



# ЗАКОН САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

*принят Саратовской областной Думой*

*27 ноября 2024 года*

## **О типах и видах рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территориях муниципальных образований Саратовской области, и требованиях к ним**

### ***Статья 1. Предмет регулирования и цели настоящего Закона***

1. Настоящий Закон в соответствии с Федеральным законом от 21 декабря 2021 года № 414-ФЗ «Об общих принципах организации публичной власти в субъектах Российской Федерации», Федеральным законом от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), Законом Саратовской области от 13 сентября 2023 года № 101-ЗСО «О перераспределении отдельных полномочий в сфере рекламы между органами местного самоуправления муниципальных образований Саратовской области и органами государственной власти Саратовской области» определяет типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории муниципального образования области или части его территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений, муниципальных округов или городских округов области.

2. Определение типов и видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территориях муниципальных образований области, в том числе требований к таким рекламным конструкциям, осуществляется в целях сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений, муниципальных округов или городских округов области.

3. Настоящий Закон не распространяется на правоотношения, связанные с распространением наружной рекламы на объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов

Российской Федерации, включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, их территориях.

## ***Статья 2. Основные понятия***

1. В целях настоящего Закона используются следующие основные понятия:

1) территория при въезде в населенный пункт – территория, начинающаяся на расстоянии 500 м до границы населенного пункта, проходящая вдоль улично-дорожной сети и имеющая поперечную ширину 50 м от бортового камня (кромки) автомобильной дороги с обеих сторон;

2) территория при выезде из населенного пункта – территория, заканчивающаяся на расстоянии 500 м от границы населенного пункта, проходящая вдоль улично-дорожной сети и имеющая поперечную ширину 50 м от бортового камня (кромки) автомобильной дороги с обеих сторон;

3) место размещения рекламной конструкции – земельный участок, внешняя поверхность здания, строения, сооружения и иного объекта, используемые для установки рекламной конструкции;

4) проектная документация – документация, содержащая материалы в текстовой и графической формах и определяющая архитектурные, функционально-технологические, конструктивные и инженерно-технические решения для обеспечения установки рекламной конструкции и соблюдения требований Федерального закона от 30 декабря 2009 года № 384-ФЗ «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений»;

5) рекламная конструкция – конструкция, соответствующая требованиям части 4 статьи 19 Федерального закона «О рекламе», предназначенная для целей распространения наружной рекламы;

6) схема размещения рекламных конструкций – документ, определяющий места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается в данных местах;

7) элемент улично-дорожной сети – градостроительный объект, обеспечивающий транспортные и пешеходные связи между жилыми районами, а также между жилыми районами и промышленными зонами, общественными центрами, кварталами, имеющие линейные фиксированные по всей длине границы, начало и окончание (улица, проспект, магистраль, площадь, бульвар, тракт, набережная, шоссе, переулок, проезд, тупик и т.п.).

2. Понятия, используемые в настоящем Законе и не определенные в настоящей статье, применяются в значениях, определенных Федеральным законом «О рекламе».

### ***Статья 3. Типы и виды рекламных конструкций, допустимых к установке на территориях муниципальных образований области***

1. На территориях муниципальных образований области допускается устанавливать следующие типы рекламных конструкций:

- 1) отдельно стоящие рекламные конструкции;
- 2) рекламные конструкции, размещаемые на внешних поверхностях зданий, строений, сооружений и иных объектов;
- 3) временные рекламные конструкции.

2. К отдельно стоящим рекламным конструкциям относятся следующие виды рекламных конструкций:

1) рекламные тумбы – отдельно стоящие круглые или трехсторонние рекламные конструкции с подсветкой или без подсветки, состоящие из основания, каркаса и информационных полей (максимальные размеры: высота – 4 м, диаметр – 1,7 м, ширина каждого информационного поля – 1,5 м);

2) рекламные стенды – отдельно стоящие одно- или двухсторонние рекламные конструкции малого формата с максимальным размером информационного поля 1,7 м x 1,8 м;

3) сити-борды – рекламные конструкции с внутренней подсветкой или без внутренней подсветки, состоящие из основания, каркаса, опоры и одного информационного поля или двух информационных полей, площадь каждого из которых составляет от 4 до 15 кв. м;

4) сити-форматы (пилоны) – двухсторонние рекламные конструкции с внутренней подсветкой, состоящие из основания, каркаса и двух информационных полей, площадь каждого из которых составляет не более 3 кв. м;

5) суперборды – щитовые рекламные конструкции, состоящие из основания, каркаса, опоры и не более трех информационных полей, площадь каждого из которых составляет 48 кв. м;

6) суперсайты – щитовые рекламные конструкции, состоящие из основания, каркаса, опоры и не более трех информационных полей, площадь каждого из которых составляет 75 кв. м;

7) щитовые конструкции (щиты) – рекламные конструкции, состоящие из основания, каркаса, опоры и одного информационного поля или двух информационных полей, площадь каждого из которых составляет 18 кв. м;

8) электронные табло (экраны) – рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов, имеющие одно информационное поле или два информационных поля.

3. К рекламным конструкциям, размещаемым на внешних поверхностях зданий, строений, сооружений и иных объектов, относятся следующие виды рекламных конструкций:

1) короба (световые короба) – рекламные конструкции в виде коробов с внутренней подсветкой или без внутренней подсветки, внешние характеристики которых определяются проектной документацией;

2) медиафасады (светодиодные экраны) – облегченные рекламные конструкции из светодиодов, размещаемые на фасадах зданий, строений, сооружений, иных объектов;

3) панели-кронштейны – плоскостные рекламные конструкции с подсветкой или без подсветки, размер информационного поля одной стороны которых составляет 1,5 м х 1,0 м, крепящиеся к внешним поверхностям зданий, строений, сооружений, иных объектов, внешние характеристики которых определяются проектной документацией;

4) панно – плоскостные рекламные конструкции с внешней или внутренней подсветкой в виде щитовой установки или тканевого полотна;

5) проекционные установки (проекционное оборудование) – рекламные конструкции, предназначенные для проекции рекламы на любые поверхности;

6) рекламные конструкции в составе павильона ожидания общественного транспорта – рекламные конструкции, имеющие не более четырех информационных полей, площадь каждого из которых составляет не более 3 кв. м, интегрированные в состав павильона ожидания общественного транспорта;

7) электронные табло (экраны) – рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана, имеющие одно информационное поле.

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 месяцев.

#### ***Статья 4. Рекламные конструкции, недопустимые к установке на территориях муниципальных образований области***

1. На территориях муниципальных образований области не допускается установка или эксплуатация рекламных конструкций:

1) в радиусе менее 50 м от элементов монументально-декоративного оформления в виде скульптурно-архитектурных, монументально-декоративных композиций (мемориального комплекса, монумента, стелы, мемориальной доски и др.);

2) в нарушение требований нормативных актов по безопасности (технических регламентов), в том числе требований нормативных актов в области безопасности дорожного движения и пожарной безопасности;

3) на деревьях, кустарниках и иных природных объектах;

4) в охранных зонах инженерных коммуникаций (без согласования эксплуатирующих организаций);

5) над проезжей частью.

2. Не допускается установка или эксплуатация отдельно стоящих рекламных конструкций:

1) всех видов, указанных в части 2 статьи 3 настоящего Закона:

а) в границах территории при въезде (выезде) в населенный пункт (из населенного пункта);

б) на территориях, занимаемых особо охраняемыми природными территориями, парками, скверами, бульварами, садами, набережными, цветниками;

в) на земельных участках, занимаемых многоквартирными домами, домами блокированной застройки, индивидуальными жилыми домами (садовыми домами), гаражами, автостоянками, а также на земельных участках, предназначенных для размещения указанных объектов;

г) на территориях образовательных организаций, медицинских организаций, объектов социального обслуживания населения;

д) на расстоянии менее 100 м до границ земельных участков объектов, занимаемых образовательными организациями, медицинскими организациями, объектами социального обслуживания населения;

е) на тротуарах в случае, если после установки отдельно стоящей рекламной конструкции ширина тротуара составит менее 2 м;

2) электронных табло (экранов):

а) на расстоянии менее 50 м от информационного поля электронного табло в направлении распространения изображения до окон жилых домов;

б) на расстоянии менее 50 м от пешеходных переходов, оснащенных звуковым оборудованием для слабовидящих граждан.

3. Не допускается установка или эксплуатация рекламных конструкций, размещаемых на внешних поверхностях зданий, строений, сооружений, иных объектов:

1) всех видов, указанных в части 3 статьи 3 настоящего Закона:

а) в границах территории при въезде (выезде) в населенный пункт (из населенного пункта);

б) на объектах религиозного назначения;

в) на внешних поверхностях зданий образовательных организаций, медицинских организаций, объектов социального обслуживания населения, находящихся в государственной собственности области или муниципальной собственности, за исключением временных рекламных конструкций;

г) на заборах, ограждениях, подпорных стенках;

- д) в виде замены остекления;
  - е) поверх архитектурных элементов зданий (балконов, лоджий, эркеров, колонн, пилястр, розеток, капителей, фриз, поясков и др.);
  - ж) на крышах зданий, строений, сооружений, находящихся в государственной собственности области или муниципальной собственности;
- 2) панно, если их размещение предполагается на многоквартирных домах, домах блокированной застройки, индивидуальных жилых домах (садовых домах), гаражах;
- 3) медиафасадов (светодиодных экранов), электронных табло (экранов):
- а) на расстоянии менее 50 м от информационного поля электронного табло в направлении распространения изображения до окон жилых домов, зданий, занимаемых образовательными организациями, медицинскими организациями, объектов социального обслуживания населения;
  - б) на расстоянии менее 50 м от нижней точки светового поля до пешеходных переходов, оснащенных звуковым оборудованием для слабовидящих граждан;
- 4) проекционных установок (проекторного оборудования), проекция которых (которого) предусматривается:
- а) на тротуары;
  - б) на проезжую часть элемента улично-дорожной сети;
  - в) на остекленный фасад здания.

### ***Статья 5. Требования к рекламным конструкциям***

1. Рекламные конструкции должны содержаться в надлежащем состоянии, которое подразумевает целостность рекламных конструкций, отсутствие механических повреждений, отсутствие на всех частях и элементах рекламных конструкций порывов рекламных полотен, наличие покрашенного каркаса, отсутствие ржавчины, коррозии и грязи на всех частях и элементах рекламных конструкций, отсутствие на всех частях и элементах рекламных конструкций наклеенных объявлений, посторонних надписей, изображений.

2. Информационное поле рекламной конструкции должно быть постоянно заполнено рекламным полотном или однотонным полотном.

Демонтируемое рекламное полотно должно быть заменено на иное рекламное полотно или однотонное полотно.

3. Все рекламные конструкции должны иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона. Маркировка должна размещаться под информационным полем и быть доступна для прочтения.

4. В соответствии с Федеральным законом «О рекламе» рекламные конструкции должны использоваться исключительно в целях распространения рекламы, социальной рекламы.

***Статья 6. Ответственность за нарушение настоящего Закона***

Нарушение настоящего Закона влечет административную ответственность в соответствии с законодательством об административных правонарушениях.

***Статья 7. Порядок вступления в силу настоящего Закона***

Настоящий Закон вступает в силу с 1 марта 2025 года.

**Губернатор  
Саратовской области**



**Р.В.Бусаргин**

г. Саратов  
28 ноября 2024 г.  
№ 149-ЗСО