

АДМИНИСТРАЦИЯ ГОРОДА ВЛАДИМИРА

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
от 18 октября 2017 г. N 3450

**ОБ УТВЕРЖДЕНИИ КОНЦЕПЦИИ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ
НА ТЕРРИТОРИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОД ВЛАДИМИР
И ПРИЗНАНИИ УТРАТИВШИМ СИЛУ ПОСТАНОВЛЕНИЯ АДМИНИСТРАЦИИ
ГОРОДА ВЛАДИМИРА ОТ 01.08.2013 N 2748**

В соответствии с Федеральным [законом](#) от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" и в целях упорядочения муниципальной политики в сфере наружной рекламы, системного подхода к размещению средств наружной рекламы, их гармоничного интегрирования в окружающую среду и архитектурный облик города постановляю:

1. Утвердить [Концепцию](#) размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город Владимир согласно приложению.

2. Признать утратившим силу [постановление](#) администрации города Владимира от 01.08.2013 N 2748 "Об утверждении "Концепции размещения рекламных и информационных конструкций на территории города Владимира".

3. Опубликовать данное постановление на официальном сайте органов местного самоуправления города Владимира.

4. Контроль за исполнением постановления возложить на заместителя главы администрации города Норихина Д.В.

Глава администрации города
А.С.ШОХИН

Приложение

УТВЕРЖДЕНО
постановлением
администрации
города Владимира
от 18.10.2017 N 3450

КОНЦЕПЦИЯ
РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ НА ТЕРРИТОРИИ
МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОД ВЛАДИМИР

1. Общие положения

1.1. Концепция размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город Владимир (далее - Концепция) разработана в соответствии с:

- Гражданским [кодексом](#) Российской Федерации;
- Федеральным [законом](#) от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе";
- Федеральным [законом](#) от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции";
- Федеральным [законом](#) от 25.06.2002 N 73-ФЗ "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации";
- [постановлением](#) Губернатора Владимирской области от 31.12.2010 N 1407 "Об утверждении границ зон охраны достопримечательного места регионального значения "Исторический центр города Владимира", режимов использования земель и градостроительных регламентов в границах данных зон";

КонсультантПлюс: примечание.

В официальном тексте документа, видимо, допущена опечатка: решение Совета народных депутатов города Владимира N 183 издано 31.10.2011, а не 13.10.2011.

- [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира от 13.10.2011 N 183 "Об утверждении "Правил землепользования и застройки муниципального образования город Владимир";

- [решением](#) Совета народных депутатов города Владимира от 27.07.2017 N 104 "О Правилах обеспечения чистоты, порядка и благоустройства на территории муниципального образования город Владимир".

1.2. Основными целями Концепции являются:

- решение задач комплексного планирования территорий для размещения рекламных конструкций с отражением зон с особыми условиями их использования (охраняемые зоны объектов культурного наследия, зоны регулирования застройки, зоны охраняемого ландшафта) на совмещенной схеме дорожно-транспортной сети и территориальных зон города Владимира;

- сохранение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности, охраны окружающей среды.

1.3. Действие Концепции распространяется на всю территорию муниципального образования город Владимир независимо от ведомственной принадлежности или формы собственности на земельные участки, здания, строения, сооружения и иные объекты, к которым присоединяются рекламные конструкции, включая открытые территории торговых, спортивных, культурно-развлекательных и производственных комплексов.

1.4. Соблюдение положений Концепции обязательно для всех юридических лиц независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности, а также для физических лиц и индивидуальных предпринимателей.

1.5. Соблюдение положений Концепции обязательно при разработке схем размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, в соответствии с требованиями действующего законодательства.

2. Основные задачи Концепции

Достижение целей Концепции предполагается решением следующих основных задач:

2.1. Зонирование городской территории с целью определения режимов размещения рекламных конструкций и предпочтительных типов и видов конструкций для каждой зоны и категории.

2.2. Типизация рекламных конструкций с приоритетом современных рекламных конструкций, установка которых соответствует архитектурно-художественному облику города и особенностям зон города в соответствии со Сборником типовых стационарных рекламных конструкций.

2.3. Сокращение отдельно стоящих рекламных конструкций на центральных улицах города и перенос крупноформатных рекламных конструкций из центральной части города в места с неразвитой рекламной сетью.

2.4. Реабилитация существующих рекламных конструкций с точки зрения доведения их до предлагаемых типовых форм.

2.5. Установление единых требований к размещению рекламных конструкций на объектах культурного наследия и выявленных объектах культурного наследия, расположенных на территории города Владимира.

3. Зонирование городской территории и режимы размещения рекламных конструкций

В целях оптимизации размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город Владимир определена система зонирования.

В основе градостроительного зонирования лежит разделение территории на укрупненные территориальные зоны, определенные в соответствии с [Правилами](#) землепользования и застройки муниципального образования город Владимир, утвержденными решением Совета народных депутатов города Владимира от 31.10.2011 N 183, и [постановлением](#) Губернатора Владимирской области от 31.12.2010 N 1407 "Об утверждении границ зон охраны достопримечательного места регионального значения "Исторический центр города Владимира", режимов использования земель и градостроительных регламентов в границах данных зон".

Графически территориальные зоны городской застройки и категории отображены на совмещенной [схеме](#) дорожно-транспортной сети и территориальных зон города Владимира (приложение N 1 к Концепции).

Схема дорожно-транспортной сети и территориальных зон города Владимира (далее - Схема) отражает классификацию улиц и магистралей по категориям и содержит рекомендации по размещению на них рекламных конструкций с учетом возможностей конкретной территории на основе ландшафтно-визуального [анализа](#) отдельных территорий города Владимира (приложение N 2 к Концепции).

3.1. Зоны городской территории:

3.1.1. Достопримечательное место регионального значения "Исторический центр города Владимира" в [границах](#), утвержденных постановлением Губернатора Владимирской области от 31.12.2010 N 1407.

Достопримечательное место регионального значения "Исторический центр города Владимира" состоит из следующих зон:

- а) зона N 1 - зона охраняемого природного ландшафта достопримечательного места;
- б) зона N 2 - охранный зона достопримечательного места;

в) зона N 3 - зона регулирования застройки и хозяйственной деятельности достопримечательного места.

3.1.2. Зоны жилой застройки в границах Ленинского, Октябрьского, Фрунзенского районов, в том числе, Сновицы - Веризино, Лунево - Сельцо, Погребки - Питомник, поселок Мостострой, микрорайоны: Лесной, Оргтруд, Юрьеvec, Энергетик.

3.1.3. Промышленные зоны - зоны Северного промузла (Почаевский и Промышленный проезды и примыкающие к ним участки улиц, территории, примыкающие к улицам Тракторная, 16 лет Октября, Юрьевская и другие улицы, отраженные на [Схеме](#) (приложение N 1 к Концепции) и зоны Юго-Западного промузла (улицы Мостостроевская, Мещерская, Складская, Хлебозаводская и другие улицы, отраженные на [Схеме](#) (приложение N 1 к Концепции)).

3.1.4. Присоединенные территории. Поселки: Заклязьменский, Рахманов Перевоз, Долгая Лужа; села: Спасское, Кусуново, Мосино; деревни: Шепелево, Никулино, Уварово, Оборино, Вилки, Злобино, Аббакумово, Бухолово, Немцово, Ущер; турбаза "Ладога".

3.2. Режимы размещения рекламных конструкций на территории придорожных полос улиц и магистралей, проходящих через территориальные зоны муниципального образования город Владимир, природорекреационных зон, скверов, парков, склонов по категориям, отраженных в [приложении N 1](#) к Концепции:

3.2.1. Категория N 1: природорекреационные зоны, скверы, парки, склоны.

В категории N 1 не допускается размещение рекламных конструкций, поскольку они нарушают сформировавшийся образ города, закрывают памятники исторической архитектуры, нарушают перспективу пространства.

На данной территории могут быть установлены объекты городского ориентирования и городской информации малых форматов.

3.2.2. Категория N 2:

- улицы в границах исторического центра (охранная зона достопримечательного места);
- индивидуальная (частная) застройка;
- внутриквартальные проезды;
- улицы присоединенных территорий;
- Лыбедская магистраль.

В категории N 2 не допускается размещение рекламных конструкций большого формата, поскольку они перекрывают основные видовые точки на историческую панораму города, нарушают визуальное восприятие объектов культурного наследия в их исторической среде, несоразмерны с масштабом застройки.

Наружная реклама в данной категории может быть представлена в основном малоформатными рекламными конструкциями, размещаемыми в пешеходных зонах, на тротуарах основных транспортных магистралей, на остановочных павильонах, а также на фасадах зданий (за исключением фасадов зданий, ориентированных на Лыбедскую магистраль).

В индивидуальной (частной) застройке не допускается размещение рекламных конструкций в границах земельного участка индивидуальной (частной) застройки, на ограждениях земельных участков индивидуальной (частной) застройки.

На территории достопримечательного места регионального значения "Исторический центр города Владимира", на объектах культурного наследия, прилегающих к ним территориях не допускается:

- размещение всех видов рекламных конструкций в охранных зонах памятников, входящих в перечни Всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО, федерального значения;

- использование всех типов рекламных конструкций больших форматов, фасадных панно, а также фасадных панно с рекламной информацией предприятий и организаций в дополнение к информации, содержащейся на вывесках и в витринах;

- использование рекламных конструкций с активной пластикой, громоздких, нарочито стилизованных форм консолей и других вспомогательных элементов, темных насыщенных цветов в качестве фона консольных рекламных конструкций. В границах исторического центра предпочтительно бесфоновое решение малоформатных рекламных конструкций, корректное по отношению к архитектуре фасадов;

- использование рукописных шрифтов и рисованных фигур, фотографий людей, животных и других фотографий, диссонирующих с архитектурой фасада;

- размещение рекламных конструкций в витринах, окнах, на ограждениях витрин, окон, приямков;

- размещение рекламных конструкций в виде электронных табло (бегущие строки и т.п.), экранов;

- размещение любых конструкций для размещения информации, монтируемых на внешних брендмауэрных стенах зданий, строений, сооружений;

- размещение любых конструкций для размещения информации, монтируемых и располагаемых на крышах зданий, строений, сооружений (за исключением зданий, строений, сооружений, на фасадах которых предусмотрено размещение информации в соответствии с утвержденным проектом);

- размещение рекламных конструкций в виде маркиз на зданиях и сооружениях, расположенных в достопримечательном месте;

- размещение рекламных конструкций на лицевой поверхности ограждающих конструкций галерей (колонн, опор, аркад, балюстрад и т.п.);

- размещение рекламных конструкций на элементах скульптурного декора;

- размещение рекламных конструкций внутри арочных проемов (на переднем плане проема) открытых галерей, проходов, проездов. Допускается размещение рекламных конструкций, не препятствующих проходу пешеходов, проезду транспортных средств, в глубине арочных проемов;

- размещение рекламных конструкций на ограждениях зданий и сооружений, архитектурных ансамблей, на воротах, на ограждениях и плитах балконов, лоджий и эркеров, крылец;

- размещение на реконструируемых зданиях строительной сетки или баннерной ткани с изображением фасадов реконструируемых зданий совместно с коммерческой рекламой.

3.2.3. Категория N 3:

- зона регулирования застройки и хозяйственной деятельности достопримечательного места, зона жилой застройки Ленинского, Октябрьского, Фрунзенского районов, включая улицы:

Асаткина, Алябьева, Березина, Батурина (от пересечения с улицей Мира до улицы Луначарского), Бородина, бульвар художника Иванова, Вокзальная (до дома N 24), Восточная, Гороховая, Грибоедова, Горького (до пересечения с проспектом Строителей), Дзержинского, Дворянская, Даргомыжского, Жуковского, Зеленая, Завадского, Загородный проезд, Кирова, Крупской, Каманина, Красный переулок, Красносельский переулок, Красноармейская, 1-й и 2-й Коллективный проезд, Луначарского (от дома N 33 до пересечения с улицей Усти-на-Лабе), Лермонтова, Ладожская, Михайловская, Модорова, Молодежная, Менделеева, Мира (от улицы Горького до улицы Большая Нижегородская), Никитина, Ново-Ямская, Офицерская, Овражная, Промышленный проезд (до пересечения с улицей Тракторной), Полины Осипенко (от пересечения с улицей Мира до пересечения с улицей Луначарского), Помпецкий переулок, Пожарского, Разина, Сакко и Ванцетти, Суздальская, Строителей, Связи, Студенческая, Семашко, Стасова, Сурикова, Студеная Гора, Ставровская, Санаторная, Суворова, Токарева, Тихонравова, Труда, Усти-на-Лабе (от пересечения с улицей Мира до площади Фрунзе), Фейгина, Хирурга Орлова, Чапаева, Чайковского, Чернышевского, Электроприборовский проезд, 9-го Января, 3-я Кольцевая, Юрьевский переулок, улицы присоединенных территорий, другие улицы, отраженные на [Схеме](#) (приложение N 1 к Концепции), проспекты: Ленина, Октябрьский, Суздальский.

В категории N 3 не допускается размещение рекламных конструкций формата более 10 м², поскольку они нарушают сформировавшийся образ города, закрывают памятники исторической архитектуры, нарушают перспективу пространства, несоразмерны с масштабом застройки.

Наружная реклама в данной категории может быть представлена в основном рекламными конструкциями формата до 10 м², а также светодиодными экранами, крышными установками, настенными панно с учетом возможностей отдельно взятых территорий, поверхностей и требований настоящей Концепции, технических норм и правил. В отдельных случаях с учетом возможностей конкретного места размещения допускается установка рекламных конструкций формата до 18 м².

При наличии дублеров (подъездных путей для обслуживания встроенно-пристроенных помещений) возможна установка вдоль второстепенной проезжей части малоформатных рекламных конструкций типа ХоРеКа, пилларсов, пилонов в определенном ритме и стилевом решении.

Не допускается установка отдельно стоящих рекламоносителей на бульварах, рекламоносителей на фасадах зданий вблизи площадей и ориентированных на площадь, на опорах, расположенных на открытых площадях и вблизи площадей.

Не допускается размещение брендмауэрных панно на магистралях города: улицах: Большая Нижегородская, Горького, Дворянская, Мира, проспектах: Ленина, Октябрьский, Суздальский.

Размещение рекламных конструкций на территориях, непосредственно примыкающих к границе достопримечательного места, осуществляется с учетом ограничений для категорий N 1 и N 2.

3.2.4. Категория N 4:

- зона жилой застройки Ленинского, Октябрьского, Фрунзенского районов, включая улицы: Балакирева, Белокопской, Безыменского, Большая Нижегородская в части, указанной на [Схеме](#) (приложение N 1 к Концепции), Верхняя Дуброва, Василисина, Горького (от пересечения с проспектом Строителей до Федеральной автомобильной дороги (далее - ФАД), Диктора Левитана, Добросельская, Нижняя Дуброва, Егорова, Зеленая (Загородный парк), Казарменная, Красносельская, Комиссарова, Ладожская, Лесная, Мира (от пересечения с улицей Горького до пересечения с проспектом Строителей), Московское шоссе, Ново-Ямской переулок, улицы Ново-Ямская, Ноябрьская, Николая Островского, участки улиц 16 лет Октября, Почаевская, 1-я Пионерская, отраженные на [Схеме](#) (приложение N 1 к Концепции), 2-й Почаевский проезд, улицы

Полины Осипенко, Растопчина, Рокадная дорога, проспект Строителей, улица Северная, Судогодское шоссе, улицы Соколова-Соколенка, Тракторная, Университетская, Усти-на-Лабе, Хлебозаводская, Юбилейная, Юрьевская, ФАД М-7, улицы присоединенных территорий, другие улицы, отраженные на [Схеме](#) (приложение N 1 к Концепции), проспекты Ленина и Суздальский, где установка рекламных конструкций формата до 18 м² допускается в отдельных случаях с учетом возможностей конкретного места размещения.

В категории N 4 допускается размещение рекламных конструкций большого формата, поскольку имеется необходимая для размещения рекламных конструкций перспектива. В связи с этим вдоль указанных улиц возможно фактическое размещение конструкций формата до 18 м² с учетом масштаба застройки и принадлежности земельных участков, требований настоящей Концепции.

Необходимо исключить размещение сложных по конфигурации конструкций (с числом информационных панелей более одной) вдоль проезжих частей центральных улиц, на разделительных полосах, межмагистральных пространствах, а также вблизи остановочных пунктов и на перекрестках улиц. При этом необходимо рассмотреть возможность переноса большеформатных конструкций на другие участки города.

Не допускается установка отдельно стоящих рекламоносителей, рекламоносителей на фасадах зданий вблизи площадей и ориентированных на площадь, рекламоносителей на опорах, расположенных на открытых площадях и вблизи площадей.

Не допускается размещение брендмауэрных панно на магистралях города:

- улицах: Большая Нижегородская, Горького, Добросельская, Мира;
- проспектах: Ленина, Октябрьский, Суздальский, Строителей.

Размещение рекламных конструкций на территориях, непосредственно примыкающих к границе зоны регулирования застройки, осуществляется с учетом ограничений для категории N 3.

3.2.5. Категория N 5:

- участки улиц: Большая Нижегородская, 16 лет Октября, Почаевская, 1-я Пионерская, отраженные на [Схеме](#) (приложение N 1 к Концепции), улицы: Гастелло, Дмитровская Слобода, Линейная, Мостостроевская, Мещерская, Нижняя Дуброва, Полины Осипенко, Производственная, Складская, Тумская, Хлебозаводская, ФАД, Перекопский военный городок, Промышленный и Рпенский проезды, промышленные зоны, другие улицы, отраженные на [Схеме](#) (приложение N 1 к Концепции).

Не допускается установка отдельно стоящих рекламоносителей, рекламоносителей на фасадах зданий вблизи площади Фрунзе и ориентированных на площадь, рекламоносителей на опорах, расположенных на открытом пространстве площади.

Не допускается размещение брендмауэрных панно на улице Большой Нижегородской.

В категории N 5 режим размещения рекламных конструкций позволяет разместить все типы и виды конструкций с учетом возможностей отдельно взятых территорий, зданий, сооружений и требований настоящей Концепции, технических норм и правил.

3.2.6. Категория N 6:

- въезды в город со стороны городов Москва, Суздаль, Нижний Новгород, Муром, Юрьев-Польский.

В категории N 6 запрещается размещение отдельно стоящих рекламных конструкций, а также крышных установок в пределах визуально-панорамных коридоров ([приложение N 2 к Концепции](#)) и не ближе 50 м от пересечения проезжих частей.

4. Размещение рекламных конструкций

4.1. Рекламные конструкции размещаются на основании разрешительной документации, места их размещения должны соответствовать документам территориального планирования, схемам размещения рекламных конструкций и обеспечивать соблюдение градостроительных норм и правил, требований безопасности.

4.2. Рекламные конструкции должны иметь единое концептуальное, гармоничное с компонентами городской среды решение и в свою очередь не должны ухудшать внешний архитектурный облик сложившейся застройки города и его визуальное восприятие.

Под внешним архитектурным обликом сложившейся застройки города понимается пространственно-композиционное решение территории города, обеспечивающее целостность восприятия фрагментов застройки, при котором взаимосвязка объектов капитального строительства, всех элементов застройки, элементов благоустройства, рекламных конструкций, знаково-информационных систем и окружающей среды осуществлена с учетом воплощенных архитектурных решений, соразмерности пропорций, цвета, пластики, метрических и ритмических закономерностей и направлена на создание эстетичной, комфортной городской среды.

4.2.1. При размещении рекламных конструкций:

- должны соблюдаться условия визуального восприятия архитектурных ансамблей, памятников истории и культуры, охраняемых ландшафтов, элементов застройки, представляющих самостоятельную историко-культурную ценность или составляющих окружение объектов культурного наследия;

- не должны перекрываться значимые направления визуального восприятия городских объектов, значимые панорамные видовые направления, искажаться сложившийся облик городской среды.

Исключение составляют объекты городского ориентирования и городской информации, уличная мебель.

4.2.2. Художественное решение и габариты рекламных конструкций должны соответствовать стилистике конкретного здания, строения, сооружения и архитектурно-пространственному окружению.

4.2.3. При размещении конструкций различных типов на поверхностях зданий, строений, сооружений должны соблюдаться комплексность, упорядоченность их расположения, должны быть выдержаны единая горизонтальная ось размещения настенных рекламных и нерекламных конструкций и единый высотный ряд.

4.2.4. При размещении на отдельно взятой территории настенных рекламных и нерекламных конструкций и отдельно стоящих рекламоносителей приоритет остается за настенными конструкциями, которые принадлежат организациям, индивидуальным предпринимателям, осуществляющим деятельность в зданиях, сооружениях, расположенных на рассматриваемой территории.

4.3. Рекламные конструкции не должны создавать препятствий для движения пешеходов и уборки улиц механизированным способом, очистке кровель от снега и льда при размещении их на зданиях, строениях и сооружениях, включая некапитальные нестационарные сооружения.

4.4. Размещение рекламных конструкций не должно затруднять или делать невозможным функционирование и обслуживание зданий, строений, сооружений и объектов инженерной инфраструктуры.

4.5. Размещение рекламных конструкций должно обеспечивать возможность проезда машин специальных и оперативных служб к зданиям, строениям и сооружениям и доступ пожарных в любое помещение.

4.6. Установка рекламных конструкций должна осуществляться с учетом санитарно-гигиенических требований к инсоляции помещений жилых и общественных зданий, уровню шума, излучению и другим источникам загрязнения окружающей среды.

Не допускается установка и эксплуатация рекламоносителей, являющихся источниками шума, вибрации, на расстоянии ближе 50 метров от окон жилых и общественных зданий, а также установка и эксплуатация рекламных конструкций, являющихся источником световых, электромагнитных и иных излучений и полей, направленных на окна помещений с пребыванием людей.

4.7. Рекламные конструкции не должны иметь сходство по внешнему виду и изображению с техническими средствами организации дорожного движения, иными специальными средствами, а также создавать впечатление нахождения на дороге транспортного средства, пешехода или какого-либо объекта.

4.8. Рекламные конструкции должны иметь маркировку (информационную табличку) с указанием владельца рекламной конструкции, номера его телефона.

4.9. Отдельно стоящие рекламные конструкции:

- должны иметь заглубленный фундамент ниже уровня земли. В случаях отсутствия технической возможности допускается размещение рекламных конструкций без заглубления фундамента в промышленных, коммунально-складских зонах с последующей его облицовкой;

- не должны быть односторонними за исключением случаев, когда восприятие одной из сторон конструкции невозможно из-за наличия естественных или искусственных препятствий. Односторонние отдельно стоящие рекламные конструкции должны иметь декоративно оформленное информационное поле, не используемое для размещения рекламы;

- не должны с обзорных точек визуально перекрывать (накладываться) на рекламные и нерекламные объекты, расположенные на зданиях и сооружениях;

- должны иметь единый метрический и ритмический ряд:

1) при размещении на отдельно взятом участке застройки (улице, площади и т.п.), на территории, прилегающей к проезжим частям дорог, рекламные конструкции должны быть соразмерны окружающему пространству, иметь единые тип и вид; площади информационных полей; высоты рекламных конструкций от уровня проезжей части до нижнего края информационного поля: при спокойном рельефе местности - не более 3,5 м для рекламных конструкций, размещаемых в границах населенных пунктов, в случае значительного перепада высот рельефа - единый уровень нижнего края информационного поля; одинаковое расстояние между рекламными конструкциями с площадью информационного поля:

- от 2 м² до 6 м² - не менее 30 м;

- от 6 м² до 15 м² - не менее 70 м;

- от 15 м² до 18 м² - не менее 80 м;

- свыше 18 м² - не менее 120 м;

- между рекламной конструкцией и конструкцией, не содержащей информацию рекламного характера, расстояния определяются аналогично расстояниям между рекламными конструкциями;

- при разных размерах площадей информационных полей как рекламных конструкций, так и конструкций, не содержащих информацию рекламного характера, площадь для определения расстояния между ними рассчитывается как среднее арифметическое значение площадей информационных полей данных конструкций;

2) при сложном метрическом ряде, когда на отдельно взятом участке застройки дополнительно к вышеуказанным конструкциям устанавливаются рекламные конструкции, совмещенные с городской мебелью (средства наружной рекламы, являющиеся конструктивной частью остановочных павильонов общественного транспорта, рекламные скамейки), расстояния от отдельно стоящих рекламных конструкций до рекламных конструкций, совмещенных с городской мебелью, должно составлять не менее 25 м;

3) должны располагаться не ближе 50 м от пересечения проезжих частей.

4.10. Рекламные конструкции на зданиях, строениях, сооружениях должны размещаться с соблюдением следующих требований:

4.10.1. Размещение рекламных конструкций в пределах одного фасада должно производиться в соответствии с единым проектом, разрабатываемым и утверждаемым с учетом требований Концепции размещения (установки) и эксплуатации конструкций, не содержащих информацию рекламного характера, на территории муниципального образования город Владимир.

Отсутствие единого проекта размещения рекламно-информационного оформления предприятий, организаций служит причиной отказа в согласовании размещения рекламных конструкций на фасаде здания, занимаемого данными предприятиями, организациями.

4.10.2. При размещении рекламных конструкций на зданиях, строениях и сооружениях не должны нарушаться прочностные характеристики несущих элементов здания, строения и сооружения, включая некапитальные нестационарные сооружения.

4.10.3. Лицевые поверхности фасадных рекламных панно должны быть выполнены преимущественно из светопропускающего материала и оснащены системами внутреннего освещения. При наружной подсветке рекламных конструкций системы освещения должны иметь немерцающий, приглушенный свет, не создавать прямых направлений лучей освещения в окна жилых помещений и помещений с длительным пребыванием людей.

4.10.4. Брандмауэрные панно размещаются с отступами от вертикальных и верхней граней фасада не менее 0,2 м. При размещении брандмауэрных панно на боковом "глухом" фасаде отдельно стоящего здания, не примыкающего к другому зданию, допускается отступ по вертикали от отмостки здания в размере до 3,5 м.

4.10.5. Размещение рекламы в витринах допускается только с использованием конструкций и приспособлений в виде подвесных элементов (лайтбоксов, планшетов). Размещение рекламы в витринах и оформление витрин должно осуществляться комплексно, иметь единый характер в пределах фасада, соответствовать архитектурно-декоративной пластике всего фасада здания, строения, сооружения и профилю предприятия.

Рекламные конструкции, размещенные в витринах или проемах окон, не должны занимать более 30% просвета.

4.10.6. При размещении рекламных конструкций не допускается:

- перекрытие оконных и дверных проемов, а также витражей и витрин;
- размещение путем непосредственного нанесения на поверхность фасада декоративно-художественного и (или) текстового изображения (методом покраски, наклейки);
- устройство в витрине конструкций, баннерных панно во всю поверхность витрины, в том числе замена остекления витрин световыми коробами, окраска и покрытие декоративными пленками всей поверхности остекления окон и витрин;
- размещение фасадных панно без жесткой подложки;
- размещение рекламных конструкций с использованием картона;
- размещение фасадных и брендмауэрных панно без изображения;
- размещение фасадных и брендмауэрных панно на фасадах, нуждающихся в ремонте;
- размещение настенных панно без согласования в установленном порядке художественного и эстетического решения эскиза изображения, места размещения.

4.10.7. Не допускается размещение рекламных конструкций (изображений) на архитектурных деталях фасадов объектов (в том числе на колоннах, пилястрах, орнаментах, лепнине), на ограждениях балконов, лоджий, крылец, на ступенях входов в здания, ближе 1 м от мемориальных досок и наименований улиц и номеров домов.

4.10.8. Панель-кронштейны, устанавливаемые на здании, строении и сооружении, включая некапитальные нестационарные сооружения, не должны выступать за внешнюю поверхность здания, строения и сооружения, более чем на 1 м. При этом расстояние между панель-кронштейнами, расположенными последовательно в одной горизонтальной плоскости, не может быть менее 10 м. Размещение панель-кронштейнов на зданиях, строениях и сооружениях осуществляется в простенке между первым и вторым этажами.

4.10.9. Размеры крышной рекламной конструкции, устанавливаемой на крыше объекта, не может превышать:

- 80% длины фасада, вдоль которого она размещена, - при длине фасада до 18 м включительно;
- половины длины фасада, вдоль которого она размещена, - при длине фасада свыше 18 м.

Элементы крепления крышной рекламной конструкции не должны выступать за периметр данной конструкции по бокам и сверху. Расстояние от парапета до нижнего края информационного поля крышной рекламной конструкции не должно превышать 1 м.

Крышные рекламные конструкции должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания, системой пожаротушения и соответствовать иным требованиям пожарной безопасности.

4.10.10. Не допускается размещение рекламных конструкций на ограждениях архитектурных ансамблей, парков, скверов, территорий учреждений науки, культуры, образования, спортивных и торговых комплексов независимо от расстояния от линии застройки и места размещения, а также на ограждениях территорий промышленных предприятий, производственных площадок АЗС, гаражей, объектов сервисного обслуживания и автостоянок, расположенных на основных магистралях города.

4.10.11. При размещении рекламных конструкций на внешних поверхностях многоквартирных жилых домов не допускается:

- размещение рекламных конструкций на конструкции козырька при входах в жилые подъезды здания;

- размещение рекламных конструкций с динамической сменой изображений (роллерные системы, системы поворотных панелей - призматроны и др.).

4.10.12. Не допускается размещение рекламных конструкций на фасадах зданий, ориентированных на площади и в непосредственной близости от них.

4.11. Установка и эксплуатация рекламных конструкций не допускается на строящихся объектах, на объектах, нуждающихся или находящихся в стадии реконструкции или капитального ремонта, а также на их территориях.

4.11.1. Не допускается размещение рекламных конструкций на ограждениях строительных площадок, кроме размещения установленной законодательством обязательной информации.

4.11.2. Не допускается нанесение рекламы краской на строительных ограждениях.

4.12. При размещении рекламных конструкций на внешних поверхностях зданий и сооружений требования к их территориальному размещению, внешнему виду, содержанию информации должны соответствовать требованиям, отраженным в Концепции размещения (установки) и эксплуатации конструкций, не содержащих информацию рекламного характера, на территории муниципального образования город Владимир.

5. Типы и виды рекламных конструкций

5.1. Рекламные конструкции в зависимости от характера имущества, к которому присоединяются, подразделяются на два типа ([приложение N 1](#) к Концепции):

- отдельно стоящие, размещаемые на земельных участках;
- размещаемые на зданиях, строениях, сооружениях.

5.2. На территории муниципального образования город Владимир (далее - город Владимир) допустимы к установке следующие виды рекламных конструкций, размещаемых на земельных участках независимо от форм собственности (далее - отдельно стоящие рекламные конструкции):

5.2.1. Щит - вид отдельно стоящих рекламных конструкций на опоре, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих не более четырех информационных полей. Размер информационного поля рекламной конструкции вида "щит": высота - 3 м, ширина - 6 м, расстояние от уровня проезжей части (земли, тротуара) до нижнего края информационного поля - не менее 3,5 м и не более 7,5 м.

Допустимы рекламные конструкции вида "щит", имеющие следующие технические характеристики:

- без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внешним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внешним подсветом информационного поля, оборудованные системой автоматической

смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле.

5.2.2. Пилон (сити-формат) - вид отдельно стоящих рекламных конструкций, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих два информационных поля.

Размер информационного поля рекламной конструкции вида "пилона": высота - 1,8 м, ширина - 1,2 м, расстояние от уровня грунта, тротуара до нижнего края информационного поля - не менее 0,5 м и не более 1,0 м.

Допустимы следующие рекламные конструкции вида "пилона":

- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле.

5.2.3. Хорека - вид отдельно стоящих рекламных конструкций на опоре, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих два информационных поля. Размер информационного поля рекламной конструкции вида "хорека": высота - 1,8 м, ширина - 1,2 м, расстояние от уровня проезжей части (земли, тротуара) до нижнего края информационного поля - не менее 2,5 м.

Допустимы следующие рекламные конструкции вида "хорека":

- без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле.

5.2.4. Сити-борд - вид отдельно стоящих рекламных конструкций на опоре, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих два информационных поля. Размеры информационного поля рекламной конструкции вида "сити-борд": высота - не более 3 м, ширина - не более 4 м, расстояние от уровня проезжей части (земли, тротуара) до нижнего края информационного поля - не менее 2,5 м и не более 3,5 м.

Допустимы следующие рекламные конструкции вида "сити-борд":

- с внешним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внешним подсветом информационного поля, оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле.

5.2.5. Пиллар - вид отдельно стоящих рекламных конструкций, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих не более трех информационных полей. Размер информационного поля рекламной конструкции типа "пиллар": высота - 3,0 м, ширина - 1,4 м либо 0,85 м, расстояние от уровня проезжей части (земли, тротуара) до нижнего края информационного поля - не более 0,3 м.

Допустимы следующие рекламные конструкции вида "пиллар":

- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле.

5.2.6. Суперборд - вид отдельно стоящих рекламных конструкций на опоре, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих не более двух информационных полей. Размер информационного поля рекламной конструкции вида "суперборд": высота - 4 м, ширина - 8 м либо 12 м. Расстояние от уровня грунта, тротуара до нижнего края информационного поля - не менее 4,5 м и не более 7,5 м.

Допустимы следующие рекламные конструкции вида "суперборд":

- без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с внешним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с внешним подсветом информационного поля, оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле.

5.2.7. Суперсайт - вид отдельно стоящих рекламных конструкций, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих не более трех информационных полей. Размер информационного поля рекламной конструкции вида "суперсайт": высота - 5 м, ширина - 12 м либо 15 м. Расстояние от уровня проезжей части до нижнего края информационного поля - не менее 10 м.

Допустимы следующие рекламные конструкции вида "суперсайт":

- без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с внешним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с внешним подсветом информационного поля, оборудованные высокотехнологичной системой автоматической смены изображений на информационном поле;
- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле.

5.2.8. Остановочный навес с рекламным модулем - рекламные конструкции вида "пилон", являющиеся неотделимым конструктивно-визуальным элементом остановочных навесов, располагаемых в зонах остановочных пунктов движения общественного транспорта.

5.2.9. Флаг - вид отдельно стоящих рекламных конструкций, выполненных по индивидуальному проекту, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента.

Размеры рекламных конструкций вида "флаг": высота - не более 20 м, ширина - не более 2 м. Размеры информационных полей и их количество определяются исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции.

Информационные поля рекламных конструкций вида "флаг" изготавливаются из гибких и эластичных материалов.

Допустимы следующие рекламные конструкции вида "флаг":

- с наружным подсветом информационных полей;
- без подсвета информационных полей.

5.2.10. Видеоэкран - вид отдельно стоящих рекламных конструкций, выполненных по индивидуальному проекту, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента. Размеры информационных полей: высота - не менее 3 м, ширина - не менее 4 м и не более 8 м. Количество информационных полей определяется исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции.

Допустимы рекламные конструкции вида "видеоэкран" с воспроизведением изображения на информационном поле экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов.

5.2.11. Афишные стенды - отдельно стоящие рекламные конструкции малого формата с одним или двумя информационными полями, располагаемые на тротуарах или на прилегающих к тротуарам газонах. Габариты афишного стенда должны обеспечивать удобство наклейки печатной продукции и удобство ее чтения. Фундамент афишного стенда допускается в двух вариантах: заглубляемый, не выступающий над уровнем дорожного покрытия, и незаглубленный. В случае использования незаглубленного фундамента он в обязательном порядке облицовывается по специальной форме, соответствующей дизайну афишного стенда.

Афишные стенды не имеют подсвета информационного поля, не оборудованы системой автоматической смены изображений на информационном поле.

5.2.12. Афишная тумба - вид отдельно стоящих рекламных конструкций, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, имеющих информационное поле в виде цилиндра. Габариты афишной тумбы должны обеспечивать удобство наклейки печатной продукции и удобство ее чтения. Расстояние от уровня поверхности, на которой установлена тумба, до нижнего края информационного поля - не более 0,3 м.

Рекламные конструкции вида "афишная тумба" не имеют подсвета информационного поля, не оборудованы системой автоматической смены изображений на информационном поле.

5.2.13. Скамейки с рекламными модулями - отдельно стоящие рекламные конструкции малого формата, имеющие рекламные поверхности, монтируемые на конструктивных элементах

скамеек. Размеры информационного поля рекламного модуля могут быть от 0,5 x 1,5 м до 0,7 x 1,8 м. Рекламная поверхность имеет одну сторону без подсветки. Скамейка не имеет фундамента, но жестко соединена с поверхностью, на которую она установлена.

Примерные габариты скамейки: длина - около 2,0 м, ширина - 0,80 м, ширина сиденья - не менее 0,45 м; высота сиденья от уровня земли (тротуара) - не менее 0,40 м и не более 0,50 м.

5.2.14. Нестандартные рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам: объемно-пространственные конструкции, стелы.

Объемно-пространственные конструкции - вид рекламных конструкций в виде объемных элементов, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, выполняемых по индивидуальным проектам.

Размеры объемно-пространственных конструкций определяются архитектурными особенностями окружающего пространства.

Допустимы следующие объемно-пространственные рекламные конструкции:

- без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внешним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле.

Стелы - вид отдельно стоящих рекламных конструкций, размещаемых на земельном участке с применением собственного фундамента, выполняемых по индивидуальным проектам.

Размеры информационных полей и их количество определяются исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции.

Допустимы следующие рекламные конструкции вида "стела":

- без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внешним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле.

5.3. На территории города Владимира допустимы к установке следующие виды рекламных конструкций, размещаемых на зданиях, строениях, сооружениях независимо от форм собственности:

5.3.1. Крышные рекламные конструкции - вид рекламных конструкций, размещаемых полностью или частично выше уровня карниза, на крыше здания, строения и сооружения, выполненных по индивидуальному проекту.

Допустимы следующие рекламные конструкции вида "крышные рекламные конструкции":

- в виде плоской панели без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- в виде плоской панели с наружным подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- в виде плоской панели с внутренним подсветом, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- в виде отдельных элементов (изображений и букв) с внутренним подсветом каждого элемента, не оборудованные системой автоматической смены изображений;

- со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле.

Высота крышной рекламной конструкции должна быть:

- не более 1,8 м для 1 - 3-этажных объектов;

- не более 3,0 м для 4 - 7-этажных объектов;

- не более 4,0 м для 8 - 12-этажных объектов;

- не более 5,0 м для 13 - 17-этажных объектов;

- не более 6,0 м для объектов, имеющих 18 и более этажей.

Если крышная рекламная конструкция содержит элементы, выступающие за основные габариты конструкции, высота этих элементов может превышать указанные выше размеры не более чем на 1/5.

5.3.2. Медиа-фасад - вид рекламных конструкций, размещаемых на поверхности стен зданий, строений и сооружений с этажностью более одного этажа, состоящих из светодиодных модулей, создающих поверхность, которая повторяет форму фасада здания, строения, сооружения. Количество информационных полей рекламной конструкции вида "медиа-фасад" - не более одного. Размеры информационного поля определяются исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции.

Рекламные конструкции вида "медиа-фасад" допустимы со светоизлучающим подсветом информационного поля, оборудованные электронной системой автоматической смены изображений, с возможностью демонстрации видеоизображений на информационном поле.

5.3.3. Фасадные рекламные конструкции (фасадные рекламные панно) - вид рекламных конструкций, размещаемых на поверхности стен зданий, строений и сооружений, включая некапитальные нестационарные сооружения, являющихся местом нахождения и/или осуществления деятельности организации, индивидуального предпринимателя, информация рекламного характера о которых содержится в материалах, размещаемых на информационных поверхностях рекламных конструкций данного вида. Фасадная рекламная конструкция состоит из каркаса, установленного на фасаде здания, сооружения, строения, к которому крепится баннерное панно, либо иное панно, основой которого являются жесткие материалы. Размеры информационного поля определяются исходя из архитектурных возможностей фасада индивидуальным проектом рекламной конструкции.

Рекламные конструкции вида "фасадные рекламные панно" допустимы:

- без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внешним подсветом информационного поля, не оборудованные системой

автоматической смены изображений на информационном поле.

5.3.4. Электронное табло (бегущая строка) - рекламная конструкция, предназначенная для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов.

5.3.5. Брандмауэрные панно - вид рекламных конструкций, размещаемых на глухих (не имеющих оконных проемов, витрин, архитектурных деталей, декоративного оформления) торцевых поверхностях стен зданий, строений и сооружений, за исключением некапитальных нестационарных сооружений.

Рекламные конструкции вида "брандмауэрное панно" выполняются по индивидуальному проекту и состоят из каркаса, системы крепления, смонтированных к стене здания, строения и сооружения по контуру рекламного поля, и информационного поля, изготовленного из гибкого, эластичного материала. Количество информационных полей рекламной конструкции вида "брандмауэрное панно" - не более одного. Размеры информационного поля определяются исходя из индивидуального проекта рекламной конструкции.

Рекламные конструкции вида "брандмауэрное панно" допустимы с внешним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле.

5.3.6. Панель-кронштейн - вид рекламных конструкций, состоящих из двух информационных полей высотой - 1,5 м, шириной - 1,0 м, прикрепляемых к опорам линий освещения, контактной сети и линий электропередач, зданиям, сооружениям в вертикальном положении при помощи кронштейнов. Площадь информационного поля рекламной конструкции вида "панель-кронштейн" определяется общей площадью информационных полей рекламной конструкции.

Допустимы рекламные конструкции вида "панель-кронштейн":

- без подсвета информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле;

- с внутренним подсветом информационного поля, не оборудованные системой автоматической смены изображений на информационном поле.

Присоединение рекламных конструкции типа "панель-кронштейн" к зданиям и сооружениям допускается при соблюдении требований, установленных Концепцией размещения конструкций, не содержащих информацию рекламного характера, на территории муниципального образования город Владимир.

Допускается присоединение рекламных конструкции типа "панель-кронштейн" к опорам линий освещения, контактной сети и линий электропередач, расположенных в зонах промышленной застройки, внутриквартальных территориях при условии соблюдения ограничений к размещению данного вида рекламных конструкций, установленных действующим законодательством.

5.3.7. Проекционные установки - рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскостях стен и в объеме, состоящие из проецирующего устройства и поверхности (экрана) или объема, в котором формируется рекламное изображение. Площадь информационного поля для плоских изображений определяется габаритами проецируемой поверхности, а для объемных изображений определяется расчетным путем.

Ландшафтно-визуальный анализ по каждому объекту дает возможность отделить диссонансные объекты для визуального восприятия ландшафтной истории и культуры, адаптировать выкладки в культурном контексте, дать конкретные рекомендации по исправлению ситуации.

ПАМЯТНИК М.В. ФРУНЗЕ, Пл. Фрунзе



ЗОЛОТЫЕ ВОРОТА С НАДВРАТНОЙ ЦЕРКОВЬЮ РИЗОПОЛОЖЕНИЯ. Ул. Большая Московская



МИХАИЛО-АРХАНГЕЛЬСКАЯ ЦЕРКОВЬ. Студеная гора ул., 1а



Въезд в город со стороны г. Москвы



Въезд в город со стороны г. Юрьев-Польского



Въезд в город со стороны г. Муром



Въезд в город со стороны г. Суздаля



Въезд в город со стороны г. Нижнего Новгорода

