

АДМИНИСТРАЦИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ИНЗЕНСКИЙ РАЙОН»  
УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

г. Инза

30 декабря 2013г.

№ 1511

Экз. \_

Об утверждении «Схемы размещения  
рекламных конструкций на территории  
муниципального образования  
«Инзенский район»

В соответствии со статьями 6 и 15 Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и Градостроительного кодекса,  
**ПОСТАНОВЛЯЮ:**

1. Утвердить " схему размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования "Инзенский район" (прилагается.)

2. Настоящее постановление вступает в силу с момента его официального опубликования и подлежит размещению на официальном сайте Администрации района.

3. Контроль за исполнением настоящего постановления оставляю за собой.

Глава Администрации района

А.Е.Яшин

Липатова Т.М.  
2-54-83

## СХЕМА

Размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования Инзенский район

1. Цели разработки настоящей схемы размещения рекламных конструкций

1.1. Настоящая схема размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования "Инзенский район" устанавливает необходимые требования по обеспечению благоприятной визуально-рекламной среды для граждан, имущества физических или юридических лиц, государственного или муниципального имущества при размещении, эксплуатации и утилизации рекламных конструкций на территории муниципального образования "Инзенский район", определяет соответствие размещения наружной рекламы документам территориального планирования, в целях дальнейшего позитивного изменения архитектурного облика и повышения уровня благоустройства.

2. Сфера применения Схемы

2.1. Настоящая Схема регулирует отношения, возникающие при размещении и распространении рекламных конструкций с использованием брандмауеров, афишных тумб, информационных указателей, информационных стендов, растяжек, пилонов, бэклайтов, штендеров, билбордов, роллеров, панелей-кронштейнов для стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), эксплуатации, технического обслуживания, модернизации и оценке соответствия их размещения.

2.2. Настоящая Схема распространяется на рекламные конструкции, расположенные на внешних стенах, крышах и иных конструктивных

элементах зданий, строений и сооружений или вне их, а также на остановочных пунктах движения общественного транспорта, являющиеся рекламными конструкциями стабильного территориального размещения.

2.3. Настоящая Схема устанавливает обязательные для применения и исполнения требования к размещению и эксплуатации рекламных конструкций.

2.4. Содержащиеся в настоящей схеме обязательные требования являются исчерпывающими, имеют прямое действие на всей территории муниципального образования "Инзенский район" и могут быть изменены только путем внесения изменений и дополнений в настоящую схему.

2.5. Настоящая Схема основана на принципах:

- унификации дизайна и мест стабильного размещения рекламных конструкций
- комплексного размещения рекламных конструкций;
- сохранения архитектурного облика города.

### 3. Объекты и субъекты регулирования

3.1. Объектами регулирования настоящей схемы являются рекламные конструкции вне зависимости от страны изготовления, а также процессы размещения, монтажа, эксплуатации, модернизации, демонтажа и оценки рекламных конструкций.

3.2. Субъектами регулирования настоящей схемы являются органы местного самоуправления, уполномоченные органы и лица, участвующие в процессах размещения, монтажа, эксплуатации, модернизации, демонтажа и оценки рекламных конструкций.

### 4. Основные понятия и термины.

Для целей настоящей схемы используются следующие основные понятия:

4.1. Наружная реклама (по тексту допустимо - рекламные конструкции)  
- щитовые конструкции, стенды, тумбы, панели-кронштейны, перетяжки, конструкции с элементами ориентирующей информации, информирующие о

маршрутах движения и находящихся на них объектах, рамы с рекламной информацией и иные технические средства стабильного территориального размещения, функционально предназначенные для размещения на них рекламной информации, в том числе на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений и сооружений.

4.2. Рекламная поверхность - поверхность рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы.

4.3. Ответственный за эксплуатацию - лицо, эксплуатирующее рекламную конструкцию и несущее ответственность за выполнение требований эксплуатационной документации, а также требований технической безопасности при эксплуатации рекламных конструкций.

4.4. Эксплуатация - стадия жизненного цикла рекламной конструкции, на которой осуществляется использование рекламной конструкции по назначению, ее техническое обслуживание, наладка, модернизация и ремонт.

4.5. Срок службы рекламной конструкции - установленный проектной документацией период, в течение которого рекламная конструкция может эксплуатироваться.

## 5. Виды рекламных конструкций

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

- отдельно стоящие рекламные конструкции - стационарные наземные рекламные конструкции на собственных опорах;
- рекламные конструкции, располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений и сооружений, остановочных пунктов движения общественного транспорта;
- рекламные конструкции, располагаемые на столбах освещения, опорах контактной сети.

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

- малогабаритные рекламные конструкции с площадью одного рекламного поля (стороны) менее 6 кв. м;
- крупногабаритные рекламные конструкции с площадью одного рекламного поля (стороны) от 6 кв. м до 18 кв. м включительно;
- рекламные конструкции особо крупных форматов с площадью одного рекламного поля (стороны) более 18 кв. м.

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

- рекламные конструкции малой высоты - верхний край рекламного поля расположен на высоте не более 4,5 м от поверхности размещения;
- рекламные конструкции нормальной высоты - верхний край рекламного поля расположен на высоте от 4,5 до 7 м от поверхности размещения;
- рекламные конструкции увеличенной высоты - верхний край рекламного поля расположен на высоте более 7 м от поверхности размещения.

5.4. Под элементами уличной мебели, совмещенными с рекламными конструкциями, понимаются павильоны ожидания городского пассажирского транспорта, указатели остановок городского пассажирского транспорта, элементы ограждения пешеходного движения, оснащенные рекламными панелями площадью не более 2,5 кв. м, при условии, что площадь рекламного поля (стороны) не превышает двух третей площади всего информационного поля.

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

- рекламная конструкция имеет формат, отличный от форматов, перечисленных в пунктах Схемы;
- рекламные конструкции, установленные в непосредственной близости от предприятия и связанные с ним единым архитектурно-пространственным решением;

- рекламные конструкции, предназначенные исключительно для информирования о месте нахождения конкретного предприятия и/или оказываемых им услугах (виде деятельности).

6. Требования к размещению вновь устанавливаемых отдельно стоящих рекламных конструкций муниципального образования Инзенский район:

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

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

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

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

6.5. Основными местами размещения наземных рекламных конструкций являются:

- для малогабаритных рекламных конструкций – газоны, обочины дорог, пешеходные зоны;
- для крупногабаритных рекламных конструкций - газон, разделительные полосы магистралей, полосы у обочин шоссейных дорог;
- для рекламных конструкций особо крупного формата - зоны транспортных развязок и т.п.

6.6. Отдельно стоящие рекламные конструкции (за исключением рекламных конструкций индивидуальных проектов, элементов уличной мебели, совмещенных с рекламными конструкциями, а также конструкций, используемых исключительно для размещения некоммерческой информации, и информационных щитов, стендов, афишных тумб) должны иметь размеры

рекламных полей (сторон) в соответствии с таблицей 1, перетяжек - с таблицей 2.

Таблица 1

ширина рекламного поля (сторон) . м	высота рекламного поля (сторон) . м	ПРИМЕЧАНИЕ
0,8 ; 0,9;1.2; 1,4; 2,4;3,0; 3,6; 6,0; 12.0; 24,0;	1,2; 1,6;1,8; 2,6 ; 3,0; 5,0	

Таблица 2

ширина рекламного поля (сторон) . м	высота рекламного поля (сторон) . м	ПРИМЕЧАНИЕ
10.0; 9.0; 12.0	1.0;; 0.64 1,0	

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

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

- для рекламных конструкций особо крупного формата малой/нормальной/увеличенной высоты - 100/150/200 метров;
- для рекламных конструкций среднего и крупногабаритного формата малой/нормальной/увеличенной высоты - 80/100/150 метров;
- для рекламных конструкций малогабаритного формата малой/нормальной/увеличенной высоты - 30/40/50 метров.

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

6.10. Размещение элементов уличной мебели, совмещенных с рекламными конструкциями, рекламных конструкций с рекламной плоскостью, расположенной вдоль направления движения транспорта, рекламных конструкций, расположенных по разные стороны проезжих частей улиц, магистралей, рекламных конструкций, используемых исключительно для размещения некоммерческой информации, а также информационных щитов, стендов, афишных тумб допускается без соблюдения требований, установленных в пунктах настоящей Схемы, по согласованию с управлением строительства и архитектуры и управлениями администрации района.

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

Во избежание искажения целостности восприятия архитектуры зданий запрещается установка и эксплуатация на главных фасадах зданий крупноформатных щитовых и баннерных рекламных конструкций рекламы и информации, закрывающих значительную часть фасада здания, остекление витрин и окон, архитектурные детали и декоративное оформление. Предпочтение отдается рекламным конструкциям со сменным рекламно-информационным полем или светодинамическим конструкциям.

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



- число арендаторов превышает возможность размещения вывесок на фасаде здания;

- на памятниках культуры, истории, архитектуры запрещено размещать более одной вывески

## 7. Требования к дизайну, колористике, подсветке.

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

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

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

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

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

7.2. Дизайн наземных рекламных конструкций согласовывается с управлением строительства и архитектуры.

7.3. Цветовое решение наземных рекламных конструкций должно отвечать сложившейся колористике территорий района:

- гармонизировать с архитектурно-пространственным окружением и другими элементами благоустройства и оборудования, улучшая среду;

- иметь нейтральный унифицированный характер на основе ограниченного числа колеров, согласованных с управлением строительства и архитектуры.

7.4. В целях наиболее корректного включения рекламных конструкций, поддерживающих колористику среды района, рекомендуется:

- использование более светлых нейтральных тонов окраски для рекламных конструкций, расположенных в крупных открытых пространствах, на набережной, на фоне водных панорам и т.п.;
- использование более темных нейтральных тонов окраски для рекламных конструкций, расположенных в условиях плотной застройки, вблизи садово-парковых объектов, на фоне зеленых насаждений.

7.5. Основными цветами рекомендуются:

- для малогабаритных рекламных конструкций, устанавливаемых в районах исторической застройки, - графит, серый;
- для крупногабаритных рекламных конструкций и рекламоносителей особо крупного формата - серый, светло-серый.

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

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

Для крупногабаритных рекламных конструкций и рекламоносителей особо крупного формата рекомендуется предусмотреть систему наружной или внутренней подсветки рекламного поля. Подсветка должна обеспечивать равномерную освещенность рекламного поля, читаемость информации, комплексное световое решение в вечернее и ночное время.

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

8. Зонирование территории, определяющее возможность размещения рекламных конструкций:

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

### **I. "Историко-культурная зона»**

К этой зоне относятся территория исторического центра города и населенных пунктов, территории, прилегающие к памятникам архитектуры и культуры, монументам, культовым сооружениям и т.п., территории с преимущественной застройкой жилыми домами высотой до 4-х этажей, обычно в индивидуальном исполнении.

В г. Инза

Участок № 1 представляет пространство, группирующее малоэтажную многоэтажную застройку центральной части города в границах улиц по крайней линии застройки ул.Заводская-полоса отвода железной дороги-пер. Водоемный - ул. Революции, замыкая описываемое пространство. Размещаются отдельно стоящие конструкции (0,8-3.0 x 1,2-6.0), уличная мебель, индивидуальные проекты.

Участок № 2 представляет собой пространство, группирующее малоэтажную застройку центральной части города. Точкой отсчета считается ул. Больничная - ул. Луговая, переходящая в ул. Садовая по ул. Шосейная до ул. Кр. Бойцов и пер. Водоемного, замыкая описываемое пространство.

Размещаются конструкции (0,8 x 1,2; 1,2 x 1,8; 2,4 x 1,8; 3.0 x 6.0), уличная мебель, индивидуальные проекты

### **II. "Зона особого значения»**

К этой зоне относятся:

- улицы и площади с преимущественно общественной застройкой, территории вблизи крупных торговых центров, торгово-развлекательных и развлекательных заведений, офисных и бизнес-центров и т.п.;
- улицы и площади вблизи административных зданий, учебных заведений: ВУЗов, школ и т.д.;

- улицы и площади вблизи объектов культурного, туристического значения, таких как вокзалы, автовокзалы, гостиницы, Дома культуры и т.п.;
- важные магистральные улицы.

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

### **III. "Зона многоэтажной застройки"**

Территории города с преимущественной застройкой жилыми домами высотой более 4-х этажей Микрорайона диатомового комбината, 7-го микрорайона, микрорайона лесхоза, микрорайона « Черемушки», фабрики нетканых материалов.

Размещаются конструкции (0,8 x 1,2; 1,2 x 1,8; 2,4 x 1,8; 3,0 x 1,4; 3,0 x 1,8; 3,6 x 2,6; 6 x 3; перетяжки), особо крупные форматы (при возникновении градостроительной ситуации - по согласованию), уличная мебель, индивидуальные проекты.

### **IV. "Зона перспективного развития ":**

- въезды в город Инза и населенные пункты

Автодороги, ведущие в город и населенные пункты, а также улицы (500 метров до и после установленной городской черты и черты населенных пунктов), при движении по которым у транзитных пассажиров складывается общее впечатление . Въезды являются визитной карточкой ;

- территории, удаленные от центра города и населенных пунктов, на которых расположены промышленные предприятия, складские, производственные помещения и т.п.

Зона IV включает в себя все территории, не вошедшие ни в одну из трех зон:

В этих зонах целесообразно использовать не только крупноформатные рекламные конструкции, но и использовать пространство для установки рекламных конструкций по индивидуальным проектам при формировании позитивного имиджа города.

Размещаются конструкции (0,8 x 1,2; 1,2 x 1,8; 2,4 x 1,8; 3,0 x 1,4; 3,0 x 1,8; 3,6 x 2,6; 6 x 3; перетяжки), особо крупные форматы (при возникновении

градостроительной ситуации - по согласованию), уличная мебель, индивидуальные проекты.

#### **V. "Рекреационные зоны"**

К этим зонам относятся природные территории - места отдыха и досуга горожан (парки, скверы, пляжи, прибрежные зоны и т.п.).

В рекреационных зонах реклама запрещена вообще. Исключение составляют лишь уличная мебель, рекламные конструкции по индивидуальным проектам при согласовании с управлением строительства и архитектуры. Не допускается размещение рекламных конструкций на стационарных оградах архитектурных ансамблей, парков, скверов. Не допускается уничтожение или повреждение зеленых насаждений на территории, прилегающей к месту установки рекламной конструкции.

##### 1. Особенности определения границ зон.

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

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

- а) историко-культурная зона;
- б) рекреационные зоны;
- в) зона особого значения;
- г) зона многоэтажной застройки
- д) зона перспективного развития

9. Размещение рекламных конструкций по улицам в соответствии с перечнем существующего и перспективного размещения.

##### 9.1. На территории "Историко-культурной зоны":

- не предусматривается использование рекламных конструкций типа короба на опорах освещения и контактной сети.

Размещение на опорах освещения рекламных конструкций допускается в качестве рекламы-указателя для организаций, предприятий внутриквартального размещения в виде облегченной конструкции формата 0,9 x 1,67 (2) x 13 либо баннерной конструкции с шагом размещения через опору освещения.

Размещение на опоре более одной рекламной конструкции не допускается.

Размещаемые на опоре кронштейны должны быть ориентированы в сторону, противоположную проезжей части.

- не допускается установка штендеров на тротуарах;
- перетяжки размещаются как временная рекламная конструкция сроком не более двух месяцев на период события, праздника, анонсирования проекта, программы и пр.

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

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

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

9.4. Не допускается размещать средства наружной рекламы ближе 50 м:

- от храмовых сооружений;
- от учреждений культуры, образования;
- от мест общегородских захоронений;
- от мемориальных комплексов и объектов;
- от объектов культурного наследия федерального, областного и муниципального значения.

Исключения составляют собственные информационные конструкции перечисленных предприятий и учреждений на собственных или арендуемых объектах недвижимости либо на собственных или арендуемых земельных участках. Необходимо проект рекламных конструкций согласовать с управлением строительства и архитектуры.

#### 10. Предельные сроки заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций

Предельные сроки заключения договоров на установку и эксплуатацию наружных рекламных конструкций устанавливаются в зависимости от типов и видов наружных рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации наружной рекламы.

Установить предельные сроки, на которые могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации наружной рекламы:

1. 5 лет для:

а) Афишной тумбы – типа рекламной конструкции в виде высокой тумбы цилиндрической формы для вывешивания рекламных афиш.

б) Брандмауэра – типа рекламной конструкции, изготавливаемой из бан-нерного полотна либо акрилового или металлического листа и размещаемой на стене здания, ограждения.

в) Перетяжки (растяжки) – типа рекламной конструкции, имеющей одно или два рекламных поля и изготавливаемой из баннерного полотна.

г) Пилларса (пилара) – типа рекламной конструкции, представляющей собой тумбу с двумя либо тремя рекламными полями.

д) Пилона – типа рекламной конструкции, представляющей собой короб с двумя рекламными полями форматом 1,2х1,8 м, состоящий из металлического (стального) каркаса, алюминиевого профиля, листов оргстекла и внутренней подсветки.

е) Информационного стенда – типа рекламной конструкции, имеющей одно или два рекламных поля со сменной информацией. Может иметь внешнюю подсветку.

ж) Информационного указателя – типа рекламной конструкции, представляющей собой уличный односторонний или двухсторонний информационно-коммуникационный указатель расположения городских объектов, содержащий информацию об уличной системе, местах нахождения учреждений и организаций, других объектов городской инфраструктуры.

з) Штендера – типа рекламной конструкции, представляющей собой двухстороннюю стойку форматом 0,6x1,0 м, 0,6x1,15 м, 0,75x1,2 м и 0,7x1,7 м.

и) Сити-лайта – типа рекламной конструкции, имеющей одно или два рекламных поля форматом 1,2x1,8 м с внутренней подсветкой.

к) Панель-кронштейна – типа рекламной конструкции, закрепленной перпендикулярно автомобильному или пешеходному движению на фасаде здания, опоре электрического освещения или любой другой подходящей опоре.

л) Остановочного павильона – типа малой архитектурной формы, предназначенной для комфортного ожидания граждан транспорта и оборудованной рекламными полями.

м) Садовой скамейки – типа малой архитектурной формы, предназначенной для отдыха граждан и оборудованной рекламным полем.

н) Светового короба – типа рекламной конструкции, имеющей одно или два светопропускаемых рекламных поля форматом 15x5 м, 18x6 м с внутренними элементами подсветки.

о) Ограждения – ограждения строительных площадок и иных объектов, используемых для размещения рекламных конструкций.

п) Рекламы на асфальте (дорожном покрытии) – типа рекламы, используемый посредством размещения рекламной информации на асфальте (дорожном покрытии)



2. 7 лет для:

а) Арки – типа рекламной конструкции, имеющей одно или два рекламных поля форматом 3x18 м, 3x30 м, 10x1.5м с внешней подсветкой, расположенной над проезжей частью, на мостах и путепроводах.

б) Билборда – типа рекламной конструкции, имеющей одно, два или три рекламных поля форматом 6x3 м. Может иметь внешнюю подсветку.

3. 10 лет для:

а) Бэклайта – тип рекламной конструкции, имеющей одно, два или три рекламных поля форматом 6x4 м с внутренней подсветкой.

б) Videоборда (видеопанель) – типа рекламной конструкции, представляющей собой электронный экран форматом 4x12, 5x12, 5x15, 6x18, отдельно стоящий или размещённый на здании.

д) Призматрона (призмавижн, призма, ультравижн, тривижн, призма-борд) – типа рекламной конструкции, поверхность которой состоит из трёхгранных призм. Через заданный промежуток времени призмы поворачиваются вокруг своей оси, демонстрируя по очереди каждую из трёх граней. Формат конструкции 3x6 м, 4x8 м.

е) Объёмных букв, фигур, логотипа – типа рекламной конструкции, представляющей собой силовую раму с прикреплёнными к ней элементами объёмных букв, фигур или логотипа с внутренней или внешней подсветкой высотой от 2 до 7м.

и) Ситиборда – типа рекламной конструкции, имеющей одно, два или три рекламных поля форматом 2,7x3,7 м,

к) Скролла (роллер, скролл, скроллер) – типа рекламной конструкции, представляющей собой закрытый (со стеклом) либо открытый (без стекла) короб с внутренней подсветкой и динамически меняющимися рекламными сообщениями.

11. Утверждение схемы и внесение изменений

Орган местного самоуправления муниципального образования «Инзенский район» утверждает схему размещения рекламных конструкций

на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности. Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. Схема размещения рекламных конструкций должна соответствовать документам территориального планирования и обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности и содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат предварительному согласованию с уполномоченным органом исполнительной власти Ульяновской области. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат опубликованию (обнародованию) в порядке, установленном для официального опубликования (обнародования) муниципальных правовых актов, и размещению на официальном сайте муниципального района в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

## 12. Переходные положения

12.1. Требования к территориальному размещению рекламных конструкций распространяются на рекламные конструкции, размещенные до вступления в силу настоящей Схемы.

12.2. Рекламные конструкции, размещенные с нарушением территориального размещения, нормативных расстояний, или конструкции, находящиеся в ненадлежащем состоянии, должны быть демонтированы в течение **трех месяцев** с момента вступления в силу настоящей Схемы.

Рекламные конструкции, размещенные с нарушением требований настоящей Схемы, должны быть приведены в соответствие с типоразмерным

рядом согласно требованиям Схемы по окончании срока договоров, заключенных до вступления в силу схемы.

12.3. При проведении модернизации или изменении территориального размещения рекламных конструкций, произведенных и размещенных до вступления в силу настоящей Схемы, должны соблюдаться требования настоящей Схемы.