Документ предоставлен [КонсультантПлюс](https://www.consultant.ru)

**ПЕРМСКАЯ ГОРОДСКАЯ ДУМА**

**РЕШЕНИЕ**

**от 27 января 2009 г. N 11**

**ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПОЛОЖЕНИЯ О ПОРЯДКЕ УСТАНОВКИ И ЭКСПЛУАТАЦИИ**

**РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДА ПЕРМИ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | Список изменяющих документов(в ред. решений Пермской городской Думы от 24.02.2009 N 27,от 23.06.2009 N 145, от 25.02.2010 N 24, от 27.04.2010 N 63,от 17.12.2010 N 214, от 30.08.2011 N 168, от 21.12.2011 N 239,от 27.03.2012 N 42, от 28.08.2012 N 164, от 26.03.2013 N 55,от 24.09.2013 N 204, от 22.10.2013 N 249, от 25.03.2014 N 60,от 26.08.2014 N 141, от 22.03.2016 N 39, от 20.12.2016 N 267,от 28.02.2017 N 35, от 28.02.2017 N 36, от 28.08.2018 N 149,от 26.02.2019 N 36, от 25.08.2020 N 149, от 24.08.2021 N 174) |  |

В соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", Федеральным законом от 06.10.2003 N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", Уставом города Перми Пермская городская Дума решила:

1. Утвердить [Положение](#P51) о порядке установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Перми согласно приложению к решению.

2. Признать утратившими силу:

2.1. решение Пермской городской Думы от 24.10.2006 N 264 "Об утверждении Положения о порядке размещения рекламных конструкций на территории города Перми";

2.2. решение Пермской городской Думы от 27.03.2007 N 59 "О внесении изменений в решение Пермской городской Думы от 24.10.2006 N 264 "Об утверждении Положения о порядке размещения рекламных конструкций на территории города Перми";

2.3. решение Пермской городской Думы от 25.09.2007 N 216 "О внесении изменений в решение Пермской городской Думы от 24.10.2006 N 264 "Об утверждении Положения о порядке размещения рекламных конструкций на территории города Перми";

2.4. решение Пермской городской Думы от 29.01.2008 N 12 "О внесении изменений в решение Пермской городской Думы от 24.10.2006 N 264 "Об утверждении Положения о порядке размещения рекламных конструкций на территории города Перми";

2.5. решение Пермской городской Думы от 22.04.2008 N 110 "О внесении изменений в решение Пермской городской Думы от 24.10.2006 N 264 "Об утверждении Положения о порядке размещения рекламных конструкций на территории города Перми";

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | КонсультантПлюс: примечание.Решение Пермской городской Думы от 27.05.2008 N 151 ранее было признано утратившим силу решением Пермской городской Думы от 23.09.2008 N 304. |  |

2.6. решение Пермской городской Думы от 27.05.2008 N 151 "О внесении изменений в решение Пермской городской Думы от 24.10.2006 N 264 "Об утверждении Положения о порядке размещения рекламных конструкций на территории города Перми";

2.7. решение Пермской городской Думы от 24.10.2006 N 265 "Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории города Перми".

3. Опубликовать решение в печатном средстве массовой информации "Официальный бюллетень органов местного самоуправления муниципального образования город Пермь".

4. Настоящее решение распространяется на отношения, возникшие после вступления его в силу.

5. Рекомендовать администрации города Перми:

5.1. привести правовые акты администрации города Перми в соответствие с настоящим решением;

5.2. до 04.02.2009 разработать и внести на рассмотрение Пермской городской Думы проект решения, предусматривающий актуализацию Порядка расчета размера оплаты, взимаемой в случае установки рекламной конструкции на земельном участке, здании и ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, либо земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, с учетом складывающихся экономических условий хозяйствования субъектов рекламного рынка;

5.3. до 01.04.2009 разработать и представить в Пермскую городскую Думу порядок обеспечения соответствия действующим техническим регламентам вновь устанавливаемых рекламных конструкций.

6. Контроль за исполнением решения возложить на комитет Пермской городской Думы по городскому хозяйству и муниципальной собственности.

Глава города Перми

И.Н.ШУБИН

Приложение

к решению

Пермской городской Думы

от 27.01.2009 N 11

**ПОЛОЖЕНИЕ**

**О ПОРЯДКЕ УСТАНОВКИ И ЭКСПЛУАТАЦИИ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ**

**НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДА ПЕРМИ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | Список изменяющих документов(в ред. решений Пермской городской Думы от 24.02.2009 N 27,от 23.06.2009 N 145, от 25.02.2010 N 24, от 27.04.2010 N 63,от 17.12.2010 N 214, от 30.08.2011 N 168, от 21.12.2011 N 239,от 27.03.2012 N 42, от 28.08.2012 N 164, от 26.03.2013 N 55,от 24.09.2013 N 204, от 22.10.2013 N 249, от 25.03.2014 N 60,от 26.08.2014 N 141, от 22.03.2016 N 39, от 20.12.2016 N 267,от 28.02.2017 N 35, от 28.02.2017 N 36, от 28.08.2018 N 149,от 26.02.2019 N 36, от 25.08.2020 N 149, от 24.08.2021 N 174) |  |

**Раздел 1. Общие положения**

1.1. Настоящее Положение в соответствии со статьей 19 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе) регламентирует правоотношения, связанные с установкой и эксплуатацией рекламных конструкций на земельных участках, зданиях либо ином недвижимом имуществе, расположенном на территории города Перми.

(п. 1.1 в ред. решения Пермской городской Думы от 26.08.2014 N 141)

1.2. Порядок заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях либо ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Российской Федерации, Пермского края, физических либо юридических лиц, регламентируется данными лицами в соответствии с действующим законодательством.

(п. 1.2 в ред. решения Пермской городской Думы от 26.08.2014 N 141)

1.3. Исключен. - Решение Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55.

**Раздел 2. Основные понятия**

2.1. Для целей настоящего Положения используются следующие основные понятия:

2.1.1. рекламные конструкции - технические средства стабильного территориального размещения, виды которых в том числе определены в Федеральном законе от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", Постановлении Правительства Пермского края от 09.09.2013 N 1190-п "О реализации на территории Пермского края норм Федерального закона от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе", используемые в целях распространения рекламы, социальной рекламы.

В зависимости от площади информационного поля рекламные конструкции поделены на следующие группы:

рекламные конструкции малого формата - рекламные конструкции, площадь одного информационного поля которых не превышает 4,5 кв. м,

рекламные конструкции среднего формата - рекламные конструкции, площадь одного информационного поля которых составляет свыше 4,5 кв. м, но не превышает 10 кв. м,

рекламные конструкции крупного формата - рекламные конструкции, площадь одного информационного поля которых составляет свыше 10 кв. м, но не превышает 18 кв. м,

рекламные конструкции особо крупного формата - рекламные конструкции, площадь одного информационного поля которых составляет свыше 18 кв. м;

(пп. 2.1.1 в ред. решения Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149)

2.1.2. временные рекламные конструкции - рекламные конструкции, срок установки 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 двенадцати месяцев;

2.1.3. владелец рекламной конструкции (также - рекламораспространитель) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и (или) пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником;

(пп. 2.1.3 в ред. решения Пермской городской Думы от 17.12.2010 N 214)

2.1.4-2.1.5. утратили силу. - Решение Пермской городской Думы от 26.08.2014 N 141;

2.1.6. информационное поле рекламной конструкции - поверхность (часть) рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы, социальной рекламы;

(в ред. решения Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55)

2.1.7. требования к соответствию рекламных конструкций внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города Перми - требования к внешнему виду рекламных конструкций и их территориальному размещению, установленные с учетом особенностей архитектурного облика сложившейся застройки различных частей города Перми в целях его охраны;

(пп. 2.1.7 в ред. решения Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55)

2.1.8. Уполномоченный орган - уполномоченный решением Пермской городской Думы на реализацию единой политики города Перми в области рекламных отношений функциональный орган администрации города Перми;

2.1.9. социальная реклама - информация, распространяемая 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;

2.1.10. Требования к безопасности рекламных конструкций и их территориальному размещению - требования к рекламным конструкциям, процессам проектирования, производства, размещения, монтажа, наладки, эксплуатации и утилизации рекламных конструкций, устанавливаемые техническим регламентом в соответствии с частью 4 статьи 19 Закона о рекламе, статьями 6, 7 Федерального закона от 27.12.2002 N 184-ФЗ "О техническом регулировании", а до вступления соответствующего технического регламента в силу - нормативными правовыми актами Российской Федерации и нормативными документами федеральных органов исполнительной власти (включая документы по стандартизации, закрепляющие требования к установке и эксплуатации рекламных конструкций, являющиеся обязательными), в том числе ГОСТ Р 52044-2003 "Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения";

(пп. 2.1.10 введен решением Пермской городской Думы от 23.06.2009 N 145; в ред. решений Пермской городской Думы от 28.02.2017 N 36, от 28.08.2018 N 149)

2.1.11. проект рекламной конструкции и ее территориального размещения - документ, подготовленный с учетом [требований](#P633) к соответствию рекламных конструкций внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города Перми в отношении рекламных конструкций, требования к внешнему виду которых не установлены приложением 8 к настоящему Положению, включающий:

(в ред. решения Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149)

эскиз рекламной конструкции с указанием типа и вида рекламной конструкции, описанием состава конструктивных и декоративных элементов рекламной конструкции, их размеров и цвета,

фотографический снимок места установки рекламной конструкции,

фотомонтаж рекламной конструкции.

Проект рекламной конструкции и ее территориального размещения разрабатывается юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем, основным (дополнительным) видом деятельности которых является подготовка проектной документации (далее - проектировщик), в соответствии с требованиями к безопасности рекламных конструкций и их территориальному размещению, установленными действующим законодательством.

(в ред. решения Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149)

Абзац утратил силу. - Решение Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149.

(пп. 2.1.11 в ред. решения Пермской городской Думы от 26.08.2014 N 141)

2.1.12. понятие схемы размещения рекламных конструкций на территории города Перми (далее - Схема) определяется в соответствии с частью 5.8 статьи 19 Закона о рекламе;

(пп. 2.1.12 в ред. решения Пермской городской Думы от 25.03.2014 N 60)

абзацы второй-пятый утратили силу. - Решение Пермской городской Думы от 24.09.2013 N 204.

Абзацы шестой-десятый утратили силу. - Решение Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149.

(пп. 2.1.12 введен решением Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55)

2.1.13. категории территорий города Перми - условное деление территории города Перми на следующие зоны:

центральный планировочный район города Перми, границы которого определены в соответствии с Генеральным планом города Перми, утвержденным решением Пермской городской Думы от 17.12.2010 N 205 (далее - ЦПР),

зоны действия ограничений по условиям охраны объектов культурного наследия, определенные в соответствии со статьей 50.1 Правил землепользования и застройки города Перми, утвержденных решением Пермской городской Думы от 26.06.2007 N 143, в части, не противоречащей действующему законодательству Российской Федерации, Пермского края и муниципальным правовым актам города Перми об объектах культурного наследия (далее - зоны действия ограничений по условиям охраны объектов культурного наследия),

(в ред. решения Пермской городской Думы от 22.10.2013 N 249)

улицы особого градостроительного значения - магистрали городского значения, указанные в [приложении N 2](#P494) к настоящему Положению (далее - улицы особого градостроительного значения),

абзац утратил силу. - Решение Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149,

иные территории, не указанные выше;

(п. 2.1.13 введен решением Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55)

2.1.14. устройство автоматической смены рекламных изображений - механизм, встраиваемый в информационное поле рекламной конструкции, позволяющий размещать и демонстрировать на одном информационном поле несколько рекламных изображений путем их вращения (призматрон, тривижн, скроллер);

(п. 2.1.14 введен решением Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55)

2.1.15. утратил силу. - Решение Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149;

2.1.16. виды рекламных конструкций:

суперборд - отдельно стоящая рекламная конструкция, устанавливаемая на фундамент, опорную стойку, состоящая из одного, двух или трех информационных полей, размер каждого из которых составляет 12 x 4 м или 8 x 4 м,

суперсайт - отдельно стоящая рекламная конструкция, устанавливаемая на фундамент, опорную стойку, состоящая из одного, двух или трех информационных полей, размер каждого из которых составляет 15 x 5 м или 12 x 5 м,

светодиодный экран - устройство отображения и передачи визуальной информации (дисплей, телевизор, монитор), устанавливаемое как отдельно стоящая рекламная конструкция,

стела - плоскостная или объемно-пространственная отдельно стоящая рекламная конструкция индивидуального исполнения,

ситиборд - отдельно стоящая рекламная конструкция, устанавливаемая на фундамент, опорную стойку, состоящая из одного, двух или трех информационных полей, размер каждого из которых составляет 3,7 x 2,7 м по контуру,

рекламный щит - отдельно стоящая рекламная конструкция, устанавливаемая на фундамент, опорную стойку, состоящая из одного или нескольких рекламных полей, размер каждого из которых составляет 6 x 3 м,

джумби - объемная рекламная конструкция стабильного территориального размещения, которая своей формой похожа на предлагаемый товар, но увеличена в несколько раз,

панель-кронштейн - двусторонняя плоскостная рекламная конструкция, монтируемая и располагаемая на опорах наружного освещения, контактной сети или на собственных опорах как отдельно стоящая рекламная конструкция,

сити-формат - отдельно стоящая рекламная конструкция, устанавливаемая на фундамент, опорную стойку, состоящая из одного или двух информационных полей, размер каждого из которых составляет 1,2 x 1,8 м по контуру,

указатель городской системы ориентирования - отдельно стоящая плоскостная рекламная конструкция с внутренним подсветом, монтируемая и располагаемая на собственных опорах, состоящая из одного, двух или трех информационных полей, а также содержащая указатели улиц, проспектов, площадей, парков, скверов, зданий, строений, сооружений, мест нахождения организаций, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации,

флагшток/вымпел - отдельно стоящая рекламная конструкция, устанавливаемая на фундамент и опорную стойку, состоящая из металлического каркаса, предназначенного для размещения и распространения наружной рекламы, в виде мягкого полотнища,

пиллар - отдельно стоящая рекламная конструкция, устанавливаемая на фундамент, состоящая из трех информационных полей, размер каждого из которых составляет 1,4 x 3 м, и имеющая внутреннюю подсветку,

медиафасад - рекламная конструкция в виде светопрозрачного электронного экрана, монтируемого и располагаемого на внешних стенах зданий, строений и сооружений (в том числе с использованием каркаса), повторяющего контуры фасада соответствующего здания, строения, сооружения, предназначенная для размещения (демонстрации) электронно-цифровых материалов;

указатель - отдельно стоящая рекламная конструкция индивидуального исполнения, предназначенная для размещения наименования объекта рекламирования и (или) указывающая направление к нему. Указатель не должен повторять внешний вид рекламных конструкций, указанных в [пункте 4.8](#P280) настоящего Положения;

(абзац введен решением Пермской городской Думы от 24.08.2021 N 174)

(пп. 2.1.16 введен решением Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149)

2.1.17. конструктивные элементы рекламной конструкции:

информационное поле,

каркас рекламной конструкции - конструктивный элемент, необходимый для обеспечения прочности и жесткости рекламной конструкции с сохранением формы информационного поля,

рамка рекламной конструкции - конструктивный элемент, предназначенный для обрамления информационного поля,

фундамент - конструктивный элемент, обеспечивающий устойчивость рекламной конструкции,

опорная стойка - несущий элемент каркаса отдельно стоящей рекламной конструкции,

парапет - конструктивный элемент, выступающий вперед от плоскости информационного поля в нижней части каркаса рекламной конструкции и предназначенный для обслуживания информационного поля,

(пп. 2.1.17 введен решением Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149)

2.1.18. понятие "объект рекламирования" используется в значении, определенном Законом о рекламе.

(пп. 2.1.18 введен решением Пермской городской Думы от 24.08.2021 N 174)

**Раздел 3. Порядок установки и эксплуатации рекламных**

**конструкций на земельных участках, зданиях либо ином**

**недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной**

**собственности, либо на земельных участках, государственная**

**собственность на которые не разграничена**

(в ред. решения Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55)

3.1. Установка рекламных конструкций на территории города Перми осуществляется на основании:

(в ред. решения Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149)

3.1.1. разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее - разрешение), выданного в порядке, предусмотренном административным регламентом, утвержденным администрацией города Перми, на основании заявления собственника или иного указанного в частях 5-7 статьи 19 Закона о рекламе законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции (далее - заявление).

К заявлению прилагается проект рекламной конструкции и ее территориального размещения, за исключением заявлений, подаваемых в отношении рекламных конструкций, [требования](#P633) к внешнему виду которых установлены приложением 8 к настоящему Положению.

В отношении мест установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Перми, находящихся в частной собственности, к заявлению также прилагаются документы, перечисленные в части 11 статьи 19 Закона о рекламе;

(пп. 3.1.1 в ред. решения Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149)

3.1.2. договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, заключенного в порядке, установленном действующим законодательством Российской Федерации.

Установка рекламной конструкции на земельном участке, здании либо ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, осуществляется на основании Договора, который заключается на следующий срок:

в отношении суперборда, суперсайта, светодиодного экрана, медиафасада, стелы - 10 лет,

в отношении сити-борда, рекламного щита - 8 лет,

в отношении джумби, панели-кронштейна, сити-формата, указателя городской системы ориентирования, флагштока/вымпела, пиллара, указателя - 5 лет.

(в ред. решений Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149, от 24.08.2021 N 174)

Договор на установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции заключается на срок не более чем двенадцать месяцев.

Форма Договора утверждается администрацией города Перми.

(пп. 3.1.2 в ред. решения Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149)

3.2. Заключение Договора осуществляется на основе торгов в форме электронного аукциона.

(в ред. решения Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149)

Предметом торгов является право на заключение Договора, в том числе в отношении нескольких мест установки рекламных конструкций.

(в ред. решения Пермской городской Думы от 26.08.2014 N 141)

Ценой лота является начальный размер платы по Договору, который определяется в соответствии с [приложением N 2](#P494) к настоящему Положению, за двенадцать месяцев.

(в ред. решения Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149)

Места установки и эксплуатации рекламных конструкций, расположенные на земельных участках, находящихся в муниципальной собственности, и земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, предоставленных на праве постоянного (бессрочного) пользования, безвозмездного срочного пользования, при наличии согласия соответствующего землепользователя на установку рекламной конструкции включаются в Схему, а также лоты для организации и проведения торгов.

(абзац введен решением Пермской городской Думы от 22.10.2013 N 249; в ред. решения Пермской городской Думы от 28.02.2017 N 35)

(п. 3.2 в ред. решения Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55)

3.3. Утратил силу. - Решение Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149.

3.4. Торги проводятся по решению Уполномоченного органа о формировании лота, в том числе принятому на основании полученных заявлений физических или юридических лиц о проведении торгов, функциональным органом администрации города Перми, осуществляющим функции управления и распоряжения имуществом, находящимся в собственности города Перми, в порядке, установленном администрацией города Перми, в отношении мест установки рекламных конструкций на земельных участках, зданиях и иных объектах недвижимости, находящихся в муниципальной собственности, или земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, предусмотренных Схемой.

Формирование лотов в отношении мест установки рекламных конструкций, указанных в [абзаце первом](#P179) настоящего пункта, осуществляется после официального опубликования утвержденной Схемы.

(абзац введен решением Пермской городской Думы от 28.02.2017 N 36)

При поступлении заявлений физических или юридических лиц о проведении торгов решение о формировании соответствующего лота принимается Уполномоченным органом в течение пятнадцати дней после дня получения указанных заявлений.

(п. 3.4 в ред. решения Пермской городской Думы от 25.03.2014 N 60)

3.5. Участниками торгов могут быть физические и юридические лица.

(п. 3.5 в ред. решения Пермской городской Думы от 26.08.2014 N 141)

3.6. Уполномоченный орган заключает с победителем торгов Договор в порядке, установленном администрацией города Перми. В случае если к участию в торгах допущен один участник, торги признаются несостоявшимися и Договор заключается с лицом, которое являлось единственным участником торгов.

Договор заключается в сроки, установленные в документации о торгах, но не позднее чем через двадцать рабочих дней со дня размещения на электронной площадке протокола аукциона, а в случае, если протокол аукциона не оформлялся и договор заключается с единственным участником аукциона либо участником аукциона, чья заявка на участие в аукционе поступила первой, - протокола рассмотрения заявок на участие в аукционе.

(в ред. решения Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149)

Абзац утратил силу. - Решение Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149.

(п. 3.6 в ред. решения Пермской городской Думы от 26.08.2014 N 141)

3.7. Владелец рекламной конструкции вправе установить рекламную конструкцию в течение года после дня получения разрешения.

(в ред. решения Пермской городской Думы от 26.02.2019 N 36)

Установка рекламных конструкций осуществляется в соответствии с:

Договором,

(в ред. решения Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149)

требованиями к безопасности рекламных конструкций и их территориальному размещению,

требованиями к соответствию рекламных конструкций внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города Перми,

абзац утратил силу. - Решение Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149,

Схемой.

(п. 3.7 в ред. решения Пермской городской Думы от 25.03.2014 N 60)

3.8. После дня установки рекламной конструкции владелец вновь установленной рекламной конструкции в течение последующих десяти рабочих дней обязан привести поврежденные элементы благоустройства в первоначальное состояние и представить в Уполномоченный орган письменное уведомление об установке рекламной конструкции с приложением к нему цветной фотографии вновь установленной рекламной конструкции, а также письменное заключение о соответствии установленной рекламной конструкции требованиям к безопасности рекламных конструкций и их территориальному размещению, подготовленное владельцем рекламной конструкции.

(п. 3.8 в ред. решения Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149)

3.9. Если из представленных документов будет установлено, что вновь установленная рекламная конструкция не соответствует Договору, требованиям к соответствию рекламных конструкций внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города Перми и (или) Схеме, владелец данной рекламной конструкции обязан устранить выявленные недостатки в течение тридцати дней после дня получения соответствующего требования Уполномоченного органа и представить в Уполномоченный орган уведомление об устранении недостатков рекламной конструкции с приложением к нему документов, предусмотренных [пунктом 3.8](#P201) настоящего Положения. При нарушении данного требования, при неустранении выявленных недостатков в соответствии с требованием Уполномоченного органа в течение отведенного срока, а также при непредставлении владельцем вновь установленной рекламной конструкции документов, предусмотренных [пунктом 3.8](#P201) настоящего Положения, Уполномоченный орган обращается в суд или арбитражный суд с требованием о расторжении Договора или принимает иные меры, предусмотренные законодательством, Договором, вплоть до его расторжения или отказа от его исполнения.

(п. 3.9 в ред. решения Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149)

3.10. Утратил силу. - Решение Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149.

3.11. Владельцы рекламных конструкций несут ответственность за безопасность установки и эксплуатации рекламных конструкций в соответствии с законодательством Российской Федерации.

(п. 3.11 в ред. решения Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55)

3.12. Рекламная конструкция должна иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона и номера разрешения.

(в ред. решений Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55, от 26.02.2019 N 36)

3.13. Утратил силу. - Решение Пермской городской Думы от 28.02.2017 N 35.

3.14-3.16. Исключены. - Решение Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55.

**Раздел 4. Требования к соответствию рекламных конструкций**

**внешнему архитектурному облику сложившейся застройки**

**города Перми**

(в ред. решения Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55)

4.1. На территории города Перми допускается установка рекламных конструкций, виды которых определены [подпунктом 2.1.16](#P119) настоящего Положения.

На территории ЦПР допускается установка только рекламных конструкций малого и среднего формата, а также медиафасадов.

На территории зоны действия ограничений по условиям охраны объектов культурного наследия допускается установка только рекламных конструкций малого формата, а также медиафасадов, если иное не предусмотрено требованиями, установленными действующим законодательством.

На территории улиц особого градостроительного значения допускается установка рекламных конструкций малого, среднего и крупного форматов, а также медиафасадов. Установка рекламных конструкций особо крупного формата на территории улиц особого градостроительного значения допускается при условии, что такие рекламные конструкции не ухудшают и не искажают визуальные характеристики архитектурного облика сложившейся застройки города Перми, не мешают восприятию и не перекрывают перспективы и панорамы зданий, сооружений, ансамблей, объектов культурного наследия.

На прочих территориях допускается установка рекламных конструкций любых видов и форматов, предусмотренных настоящим Положением.

(п. 4.1 в ред. решения Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149)

4.2. Требования к месту размещения рекламных конструкций:

4.2.1. расстояния между отдельно стоящими рекламными конструкциями одного формата, расположенными в одном направлении (на одной стороне проезда, улицы, магистрали, одном разделительном газоне):

расстояние между рекламными конструкциями малого формата должно составлять не менее 25 м,

расстояние между рекламными конструкциями средних форматов должно составлять не менее 50 м,

расстояние между рекламными конструкциями крупных форматов должно составлять не менее 70 м,

(в ред. решения Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149)

расстояние между рекламными конструкциями особо крупных форматов должно составлять не менее 400 м;

4.2.2. расстояния между отдельно стоящими рекламными конструкциями разного формата, расположенными в одном направлении (на одной стороне проезда, улицы, магистрали, одном разделительном газоне):

расстояние между рекламными конструкциями малого формата до рекламных конструкций средних, крупных, особо крупных форматов должно составлять не менее 25 м, за исключением флагштоков/вымпелов, расстояние между которыми должно составлять не менее 10 м,

расстояние между рекламными конструкциями средних форматов до рекламных конструкций крупных, особо крупных форматов должно составлять не менее 50 м,

расстояние между рекламными конструкциями крупных форматов до рекламных конструкций особо крупных форматов должно составлять не менее 70 м,

расстояние между рекламными конструкциями особо крупных форматов должно составлять не менее 400 м;

(пп. 4.2.2 в ред. решения Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149)

4.2.3. расстояние между рекламными конструкциями и перекрестками:

расстояние между рекламными конструкциями малого формата по отношению к перекресткам должно составлять не менее 5 м,

расстояние между рекламными конструкциями среднего и крупного формата по отношению к перекресткам должно составлять не менее 10 м,

расстояние между рекламными конструкциями особо крупного формата по отношению к перекресткам должно составлять не менее 50 м,

расстояние между рекламными конструкциями и перекрестками не учитывается по отношению к указателям городской системы ориентирования;

(в ред. решения Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149)

(пп. 4.2.3 в ред. решения Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149)

4.2.4. расстояние между рекламными конструкциями, установленными на опорах городского освещения, флагштоками/вымпелами, джумби, указателями городской системы ориентирования и другими рекламными конструкциями не учитывается;

(пп. 4.2.4 в ред. решения Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149)

4.2.5. при размещении отдельно стоящих рекламных конструкций в окраске конструктивных элементов и обрамления информационного поля используются:

для сити-форматов, сити-бордов, пиларов, светодиодных экранов - цветовой стандарт RAL (далее - RAL) 7023, 7024, 7035, 1036 или аналог в другой цветовой системе;

для рекламных щитов, супербордов, суперсайтов - RAL 7035 или аналог в другой цветовой системе;

для указателей городской системы ориентирования - RAL 7024;

для панели-кронштейна обрамление информационного поля должно быть идентичным по цвету опоры наружного освещения.

В границах квартала, улицы конструктивные элементы и обрамления информационного поля рекламных конструкций одного формата должны быть окрашены одним цветом;

укрытие (декорирование) не предназначенных для размещения информационных полей составляющих частей отдельно стоящих рекламных конструкций (торцевых сторон и внутренних элементов каркаса) выполняется из металла и подлежит окраске с использованием цветовых стандартов, установленных настоящим подпунктом для соответствующего вида рекламной конструкции;

(абзац введен решением Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149)

(пп. 4.2.5 в ред. решения Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149)

4.2.6. утратил силу. - Решение Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149;

4.2.7. максимальная высота отдельно стоящих рекламных конструкций, устанавливаемых на земельных участках, на которых расположены многоквартирные дома, составляет не более 7,5 м;

(пп. 4.2.7 введен решением Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149)

4.2.8. фундамент рекламных конструкций не должен выступать над уровнем покрытия. Данное требование не распространяется на рекламные конструкции малого формата;

(пп. 4.2.8 введен решением Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149)

4.2.9. расстояние от ближайшего края отдельно стоящей рекламной конструкции до края ближайшего здания, строения, сооружения должно составлять не менее 3 м.

(пп. 4.2.9 введен решением Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149)

4.2.10. при установке или в процессе эксплуатации отдельно стоящих рекламных конструкций допускается оборудование информационных полей устройствами автоматической смены рекламных изображений, предусмотренными настоящим Положением для соответствующего вида рекламной конструкции;

(пп. 4.2.10 введен решением Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149)

4.2.11. размещение на территории города Перми медиафасадов должно осуществляться в соответствии со следующими требованиями:

площадь медиафасада должна быть не менее 50% от площади фасада, на котором размещается медиафасад (планируется размещение медиафасада), требование к площади медиафасада не применяется, в случае если его размещение предусмотрено проектной документацией на строительство объекта недвижимого имущества,

(в ред. решения Пермской городской Думы от 24.08.2021 N 174)

цвет конструктивных элементов медиафасада должен соответствовать колерному паспорту здания, на котором размещается медиафасад (планируется размещение медиафасада),

медиафасад должен размещаться без задних и боковых закрывающих стенок.

(пп. 4.2.11 введен решением Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149)

4.3. Подсветка рекламных конструкций должна обеспечивать равномерную освещенность и читаемость информации.

4.4. Утратил силу. - Решение Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149.

4.5. Размещение рекламных конструкций должно осуществляться с учетом законодательства об объектах культурного наследия, особо охраняемых природных территориях.

4.6. Места размещения рекламных конструкций на зданиях, строениях, сооружениях должны быть указаны в паспорте внешнего облика объекта капитального строительства (колерном паспорте), согласованном в установленном порядке функциональным органом администрации города Перми, осуществляющим функции управления в сфере градостроительства.

(п. 4.6 введен решением Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149)

4.7. Рекламные конструкции и распространяемая на них реклама, социальная реклама должны содержаться в состоянии, соответствующем требованиям настоящего Положения.

Не допускается на рекламной конструкции:

наличие повреждений, включая коррозию, деформацию или утрату элементов, повреждения окраски конструктивных элементов,

наличие загрязнений, наклеенных объявлений, надписей, изображений на конструктивных элементах, не предназначенных для размещения рекламной информации; повреждений рекламной конструкции, порывов и повреждений информационного поля рекламной конструкции.

(п. 4.7 введен решением Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149)

4.8. [Требования](#P633) к пилларам, рекламным щитам, ситибордам, сити-форматам, супербордам, суперсайтам, светодиодным экранам, указателям городской системы ориентирования, панелям-кронштейнам, флагштокам/вымпелам установлены приложением 8 к настоящему Положению.

(п. 4.8 введен решением Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149)

 1

 Раздел 4 . Порядок разработки и согласования

 проекта Схемы

 (введен решением Пермской городской Думы

 от 25.03.2014 N 60)

 1

 4 .1. Утратил силу. - Решение Пермской городской Думы от 22.03.2016

N 39.

 1

 4 .2. Разработка проекта Схемы осуществляется Уполномоченным органом

самостоятельно либо с привлечением третьих лиц в соответствии с

законодательством Российской Федерации.

 1

(п. 4 .2 в ред. решения Пермской городской Думы от 22.03.2016 N 39)

 1

 4 .3. Проект Схемы разрабатывается в отношении земельных участков

независимо от форм собственности, а также в отношении зданий или иного

недвижимого имущества, находящегося в собственности субъектов Российской

Федерации или муниципальной собственности, в соответствии с документами

территориального планирования и требованиями к внешнему архитектурному

облику сложившейся застройки, градостроительными нормами и правилами,

требованиями безопасности.

(в ред. решения Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149)

Допускается разработка проекта Схемы и ее утверждение по частям (в отношении улиц, кварталов, административных районов города Перми или их частей).

(абзац введен решением Пермской городской Думы от 28.02.2017 N 36)

 1

(п. 4 .3 в ред. решения Пермской городской Думы от 22.03.2016 N 39)

 1

 4 .4. В проект Схемы включаются места:

 1

 4 .4.1. утратил силу. - Решение Пермской городской Думы

от 28.08.2018 N 149.

 1

 4 .4.2. на которых расположены законно установленные рекламные

конструкции;

 1

 4 .4.3. по предложениям от физических или юридических лиц о включении

мест в проект Схемы (далее - Предложение).

[Предложение](#P1097) подается в Уполномоченный орган по форме согласно приложению N 10 к настоящему Положению.

Уполномоченный орган рассматривает [Предложение](#P1097) в течение 20 дней после дня его поступления на предмет соответствия форме, установленной приложением N 10 к настоящему Положению.

В течение 10 дней после дня истечения срока, указанного в абзаце третьем настоящего подпункта, Уполномоченный орган подготавливает и направляет в письменной форме лицу, подавшему Предложение, уведомление о включении/об отказе во включении места в проект Схемы.

В случае отказа во включении места в проект Схемы Уполномоченный орган указывает в уведомлении об отказе во включении места в проект Схемы причину отказа.

Основанием для отказа во включении места в проект Схемы является предоставление в Уполномоченный орган [Предложения](#P1097), не соответствующего форме, установленной приложением N 10 к настоящему Положению.

Юридическое или физическое лицо может повторно подать Предложение после устранения причины, послужившей основанием для отказа во включении места в проект Схемы.

После принятия Пермской городской Думой правового акта, утверждающего Схему, Уполномоченный орган подготавливает и направляет в письменной форме лицу, подавшему Предложение, уведомление о включении/об отказе во включении места в Схему в течение 10 дней после дня официального опубликования утвержденной Схемы.

 1

(пп. 4 .4.3 в ред. решения Пермской городской Думы от 24.08.2021 N 174)

 1 1

 4 .5 - 4 .6. Утратили силу. - Решение Пермской городской Думы от

28.08.2018 N 149.

 1

 4 .7. Текстовая часть проекта Схемы ([Перечень](#P1050) рекламных конструкций на

территории города Перми) устанавливается по форме согласно приложению 9 к

настоящему Положению. Графической частью проекта Схемы являются карты

размещения рекламных конструкций, выполненные в масштабе не более 1:3000,

разрабатываемые на картографической основе с обозначением рекламных

конструкций и их учетных номеров.

 1

(п. 4 .7 в ред. решения Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149)

 1 1

 4 .8 - 4 10. Утратили силу . - Решение Пермской городской Думы от

28.08.2018 N 149.

 1

 4 .11. Проект Схемы подлежит направлению в следующие функциональные

органы администрации города Перми, а также иным лицам (далее -

заинтересованные органы):

 1

 4 .11.1. в функциональный орган администрации города Перми,

осуществляющий функции управления в сфере градостроительства и архитектуры,

для согласования в части:

 1

 соответствия проекта Схемы требованиям [пункта 4 .7](#P334) настоящего

Положения,

соблюдения требований к соответствию рекламных конструкций внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города Перми, установленных [разделом 4](#P213) настоящего Положения,

соответствия мест территориального размещения рекламных конструкций документам территориального планирования, градостроительным нормам и правилам;

 1

 4 .11.2. в функциональный орган администрации города Перми,

осуществляющий функции управления и распоряжения земельными участками, для

предоставления информации:

о местах планируемого размещения рекламных конструкций, которые расположены на земельных участках, находящихся в собственности города Перми, земельных участках/землях, государственная собственность на которые не разграничена, с указанием границ указанных земельных участков и указанием сведений о наличии/отсутствии прав третьих лиц на указанные земельные участки;

 1

 4 .11.3. в функциональный орган администрации города Перми,

осуществляющий функции управления и распоряжения муниципальным имуществом,

для предоставления информации:

о наличии/отсутствии прав третьих лиц в отношении зданий и иного недвижимого имущества (кроме земельных участков), находящегося в собственности города Перми, на котором проектом Схемы предполагается размещение рекламных конструкций;

 1

 4 .11.4. органам государственной власти Российской Федерации, Пермского

края, осуществляющим полномочия собственников земельных участков,

находящихся в соответствующей государственной собственности, органам

государственной власти Пермского края, осуществляющим полномочия

собственника зданий или иного недвижимого имущества, находящихся в

собственности Пермского края, юридическим и физическим лицам -

собственникам земельных участков для согласования в части:

наличия согласия на использование принадлежащих им земельных участков, зданий, иного недвижимого имущества для целей установки и эксплуатации рекламных конструкций;

 1

 4 .11.5. в функциональный орган администрации города Перми,

осуществляющий функции в области участия в организации работы по

обеспечению безопасности дорожного движения, для согласования проекта Схемы

в части соблюдения обязательных требований ГОСТ Р 52044-2003 "Наружная

реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских

поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы.

Правила размещения" с учетом утвержденных в установленном порядке проектов

и схем организации дорожного движения на автомобильных дорогах местного

значения, а также в области организации строительства, реконструкции и

капитального ремонта автомобильных дорог общего пользования местного

значения города Перми, в части исключения попадания мест размещения

рекламных конструкций в границы производства работ по строительству,

реконструкции и капитальному ремонту автомобильных дорог общего пользования

местного значения города Перми.

 1

(пп. 4 .11.5 в ред. решения Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149)

 1

 4 .12. Заинтересованные органы в течение тридцати дней после дня

получения проекта Схемы рассматривают каждое включенное в него место

размещения рекламной конструкции в рамках полномочий, предусмотренных

 1 1

[подпунктами 4 .11.1](#P350)-[4 .11.5](#P378) настоящего Положения.

 По итогам рассмотрения проекта Схемы в срок, указанный в абзаце первом

настоящего пункта, заинтересованные органы:

 1 1

 указанные в [подпунктах 4 .11.2](#P359), [4 .11.3](#P364) настоящего Положения, -

направляют в Уполномоченный орган информацию, указанную в подпунктах

 1 1

[4 .11.2](#P359), [4 .11.3](#P364) настоящего Положения, по каждому месту размещения

рекламных конструкций, предусмотренному в проекте Схемы,

 1 1 1

 указанные в [подпунктах 4 .11.1](#P350), [4 .11.4](#P369), [4 .11.5](#P378) настоящего Положения,

- согласовывают проект Схемы или отказывают в его согласовании с указанием

всех мест размещения рекламных конструкций, которые не соответствуют

 1 1 1

требованиям, предусмотренным [подпунктами 4 .11.1](#P350), [4 .11.4](#P369), [4 .11.5](#P378)

настоящего Положения.

Отказ в согласовании проекта Схемы должен быть обоснован со ссылкой на правовой акт и (или) технический документ с указанием его статьи, пункта и (или) иной части, требованиям которой не соответствует проект Схемы (в отношении соответствующего места размещения рекламной конструкции, включенного в проект Схемы).

При получении отказа в согласовании всех или отдельных мест размещения рекламных конструкций, включенных в проект Схемы, Уполномоченный орган дорабатывает проект Схемы с учетом замечаний (предложений) соответствующего заинтересованного органа, в том числе исключает несогласованные места размещения рекламных конструкций или корректирует их с учетом требований правовых актов и (или) технических документов, указанных в [абзаце пятом](#P409) настоящего пункта.

В случае получения отказа в согласовании проекта Схемы по основаниям, не предусмотренным настоящим Положением, и (или) не соответствующего [абзацу пятому](#P409) настоящего подпункта, такой отказ не учитывается Уполномоченным органом при формировании проекта Схемы для предварительного согласования с уполномоченным органом исполнительной власти Пермского края.

В случае непоступления информации о согласовании (отказа в согласовании) проекта Схемы в течение трех рабочих дней после дня истечения срока, указанного в [абзаце первом](#P395) настоящего пункта, проект Схемы считается согласованным соответствующим заинтересованным органом.

 1

(п. 4 .12 в ред. решения Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149)

 1

 4 .13. Доработанный Уполномоченным органом в соответствии с замечаниями

(предложениями) проект Схемы в течение тридцати дней после дня получения

соответствующих замечаний (предложений) направляется в заинтересованные

органы для повторного согласования.

 1

 4 .14. Проект Схемы, согласованный в соответствии с пунктами

 1 1

[4 .11](#P346)-[4 .13](#P422) настоящего Положения, в течение 30 (тридцати) дней после дня

окончания его согласования направляется администрацией города Перми на

предварительное согласование в уполномоченный орган исполнительной власти

Пермского края.

 1

 4 .15. Получивший предварительное согласование уполномоченного органа

исполнительной власти Пермского края проект Схемы в течение 30 (тридцати)

дней после получения проекта Схемы от уполномоченного органа исполнительной

власти Пермского края направляется администрацией города Перми на

утверждение в Пермскую городскую Думу.

 1

 4 .16. Администрация города Перми в течение 5 (пяти) дней после дня

официального опубликования утвержденной Пермской городской Думой Схемы

обеспечивает размещение Схемы на Сайте.

 1

 4 .17. Утратил силу. - Решение Пермской городской Думы от 28.02.2017

N 36.

 1

 4 .18. Изменения в Схему, в том числе вносимые по Предложениям,

вносятся в соответствии с правилами, установленными для согласования и

утверждения проекта Схемы.

(в ред. решения Пермской городской Думы от 24.08.2021 N 174)

При изменении Схемы согласованию с заинтересованными органами подлежат только вносимые в нее изменения.

**Раздел 5. Порядок установки рекламных конструкций**

Исключен. - Решение Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55.

**Раздел 6. Заключительные положения**

6.1. В случае возникновения обстоятельств, указанных в Законе о рекламе, Уполномоченный орган администрации города Перми принимает решение об аннулировании разрешения.

(в ред. решения Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55)

6.2. Разрешение может быть признано недействительным в судебном порядке в случаях, указанных в Законе о рекламе.

6.3. Демонтаж рекламной конструкции осуществляется в соответствии с Законом о рекламе и правовыми актами города Перми.

(п. 6.3 в ред. решения Пермской городской Думы от 26.08.2014 N 141)

6.4. Утратил силу. - Решение Пермской городской Думы от 26.08.2014 N 141.

6.5. Исключен. - Решение Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55.

6.6. Для учета рекламных конструкций, на установку которых выданы разрешения, Уполномоченный орган администрации города Перми ведет соответствующий реестр, в котором фиксируются сведения о рекламных конструкциях и местах их установки, владельцах рекламных конструкций, разрешениях, в том числе срок действия данных разрешений, уведомлениях обо всех фактах возникновения у третьих лиц прав в отношении рекламных конструкций в соответствии с частью 9.3 статьи 19 Закона о рекламе, Договорах.

(в ред. решений Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55, от 25.03.2014 N 60, от 28.02.2017 N 35)

Приложение N 1

к Положению

о порядке установки и эксплуатации

рекламных конструкций на территории

города Перми

Разрешение

на установку рекламной конструкции

Исключено. - Решение Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55

Приложение N 2

к Положению

о порядке установки и эксплуатации

рекламных конструкций на территории

города Перми

**Методика**

**расчета размера платы, взимаемой в случае размещения**

**рекламной конструкции на земельном участке, здании, ином**

**недвижимом имуществе, находящемся в собственности города**

**Перми, либо земельном участке/землях, государственная**

**собственность на которые не разграничена**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | Список изменяющих документов(в ред. решений Пермской городской Думы от 24.02.2009 N 27,от 25.02.2010 N 24, от 17.12.2010 N 214, от 21.12.2011 N 239,от 26.03.2013 N 55, от 22.10.2013 N 249, от 25.03.2014 N 60,от 28.02.2017 N 35, от 28.08.2018 N 149, от 25.08.2020 N 149) |  |

Размер платы, взимаемой в случае установки рекламной конструкции на земельном участке, здании, строении, сооружении и ином объекте, находящемся в муниципальной собственности, либо объекте, государственная собственность на который не разграничена в установленном законом порядке, определяется, без учета НДС, по следующей формуле (в рублях за один месяц):

(в ред. решения Пермской городской Думы от 22.10.2013 N 249)

А = БС x К1 x К2 x К3 x С, где

(в ред. решения Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149)

А - размер платы,

БС - базовая ставка, которая составляет 120 (сто двадцать) руб. за 1 кв. м площади информационного поля рекламной конструкции.

Базовая ставка подлежит ежегодной индексации с 01.01.2010 путем применения коэффициента К3, основой для индексации служит сводный индекс потребительских цен, установленный прогнозом социально-экономического развития города Перми на соответствующий год, утвержденным администрацией города Перми в установленном порядке,

(в ред. решения Пермской городской Думы от 25.03.2014 N 60)

С - площадь информационного поля рекламной конструкции,

К1 - коэффициент, учитывающий освещенность рекламной конструкции:

без подсветки - 2,0,

с подсветкой - 1,0,

с внутренней подсветкой - 0,7,

в случаях когда рекламную конструкцию оборудовать подсветкой не представляется возможным по причине обеспечения безопасности дорожного движения, при этом небезопасность оборудования подсветкой рекламных конструкций должна подтверждаться заключением Управления ГИБДД УВД города Перми - 1,0,

К2 - коэффициент, учитывающий место установки рекламной конструкции, согласно приведенной таблице:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| N | Место установки рекламной конструкции | Размер коэффициента |
| 1 | Центральный планировочный район города Перми (далее - ЦПР), зоны действия ограничений по условиям охраны объектов культурного наследия | 2,0 |
| 2 | Улицы особого градостроительного регулирования - магистрали городского значения | 1,5 |
| (в ред. решения Пермской городской Думы от 28.08.2018 N 149) |
| 3 | Иные территории, не указанные выше | 1,0 |

(в ред. решения Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55)

Зоны действия ограничений по условиям охраны объектов культурного наследия:

1.1. зоны охраны объектов культурного наследия;

1.2. зоны историко-культурно-природных территорий и комплексов памятников.

Границы зон действия ограничений по условиям охраны объектов культурного наследия определены в соответствии с Правилами землепользования и застройки города Перми, утвержденными решением Пермской городской Думы от 26.06.2007 N 143, в части, не противоречащей действующему законодательству Российской Федерации, Пермского края и муниципальным правовым актам города Перми об объектах культурного наследия.

(в ред. решений Пермской городской Думы от 22.10.2013 N 249, от 25.08.2020 N 149)

2. Улицы особого градостроительного значения (кроме улиц или их частей, входящих в ЦПР, зон действия ограничений по условиям охраны объектов культурного наследия): бульвар Гагарина, переход Стахановская - Чкалова, проспект Декабристов, проспект Парковый, Комсомольский проспект, Северная дамба, Средняя дамба, улица Белинского, улица Васильева, улица Ветлужская, улица Встречная, улица Гайдара, улица Героев Хасана, улица Докучаева, улица Екатерининская, улица Кабельщиков, улица Калинина, улица Карпинского, улица Крупской, улица Куйбышева, улица Ленина, улица Космонавта Леонова, улица Локомотивная, улица Луначарского, улица Лянгасова, улица Макаренко, улица Малкова, улица Маршала Рыбалко, улица Мира, улица Монастырская, улица Николая Островского, улица Петропавловская, улица Плеханова, улица Подлесная, улица Попова, улица Пушкина, улица Революции, улица Светлогорская, улица Свиязева, улица Советской Армии, улица Спешилова, улица Старцева, улица Стахановская, улица Уинская, улица Уральская, улица Ушинского, улица Чернышевского, улица Чкалова, улица Юрша, шоссе Космонавтов, Южная дамба.

(п. 2 в ред. решения Пермской городской Думы от 28.02.2017 N 35)

Приложение N 3

к Положению

о порядке установки и эксплуатации

рекламных конструкций на территории

города Перми

Заявление

на установку рекламной конструкции

Исключено. - Решение Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55

Приложение N 4

к Положению

о порядке установки и эксплуатации

рекламных конструкций на территории

города Перми

Расписка в приеме документов

Исключена. - Решение Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55

Приложение N 5

к Положению

о порядке установки и эксплуатации

рекламных конструкций на территории

города Перми

Проект решения

о согласовании возможности установки рекламной конструкции

Исключен. - Решение Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55

Приложение N 6

к Положению

о порядке установки и эксплуатации

рекламных конструкций на территории

города Перми

Решение

об отказе в выдаче разрешения на установку рекламной

конструкции

Исключено. - Решение Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55

Приложение N 7

к Положению

о порядке установки и эксплуатации

рекламных конструкций на территории

города Перми

Решение

об аннулировании разрешения на установку рекламной

конструкции

Исключено. - Решение Пермской городской Думы от 26.03.2013 N 55

Приложение N 8

к Положению

о порядке установки и эксплуатации

рекламных конструкций на территории

города Перми

**ТРЕБОВАНИЯ**

**к внешнему виду рекламных конструкций на территории**

**города Перми**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | Список изменяющих документов(введены решением Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149) |  |

1. Требования к внешнему виду пиллара.

1.1. Информационное поле:

1.1.1. размер информационного поля - 1,4 x 3 м (внешние габаритные размеры 2 x 2 x 4 м);

1.1.2. расположение информационного поля - вертикальное.

1.2. Тип информационного поля - статичная поверхность, вращение информационных полей не допускается.

1.3. Технология замены рекламной информации:

1.3.1. смена бумажного постера;

1.3.2. смена винилового полотна.

1.4. Фундамент:

1.4.1. без заглубления отдельное бетонное основание с декоративным оформлением, обеспечивающим полное закрытие конструктивных элементов фундамента, и окраской в установленный цветовой стандарт;

1.4.2. допускается установка рекламной конструкции без фундамента.

1.5. Освещение рекламной конструкции - при размещении пиллара используются внутренние светильники.

1.6. Внешний вид:

|  |  |
| --- | --- |
| Пиллар | допустимые варианты размещения информационных полей (вид сверху) |
| вариант 1 | вариант 2 |
| вариант 1 | вариант 2 |  |  |
|  |
| вид спереди |  |  |

2. Требования к внешнему виду рекламного щита.

2.1. Информационное поле:

2.1.1. размер информационного поля - 6 x 3 м (внешние габариты 6,3 x 3,3 м);

2.1.2. расположение информационного поля - горизонтальное.

2.2. Типы информационных полей:

2.2.1. щитовая поверхность;

2.2.2. устройство автоматической смены изображения (тривижн, призматрон).

2.3. Технология замены рекламной информации:

2.3.1. смена бумажного постера;

2.3.2. смена винилового полотна;

2.3.3. смена динамических систем изображения.

2.4. Опорная стойка:

2.4.1. выполнена из двух труб круглого либо прямоугольного сечения. Размеры одной трубы опорной стойки должны совпадать с размерами второй трубы опорной стойки. Расстояние между двумя трубами опорной стойки должно быть не менее 0,4 м и не более 0,6 м;

2.4.2. высота от нижнего края каркаса информационного поля до фундамента - от 4 м до 6 м (высота опорной стойки определяется исходя из особенностей рельефа местности и объектов, препятствующих визуальному восприятию просмотра информационного поля рекламной конструкции);

2.4.3. опорная стойка может размещаться несимметрично относительно информационного поля со сдвигом в сторону к проезжей части либо от нее;

2.4.4. устанавливается под прямым углом к нижнему краю каркаса рекламной конструкции.

2.5. Фундамент:

2.5.1. должен быть заглублен с последующим восстановлением покрытия;

2.5.2. конструктивный узел соединения опорной стойки с фундаментом может быть заглублен или декорирован и окрашен в установленный цветовой стандарт.

2.6. Освещение рекламной конструкции - при размещении рекламного щита используются внешние светильники (в случае, если отсутствие подсветки не предусмотрено Схемой).

2.7. Внешний вид:

|  |  |
| --- | --- |
| Рекламный щит | допустимые варианты размещения опорной стойки |
|  |  |
| вариант 1 | вариант 2 | вариант 3 |
| допустимые варианты размещения информационных полей |
| вариант 1 | вариант 2 | вариант 3 |
| вид спереди | вид сбоку |  |  |  |

3. Требования к внешнему виду ситиборда.

3.1. Информационное поле:

3.1.1. размер информационного поля - 3,7 x 2,7 м (внешние габариты 4 x 3 м);

3.1.2. расположение информационного поля - горизонтальное.

3.2. Типы информационных полей:

3.2.1. щитовая поверхность;

3.2.2. устройство автоматической смены изображения (тривижн, призматрон).

3.3. Технология замены рекламной информации:

3.3.1. смена бумажного постера;

3.3.2. смена винилового полотна;

3.3.3. смена динамических систем изображения.

3.4. Опорная стойка:

3.4.1. выполнена из двух труб прямоугольного сечения. Размеры одной трубы опорной стойки должны совпадать с размерами второй трубы опорной стойки. Расстояние между двумя трубами опорной стойки должно быть не менее 0,4 м и не более 0,5 м;

3.4.2. высота от нижнего края каркаса информационного поля до фундамента - от 3 м до 5 м (высота опорной стойки определяется исходя из особенностей рельефа местности и объектов, препятствующих визуальному восприятию просмотра информационного поля рекламной конструкции);

3.4.3. опорная стойка может размещаться несимметрично относительно информационного поля со сдвигом в сторону к проезжей части либо от нее;

3.4.4. устанавливается под прямым углом к нижнему краю каркаса рекламной конструкции.

3.5. Фундамент:

3.5.1. должен быть заглублен с последующим восстановлением покрытия;

3.5.2. конструктивный узел соединения опорной стойки с фундаментом может быть заглублен или декорирован и окрашен в установленный цветовой стандарт.

3.6. Освещение рекламной конструкции - при размещении ситиборда используются внешние светильники.

3.7. Внешний вид:

допустимые варианты размещения информационных полей

|  |  |
| --- | --- |
| Ситиборд | допустимые варианты размещения опорной стойки |
|  |  |
| вариант 1 | вариант 2 | вариант 3 |
| допустимые варианты размещения информационных полей |
| вариант 1 | вариант 2 | вариант 3 |
| вид спереди | вид сбоку |  |  |  |

4. Требования к внешнему виду сити-формата.

4.1. Информационное поле:

4.1.1. размер информационного поля - 1,2 x 1,8 м (внешние габариты 1,4 x 2 м);

4.1.2. расположение информационного поля - вертикальное.

4.2. Типы информационных полей:

4.2.1. статичная поверхность;

4.2.2. устройство автоматической смены рекламных изображений (скроллер).

4.3. Технология замены рекламной информации:

4.3.1. смена бумажного постера;

4.3.2. смена винилового полотна.

4.4. Опорная стойка:

4.4.1. высота от нижнего края каркаса до фундамента либо до уровня земли должна составлять 1 м (+/- 0,2 м);

4.4.2. устанавливается под прямым углом к нижнему краю каркаса рекламной конструкции.

4.5. Фундамент:

4.5.1. может быть заглублен с последующим восстановлением покрытия;

4.5.2. может иметь отдельное бетонное основание трапециевидной формы с сужением к опорной стойке рекламной конструкции и с декоративным оформлением, обеспечивающим полное закрытие конструктивных элементов фундамента, окраской в установленный цветовой стандарт. Ширина декоративного оформления по нижнему лицевому краю должна быть не более 1,7 м, по нижнему боковому краю - не более 0,95 м. Высота декоративного оформления от нижнего края до опорной стойки должна быть не более 0,4 м.

4.6. Освещение рекламной конструкции - при размещении сити-формата используются внутренние светильники.

4.7. Внешний вид:

|  |  |
| --- | --- |
| Сити-формат | допустимые варианты размещения информационных полей |
| вариант 1 |
| вариант 1 | вариант 2 |  |
|  |  |
| вид спереди | вид сбоку | вид спереди | вид сбоку |  |

5. Требования к внешнему виду суперборда.

5.1. Информационное поле:

5.1.1. размер информационного поля - 12 x 4 м, 8 x 4 м;

5.1.2. расположение информационного поля - горизонтальное.

5.2. Типы информационных полей:

5.2.1. статичная щитовая поверхность;

5.2.2. устройство автоматической смены изображения (тривижн, призматрон).

5.3. Технология замены рекламной информации:

5.3.1. смена винилового полотна;

5.3.2. смена динамических систем изображения.

5.4. Опорная стойка:

5.4.1. выполнена из круглой трубы большого диаметра, обеспечивающей необходимую прочность рекламной конструкции;

5.4.2. высота от нижнего края каркаса информационного поля до фундамента - от 12 м до 20 м (высота опорной стойки определяется исходя из особенностей рельефа местности и объектов, препятствующих визуальному восприятию просмотра информационного поля рекламной конструкции);

5.4.3. опорная стойка может размещаться несимметрично относительно информационного поля со сдвигом в сторону к проезжей части либо от нее;

5.4.4. устанавливается под прямым углом к нижнему краю каркаса рекламной конструкции.

5.5. Фундамент:

5.5.1. должен быть заглублен с последующим восстановлением покрытия;

5.5.2. конструктивный узел соединения опорной стойки с фундаментом может быть заглублен или декорирован и окрашен в установленный цветовой стандарт.

5.6. Освещение рекламной конструкции - при размещении суперборда используются внешние светильники.

5.7. Внешний вид:

|  |  |
| --- | --- |
| Суперборд | допустимые варианты размещения опорной стойки |
|  |  |
| вариант 1 | вариант 2 | вариант 3 |
| допустимые варианты размещения информационных полей |
| вариант 1 | вариант 2 | вариант 3 |
| вид спереди | вид сбоку |  |  |  |

6. Требования к внешнему виду суперсайта.

6.1. Информационное поле:

6.1.1. размер информационного поля - 12 x 5 м, 15 x 5 м;

6.1.2. расположение информационного поля - горизонтальное.

6.2. Типы информационных полей:

6.2.1. статичная щитовая поверхность;

6.2.2. устройство автоматической смены изображения (тривижн, призматрон).

6.3. Технология замены рекламной информации:

6.3.1. смена винилового полотна;

6.3.2. смена динамических систем изображения.

6.4. Опорная стойка:

6.4.1. выполнена из круглой трубы большого диаметра, обеспечивающей необходимую прочность рекламной конструкции;

6.4.2. высота от нижнего края каркаса информационного поля до фундамента - от 12 м до 20 м (высота опорной стойки определяется исходя из особенностей рельефа местности и объектов, препятствующих визуальному восприятию просмотра информационного поля рекламной конструкции);

6.4.3. опорная стойка может размещаться несимметрично относительно информационного поля со сдвигом в сторону к проезжей части либо от нее;

6.4.4. устанавливается под прямым углом к нижнему краю каркаса рекламной конструкции.

6.5. Фундамент:

6.5.1. должен быть заглублен с последующим восстановлением покрытия;

6.5.2. конструктивный узел соединения опорной стойки с фундаментом может быть заглублен или декорирован и окрашен в установленный цветовой стандарт.

6.6. Освещение рекламной конструкции - при размещении суперсайта используются внешние светильники.

6.7. Внешний вид:

|  |  |
| --- | --- |
| Суперсайт | допустимые варианты размещения опорной стойки |
|  |  |
| вариант 1 | вариант 2 | вариант 3 |
| допустимые варианты размещения информационных полей |
| вариант 1 | вариант 2 | вариант 3 |
| вид спереди | вид сбоку |  |  |  |

7. Требования к внешнему виду светодиодного экрана.

7.1. Информационное поле:

7.1.1. размер информационного поля - 6 x 3 м (внешние габариты не более 6,6 x 3,4 м), 3,7 x 2,7 м (внешние габариты не более 4,2 x 3,2 м), 1,2 x 1,8 м (внешние габариты не более 1,4 x 2 м), 15 x 5 м;

7.1.2. расположение информационного поля при размерах 6 x 3 м, 3,7 x 2,7 м, 15 x 5 м - горизонтальное, при размере информационного поля 1,2 x 1,8 - вертикальное.

7.2. Тип информационных полей - светодиодные матрицы (светодиодное полотно) с защитным корпусом.

7.3. Технология замены рекламной информации - с помощью изображений, демонстрируемых на электронных носителях.

7.4. Опорная стойка:

7.4.1. при размерах информационного поля 6 x 3 м, 3,7 x 2,7 м выполнена из одной трубы прямоугольного сечения, ширина лицевой стороны которой должна быть не менее 0,25 м и не более 0,35 м, ширина торцевой стороны не менее 0,15 м и не более 0,25 м; при размере информационного поля 15 x 5 м выполнена из круглой трубы большого диаметра, обеспечивающей необходимую прочность рекламной конструкции;

7.4.2. высота от нижнего края каркаса информационного поля до фундамента:

7.4.2.1. при размере информационного поля 6 x 3 м - от 4 м до 6 м (высота опорной стойки определяется исходя из особенностей рельефа местности и объектов, препятствующих визуальному восприятию просмотра информационного поля рекламной конструкции);

7.4.2.2. при размере информационного поля 3,7 x 2,7 м - от 3 м до 5 м (высота опорной стойки определяется исходя из особенностей рельефа местности и объектов, препятствующих визуальному восприятию просмотра информационного поля рекламной конструкции);

7.4.2.3. при размере информационного поля 1,2 x 1,8 высота от нижнего края каркаса до фундамента либо до уровня земли должна составлять 1 м (+/- 0,2 м);

7.4.2.4. при размере информационного поля 15 x 5 м - от 12 м до 20 м (высота опорной стойки определяется исходя из особенностей рельефа местности и объектов, препятствующих визуальному восприятию просмотра информационного поля рекламной конструкции);

7.4.3. при размерах информационного поля 6 x 3 м, 3,7 x 2,7 м, 15 x 5 м опорная стойка может размещаться несимметрично относительно информационного поля со сдвигом в сторону к проезжей части либо от нее;

7.4.4. устанавливается под прямым углом к нижнему краю каркаса рекламной конструкции.

7.5. Фундамент:

7.5.1. при размерах информационного поля 6 x 3 м, 3,7 x 2,7 м, 15 x 5 м:

7.5.1.1. должен быть заглублен с последующим восстановлением покрытия;

7.5.1.2. конструктивный узел соединения опорной стойки с фундаментом может быть заглублен или декорирован и окрашен в установленный цветовой стандарт;

7.5.2. при размере информационного поля 1,2 x 1,8 м:

7.5.2.1. может быть заглублен с последующим восстановлением покрытия;

7.5.2.2. может иметь отдельное бетонное основание трапециевидной формы с сужением к опорной стойке рекламной конструкции и с декоративным оформлением, обеспечивающим полное закрытие конструктивных элементов фундамента, окраской в установленный цветовой стандарт. Ширина декоративного оформления по нижнему лицевому краю должна быть не более 1,7 м, по нижнему боковому краю - не более 0,95 м. Высота декоративного оформления от нижнего края до опорной стойки должна быть не более 0,4 м.

7.6. Освещение рекламной конструкции - внутренняя подсветка за счет светодиодов.

7.7. Внешний вид:

7.7.1. при размере информационного поля 6 x 3 м:

|  |  |
| --- | --- |
| Светодиодный экран | допустимые варианты размещения опорной стойки |
|  |  |
| вариант 1 | вариант 2 | вариант 3 |
| допустимые варианты размещения информационных полей |
| вариант 1 |  |
| вид спереди | вид сбоку |  |

7.7.2. при размере информационного поля 3,7 x 2,7 м:

|  |  |
| --- | --- |
| Светодиодный экран | допустимые варианты размещения опорной стойки |
|  |  |
| вариант 1 | вариант 2 | вариант 3 |
| допустимые варианты размещения информационных полей |
| вариант 1 |  |
| вид спереди | вид сбоку |  |

7.7.3. при размере информационного поля 15 x 5 м:

|  |  |
| --- | --- |
| Светодиодный экран | допустимые варианты размещения опорной стойки |
|  |  |
| вариант 1 | вариант 2 | вариант 3 |
| допустимые варианты размещения информационных полей |
| вариант 1 |  |
| вид спереди | вид сбоку |  |

7.7.4. при размере информационного поля 1,2 x 1,8 м:

|  |  |
| --- | --- |
| Светодиодный экран | допустимые варианты размещения информационных полей |
| вариант 1 |
|  |
| вариант 1 | вариант 2 |  |
|  |  |
| вид спереди | вид сбоку | вид спереди | вид сбоку |  |

8. Требования к внешнему виду указателя городской системы ориентирования.

8.1. Информационное поле:

8.1.1. размер информационного поля - 1,3 x 0,9 м;

8.1.2. внешние габариты - 1,6 x 1,2 м;

8.1.3. расположение информационного поля - горизонтальное.

8.2. Навигационное поле:

8.2.1. размер - 1,3 x 0,4 м;

8.2.2. внешние габариты - не более 1,6 x 0,7 м;

8.2.3. расположение горизонтальное.

8.3. Тип информационных полей - статичная поверхность.

8.4. Технология замены рекламной информации:

8.4.1. смена постера;

8.4.2. смена винилового полотна;

8.4.3. замена информационных плоскостей.

8.5. Опорная стойка:

8.5.1. выполнена из трубы круглого сечения;

8.5.2. максимальная высота рекламной конструкции - не более 5,6 м;

8.5.3. устанавливается под прямым углом к нижнему краю каркаса информационного поля рекламной конструкции.

8.6. Фундамент:

8.6.1. должен быть заглублен с последующим восстановлением покрытия;

8.6.2. конструктивный узел соединения опорной стойки с фундаментом может быть заглублен или декорирован и окрашен в установленный цветовой стандарт.

8.7. Освещение рекламной конструкции - при размещении указателя городской системы ориентирования используются внутренние светильники.

8.8. Внешний вид:

|  |  |
| --- | --- |
| Указатель городской системы ориентирования | допустимые варианты размещения опорной стойки |
|  |  |
| вариант 1 | вариант 2 | вариант 3 |
| допустимые варианты размещения информационных полей |
| вариант 1 | вариант 2 | вариант 3 |
|  |  |  |
| вариант 4 |
| вид спереди | вид сбоку |  |

9. Требования к внешнему виду панели-кронштейна.

9.1. Информационное поле:

9.1.1. размер информационного поля - 0,8 x 1,2 м;

9.1.2. внешние габариты - 1 x 1,4 м;

9.1.3. расположение информационного поля - вертикальное.

9.2. Тип информационных полей - статичная поверхность.

9.3. Технология замены рекламной информации:

9.3.1. смена постера;

9.3.2. смена винилового полотна.

9.4. Опорная стойка - крепление к опорам наружного освещения, контактной сети при помощи металлических кронштейнов или на собственных опорах как отдельно стоящая рекламная конструкция.

9.5. Освещение рекламной конструкции не предусмотрено.

9.6. Внешний вид:

|  |  |
| --- | --- |
| Панель-кронштейн | допустимые варианты размещения опорной стойки |
|  |  |
| вариант 1 | вариант 2 | вариант 3 |
| допустимые варианты размещения информационных полей |
| вариант 1 | вариант 2 | вариант 3 |
|  |  |  |

10. Требования к внешнему виду флагштока/вымпела.

10.1. Информационное поле:

10.1.1. горизонтальные флаги - от 1,05 до 4,5 м (по горизонтали), от 0,7 до 3 м (по вертикали);

10.1.2. вертикальные флаги - от 2 до 6 м (по вертикали), от 0,7 до 1,5 м (по горизонтали);

10.1.3. расположение информационного поля - вертикальное, горизонтальное.

10.2. Тип информационных полей - статичная поверхность.

10.3. Технология замены рекламной информации - установка мягкого полотнища.

10.4. Опорная стойка:

10.4.1. выполнена из трубы круглого сечения;

10.4.2. устанавливается под прямым углом к краю подъемной перекладины;

10.4.3. максимальная высота рекламной конструкции - не более 18 м.

10.5. Фундамент:

10.5.1. должен быть заглублен с последующим восстановлением покрытия;

10.5.2. узел соединения опорной стойки с фундаментом может быть заглублен или декорирован.

10.6. Освещение рекламной конструкции не предусмотрено.

10.7. Внешний вид:

|  |  |
| --- | --- |
| Флагшток (вымпел) | допустимые варианты размещения информационных полей |
|  |  |
| вариант 1 | вариант 2 |

Приложение N 9

к Положению

о порядке установки и эксплуатации

рекламных конструкций на территории

города Перми

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | Список изменяющих документов(введено решением Пермской городской Думы от 25.08.2020 N 149) |  |

ПЕРЕЧЕНЬ

рекламных конструкций на территории города Перми

(ФОРМА)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| N | Учетный номер рекламной конструкции | Адресный ориентир | Вид рекламной конструкции | Тип рекламной конструкции | Площадь информационного поля рекламной конструкции, кв. м | Форма собственности земельного участка (земли), на котором(ой) расположено соответствующее место установки и эксплуатации рекламной конструкции | Наличие прав(а) третьих(его) лиц(а) на земельный участок, находящийся в собственности муниципального образования город Пермь, и земельный участок (земли), государственная собственность на который(ые) не разграничена, на котором(ых) расположено соответствующее место установки и эксплуатации рекламной конструкции, вид и срок таких(ого) прав(а) | Координаты поворотных точек в системе координат города Перми |
| X | Y |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |

Приложение N 10

к Положению

о порядке установки и эксплуатации

рекламных конструкций на территории

города Перми

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | Список изменяющих документов(введено решением Пермской городской Думы от 24.08.2021 N 174) |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(Ф.И.О. либо полное наименование юридического лица)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(адрес места жительства, местонахождение)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(адрес для корреспонденции)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(контактный телефон, e-mail) |
| ПРЕДЛОЖЕНИЕо включении места в Схему размещения рекламныхконструкций на территории города Перми |
| Прошу учесть место размещения рекламной конструкции при разработке (нужное подчеркнуть):проекта схемы размещения рекламных конструкций на территории города Пермиизменений в схему размещения рекламных конструкций на территории города Пермипо адресу: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;(район, наименование улицы, номер здания, адресный ориентир)координаты поворотных точек места размещения рекламной конструкции в системе координат города Перми (для отдельно стоящих рекламных конструкций): |

|  |  |
| --- | --- |
| X | Y |
| 1 |  |
| 2 |  |
| 3 |  |
| 4 |  |

|  |
| --- |
| форма собственности земельного участка (земли), на котором(ой) расположено соответствующее место установки и эксплуатации рекламной конструкции \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;(кадастровый номер земельного участка, форма собственности)наличие прав(а) третьих(его) лиц(а) на земельный участок, находящийся в собственности муниципального образования город Пермь, и земельный участок (земли), государственная собственность на который(ые) не разграничена, на котором(ых) расположено соответствующее место установки и эксплуатации рекламной конструкции, вид и срок таких(ого) прав(а) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.Сведения о рекламной конструкции:(в соответствии с [Положением](#P51) о порядке установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Перми, утвержденным решением Пермской городской Думы от 27.01.2009 N 11)тип и вид рекламной конструкции, предлагаемой к размещению: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;размеры рекламной конструкции, площадь, наличие подсветки \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.Приложение: фотоматериалы, содержащие изображения (цветные фотографии) предполагаемых мест размещения рекламных конструкций (с обзором местности за 15-30 метров до предполагаемого места установки и эксплуатации рекламной конструкции) двух видов без фотомонтажа рекламных конструкций и с фотомонтажом рекламных конструкций на бумажном носителе и в электронном виде. |
| "\_\_\_" \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(подпись) | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(расшифровка подписи) |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(документ, подтверждающий полномочия представителя) |