



АДМИНИСТРАЦИЯ УРЖУМСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА  
ПОСТАНОВЛЕНИЕ

28.12.2016

№ 246

г. Уржум, Кировской области

**Об утверждении Схемы размещения рекламных конструкций на территории Уржумского муниципального района Кировской области**

В соответствии с постановлением Правительства Кировской области от 28.11.2012 № 183/718 «О размещении наружной рекламы на земельных участках и объектах недвижимого имущества, находящегося в собственности Кировской области», руководствуясь статьей 41 Устава муниципального образования Уржумский муниципальный район Кировской области администрация Уржумского муниципального района ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить Схему размещения рекламных конструкций на территории Уржумского муниципального района Кировской области согласно приложению.

2. Настоящее постановление вступает в силу с момента его опубликования в информационном бюллетеню

Глава администрации  
Уржумского муниципального района И.В. Страбыкин



УТВЕРЖДЕНА

постановлением администрации  
Уржумского муниципального района  
от 28.12.2015 № 846

**СХЕМА  
размещения рекламных конструкций на территории Уржумского  
муниципального района Кировской области**

Схема размещения рекламных конструкций на территории Уржумского муниципального района Кировской области (далее - Схема) регулирует отношения, возникающие при распространении наружной рекламы с использованием щитов, стендов, электронных табло и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее – рекламные конструкции), эксплуатации, техническом обслуживании, модернизации и оценке соответствия размещения рекламных конструкций. Настоящая Схема устанавливает необходимые требования по обеспечению благоприятной визуально-рекламной городской среды для граждан, имущества физических или юридических лиц, государственного или муниципального имущества при размещении, эксплуатации и утилизации рекламных конструкций на территории Уржумского муниципального района. Определяет соответствие размещения наружной рекламы архитектурному облику сложившейся застройки.

Схема устанавливает:

- требования к размещению вновь устанавливаемых рекламных конструкций на территории города;
- требования к дизайну, колористике, подсветке рекламных конструкций;
- зонирование территории города, определяющее возможность размещения рекламных конструкций в городе;
- размещение рекламных конструкций по улицам города;
- ограничения по размещению рекламных конструкций.

**1. Сфера применения Схемы**

1.1. Настоящая Схема регулирует отношения, возникающие при распространении наружной рекламы с использованием щитов, стендов, электронных табло и иных технических средств стабильного

территориального размещения, эксплуатации, техническом обслуживании, модернизации и оценке соответствия размещения рекламных конструкций.

1.2. Настоящая Схема распространяется на рекламные конструкции, расположенные на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений и сооружений или вне их.

1.3. Настоящая Схема устанавливает обязательные для применения и исполнения требования к объектам и субъектам визуально-рекламного регулирования, указанным в настоящей Схеме.

1.4. Содержащиеся в настоящей Схеме обязательные требования к объектам и субъектам визуально-рекламного регулирования являются исчерпывающими, имеют прямое действие на всей территории города Уржума и могут быть изменены только путем внесения изменений и дополнений в настоящую Схему.

1.5. Настоящая Схема основана на принципах:

1.5.1 унификации дизайна и мест стабильного размещения рекламных конструкций;

1.5.2 комплексного размещения рекламных конструкций в городской среде;

1.5.3 сохранения и обогащения архитектурного облика города.

2. Объекты и субъекты визуально-рекламного регулирования.

2.1. Объектами визуально-рекламного регулирования настоящей Схемы являются рекламные конструкции вне зависимости от страны изготовления, процессы размещения, монтажа, эксплуатации и модернизации рекламных конструкций, а также процессы оценки рекламных конструкций.

2.2. Субъектами визуально-рекламного регулирования настоящей Схемы являются органы местного самоуправления, уполномоченные органы и лица, участвующие в процессах размещения и утилизации рекламных конструкций, а также в процессах оценки состояния рекламных конструкций.

3. Виды рекламных конструкций

3.1. По месту расположения рекламные конструкции подразделяются на следующие типы:

3.1.1 отдельно стоящие рекламные конструкции - стационарные наземные рекламные конструкции на собственных опорах;

3.1.2 рекламные конструкции, располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений и сооружений.

3.2. По площади рекламного поля отдельно стоящие рекламные конструкции подразделяются на следующие категории:

3.2.1 малогабаритные рекламные конструкции с площадью одного рекламного поля (стороны) менее 6 кв. м;

3.2.2 крупногабаритные рекламные конструкции с площадью одного рекламного поля (стороны) от 6 кв. м до 18 кв. м включительно;

3.3. По высоте размещения рекламного поля отдельно стоящие рекламные конструкции подразделяются на следующие категории:

3.3.1 рекламные конструкции малой высоты - верхний край рекламного поля расположен на высоте не более 4,5 м от поверхности размещения;

3.3.2 рекламные конструкции нормальной высоты - верхний край рекламного поля расположен на высоте от 4,5 до 7 м от поверхности размещения;

3.4. Под элементами уличной мебели, совмещенными с рекламными конструкциями, понимаются уличные скамьи (лавочки), урны для мусора, уличные часы, терминалы, элементы ограждения пешеходного движения, оснащенные рекламными панелями площадью не более 2,5 кв. м, при условии, что площадь рекламного поля (стороны) не превышает двух третей площади всего информационного поля (стороны) элемента уличной мебели (в случае наличия на элементе уличной мебели одновременно с рекламным полем (стороной) также поля (стороны) для размещения иной информации).

3.5. Под рекламными конструкциями индивидуальных проектов понимаются отдельно стоящие рекламные конструкции, одновременно отвечающие следующим требованиям:

3.5.1 рекламная конструкция имеет формат, отличный от форматов, перечисленных в пунктах Схемы;

3.5.2 рекламные конструкции, установленные в непосредственной близости от предприятия и связанные с ним единым архитектурно-пространственным решением.

4. Требования к размещению вновь устанавливаемых отдельно стоящих рекламных конструкций на территории города Уржума путем внесения изменения в Схему.

4.1. Унификация видов рекламных конструкций, мест и приемов их размещения с учетом характерных типов средовых ситуаций (угол, перекресток, квартал, магистраль, транспортная развязка и т.п.).

4.2. Упорядоченное размещение рекламных конструкций относительно основных архитектурно-планировочных элементов и относительно друг друга.

4.3. Координация рекламных плоскостей рекламных конструкций в соответствии с планировочными осями.

4.4. Рациональная группировка и рассредоточение рекламных конструкций на основе пространственного ритма, принципа парности, единства вида, соподчиненности рекламоносителей различных видов и форматов.

4.5. На одной улице (площади) устанавливаются рекламные конструкции, сохраняющие между собой стилистическое единство.

4.6. Минимальные расстояния между отдельно стоящими рекламными конструкциями, расположенными в одном направлении (на одной стороне проезда, улицы, магистрали, одном разделительном газоне) и предназначенными для обзора с одного направления, не могут быть менее чем:

4.6.1 для рекламных конструкций особо крупного формата малой/нормальной/увеличенной высоты - 100/150/200 метров;

4.6.2 для рекламных конструкций среднего и крупногабаритного формата малой/нормальной/увеличенной высоты - 80/100/150 метров;

4.6.3 для рекламных конструкций малогабаритного формата малой/нормальной/увеличенной высоты - 30/40/50 метров.

4.7. Расстояние между двумя рекламными конструкциями разного формата в одном направлении движения не может быть менее расстояния, предусмотренного для рекламной конструкции меньшего формата.

4.8. Рекламные конструкции, размещаемые на конструктивных элементах зданий и сооружений, не могут нарушать архитектурный и художественный облик здания, сооружения, создавать помехи для очистки кровель от снега и льда.

Во избежание искажения целостности восприятия архитектуры зданий запрещается установка и эксплуатация на главных фасадах зданий крупноформатных щитовых и баннерных рекламных конструкций рекламы и информации, закрывающих значительную часть фасада здания, остекление витрин и окон, архитектурные детали и декоративное оформление.

4.9. Перед фасадом крупных торговых центров могут быть установлены рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам, уличная мебель с информацией об арендаторах или услугах торгового центра, улучшающие благоустройство прилегающих территорий, при соблюдении следующих условий:

4.9.1 число арендаторов превышает возможность размещения вывесок на фасаде здания;

4.9.2 на памятниках культуры, истории, архитектуры запрещено размещать более одной вывески.

5. Требования к дизайну, колористике, подсветке.

5.1. При размещении рекламных конструкций учитывается архитектурная среда города. Рекламные конструкции, а также рекламные и информационные изображения, размещаемые на них, соответствуют контексту градостроительной ситуации, улучшая визуальный образ, подчеркивая индивидуальность сложившейся застройки. Основные критерии, по которым обеспечивается наиболее полное соответствие:

колористика - для оформления рекламных конструкций используются цвета, сочетающиеся с окружающим фоном;

стилистика окружающей среды - при проектировании рекламных конструкций учитывается пластика архитектуры, ее исторические особенности;

пропорции и масштаб - размеры рекламных конструкций и элементов изображений соответствуют размерам окружающих объектов, учитывают особенности их архитектуры;

структура - при размещении рекламных конструкций учитывается существующая в архитектурной среде структура, периодичность с целью формирования целостного восприятия городского пространства.

5.2. Дизайн наземных рекламных конструкций согласовывается с управлением по вопросам жизнеобеспечения администрации Уржумского муниципального района главным специалистом, главным архитектором по вопросам жизнеобеспечения администрации Уржумского муниципального района.

5.3. Цветовое решение наземных рекламных конструкций должно отвечать сложившейся колористике городской среды в городе Уржуме:

5.3.1 гармонировать с архитектурно-пространственным окружением и другими элементами благоустройства и оборудования, улучшая городскую среду;

5.3.2 иметь нейтральный унифицированный характер на основе ограниченного числа колеров, согласованных с управлением архитектуры, строительства и земельных ресурсов совместно с художественным Советом.

5.4. В целях наиболее корректного включения рекламных конструкций, поддерживающих колористику городской среды г. Уржума, рекомендуется:

5.4.1 использование более светлых нейтральных тонов окраски для рекламных конструкций, расположенных в крупных открытых пространствах, на фоне водных панорам и т.п.;

5.4.2 использование более темных нейтральных тонов окраски для рекламных конструкций, расположенных в условиях плотной городской застройки, вблизи садово-парковых объектов, на фоне зеленых насаждений.

5.5. Основными цветами рекомендуются:

5.5.1 для малогабаритных рекламных конструкций, устанавливаемых - графит, серый;

5.5.2 для крупногабаритных рекламных конструкций - серый, светло-серый.

5.6. В границах перекрестка, квартала, локальной архитектурно-планировочной ситуации цветовое решение наземных рекламных конструкций должно иметь единый упорядоченный характер.

5.7. Для малогабаритных рекламных конструкций рекомендуется предусмотреть внутреннюю подсветку рекламного поля.

Для крупногабаритных рекламных конструкций рекомендуется предусмотреть систему наружной или внутренней подсветки рекламного поля.

Подсветка должна обеспечивать равномерную освещенность рекламного поля, читаемость информации, комплексное световое решение городской среды в вечернее и ночное время.

5.8. Подсветка наземных рекламных конструкций должна быть согласована с решением художественной подсветки фасадов отдельных зданий, улиц, площадей, сооружений, объектов монументально-декоративного искусства, ландшафтных объектов, не ухудшать эстетических характеристик и условий целостного визуального восприятия городской среды.

6. Зонирование территории города Уржума, определяющее возможность размещения рекламных конструкций в городе.

6.1. С целью дифференциации подходов к размещению рекламных конструкций рекламы и информации территория города представлена следующими зонами:

#### 1. ЗОНА ОСОБОГО ГОРОДСКОГО ЗНАЧЕНИЯ

К этой зоне относятся территория исторического центра города, территории, прилегающие к памятникам архитектуры и культуры, монументам, культовым сооружениям и территория архитектурных ансамблей.

Точкой отсчета Зоны считается перекресток улиц Гоголя и Рокина, далее по ул. Рокина, далее ул. Советская, далее ул. Революционная, далее ул. Гоголя до перекрестка с ул. Рокина. Размещаются малые конструкции (0,8 x 1,2; 1,2 x 1,8; 2,4 x 1,8), уличная мебель, индивидуальные проекты.

#### II. ЗОНА ЖИЛОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЗАСТРОЙКИ

Вся остальная территория города. Зона II включает в себя все территории, не вошедшие в I зону.

В этой зоне целесообразно использовать не только крупноформатные рекламные конструкции, но и использовать пространство для установки рекламных конструкций по индивидуальным проектам для формирования благоприятного внешнего облика города.

Размещаются конструкции (0,8 x 1,2; 1,2 x 1,8; 2,4 x 1,8; 3,0 x 1,4; 3,0 x 1,8; 3,6 x 2,6; 6 x 3), уличная мебель, индивидуальные проекты.

### III. РЕКРЕАЦИОННАЯ ЗОНА ГОРОДА

К этой зоне относятся природные территории - места отдыха и досуга горожан (парки, скверы, пляжи, прибрежные зоны, памятники археологии и т.п.). В городских рекреационных зонах реклама запрещена вообще. Исключение составляют лишь уличная мебель. Не допускается размещение рекламных конструкций на стационарных оградах архитектурных ансамблей, парков, скверов. Не допускается уничтожение или повреждение зеленых насаждений на территории, прилегающей к месту установки рекламной конструкции.

#### 6.2. Особенности определения границ зон.

Границы зон для магистралей, дорог и улиц проходят по фасадам и торцам зданий и сооружений первой линии застройки. При стыке двух зон граница проходит по фасадам и торцам зданий и сооружений первой линии застройки, при этом вся улица, включая проезжую часть, тротуары, газоны и другие элементы благоустройства, проходящая на границе двух зон, относится к более приоритетной из соседствующих зон.

#### 6.3. Приоритетность зон (в порядке убывания):

6.3.1 рекреационные зоны;

6.3.2 зона особого городского значения;

6.3.3 зона жилой и производственной застройки.

#### 7. Ограничения по размещению рекламных конструкций.

7.1. На территории Зоны Особого городского значения:

7.1.1 не предусматривается использование крупноформатных рекламных конструкций;

7.1.2 не допускается установка штендеров на тротуарах.

7.2. Не допускается размещение рекламных конструкций (всех видов) на зданиях, представляющих архитектурную и (или) историческую ценность, перечень которых определяется в соответствии с действующими нормативными правовыми актами.

7.3. По улице в пределах одного и более кварталов рекламные конструкции устанавливаются одного типоразмерного ряда, по одной оси. В случае невозможности установки по одной оси конструкция заменяется на меньший формат.



В пределах одной улицы по разные стороны проезжей части рекламные конструкции устанавливаются в шахматном порядке.

7.4. Не допускается размещать средства наружной рекламы ближе 100 м:

7.4.1 от храмовых сооружений;

7.4.2 от учреждений культуры, образования;

7.4.3 от мест общегородских захоронений;

7.4.4 от мемориальных комплексов и объектов;

7.4.5 от объектов культурного наследия федерального, областного и муниципального значения.

#### 8. Заключение

Настоящая Схема разработана в соответствии с необходимыми требованиями по обеспечению благоприятной визуально-рекламной городской среды для граждан, определяет соответствие размещения наружной рекламы архитектурному облику сложившейся застройки, соответствует ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения». Данная Схема разработана на основании генерального плана Уржумского городского поселения, утвержденного Решением Уржумской городской Думы от 20.01.2010 № 67/708 и при определении мест размещения рекламных конструкций обеспечено соблюдение градостроительных норм, правил, требований безопасности.

---

Павлов А.Н.