

ПРАВИЛА УСТАНОВКИ И ЭКСПЛУАТАЦИИ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В ГОРОДЕ МОСКВЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Правила установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Москве (далее - Правила) приняты в целях осуществления надзора за процессом формирования благоприятной архитектурной и информационной городской среды, сохранения историко-градостроительного облика, упорядочения мест для установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Москве, эффективного использования имущества города Москвы в целях распространения наружной рекламы.

Настоящие Правила устанавливают требования к территориальной установке и эксплуатации рекламных конструкций, условия использования имущества города для установки и эксплуатации рекламных конструкций, а также порядок осуществления контроля за соблюдением этих требований.

1.2. Соблюдение настоящих Правил обязательно для всех физических и юридических лиц независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности, а также для индивидуальных предпринимателей при установке и эксплуатации рекламных конструкций в городе Москве.

1.3. Правила разработаны на основании Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», Градостроительного кодекса Российской Федерации, Федерального закона от 1 июня 2005 г. № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации», Федерального закона от 25 июня 2002 г. № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» и постановления Правительства Российской Федерации от 26 апреля 2008 г. № 315 «Об утверждении Положения о зонах охраны объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации».

Федерации», законов города Москвы, распоряжений Мэра Москвы и постановлений Правительства Москвы, СНиПа 2.07.01-89 «Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений», ГОСТа 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения.», ГОСТа 52289-2004 «Правила применения дорожных знаков, разметок, светофоров, дорожных ограждений и направляющих устройств», ГОСТа 52290-2004 «Знаки дорожные. Общие технические требования», других нормативных правовых документов, определяющих полномочия органов исполнительной власти города Москвы.

1.4. Размещение рекламных конструкций на территории города Москвы, не предусмотренных настоящими Правилами, не допускается.

2. СХЕМА РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В ГОРОДЕ МОСКВЕ

2.1. На основании настоящих Правил разрабатывается Схема размещения рекламных конструкций, размещаемых на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности города Москвы. Общая Схема размещения рекламных конструкций состоит из отдельных соединяющихся и согласующихся между собой схем по отдельным участкам городских территорий (участков улиц, магистралей, площадей, и т.д.). Схемы представляют собой топографические планы, отображающие точные места размещения / установки рекламных конструкций с указанием координат и технических характеристик (типов, размеров, площади информационных полей и технологии смены изображения и пр.).

2.2. Схемы размещения рекламных конструкций согласовываются органами исполнительной власти города Москвы и другими уполномоченными органами и организациями, перечень которых определяется нормативным правовым актом Правительства Москвы.

2.3. Схемы размещения рекламных конструкций по отдельным участкам городских территорий, на которых расположены трассы проезда (передвижения) объектов государственной охраны, а также охраняемые объекты, подлежат обязательному согласованию с Федеральной службой охраны Российской Федерации.

2.4. Схемы размещения рекламных конструкций являются открытыми и общедоступными, подлежат обязательному опубликованию на официальном сайте Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы.

3. ТИПЫ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

Рекламными конструкциями в рамках настоящих Правил в соответствии с требованиями Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» признаются щиты, стенды, и иные технические объекты стабильного территориального размещения, установленные на земле или на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также на остановочных пунктах движения городского наземного транспорта, общественных туалетах и других объектах городской инфраструктуры, установленные на территории города Москвы в целях распространения рекламы.

На размещение рекламных конструкций требуется оформление установленной Федеральным законодательством и нормативными документами Правительства Москвы разрешительной документации. Размещение рекламных конструкций на трассах проезда (передвижения) объектов государственной охраны, а также в непосредственной близости от охраняемых объектов, расположенных на территории города Москвы, согласовывается с Федеральной службой охраны Российской Федерации.

3.1. Типы рекламных конструкций

Рекламные конструкции на объектах благоустройства городской инфраструктуры

3.1.1. **Рекламные конструкции на киосках розничной торговли** - рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах киосков розничной торговли и не являющиеся его конструктивными частями. Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на киоске розничной торговли составляет 2 x 1 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции на киоске розничной торговли определяется общей площадью используемых сторон. Рекламные конструкции на киосках розничной торговли должны быть с внутренним подсветом, оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.2. **Рекламные конструкции на остановочных павильонах** - рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах павильонов ожидания общественного транспорта. Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на остановочном павильоне составляет 1,2 x 1,8 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции на остановочном павильоне определяется общей площадью двух его сторон. Фундаменты рекламных конструкций на остановочных павильонах не должны выступать над уровнем покрытия тротуара. Рекламные конструкции на остановочных павильонах должны быть с внутренним подсветом, оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.3. **Указатели с рекламным модулем** - рекламные конструкции малого формата, на отдельно стоящей опоре, 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 м x 1,8 м. Площадь информационного поля указателя с рекламным модулем определяется общей площадью используемых

сторон. Фундамент отдельно стоящего указателя допускается в двух вариантах: заглубляемый, не выступающий над уровнем земли и не заглубляемый. В случае использования не заглубляемого фундамента, он в обязательном порядке облицовывается декоративным материалом по специальной форме, соответствующей дизайну указателя или выполняется в виде чугунного литья. Указатели с рекламными модулями должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.4. Рекламные конструкции на общественных туалетах - рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах общественных туалетов. Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на общественном туалете составляет 1,2 x 1,8 м.

Отдельно стоящие рекламные конструкции (размещаемые на земельных участках)

3.1.5. Сити-форматы – двухсторонние рекламные конструкции малого формата с двумя информационными полями, располагаемые на тротуарах или на прилегающих к тротуарам газонах. Размер информационного поля рекламной конструкции сити-формата составляет 1,2 x 1,8 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции сити-формата определяется общей площадью двух его сторон. Фундаменты рекламных конструкций сити-формата не должны выступать над уровнем дорожного покрытия. Рекламные конструкции сити-формата должны иметь внутренний подсвет, быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.6. Афишные стенды - рекламные конструкции малого формата, с одним или двумя информационными полями, располагаемые на тротуарах или на прилегающих к тротуарам газонах. Размер одной стороны информационного поля афишного стенда составляет 1,8 x 1,75 м. Площадь информационного поля

афишного стенда определяется общей площадью его сторон. Фундамент афишного стенда допускается в двух вариантах: заглубляемый, не выступающий над уровнем земли, и не заглубляемый. В случае использования не заглубляемого фундамента, он в обязательном порядке облицовывается декоративным материалом по специальной форме, соответствующей дизайну афишного стенда. Афишные стенды не имеют подсветки.

Афишные стенды предназначены для размещения рекламы и информации исключительно о репертуарах театров, кинотеатров, спортивных и иных массовых мероприятиях, событиях общественного, культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера. Рекламные материалы, размещаемые на афишных стендах, могут содержать информацию о спонсорах соответствующих мероприятий.

3.1.7. **Тумбы** – рекламные конструкции малого формата, с внутренним подсветом, имеющие три внешние поверхности с информационными полями размером не более 1,4 м x 3 м для размещения рекламы. При установке тумб общая высота конструкции не должна превышать 3,8 м.

Площадь информационного поля рекламной конструкции тумб определяется общей площадью трех их сторон. Фундаменты тумб не должны выступать над уровнем земли. Тумбы должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.8. **Сити-борды** - рекламные конструкции среднего формата, с внутренним подсветом, имеющие одну или две поверхности для размещения рекламы. Состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Площадь информационного поля сити-борда определяется общей площадью его эксплуатируемых сторон. Размер одной стороны информационного поля сити-борда составляет 2,4 м x 1,8 м или 3,7 x 2,7 м. Фундамент сити-борда не должен выступать над уровнем земли. Сити-борды должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.9. **Щиты 6 x 3 м** - щитовые рекламные конструкции среднего формата, имеющие внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Щиты состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля размером 6 x 3 м. Площадь информационного поля щита определяется общей площадью его сторон. Количество сторон щита не может быть более двух. Фундамент щита не должен выступать над уровнем земли. В исключительных случаях, когда заглубление фундамента невозможно, допускается размещение с частичным заглублением фундамента на 0,1 – 0,2 м при наличии бортового камня или дорожных ограждений (по ГОСТу Р 52289-2004). При этом они должны быть декоративно оформлены по согласованию с Комитетом по архитектуре и градостроительству города Москвы и Департаментом средств массовой информации и рекламы города Москвы. Щиты, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону. Щиты должны быть оборудованы внутренним или внешним подсветом, системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

3.1.10. **Суперборды и Суперсайты** - щитовые рекламные конструкции большого формата, имеющие внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Суперборды и суперсайты состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Суперборды и суперсайты должны иметь внутренний или внешний подсвет. Размер одной стороны информационного поля суперборда составляет 12 x 4 м. Размер одной стороны информационного поля суперсайта составляет 15 x 5 м. Площадь информационного поля суперборда и суперсайта определяется общей площадью их сторон. Количество сторон у супербордов и суперсайтов не может быть более трех. Фундамент суперборда и суперсайта не может выступать над уровнем земли. Суперборд и суперсайт, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону.

3.1.11. **Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам** - рекламные конструкции,

имеющие формат, отличный от иных форматов, предусмотренных настоящими Правилами, и не указанные в пунктах 3.1.1 – 3.1.10, 3.1.12 Правил. К уникальным рекламным конструкциям, выполненным по индивидуальным проектам, относятся следующие рекламные конструкции:

1) объемно-пространственные конструкции – рекламные конструкции, на которых для распространения рекламной информации используется как объем объекта, так и его поверхность (в том числе воздушные шары, аэростаты, объемно-пространственные модели и т.п.). Площадь информационного поля объемно-пространственных конструкций определяется расчетным путем;

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

Данные объекты выполняются по индивидуальным проектам. Модель и проект уникальной конструкции в каждом конкретном случае согласовывается Комитетом по архитектуре и градостроительству города Москвы и утверждается Департаментом средств массовой информации и рекламы города Москвы. Площадь информационного поля уникальных конструкций определяется расчетным путем. На уникальные конструкции распространяются все требования, предусмотренные для рекламных конструкций большого формата.

Рекламные конструкции, присоединяемые к объектам недвижимости (зданиям, сооружениям)

3.1.12. *Крышные рекламные конструкции в виде отдельных букв и логотипов* – рекламные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше, выполненные по индивидуальному проекту, состоящие из отдельно стоящих символов (букв, цифр, художественных

элементов, логотипов), оборудованные исключительно внутренним подсветом. Площадь информационного поля данного вида рекламных конструкций определяется расчетным путем.

Для каждой рекламной крышной конструкции разрабатывается проектная документация, которая согласовывается Комитетом по архитектуре и градостроительству города Москвы.

Высота рекламных крышных конструкций должна быть:

- не более одной шестой части от высоты фасада при высоте здания от цоколя до кровли до 15 м, со стороны которого размещается конструкция;
- не более одной восьмой части от высоты фасада при высоте здания от цоколя до кровли от 15 м до 50 м, со стороны которого размещается конструкция;
- не более одной десятой части высоты фасада здания при высоте от 50 метров и более;
- не более одной шестой части от высоты фасада стилобатной части здания, если крышная конструкция устанавливается на крыше стилобатной части здания, являющейся встроенно-пристроенной частью основного здания.

Для крышных рекламных конструкций в виде отдельных букв и логотипов в обязательном порядке разрабатывается рабочая проектная документация с целью обеспечения безопасности при установке, монтаже и эксплуатации. Крышные рекламные конструкции в виде отдельных букв и логотипов должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания, должны иметь системы пожаротушения и соответствовать иным требованиям пожарной безопасности.

3.1.13. **Медиа-фасады** - рекламные конструкции, размещаемые на поверхности стен зданий, строений и сооружений, состоящие из светодиодных модулей в гибких шлейфах на основе металлической сетки с интегрированными светодиодами, создающие поверхность, которая повторяет форму фасада здания, позволяющие демонстрировать информационные материалы, в том числе динамические видеоизображения. Размер информационного поля медиа-фасада определяется размером демонстрируемого изображения.

Для размещения медиа-фасада на конкретном здании разрабатывается проектная документация, которая согласовывается Комитетом по архитектуре и градостроительству города Москвы и утверждается Департаментом средств массовой информации и рекламы города Москвы. Размер медиа-фасада определяется индивидуально в зависимости от архитектуры здания на основании согласованного проекта.

Медиа-фасады должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМНЫМ КОНСТРУКЦИЯМ

4.1. Общие требования

4.1.1. Рекламные конструкции, установленные на территории города Москвы, должны соответствовать внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города.

4.1.2. На территории города Москвы разрешается размещение исключительно указанных в пункте 3 Правил типов и размеров рекламных конструкций. Размещение иных типов и размеров рекламных конструкций не допускается.

4.1.3. Рекламные конструкции должны иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона и номера рекламного места. Маркировка должна размещаться под информационным полем. Размер текста должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств или тротуара.

4.1.4. Рекламные конструкции, за исключением рекламных конструкций на афишных стендах, щитов 6 х 3 м, супербордов, суперсайтов, должны иметь внутренний подсвет.

4.1.5. Доведение до потребителя рекламных сообщений / изображений на всех видах конструкций, может производиться:

- с помощью неподвижных полиграфических постеров (бумага, винил и др.);

- с помощью демонстрации постеров на динамических системах смены изображений (роллерных системах или системах поворотных панелей – призматронах и др.);

- с помощью изображений, демонстрируемых на электронных носителях. Демонстрация изображений на электронных носителях должна производиться с использованием технологии статичного изображения, без использования динамических эффектов (за исключением медиа-фасадов). Смена изображения должна производиться не чаще одного раза в 5 секунд, скорость смены изображения не должна превышать 2 секунды.

4.1.6. Для рекламных конструкций площадью равной или более 18 м кв. допускается применение выступающих дополнительных элементов с общей площадью не более 5% от площади информационного поля рекламной конструкции. Порядок размещения дополнительных элементов устанавливается Департаментом средств массовой информации и рекламы города Москвы.

Оплата за размещение дополнительных элементов производится в процентном отношении в зависимости от увеличения площади информационного поля рекламной конструкции.

4.1.7. Рекламные конструкции должны быть спроектированы, изготовлены и установлены в соответствии с существующими строительными нормами и правилами, ГОСТами, ПУЭ, техническими регламентами и другими нормативными актами, содержащими требования для конструкций данного типа. Все конструкции должны соответствовать требованиям соответствующих санитарных норм и правил (в том числе требований к освещенности, электромагнитному излучению и пр.).

4.1.8. Не допускается установка и эксплуатация рекламных конструкций без размещения на них рекламного или информационного сообщения / изображения, за исключением времени проведения работ по смене изображения, но не более 3 часов.

4.1.9. Установка конструкций, расположенных на земельных участках должна соответствовать требованиям нормативных актов по безопасности дорожного движения.

4.1.10. Установка и эксплуатация рекламных конструкций или рекламных сообщений / изображений на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается.

4.1.11. Эксплуатация рекламных конструкций на территориях общего пользования должна обеспечивать свободный проход пешеходов, возможность уборки улиц и тротуаров. Запрещается установка рекламных конструкций на территориях используемых для цветочного оформления города, а также на тротуарах, если после их установки ширина прохода для пешеходов, а также для осуществления механизированной уборки составит менее 2 метров.

4.1.12. Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т.п.) рекламных конструкций должны быть закрыты декоративными элементами.

4.1.13. Рекламные конструкции размещаемые на территории города, не должны нарушать требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия народов Российской Федерации, их охране и использовании.

4.2. Требования к содержанию и техническому обслуживанию / внешнему виду рекламных конструкций

4.2.1. Рекламные конструкции должны эксплуатироваться в соответствии с требованиями технической документации на соответствующие конструкции.

4.2.2. Координация деятельности городских служб по контролю внешнего вида рекламных конструкций осуществляется Департаментом средств массовой информации и рекламы города Москвы совместно с Объединением административно-технических инспекций города Москвы (далее – ОАТИ).

4.2.3. Требования к внешнему виду рекламных конструкций устанавливаются единые и обязательные требования в сфере внешнего вида и определяют порядок их содержания в надлежащем состоянии.

Надлежащее состояние внешнего вида рекламных конструкций подразумевает:

- целостность рекламных конструкций;
- отсутствие механических повреждений;
- отсутствие порывов рекламных полотен;
- наличие покрашенного каркаса;
- отсутствие ржавчины и грязи на всех частях и элементах рекламных конструкций;
- отсутствие на всех частях и элементах рекламных конструкций наклеенных объявлений, посторонних надписей, изображений и других информационных сообщений;
- подсвет рекламных конструкций в темное время суток в соответствии с графиком работы уличного освещения.

4.2.4. Владелец рекламной конструкции обязан мыть и очищать от загрязнения принадлежащие ему рекламные конструкции по мере необходимости, но не реже:

- двух раз в неделю рекламные конструкции на остановочных павильонах, рекламные конструкции на общественных туалетах;
- двух раз в месяц другие конструкции малого формата (указатели с рекламными модулями, рекламные конструкции на киосках розничной торговли, сити-форматы, тумбы);
- одного раза в два месяца конструкции среднего формата (сити-борды);
- двух раз в год (в марте - апреле и августе-сентябре) для прочих рекламных конструкций, а также по поручениям Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы или ОАТИ.

4.2.5. Устранение повреждений рекламных изображений на рекламных конструкциях осуществляется их владельцами незамедлительно после выявления

указанных фактов и (или) по предписаниям ОАТИ, или поручениям Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы.

В случае необходимости приведения конструкций в надлежащий вид его владельцы обязаны выполнить помывку и покраску конструкции.

4.2.6. Обеспечение надлежащего состояния внешнего вида конструкций.

Приведение рекламных конструкций в надлежащий вид осуществляется владельцами конструкций по мере необходимости, а в случае экстремальных погодных явлений (ураган, ливневый дождь, снегопад и т.п.) режим работ по устранению последствий неблагоприятных погодных явлений устанавливается в соответствии с указаниями оперативных служб города Москвы и факсограммами (телефонограммами) Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы.

4.2.7. Внешний вид и дизайн всех видов рекламных конструкций (за исключением рекламных конструкций, предусмотренных пунктами 3.1.11 - 3.1.13 Правил) должны соответствовать типовому сборнику рекламных конструкций города Москвы (далее – Сборник). Сборник - является документом, объединяющим в себе типовые решения и конструктивно возможные способы распространения рекламы на территории города. Сборник в установленном порядке согласовывается Комитетом по архитектуре и градостроительству города Москвы, Департаментом культурного наследия города Москвы и утверждается Департаментом средств массовой информации и рекламы города Москвы.

4.3. Требования к территориальному размещению типов рекламных конструкций

4.3.1. Требования к территориальному размещению типов рекламных конструкций на территории города Москвы применяются вне зависимости от владельца рекламной конструкции или формы собственности недвижимого имущества, находящегося на территории города Москвы.

4.3.2. Под территориями соответствующих зон в настоящих Правилах понимается территория проезжей части, тротуаров соответствующих улиц. Графические материалы, отражающие соответствующие зон размещения рекламных конструкций утверждаются Департаментом средств массовой информации и рекламы города Москвы по согласованию с Комитетом по архитектуре и градостроительству города Москвы и Департаментом культурного наследия города Москвы.

4.3.3. Размещение определенных типов рекламных конструкций на территории города Москвы допускается исключительно на территориях соответствующих зон пункта 4.3.4. Размещение в указанных зонах иных типов рекламных конструкций не допускается.

4.3.4. На территориях, перечисленных ниже, допускается размещение следующих типов рекламных конструкций:

№№ зон	Территория	Допустимые типы рекламных конструкций	Технические характеристики и технология смены изображения
1	Территория охранных зон объектов ЮНЕСКО: Московского Кремля, Новодевичьего Монастыря, Музея-усадьбы «Коломенское»	- афишные стенды для театров;	- без подсвета
2	Территория особо охраняемых природных территорий (заповедники, заказники, природные парки, произведения ландшафтной архитектуры и садово-паркового искусства)	- рекламные конструкции на общественных туалетах; - афишные стенды для парков; - указатели с рекламными модулями;	- внутренний подсвет - без подсвета - внутренний подсвет
3	Территория зон охраны объектов культурного наследия Размещение конструкций возможно при условии	Рекламные конструкции малого формата: - рекламные конструкции на	На территории зон охраны памятников истории и культуры, которые расположены внутри

	сохранения историко-градостроительной среды при условии согласования с Департаментом культурного наследия города Москвы	<p>киосках розничной торговли;</p> <ul style="list-style-type: none"> - рекламные конструкции на остановочных павильонах; - сити-форматы; - тумбы; - рекламные конструкции на общественных туалетах; <p>- указатели с рекламными модулями;</p> <p>- афишные стенды;</p>	<p>Садового кольца, рекламные конструкции на киосках розничной торговли, рекламные конструкции на остановочных павильонах, сити-форматы, тумбы, рекламные конструкции на общественных туалетах должны иметь внутренний подсвет или электронную технологию смены изображения</p> <ul style="list-style-type: none"> - внутренний подсвет - без подсвета
4	Бульварное кольцо: территория Гоголевского бульвара, Никитского бульвара, Тверского бульвара, Страстного бульвара, Петровского бульвара, Рождественского бульвара, Сретенского бульвара, Чистопрудного бульвара, Покровского бульвара, Яузского бульвара, Устьинского проезда, территория набережных со стороны реки, расположенных внутри Садового кольца за исключением Зоны 2, 3	<p>Рекламные конструкции малого формата:</p> <ul style="list-style-type: none"> -рекламные конструкции на киосках розничной торговли; - рекламные конструкции на остановочных павильонах; - сити-форматы; - тумбы; - рекламные конструкции на общественных туалетах; - афишные стенды для театров; - афишные стенды; - указатели с рекламными модулями 	<ul style="list-style-type: none"> - рекламные конструкции на киосках розничной торговли, рекламные конструкции на остановочных павильонах, сити-форматы, тумбы, рекламные конструкции на общественных туалетах должны иметь внутренний подсвет или электронную технологию смены изображения - без подсвета - без подсвета - внутренний подсвет

5	Территория внутри Садового кольца, от границ охранной зоны Кремля до Садового кольца за исключением Зоны 4, 6, 7	<p>Рекламные конструкции малого формата:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рекламные конструкции на киосках розничной торговли; - рекламные конструкции на остановочных павильонах; - сити-форматы; - тумбы; - рекламные конструкции на общественных туалетах; - афишные стенды; - указатели с рекламными модулями 	<ul style="list-style-type: none"> - рекламные конструкции на киосках розничной торговли, рекламные конструкции на остановочных павильонах, сити-форматы, тумбы, рекламные конструкции на общественных туалетах должны иметь внутренний подсвет или электронную технологию смены изображения - без подсвета - внутренний подсвет
6	Территория ул. Тверская и ул.1-ая Тверская-Ямская за исключением Зоны 2, 3 (исключение не распространяется на медиа-фасады)	<p>Рекламные конструкции малого формата:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рекламные конструкции на киосках розничной торговли; - рекламные конструкции на остановочных павильонах; - сити-форматы; - тумбы; - рекламные конструкции на общественных туалетах; - афишные стенды; - указатели с рекламными модулями; - медиа-фасады 	<p>На территориях улиц в границах Садового кольца рекламные конструкции на киосках розничной торговли, рекламные конструкции на остановочных павильонах, сити-форматы, тумбы, рекламные конструкции на общественных туалетах должны иметь внутренний подсвет или электронную технологию смены изображения</p> <ul style="list-style-type: none"> - без подсвета - внутренний подсвет - электронные

			технологии смены изображения
7	Территория ул. Большая Якиманка, ул. Новый Арбат, Арбатской площади, проспекта Академика Сахарова за исключением Зоны 2, 3 (исключение не распространяется на медиа-фасады)	<ul style="list-style-type: none"> -рекламные конструкции на киосках розничной торговли; - рекламные конструкции на остановочных павильонах, - сити-форматы; - тумбы; - рекламные конструкции на общественных туалетах; - сити-борды; - афишные стенды; - указатели с рекламными модулями; - медиа-фасады 	<p>На территориях улиц в границах Садового кольца рекламные конструкции на киосках розничной торговли, рекламные конструкции на остановочных павильонах, сити-форматы, тумбы, сити-борды, рекламные конструкции на общественных туалетах должны иметь внутренний подсвет или электронную технологию смены изображения</p> <ul style="list-style-type: none"> - без подсвета - внутренний подсвет - электронные технологии смены изображения
8	Территория Садового кольца за исключением Зоны 2, 3, 5	<ul style="list-style-type: none"> - рекламные конструкции на киосках розничной торговли; - рекламные конструкции на остановочных павильонах; - сити-форматы; - тумбы; - рекламные конструкции на общественных туалетах; - сити-борды; 	<ul style="list-style-type: none"> - рекламные конструкции на киосках розничной торговли, рекламные конструкции на остановочных павильонах, сити-форматы, тумбы, рекламные конструкции на общественных туалетах, сити-борды должны иметь внутренний подсвет или электронную технологию смены

		<ul style="list-style-type: none"> - указатели с рекламными модулями; - афишные стенды 	<p>изображения</p> <ul style="list-style-type: none"> - внутренний подсвет - без подсвета
9	Территория набережных со стороны реки в пределах от Садового кольца до третьего транспортного Кольца за исключением Зоны 2, 3	<ul style="list-style-type: none"> - рекламные конструкции на киосках розничной торговли; - рекламные конструкции на остановочных павильонах; - сити-форматы; - тумбы; - рекламные конструкции на общественных туалетах; - указатели с рекламными модулями; - афишные стенды 	<ul style="list-style-type: none"> - рекламные конструкции на киосках розничной торговли, рекламные конструкции на остановочных павильонах, сити-форматы, тумбы, рекламные конструкции на общественных туалетах должны иметь внутренний подсвет или электронную технологию смены изображения - внутренний подсвет - без подсвета
10	Территория в пределах от Садового кольца до Третьего транспортного кольца, за исключением территории Зоны 2, Зоны 3, Зоны 9, Зоны 11	<ul style="list-style-type: none"> - рекламные конструкции на киосках розничной торговли; - рекламные конструкции на остановочных павильонах; - указатели с рекламными модулями; - рекламные конструкции на общественных туалетах; - сити-форматы; - афишные стенды; - тумбы; - сити-борды; 	<ul style="list-style-type: none"> - внутренний подсвет - внутренний подсвет - внутренний подсвет - внутренний подсвет - без подсвета - внутренний подсвет - внутренний подсвет

		-крышные конструкции в виде отдельных букв и логотипов	- внутренний подсвет
11	Территории вылетных магистралей в пределах от Садового кольца до Третьего транспортного кольца: Кутузовского проспекта, Ленинградского проспекта, Проспекта Мира, Ленинского проспекта, Комсомольского проспекта, ул.Б.Тульская, ул.Б.Каменщики, ул.Симоновского вала, Велозаводской ул., Маркситской ул., Волгоградского проспекта, ул.Нижегородской, ул.С.Радонежского, шоссе Энтузиастов, проспекта Академика Сахарова, ул.М.Порываевой, Комсомольской пл., Краснопрудной ул., Олимпийского пр., Звенигородского шоссе; проспект Андропова, Русаковская наб., ул.Стромынка, ул.Б.Черкизовская, ул.Новослободская, Бутырская ул., за исключением зоны 2, зоны 3.	- рекламные конструкции на киосках розничной торговли; - рекламные конструкции на остановочных павильонах; - указатели с рекламными модулями; - рекламные конструкции на общественных туалетах; - сити-форматы; - афишные стенды; - тумбы; - сити-борды; - щиты 6х3 м; -крышные конструкции в виде отдельных букв и логотипов; - медиа-фасады	- внутренний подсвет - внутренний подсвет - внутренний подсвет - внутренний подсвет - внутренний подсвет - без подсвета - внутренний подсвет - внутренний подсвет - внутренний или внешний подсвет - внутренний подсвет - электронные технологии смены изображения
12	Территория Третьего транспортного кольца	- рекламные конструкции на киосках розничной торговли; - рекламные конструкции на остановочных павильонах; - указатели с рекламными	- внутренний подсвет - внутренний подсвет - внутренний подсвет

		модулями; - рекламные конструкции на общественных туалетах; - сити-форматы; - афишные стенды; - тумбы; - сити-борды; - щиты 6х3 м; - суперборды и суперсайты; - крышные конструкции в виде отдельных букв и логотипов	- внутренний подсвет - внутренний подсвет - без подсвета - внутренний подсвет - внутренний подсвет - внутренний или внешний подсвет - внутренний подсвет или внешний подсвет - внутренний подсвет
13	Территории вылетных магистралей в пределах от Третьего транспортного кольца до МКАД: Кутузовского проспекта, Ленинградского проспекта, Проспекта Мира, Ленинского проспекта, Рублевского шоссе, Профсоюзной улицы, за исключением зоны 2, зоны 3.	- рекламные конструкции на киосках розничной торговли; - рекламные конструкции на остановочных павильонах; - указатели с рекламными модулями; - рекламные конструкции на общественных туалетах; - сити-форматы; - афишные стенды; - тумбы; - сити-борды; - щиты 6х3 м; - крышные конструкции в виде отдельных букв и логотипов; - медиа-фасады	- внутренний подсвет - внутренний подсвет - внутренний подсвет - внутренний подсвет - без подсвета - внутренний подсвет - внутренний подсвет - внутренний или внешний подсвет - внутренний подсвет - электронные технологии смены изображения

14	<p>Территории вылетных магистралей от Третьего транспортного кольца до МКАД: Звенигородское шоссе, Можайское шоссе, Дмитровское шоссе, Алтуфьевское шоссе, Ярославское шоссе, Щелковское шоссе, Каширское шоссе, Варшавское шоссе, Волоколамское шоссе, Ленинградское шоссе, Рязанский проспект, Волгоградский проспект, Мичуринский проспект, проспект Вернадского, шоссе Энтузиастов, Люблинская улица; МКАД; территория от Третьего транспортного кольца до административных границ города Москва, за исключением Зоны 2, Зоны 3, Зоны 13</p>	<ul style="list-style-type: none"> - рекламные конструкции на киосках розничной торговли; - рекламные конструкции на остановочных павильонах; - указатели с рекламными модулями; - рекламные конструкции на общественных туалетах; - сити-форматы; - афишные стенды; - тумбы; - сити-борды; - щиты 6х3 м; - суперборды и суперсайты; - уникальные (нестандартные) рекламные конструкции; - крышные конструкции в виде отдельных букв и логотипов; - медиа-фасады 	<ul style="list-style-type: none"> - внутренний подсвет - без подсвета - внутренний подсвет - внутренний подсвет - внутренний или внешний подсвет - внутренний или внешний подсвет - внутренний или внешний подсвет - внутренний подсвет - электронные технологии смены изображения
----	--	---	--

5. УСТАНОВКА И ЭКСПЛУАТАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ НА ИМУЩЕСТВЕ ГОРОДА МОСКВЫ

5.1. Установка рекламных конструкций осуществляется на основании разрешения на установку рекламных конструкций, выданного Департаментом средств массовой информации и рекламы города Москвы при наличии действующего договора между собственником недвижимого имущества, на

котором предполагается установка рекламной конструкции и рекламораспространителем.

5.2. Договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на имуществе города Москвы заключается с победителями торгов (конкурсов или аукционов) на право заключения соответствующих договоров.

5.3. После утверждения схем размещения рекламных конструкций, торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, находящихся в собственности города Москвы и собственности на которые не разграничена, а также на зданиях и ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности города Москвы, проводятся только в отношении рекламных конструкций, указанных в данных схемах.

5.4. По договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на имуществе города Москвы город Москва, в лице Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы, предоставляет победителю торгов за плату возможность установить и эксплуатировать рекламную конструкцию в целях распространения рекламы на земельных участках и другом имуществе города Москвы, а также на земельных участках собственности на которые не разграничена.

5.5. Размер платы по договору определяется на основании протокола, составленного по итогам проведения торгов.

5.6. Рекламораспространитель обязан использовать рекламную конструкцию исключительно в целях распространения рекламы, социальной рекламы. Материалы социальной рекламы предоставляются Департаментом средств массовой информации и рекламы города Москвы или заявителями и размещаются рекламораспространителем на основании договора, заключенного в соответствии с действующим законодательством.

5.7. Рекламораспространитель имеет доступ и осуществляет эксплуатацию рекламной конструкции в порядке, определенном договором на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на имуществе города Москвы.

5.8. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на имуществе города Москвы заключается с рекламодателем на срок, установленный Федеральным законодательством.

5.9. В соответствии с условиями договора рекламодатель устанавливает рекламную конструкцию, а также заключает договор страхования гражданской ответственности за ущерб, который может быть причинен рекламной конструкцией третьим лицам.

5.10. Департамент средств массовой информации и рекламы города Москвы совместно с ОАТИ и другими городскими организациями осуществляет контроль за техническим состоянием и эксплуатацией рекламных конструкций.

5.11. В случае использования имущества города Москвы для установки и эксплуатации рекламной конструкции без договора, Департамент средств массовой информации и рекламы города Москвы вправе осуществить демонтаж таких конструкций и потребовать возмещения убытков в размере платы за фактическое размещение рекламных конструкций, расходов по демонтажу, хранению, а в необходимых случаях - утилизации демонтированных конструкций.

6. ПОРЯДОК ОФОРМЛЕНИЯ РАЗРЕШЕНИЙ НА УСТАНОВКУ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

6.1. Разрешение выдается по заявлению собственника земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо лица, уполномоченного собственником, в том числе арендатора, либо лица, за которым имущество закреплено на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве, или иного законного владельца недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо владельца рекламной конструкции.

6.2. Разрешение на установку рекламной конструкции, устанавливаемой на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности города Москвы, оформляется на основании заявления победителя

торгов в отношении соответствующего адреса размещения рекламной конструкции.

6.3. В случае отчуждения рекламной конструкции лицом, получившим разрешение на установку рекламной конструкции, новому собственнику не требуется получение нового Разрешения на установку. В этом случае Департамент средств массовой информации и рекламы города Москвы в течение 5 рабочих дней вносит в Разрешение на установку, а также в Реестр рекламных мест соответствующие отметки об изменении собственника рекламной конструкции, на основании заявления, подписанного прежним собственником и новым собственником соответствующей рекламной конструкции.

6.4. Разрешение выдается Департаментом средств массовой информации и рекламы города Москвы на каждую рекламную конструкцию на срок действия договора на установку рекламной конструкции. В разрешении указываются владелец рекламной конструкции, собственник земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, тип рекламной конструкции, площадь ее информационного поля, место установки рекламной конструкции, срок действия разрешения, орган, выдавший разрешение, номер и дата его выдачи, иные сведения предусмотренные Федеральным законодательством.

7. ГОРОДСКОЙ РЕЕСТР РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

7.1. Городской реестр рекламных конструкций – информационная база (в виде таблицы в электронном виде и (или) на бумажном носителе), содержащая сведения обо всех рекламных конструкциях, установленных на территории города Москвы, с указанием их географических координат местоположения на карте, вида, площади информационного поля, а также сведения о разрешениях на установку рекламных конструкций, их сроках действия, а также иной информации в отношении установленных конструкций. Порядок ведения

городского реестра рекламных конструкций утверждается Департаментом средств массовой информации и рекламы города Москвы.

7.2. Выписка из Городского реестра рекламных конструкций предоставляется за подписью руководителя Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы по официальному запросу. Выписка является единственным документом, подтверждающим факт выдачи разрешения на установку рекламной конструкции на законных основаниях.

7.3. На официальном сайте Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы размещается перечень выданных разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, который является исключительно информационным ресурсом и не является подтверждающим документом.

7.4. Департамент средств массовой информации и рекламы города Москвы по запросу ФСО России, УГИБДД ГУ МВД России по г. Москве, ОАТИ города Москвы или Департамента культурного наследия города Москвы в течении трех рабочих дней предоставляет запрашиваемые сведения из городского реестра рекламных конструкций.

8. ГОСУДАРСТВЕННОЕ КАЗЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ГОРОДА МОСКВЫ «ГОРОДСКАЯ РЕКЛАМА И ИНФОРМАЦИЯ»

8.1. Государственное казенное учреждение города Москвы «Городская реклама и информация» (ГКУ «Горинфор») осуществляет:

- техническую работу по ведению и актуализации городского реестра рекламных конструкций;

- техническую работу по заказу Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы по учету доходов от эксплуатации рекламных конструкций на имуществе города Москвы;

- техническую работу по заказу Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы по учету периодов размещения

рекламораспространителем социальной рекламы и рекламы, представляющей особую общественную значимость, с занесением информации в городской реестр рекламных мест;

- техническую работу по заказу Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы по подготовке проектов договоров и дополнительных соглашений к ним;

- демонтаж средств наружной рекламы, владелец которых не установлен, отсутствует или отказывается произвести демонтаж за счет собственных средств, по поручению Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы на основании предписаний ОАТИ за счет средств бюджета города Москвы по соответствующим статьям расходов;

- технические работы по заказу Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы по контролю за внешним видом установленных рекламных конструкций, по контролю за целевым использованием рекламных конструкций для распространения рекламы либо социальной рекламы.

8.2. Вышеуказанную информацию ГКУ «Горинфор» представляет в Департамент средств массовой информации и рекламы города Москвы, а также в другие городские организации, осуществляющие контроль в этой сфере.

9. ДЕМОНТАЖ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

9.1. Демонтаж рекламных конструкций, установленных без разрешения на установку рекламной конструкции, либо после аннулирования разрешения или признания его недействительным, либо эксплуатируемых без договора (самовольное размещение), производится владельцем рекламной конструкции за свой счет по предписанию ОАТИ с последующим благоустройством территории и восстановлением фасада в том виде, который был до установки конструкций и с использованием аналогичных материалов и технологий.

9.2. При невыполнении указанного в пункте 9.1. Правил предписания, либо если владелец рекламной конструкции неизвестен, рекламная конструкция подлежит принудительному демонтажу в установленном порядке.

9.3. Хранение демонтированных рекламных конструкций, размещенных с нарушением настоящих Правил, производится в течение не более одного месяца со дня демонтажа с составлением акта вывоза материальных ценностей и акта передачи их на хранение.

9.4. После оплаты рекламораспространителем затрат, связанных с демонтажем, транспортировкой и хранением, демонтированные рекламные конструкции в установленном порядке возвращаются владельцам.

9.5. Работы подрядной организации по демонтажу, вывозу, складированию и утилизации рекламных конструкции оплачиваются из средств бюджета города Москвы по соответствующим статьям расходов с последующим возмещением затрат в установленном порядке рекламораспространителем.

9.6. Расходы на выполнение работ по принудительному демонтажу подлежат возмещению за счет рекламораспространителя по требованию Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы.

10. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ И ПОРЯДОК ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

10.1. Техническая экспертиза проектной документации

10.1.1. Проектирование, изготовление, монтаж, эксплуатация и утилизация рекламных конструкций, а также их частей, должны соответствовать установленным на территории Российской Федерации требованиям качества и безопасности, предъявляемым к продукции, производственным процессам, эксплуатации и услугам, техническими регламентами, строительными нормами и правилами (СНиП), в том числе нормам пункта 6.1. государственного стандарта ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения» и пункта 6.23. СНиП 2.07.01-89 «Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений» в части определения на перекрестках и наземных пешеходных переходах треугольников видимости «транспорт-транспорт» и «пешеход-транспорт», а

также правилами устройства электроустановок (ПУЭ), правилами технической эксплуатации электроустановок потребителей (ПТЭЭП) и другими действующими нормативными правовыми актами.

10.1.2. Соответствие технической документации указанным в п.10.1.1. настоящих Правил требованиям должно быть подтверждено заключением независимой экспертной организации.

10.1.3. Заключение независимой экспертной организации относительно проектной документации рекламных конструкций должно содержать следующую информацию:

- 1) подтверждение полноты и информативности рабочего проекта;
- 2) подтверждение правильности выбора конструкций и материалов;
- 3) подтверждение правильности выполненных расчетов;
- 4) подтверждение соблюдения в рабочем проекте требований технических регламентов, СНиП, действующих на момент выдачи заключения ПУЭ, действующих стандартов ЕСКД и СПДС и других применимых нормативных требований;
- 5) подтверждение наличия у проектирующей организации лицензий на право выполнения проектных работ, если такая лицензия требуется в соответствии с законодательством Российской Федерации, либо указание об отсутствии требования лицензирования такой деятельности;
- 6) в случае размещения рекламных конструкций, имеющих признаки объектов капитального строительства, подтверждение наличия согласования такого размещения отделом подземных сооружений ГУП «Мосгоргеотрест» и Городской комиссией по основаниям, фундаментам и подземным сооружениям - в случае сложных инженерно-геологических условий с приложением копий соответствующих согласований;
- 7) подтверждение наличия у проектирующей организации соответствующих свидетельств о допуске саморегулируемых организаций, а также наименование саморегулируемой организации;

- 8) заверенную нотариально, либо оригинальной печатью независимой экспертной организации, выдающей экспертное заключение, копию лицензии такой независимой экспертной организации.

10.1.4. Возмещение вреда, причиненного вследствие недостатков работ по инженерным изысканиям, по подготовке проектной документации, осуществляется лицом, выполнившим такие работы. Независимая экспертная организация, выдавшая экспертное заключение, несет солидарную ответственность с владельцем рекламной конструкции за причинение третьим лицам вреда вследствие несоответствия технической документации требованиям действующих нормативных документов.

10.1.5. Владелец рекламной конструкции не вправе вносить изменения в утвержденную проектную документацию без согласования с организацией, проводившей ее экспертизу.

10.1.6. Расходы по проведению технической экспертизы проектной документации несет заявитель.

10.2. Установка и контроль соответствия вновь установленных рекламных конструкций проектной документации

10.2.1 Проверка и контроль состояния установленных рекламных конструкций проводится Департаментом средств массовой информации и рекламы города Москвы.

Проверка и контроль соответствия установленных рекламных конструкций проектной документации, требованиям технических регламентов, СНиП, ПУЭ и другим нормативным документам по поручениям Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы проводится независимой экспертной организацией на основании договора заключенного с Департаментом средств массовой информации и рекламы города Москвы.

10.2.2. Строительно-монтажные и электротехнические работы по установке и эксплуатации рекламных конструкций должны выполняться в соответствии с проектной документацией организациями, имеющими в случаях,

предусмотренных законодательством РФ, соответствующие допуски саморегулируемых организаций на проведение такого рода работ.

10.2.3. Устройство фундаментов рекламных конструкций и проведение других земляных работ при их установке проводятся на основании ордера на производство земляных работ, оформляемого ОАТИ.

10.2.4. Сведения о необходимости занятия проезжей части дороги или улицы, или полосы отвода дороги и необходимости временного закрытия или ограничения движения при установке и эксплуатации рекламных конструкций должны быть представлены в УГИБДД ГУ МВД России по г. Москве и ФСО России не менее чем за 15 дней до начала работ, за исключением аварийных случаев указанных в пункте 4.2.3 Правил.

10.2.5 Монтаж рекламных конструкций на зданиях и сооружениях производится в присутствии представителей балансодержателя и/или собственника, или после письменного уведомления его о проведении работ в срок установленный договором между балансодержателем и/или собственником и рекламодателем.

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

- разрешения на установку рекламных конструкций, оформленного в установленном порядке;
- ордера на выполнение земляных работ (в случае их проведения);
- разрешения на проведение работ, оформленного в установленном порядке в соответствии с требованиями действующего законодательства об объектах культурного наследия, в случае установки рекламной конструкции на объекте культурного наследия, выявленном объекте культурного наследия.

10.2.7. Владелец конструкции обязан восстановить благоустройство территории и объекта размещения после установки (демонтажа) рекламных конструкций в сроки:

- не более 2 суток на территориях зон указанных в подпунктах 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 14 пункта 4.3.4 настоящих Правил;

- не более 4 суток на улицах и магистралях зон подпунктах 5, 9, 10 пункта 4.3.4 настоящих Правил;

- не более 7 суток на внутриквартальных территориях зон подпунктах 5, 9, 10 пункта 4.3.4 настоящих Правил.

10.2.8. Владелец конструкции несет ответственность за любые нарушения правил безопасности, а также за неисправности и аварийные ситуации, возникшие из-за нарушения им условий монтажа, демонтажа и эксплуатации рекламных конструкций.

10.2.9. За пять рабочих дней до начала строительно-монтажных работ по установке и демонтажу рекламных конструкций проинформировать Департамент средств массовой информации и рекламы города Москвы о дате и времени проведения этих работ, а также в течение трех дней после завершения строительно-монтажных работ по установке рекламных конструкций владелец конструкции обязан оформить акт сдачи в эксплуатацию рекламной конструкции и передать его в Департамент средств массовой информации и рекламы города Москвы.

10.2.10. Проверка соответствия установленных рекламных конструкций проектной документации и требованиям технических регламентов и условий, СНиП, ПУЭ и другим нормативным документам проводится независимой экспертной организацией. Информация о несоответствии требованиям безопасности передается ежемесячно (а при аварийной ситуации немедленно) в Департамент средств массовой информации и рекламы города Москвы, ОАТИ, УГИБДД ГУ МВД России по г. Москве.

10.2.11. При невозможности или нежелании владельца рекламной конструкции устранить выявленные недостатки независимая экспертная организация направляет предложение о демонтаже конструкции в ОАТИ и Департамент средств массовой информации и рекламы города Москвы.

10.2.12. Информация о несоответствии введенных в эксплуатацию рекламных конструкций требованиям безопасности передается независимой экспертной организацией в срок не более месяца (а при аварийной ситуации -

немедленно) в Департамент средств массовой информации и рекламы города Москвы, ОАТИ, Управление ГУ МВД России по г. Москве и ФСО России.

10.3. Эксплуатация и обследование рекламных конструкций

10.3.1. Плановое обследование рекламных конструкций, находящихся в эксплуатации, производится их владельцем за свой счет с периодичностью не менее 1 раза в 3 года.

10.3.2. Владелец конструкции обязан представлять в Департамент средств массовой информации и рекламы города Москвы нотариально заверенную копию экспертного заключения, подтверждающего соответствие эксплуатируемой конструкции требованиям технической документации и безопасности.

10.3.3. В случае непредставления экспертного заключения в установленный срок Департамент средств массовой информации и рекламы города Москвы в одностороннем порядке расторгает договор на установку и эксплуатацию соответствующей рекламной конструкции на имуществе города Москвы.

10.3.4. Решение о контрольном обследовании рекламных конструкций принимается Департаментом средств массовой информации и рекламы города Москвы в случаях: аварийных ситуаций, техногенных катастроф, стихийных бедствий (грозы, ураганы и т.д.), выявления в процессе эксплуатации конструктивной ошибки, производственных браков и прочих; и оформляется соответствующим приказом.

10.3.5. Контрольные обследования производятся независимой экспертной организацией.

10.3.6. Основаниями для проведения контрольного обследования рекламных конструкций являются аварийные ситуации либо их признаки, профилактическое обследование с целью исключения аварийных ситуаций, обследование в связи с обращением в Департамент средств массовой информации и рекламы города Москвы организаций городского и федерального уровней, в связи с выполнением ими своих функциональных обязанностей, а также выявленные ГКУ «Горинфор» или должностными лицами признаки несоответствия рекламных конструкций

требованиям технической документации или разрешения на установку рекламной конструкции.

10.3.7. Контрольные обследования проводятся с обязательным официальным извещением владельцев рекламных конструкций о планируемых сроках и адресах рекламных конструкций, подлежащих контрольному обследованию.

10.3.8. Владелец рекламных конструкций обязан устранять в месячный срок (а при аварийной ситуации - немедленно) недостатки, указанные в экспертных заключениях по результатам контрольных обследований.

10.3.9. Денежные средства затраченные на повторные обследования, проводимые после отрицательных заключений независимой экспертной организации, возмещаются рекламодателем.

11. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ НАСТОЯЩИХ ПРАВИЛ

11.1. За установку и (или) эксплуатацию рекламных конструкций без разрешения и (или) с нарушением требований нормативных правовых актов в сфере технического регулирования владельцы конструкций несут административную ответственность в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

11.2. Ответственность за содержание рекламных конструкций в ненадлежащем состоянии, за нарушение требований к внешнему виду конструкций и за другие нарушения настоящих Правил возлагается на владельцев конструкций (юридических лиц, должностных лиц и физических лиц) в соответствии с законодательством Российской Федерации, Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях, законами города Москвы, другими нормативно-правовыми актами и договором на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на имуществе города Москвы.

Применение мер ответственности не освобождает нарушителей от обязанности устранения допущенных нарушений.