

Зарегистрирован в правовом управлении Правительства Ярославской области  
24.10.2018 № 16-8264

**ДЕПАРТАМЕНТ  
ИМУЩЕСТВЕННЫХ И ЗЕМЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ  
ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**ПРИКАЗ**

от 15.10.2018 № 15-н  
г. Ярославль

Об определении типов и видов  
рекламных конструкций и  
утверждении Порядка организации  
демонтажа рекламных  
конструкций

В соответствии с Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», Положением о департаменте имущественных и земельных отношений Ярославской области, утвержденным постановлением Администрации области от 02.04.2007 № 116 «О создании департамента по управлению государственным имуществом Ярославской области»,  
**ДЕПАРТАМЕНТ ИМУЩЕСТВЕННЫХ И ЗЕМЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ  
ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ ПРИКАЗЫВАЕТ:**

1. Определить типы и виды рекламных конструкций, допустимые и недопустимые к установке на территории соответствующего муниципального образования Ярославской области или части его территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов (прилагаются).

2. Утвердить прилагаемый Порядок организации демонтажа рекламных конструкций на территориях муниципальных районов и городских округов Ярославской области в случаях, указанных в частях 21.2 и 21.3 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», хранения и в необходимых случаях уничтожения указанных рекламных конструкций с правом требовать возмещения понесенных в связи с этим необходимых расходов.

3. Контроль за исполнением приказа возложить на заместителя директора департамента Золотова Л.А.

4. Приказ вступает в силу со дня его официального опубликования.

Директор департамента

М.А. Фролов

УТВЕРЖДЁН  
приказом департамента  
имущественных и земельных  
отношений Ярославской области  
от 15.10.2018 № 15-н

## ПОРЯДОК

**организации демонтажа рекламных конструкций на территориях муниципальных районов и городских округов Ярославской области в случаях, указанных в частях 21.2 и 21.3 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», хранения и в необходимых случаях уничтожения указанных рекламных конструкций с правом требовать возмещения понесенных в связи с этим необходимых расходов**

### 1. Общие положения

1.1. Порядок организации демонтажа рекламных конструкций на территориях муниципальных районов и городских округов Ярославской области в случаях, указанных в частях 21.2 и 21.3 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», хранения и в необходимых случаях уничтожения указанных рекламных конструкций с правом требовать возмещения понесенных в связи с этим необходимых расходов (далее – Порядок) определяет процедуры выявления незаконно установленных рекламных конструкций, выдачи предписаний, организации демонтажа, хранения и в необходимых случаях уничтожения рекламных конструкций.

1.2. Функции по выявлению рекламных конструкций, установленных и (или) эксплуатируемых на территории Ярославской области с нарушением требований законодательства о рекламе, подготовке и выдаче предписаний о демонтаже и организации демонтажа указанных рекламных конструкций, осуществляет департамент имущественных и земельных отношений Ярославской области с привлечением сотрудников функционально подчиненного ему государственного бюджетного учреждения Ярославской области «Центр кадастровой оценки, рекламы и торгов» в соответствии с установленной компетенцией.

1.3. Рекламная конструкция признается незаконно установленной в случаях ее установки и (или) эксплуатации без разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, срок действия которого не истек, в соответствии со статьей 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

## 2. Выявление незаконно установленных рекламных конструкций

2.1. Выявление незаконно установленных рекламных конструкций на территории Ярославской области осуществляется в ходе осмотра рекламных конструкций департаментом имущественных и земельных отношений Ярославской области и государственным бюджетным учреждением Ярославской области «Центр кадастровой оценки, рекламы и торгов» (далее – уполномоченные лица) в соответствии с планом-графиком выявления незаконно установленных рекламных конструкций на территории Ярославской области, а также при поступлении информации о незаконно установленных рекламных конструкциях от органов государственной власти, органов местного самоуправления муниципальных образований Ярославской области, юридических лиц и граждан в письменной или электронной форме.

План-график выявления незаконно установленных рекламных конструкций на территории Ярославской области утверждается департаментом имущественных и земельных отношений Ярославской области ежеквартально в последний рабочий день квартала.

Уполномоченные лица не реже одного раза в квартал направляют в органы местного самоуправления муниципальных образований Ярославской области запрос о наличии на территории муниципального образования Ярославской области незаконно установленных рекламных конструкций.

Осмотр рекламных конструкций проводится в течение месяца со дня поступления информации о незаконно установленных рекламных конструкциях с привлечением сотрудников функционально подчиненного департаменту имущественных и земельных отношений Ярославской области государственного бюджетного учреждения Ярославской области «Центр кадастровой оценки, рекламы и торгов».

2.2. В случае выявления незаконно установленной рекламной конструкции при проведении осмотра установленных на территории Ярославской области рекламных конструкций в трехдневный срок с момента выявления составляется акт осмотра рекламной конструкции по форме согласно приложению 1 к Порядку.

## 3. Подготовка и выдача предписаний о демонтаже рекламных конструкций и организация демонтажа рекламных конструкций

3.1. В течение 20 рабочих дней со дня составления акта осмотра рекламной конструкции уполномоченные лица осуществляют подготовку предписания о демонтаже рекламной конструкции по форме согласно приложению 2 к Порядку в двух экземплярах, один из которых хранится в государственном бюджетном учреждении Ярославской области «Центр кадастровой оценки, рекламы и торгов», второй – у владельца рекламной конструкции. Предписание о демонтаже рекламной конструкции вручается владельцу рекламной конструкции, в случае невозможности вручения

направляется по почте заказным письмом с уведомлением в течение трех дней с даты подписания.

В случае если владелец рекламной конструкции неизвестен, предписание о демонтаже рекламной конструкции размещается в газете «Документ-Регион» и на портале органов государственной власти Ярославской области в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в течение десяти дней с момента подписания.

3.2. Владелец рекламной конструкции обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции в течение месяца со дня выдачи (публикации) предписания о демонтаже рекламной конструкции, а также удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции, в течение трех дней со дня выдачи (публикации) предписания о демонтаже рекламной конструкции.

3.3. Если в установленный срок владелец рекламной конструкции не выполнил указанную в пункте 3.2 настоящего раздела обязанность или владелец рекламной конструкции неизвестен, уполномоченные лица осуществляют подготовку предписания о демонтаже рекламной конструкции в адрес собственника или иного законного владельца недвижимого (движимого) имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, за исключением случая присоединения рекламной конструкции к объекту муниципального имущества, имуществу Ярославской области, к земельному участку, государственная собственность на который не разграничена, на территории Ярославской области или к общему имуществу собственников помещений в многоквартирном доме.

Предписание о демонтаже рекламной конструкции по форме согласно приложению 2 к Порядку оформляется в двух экземплярах, один из которых хранится в государственном бюджетном учреждении Ярославской области «Центр кадастровой оценки, рекламы и торгов», второй – у собственника или иного законного владельца недвижимого (движимого) имущества, к которому присоединена рекламная конструкция. Предписание о демонтаже рекламной конструкции вручается собственнику или иному законному владельцу недвижимого (движимого) имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, в случае невозможности вручения направляется по почте заказным письмом с уведомлением в течение трех дней с даты подписания.

В случае если владелец недвижимого (движимого) имущества неизвестен, предписание о демонтаже рекламной конструкции размещается в газете «Документ-Регион» и на портале органов государственной власти Ярославской области в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в течение десяти дней с момента подписания.

3.4. Собственник или иной законный владелец недвижимого (движимого) имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, обязан демонтировать такую рекламную конструкцию в течение месяца со дня выдачи предписания о демонтаже рекламной конструкции. Демонтаж, хранение или в необходимых случаях уничтожение незаконно установленной

и (или) эксплуатируемой рекламной конструкции осуществляются за счет собственника или иного законного владельца недвижимого (движимого) имущества, к которому была присоединена такая рекламная конструкция.

3.5. В случае если владелец рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, не выполнил обязанность по демонтажу рекламной конструкции, либо владелец рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, неизвестен, либо рекламная конструкция присоединена к объекту муниципального имущества, имуществу Ярославской области, к земельному участку, государственная собственность на который не разграничена, на территории Ярославской области или к общему имуществу собственников помещений в многоквартирном доме, уполномоченные лица в течение шести месяцев со дня истечения обязанности по демонтажу рекламной конструкции, указанной в предписании о демонтаже рекламной конструкции, при наличии финансирования организуют демонтаж, хранение или в необходимых случаях уничтожение рекламной конструкции за счет средств бюджета Ярославской области.

3.6. При проведении демонтажа рекламных конструкций составляется акт демонтажа рекламной конструкции по форме согласно приложению 3 к Порядку, в котором указываются место, время, основание проведения демонтажа рекламной конструкции, место хранения рекламной конструкции. К указанному акту прикладывается фотоотчет о проведенном демонтаже рекламной конструкции.

Срок хранения демонтированных рекламных конструкций составляет один месяц со дня демонтажа рекламных конструкций.

3.7. Демонтаж рекламных конструкций производится посредством разборки рекламных конструкций на составные части с сохранением их целостности. В случае невозможности разобрать рекламную конструкцию в силу конструктивных особенностей или износа (коррозии) мест крепления (соединения) составных частей производится резка конструкций с применением специального оборудования.

3.8. В течение 10 рабочих дней после проведения демонтажа рекламной конструкции уполномоченные лица размещают информацию о демонтаже рекламной конструкции на портале органов государственной власти Ярославской области в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

3.9. Выдача демонтированных рекламных конструкций их собственнику (владельцу) в случае обращения осуществляется уполномоченными лицами на основании заявления собственника (владельца) таких рекламных конструкций после оплаты расходов, связанных с демонтажем и хранением рекламных конструкций, при предъявлении документов, подтверждающих право собственности или иное вещное право на демонтированные рекламные конструкции либо право владения и

пользования демонтированными рекламными конструкциями, в течение месяца со дня поступления заявления. Заявление с приложением соответствующих документов, подтверждающих право собственности (владения), должно представляться уполномоченным лицам до истечения срока хранения, предусмотренного пунктом 3.6 настоящего раздела.

Передача демонтированных рекламных конструкций сопровождается оформлением соответствующего акта приема-передачи рекламных конструкций.

3.10. Если по истечении указанного в пункте 3.6 настоящего раздела срока демонтированные рекламные конструкции, находящиеся на хранении, не были истребованы их владельцем (собственником), то такие рекламные конструкции подлежат уничтожению.

Уничтожение не востребовавшихся рекламных конструкций осуществляется с составлением акта об уничтожении демонтированных рекламных конструкций по форме согласно приложению 4 к Порядку.

Приложение 1  
к Порядку

Форма

ДЕПАРТАМЕНТ  
ИМУЩЕСТВЕННЫХ И ЗЕМЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ  
ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ

**АКТ**  
**осмотра рекламной конструкции**  
**на территории \_\_\_\_\_**

№ \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(дата)

Номер рекламной конструкции: \_\_\_\_\_

Адрес рекламной конструкции: \_\_\_\_\_

Владелец рекламной конструкции: \_\_\_\_\_

Тип рекламной конструкции: \_\_\_\_\_

Техническое состояние и внешний вид рекламной конструкции: \_\_\_\_\_

Заглубление фундамента рекламной конструкции: \_\_\_\_\_

Наличие декоративно-художественного оформления, выступающего над поверхностью земли фундамента рекламной конструкции: \_\_\_\_\_

Наличие маркировки с указанием наименования, номера телефона и адреса владельца, номера разрешения на установку рекламной конструкции: \_\_\_\_\_

Торцевые поверхности рекламной конструкции закрыты (декоративно-художественно оформлены): \_\_\_\_\_

Наличие подсветки: \_\_\_\_\_

Иные замечания: \_\_\_\_\_

Заключение: \_\_\_\_\_

Фотофиксация внешнего вида рекламной конструкции на обороте.

Специалист отдела рекламы  
департамента имущественных  
и земельных отношений  
Ярославской области

\_\_\_\_\_  
(подпись)

ДЕПАРТАМЕНТ  
ИМУЩЕСТВЕННЫХ И ЗЕМЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ  
ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ**ПРЕДПИСАНИЕ**  
**о демонтаже рекламной конструкции**

\_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_  
(дата)

Департаментом имущественных и земельных отношений Ярославской области выявлена рекламная конструкция, установленная и (или) эксплуатируемая без разрешения на установку и эксплуатацию, срок действия которого не истек, с нарушением требований Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», а именно: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(тип рекламной конструкции)  
по адресу: \_\_\_\_\_  
(местонахождение рекламной конструкции)

В соответствии с частью 10 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», Законом Ярославской области от 28 декабря 2017 г. № 69-з «О перераспределении между органами местного самоуправления муниципальных образований Ярославской области и органами государственной власти Ярославской области полномочий в сфере рекламы» предписываю \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(наименование юридического лица, Ф.И.О. физического лица)  
в срок до \_\_\_\_\_ осуществить демонтаж рекламной конструкции,  
(дата)

установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения на установку и эксплуатацию, срок действия которого не истек, с приведением территории (фасада здания, строения и сооружений) в первоначальное состояние и восстановлением благоустройства, а также удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции, в течение трех дней со дня выдачи указанного предписания.

Информацию о выполнении предписания о демонтаже рекламной конструкции необходимо представить в письменной форме в течение 3 дней со дня его выполнения в департамент имущественных и земельных отношений Ярославской области по адресу: 150040, г. Ярославль, просп. Октября, д. 37/26.



В случае неисполнения предписания о демонтаже рекламной конструкции в установленный срок департамент имущественных и земельных отношений Ярославской области организует демонтаж рекламной конструкции в соответствии со статьей 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

Фотофиксация на обороте.

Начальник отдела рекламы департамента

---

(подпись)

Приложение 3  
к Порядку

Форма

ДЕПАРТАМЕНТ  
ИМУЩЕСТВЕННЫХ И ЗЕМЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ  
ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ

**АКТ**  
**демонтажа рекламной конструкции**  
**на территории \_\_\_\_\_**

\_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_  
(дата)

В связи с неисполнением предписания о демонтаже рекламной конструкции от \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_ произведен демонтаж \_\_\_\_\_ рекламной конструкции,

(тип рекламной конструкции)  
установленной по адресу: \_\_\_\_\_, в \_\_\_\_\_  
(время) (дата)

Владелец рекламной конструкции: \_\_\_\_\_

Состояние рекламной конструкции до начала работ по демонтажу рекламной конструкции: \_\_\_\_\_

Состояние рекламной конструкции по окончании работ по демонтажу рекламной конструкции: \_\_\_\_\_

Место хранения рекламной конструкции: \_\_\_\_\_

Организация, осуществившая демонтаж рекламной конструкции: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Фотофиксация на обороте.

Специалист отдела рекламы департамента \_\_\_\_\_

(подпись)

Приложение 4  
к Порядку

Форма

**АКТ**  
**об уничтожении демонтированных рекламных конструкций**

\_\_\_\_\_ (место составления)

№ \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (Ф.И.О., должность лица, составляющего акт)

составил настоящий акт о нижеследующем:

Рекламные конструкции в количестве \_\_\_\_\_ шт., демонтированные на основании предписания о демонтаже рекламной конструкции от \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_, уничтожены по истечении срока хранения демонтированных рекламных конструкций, указанного в пункте 3.6 раздела 6 Порядка организации демонтажа рекламных конструкций на территориях муниципальных районов и городских округов Ярославской области в случаях, указанных в частях 21.2 и 21.3 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», хранения и в необходимых случаях уничтожения указанных рекламных конструкций с правом требовать возмещения понесенных в связи с этим необходимых расходов.

№ п/п	Адрес рекламной конструкции	Тип (вид) рекламной конструкции	Собственник (владелец) рекламной конструкции или иной владелец недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция
1	2	3	4

\_\_\_\_\_ (должность)

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)

Подписи присутствующих при уничтожении демонтированных рекламных конструкций лиц (при наличии):

\_\_\_\_\_ (должность)

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)

Приложение  
к приказу департамента  
имущественных и земельных  
отношений Ярославской области  
от 15.10.2018 № 15-н

**ТИПЫ И ВИДЫ**  
**рекламных конструкций, допустимые и недопустимые к установке**  
**на территории соответствующего муниципального образования**  
**Ярославской области или части его территории, в том числе требования**  
**к таким рекламным конструкциям с учетом необходимости сохранения**  
**внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений**  
**или городских округов**

1. Общие положения

1.1. Типы и виды рекламных конструкций, допустимые и недопустимые к установке на территории соответствующего муниципального образования Ярославской области или части его территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов (далее – типы и виды рекламных конструкций), определяются в соответствии с Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», с целью реализации Закона Ярославской области от 28 декабря 2017 г. № 69-з «О перераспределении между органами местного самоуправления муниципальных образований Ярославской области и органами государственной власти Ярославской области полномочий в сфере рекламы».

1.2. Визуализация типов и видов рекламных конструкций, допустимых к установке на территории Ярославской области, приведена в приложении к типам и видам рекламных конструкций.

1.3. При определении типов и видов рекламных конструкций используются следующие понятия:

1.3.1. Внешний архитектурный облик сложившейся застройки – эстетическое единство естественных и искусственных компонентов, связанных в единое композиционное, историческое, культурное, природное образование, имеющее материальную и духовную ценность.

1.3.2. Паспорт рекламного места – детальное описание места установки рекламной конструкции, фасада, на котором планируется размещение рекламной конструкции. Паспорт рекламного места содержит:

- фотофиксацию – фотографию (существующее положение) размером не менее 10 × 20 см предполагаемого места размещения рекламной конструкции:

для фасада, на котором планируется размещение рекламной конструкции, – указание всех конструкций, в том числе рекламных, информационных, адресных указателей, мемориальных досок и так далее, размещенных на данном фасаде;

для отдельно стоящих конструкций – указание существующих объектов, в том числе зданий, дорожных знаков, пешеходных переходов, перекрестков, ближайших рекламных конструкций, остановок и так далее, находящихся в радиусе не менее 50 метров от планируемого места размещения;

- схему размещения рекламной конструкции размером не менее 10 × 20 см на карте местности с указанием предполагаемого места установки рекламной конструкции, а также расстояния до ближайших существующих объектов (зданий, дорожных знаков, пешеходных переходов, перекрестков, ближайших рекламных конструкций, остановок и так далее) (представляется в случае размещения отдельно стоящей рекламной конструкции);

- эскизный проект рекламной конструкции – проект рекламной конструкции размером не менее 10 × 20 см, выполненный в цвете, с указанием размеров и содержащий информацию о применяемых материалах и узлах крепления конструкции;

- фотопривязку рекламной конструкции – отображение местоположения рекламной конструкции в месте ее размещения размером не менее 10 × 20 см, дающее понятие о реальном местоположении и реальных пропорциях. Фотопривязка выполняется путем наложения эскизного проекта на фотофиксацию.

## 2. Рекламные конструкции, допустимые и недопустимые к установке

2.1. Допускается размещение следующих рекламных конструкций:

2.1.1. Отдельно стоящие щитовые установки сверхбольшого формата (площадь одного информационного поля – более 36 кв. м).

Количество сторон рекламной конструкции не может быть более трех.

2.1.2. Отдельно стоящие щитовые установки большого формата (площадь одного информационного поля – от 10 кв. м до 36 кв. м включительно).

Количество сторон рекламной конструкции не может быть более трех.

2.1.3. Отдельно стоящие щитовые установки среднего формата (площадь одного информационного поля – от 4,5 кв. м до 10 кв. м включительно).

Количество сторон рекламной конструкции не может быть более двух.

2.1.4. Отдельно стоящие щитовые установки малого формата (площадь информационных полей – до 4,5 кв. м включительно).

Количество сторон рекламной конструкции не может быть более двух.

2.1.5. Рекламные тумбы – отдельно стоящие установки среднего формата, выполненные в двух-, трех-, четырехстороннем варианте, или

цилиндрические.

2.1.6. Афишные конструкции – отдельно стоящие рекламные конструкции, предназначенные для размещения рекламной информации о репертуарах театров, кинотеатров, спортивных и иных массовых мероприятиях, событиях общественного, культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера.

Афишные конструкции могут быть выполнены в двух вариантах:

- афишные стенды – отдельно стоящие щитовые рекламные конструкции малого формата. Афишный стенд располагается на тротуарах или прилегающих к тротуарам газонах. С одной стороны афишного стенда допускается размещение до 5 информационных полей;

- афишные тумбы – отдельно стоящие рекламные конструкции малого формата. Количество сторон афишной тумбы зависит от конструкции тумбы.

2.1.7. Флаговые конструкции – рекламные конструкции, состоящие из флагштока и флагового полотнища. Флаговые композиции могут состоять из одного или из нескольких полотнищ в зависимости от способов крепления и места размещения конструкции на территории города.

2.1.8. Крышные установки – рекламные конструкции (объемные буквы, щитовые установки, световые короба) – индивидуальные рекламные конструкции, размещаемые на крышах зданий, строений, сооружений.

Элементы крепления крышной рекламной установки не должны выступать за периметр данной конструкции по бокам и сверху. Расстояние от крыши, парапета до нижнего края информационного поля крышной установки не должно превышать 1 м.

2.1.9. Медиафасады – рекламные конструкции, размещаемые на поверхности стен зданий, строений и сооружений, состоящие из светодиодных модулей, повторяющих пластику стены и позволяющих демонстрировать информационные материалы, в том числе динамические видеоизображения.

Размер медиафасада определяется в зависимости от размера и архитектурных особенностей здания и должен занимать максимально возможную площадь фасада здания.

2.1.10. Настенные панно – рекламные конструкции, размещаемые на плоскости стен зданий, строений, сооружений, а также на движимом имуществе в виде конструкции, состоящей из рекламного изображения, смонтированного на каркасе со скрытым способом крепления или декоративным оформлением рекламно-информационного поля и элементов крепления поверхности (светового короба или объемных букв, элементов и (или) логотипа).

Настенные панно могут выполняться в двух вариантах: со сменным изображением и несменным.

2.1.11. Электронные экраны и электронные табло на зданиях, строениях, сооружениях – рекламные конструкции, устанавливаемые на зданиях, строениях, сооружениях, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп,

иных источников света или светоотражающих элементов с дополнительной подсветкой, без звука.

2.1.12. Рекламные конструкции на объектах внешнего благоустройства города:

- рекламные конструкции, совмещенные с элементами уличной мебели, в том числе урны, скамейки и так далее;

- остановочные навесы с рекламой – рекламные конструкции в виде навеса, совмещенного с одним или несколькими рекламными полями;

- указатели с рекламным модулем, уличные часы с рекламой – рекламные конструкции малого формата на отдельно стоящей опоре, на которых одновременно размещаются указатель наименования улицы, направления движения и рекламный модуль или часы и рекламный модуль. Максимальный размер рекламного модуля не должен превышать  $1,2 \times 1,8$  м. Фундамент отдельно стоящих указателей с рекламным модулем, уличных часов с рекламой допускается заглубленный и незаглубленный. Незаглубленный фундамент облицовывается декоративным материалом, соответствующим дизайну рекламной конструкции, или выполняется в виде чугунного литья.

2.1.13. Рекламные конструкции на нестационарных торговых объектах – рекламные конструкции малого формата (с размерами рекламного поля не более  $1,2 \times 1,8$  м), монтируемые на фасадах нестационарных торговых объектов. Цветовое решение рекламных конструкций должно соответствовать цветовому решению вывески, режимной таблички нестационарного торгового объекта и должно гармонировать с цветовым решением фасада нестационарного торгового объекта.

2.1.14. Рекламные конструкции индивидуальной конфигурации:

- стелы – объемные отдельно стоящие установки в индивидуальном исполнении, в которых для размещения информации используются как объем конструкции, так и ее поверхность. На данных рекламных конструкциях не допускается использование сменной информации;

- рекламные конструкции индивидуальной конфигурации;

- объёмные 3D-фигуры – отдельно стоящие конструкции, которые своей формой похожи на предлагаемые рекламодателем товары, логотипы и другие, увеличенные в несколько раз.

2.1.15. Проекционные установки – рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на земле, на плоскостях стен и в объеме, состоящие из проецирующего устройства и поверхности (экрана) или объема, в котором формируется информационное изображение. Площадь информационного поля для плоских изображений определяется габаритами проецируемой поверхности, а для объемных изображений определяется расчетным путем.

2.1.16. Рекламные маркизы – конструкции, выполненные в виде козырьков или навесов с рекламной информацией, которые размещаются над окнами, витринами, входами или проемами зданий, строений и сооружений. Маркизы состоят из элементов крепления к зданию, каркаса и

информационного поля, выполненного на мягкой или жесткой основе.

2.1.17. Панели-кронштейны – двухсторонние консольные конструкции, устанавливаемые на опорах (собственных опорах, мачтах-опорах городского освещения, опорах контактной сети) или зданиях.

Должны выполняться в двухстороннем варианте.

Размеры панелей-кронштейнов, размещаемых на фасадах зданий, определяются архитектурными особенностями здания.

В целях безопасности в эксплуатации панели-кронштейны должны быть установлены на высоте не менее 3 м.

2.1.18. Настенные таблички у входа в подъезды жилых зданий – рекламные конструкции, размещаемые на плоскости стен у входов в подъезды жилых зданий в виде конструкции, состоящей из каркаса со скрытым способом крепления или декоративным оформлением рекламно-информационного поля и элементов крепления. Размеры настенных табличек составляют не более 1 кв. м.

2.2. Рекламные конструкции, не предусмотренные настоящим разделом, к установке не допускаются.

### 3. Требования к рекламным конструкциям с целью сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов

3.1. Соответствие рекламной конструкции внешнему архитектурному облику сложившейся застройки определяется отдельно по каждому конкретному месту установки рекламной конструкции на основе паспорта рекламного места исходя из градостроительных и архитектурных особенностей зданий, строений, сооружений, территорий в испрашиваемом месте установки рекламной конструкции с учетом особенностей соответствующего муниципального образования Ярославской области.

3.2. Рекламные конструкции должны быть безопасны, спроектированы, изготовлены и установлены в соответствии с действующими строительными нормами и правилами, государственными стандартами, техническими регламентами и другими нормативными актами, содержащими обязательные для применения требования к рекламным конструкциям соответствующего типа и вида, порядку их установки и эксплуатации.

3.3. Рекламные конструкции не должны препятствовать восприятию рекламы или информации, размещенной на другой рекламной конструкции, здании или ином недвижимом имуществе. Рекламные конструкции не должны находиться без информационных сообщений. Рекламные конструкции, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону. В случае временного отсутствия на рекламной конструкции информационного (рекламного) сообщения владелец рекламной конструкции обязан в течение 2 дней со дня отсутствия такого сообщения закрыть информационное поле декоративно-художественным оформлением (виды поселений, городских округов,



объекты культурного наследия и так далее либо художественно оформленная самореклама). Цветовое решение рекламных конструкций должно быть единым: опоры рекламных конструкций окрашены в серый цвет.

Цветовое решение настенных панно должно гармонировать с цветовым решением фасада здания, строения, сооружения.

3.4. Фундамент рекламных конструкций не должен выступать над уровнем земли, за исключением фундамента отдельно стоящих указателей с рекламным модулем, уличных часов с рекламой. В случае отсутствия технической возможности заглубления фундамента допускается установка рекламной конструкции без заглубления фундамента при условии его декоративного оформления по проекту, согласованному с уполномоченным органом, если это не препятствует движению пешеходов и уборке улиц.

3.5. Рекламные конструкции, установленные на территории Ярославской области, должны иметь маркировку с указанием рекламораспространителя, номера его телефона, номера рекламного места и номера разрешения. Маркировка размещается под информационным полем и должна быть доступна для прочтения, для конструкций площадью информационного поля более 10 кв. м – с расстояния не менее 15 метров.

3.6. Расстояние от вновь устанавливаемых рекламных конструкций на фасаде зданий до мемориальных досок должно быть не менее 10 м. Расстояние от вновь устанавливаемых отдельно стоящих рекламных конструкций до монументов, скульптурных памятников, мемориальных сооружений должно быть не менее 50 м. Расстояние между отдельно стоящими рекламными конструкциями на одной стороне дороги должно быть не менее 50 м для конструкций площадью информационного поля более 10 кв. м.

3.7. Узлы крепления рекламных конструкций должны обеспечивать надежное крепление, должны быть защищены от несанкционированного доступа к ним, обеспечивать возможность оперативного демонтажа рекламной конструкции. Конструктивные элементы жесткости и крепления (в том числе болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки) должны быть закрыты декоративными элементами.

При выполнении работ по монтажу и обслуживанию рекламных конструкций должны быть соблюдены требования по обеспечению безопасности дорожного движения в местах производства работ, правила охраны окружающей среды, требования благоустройства.

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

3.8. Используемые в рекламных конструкциях осветительные приборы и устройства должны устанавливаться таким образом, чтобы исключить ослепление участников дорожного движения прямыми или отраженными световыми лучами, а при установке на жилых домах и в непосредственной близости от них – прямое попадание световых лучей в окна жилых домов.

Электронные табло, экраны и другие светодинамические рекламные конструкции должны обеспечивать снижение яркости изображения в темное время суток не менее чем на 50 процентов от дневной.

3.9. Рекламные конструкции, места их размещения и особенности установки не должны создавать угрозу безопасности для участников дорожного движения, не должны создавать помех для транспортных средств и пешеходов, уборки улиц, тротуаров, очистки кровли от снега и льда, ухода за зелеными насаждениями, проведения ремонта, реконструкции зданий, строений, сооружений.

3.10. Рекламные конструкции на фасаде одного здания должны располагаться упорядоченно и комплексно с учетом:

- сохранения общего архитектурно-художественного, композиционного решения фасада;

- единой высоты, толщины рекламных элементов;

- единых горизонтальных и вертикальных осей здания;

3.11. Рекламные конструкции, размещаемые на зданиях, устанавливаются на расстоянии не более 0,3 м от стены (при размещении параллельно плоскости фасада). Рекламные конструкции, размещаемые на конструктивных элементах или входящие в состав конструктивных элементов фасадов (композиционно и функционально связанных с фасадом), должны быть привязаны к композиционным осям фасадов и соответствовать архитектурному решению фасадов, должны быть сомасштабны элементам фасада и фасаду в целом.

3.12. Рекламные конструкции на торговых, офисных, культурно-развлекательных центрах размещаются в соответствии с проектом комплексного оформления фасадов здания.

3.13. Внешний вид рекламных конструкций должен соответствовать следующим единым требованиям:

- целостность рекламных конструкций;

- отсутствие механических повреждений;

- отсутствие порывов рекламных полотен;

- наличие окрашенного каркаса и элементов крепления;

- отсутствие ржавчины и грязи на всех частях и элементах рекламных конструкций;

- отсутствие на всех частях и элементах рекламных конструкций наклеенных объявлений, посторонних надписей, изображений и других информационных сообщений.

Владелец рекламной конструкции обязан обеспечить содержание рекламных конструкций в надлежащем состоянии.

Надлежащее состояние рекламной конструкции подразумевает:

- целостность рекламной конструкции и ее деталей, отсутствие ржавчины на всех частях и элементах рекламной конструкции;

- отсутствие разрывов рекламных полотен (изображений), повреждений информационных полей;

- наличие аккуратно покрашенного каркаса и маркировки.

Устранение повреждений рекламных конструкций и их информационных полей, рекламных материалов осуществляется владельцами рекламных конструкций в течение 3 дней со дня обнаружения или получения информации о наличии таких повреждений.

3.14. При установке и эксплуатации рекламной конструкции не могут нарушаться требования соответствующих санитарных норм и правил, в том числе требования к освещенности, электромагнитному излучению, уровню шума и вибраций, безопасности.

3.15. Проекция габаритных размеров рекламной конструкции, размещенной вне земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, находящегося в государственной или муниципальной собственности, не должны выступать за границы земельного участка, на котором расположена рекламная конструкция.

3.16. Включение рекламных конструкций в схему размещения рекламных конструкций на территории Ярославской области вне земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, находящегося в государственной или муниципальной собственности, возможно, в случае если оно не препятствует размещению рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности.

3.17. При размещении рекламных конструкций не допускается:

- закрывать знаки адресации (уличные аншлаги), обозначающие наименования улиц, номера домов, корпусов, подъездов и квартир;
- монтировать рекламные конструкции непосредственно к фасаду здания без каркаса (каркасной рамки);
- устанавливать рекламные конструкции на ограждениях;
- устанавливать световые рекламные конструкции со стробоскопическим эффектом или ярким пульсирующим светом в жилых зонах;
- устанавливать рекламные конструкции, закрывающие ценные архитектурно-художественные элементы и детали зданий (в том числе колонны, пилястры, капители, карнизы, пояса, тяги, филенки, наличники, порталы входов, фронтоны), архитектурно-художественный и скульптурный декор зданий (в том числе барельефы, акротерии, балюстрады, замковые камни, орнаментальные порезки, рустовку);
- устанавливать рекламные конструкции, закрывающие оконные и дверные проемы жилых зданий, витрины;
- устанавливать рекламные конструкции, повреждающие или уничтожающие декоративное убранство фасадов зданий и сооружений;
- устанавливать рекламные конструкции на балконах и лоджиях зданий, в оконных и дверных проемах, на эркерах, перилах;
- устанавливать рекламные конструкции с выступом за боковые пределы фасада и без соблюдения архитектурных членений фасада;
- устанавливать хаотично расположенные разноразмерные и разнотипные рекламные конструкции на фасадах зданий, строений и

сооружений;

- при использовании проекционных установок использовать в качестве экрана для проекций плоскость, фасады зданий и сооружений, где имеются окна жилых помещений;

- устанавливать и эксплуатировать на главных фасадах зданий крупногабаритные рекламные конструкции, закрывающие значительную часть фасада здания и искажающие тем самым целостность восприятия архитектуры;

- устанавливать и эксплуатировать рекламные конструкции, являющиеся источниками шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных и иных излучений и полей, вблизи жилых помещений;

- устанавливать и эксплуатировать рекламные конструкции на цветниках и тротуарах, если после их установки ширина прохода для пешеходов составит менее 2 метров.

Приложение  
к типам и видам рекламных  
конструкций, допустимым и  
недопустимым к установке  
на территории соответствующего  
муниципального образования  
Ярославской области или части его  
территории, в том числе требованиям  
к таким рекламным конструкциям  
с учетом необходимости сохранения  
внешнего архитектурного облика  
сложившейся застройки поселений или  
городских округов

**ВИЗУАЛИЗАЦИЯ**  
**типов и видов рекламных конструкций,**  
**допустимых к установке на территории Ярославской области**

Рисунок 1. Типовая отдельно стоящая щитовая рекламная установка сверхбольшого формата

Несущий элемент — опорная стойка:

- выполнена из профильной трубы круглого, квадратного или составного сечения;
- высота — от 5,5 м;
- цвет серый

Подсвет рекламной конструкции. Рекламная конструкция может иметь внешний или внутренний подсвет. Внешний подсвет выполняется точечными светильниками, закрепленными на верхнем либо нижнем торце каркаса информационного поля

Сечения опорных элементов рекламной конструкции



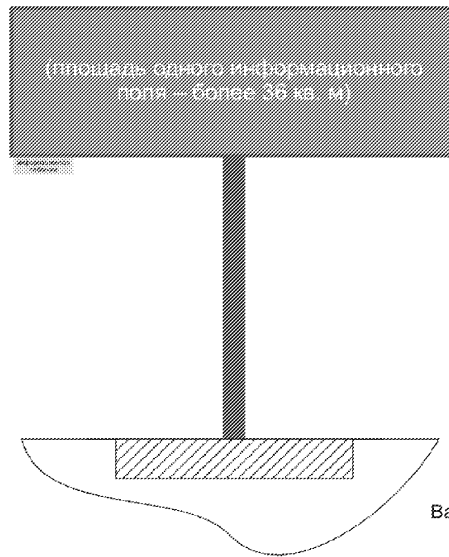
квадратное



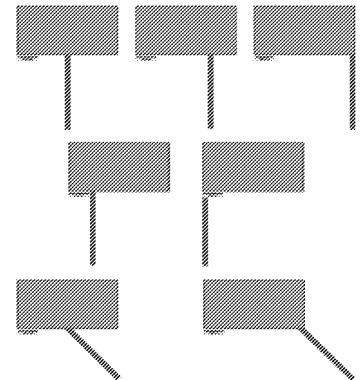
круговое



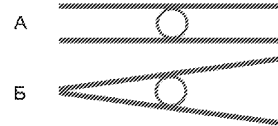
составное



Варианты расположения опорной стойки



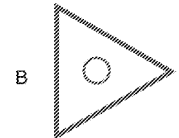
Варианты размещения рекламной поверхности



А



Б



В

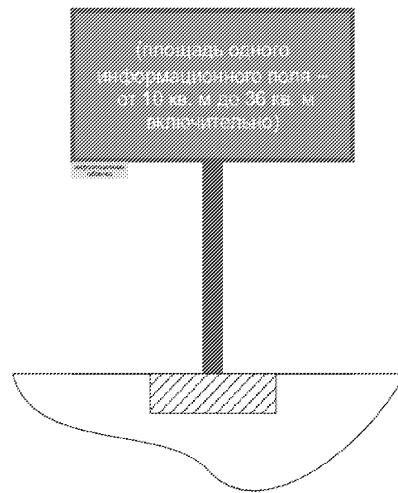


Рисунок 2. Типовая отдельно стоящая щитовая рекламная установка большого формата

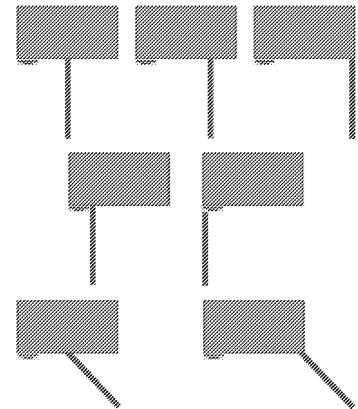
Несущий элемент — опорная стойка:

- выполнена из профильной трубы круглого, квадратного или составного сечения;
- высота — от 4,5 м;
- цвет серый

Подсвет рекламной конструкции.  
Рекламная конструкция может иметь внешний или внутренний подсвет



Варианты расположения опорной стойки



Сечения опорных элементов рекламной конструкции



квадратное



круглое



составное

Варианты размещения рекламной поверхности

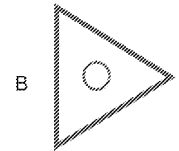
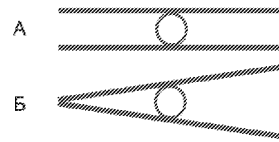






Рисунок 3. Типовая отдельно стоящая щитовая рекламная установка среднего формата

Несущий элемент – опорная стойка:

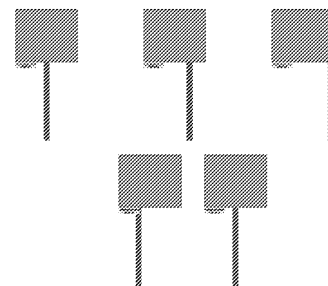
- выполнена из профильной трубы круглого, квадратного или составного сечения. Материал: металл, пластик или другой безопасный материал.
- Возможна облицовка опоры;
- высота – от 3 м;
- цвет облицовки – металллик темно-серого цвета или металллик бронзового цвета

Подсвет рекламной конструкции:

- рекламная конструкция может иметь внутренний подсвет;
- подводка электрического кабеля осуществляется подземным способом.



Варианты расположения опорной стойки



Сечения опорных элементов рекламной конструкции



квадратное



круглое



составное

Варианты размещения рекламной поверхности





Рисунок 4. Типовая отдельно стоящая щитовая установка малого формата

Основные характеристики рекламной конструкции:

- верхний край каркаса рекламной конструкции должен располагаться на высоте не более 3,0 м от поверхности земли;
- облицовка конструкции может быть выполнена из различных безопасных материалов (металл, пластик, каленое стекло и другие материалы);
- цвет облицовки и опорной стойки — металл темного-серого цвета или металл бронзового цвета

Возможные технологии смены изображений:

- призматрон;
- скроллер

Подсвет рекламной конструкции:

- рекламная конструкция может иметь внутренний подсвет;
- подводка электрического кабеля осуществляется подземным способом

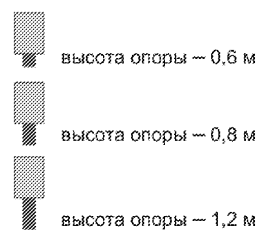
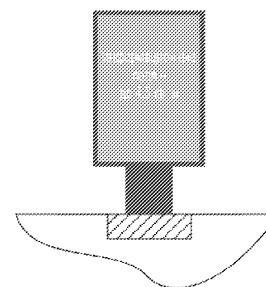


Рисунок 5. Рекламные тумбы

Возможные типы информационных полей:

- площадь информационного поля — 3 м x 1,4 м;
- щитовая поверхность;
- проекционная поверхность

Подсвет рекламной конструкции:

- рекламная конструкция может иметь внутренний подсвет;
- подводка электрического кабеля осуществляется подземным способом

Варианты исполнения,  
вид сверху

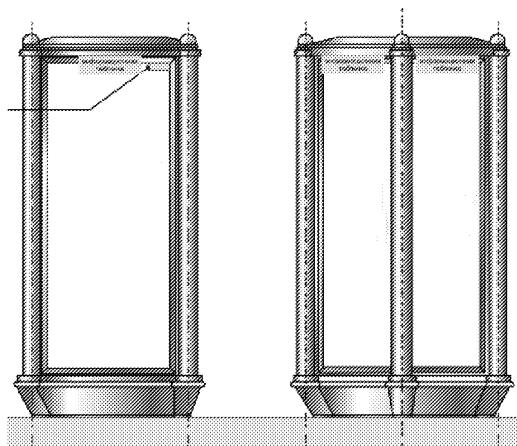
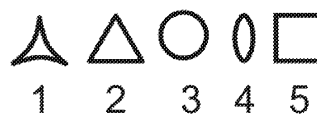
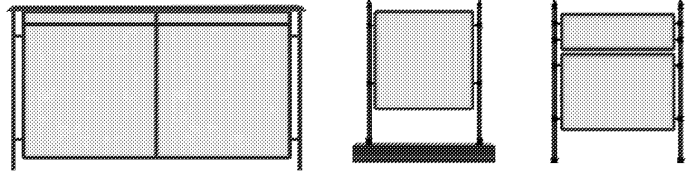


Рисунок 6. Афишные конструкции

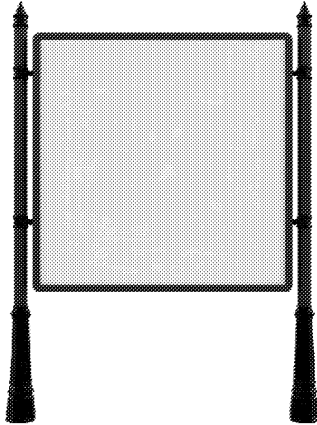
Технология замены изображения:  
 - размещение бумажного постера;  
 - самоклеющаяся пленка

Подсветка рекламной конструкции.  
 Рекламная конструкция имеет  
 возможность оснащения внутренним  
 подсветом

Варианты исполнения



Афишные стенды



Афишные тумбы

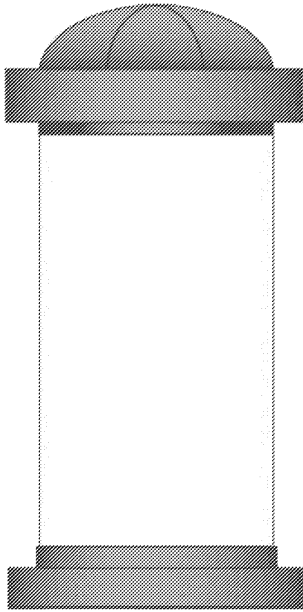
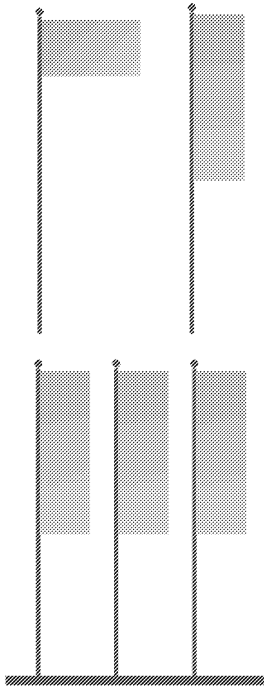


Рисунок 7. Флаговая конструкция



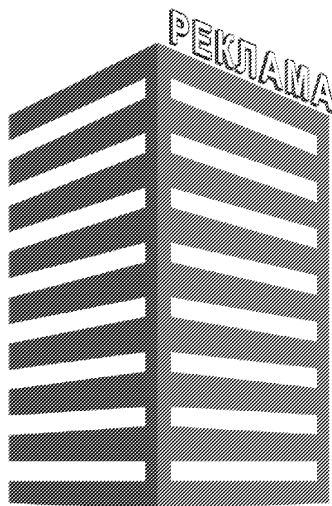
Конструкция, состоящая из флагштока и флагового полотнища.  
Флаговые конструкции могут состоять из одного или из нескольких полотнищ



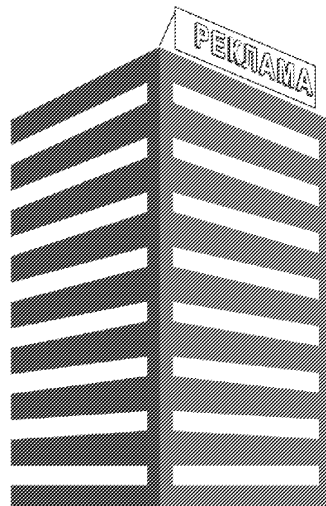


Рисунок 8. Крышные установки

объемные буквы



щитовые установки



световые короба

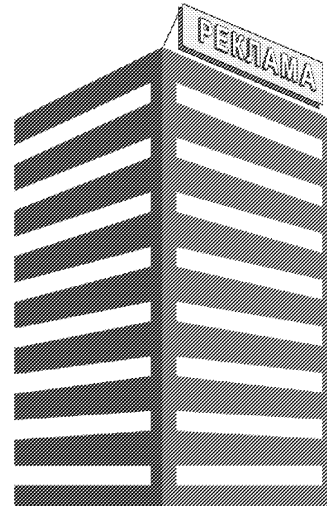




Рисунок 9. Меднафасады

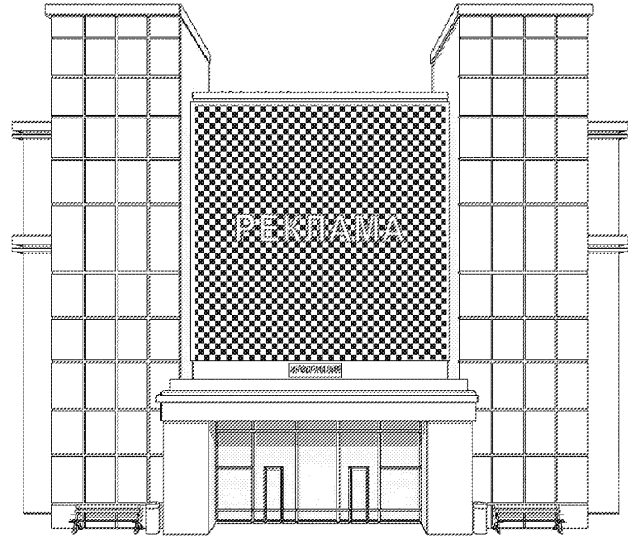
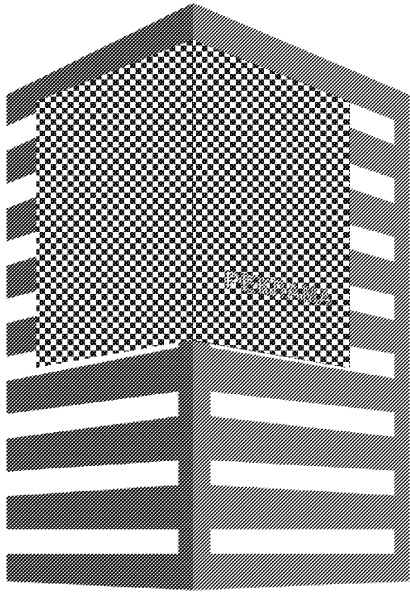




Рисунок 10. Настенные панно

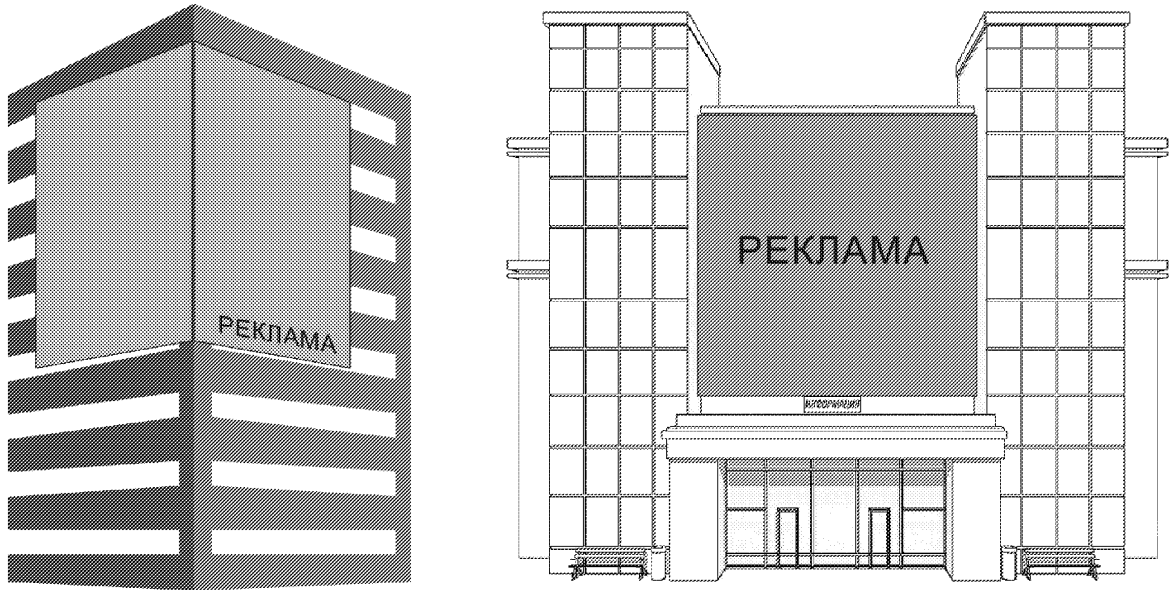
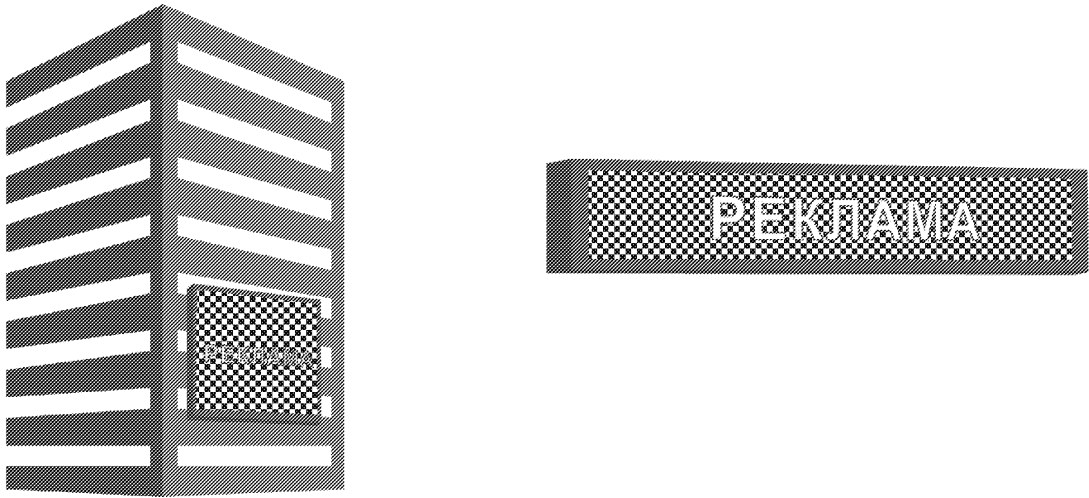




Рисунок 11. Электронные экраны и электронные табло



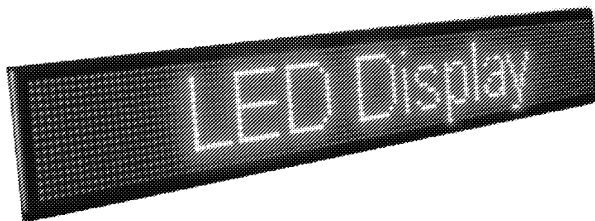
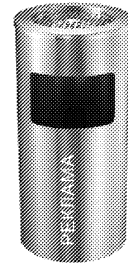
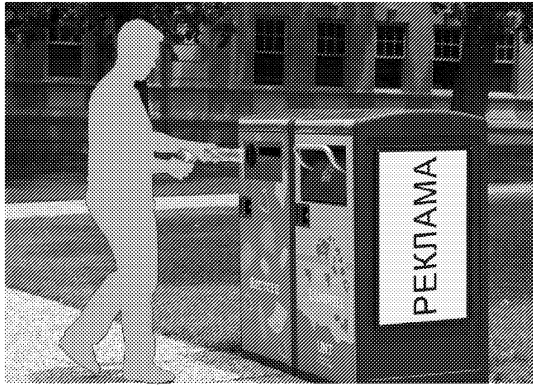
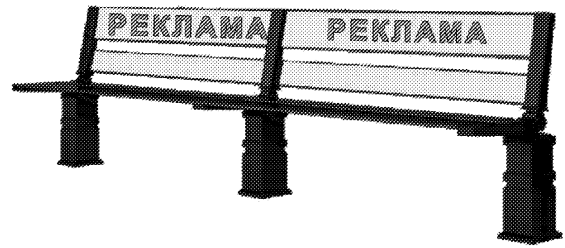
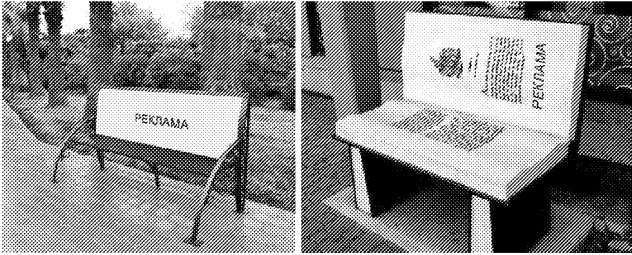


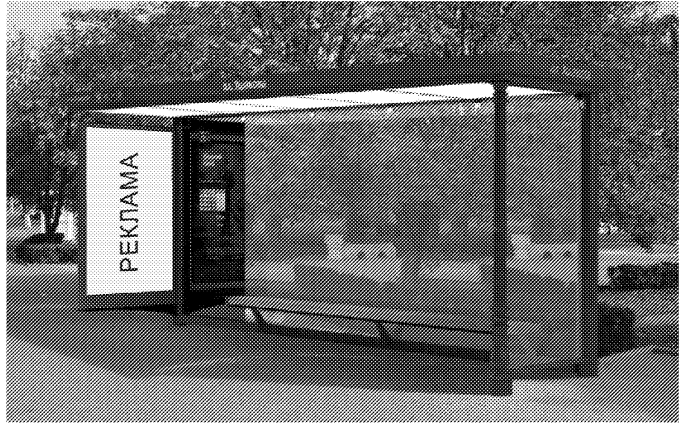


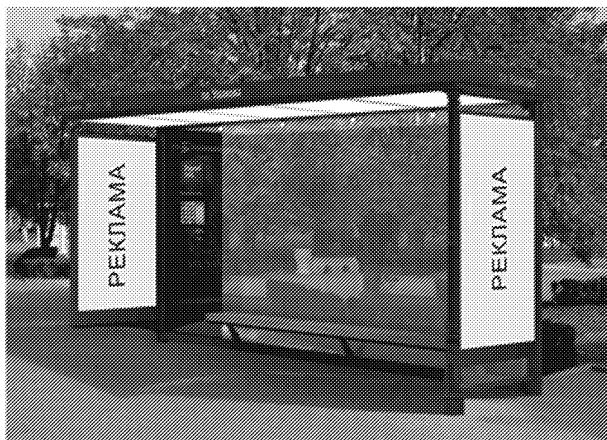
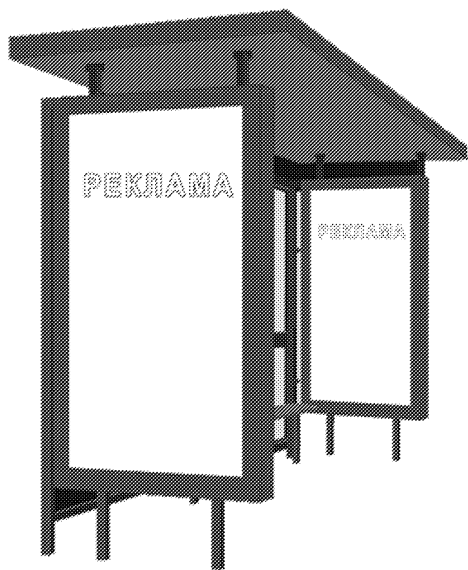
Рисунок 12. Рекламные конструкции на объектах благоустройства города

Рекламные конструкции, совмещенные с элементами уличной мебели, в том числе урнами, скамейками и так далее

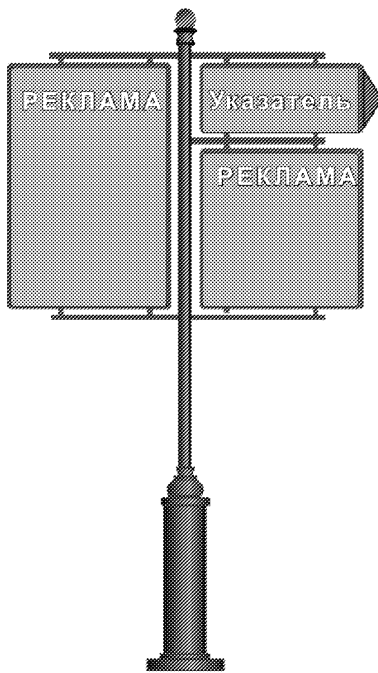


Остановочный навес с рекламой.





Указатель с рекламным модулем



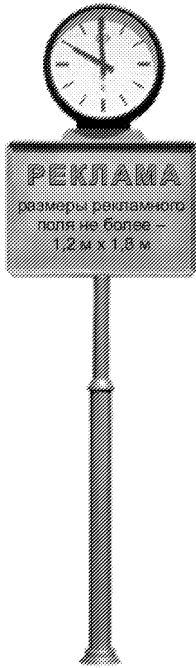
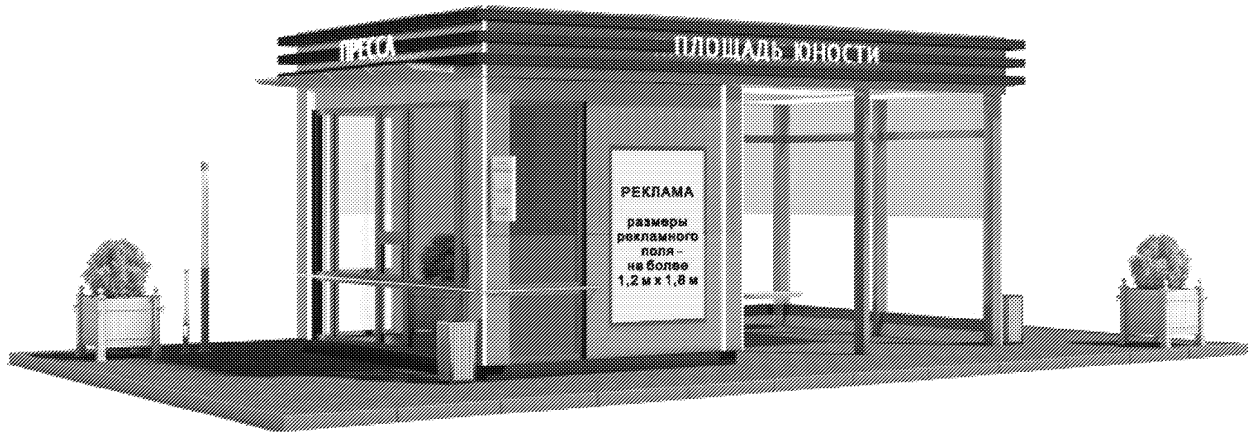
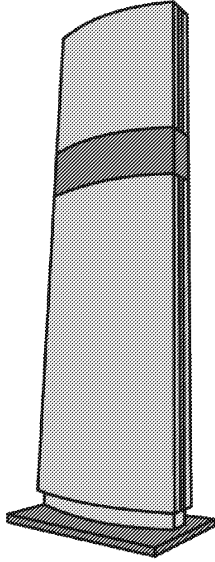


Рисунок 13. Рекламная конструкция на нестационарном торговом объекте

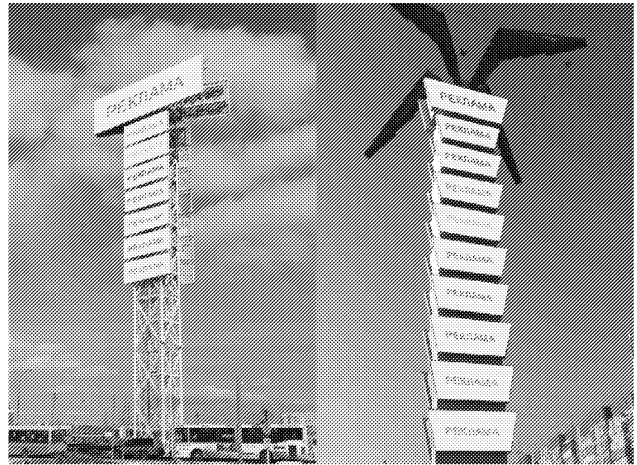
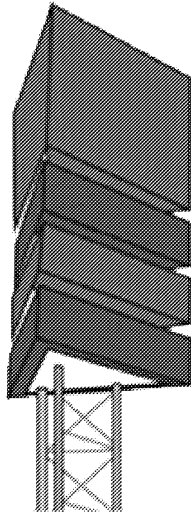
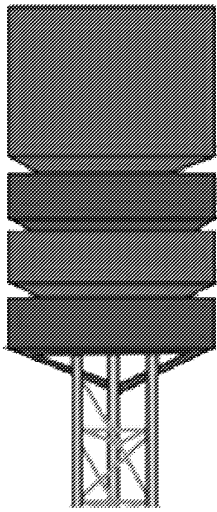


## Рисунок 14. Уникальные рекламные конструкции

Стелы



## Рекламные конструкции индивидуальной конфигурации





Объемные 3D-фигуры

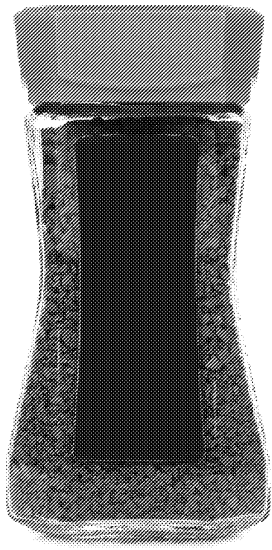


Рисунок 15. Проекционные установки

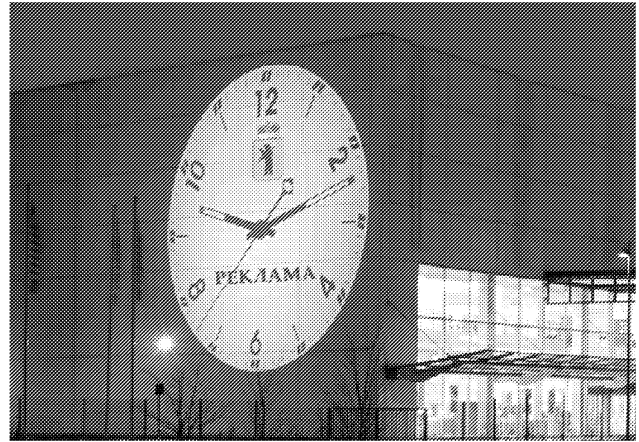
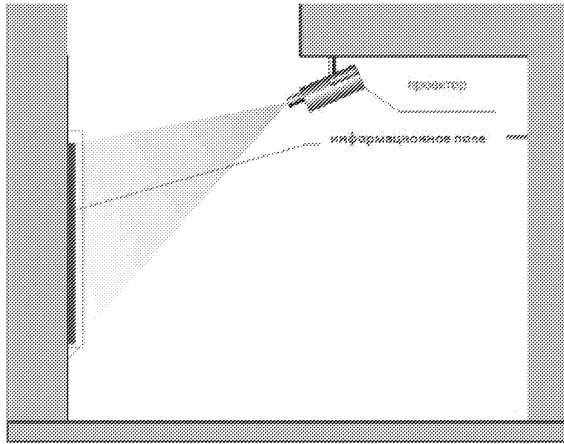


Рисунок 16. Рекламные маркизы

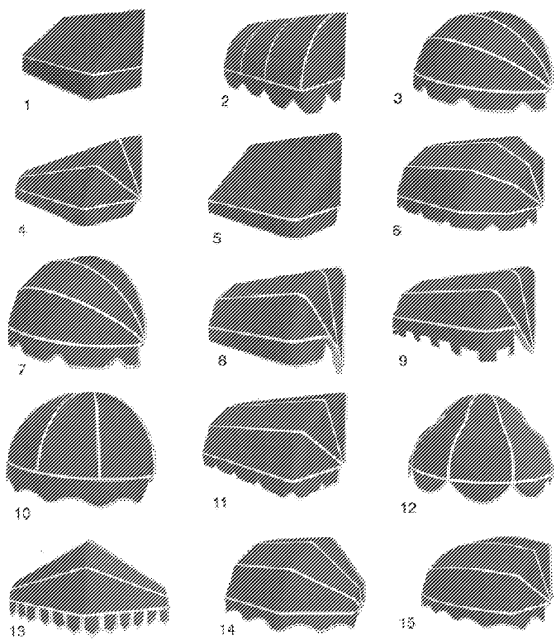
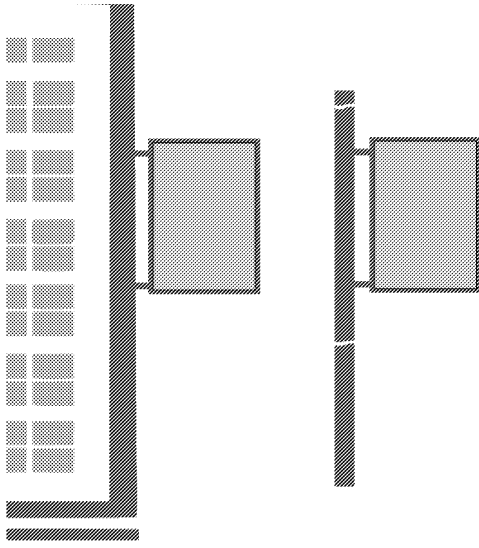


Рисунок 17. Панели-кронштейны



Основные характеристики консольной конструкции на опоре:

- нижний край каркаса рекламной конструкции должен располагаться на высоте не менее 3,0 м от поверхности земли;
- облицовка конструкции может быть выполнена из различных безопасных материалов (металл, пластик, каленое стекло и другие материалы);
- цвет облицовки и опорной стойки – металллик темно-серого или металллик бронзового цвета.

Возможные технологии смены изображений:

- призматрон;
- скроллер

Подсвет рекламной конструкции:

- рекламная конструкция может иметь внутренний подсвет;
- подаodka электрического кабеля осуществляется подземным способом

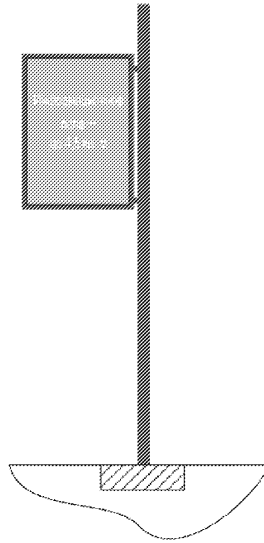


Рисунок 18. Настенные таблички у входа в подьезды жилых зданий

