд» либо иному лицу, обладающему вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником, могут быть предоставлены материалы для размещения на рекламной конструкции вида «билборд» на основании письменного обращения в порядке, установленном Министерством информационной политики Мурманской области.

2.8. Установка рекламных конструкций на земельных участках должна осуществляться с соблюдением требований в сфере безопасности дорожного движения.

2.9. Эксплуатация рекламных конструкций на территориях общего пользования должна обеспечивать свободный проход пешеходов, возможность беспрепятственной уборки улиц и тротуаров.

2.10. Запрещается установка рекламных конструкций на тротуарах, если после их установки ширина прохода для пешеходов, а также для осуществления механизированной уборки составит менее 2 (двух) метров.

2.11. Конструктивные элементы жесткости и крепления рекламных конструкций должны быть закрыты декоративными элементами.

2.12. Узлы крепления рекламной конструкции к зданиям и сооружениям должны обеспечивать надежное крепление, должны быть защищены от несанкционированного доступа к ним, но при этом должны обеспечивать возможность оперативного демонтажа рекламной конструкции.

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

2.14. Рекламные конструкции должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания (при наличии подсвета) и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2.15. Надлежащее состояние внешнего вида рекламных конструкций включает:

- 1) целостность рекламных конструкций;
- 2) отсутствие механических повреждений;

- 3) отсутствие разрывов и надрывов рекламных полотен;
- 4) отсутствие ржавчины и грязи на всех частях и элементах рекламных конструкций;
- 5) отсутствие на всех частях и элементах рекламных конструкций наклеенных объявлений, посторонних надписей, изображений, других информационных сообщений;
- 6) подсвет рекламных конструкций в темное время суток в соответствии с графиком работы уличного освещения (при наличии подсвета);
- 7) обязательное размещение рекламного сообщения/изображения.

2.16. Владелец рекламной конструкции обязан содержать в надлежащем состоянии рекламную конструкцию, мыть и очищать от загрязнения по мере необходимости, но не реже:

- 1) одного раза в месяц – рекламные конструкции на остановочных павильонах, сити-форматы, пилларсы;
- 2) двух раз в год (в марте – апреле и августе – сентябре) – для прочих рекламных конструкций.

2.17. Не допускается установка рекламных конструкций:

- 1) над проезжей частью автомобильных дорог;
- 2) в границах коридора безопасности (под коридором безопасности понимаются земельные участки независимо от категории земель, включающие в себя территорию, прилегающую к проезжим частям дорог в населенных пунктах, на которых в целях обеспечения безопасности дорожного движения запрещается устанавливать рекламные конструкции);
- 3) на знаках дорожного движения, опоре, конструктивно предназначенной для размещения дорожных знаков, или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения;
- 4) в местах, где их установка может привести к ухудшению архитектурно-художественного облика территории либо препятствовать визуальному восприятию сложившегося архитектурно-художественного облика территории;
- 5) на земельных участках парков и скверов, территориях городских лесов;
- 6) на ограждениях, за исключением временных рекламных конструкций;
- 7) на опорах наружного освещения и контактной сети;
- 8) на малых архитектурных формах;
- 9) на деревьях, клумбах и других природных объектах;
- 10) на лоджиях и балконах многоквартирных домов;
- 11) на архитектурных деталях фасадов объектов (в том числе на колоннах, пилястрах, лепнине);
- 12) в иных случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации и правилами благоустройства территории соответствующего муниципального образования.

УТВЕРЖДЕН
постановлением Правительства
Мурманской области
от 03.03.2022 № 133-ПП _____

**Порядок утверждения схем размещения рекламных конструкций
на земельных участках независимо от форм собственности, а также
на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся
в государственной собственности Мурманской области
или муниципальной собственности муниципальных образований
Мурманской области и внесения в них изменений**

1. Общие положения

1.1. Настоящим Порядком регламентируются процедура разработки и утверждения схем размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной собственности Мурманской области или муниципальной собственности муниципальных образований Мурманской области (далее – Схемы размещения рекламных конструкций), внесение в них изменений Министерством градостроительства и благоустройства Мурманской области (далее – Уполномоченный орган).

1.2. Для целей настоящего Порядка используются следующие понятия:

1) информационное поле рекламной конструкции – часть рекламной конструкции, предназначенная для непосредственного распространения рекламы;

2) место размещения рекламной конструкции – допустимое место для установки рекламной конструкции, определяемое координатами (широта, долгота) в пределах радиуса места установки 5 м;

3) рекламные конструкции – технические средства стабильного территориального размещения, монтируемые и располагаемые на земельных участках, внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта, используемые с целью распространения рекламы;

4) схема размещения рекламных конструкций – документ, определяющий места размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях и ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Мурманской области и муниципальной собственности, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах.

Иные понятия, применяемые в настоящем Порядке, используются в значениях, определенных статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Особенности разработки, утверждения Схем размещения рекламных конструкций, внесения в них изменений

2.1. Уполномоченный орган обеспечивает разработку Схемы размещения рекламных конструкций.

2.2. Схема размещения рекламных конструкций разрабатывается и утверждается применительно к конкретной территории муниципального района, муниципального, городского округа (далее – муниципальное образование Мурманской области).

2.3. Проект Схемы размещения рекламных конструкций должен 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.

2.4. Схема размещения рекламных конструкций выполняется на цветной картографической основе с использованием материалов соответствующих документов территориального планирования с разметкой рекламных конструкций:

- в масштабе 1:25000, 1:10000 для муниципальных районов Мурманской области с выделением фрагментов населенных пунктов, выполненных на цветной картографической основе в масштабе 1:5000, 1:2000;

- в масштабе 1:5000, 1:2000 для городских и муниципальных округов Мурманской области.

2.5. Схема размещения рекламных конструкций должна содержать схематичное отображение улиц и дорог с обязательным указанием названий улиц и домов.

2.6. Место под рекламную конструкцию на Схеме размещения рекламных конструкций должно быть обозначено условными знаками в соответствии с предусмотренными для каждого типа конструкций графическими и цветовыми обозначениями и иметь сквозную нумерацию.

2.7. Текстовые материалы Схемы размещения рекламных конструкций должны состоять из:

1) пояснительной записки, которая должна содержать информацию о принципах формирования и разработки Схемы размещения рекламных конструкций, внесении в нее изменений, обоснование предложенных решений размещения рекламных конструкций;

2) альбома схем (карт) размещения отдельных рекламных конструкций на местности, которые выполняются для каждой рекламной конструкции на

картографической основе в масштабе, обеспечивающем рассмотрение Схемы размещения рекламных конструкций на предмет соблюдения градостроительных норм и правил, требований безопасности, включающих номер места установки эксплуатации рекламной конструкции и содержащих отображение дорожных знаков, улиц и дорог с обязательным указанием названий улиц, номеров домов, а также привязку к существующему километражу в случае размещения конструкций вблизи региональных или межмуниципальных автомобильных дорог Мурманской области.

В легенде схемы размещения отдельной рекламной конструкции отображается информация о виде, типе рекламной конструкции, о площади информационного поля рекламной конструкции, количестве сторон, технических (конструктивных) характеристиках рекламной конструкции.

Рекламные конструкции, отображенные на Схеме размещения рекламных конструкций, должны иметь сквозную нумерацию;

3) фотоматериалов размещения рекламной конструкции на зданиях и сооружениях, находящихся в государственной собственности Мурманской области или в собственности муниципального образования Мурманской области, состоящих из двух фотографий на объект, выполненных с обзором местности за 50-80 метров до предполагаемого места установки и эксплуатации рекламной конструкции (по ходу движения и против хода движения), с привязкой (дизайн-макетом) рекламной конструкции в масштабе – для оценки внешнего архитектурного облика сложившейся застройки;

4) адресного реестра установки и эксплуатации рекламных конструкций (далее – реестр), который оформляется в виде таблицы в соответствии с формой согласно приложению № 1 к настоящему Порядку и должен содержать:

- адресную характеристику (адрес предполагаемого места установки и эксплуатации рекламной конструкции, указание номера адресного реестра, соответствующего номеру места установки и эксплуатации рекламной конструкции и номеру в альбоме со Схемой размещения рекламной конструкции);

- технологическую характеристику (тип и вид рекламной конструкции, размер, количество сторон, площадь);

- имущественную характеристику (наименование собственника или законного владельца имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, кадастровый номер земельного участка).

2.8. Уполномоченный орган направляет в электронном виде проект Схемы размещения рекламных конструкций для его рассмотрения и подготовки заключений в следующие органы:

1) Министерство культуры Мурманской области – по вопросу размещения рекламных конструкций на объектах культурного наследия федерального значения (за исключением отдельных объектов культурного наследия федерального значения, перечень которых утверждается Правительством Российской Федерации), объектах культурного наследия

регионального значения, выявленных объектах культурного наследия Мурманской области и в границах их территорий;

2) Министерство имущественных отношений Мурманской области – по вопросу соблюдения прав собственника при размещении рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной собственности Мурманской области;

3) Министерство транспорта и дорожного хозяйства Мурманской области – по вопросу размещения рекламной конструкции в пределах автомобильных дорог общего пользования регионального или межмуниципального значения Мурманской области;

4) орган местного самоуправления муниципального образования Мурманской области, на территории которого разрабатывается Схема размещения рекламных конструкций, для согласования по следующим вопросам:

- размещения рекламных конструкций с учетом прохождения инженерных коммуникаций;

- размещения рекламной конструкции в пределах улиц и автомобильных дорог местного значения;

- размещения рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности;

- с точки зрения сохранения архитектурного облика сложившейся застройки;

- рассмотрения и согласования всех рекламных конструкций, включаемых в Схему на соответствующей территории муниципального образования Мурманской области.

2.9. Органы, указанные в пункте 2.8 настоящего Порядка (далее – рецензенты), в рамках своей компетенции рассматривают проект Схемы размещения рекламных конструкций, готовят по нему заключения и направляют их в Уполномоченный орган в течение 15 (пятнадцати) рабочих дней со дня поступления проекта Схемы размещения рекламных конструкций на рассмотрение. При непоступлении заключений рецензентов в установленный срок проект Схемы размещения рекламных конструкций считается согласованным с этими рецензентами.

2.10. При получении отрицательного заключения от рецензентов на проект Схемы размещения рекламных конструкций Уполномоченный орган обеспечивает доработку проекта Схемы размещения рекламных конструкций в течение 15 (пятнадцати) рабочих дней со дня получения отрицательного заключения.

2.11. Доработанный проект Схемы размещения рекламных конструкций Уполномоченным органом направляется рецензентам, в заключениях которых были даны замечания и предложения на проект Схемы размещения рекламных конструкций.

2.12. Рассмотрение доработанного проекта Схемы размещения рекламных конструкций, подготовка заключений рецензентами, в чей адрес направлен проект Схемы размещения рекламных конструкций, и доработка проекта Схемы размещения рекламных конструкций осуществляются в соответствии с пунктами 2.9, 2.10 настоящего Порядка.

2.13. Уполномоченный орган в течение 5 (пяти) рабочих дней со дня получения положительных заключений рецензентов обобщает полученную информацию и утверждает проект Схемы размещения рекламных конструкций.

2.14. Утвержденная Схема размещения рекламных конструкций подлежит официальному опубликованию Уполномоченным органом в течение 5 рабочих дней со дня утверждения в «Электронном бюллетене Правительства Мурманской области» – официальном электронном издании Правительства Мурманской области, и размещению на сайте Уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Уполномоченный орган направляет утвержденную Схему размещения рекламных конструкций в орган местного самоуправления муниципального образования Мурманской области, применительно к территории которого была утверждена Схема размещения рекламных конструкций, в течение 5 рабочих дней со дня утверждения для опубликования информации об утверждении Схемы размещения рекламных конструкций в порядке, установленном для официального опубликования муниципальных правовых актов, иной официальной информации.

2.15. Основанием для рассмотрения Уполномоченным органом вопроса о внесении изменений в Схему размещения рекламных конструкций служит поступившее от инициатора в адрес Уполномоченного органа заявление о внесении изменений в Схему размещения рекламных конструкций по форме согласно приложению № 2 к настоящему Порядку.

2.16. Инициаторами внесения изменения в Схему размещения рекламных конструкций могут выступать:

1) юридические лица, физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели, которые являются:

- правообладателями земельных участков, находящихся в федеральной собственности, в собственности Мурманской области, в собственности муниципального образования, при наличии согласия собственника такого имущества;

- правообладателями земельных участков, государственная собственность на которые не разграничена, собственниками земельных участков;

- правообладателями недвижимого имущества на праве хозяйственного ведения, на праве оперативного управления или ином вещном праве, при наличии согласия собственника этого имущества;

- собственниками объектов недвижимого имущества;

2) органы местного самоуправления соответствующего муниципального образования – в отношении земельного участка, государственная собственность на который не разграничена и правообладатель которого отсутствует.

2.17. К заявлению инициаторы прилагают следующие документы:

1) копия документа, подтверждающего личность заявителя, а в случае обращения представителя юридического лица – документ, подтверждающий полномочия представителя юридического или физического лица в соответствии с законодательством Российской Федерации, за исключением инициаторов, указанных в подпункте 2 пункта 2.16 Порядка;

2) копии правоустанавливающих документов на имущество, к которому планируется присоединять рекламную конструкцию, если инициатор является собственником недвижимого имущества, – выписка из Единого государственного реестра недвижимости, полученная не позднее чем за 30 дней до момента направления документов инициатором;

3) копия плана (чертежа, схемы) земельного участка с нанесенным местом предполагаемой к установке рекламной конструкции;

4) цветная картографическая основа отображения места предполагаемой к установке рекламной конструкции на актуализированном (в соответствии с действующими нормами) топографическом плане в масштабе 1:25000, 1:10000 – для муниципальных районов Мурманской области (с выделением фрагментов населенных пунктов, выполненных на цветной картографической основе в масштабе 1:5000, 1:2000), 1:5000, 1:2000 – для городских и муниципальных округов Мурманской области, выполненном в цифровом виде на электронном носителе в системе координат МСК-51, содержащая:

- схематичное отображение улиц и дорог с обязательным указанием названий улиц и домов;

- отображение дорожных знаков, а также привязка к существующему километражу в случае размещения конструкции вблизи региональных или межмуниципальных автомобильных дорог Мурманской области;

- место под рекламную конструкцию на цветной картографической основе должно быть обозначено условными знаками в соответствии с предусмотренными Схемой размещения рекламных конструкций для каждого типа конструкций графическими и цветовыми обозначениями;

5) фотомонтаж размещения рекламной конструкции на здании, сооружениях, находящихся в государственной собственности Мурманской области или муниципальной собственности, состоящий из двух фотомонтажей на каждую рекламную конструкцию, выполненных с обзором местности за 50 – 80 метров до предполагаемого места установки и эксплуатации рекламной конструкции (по ходу движения и против хода движения), с привязкой (дизайн-макетом) рекламной конструкции в масштабе, – для оценки внешнего архитектурного облика сложившейся застройки;

6) подтвержденное в письменной форме согласие собственника соответствующего недвижимого имущества на присоединение к этому

имуществу рекламной конструкции, если заявитель является лицом, в хозяйственном ведении или в оперативном управлении или ином вещном праве которого находится недвижимое имущество;

7) пояснительная записка с информацией о технических (конструктивных) характеристиках рекламной конструкции.

2.18. Документы предоставляются в Уполномоченный орган в печатном и в электронном виде на электронном носителе.

2.19. Заявление и пакет документов подаются инициаторами отдельно на каждую рекламную конструкцию, предполагаемую к внесению изменений в Схему размещения рекламных конструкций.

2.20. В случае внесения изменений в Схему размещения рекламных конструкций в части исключения места размещения и эксплуатации рекламной конструкции в адрес Уполномоченного органа предоставляется заявление по форме согласно приложению № 3 к настоящему Порядку. Заявление подается инициатором, ранее подававшим заявление о включении места размещения и эксплуатации рекламной конструкции в Схему размещения рекламных конструкций.

2.21. Основания для отказа в рассмотрении документов, необходимых для внесения изменений в Схему размещения рекламных конструкций:

- заявление инициатора не соответствует форме заявления, установленной настоящим Порядком;

- к заявлению не приложены документы, предусмотренные пунктом 2.17 настоящего Порядка;

- документы поданы не в соответствии с пунктами 2.18, 2.20 настоящего Порядка;

- документы поданы лицом, не соответствующим требованию пункта 2.16 настоящего Порядка.

2.22. В случае отказа в рассмотрении документов о внесении изменений в Схему размещения рекламных конструкций уведомление об отказе в рассмотрении документов в виде письма направляется инициатору в течение 10 рабочих дней с указанием причины отказа. Уведомление об отказе в рассмотрении документов подписывает руководитель Уполномоченного органа (лицо, исполняющее его обязанности).

2.23. Основания для отказа во внесении изменений в Схему размещения рекламных конструкций:

1) нарушение требований правовых актов по безопасности движения транспорта;

2) несоответствие места предполагаемого размещения рекламной конструкции документам территориального планирования, градостроительным нормам и правилам;

3) в месте предполагаемого размещения рекламной конструкции уже установлена и эксплуатируется рекламная конструкция на основании действующего разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

4) несоответствие проекта рекламной конструкции и ее

территориального размещения требованиям технического регламента;

5) в отношении предполагаемого места размещения рекламной конструкции ранее поступило заявление о внесении изменений в Схему размещения рекламных конструкций от иного лица;

6) относительно предполагаемого места установки рекламной конструкции ранее было принято решение о невключении в Схему размещения рекламных конструкций;

7) несоответствие требованиям:

- законодательства Российской Федерации о рекламе;

- технического регламента;

- типов и видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории муниципальных образований Мурманской области или части их территории, в том числе требованиям к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или муниципальных и городских округов Мурманской области;

- пояснительной записки Схемы размещения рекламных конструкций.

2.24. Внесение изменений в Схему размещения рекламных конструкций осуществляется в том же порядке, что и утверждение Схемы размещения рекламных конструкций.

Приложение № 1
к Порядку

Форма
адресного реестра установки и эксплуатации
рекламных конструкций

№ п/п	Адрес установки и эксплуатации РК *	№ РК по карте	Вид РК	Тип РК	Размер РК	Кол-во сторон РК	Общая площадь информационного поля РК, кв. м	Собственник или законный владелец имущества (земельного участка), к которому присоединяется РК (на котором планируется размещение РК)	Кадастровый ** номер участка
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1									
2									

* РК - рекламная конструкция.

** Заполняется при наличии кадастрового номера.

4. Размеры информационного поля рекламной конструкции (длина/высота) __ м/ __ м

5. Количество сторон информационных полей _____

Почтовый адрес _____

(почтовый индекс, субъект Российской Федерации,

_____ город, улица (проспект, переулок и т.п.), дом (владение и т.п.)

и (или) адрес электронной почты _____, контактный телефон
для связи с заявителем _____.

Приложения: (требуется перечислить документы, прилагаемые к заявлению)

- _____
- _____
- _____
- _____

Настоящим даю согласие на обработку своих персональных данных, указанных в данном заявлении и предоставленных мною в документах, в том числе: сбор, систематизацию, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), уничтожение персональных данных, с использованием средств автоматизации или без использования таковых, в целях внесения изменений в схему размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования _____.

Дата
М.П.

Подпись

Расшифровка подписи

Приложение № 3
к Порядку

Министру _____
от ¹ _____

фамилия, имя и (при наличии) отчество
место жительства: _____

(индекс, страна/республика, край,
область, населенный пункт, улица, дом,
корпус, квартира)

реквизиты документа, удостоверяющего
личность гражданина:

(наименование документа)

серия _____ номер _____

выдан « _____ » _____ года

(кем выдан)

от ² _____

(наименование юридического лица)

Место нахождения юридического лица:

государственный регистрационный номер
записи о государственной регистрации
юридического лица в едином
государственном реестре юридических
лиц³ _____

Идентификационный _____ номер
налогоплательщика³: _____

ЗАЯВЛЕНИЕ
О ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ В СХЕМУ РАЗМЕЩЕНИЯ
РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ НА ТЕРРИТОРИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ _____

Прошу внести изменения в схему размещения рекламных конструкций на территории
муниципального образования _____ в части исключения места
размещения и эксплуатации рекламной конструкции, сведения о которой приведены ниже.

1. Адрес установки рекламной конструкции _____

2. Номер рекламной конструкции согласно Схеме _____

3. Тип рекламной конструкции _____

Почтовый адрес _____

¹ Для граждан.

² Для юридических лиц, органов местного самоуправления.

³ Графа не заполняется, если заявителем является иностранное юридическое лицо.

(почтовый индекс, субъект Российской Федерации,

город, улица (проспект, переулок и т.п.), дом (владение и т.п.)
и (или) адрес электронной почты _____, контактный телефон
для связи с заявителем _____.

Приложения: (требуется перечислить документы, прилагаемые к заявлению)

- _____
- _____
- _____
- _____

Настоящим даю согласие на обработку своих персональных данных, указанных в данном заявлении и предоставленных мною в документах, в том числе: сбор, систематизацию, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), уничтожение персональных данных, с использованием средств автоматизации или без использования таковых, в целях внесения изменений в схему размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования _____.

Дата
М.П.

Подпись

Расшифровка подписи

**Порядок передачи документов, необходимых для осуществления
перераспределенных полномочий в сфере рекламы**

1. Для осуществления перераспределенных полномочий в сфере рекламы органы местного самоуправления муниципальных образований Мурманской области (далее – ОМСУ) передают Министерству градостроительства и благоустройства Мурманской области (далее – Министерство) необходимые документы, в соответствии перечнем документов согласно приложению № 1 к настоящему Порядку.

2. При большом количестве передаваемых документов ОМСУ, передающий документы, составляет план-график передачи документов, в котором указывается вид передаваемых документов, срок их передачи, ответственный исполнитель.

План-график согласовывается с Министерством.

3. Документы передаются в виде подлинников, либо заверенных копий, либо дубликатов.

4. При наличии документов в электронном виде (скан-копия и (или) редактируемый формат) в обязательном порядке документы передаются на компакт-диске и (или) USB-флеш-накопителе.

5. Передача и приемка документов осуществляется уполномоченными представителями ОМСУ и Министерства и оформляются актом приема-передачи, составленным согласно приложению № 2 к настоящему Порядку.

6. Передача и приемка документов производится по описи передаваемых документов, в том числе в электронном виде, необходимых для осуществления перераспределенных полномочий в сфере рекламы, составленной в соответствии с приложением № 3 к настоящему Порядку, прилагаемой к акту приема-передачи. В описи перечисляют все передаваемые документы.

При наличии более одной описи их нумеруют арабскими цифрами. Количество описей (кроме одной) указывают в акте приема-передачи.

7. В описи передаваемых копий документов, в том числе в электронном виде, необходимых для осуществления перераспределенных полномочий в сфере рекламы, указывают количество передаваемых экземпляров копий.

8. Копии документов передают сложенными до формата А4 или А3 и вложенными в папки или сброшюрованными в альбомы.

Приложение № 1
к Порядку

**Перечень документов, необходимых для осуществления
перераспределенных полномочий в сфере рекламы**

1. Схема размещения рекламных конструкций.
 2. Нормативный правовой акт об утверждении схемы размещения рекламных конструкций.
 3. Согласование схемы размещения рекламных конструкций с уполномоченным органом исполнительной власти Мурманской области.
 4. Проект, предусматривающий внесение изменений в схему размещения рекламных конструкций.
 5. Нормативный правовой акт об утверждении проекта, предусматривающего внесение изменений в схему размещения рекламных конструкций.
 6. Согласование проекта, предусматривающего внесение изменений в схему размещения рекламных конструкций, с уполномоченным органом исполнительной власти Мурманской области.
-

Приложение № 2
к Порядку

**АКТ
ПРИЕМА-ПЕРЕДАЧИ**

_____ наименование передаваемой документации

« ____ » _____ Г.

Мы, нижеподписавшиеся: представитель(ли)

_____ наименование ОМСУ, передающего документацию, должность,

_____ фамилия, инициалы

с одной стороны, и представитель(ли)

_____ наименование Министерства, принимающего документацию,

_____ должность, фамилия, инициалы

с другой стороны, составили настоящий акт о том, что

передал

_____ наименование ОМСУ, представляющего документацию

принял

_____ наименование Министерства, принимающего документацию

документы согласно прилагаемой описи.

Сдал(и)

_____ Личная подпись

_____ Расшифровка подписи

Принял(и)

_____ Личная подпись

_____ Расшифровка подписи

Приложение № 3
к Порядку

Опись № _____
передаваемых документов, в том числе в электронном виде,
необходимых для осуществления перераспределенных полномочий
в сфере рекламы

в отношении муниципального образования

№ п/п	Наименование	Кол-во листов	Вид документа (подлинник, копия, дубликат)	Кол-во экз.
1	2	3	4	5

Составил

(должность, подпись, фамилия, инициалы, дата)
