

Российская Федерация
Калининградская область
Районный Совет депутатов
МО «Зеленоградский район»
(четвертого созыва)

РЕШЕНИЕ

от 05 декабря 2012 г.
г. Зеленоградск

№ 159

Об утверждении Правил размещения, установки и эксплуатации
объектов наружной рекламы на территории муниципального образования
"Зеленоградский район"

Рассмотрев представленный администрацией МО «Зеленоградский район» проект Правил размещения, установки и эксплуатации объектов наружной рекламы на территории муниципального образования «Зеленоградский район», руководствуясь Уставом муниципального образования «Зеленоградский район»,
районный Совет депутатов МО «Зеленоградский район»

РЕШИЛ:

1. Утвердить Правила размещения, установки и эксплуатации объектов наружной рекламы на территории муниципального образования «Зеленоградский район», согласно приложению к настоящему решению.
2. Признать утратившим силу решение районного Совета депутатов МО «Зеленоградский район» от 30 мая 2006 г. N 178 «Об утверждении Правил размещения, установки и эксплуатации объектов наружной рекламы на территории муниципального образования «Зеленоградский район».
3. Опубликовать данное решение в районной газете «Волна».

Глава муниципального образования
«Зеленоградский район»

В.Г.Губаров

Председатель районного Совета
депутатов МО «Зеленоградский район»

С.В.Кулаков

ПРАВИЛА

размещения, установки и эксплуатации объектов наружной рекламы на территории
муниципального образования "Зеленоградский район"

1. Общие положения

1.1. Правила размещения, установки и эксплуатации объектов наружной рекламы на земельных участках, объектах благоустройства, зданиях, строениях, сооружениях, находящихся на территории муниципального образования «Зеленоградский район» (далее - Правила), устанавливают единые для муниципального образования «Зеленоградский район» (далее - муниципальное образование) порядок и требования к проектированию рекламных конструкций, оформлению разрешений на установку рекламных конструкций на территории муниципального образования, а также порядок осуществления контроля за соблюдением этих Правил.

1.2. Правила разработаны на основании:

- Федерального [закона](#) от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе";
- Федерального [закона](#) от 06.10.2003 N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации";
- Федерального [закона](#) от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей";
- Градостроительного [кодекса](#) Российской Федерации от 29 декабря 2004 г. № 190-ФЗ;
- [Закона](#) Калининградской области от 24 апреля 2008 года "Кодекс Калининградской области об административных правонарушениях";
- других нормативных правовых актов, определяющих требования к объектам наружной рекламы (рекламоносителям), в том числе рекламы на транспортных средствах.

1.3. Правила регулируют порядок размещения, установки и эксплуатации объектов наружной рекламы юридическими и физическими лицами, в том числе иностранными (далее - организации и граждане), на зданиях, строениях, сооружениях, иных объектах, земельных участках независимо от форм собственности, расположенных на территории муниципального образования «Зеленоградский район».

1.4. Правила устанавливают единые требования для всех организаций независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности, а также граждан, принимающих участие в деятельности по размещению, установке и эксплуатации объектов наружной рекламы, и порядок осуществления контроля за соблюдением этих требований.

1.5. Выданные ранее разрешения на распространение наружной рекламы и заключенные договоры на установку и эксплуатацию рекламной конструкции признаются действующими, имеют равную силу с разрешениями, выдаваемыми в соответствии с настоящими Правилами, и договорами на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, заключаемыми в соответствии с настоящими Правилами.

1.6. Распространение наружной рекламы разрешено с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта (далее - наружная реклама).

Наружная реклама не должна иметь сходства с дорожными знаками и указателями, ухудшать их видимость, а также снижать безопасность движения.

1.7. Распространение наружной рекламы допускается при наличии разрешения выданного администрацией МО «Зеленоградский район».

1.8. Распространение наружной рекламы путем установки рекламоносителя на территории (земельном участке), здании, строении, сооружении и ином объекте, а также определение размера и порядка внесения платы за использование территории (земельного участка), здания, строения, сооружения и иного объекта в целях размещения указанной рекламы осуществляются на основании договора с собственником имущества либо с лицом, обладающим вещными правами на имущество, если законом или договором не предусмотрено иное в отношении лица, обладающего вещными правами на имущество, и при наличии разрешения, выданного администрацией МО «Зеленоградский район» на распространение наружной рекламы, принятого на основании проекта, согласованного с предусмотренными законодательством органами.

1.9. Особенности заключения договора с комитетом по управлению муниципальным имуществом и земельным отношениям (далее - КУМИиЗО) и об условиях распространения наружной рекламы путем установки рекламоносителя на земельном участке, здании, строении, сооружении, и ином объекте, находящемся в муниципальной собственности, а также на земельном участке, государственная собственность на которые не разграничена, устанавливаются настоящими Правилами.

2. Основные понятия:

- информация - сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления;
- реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;
- объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама;
- товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;
- рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;
- рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;
- потребители рекламы - лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама
- рекламораспространитель (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником
- средство наружной рекламы (рекламная конструкция) - конструкция, сооружение, техническое приспособление либо художественный элемент, предназначенный для объекта рекламирования;
- временная рекламная конструкция - это конструкция, срок размещения которой обусловлен ее функциональным назначением и местом установки и составляет не более чем двенадцать месяцев;

- социальная реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства;
- информационное поле рекламной конструкции - это часть рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы
- монтаж рекламоносителя - работы по размещению рекламоносителя на территории (земельном участке), здании, строении, сооружении и ином объекте;
- демонтаж рекламоносителя - работы по приведению рекламного места в первоначальное состояние, предшествующее монтажу рекламоносителя, включая благоустройство прилегающей территории и (или) выполнение каких-либо других работ в соответствии с условиями, определяемыми договором на размещение рекламоносителя;
- уполномоченный орган - структурное подразделение администрации муниципального образования или муниципальное учреждение, уполномоченное постановлением главы муниципального образования обеспечивать выполнение и соблюдение настоящих Правил;
- полоса отвода автомобильных или железных дорог - совокупность земельных участков, предоставленных в установленном порядке для размещения соответствующих конструктивных элементов и инженерных сооружений автомобильной или железной дороги, а также зданий, сооружений, защитных и декоративных лесонасаждений и устройств, других объектов, имеющих специальное назначение по обслуживанию указанной дороги.

3. Рекламные конструкции

3.1. К рекламным конструкциям относятся любые стенды, щиты, рекламные стелы, сити-форматы (1,2 x 1,8), плакаты, панно, экраны, электронные табло, дисплеи, панели, тумбы, маркизы, касетоны, штендеры, вывески, указатели, строительные сетки, установки, транспаранты, перетяжки, носимые рекламные конструкции, подвесы, флаги и иные объекты, стационарные и временные, плоские и объемно-пространственные, световые, газосветные установки, размещенные вдоль дорог, улиц, проездов, площадей и набережных, в садах, парках и скверах, на павильонах, остановках общественного транспорта, торговых павильонах, стенах, крышах, мостах, эстакадах, путепроводах, опорах, строительных сооружениях, в подземных переходах, а также воздушные шары, аэростаты, прочие несущие какую-либо наружную рекламу средства и объекты.

3.2. Рекламная вывеска - средство наружной рекламы, направленное на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к данному объекту.

3.3. Малая архитектурная форма - рекламная конструкция, имеющая внешнюю поверхность для размещения информации и состоящая из каркаса и информационного поля, в которой используется как объем конструкции, так и ее поверхность площадью не более десяти квадратных метров. Малая архитектурная форма выполняется, как правило, в двухстороннем варианте. Малая архитектурная форма, выполненная в одностороннем варианте, должна иметь декоративно оформленную обратную сторону.

3.4. Рекламная стела - объемно-информационная рекламная конструкция, имеющая фундамент, внутреннее освещение, информационное поле и металлический каркас.

3.5. Отдельно стоящая рекламная установка - рекламная конструкция, имеющая внешнюю поверхность для размещения информации и состоящая из фундамента, каркаса и информационного поля площадью более 10 кв. м. Отдельно стоящая рекламная установка выполняется, как правило, в двухстороннем варианте. Отдельно стоящая рекламная установка, выполненная в одностороннем варианте, должна иметь декоративно оформленную обратную сторону.

3.6. Электронный экран (электронное табло) - средство наружной рекламы, предназначенное для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов. Площадь информационного поля определяется габаритами светоизлучающей поверхности.

3.7. Флаговая композиция и навес - средство наружной рекламы, состоящее из основания, одного или нескольких флагштоков (стоек) и мягких полотнищ. Флаги могут использовать в качестве основания опоры освещения, здания и сооружения.

3.8. Крышная установка - объемная или плоскостная конструкция, размещаемая полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше.

3.9. Настенное панно - средство наружной рекламы, размещаемое на плоскости стен зданий и сооружений в виде:

- изображения (информационного поля), непосредственно нанесенного на стену;
- конструкции, состоящей из элементов крепления, каркаса и информационного поля.

3.10. Кронштейн - двухсторонняя консольная плоскостная конструкция, устанавливаемая на собственных опорах, мачтах - опорах освещения или на зданиях, в том числе информационные стелы (с ценами на бензин на АЗС, курсовой стоимостью валюты около обменных пунктов и т.д.).

3.11. Транспарант-перетяжка состоит из собственных опор, устройства крепления к собственным опорам, устройства натяжения и информационного изображения.

3.12. Проекционная установка - средство наружной рекламы, предназначенное для воспроизведения изображения на земле, на плоскостях стен и в объеме. Конструкции проекционных установок состоят из проецирующего устройства и поверхности (экрана) или объема, в котором формируется информационное изображение.

3.13. Маркиза - средство наружной рекламы, выполненное в виде козырьков и навесов с нанесенной на них рекламной информацией и размещенное над витринами, входами и проемами зданий и сооружений. Маркизы состоят из элементов крепления к зданию, каркаса и информационного поля, выполненного на мягкой или жесткой основе.

3.14. Выносная щитовая конструкция (штендер) - временное средство наружной рекламы, размещаемое предприятиями и предпринимателями в часы их работы и устанавливаемое только на тротуарах, газонах и в других местах вблизи от входа в вышеуказанные учреждения, но не далее пяти метров. Площадь штендера должна быть не более двух квадратных метров, не препятствовать проходу пешеходов, не иметь собственного подсвета и стационарного крепления к поверхности.

3.15. Носимая рекламная конструкция - временное средство наружной рекламы, перемещаемое физическим лицом без использования технических средств. Эксплуатация носимых рекламных конструкций допускается в пешеходных зонах и на тротуарах. Запрещается использование носимых рекламных конструкций, препятствующих проходу пешеходов, а также ориентированных на восприятие с проезжей части.

3.16. Лотки, тележки, киоски и зонтики, устанавливаемые на время работы предприятий и физических лиц и используемые как временные средства наружной рекламы, представляют собой покрытия отдельных частей лотков, киосков, тележек и зонтиков пленочными или красящими материалами.

4. Требования к объектам наружной рекламы, их установке и эксплуатации

4.1. Рекламные конструкции при их установке на зданиях, сооружениях и иных объектах, расположенных на территории муниципального района, не должны нарушать единого архитектурно-художественного облика прилегающих улиц, площадей, зданий и сооружений, должны гармонично вписываться в элементы архитектуры, внешнего благоустройства территории, а также элементы озеленения и цветочного оформления муниципального образования.

4.2. Установка, эксплуатация и внешний вид рекламных конструкций должны соответствовать [Правилам](#) благоустройства поселения, на территории которого размещена конструкция, а также настоящим Правилам.

4.3. При проведении работ по монтажу рекламных конструкций заявитель должен руководствоваться настоящими Правилами. При этом нарушенные при их установке дорожное покрытие или газон должны быть восстановлены заявителем с использованием аналогичных материалов и технологий в том виде, какими они были до установки. Такие же требования должны быть выполнены заявителем при демонтаже рекламных конструкций.

4.4. В период эксплуатации рекламные конструкции должны поддерживаться в надлежащем состоянии, а в случае повреждения - своевременно восстанавливаться. Несоблюдение указанных правил является основанием для отзыва разрешения и демонтажа рекламной конструкции.

4.5. Содержание информации, размещаемой на рекламоносителях, должно соответствовать действующему законодательству. Несоблюдение указанных требований является основанием для отказа в выдаче или отзыва разрешения, расторжения договора с заявителем и последующего демонтажа рекламоносителя или рекламного изображения. Возмещение понесенных при этом расходов и убытков производится владельцем рекламной конструкции.

4.6. Текстовая информация на конструкциях должна быть исполнена в соответствии с [Законом](#) Калининградской области "О защите русского языка на территории Калининградской области" от 22.02.1996 N 36, а также с требованиями [ст. 5](#) Федерального закона "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ. Это положение не распространяется на зарегистрированные товарные знаки или фирменные знаки.

4.7. Материалы, используемые при изготовлении всех типов рекламных конструкций, должны отвечать современным требованиям качества. Их монтаж следует производить без отклонений от утвержденной проектной документации.

4.8. Все рекламные конструкции, разрешенные как конструкции с подсветом, должны быть освещены в темное время суток.

4.9. Павильоны ожидания общественного транспорта, оборудованные рекламными панелями, в обязательном порядке должны устанавливаться заявителем в комплекте со скамейками и информационными досками.

4.10. Обязательным условием распространения наружной рекламы является наличие на объекте рекламы реквизитов владельца рекламной конструкции для прочтения с близкого расстояния с указанием полного названия владельца рекламной конструкции, его юридического (почтового) адреса, телефонов

4.11. Если в здании или сооружении юридическому или физическому лицу принадлежит на праве собственности, хозяйственного ведения, оперативного управления какое-либо помещение, то наружная часть стены над окнами этого помещения в приоритетном порядке отводится под рекламу этого юридического или физического лица.

4.12. Фундамент (основание) отдельно стоящего рекламоносителя должен быть в обязательном порядке заглублен в землю, за исключением особых индивидуальных случаев, согласованных с уполномоченным органом.

4.13. Запрещается установка средств наружной рекламы, затрудняющей реальную оценку дорожно-транспортной обстановки и имеющей сходство (по внешнему виду, изображению или звуковому эффекту) с техническими средствами организации дорожного движения и специальными сигналами, а также создающей впечатление нахождения на дороге пешеходов.

4.14. Средства наружной рекламы, размещаемые в границах "красных линий" городских автомобильных дорог и улиц на территории населенных пунктов, не должны:

- снижать безопасность дорожного движения;

- ухудшать видимость, затемнять или иным образом снижать эффективность дорожных знаков, указателей, светофоров и иных технических средств регулирования дорожного движения;
 - ограничивать видимость в направлении движения, боковую видимость и видимость технических средств организации дорожного движения или мешать их восприятию участниками движения;
 - вызывать ослепление участников движения светом, в том числе отраженным;
 - при расположении на пролетных строениях инженерных сооружений уменьшать их габариты;
 - располагаться таким образом, чтобы не препятствовать движению пешеходов;
 - являться источником шума, вибрации, мощных световых электромагнитных и иных излучений и полей, способных оказать вредное воздействие на человека, животный мир и окружающую природную среду.
- 4.15. Использование транспортных средств исключительно или преимущественно в качестве передвижных рекламных конструкций запрещается.
- 4.16. Распространение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается.
- 4.17. Не допускается повреждение конструкций и сооружений при креплении к ним средств наружной рекламы.
- 4.18. Фундаменты отдельно стоящих рекламных конструкций не должны располагаться в охранной зоне подземных коммуникаций.
- 4.19. Рекламная конструкция должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы.
- 4.20. вновь устанавливаемые рекламоносители не должны ухудшать обзора других объектов наружной рекламы.
- 4.21. В соответствии с Федеральным [законом](#) "О рекламе" Рекламораспространитель обязан осуществлять размещение социальной рекламы в размере пяти процентов от годовой стоимости предоставляемых услуг по распространению рекламы
- 4.22. Запрещается размещение средств наружной рекламы (за исключением обязательных вывесок):
- на крышах павильонов ожидания наземного пассажирского транспорта, торговых павильонов и киосков (за исключением павильонов и киосков, полностью оформленных в фирменном стиле);
 - на памятниках архитектуры и градостроительства, храмах, территориях, непосредственно прилегающих к ним, а также территориях кладбищ и в радиусе 30 метров от них без соответствующего согласования;
 - в садах и парках, а также на их оградах в зоне исторической застройки, за исключением случаев проведения разовых, краткосрочных, централизованных мероприятий;
 - на заборах и иных ограждениях земельных участков, за исключением случаев, когда рекламоноситель является неотъемлемым элементом этого забора или ограждения.
- 4.23. Заявитель несет ответственность за лицензированное изготовление проектно-технической документации, изготовление, установку и техническую эксплуатацию конструкций рекламоносителя, а также обеспечивает сохранность первоначального вида рекламы и производит за свой счет текущий и капитальный ремонт.
- 4.24. После установки рекламной конструкции заявитель и подрядчик, выполнявший строительно-монтажные работы, составляют акт произвольной формы о соответствии выполненных работ проектной документации, о сдаче подрядчиком установленной конструкции и принятии его заявителем в эксплуатацию. Копии акта передаются заявителем в уполномоченный орган.

4.25. Средства размещения наружной рекламы не могут эксплуатироваться без размещенного на них изображения или с изображением, пришедшим в негодность. При отсутствии наружной рекламы на установленной конструкции владелец обязан размещать социальную рекламу, согласованную с администрацией муниципального образования, или демонтировать средство наружной рекламы в 10-дневный срок. В случае, если в указанный срок не произведен демонтаж рекламной конструкции, глава муниципального образования «Зеленоградский район» может принять решение о размещении социальной рекламы с указанием срока ее размещения.

4.26. Рекламная конструкция и ее территориальное размещение должны соответствовать требованиям технического [регламента](#) согласно приложению.

5. Порядок оформления и выдачи разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и заключения договоров на размещение наружной рекламы

5.1. Установка и эксплуатация рекламных конструкций на территории муниципального образования допускаются при наличии [разрешения](#) на установку и эксплуатацию рекламного места (далее - разрешение), выданного уполномоченным органом в порядке, устанавливаемом настоящими Правилами.

5.2. Установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются ее владельцем по договору с 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.

5.3. В случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции предполагается использовать общее имущество собственников помещений в многоквартирном доме, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции возможно только при наличии согласия собственников помещений в многоквартирном доме, полученного в порядке, установленном Жилищным кодексом Российской Федерации. Заключение такого договора осуществляется лицом, уполномоченным на его заключение общим собранием собственников помещений в многоквартирном доме.

5.4. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается на срок пять лет, за исключением договора на установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции, который может быть заключен на срок не более чем двенадцать месяцев. По окончании срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции обязательства сторон по договору прекращаются.

5.5. Для оформления разрешения Рекламораспространитель, желающий установить рекламоноситель самостоятельно или по поручению рекламодателя (в дальнейшем - заявитель), обращается в уполномоченный орган, где заявителю выдается бланк [заявки](#) и перечень документов, необходимые для согласования установки рекламной конструкции, указанный в п. 5.7.

5.6. Уполномоченный орган самостоятельно осуществляет согласование с организациями, утвержденное постановлением МО «Зеленоградский район», необходимое для принятия решения о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче. При этом заявитель вправе самостоятельно получить от организаций такое согласование и представить его в уполномоченный орган.

5.7. Заявитель представляет заявку с подтверждением пройденных согласований с приложением следующих документов:

- эскизный проект устанавливаемой рекламной конструкции в двух экземплярах с соблюдением следующих требований:
 - формат эскизного проекта - А3;
 - проект выполняется в цвете и представляет фронтальные виды рекламных конструкций с габаритными размерами и площадью;

- согласовывается в зависимости от планируемого места нахождения в МО «Зеленоградское городское поселение» или в МО «Красноторовское сельское поселение», МО «Переславское сельское поселение», МО «Ковровское сельское поселение», МО «Сельское поселение «Куршская Коса» уполномоченным в установленном порядке лицом;
- проектная документация должна быть выполнена в соответствии с техническим [регламентом](#) к Правилам;
- технический проект рекламной конструкции с расчетом ветровой нагрузки и прочностным расчетом, выполненный в лицензированной проектной организации, в случае если другое не предусмотрено ст. 5.18;
- договор с собственником объекта недвижимости, на котором размещается рекламная конструкция или подтверждение в письменной форме согласия собственника или иного законного владельца соответствующего недвижимого имущества на присоединение к этому имуществу рекламной конструкции, если заявитель не является собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества. В случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции необходимо использование общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, документом, подтверждающим согласие этих собственников, является протокол общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме;
- договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

5.8. Правило о возможности согласования заявки заявителем с уполномоченными органами размещения рекламной конструкции не применяется в случае проведения аукциона. Уполномоченный орган в таком случае самостоятельно осуществляет согласование в рамках подготовки к аукциону.

5.9. Выдача документов (их копий, дубликатов) приравнивается к юридически значимым действиям.

5.10. Уполномоченный орган осуществляет регистрацию всех необходимых документов, направленных заявителем, и при согласовании соответствующими службами направляет и оформляет разрешение либо отказывает заявителю.

5.11. Уполномоченный орган присваивает разрешению соответствующий номер в реестре рекламных конструкций.

5.12. Решение о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче должно быть направлено заявителю в течение двух месяцев со дня приема от него необходимых документов. Заявитель, не получивший в указанный срок решения, в течение трех месяцев вправе обратиться в суд или арбитражный суд с заявлением о признании бездействия уполномоченного органа незаконным.

5.13. Разрешение выдается на каждую рекламную конструкцию на срок действия договора, за исключением договора на эксплуатацию временной рекламной конструкции, который может быть заключен на срок не более чем двенадцать месяцев.

5.14. Владелец рекламной конструкции обязан провести монтаж и ввод в эксплуатацию рекламной конструкции в течение одного месяца с даты получения разрешения и представить акт ввода рекламной конструкции в эксплуатацию в уполномоченный орган.

5.15. За выдачу разрешений уплачивается государственная пошлина в размерах и порядке, которые установлены законодательством РФ о налогах и сборах ([подпункт 105 п. 1 ст. 333.33](#) Налогового кодекса РФ).

5.16. Самовольно установленные рекламоносители и рекламоносители, не демонтированные по истечении срока действия или прекращения срока действия выданного разрешения, подлежат демонтажу с возмещением собственником рекламоносителя затрат по демонтажу или использованию для социальной рекламы.

5.17. Изготовление технического проекта рекламной конструкции не требуется для следующих видов рекламных конструкций:

- информационных вывесок и учрежденческих досок площадью до 0,5 кв.м.;

- рекламы на маркизах;
- уличной мебели с площадью рекламной конструкции менее 4,5 м;
- настенных панно площадью менее 4,5 кв.м;
- панель-кронштейнов на зданиях с площадью одной стороны менее 1 кв.м, при этом горизонтальный габарит не более 1 м от точки крепления к зданию или сооружению;
- штендеров общей площадь менее 3 кв.м.;
- флаговых композиций, высотой менее 4 м.;
- рекламы в остеклении остановочных павильонов, таксофонов и других подобных объектов;
- рекламы на ограждениях (кроме ограждений, выполненных в виде решеток, сеток) при условии, что части рекламной конструкции не выступают за габариты ограждения;
- проекционных установок.

6. Особенности заключения договора с комитетом по управлению муниципальным имуществом и земельным отношениям об условиях распространения наружной рекламы путем установки рекламоносителей на здании, строении, сооружении, земельном участке и ином объекте муниципальной собственности

6.1. Размещение рекламоносителей на объектах благоустройства, в полосах отвода автомобильных или железных дорог, а также на земельных участках, зданиях, строениях, сооружениях и других объектах муниципальной собственности производится только на основании договора, заключенного с комитетом по управлению муниципальным имуществом и земельным отношениям - по объектам муниципальной собственности (далее КУМИиЗО) по результатам торгов;

6.2. Торги на заключение договора на эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности на территории муниципального образования, а также на земельном участке, государственная собственность на которые не разграничена, проводятся уполномоченным органом в форме конкурса в соответствии с порядком проведения торгов на право заключения договора о предоставлении рекламного места утвержденным советующим постановлением главы МО «Зеленоградский район».

6.3. Договор с КУМИиЗО об условиях распространения наружной рекламы путем установки рекламоносителя на землях общего пользования, здании, строении, сооружении, земельном участке и ином объекте, находящемся в муниципальной собственности (далее - Договор), является возмездным;

6.4. Размер платы по Договору определяется по результатам торгов;

6.5. Минимальный размер платы по Договору определяется в соответствии с порядком, утвержденным соответствующим решением районного Совета депутатов МО «Зеленоградский район»;

6.6. Контроль за выполнением условий договора возлагается на КУМИиЗО.

6.7. Договор изготавливается в трех экземплярах: для заявителя, для КУМИиЗО, для уполномоченного органа.

6.8. Если рекламное место расположено на земельных участках общего пользования, занятых площадями, улицами, проездами, автомобильными дорогами, набережными, скверами, бульварами, закрытыми водоемами, пляжами и другими объектами, Договор заключается КУМИиЗО с взиманием платы в [порядке](#), утвержденном соответствующим решением районного Совета депутатов МО "Зеленоградский район".

6.9. Если рекламная конструкция устанавливается на земельных участках, предоставленных в аренду, договор заключается с участием третьей стороны - арендатора земельного участка и с его согласия.

6.10. Договор заключается в трех экземплярах: для КУМИиЗО, для Заявителя, для арендатора земельного участка. Уполномоченный орган оставляет в своих делах копию Договора.

6.11. В Договор обязательным условием включается требование о текущем содержании рекламного места и уборке прилегающей территории от мусора.

7. Органы управления и контроля

7.1. Уполномоченный орган:

- регулирует отношения, возникающие в процессе распространения наружной рекламы на территории муниципального образования;
- готовит разрешения на установку рекламных конструкций;
- готовит договоры на эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином объекте муниципальной собственности;
- ведет реестры договоров, выданных разрешений на установку рекламных конструкций;
- координирует деятельность рекламодателей по осуществлению единой политики в области наружной рекламы;
- участвует в согласовании эскизных проектов установки рекламных конструкций;
- готовит документацию и проводит торги на право заключения договоров на размещение и эксплуатацию рекламной конструкции на зданиях, строениях, сооружениях и иных объектах муниципальной собственности;
- проводит инвентаризацию рекламных конструкций;
- осуществляет проверки законности установки рекламных конструкций;
- готовит предписания на демонтаж рекламных конструкций, не имеющих разрешения на установку рекламной конструкции;
- взаимодействует с органами местного самоуправления, общественными организациями, субъектами рекламного рынка по вопросам, связанным с наружной рекламой и праздничным оформлением муниципального образования.

8. Основания для отказа в выдаче либо аннулирования разрешения, а также признания его недействительным

8.1. Решение об отказе в выдаче разрешения должно быть мотивировано и принято главой муниципального района или уполномоченным им органом исключительно по следующим основаниям:

- несоответствие проекта рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технического регламента;
- несоответствие установки рекламной конструкции в заявленном месте схеме территориального планирования или генеральному плану муниципального образования;
- нарушение требований нормативных актов по безопасности движения транспорта;
- нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселения;
- нарушение требований законодательства РФ об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов РФ, их охране и использованию;
- нарушение требований ч.5.1.-5.7. и 9.1. ст.19 Федерального [закона](#) "О рекламе".

8.2. В случае отказа в выдаче разрешения заявитель в течение трех месяцев со дня получения решения об отказе в его выдаче вправе обратиться в суд или арбитражный суд с заявлением о признании такого решения незаконным.

8.3. Органом местного самоуправления решение об аннулировании разрешения принимается:

- в течение месяца со дня направления ему владельцем рекламной конструкции уведомления в письменной форме о своем отказе от дальнейшего использования разрешения;
- в течение месяца с момента направления ему собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, документа, подтверждающего прекращение договора, заключенного между таким собственником или таким владельцем недвижимого имущества и владельцем рекламной конструкции;
- в случае, если в течение года со дня выдачи разрешения рекламная конструкция не установлена;
- в случае, если рекламная конструкция используется не в целях распространения рекламы, социальной рекламы;
- в случае, если разрешение выдано лицу, заключившему договор на эксплуатацию рекламной конструкции с нарушением требований, установленных частями 5.1-5.7 [ст. 19](#) Федерального закона "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ;
- в случае нарушения требований, установленных [частями 9.1 и 9.3 ст. 19](#) Федерального закона "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ.

8.4. Решение об аннулировании разрешения может быть обжаловано в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня его получения.

8.5. Разрешение может быть признано недействительным в судебном порядке в случае:

- неоднократного или грубого нарушения рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе - по иску антимонопольного органа;
- обнаружения несоответствия рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технического регламента - по иску органа, осуществляющего контроль за соблюдением технических регламентов;
- несоответствия установки рекламной конструкции в данном месте схеме территориального планирования или генеральному плану - по иску органа местного самоуправления;
- нарушения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселения - по иску органа местного самоуправления;
- несоответствия рекламной конструкции требованиям нормативных актов по безопасности движения транспорта - по иску органа, осуществляющего контроль за безопасностью движения транспорта;
- возникновения преимущественного положения с частями 5.3 и 5.4 [ст. 19](#) Федерального закона "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ.
- - по иску антимонопольного органа.

8.6. В случае аннулирования разрешения или признания его недействительным владелец рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец соответствующего недвижимого имущества, к которому такая конструкция присоединена, обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции в течение месяца и удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции, в течение трех дней.

8.7. При невыполнении обязанности по удалению размещенной на рекламной конструкции информации в случае аннулирования разрешения или признания его недействительным собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, осуществляет удаление этой информации за свой счет. По требованию собственника или иного законного владельца такого недвижимого имущества владелец рекламной конструкции обязан возместить ему разумные расходы, понесенные в связи с удалением этой информации.

Приложение
к правилам размещения, установки и эксплуатации
объектов наружной рекламы
на территории МО «Зеленоградский район»

Технический регламент

на установку рекламных конструкций

Данный Регламент основывается на СНиПах, ГОСТах и иных нормативных правовых актах, действующих на территории РФ.

1. Общие положения

1.1. Технический регламент (далее - Регламент) определяет технические условия и принципиальные правила по изготовлению и эксплуатации рекламных конструкций, осуществляемой соответствующими специалистами, то есть лицами, обладающими определенной (подтвержденной) квалификацией, знаниями, навыками, опытом и способными оказать соответствующие услуги или выполнять специальные работы в данной области, имеющими лицензии и аккредитации на право осуществления таких работ в рекламной деятельности.

1.2. Основной задачей Регламента является необходимость на основе [Правил](#) осуществлять контроль за изготовлением, монтажом и эксплуатацией рекламных конструкций среди различных групп специалистов рекламной деятельности, объединенных в соответствующие профессиональные общественные объединения.

1.3. Основными задачами Регламента являются:

- установление в области рекламной деятельности соответствующих правил изготовления и монтажа рекламных конструкций, подтверждения профессиональных навыков и квалификации среди специалистов данного рынка, в общественных некоммерческих организациях и контроля со стороны органов местного самоуправления за участниками данного процесса;

- поддержание высокого уровня компетенции и профессионализма специалистов в сфере рекламной деятельности, обеспечение престижности профессиональной принадлежности;

- обеспечение добросовестного выполнения профессиональных функций и обязательств специалистов перед обществом и государством.

1.4. Регламент предназначен для использования предприятиями, организациями, учреждениями, профессиональными общественными объединениями и организациями, а также физическими лицами, участвующими в рекламной деятельности.

1.5. Регламент основывается на поддержании следующих основных принципов профессионализма в рекламной деятельности:

- профессиональной обязанностью субъекта является качественное выполнение работ в объемах и в сроки, которые соответствуют нормативным требованиям и условиям проведения работ (указанные критерии и требования содержатся в стандартах качества

работ, технологических правилах и регламентах выполнения работ, организационно-методической и технологической документации);

- субъект в своей профессиональной деятельности должен полностью проявлять свои профессиональные знания и умения с максимальной добросовестностью и ответственностью;

- субъект должен принимать на себя обязательства добросовестного выполнения профессионального долга (производства работ, оказания услуг), применяя свои специальные знания, опыт и навыки. При этом результаты его работы не могут рассматриваться заказчиком, контрольно-проверяющими органами или другими специалистами с точки зрения гарантии полного совершенства выполняемой работы.

2. Технические требования по проектированию, монтажу и эксплуатации рекламных конструкций

2.1. Общие требования

2.1.1. Проектная документация на рекламные конструкции должна соответствовать СНиПам, ГОСТам, на работы к которым есть данная нормативная документация (а именно: сварные, монтажные, электромонтажные и другие работы), и другим нормативным документам, с целью проверки соответствия рекламных конструкций с указанными техническими условиями проводится техническая экспертиза в порядке, установленном Регламентом.

2.1.2. Проектная документация должна включать в себя следующие документы:

Для рекламных вывесок:

- подробный проект каркаса металлоконструкции, который должен включать в себя разрез конструкции, марки используемого металла (с приложением сертификатов на металл), расчеты на снеговые, ветровые и прочие нагрузки с подтверждением проектной организации всех расчетов;

- акт обследования здания (сооружения) на предмет надежности данного объекта и акт монтажа рекламной вывески с заключением соответствующего органа о надежности объекта;

- проект крепежных элементов рекламной вывески с разрезом конструкции, марки используемого металла (с приложением сертификатов на металл), расчеты на снеговые, ветровые и прочие нагрузки с подтверждением проектной организации всех расчетов;

- проект электромонтажных работ со всеми схемами, электрическими нагрузками, подтвержденными соответствующими организациями, и ксерокопией допуска работника, производящего электромонтаж, пуско-наладку, а также разрешение на подключение и подтверждение наличия нужного количества электроэнергии на объекте, от которого будет запитана рекламная вывеска;

- также приложением от организации-производителя представлять ксерокопии документов о наличии в ней работников нужной квалификации, а именно: допуски на электромонтажные работы, допуски на сварные работы, на монтажные работы;

- наличие сертификатов на прочие материалы, такие как пластик, газосветное и светодиодное оборудование и т.д.

Для крышных установок:

- подробный проект каркаса металлоконструкции, который должен включать в себя разрез конструкции, марки используемого металла (с приложением сертификатов на металл), расчеты на снеговые, ветровые и прочие нагрузки с подтверждением проектной организации всех расчетов;

- проект крепежных элементов крышной конструкции к крыше здания с разрезом конструкции, веса конструкции, марки используемого металла (с приложением сертификатов на металл), расчеты на снеговые, ветровые и прочие нагрузки с подтверждением проектной организации всех расчетов;

- акт обследования крыши здания, сооружения на предмет надежности данного объекта и акт монтажа крышной конструкции с заключением соответствующего органа о надежности объекта, также заключение экспертных организаций на предмет неповреждения и (или) восстановления кровли здания (сооружения) после/во время монтажа крышной конструкции;

- проект электромонтажных работ со всеми схемами, электрическими нагрузками, подтвержденными соответствующими организациями, и ксерокопией допуска работника, производящего электромонтажи, пуско-наладку, а также разрешение на подключение и подтверждение наличия нужного количества электроэнергии на объекте, от которого будет запитана крышная установка, а также разрешение на подключение и подтверждение наличия нужного количества электроэнергии на объекте, от которого будет запитана крышная установка, а также согласие организации, в хозяйственное управление которой передано общее имущество здания, на подключение и подтверждение о наличии нужной мощности и условий подключения;

- также приложением от организации-производителя представляются ксерокопии документов о наличии в ней работников нужной квалификации, а именно: допуски на электромонтажные работы, допуски на сварные работы, на монтажные работы;

- наличие сертификатов на прочие материалы, такие как пластик, газосветное и светодиодное оборудование и т.д.

Для малых рекламных архитектурных форм (стел, объемных конструкций и пр.):

- подробный проект каркаса металлоконструкции, который должен включать в себя разрез конструкции, марки используемого металла (с приложением сертификатов на металл), расчеты на снеговые, ветровые и прочие нагрузки с подтверждением проектной организации всех расчетов;

- проект бетонного основания малой рекламной архитектурной формы с точным расчетом массы данного основания, проект заземления и наличие всех сертификатов с указанием марки бетона или любых используемых материалов;

- проект электромонтажных работ со всеми схемами, электрическими нагрузками, подтвержденными соответствующими организациями, и ксерокопией допуска работника, производящего электромонтажи, пуско-наладку, а также разрешение на подключение и подтверждение наличия нужного количества электроэнергии на объекте, от которого будет запитана крышная установка, а также согласие организации, в хозяйственное управление которой передано общее имущество здания, на подключение и подтверждение о наличии нужной мощности и условий подключения;

- разрешение соответствующей организации на раскопки и разрешение всех организаций - владельцев основных коммуникаций и сетей на проведение земляных работ;

- также приложением от организации-производителя представляются ксерокопии документов о наличии в ней работников нужной квалификации, а именно допуски на электромонтажные работы, допуски на сварные работы, на монтажные работы;

- наличие сертификатов на прочие материалы, такие как пластик, газосветное и светодиодное оборудование и т.д.;

- выкопировка 500/1 и выписка из генерального плана на наличие в месте подачи свободного места под установку малой рекламной архитектурной формы.

Для отдельно стоящих рекламных установок;

- подробный проект каркаса металлоконструкции, который должен включать в себя разрез конструкции, марки используемого металла (с приложением сертификатов на металл), расчеты на снеговые, ветровые и прочие нагрузки с подтверждением проектной организации всех расчетов;

- проект бетонного основания малой рекламной архитектурной формы с точным расчетом массы данного основания, проект заземления и наличие всех сертификатов с указанием марки бетона или любых используемых материалов;

- проект электромонтажных работ со всеми схемами, электрическими нагрузками, подтвержденными соответствующими организациями, и ксерокопией допуска работника, производящего электромонтаж, пуско-наладку, а также разрешение на подключение и подтверждение наличия нужного количества электроэнергии на объекте, от которого будет запитана крышная установка, а также согласие организации, в хозяйственное управление которой передано общее имущество здания, на подключение и подтверждение о наличии нужной мощности и условий подключения;

- разрешение соответствующей организации на раскопки и разрешение всех организаций - владельцев основных коммуникаций и сетей на проведение земляных работ;

- также приложением от организации-производителя представляются ксерокопии документов о наличии в ней работников нужной квалификации, а именно: допуски на электромонтажные работы, допуски на сварные работы, на монтажные работы;

- наличие сертификатов на прочие материалы, такие как пластик, газосветное и светодиодное оборудование и т.д.;

- выкопировка 500/1 и выписка из генерального плана на наличие в месте подачи свободного места под установку малой рекламной архитектурной формы.

2.1.3. Техническую экспертизу выполняют экспертные организации. В соответствии с действующим законодательством РФ уполномоченными могут быть назначены организации, имеющие:

- аккредитацию по технической экспертизе рекламной деятельности и обследованию рекламных конструкций;

- штатных специалистов, имеющих свидетельства, подтверждающие их квалификацию, в том числе по строительным, прочностным, электрическим, аэродинамическим вопросам, и опыт практической работы не менее пяти лет;

- необходимое оборудование для проведения экспертизы по вышеуказанным видам работ;

- свидетельство (аттестат) органа по сертификации в данной области, зарегистрированного в реестре международной общественной организации "Международная ассоциация качества - СовАсК" или в государственном реестре Госстандарта России;

- сертифицированную систему управления качеством применительно к данной области, зарегистрированную в реестре международной общественной организации "Международная ассоциация качества - СовАсК" или в государственном реестре Госстандарта России.

2.1.4. Техническая экспертиза рекламных конструкций включает в себя следующие работы:

- экспертизу проектной документации рекламных конструкций на соответствие требованиям СНиПов, технических условий и других нормативных актов;

- проверку соответствия вновь установленной конструкции проектной документации, требованиям СНиП, технических условий и других нормативных актов - после проведения строительно-монтажных работ;

- обследование рекламных конструкций, находящихся в эксплуатации, на соответствие проектной документации, требованиям СНиП, технических условий и других нормативных актов проводится ежегодно с момента получения паспорта рекламного места;

- проектная организация, разработавшая проект рекламной конструкции, осуществляет контроль за вводом рекламной конструкции в эксплуатацию;

- акт ввода в эксплуатацию рекламной конструкции должен быть составлен в трех экземплярах и подписан проектной организацией, подрядной организацией и заказчиком.

2.2. Техническая экспертиза проектной документации

2.2.1. Для прохождения технической экспертизы заявитель подает в уполномоченную экспертную организацию заявку по форме, утвержденной уполномоченным органом. К заявке прилагается:

- пояснительная записка, включающая в себя необходимые расчеты;
- комплект рабочих чертежей (архитектурно-строительные решения, конструкции железобетонные, конструкции металлические, конструкции деревянные, антикоррозионная защита);
- заключение уполномоченной специализированной организации о состоянии несущих конструкций здания или сооружения, к которому крепится проектируемая рекламная конструкция, и о возможности его крепления на этих конструкциях;
- копия паспорта рекламного места с указанием точного адреса и топографической съемки с подземными коммуникациями в масштабе 1:500;
- сертификаты на применяемые материалы и комплектующие изделия, не включенные в государственные стандарты.

2.2.2. При технической экспертизе проектной документации рекламных конструкций проверяется:

- полнота и информативность рабочего проекта;
- правильность выбора конструкции и материалов;
- правильность выполнения расчетов;
- соблюдение в проекте требований СНиП, технических условий, действующих стандартов ЕСКД и СПДС и других нормативных актов;
- лицензия на право выполнения проектных работ.

2.2.3. По результатам экспертизы составляется экспертное заключение, которое выдается заявителю.

2.2.4. При несоответствии проекта требованиям технических условий и СНиП в экспертном заключении дается краткое описание имеющихся отклонений. Работы по повторной экспертизе проводятся только после доработки проекта.

2.2.5. В положительном заключении указывается разрешенный срок службы конструкции при условии соответствия вновь установленной конструкции проектной документации (срок первого освидетельствования после установки конструкции).

2.2.6. Рекламораспространитель не вправе вносить изменения в утвержденную проектную документацию без согласования с организацией, проводившей ее экспертизу.

2.3. Установка и контроль соответствия вновь установленных конструкций проектной документации

2.3.1. Монтажные и электротехнические работы по установке и эксплуатации рекламных конструкций должны выполняться в соответствии с проектной документацией организациями, имеющими лицензии на проведение этих работ, выданные в установленном порядке.

2.3.2. Устройство фундаментов рекламных конструкций и проведение других земляных работ при их установке проводятся на основании ордера на производство земляных работ, оформляемого соответствующей организацией с обязательным актом на скрытые работы.

2.3.3. Сведения о необходимости занятия проезжей части дороги или улицы или полосы отвода дороги и необходимости временного закрытия или ограничения движения при установке и эксплуатации рекламных конструкций должны быть представлены в Управление ГИБДД при УВД по Калининградской области не менее чем за 15 дней до начала работ.

2.3.4. Монтаж рекламных конструкций на зданиях и сооружениях производится в присутствии представителей балансодержателя или после письменного уведомления его о проведении работ.

2.3.5. Производство строительно-монтажных и электротехнических работ проводится при наличии следующих документов:

- паспорта рекламного места, оформленного в установленном порядке;
- договора с комитетом архитектуры и строительства или иным собственником земельного участка либо здания, строения или сооружения, к которым присоединяется рекламная конструкция;
- экспертного заключения о соответствии проектной документации техническим условиям и СНиП;
- ордера на выполнение земляных работ (в случае их проведения).

2.3.6. Рекламораспространитель обязан привести место установки рекламной конструкции в первоначальное состояние, а также благоустроить территорию после демонтажа рекламной конструкции в сроки:

- не более 2 суток - на территориях зоны исторического наследия и зоны особого городского значения;
- не более 4 суток - на улицах и магистралях зоны общего городского значения;
- не более 7 суток - на внутриквартальных территориях зоны общего городского значения.

2.3.7. Рекламораспространитель несет ответственность за любые нарушения правил безопасности, а также за неисправности и аварийные ситуации, возникшие из-за нарушения им условий монтажа и эксплуатации рекламной конструкции.

2.3.8. Проверку соответствия вновь установленных рекламных конструкций проектной документации и требованиям технических условий и СНиП проводят уполномоченные экспертные организации с привлечением в необходимых случаях городских согласующих организаций. Проверка вновь установленной конструкции проводится не позднее десяти дней после ее установки на рекламном месте.

2.3.9. По результатам проверки составляется экспертное заключение по форме, утверждаемой комитетом архитектуры и строительства, в котором делается вывод о соответствии рекламной конструкции проектной документации. При наличии отступлений от проекта или несоответствия паспорту рекламного места даются рекомендации об их устранении и назначается повторная проверка, после которой выдается экспертное заключение. При невозможности или нежелании владельца конструкции устранить выявленные отступления даются рекомендации о демонтаже рекламной конструкции.

2.3.10. Расходы уполномоченных экспертных организаций, связанные с проверкой установки рекламных конструкций, возмещаются владельцем рекламной конструкции по тарифам, установленным в соответствии с действующими нормативными документами.

2.4. Эксплуатация и обследование рекламных конструкций

2.4.1. Решение о необходимости обследования рекламных конструкций, находящихся в эксплуатации, принимает уполномоченный орган совместно с экспертной организацией, уполномоченной на право проведения такого рода деятельности. Первое обследование проводится по окончании разрешенного срока эксплуатации, указанного в экспертном заключении уполномоченной организации по результатам проектной документации, либо обследование рекламного объекта осуществляется на основе признаков явного несоответствия проектной документации, представленной в уполномоченный орган с фактическим рекламным объектом.

2.4.2. Обследование включает:

- проверку состояния и степень повреждения конструкции вследствие механических, температурных, коррозионных и иных воздействий;
- контрольный расчет несущей способности конструкции. При этом если отсутствует проектная и конструкторская документация, контрольный расчет проводится по

фактическим размерам в предположении, что конструкция изготовлена из материалов минимальной прочности и с учетом обнаруженных повреждений.

2.4.3. Обследование проводится по методике, разработанной уполномоченной экспертной организацией в соответствии с действующими нормативными документами, и организациями, имеющими разрешительную документацию на данный вид деятельности.

2.4.4. По результатам обследования составляется экспертное заключение по форме, утверждаемой уполномоченным органом, содержащее краткое описание имеющихся отклонений, выводы о возможности дальнейшей эксплуатации конструкции и срок следующего обследования.

2.4.5. Рекламораспространитель обязан устранять отклонения, указанные в экспертных заключениях по результатам обследований, содержать рекламную конструкцию в надлежащем состоянии, а также в установленном порядке обеспечивать уборку прилегающей территории.

2.4.6. Расходы уполномоченных экспертных организаций, связанные с обследованием рекламных конструкций, возмещаются владельцем рекламной конструкции по тарифам, установленным в соответствии с действующими нормативными документами.

2.5. Контроль за выполнением требований Регламента

2.5.1. Контроль за выполнением требований Регламента осуществляют федеральные и органы местного самоуправления в соответствии с их полномочиями.

2.5.2. Уполномоченный орган:

- в случае несоответствия проекта рекламной конструкции требованиям Регламента принимает решение об отказе в выдаче разрешения.

2.5.3. Управление ГИБДД при УВД по Калининградской области:

- осуществляет ведомственный контроль за соблюдением условий согласований при размещении рекламы в соответствии с требованиями нормативных правовых актов и технических норм, действующих в сфере обеспечения безопасности дорожного движения;

- при выявлении нарушений выдает рекламораспространителю обязательное для исполнения предписание на их устранение;

- при неустранении выявленных нарушений в установленный срок направляет в уполномоченный орган ходатайство о расторжении договора с рекламораспространителем на установку рекламных конструкций и сообщает о действиях рекламораспространителя или рекламодателя в территориальный антимонопольный орган.

2.5.4. Отдел по борьбе с правонарушениями в сфере потребительского рынка и исполнению административного законодательства при УВД Калининградской области:

- правомерности установки рекламных конструкций, соответствия их разрешению, наличия необходимых согласований соответствующих организаций;

- надлежащего технического состояния рекламных конструкций и состояния прилегающей территории;

- при неустранении выявленных нарушений направляет в уполномоченный орган ходатайство о расторжении договора с рекламораспространителем на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином объекте муниципальной собственности.

2.5.5. Государственное областное учреждение культуры "Научно-производственный центр по охране учета и реставрации памятников истории и культуры Калининградской области":

- осуществляет государственный контроль за эксплуатацией рекламных конструкций в зоне исторического наследия, на объектах памятников истории и культуры и их охранных зонах.