**Процедура согласования вывески.**

Список документов:

- Копия свидетельства о регистрации предпринимателя/ООО и копия документа, подтверждающего личность заявителя,

- Дизайн-макет и проектная документация рекламной конструкции (**обратите внимание:** это не картинка, которую делает дизайнер, а пакет документов по госстандарту, выполненный проектной мастерской, имеющей разрешение на такой вид работ, стоимость проекта зависит от вида вывески и места установки),

- Копия документов, подтверждающих право собственности на объект, где будет установлена вывеска либо копия свидетельства о праве владения помещения/земли от собственника,

- Договор об аренде с собственником недвижимости, где будет установлена вывеска и его письменное согласие на установку,

- Заявление на имя руководителя администрации.

К пакету документов необходимо приложить квитанцию об уплате госпошлины, 5 000 рублей для Воронежа.

Принять заявку могут в Департаменте имущественных и земельных отношений Воронежской области или в электронной форме на портале Госуслуги.

Срок рассмотрения заявки до 30 календарных дней.

**Технические требования**.

1. Сити-формат. Двухсторонняя рекламная конструкция малого формата с двумя информационными полями, располагаемая на тротуарах или на прилегающих к тротуарам газонах. Размер информационного поля рекламной конструкции сити-формата составляет 1,2 x 1,8 м. Общая площадь информационного поля рекламной конструкции сити-формата определяется общей площадью двух ее информационных полей. Может оснащаться роллерной системой для демонстрации информационных материалов. Высота опоры сити-формата составляет 0,8 м, 1,2 м или 2,4 м. Фундамент рекламной конструкции сити-формата не должен выступать над уровнем дорожного покрытия. Рекламная конструкция сити-формата должна иметь внутренний подсвет, быть оборудована системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

2. Тумба. Рекламная конструкция малого формата с внутренним подсветом, имеющая три внешние поверхности с информационными полями размером не более 1,4 x 3 м для размещения рекламы. Общая площадь информационного поля рекламной конструкции тумбы определяется общей площадью трех ее информационных полей. Фундамент тумбы не должен выступать над уровнем земли. Тумба должна быть оборудована системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3. Ситиборд. Рекламная конструкция среднего формата, с внутренним подсветом, имеющая одну или две поверхности для размещения рекламы. Состоит из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Общая площадь информационного поля ситиборда определяется общей площадью его информационных полей. Размер одной стороны информационного поля ситиборда составляет 2,7 x 3,7 м. Высота опоры ситиборда составляет 3 м. Фундамент ситиборда не должен выступать над уровнем земли. Может оснащаться роллерной системой для демонстрации рекламных материалов поочередно на одной поверхности. Ситиборд должен быть оборудован системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

4. Щит 3 x 6 м. Щитовая рекламная конструкция среднего формата, имеющая внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Щит состоит из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля размером 3 x 6 м. Общая площадь информационного поля щита определяется общей площадью его информационных полей. Количество сторон щита не может быть более двух. Может оснащаться системой "призматрон" для демонстрации рекламных материалов. Фундамент щита не должен выступать над уровнем земли. Щит, выполненный в одностороннем варианте, должен иметь декоративно оформленную обратную сторону (оформляется композитным материалом серого цвета). Высота опоры щита составляет 4,5 м. Щит должен быть оборудован внешним подсветом, системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

5. Суперсайт. Щитовая рекламная конструкция большого формата, имеющая внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Суперсайт состоит из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Размер одной стороны информационного поля может составлять 12 x 4 м, 12 x 5 м, 15 x 5 м. Общая площадь информационного поля суперсайта определяется общей площадью его информационных полей. Количество сторон у суперсайта не может быть более трех. Высота опоры суперсайта может быть от 5 м до 15 м. Фундамент суперсайта не может выступать над уровнем земли. Суперсайт, выполненный в одностороннем варианте, должен иметь декоративно оформленную обратную сторону (оформляется композитным материалом серого цвета). Суперсайт должен быть оборудован внешним подсветом, системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

6. Щит 3 x 12 м. Щитовая рекламная конструкция большого формата, имеющая внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Щит состоит из фундамента, каркаса, опор и информационного поля размером 3 x 12 м. Количество сторон щита не может быть более двух. Общая площадь информационного поля щита определяется общей площадью его информационных полей. Высота опоры щита составляет 4,5 м. Фундамент щита не должен выступать над уровнем земли. Щит, выполненный в одностороннем варианте, должен иметь декоративно оформленную обратную сторону (оформляется композитным материалом серого цвета). Щит должен быть оборудован внешним подсветом, системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Щит 3 x 12 м размещается на конструктивно выделенных бортовым камнем или защитными ограждениями разделительных полосах, в том числе на газонах, разделяющих транспортные потоки с учетом соблюдения требований по безопасности дорожного движения.

7. Флаговые композиции. Это объекты наружной рекламы малого формата, состоящие из основания, одного или нескольких флагштоков (стоек) и мягких полотнищ. Общая площадь информационного поля флага определяется общей площадью его информационных полей.

8. Электронный видеоэкран. Объект наружной рекламы, предназначенный для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов и иных источников света. Общая площадь информационного поля электронного видеоэкрана определяется общей площадью его информационных полей. Количество сторон электронного экрана не может быть более двух. Отдельно стоящий электронный видеоэкран должен иметь декоративно оформленную обратную сторону. Допускаются следующие размеры информационного поля отдельно стоящего электронного видеоэкрана: 1,2 x 1,8 м с высотой опоры 0,8 м, 1,2 м или 2,4 м - малый формат; 2,7 x 3,7 м с высотой опоры 3 м, 3 x 6 м с высотой опоры 4,5 м - средний формат; 12 x 4 м, 12 x 5 м, 15 x 5 м с высотой опоры от 5 м до 15 м - большой формат. Фундамент экрана не должен выступать над уровнем земли. Конструктивные элементы и элементы крепления (болтовые соединения, элементы опор и т.п.) должны быть закрыты декоративными элементами.

Электронный видеоэкран должен быть оборудован системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

9. Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции. К уникальным рекламным конструкциям, выполненным по индивидуальным проектам, относятся объемно-пространственные конструкции, на которых для распространения рекламной информации используется как объем объекта, так и его поверхность. Площадь информационного поля объемно-пространственных конструкций определяется расчетным путем. Размещение объемно-пространственных рекламных конструкций, выполненных по индивидуальным проектам, допускается только на земельных участках, на расстоянии не менее 50 м от ближайшей рекламной конструкции, расположенной в одном направлении (на одной стороне проезда, улицы, магистрали, одном разделительном газоне) и предназначенной для обзора с одного направления. Модель и проект каждой уникальной конструкции согласовывается с органом, осуществляющим выдачу разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории городского округа город Воронеж.

10. Рекламная конструкция на остановках. Это рекламная конструкция малого формата, монтируемая на конструктивных элементах остановочных пунктов наземного городского транспорта общего пользования. Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на остановочном пункте наземного городского транспорта общего пользования составляет 1,2 x 1,8 м. Общая площадь информационного поля рекламной конструкции на остановочном пункте наземного городского транспорта общего пользования определяется общей площадью ее информационных полей. Может оснащаться роллерной системой, для демонстрации рекламных материалов, а также видеоэкраном. Фундамент рекламной конструкции на остановочных пунктах наземного городского транспорта общего пользования не должен выступать над уровнем покрытия тротуара. Рекламная конструкция на остановочных пунктах наземного городского транспорта общего пользования должна быть с внутренним подсветом, оборудована системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

11. Пилон. Рекламная конструкция, имеющая одну или две поверхности для размещения рекламы. Состоит из фундамента, каркаса и информационного поля. Фундамент рекламной конструкции не должен выступать над уровнем дорожного покрытия. Размер рекламной конструкции определяется индивидуально.

12. Указатель с рекламным модулем. Рекламная конструкция малого формата, располагаемая как на отдельных опорах, так и на опорах освещения, на которых одновременно размещается указатель наименования улицы, направления движения и рекламный модуль. Указатель должен иметь внутренний подсвет. Максимальный размер рекламного модуля не должен превышать 1,2 x 1,8 м. Площадь информационного поля указателя с рекламным модулем определяется общей площадью используемых сторон. Указатель с рекламным модулем должен быть оборудован системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

13. Крышная рекламная конструкция. Это рекламная конструкция, размещаемая над карнизом здания, на уровне крыши, состоящая из отдельных букв и знаков. Площадь информационного поля крышных объектов наружной рекламы, установленных на зданиях, определяется по внешним габаритным размерам информационного поля крышных объектов наружной рекламы в целом. Размещение крышной рекламной конструкции должно соответствовать требованиям Дизайн-регламента и паспорта фасада здания. Крышная конструкция должна быть оборудована системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

14. Настенная рекламная конструкция. Рекламная конструкция, у которой информационное поле расположено параллельно поверхности стены. Настенная рекламная конструкция выполняется по типовому или индивидуальному проекту. Общая площадь информационного поля настенного панно определяется габаритами каркаса его информационного поля. Размещение настенных рекламных конструкций должно соответствовать требованиям Дизайн-регламента и паспорта фасада здания.

15. Видеоэкран. Это рекламные носители, представляющие собой электронные экраны, в которых в качестве источника света используются полупроводниковые светодиоды (LED). Видеоэкраны размещаются на поверхности стен зданий (сооружений). Размещение видеоэкранов должно соответствовать требованиям Дизайн-регламента и паспорта фасада здания.

16. Медиафасад. Светопропускающая рекламная конструкция, размещаемая на поверхности стен зданий (сооружений), состоящая из светодиодных модулей в гибких шлейфах на основе металлической сетки с интегрированными светодиодами, создающая поверхность, которая повторяет форму фасада здания, позволяющая демонстрировать информационные материалы, в том числе динамические видеоизображения. Общая площадь информационного поля медиафасада определяется габаритами каркаса его информационного поля. Размещение медиафасада должно соответствовать требованиям Дизайн-регламента и паспорта фасада здания.

**Особые требования.**

1. Общая колористика. Для оформления рекламных конструкций используются цвета, сочетающиеся с окружающим фоном. Основными цветами являются: для сити-формата, ситиборда, рекламной конструкции на остановочных пунктах наземного городского транспорта - черный; для тумбы, щитов 3 x 6 м и 3 x 12 м, суперсайта, электронного видеоэкрана - серый, светло-серый.

2. При размещении рекламных конструкций должны учитываться существующая в архитектурной среде структура, периодичность с целью формирования целостного восприятия городского пространства. 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 крупного формата 150 метров, для рекламных конструкций среднего формата 100 метров, для рекламных конструкций малого формата 50 метров. Расстояние между двумя рекламными конструкциями разного формата в одном направлении движения не может быть менее расстояния, предусмотренного для рекламной конструкции меньшего формата.

3. Не допускается размещать рекламные конструкции ближе 100 м:

- от храмовых сооружений;

- от мест общегородских захоронений;

- от мемориальных комплексов и объектов.

Источник информации - [Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов.](https://docs.cntd.ru/document/553287455)