



ВОЛГОГРАДСКАЯ ГОРОДСКАЯ ДУМА

РЕШЕНИЕ

400066, Волгоград, ул. Советская, д. 9

тел. (8442) 38-08-89, факс (8442) 55-17-13

E-mail: gs_kanc@volgsovet.ru

от _____ № _____

Об утверждении Правил распространения наружной рекламы и рекламы на муниципальном транспорте на территории городского округа город-герой Волгоград

В целях регулирования отношений по вопросам установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Волгограда и размещения рекламы на муниципальном транспорте Волгограда, в соответствии с Федеральными законами от 06 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (в редакции на 29.06.2015), от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (в редакции на 08.03.2015), от 08 ноября 2007 г. № 257-ФЗ «Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (в редакции на 13.07.2015), от 25 октября 2001 г. № 137-ФЗ «О введении в действие Земельного кодекса Российской Федерации» (в редакции на 08.06.2015), от 07 июня 2013 г. № 108-ФЗ «О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (в редакции на 08.06.2015), Правилами благоустройства территории городского округа Волгоград, утвержденными решением Волгоградской городской Думы, решением Волгоградской городской Думы от 23.09.2015 № 33/1043 «Об утверждении Концепции развития наружной рекламы на территории городского округа город-герой Волгоград на 2016-2026 годы», руководствуясь статьями 5, 7, 24, 26 Устава города-героя Волгограда, Волгоградская городская Дума

РЕШИЛА:

1. Утвердить Правила распространения наружной рекламы и рекламы на муниципальном транспорте на территории городского округа город-герой Волгоград (прилагаются).

2. Признать утратившими силу решения Волгоградской городской Думы:

от 06.03.2013 № 73/2206 «Об утверждении Правил распространения наружной рекламы, рекламы на муниципальном транспорте и размещения объектов городской наружной информации на территории Волгограда»;

от 19.11.2014 № 21/676 «О внесении изменений в Правила распространения наружной рекламы, рекламы на муниципальном транспорте и размещения объектов городской наружной информации на территории Волгограда, утвержденные решением Волгоградской городской Думы от 06.03.2013 № 73/2206 «Об утверждении Правил распространения наружной рекламы, рекламы на муниципальном транспорте и размещения объектов городской наружной информации на территории Волгограда»;

от 15.07.2015 № 32/1003 «О внесении изменений в Правила распространения наружной рекламы, рекламы на муниципальном транспорте и размещения объектов городской наружной информации на территории Волгограда, утвержденные решением Волгоградской городской Думы от 06.03.2013 № 73/2206 «Об утверждении Правил распространения наружной рекламы, рекламы на муниципальном транспорте и размещения объектов городской наружной информации на территории Волгограда».

3. Администрации Волгограда:

3.1. Привести муниципальные правовые акты Волгограда в соответствие с настоящим решением.

3.2. В срок до 01.01.2016 разработать и направить на предварительное согласование в АНО «Организационный комитет Россия-2018/2022» план по выполнению требований Соглашения с принимающим городом, заключенного между Международной федерацией футбола (ФИФА), АНО «Организационный комитет «Россия 2018/2022» и администрацией Волгограда к наружной рекламе на территории Волгограда на период проведения мероприятий по подготовке и проведению чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года в Волгограде.

3.3. Опубликовать настоящее решение в официальных средствах массовой информации в установленном порядке.

4. Настоящее решение вступает в силу со дня его официального опубликования.

5. Контроль за исполнением настоящего решения возложить на В.В. Колесникова – первого заместителя главы Волгограда.

Глава Волгограда

А.В. Косолапов

Утверждены
решением Волгоградской
городской Думы
от _____ № _____

Правила
распространения наружной рекламы и рекламы на муниципальном
транспорте на территории городского округа город-герой Волгоград

1. Общие положения

1.1. Правила распространения наружной рекламы и рекламы на муниципальном транспорте на территории городского округа город-герой Волгоград (далее - Правила) разработаны в соответствии с Федеральными законами от 06 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», от 08 ноября 2007 г. № 257-ФЗ «Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», от 25 октября 2001 г. № 137-ФЗ «О введении в действие Земельного кодекса Российской Федерации», от 07 июня 2013 г. № 108-ФЗ «О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», Правилами благоустройства территории городского округа Волгоград, утвержденными решением Волгоградской городской Думы, решением Волгоградской городской Думы от 23.09.2015 № 33/1043 «Об утверждении Концепции развития наружной рекламы на территории городского округа город-герой Волгоград на 2016-2026 годы», Уставом города-героя Волгограда.

1.2. Настоящие Правила разработаны в целях правового обеспечения единой городской политики в сфере наружной рекламы и размещения рекламы на муниципальном транспорте.

1.3. Настоящие Правила регламентируют общий порядок установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Волгограда, размещения рекламы на муниципальном транспорте Волгограда, компетенцию Волгоградской городской Думы и администрации Волгограда в сфере распространения наружной рекламы, определяют порядок проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в соответствии с законодательством Российской Федерации в муниципальной собственности или в распоряжении городского округа город-герой Волгоград (далее – договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции), договора на размещение рекламы на муниципальном транспорте

Волгограда, договора на размещение рекламы на станциях скоростного трамвая, находящихся в муниципальной собственности Волгограда (далее – договор на размещение рекламы на станциях скоростного трамвая), порядок демонтажа, хранения и уничтожения рекламных конструкций, установленных на территории Волгограда, типы (виды) рекламных конструкций, которые могут устанавливаться и эксплуатироваться на территории Волгограда в соответствии с приложением 1 к настоящим Правилам, зонирование территории Волгограда по типу размещения и объему площадей рекламных конструкций в соответствии с приложением 2 к настоящим Правилам.

1.4. Настоящие Правила обязательны к соблюдению физическими и юридическими лицами, осуществляющими установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Волгограда.

1.5. К компетенции Волгоградской городской Думы в сфере наружной рекламы и размещения рекламы на муниципальном транспорте относятся вопросы:

1.5.1. Принятия муниципальных правовых актов Волгограда, определяющих порядок расчета платы, взимаемой по договорам:

на установку и эксплуатацию рекламных конструкций;

на размещение рекламы на муниципальном транспорте Волгограда;

на размещение рекламы на станциях скоростного трамвая.

1.5.2. Обеспечения контроля за соблюдением настоящих Правил.

1.5.3. Внесения изменений в настоящие Правила.

1.6. К компетенции администрации Волгограда в сфере наружной рекламы и размещения рекламы на муниципальном транспорте относятся вопросы:

1.6.1. Утверждения в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе, постановлением Правительства Волгоградской области от 27 декабря 2013 г. № 793-п «Об утверждении Порядка предварительного согласования схем размещения рекламных конструкций и вносимых в них изменений» схемы размещения рекламных конструкций в Волгограде и вносимых в нее изменений.

1.6.2. Установления конкретных сроков заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы при установке и эксплуатации рекламных конструкций.

1.7. Уполномоченным лицом в сфере распространения наружной рекламы на территории Волгограда является комитет по рекламе администрации Волгограда, к компетенции которого относятся вопросы:

1.7.1. Выдачи и аннулирования разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в Волгограде, выдачи предписаний о демонтаже самовольно установленных рекламных конструкций.

1.7.2. Проведения аукционов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций и определения размера начальной (минимальной) цены за право заключения соответствующих договоров.

1.7.3. Проведения аукционов на право заключения договоров на размещение рекламы на муниципальном транспорте Волгограда и определения размера начальной (минимальной) цены за право заключения соответствующих договоров.

1.7.4. Проведения аукционов на право заключения договоров на размещение рекламы на станциях скоростного трамвая и определения размера начальной (минимальной) цены за право заключения соответствующих договоров.

1.7.5. Заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

1.7.6. Обеспечения реализации единой городской политики в сфере наружной, в том числе социальной рекламы.

1.7.7. Принятия мер, направленных на демонтаж рекламных конструкций, установленных с нарушением правил, закрепленных законодательством Российской Федерации о рекламе и муниципальными правовыми актами Волгограда, в порядке, предусмотренным настоящими Правилами.

1.7.8. Принятия мер, направленных на привлечение к предусмотренной действующим законодательством ответственности лиц, виновных в установке рекламных конструкций с нарушением правил, закрепленных законодательством Российской Федерации о рекламе и муниципальными правовыми актами Волгограда.

1.7.9. Участия в межрегиональных и международных мероприятиях по вопросам рекламы.

1.8. Для целей настоящих Правил и иных муниципальных правовых актов Волгограда, регламентирующих отношения в сфере наружной рекламы применяются следующие основные понятия:

1) временные рекламные конструкции - рекламные конструкции, срок размещения которых обусловлен их функциональным назначением и местом установки (строительные сетки, ограждения строительных площадок, мест торговли и иных подобных мест, другие аналогичные технические средства) и составляет не более чем двенадцать месяцев;

2) договор на размещение рекламы на муниципальном транспорте - заключенное по результатам торгов в письменной форме соглашение между рекламодателем (рекламодателем) и собственником транспортного средства или уполномоченным им лицом либо лицом, обладающим иным вещным правом на транспортное средство, дающее право размещать рекламу на муниципальном транспорте Волгограда;

3) договор на размещение рекламы на станциях скоростного трамвая - заключенное по результатам торгов в письменной форме соглашение между

рекламораспространителем (рекламодателем) и собственником станций скоростного трамвая или уполномоченным им лицом либо лицом, обладающим вещным правом на соответствующее имущество, дающее право размещать рекламу на станциях скоростного трамвая;

4) договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции - заключенное в письменной форме соглашение между владельцем рекламной конструкции и собственником имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо лицом, уполномоченным собственником имущества, дающее право (при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции) устанавливать (размещать) и эксплуатировать рекламную конструкцию;

5) информационное поле рекламной конструкции (рекламная поверхность) - часть рекламной конструкции, используемая для размещения рекламы, социальной рекламы;

6) место установки рекламной конструкции (рекламное место) - земельный участок, часть внешних стен, крыш и иных конструктивных элементов зданий, строений, сооружений, часть остановочного пункта движения общественного транспорта или часть иного объекта, на котором предполагается установить либо установлена и эксплуатируется рекламная конструкция;

7) незаконная рекламная конструкция - рекламная конструкция, установленная без соответствующего разрешения, полученного ранее в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о рекламе, муниципальными правовыми актами Волгограда (самовольная рекламная конструкция), а равно рекламная конструкция, разрешение на установку и эксплуатацию которой аннулировано или признано недействительным, либо рекламная конструкция, в отношении которой истек срок действия выданного ранее разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и отсутствует действующий договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

8) официальный сайт администрации Волгограда - официальный информационно-справочный сервер Волгограда www.volgadmin.ru;

9) разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции - документ, на основании которого допускается установка и эксплуатация рекламной конструкции на согласованном месте установки рекламной конструкции, выдаваемый администрацией Волгограда в лице комитета по рекламе администрации Волгограда при условии выполнения требований законодательства Российской Федерации о рекламе и муниципальных правовых актов Волгограда в сфере наружной рекламы, в том числе заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

10) рекламные конструкции - технические средства стабильного территориального размещения, монтируемые и располагаемые на внешних

стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, в том числе на земельных участках;

11) светоизлучающая поверхность - информационное поле электронного экрана (табло, дисплея);

12) экспонирующая поверхность - информационное поле рекламной конструкции (объекта городской наружной информации) с автоматической сменой изображения.

Иные специфические понятия и термины муниципальных правовых актов Волгограда, регламентирующих отношения в сфере наружной рекламы и размещения рекламы на муниципальном транспорте используются в значениях, определяемых в соответствующих разделах настоящих Правил и принятых в соответствии с настоящими Правилами муниципальных правовых актов Волгограда.

2. Схема размещения рекламных конструкций на территории Волгограда

2.1. Схема размещения рекламных конструкций на территории Волгограда разрабатывается комитетом по рекламе администрации Волгограда и утверждается постановлением администрации Волгограда на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Волгоградской области или муниципальной собственности на территории Волгограда.

2.2. Схема размещения рекламных конструкций на территории Волгограда является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. Схема должна соответствовать документам территориального планирования, обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности.

2.3. Схема размещения рекламных конструкций на территории Волгограда и вносимые в нее изменения подлежат предварительному согласованию с уполномоченным органом исполнительной власти Волгоградской области в установленном порядке.

2.4. В случае внесения изменения в схему размещения рекламных конструкций на территории Волгограда, в результате которого место размещения ранее установленной рекламной конструкции перестало соответствовать указанной схеме и разрешение на установку и эксплуатацию такой рекламной конструкции было признано недействительным по основанию, предусмотренному действующим законодательством о рекламе, владельцу рекламной конструкции выплачивается компенсация за счет средств местного

бюджета, порядок выплаты которой определяется муниципальным правовым актом администрации Волгограда.

2.5. Схема размещения рекламных конструкций на территории Волгограда и вносимые в нее изменения подлежат опубликованию (обнародованию) в порядке, установленном для официального опубликования муниципальных правовых актов, и размещению на официальном сайте администрации Волгограда в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

2.6. В случае внесения изменения в схему размещения рекламных конструкций на территории Волгограда, в результате которого место размещения ранее установленной рекламной конструкции перестало соответствовать указанной схеме и разрешение на установку и эксплуатацию такой рекламной конструкции было признано недействительным ввиду несоответствия установки рекламной конструкции в данном месте схеме размещения рекламных конструкций на территории Волгограда, владельцу рекламной конструкции выплачивается компенсация за счет средств бюджета Волгограда. Компенсации подлежат обоснованные и подтвержденные затраты на демонтаж рекламной конструкции, понесенные ее владельцем, а также соответствующая часть фактически выплаченных денежных средств согласно условиям проведенных торгов и (или) договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, в отношении которой разрешение признано недействительным. При этом часть компенсации, не связанная с демонтажем, рассчитывается пропорционально количеству дней, на которое сократился срок действия разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Компенсация подлежит выплате рекламораспространителю не позднее девяноста дней с момента внесения изменения в схему размещения рекламных конструкций.

3. Порядок размещения рекламных конструкций на территории Волгограда

3.1. Размещение рекламных конструкций на территории Волгограда производится в соответствии с законодательством Российской Федерации, муниципальными правовыми актами Волгограда, регламентирующими отношения в сфере наружной рекламы, благоустройства города Волгограда.

3.2. Рекламные конструкции, размещаемые на территории Волгограда, не должны ухудшать архитектурный облик города и его визуальное восприятие.

3.3. В целях соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки Волгограда запрещается:

1) устанавливать рекламные конструкции на стационарных ограждениях архитектурных ансамблей, парков, скверов, дворовых территорий, территорий организаций, автостоянок, торговых комплексов, перильных ограждениях, если ограждения выполнены в виде кованых либо сварных решеток, ажурных

конструкций, изготовленных по оригинальным чертежам и (или) возведенным по индивидуальным проектам;

2) устанавливать рекламные конструкции на территориях общего пользования, создающие помехи для уборки улиц и тротуаров, движения пешеходов, если после их установки ширина прохода для пешеходов составит менее 2 м;

3) размещать рекламные конструкции ближе 20 м от мемориальных досок;

4) размещать рекламные конструкции с выступом за боковые пределы фасада и без соблюдения архитектурных членений фасада, в поле оконных и дверных проемов с изменением их конфигурации, на расстоянии более 0,3 м от стены (при размещении параллельно плоскости фасада);

5) размещать рекламные конструкции, закрывающие архитектурно-конструктивные элементы фасада здания, остекление витрин, простенки, балконы, лоджии, эркеры, рельефные и цветные композиции, применяемые в оформлении фасада;

6) размещать рекламные конструкции, создающие помехи для очистки кровель объектов капитального строительства от снега и льда;

7) монтаж рекламных конструкций непосредственно к фасаду здания без каркаса (каркасной рамки), за исключением случаев размещения на территориях объектов производственного назначения рекламных конструкций, состоящих из элементов крепления к стене и информационного поля, выполненного из полиэфирной или иной ткани либо иных материалов на мягкой основе.

3.4. Рекламные конструкции (за исключением временных рекламных конструкций), размещаемые на одной улице, на одном здании, сооружении должны быть декоративно-художественно оформлены в едином для данной улицы, данного здания, сооружения дизайнерском стиле, должны отвечать единому концептуальному и стилевому решению, в том числе в пределах фасадов одного здания допускается использование не более трех основных цветов в сочетании с ахроматическими цветами (белый, различные оттенки серого, черный).

3.5. Размещение рекламных конструкций на территории Волгограда на фасадах объектов капитального строительства с несколькими входными группами (входами) должно осуществляться упорядоченно и комплексно с учетом:

1) сохранения общего архитектурно-художественного, композиционного решения фасадов;

2) единой высоты, толщины рекламных элементов, элементов объекта городской наружной информации;

3) единой горизонтальной оси размещения на всем протяжении фасадов.

3.6. Владелец рекламной конструкции обеспечивает ее содержание в надлежащем состоянии, а также уборку территории в радиусе 5 метров от места установки рекламной конструкции.

3.7. После монтажа (демонтажа) рекламной конструкции рекламораспространитель восстанавливает благоустройство территории в установленные сроки, но не позднее 5 дней с момента соответствующего демонтажа.

3.8. Запрещается производить смену изображений (плакатов) на рекламных конструкциях с заездом автотранспорта на газоны, оставлять на газонах мусор от замены рекламной продукции.

3.9. Запрещается производить обрезку деревьев при установке и эксплуатации рекламных конструкций любого вида на территории Волгограда без согласования с комитетом дорожного хозяйства, благоустройства и охраны окружающей среды администрации Волгограда.

3.10. Размещение рекламных конструкций на территории Волгограда в границах придорожной полосы и полосы отвода автомобильной дороги осуществляется в соответствии с настоящими Правилами с особенностями, установленными законодательством об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности.

3.11. Не допускается размещение рекламных конструкций на объектах культурного наследия, перечень которых определяется в соответствии с действующими нормативными правовыми актами Российской Федерации, Волгоградской области, муниципальными правовыми актами Волгограда, за исключением информации о проведении на объектах культурного наследия, их территориях театрально-зрелищных, культурно-просветительных и зрелищно-развлекательных мероприятий или исключительно информацию об указанных мероприятиях с одновременным упоминанием об определенном лице как о спонсоре конкретного мероприятия при условии, если такому упоминанию отведено не более чем десять процентов рекламной площади (пространства).

3.12. Рекламные конструкции должны быть безопасны, спроектированы, изготовлены, смонтированы и установлены с соблюдением требований технических регламентов и других нормативных актов, содержащих требования для конструкций данного типа (вида), настоящих Правил.

3.13. Фундаменты отдельно стоящих рекламных конструкций не должны выступать над уровнем земли. В исключительных случаях, когда заглубление фундамента невозможно, допускается размещение фундаментов без заглубления при наличии бортового камня или дорожных ограждений. При этом фундаменты должны быть декоративно-художественно оформлены.

3.14. Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т.п.) рекламных конструкций должны быть закрыты декоративными элементами. Рекламные конструкции не должны иметь видимых элементов соединения различных

частей конструкций (торцевые поверхности конструкций, крепления осветительной арматуры, соединения с основанием).

3.15. На опорах линий наружного освещения:

3.15.1. Не допускается размещение рекламных конструкций на опорах линий наружного освещения, расположенных на мостах и путепроводах.

3.15.2. Не допускается размещение на опоре линии наружного освещения более одной рекламной конструкции.

3.15.3. Не допускается размещение рекламы на одной опоре линии наружного освещения, в створе и в одном сечении с дорожными знаками, светофорами и уличными указателями.

3.15.4. Рекламные конструкции должны быть ориентированы в сторону, противоположную проезжей части и установлены на одной высоте и выполнены в едином стиле, по типовому проекту.

3.16. С целью обеспечения безопасности дорожного движения рекламные конструкции не должны:

3.16.1. Размещаться на дорожном знаке, его опоре или на любом другом приспособлении, предназначенном для регулирования движения;

3.16.2. Ухудшать видимость средств регулирования дорожного движения или снижать их эффективность;

3.16.3. Иметь сходство (по внешнему виду, изображению или звуковому эффекту) с техническими средствами организации дорожного движения и специальными сигналами, а также создавать впечатление нахождения на дороге транспортного средства, пешехода, животных или иного объекта;

3.16.4. Иметь яркость элементов изображения при внутреннем и внешнем освещении выше фотометрических характеристик дорожных знаков;

3.16.5. Освещаться в темное время суток на участках дорог, где дорожные знаки не имеют искусственного освещения;

3.16.6. Размещаться в зоне транспортных развязок, пересечений и примыканий автомобильных дорог, железнодорожных переездов и искусственных сооружений ближе расчетного расстояния видимости от них.

3.17. Не допускается повреждение зданий, сооружений при креплении к ним рекламных конструкций, а также снижение их прочности и устойчивости.

3.18. Рекламные конструкции, установленные на крышах зданий и сооружений, должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания.

3.19. Установка рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Волгоградской области или муниципальной собственности Волгограда, допускается на местах, которые предусмотрены схемой размещения рекламных конструкций, утверждаемой постановлением администрации Волгограда.

3.20. Не допускается установка рекламных конструкций, не предусмотренных приложением 1 к настоящим Правилам. Рекламные конструкции с нарушением настоящих Правил, подлежат демонтажу в соответствии с настоящими Правилами, действующим законодательством Российской Федерации.

3.21. Установка и эксплуатация рекламных конструкций на территории Волгограда допускается с учетом зонирования территории городского округа город-герой Волгоград по типу размещения и объему площадей рекламных конструкций согласно приложению 2 к настоящим Правилам при наличии разрешений, выдаваемых в порядке, установленном муниципальным правовым актом Волгограда, на основании договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, заключенных с:

3.21.1. Комитетом по рекламе администрации Волгограда при установке и эксплуатации рекламных конструкций на недвижимом имуществе (в том числе земельных участках), находящемся в соответствии с законодательством Российской Федерации в муниципальной собственности или в распоряжении городского округа город-герой Волгограда, и не закрепленном собственником за другими лицами на праве хозяйственного ведения, оперативного управления или ином вещном праве (далее - вещное право).

3.21.2. Собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором.

3.21.3. Лицом, обладающим вещным правом на недвижимое имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция.

3.21.4. Доверительным управляющим, в случае если недвижимое имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, передано собственником в доверительное управление, при условии, что договор доверительного управления не ограничивает в совершении таких действий с соответствующим имуществом.

3.22. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в соответствии с законодательством Российской Федерации в муниципальной собственности или в распоряжении городского округа город-герой Волгоград (за исключением договора на установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции), договора на размещение рекламы на муниципальном транспорте Волгограда, договора на размещение рекламы на станциях скоростного трамвая осуществляется на основе торгов в форме аукциона.

3.23. Торги на право заключения договоров, указанных в пункте 3.22 настоящих Правил, проводятся администрацией Волгограда в лице комитета по рекламе администрации Волгограда, в форме аукционов в электронной форме.

3.24. Лицо, которому выдано разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, в течение пяти рабочих дней обязано уведомить комитет по рекламе администрации Волгограда обо всех фактах возникновения у третьих лиц прав в отношении этой рекламной конструкции (сдача рекламной конструкции в аренду, внесение рекламной конструкции в качестве вклада по договору простого товарищества, заключение договора доверительного управления, иные факты).

3.25. Осуществляя эксплуатацию рекламных конструкций, их владельцы (иные законные правообладатели) должны соблюдать следующие требования:

3.25.1. Отдельно стоящие рекламные конструкции с одним информационным полем должны иметь декоративно оформленную обратную сторону.

3.25.2. Не допускается уничтожение или повреждение зеленых насаждений на территории, прилегающей к месту установки рекламной конструкции.

3.25.3. Рекламные конструкции должны быть подсвечены в ночное время суток, за исключением рекламных конструкций малого формата и размещения рекламных конструкций, в случаях, предусмотренных пунктом 3.16.5 Правил. Устройство подсветки должно соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.25.4. Рекламная конструкция должна иметь маркировку с указанием владельца рекламной конструкции и номера его телефона. Маркировка должна быть размещена на нижнем крае информационного поля рекламной конструкции. Размер текста должен позволять его прочтение с расстояния 5 м от рекламной конструкции.

3.25.5. Рекламная конструкция не должна эксплуатироваться без рекламы либо социальной рекламы, размещенной на всей площади информационного поля. Содержание посланий, размещаемых на рекламных конструкциях, должно соответствовать требованиям законодательства Российской Федерации.

3.25.6. Распространение социальной рекламы осуществляется в соответствии со ст.10 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и (или) условиями договора.

4. Порядок проведения аукционов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, договора на размещение рекламы на муниципальном транспорте Волгограда, договора на размещение рекламы на станциях скоростного трамвая

4.1. Организатором аукционов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, договора на размещение рекламы на муниципальном транспорте Волгограда, договора на размещение рекламы на станциях скоростного трамвая, и получателем денежных средств за

право заключения таких договоров является комитет по рекламе администрации Волгограда.

4.2. Заказчиком аукциона и уполномоченным лицом на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (за исключением случаев, когда земельный участок или иное недвижимое имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, закреплены муниципальным образованием городской округ город - герой Волгоград за другим лицом на праве хозяйственного ведения, оперативного управления или ином вещном праве), является комитет по рекламе администрации Волгограда.

4.3. Заказчиком аукциона и уполномоченным лицом на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, в случае если земельный участок или иное недвижимое имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, закреплены муниципальным образованием городской округ город-герой Волгоград за другим лицом на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве, является лицо, обладающее правом хозяйственного ведения, правом оперативного управления или иным вещным правом на такое недвижимое имущество.

4.4. Заказчиком аукциона и уполномоченным лицом на заключение договора на размещение рекламы на муниципальном транспорте Волгограда является лицо, обладающее правом хозяйственного ведения, правом оперативного управления или иным вещным правом на муниципальный транспорт.

4.5. Заказчиком и уполномоченным лицом на заключение договора на размещение рекламы на станциях скоростного трамвая, является лицо, обладающее правом хозяйственного ведения, правом оперативного управления или иным вещным правом на такое имущество.

4.6. Предметом аукциона является:

1) право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в соответствии с законодательством Российской Федерации в муниципальной собственности или в распоряжении городского округа город-герой Волгоград;

2) право заключения договора на размещение рекламы на муниципальном транспорте Волгограда;

3) право заключения договора на размещение рекламы на станциях скоростного трамвая, находящихся в муниципальной собственности.

4.7. Основной целью аукциона является пополнение доходной части бюджета Волгограда.

4.8. Проведение аукционов осуществляется с использованием электронной площадки - сайта в сети Интернет, определенного организатором торгов для проведения открытого аукциона, на котором могут проводиться

открытые аукционы в электронной форме. Порядок регистрации и проведения торгов на электронной площадке осуществляется в соответствии с настоящими Правилами и правилами, установленными организаторами (сайтом) электронной площадки.

4.9. Претендент - любое юридическое лицо независимо от организационно-правовой формы, формы собственности, места нахождения и места происхождения капитала или любое физическое лицо, в том числе индивидуальный предприниматель, выразившее волеизъявление на участие в аукционе и заключение договора. Претендентом не вправе быть лицо:

1) хозяйственная деятельность которого приостановлена в порядке, предусмотренном Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях;

2) находящееся в процессе ликвидации (в отношении юридических лиц) или в случае наличия решения арбитражного суда о признании указанного лица (юридического лица, индивидуального предпринимателя) банкротом и об открытии конкурсного производства;

3) в установленном порядке не внесшее (не полностью внесшее) обеспечение заявки на участие в аукционе (задатка);

4.10. Проверка претендентов на участие в аукционе на соответствие требованиям, установленным пунктом 4.9 настоящих Правил, осуществляется аукционной комиссией.

4.11. Аукционная комиссия (далее - Комиссия) - коллегиальный орган, формируемый организатором торгов. Число членов Комиссии должно составлять нечетное количество (не менее пяти) человек. Персональный состав Комиссии утверждается организатором аукциона. В состав членов Комиссии подлежат включению:

4.11.1. От заказчика аукциона - представитель заказчика аукциона, включаемый в состав Комиссии по согласованию с заказчиком аукциона.

4.11.2. От организатора аукциона - представитель организатора аукциона.

4.12. Комиссия осуществляет следующие полномочия:

4.12.1. Принимает решение о признании претендентов участниками аукциона или об отказе в допуске к участию в аукционе по основаниям, установленным пунктом 4.9 настоящих Правил;

4.12.2. Оформляет протокол об итогах аукциона;

4.12.3. Осуществляет иные функции, возложенные на Комиссию настоящими Правилами.

4.13. Извещение о проведении аукциона размещается на официальном сайте администрации Волгограда не менее чем за 30 дней до дня проведения аукциона.

4.14. Извещение о проведении аукциона должно содержать следующие сведения:

1) форма торгов;

- 2) наименование, место нахождения, почтовый адрес, номер контактного телефона заказчика и организатора аукциона;
- 3) предмет аукциона;
- 4) начальная (минимальная) цена за право заключения договора, которая устанавливается исходя из размера ежегодной (365 дней) платы по договору, рассчитываемой в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации и муниципальными правовыми актами Волгограда;
- 5) шаг аукциона (величина повышения начальной цены лота);
- 6) размер задатка, а также срок и порядок внесения задатка претендентами;
- 7) проект договора, заключаемый по результатам аукциона;
- 8) срок, место и порядок предоставления аукционной документации;
- 9) место, дата и время принятия решения о допуске претендента к участию в аукционе и признании участником аукциона либо об отказе в допуске, место (сайт электронной площадки), дата и время проведения аукциона;
- 10) порядок предоставления аукционной документации в письменном виде;
- 11) порядок ответа на запрос претендента о разъяснении положений аукционной документации;
- 12) порядок отказа от проведения аукциона;
- 13) требования к оформлению заявки на участие в аукционе;
- 14) порядок внесения изменений в извещение о проведении аукциона;
- 15) критерии и порядок определения победителя;
- 16) информация о валюте, используемой в формировании начальной (минимальной) цены за право заключения договора и последующих расчетов (оплаты по договору) с заказчиком/организатором торгов;
- 17) иная необходимая в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации информация.

Заказчик и (или) организатор торгов, официально опубликовавшие извещение о проведении торгов, вправе отказаться от их проведения в срок не позднее десяти календарных дней до даты проведения торгов.

4.15. Предоставление аукционной документации до размещения на официальном сайте администрации Волгограда извещения о проведении аукциона не допускается.

4.16. Претендент вносит обеспечение заявки на участие в аукционе (задаток) на счет (счета), указанный в извещении о проведении аукциона, в размере и сроки, указанные в извещении о проведении аукциона. Требование обеспечения заявки на участие в аукционе в равной мере распространяется на всех участников аукциона.

4.17. При заключении договора с лицом, выигравшим аукцион, сумма внесенного им задатка засчитывается в счет исполнения обязательств по заключенному договору.

4.18. При уклонении или отказе от заключения договора победителя аукциона, единственного участника аукциона или участника аукциона, заявке

которого был присвоен второй номер и с которым подлежит заключению договор, задаток таким участникам не возвращается, денежные средства, внесенные в качестве задатка, поступают в доход бюджета Волгограда.

4.19. Суммы обеспечения заявок на участие в аукционе, внесенные претендентами, за исключением победителя и участника аукциона, заявке на участие которого присвоен второй номер, возвращаются участникам аукциона в течение пяти рабочих дней с даты подведения итогов аукциона.

4.20. Участнику аукциона, заявке на участие которого присвоен второй номер, сумма внесенного обеспечения заявки на участие в аукционе возвращается в течение пяти рабочих дней с даты заключения договора с победителем аукциона.

4.21. Для участия в торгах претендент подает заявку на участие в торгах по месту, в срок и по форме, которые установлены документацией о торгах и извещением о проведении аукциона. Претендент вправе подать заявку на участие в аукционе в любое время с момента размещения извещения о проведении аукциона до предусмотренных аукционной документацией даты и времени окончания срока подачи заявок на участие в аукционе.

4.22. Претендент на участие в аукционе подает только одну заявку на участие в аукционе в отношении одного лота.

4.23. Заявка на участие в аукционе подается претендентом на участие в аукционе на имя организатора.

4.24. Претендент на участие в аукционе, подавший заявку на участие в аукционе, вправе отозвать или изменить такую заявку не позднее окончания срока подачи заявок. Порядок изменения или отзыва заявки разъясняется в аукционной документации.

4.25. В течение трех рабочих дней Комиссия проверяет поданные заявки на участие в аукционе на предмет соответствия требованиям, установленным настоящим Положением и аукционной документацией, и принимает решение о допуске претендентов к аукциону. Претенденты, соответствующие требованиям настоящего Порядка, допущенные Комиссией к участию в аукционе, признаются участниками аукциона.

4.26. Организатор размещает информацию о допуске претендентов к участию в аукционе на официальном сайте администрации Волгограда в срок не позднее трех рабочих дней после проведения проверок поданных заявок на участие в аукционе.

4.27. В случае если по окончании срока подачи заявок на участие в аукционе подана только одна заявка на участие в аукционе, и если данная заявка на участие в аукционе соответствует требованиям, предусмотренным аукционной документацией, аукцион признается несостоявшимся, участник аукциона признается единственным участником аукциона.

Договор заключается с единственным участником аукциона.

4.28. В случае если по окончании срока подачи заявок на участие в аукционе не подана ни одна заявка на участие в аукционе, аукцион признается несостоявшимся.

В случае признания аукциона несостоявшимся, если не подано ни одной заявки на участие в аукционе, организатор аукциона вправе повторно провести аукцион. При этом организатор вправе уменьшить начальную (минимальную) цену за право заключения договора, но не более чем на 30 % от размера ежегодной (365 дней) платы по договору, рассчитываемой в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации и муниципальными правовыми актами Волгограда.

4.29. Аукцион проводится в установленные в извещении о проведении аукциона дату, время и место по каждому лоту, указанному в извещении о проведении торгов.

4.30. Начальная (минимальная) цена за право заключения договора указывается на электронной площадке. Каждая последующая цена назначается путем увеличения текущей цены в соответствии с шагом аукциона.

4.31. Победителем аукциона признается лицо, предложившее наибольшую (максимальную) цену за право заключения договора по каждому лоту.

4.32. В протоколе об итогах аукциона указывается:

4.32.1. Наименование и номера лотов аукциона, по которым проводился аукцион.

4.32.2. Победитель торгов по каждому лоту аукциона.

4.32.3. Наибольшая (максимальная) цена, предложенная победителем торгов по каждому лоту, с присвоением такому предложению первого порядкового номера.

4.32.4. Максимальные предложения иных участников торгов по каждому лоту с присвоением порядковых номеров (в порядке убывания цены, начиная со второго порядкового номера).

4.32.5. Иные участники торгов по каждому лоту.

4.33. Протокол об итогах аукциона подписывается после проведения аукциона всеми присутствовавшими членами Комиссии, заказчиком, организатором и победителем аукциона в день проведения аукциона. Протокол об итогах аукциона размещается на официальном сайте администрации Волгограда в течение двух рабочих дней, следующих после дня подписания вышеуказанного протокола. Протокол об итогах аукциона имеет силу договора.

4.34. Победитель аукциона при уклонении от подписания протокола об итогах торгов утрачивает внесенное им обеспечение заявки на участие в аукционе (задаток).

4.35. Победитель торгов обязан внести плату за право заключения договора в срок, установленный в извещении о проведении торгов и (или) документацией о торгах.

4.36. Заказчик торгов подписывает договор в двух экземплярах на бумажном носителе и передает победителю торгов 2 (два) подписанных экземпляра договора в течение трех рабочих дней с момента подтверждения организатором оплаты цены за право заключения договора.

4.37. Победитель обязуется подписать указанный договор в двух экземплярах и направить 1 (один) подписанный экземпляр заказчику торгов на следующий рабочий день после получения 2 (двух) подписанных экземпляров договора.

4.38. В случае отказа или уклонения победителя аукциона от подписания договора договор подлежит заключению с участником аукциона, предложению которого присвоен второй порядковый номер. Соответствующий участник аукциона в срок, установленный в извещении о проведении аукциона и (или) аукционной документации, обязан внести плату за право заключения договора. Подписание договора между заказчиком и таким участником аукциона осуществляется в порядке, предусмотренном пунктами 4.36 – 4.37 настоящих Правил.

4.39. Действия победителя аукциона по ненаправлению подписанного экземпляра договора в адрес заказчика в срок, установленный пунктом 4.37 настоящих Правил, рассматриваются как отказ от заключения договора; действия победителя аукциона по направлению в адрес заказчика аукциона подписанных экземпляров проекта договора с протоколом разногласий в срок, установленный пунктом 4.37 настоящих Правил, рассматриваются как уклонение от заключения договора.

4.40. В случае если после объявления победителя аукциона организатору станут известны факты о несоответствии победителя аукциона требованиям к участникам аукциона, установленным аукционной документацией, заявка победителя на участие в аукционе отклоняется, и победителем аукциона признается участник аукциона, подавший следующее после победителя ценовое предложение.

4.41. В случае если победитель аукциона или участник аукциона, предложению которого присвоен второй порядковый номер, признаны уклонившимися от заключения договора, договор заключается с участником аукциона, предложению которого присвоен следующий порядковый номер в порядке возрастания порядковых номеров, на условиях, предусмотренных аукционной документацией.

5. Демонтаж рекламных конструкций на территории Волгограда

5.1. Выявление фактов установки и (или) эксплуатации рекламных конструкций на территории Волгограда без разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется комитетом по рекламе

администрации Волгограда при проведении мониторинга территории Волгограда.

5.2. Комитет по рекламе администрации Волгограда при выявлении рекламных конструкций, установленных и (или) эксплуатируемых без разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, проводит работу по установлению их собственников (владельцев).

5.3. В случае установления владельца рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, ему вручается либо направляется по почте заказным письмом с уведомлением о вручении предписание о демонтаже рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения. Одновременно предписание может быть размещено непосредственно на рекламной конструкции.

Владелец рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения, в течение месяца со дня выдачи предписания о демонтаже рекламной конструкции, а также удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции, в течение трех дней со дня выдачи указанного предписания.

5.4. В случае неисполнения владельцем рекламной конструкции обязанности по удалению размещенной на рекламной конструкции информации соответствующие действия осуществляет комитет по рекламе администрации Волгограда за счет средств бюджета Волгограда.

Одновременно с удалением размещенной на рекламной конструкции информации комитет по рекламе администрации Волгограда вправе разместить на рекламной конструкции информацию об установке и (или) эксплуатации рекламной конструкции без разрешения.

5.5. По требованию комитета по рекламе администрации Волгограда расходы, понесенные в связи с удалением размещенной на рекламной конструкции информации, размещением на информационном поле рекламной конструкции сообщения об установке и (или) эксплуатации рекламной конструкции без разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, возмещаются владельцем рекламной конструкции.

5.6. Правила, закрепленные пунктами 5.4 - 5.5, применяются в отношении рекламных конструкций, размещенных на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации в собственности или в распоряжении муниципального образования городской округ город-герой Волгоград.

5.7. Если в установленный срок владелец рекламной конструкции не выполнил обязанность по демонтажу рекламной конструкции,

предусмотренную пунктом 5.3 настоящих Правил, или владелец рекламной конструкции неизвестен, комитет по рекламе администрации Волгограда предписание о демонтаже рекламной конструкции выдает лично под роспись или направляет по почте заказным письмом с уведомлением собственнику или иному законному владельцу недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, за исключением случая присоединения рекламной конструкции к объекту муниципального имущества или к общему имуществу собственников помещений в многоквартирном доме при отсутствии согласия таких собственников на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому такая рекламная конструкция присоединена, обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения, в течение месяца со дня выдачи предписания о демонтаже рекламной конструкции.

5.8. Если в установленный срок собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, не выполнил указанную в пункте 5.3. настоящих Правил обязанность по демонтажу рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец данного недвижимого имущества неизвестен, демонтаж рекламной конструкции, ее хранение или в необходимых случаях её уничтожение осуществляется комитетом по рекламе администрации Волгограда за счет средств бюджета Волгограда. По требованию комитета по рекламе администрации Волгограда владелец рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, обязан возместить необходимые расходы, понесенные в связи с демонтажем, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции.

5.9. Демонтаж незаконной рекламной конструкции производится в присутствии сотрудников комитета по рекламе администрации Волгограда.

5.10. Демонтаж незаконной рекламной конструкции, как правило, осуществляется способами, исключаящими причинения им несоразмерного ущерба. Отсутствие возможности осуществить демонтаж рекламной конструкции способами, исключаящими причинения им несоразмерного ущерба, должно подтверждаться заключением организации, имеющей допуск саморегулируемой организации на проведение предусмотренного приказом Министерства регионального развития Российской Федерации от 30 декабря 2009 г. № 624 «Об утверждении Перечня видов работ по инженерным изысканиям, по подготовке проектной документации, по строительству, реконструкции, капитальному ремонту объектов капитального строительства, которые оказывают влияние на безопасность объектов капитального

строительства» вида работ по подготовке проектной документации «Работы по обследованию строительных конструкций зданий и сооружений».

6. Порядок хранения демонтированных рекламных конструкций

6.1. После проведения работ по демонтажу рекламной конструкции владельцу рекламной конструкции либо собственнику или иному законному владельцу недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, комитет по рекламе администрации Волгограда незамедлительно вручает лично под роспись или направляет заказным письмом с уведомлением о вручении уведомление о демонтаже рекламной конструкции. Уведомление о демонтаже рекламной конструкции должно содержать сведения о дате демонтажа, организации, осуществившей демонтаж, месте хранения рекламной конструкции, расходах, понесенных в связи с произведенным демонтажем. Одновременно уведомление о демонтаже рекламной конструкции размещается на официальном сайте администрации Волгограда.

6.2. Возврат демонтированной рекламной конструкции производится организацией, осуществляющей хранение рекламной конструкции, на основании заявления владельца рекламной конструкции о ее возврате после возмещения расходов, понесенных в связи с демонтажем и хранением рекламной конструкции.

6.3. Демонтированные незаконные рекламные конструкции, от которых владелец отказался, стоимостью явно ниже пятикратного минимального размера оплаты труда, могут быть обращены в муниципальную собственность путем их использования или иных действий, свидетельствующих об их обращении в муниципальную собственность.

6.4. Демонтированные незаконные рекламные конструкции, от которых собственник отказался, стоимостью выше пятикратного минимального размера оплаты труда, могут быть обращены в муниципальную собственность на основании решения суда по иску комитета по рекламе администрации Волгограда.

7. Порядок уничтожения рекламных конструкций

7.1. Демонтированные рекламные конструкции могут быть уничтожены комитетом по рекламе администрации Волгограда за счет средств бюджета Волгограда в необходимых случаях:

7.1.1. В случае невозможности осуществления демонтажа незаконных рекламных конструкций, способами, исключаящими причинения им несоразмерного ущерба.

7.1.2. По истечению трехмесячного срока с даты демонтажа незаконной рекламной конструкции, в случае, если владелец рекламной конструкции не предпринял предусмотренных пунктом 6.2. настоящего Положения мер по

возврату демонтированной рекламной конструкции, либо владелец рекламной конструкции неизвестен.

8. Особенности распространения рекламы в период проведения мероприятий по подготовке и проведению чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года в Волгограде

8.1. В период с наступления даты за один месяц перед датой проведения чемпионата мира по футболу 2018 до наступления даты, следующей после даты финального матча, а также в период с наступления даты за два дня перед датой предварительной или финальной жеребьевки до наступления даты, следующей после даты окончания соответствующей жеребьевки, размещение, распространение рекламы в местах осуществления мероприятий и на расстоянии ближе чем две тысячи метров от внешних границ места проведения матчей чемпионата мира по футболу 2018, а также в воздушном пространстве над стадионом допускаются только при условии заключения соответствующего договора с FIFA или уполномоченной организацией FIFA либо получения от FIFA или уполномоченной организации FIFA письменного согласия на осуществление указанной деятельности.

8.2. Реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о причастности рекламодателя к мероприятиям по подготовке и проведению чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года в Волгограде, FIFA и (или) Оргкомитету «Россия-2018», в том числе в качестве спонсора, партнера, вещателя, помощника, соорганизатора, агента, лицензиата, официального поставщика товаров, работ, услуг или в любом ином качестве, а также о рекомендациях, об одобрении FIFA и (или) Оргкомитетом «Россия-2018» объекта рекламирования, признается недостоверной.

8.3. В целях упорядочения распространения наружной рекламы с использованием рекламных конструкций вдоль протокольных маршрутов в период проведения спортивных соревнований Министерство спорта Российской Федерации вправе определять на территории Волгограда:

1) земельные участки, которые расположены в границах полос отвода автомобильных дорог, соединяющих объекты инфраструктуры, и на которых не допускается распространение наружной рекламы с использованием рекламных конструкций, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их;

2) здания, сооружения или иное недвижимое имущество, к которым не допускается присоединение рекламных конструкций.

8.4. По требованию Международной футбольной федерации (ФИФА) и АНО «Организационный комитет Россия-2018/2022» администрация Волгограда обязуется предоставить право размещения рекламы на муниципальном транспорте, проезжающего по основным транспортным путям

к месту проведения матчей чемпионата мира по футболу 2018 (стадиону), а также рекламные конструкции, находящиеся в муниципальной собственности Волгограда, в пользование ФИФА в следующих местах:

- 1) в радиусе двух километров вокруг стадиона;
- 2) в радиусе пятисот метров вокруг места проведения жеребьевки;
- 3) в радиусе ста метров вокруг места проведения Праздника болельщиков;
- 4) вдоль протокольных маршрутов;
- 5) на территории аэропорта.

Рекламные конструкции предоставляются в пользование ФИФА за две недели до проведения матчей чемпионата мира по футболу 2018, во время проведения матчей чемпионата мира по футболу 2018 и в течение 48 часов после проведения соответствующих соревнований.

8.5. ФИФА предоставляется первоочередное право приобретения права размещения рекламы на муниципальном транспорте, проезжающего по основным транспортным путям к месту проведения матчей чемпионата мира по футболу 2018 (стадиону), и приобретения рекламных конструкций по среднерыночной цене от двух лет до начала проведения чемпионата мира по футболу 2018. Данное право возникает не позднее 31 октября 2017 года.

8.6. Рекламные конструкции, возведенные администрацией Волгограда по требованию ФИФА специально в рамках подготовки к проведению чемпионата мира по футболу 2018, могут свободно использоваться администрацией Волгограда и (или) комитетом по рекламе администрации Волгограда при условии, что будут проданы только ФИФА, коммерческому филиалу, лицензиату медиа прав или иному юридическому лицу с разрешения ФИФА.

8.7. ФИФА и АНО «Организационный комитет Россия-2018/2022» вправе разместить рекламные мониторы по периметру стадиона на условиях, предусмотренных Соглашением с принимающим городом, заключенным между Международной федерацией футбола (ФИФА), АНО «Организационный комитет «Россия 2018/2022» и администрацией Волгограда.

9. Заключительные положения

9.1. За нарушение требований, установленных настоящими Правилами, наступает ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации и законодательством Волгоградской области.

9.2. Изменения в настоящие Правила принимаются Волгоградской городской Думой и вступают в законную силу в установленном порядке.

Комитет по рекламе
администрации Волгограда

Приложение 1
к Правилам распространения
наружной рекламы
и рекламы на муниципальном
транспорте на территории
городского округа
город-герой Волгоград,
утвержденным решением
Волгоградской городской Думы
от _____ № _____

Типы (виды) рекламных конструкций, установка и эксплуатация которых
допускается на территории городского округа город-герой Волгоград

1. В зависимости от размеров визуально воспринимаемой внешней
поверхности площади информационного поля рекламные конструкции
подразделяются на:

- малого формата - до 5 кв. м включительно;
- городского формата - свыше 5 кв. м до 14 кв. м включительно;
- среднего формата - свыше 14 кв. м до 20 кв. м включительно;
- большого формата - свыше 20 кв. м до 36 кв. м включительно;
- сверхбольшого формата - свыше 36 кв. м.

2. Для установки и эксплуатации нижеуказанных типов (видов) рекламных
конструкций требуется разработка проекта рекламной конструкции.

Проект рекламной конструкции разрабатывается организацией, имеющей
допуск саморегулируемой организации на проведение предусмотренного
приказом Министерства регионального развития Российской Федерации от 30
декабря 2009 г. № 624 «Об утверждении Перечня видов работ по инженерным
изысканиям, по подготовке проектной документации, по строительству,
реконструкции, капитальному ремонту объектов капитального строительства,
которые оказывают влияние на безопасность объектов капитального
строительства» вида работ по подготовке проектной документации «Работы по
обследованию строительных конструкций зданий и сооружений».

Не требуется разработка проекта в отношении следующих рекламных
конструкций:

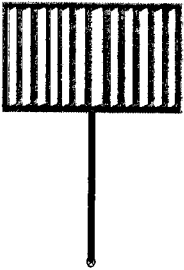
настенного панно, состоящего из элементов крепления к стене и
информационного поля (поверхности для размещения рекламы), выполненного
из полиэфирной или иной ткани либо иных материалов на мягкой основе без
каркаса;

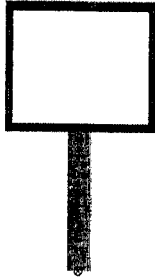
промостойки;

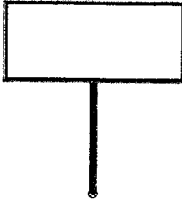
рекламоносителей без каркаса, размещаемых на плоскостях остановочных павильонов общественного транспорта, павильонов подземных переходов и других объектах городской инфраструктуры;

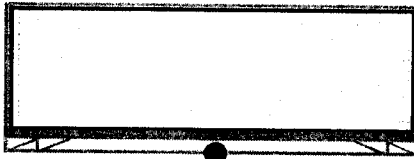
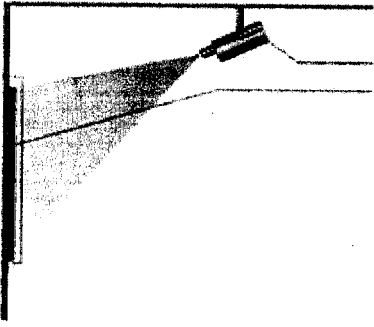
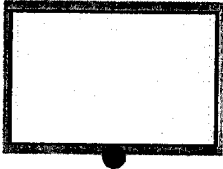
панно и полотнищ из полиэфирной или иной ткани либо иных материалов на мягкой основе без каркаса, размещаемых на ограждениях (при условии, что верхняя часть конструкции не выступает за габариты ограждения), а равно непосредственно нанесенных на ограждения изображений.

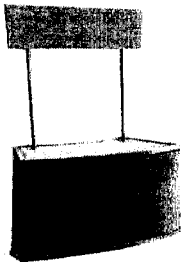
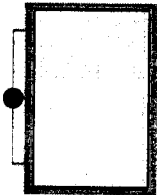
№ п/п	Типы (виды) рекламных конструкций	Схематическое изображение конструкций на схеме	Технические характеристики рекламных конструкций
1	отдельно стоящий короб		Площадь информационного поля определяется расчетным путем как площадь поверхности конструкции, предназначенной для размещения информации.
2	Нетрадиционные рекламные носители (пневмостенды, воздушные шары, аэростаты и т. п.)		Площадь информационного поля определяется расчетным путем как площадь поверхности конструкции, на которой размещается реклама.
3	Объемно- пространственные рекламные конструкции		Объемно-пространственные рекламные конструкции - конструкции, на которых для размещения информации используется как объем конструкции, так и ее поверхность. Площадь информационного поля объемно-пространственной рекламной конструкции определяется как произведение длины и ширины рекламной конструкции.

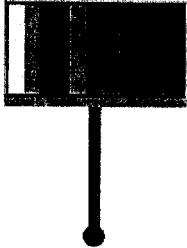
4	Рекламные конструкции на ограждениях		Щитовые установки, короба, панно и полотна из полиэфирной или иной ткани либо иных материалов на мягкой основе, размещаемые на временных или постоянных ограждениях (в том числе ограждениях территорий строительных площадок и розничной торговли), а равно непосредственно нанесенные на ограждения изображения. Площадь информационного поля рекламных конструкций на ограждениях определяется расчетным путем как: площадь внешней поверхности конструкции, на которой размещается информация, - для щитовых установок, коробов, панно и полотен из полиэфирной или иной ткани либо иных материалов на мягкой основе; площадь изображения - для нанесенных на ограждения изображений.
5	Щитовая рекламная конструкция, выполненная с применением технологии автоматической смены изображения (призматрон)		Конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения информации. Должны состоять из фундамента, стойки, каркаса и информационного поля. Для щитовых рекламных конструкций, имеющих внешние поверхности для размещения информации, выполненные с применением технологий автоматической смены изображения, площадь информационного поля определяется расчетным путем как площадь экспонирующей поверхности.

6	Щитовая рекламная конструкция, выполненная с применением технологии автоматической смены изображения (скроллер)		Конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения информации. Должны состоять из фундамента, стойки, каркаса и информационного поля. Для щитовых рекламных конструкций, имеющих внешние поверхности для размещения информации, выполненные с применением технологий автоматической смены изображения, площадь информационного поля определяется расчетным путем как площадь экспонирующей поверхности.
7	Стелы		Отдельно стоящие имиджевые конструкции, размещаемые при въезде (входе) на (в) объект, где данный хозяйствующий субъект осуществляет деятельность, либо в ином месте. Площадь информационного поля рекламных конструкций данного типа (вида) определяется расчетным путем как площадь их внешних габаритов.
8	Отдельно стоящая тумба		Площадь информационного поля определяется расчетным путем как площадь поверхности конструкции, предназначенной для размещения информации.

9	Флаговые композиции		Конструкции, состоящие из основания (фундамента), одного или нескольких флагштоков (стоек) и мягких полотнищ, не содержащие информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом. Площадь информационного поля конструкции данного типа (вида) определяется суммой площадей двух сторон полотнищ, являющихся конструктивными элементами флаговой композиции.
10	Отдельно стоящие щитовые установки		Конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения информации, Отдельно стоящие щитовые рекламные конструкции должны состоять из фундамента, стойки, каркаса и информационного поля. Площадь информационного поля щитовых рекламных конструкций (за исключением конструкций, имеющих внешние поверхности для размещения информации, выполненные с применением технологий автоматической смены изображения) определяется расчетным путем как площадь внешней поверхности конструкции, на которой размещается наружная реклама (площадь нанесенного изображения).
11	Рекламные конструкции (рекламоносители), размещаемые на объектах городской инфраструктуры		Наружная реклама, размещаемая на застекленных или иных плоскостях, крышах остановочных павильонов общественного транспорта и на других объектах городской инфраструктуры. Площадь информационного поля конструкции данного типа

			(вида) определяется площадью ее сторон.
12	Крышные рекламные конструкции		Конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на его крыше. Крышные рекламные конструкции состоят из элементов крепления, несущей части конструкции и информационного поля. Площадь информационного поля крышной рекламной конструкции определяется расчетным путем по внешним габаритным размерам конструкции в целом.
13	Проекционные рекламные установки		Рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на земле, на плоскостях стен и в объеме за счет излучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов. Площадь информационного поля для плоских изображений определяется размерами проецируемой поверхности, а для объемных изображений определяется расчетным путем.
14	Настенное панно		Рекламные конструкции, размещаемые на плоскости стен зданий и сооружений. Виды настенных панно: конструкции, состоящие из элементов крепления к стене, каркаса и информационного поля; конструкции, состоящие из элементов крепления к стене и информационного поля (поверхности для размещения рекламы), выполненного из полиэфирной или иной ткани либо иных материалов на мягкой основе. Площадь информационного поля настенного панно определяется:

			габаритами каркаса - для настенных панно, состоящих из элементов крепления к стене, каркаса и информационного поля; размерами поверхности конструкции, предназначенной для размещения информации, - для настенных панно, состоящих из элементов крепления к стене и информационного поля.
15	Промостойка		Рекламная конструкция, используемая при проведении промоакции и размещаемая на указанном в разрешении на установку и эксплуатацию рекламной конструкции месте. Конструкция данного типа (вида) является исключительно временной. Площадь информационного поля промостойки определяется площадью ее поверхности.
16	Короба, размещаемые на брандмауэрах и свободных плоскостях стен зданий и сооружений.		Площадь информационного поля определяется расчетным путем как площадь поверхности конструкции, предназначенной для размещения информации.
17	Панели-кронштейны		Двусторонние консольные плоскостные конструкции, устанавливаемые на зданиях, строениях или сооружениях, опорах линий наружного освещения. Панели-кронштейны должны выполняться с внутренней подсветкой. В целях безопасности в эксплуатации панели-кронштейны должны быть установлены на высоте не менее 4,5 м. На зданиях и сооружениях панели-кронштейны размещаются на уровне между первым и вторым этажами. Панели-кронштейны,

			прикрепляемые к зданию или сооружению, не должны выступать более чем на 1,5 м от точки крепления. Площадь информационного поля панели-кронштейна определяется общей площадью двух его сторон.
18	Электронные, в том числе светодиодные, экраны (табло, дисплеи)		Рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов. Площадь информационного поля данных рекламных конструкций определяется площадью светоизлучающей поверхности. Электронные экраны (табло, дисплеи) могут размещаться как в виде отдельно стоящих конструкций, так и в виде конструкций, размещенных на стенах зданий и сооружений, а также на их крышах. Площадь информационного поля электронного экрана (табло, дисплея) определяется расчетным путем как площадь светоизлучающей поверхности.
19.	Рекламные маркизы, онинги		Конструкции, выполненные в виде козырьков и навесов с нанесенной на них рекламной информацией и размещенные над окнами, витринами, входами или проемами зданий, строений и сооружений. Маркизы, онинги состоят из элементов крепления к зданию, каркаса и информационного поля, выполненного на мягкой или жесткой основе. Площадь информационного поля маркизы, онинга определяется площадью их внешней поверхности.

20	Рекламные вывески (вывески (таблички) рекламного характера)		Конструкции, не содержащие в совокупности информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а равно конструкции, на которых наряду с информацией, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, размещена иная информация (в том числе изображения логотипов, товарных знаков, знаков обслуживания, наименований мест происхождения товара, коммерческих обозначений). Площадь информационного поля определяется расчетным путем как площадь внешней поверхности одной стороны конструкции, используемой для размещения информации.
----	---	---	---

Комитет по рекламе
администрации Волгограда

Приложение 2
к Правилам распространения
наружной рекламы
и рекламы на муниципальном
транспорте на территории
городского округа город-герой Волгоград,
утвержденным решением
Волгоградской городской Думы
от _____ № _____

Зонирование территории городского округа город-герой Волгоград
по типу размещения и объему площадей рекламных конструкций

С целью упорядочения размещения рекламных конструкций на территории Волгограда и определения перечня форматов рекламных конструкций, разрешенных к размещению на определенной территории, необходимо выделить на территории Волгограда следующих Зон:

Зона 1 – территории, на которых не допускается установка и эксплуатация отдельно стоящих рекламных конструкций всех типов (видов): пл. Павших Борцов; ул. Мира; ул. Пролеткультская, ул. Волгодонская, ул. им. Островского; ул. им. Пушкина; ул. им. В.И.Ленина; ул. им. Гоголя; Аллея Героев; ул. Советская; ул. им. маршала Чуйкова; ул. Комсомольская; пр-кт им. В.И.Ленина (от пересечения с ул.Краснознаменской до пересечения с ул.им.Землянского); памятник-ансамбль на Мамаевом кургане в границах полосы отвода 2-й Продольной магистрали, а также бордюрного камня, отделяющего пешеходную часть от проезжей по пр-кту им. В.И. Ленина, прилегающего к территории памятника-ансамбля и простирающегося от лестницы центрального входа в мемориал на 200 м вправо и влево; Государственное учреждение культуры «Государственный историко-мемориальный музей-заповедник «Сталинградская битва» и прилегающая к закрепленному за ним участку территория в радиусе 100 м; территория наб. 62-й Армии (от пересечения с ул.Краснознаменской до пересечения с ул. 7-й Гвардейской); территории муниципальных объектов озеленения (парки, скверы, бульвары).

Зона 2 - территории, на которых не допускается установка и эксплуатация отдельно стоящих щитовых установок среднего формата, большого формата и сверхбольшого формата: ул. им. Симбирцева; ул. им. Соколова; ул. Ковентри; ул. им. Родимцева; Привокзальная площадь; ул. Краснознаменская, ул. Коммунистическая, ул. им. Володарского, ул. Порт-Саида, ул. 10-й Дивизии НКВД, ул. Орловская, ул. им. Гагарина, ул. 13-й Гвардейской, ул. им. Наумова, ул. Пражская, ул. Рабоче-Крестьянская (от Астраханского моста, расположенного на границе между Центральным и Ворошиловским районами Волгограда, до пересечения с ул. Баррикадной), б-р им. Энгельса, ул. Невская.

Зона 3 – территории, на которых допускается установка и эксплуатация рекламных конструкций всех типов (видов), предусмотренных приложением 3 настоящих Правил: все территории, не вошедшие в Зоны 1 и 2.

Не допускается размещение рекламы на линиях наружного освещения, расположенных на территориях, отнесенных к Зоне 1.

Комитет по рекламе
администрации Волгограда