



**Администрация городского округа –город Галич
Костромской области**

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

От «09» июня 2011 г.

№ 472

Об утверждении положения «О порядке выдачи разрешений на установку рекламных конструкций на территории городского округа-город Галич Костромской области»

В целях упорядочения выдачи разрешений на установку рекламных конструкций, в соответствии с Градостроительным кодексом РФ, Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», пунктом 1.40 статьи 8 Устава муниципального образования- город Галич Костромской области

постановляю:

1. Утвердить прилагаемое к настоящему постановлению положение «О порядке выдачи разрешений на установку рекламных конструкций на территории городского округа-город Галич Костромской области».
2. Настоящее постановление вступает в силу со дня его официального опубликования.

Глава администрации городского
округа - город Галич Костромской области

А.П.Белов

ПОЛОЖЕНИЕ
о порядке выдачи разрешений на установку рекламных
конструкций на территории городского округа
город Галич Костромской области

1. Общие положения

1.1. Настоящее положение «о порядке выдачи разрешений на установку рекламных конструкций на территории городского округа- город Галич Костромской области» (далее Положение) разработано с целью реализации полномочий органов местного самоуправления по выдаче разрешений на установку рекламных конструкций, а также при их эксплуатации и демонтаже, определенных пунктом 1.40 статьи 8 Устава муниципального образования -город Галич Костромской области.

1.2. Положение разработано в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Градостроительным кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», Жилищным кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», Законом Костромской области от 24.04.2008 № 304-4-ЗКО «Об обеспечении чистоты на территории Костромской области», Уставом муниципального образования городского округа- город Галич, Правилами благоустройства и санитарного содержания территории городского округа- город Галич Костромской области, утвержденными решением Думы городского округа - город Галич Костромской области № 145 от 21.02.2007 г. и другими действующими нормативными правовыми актами Российской Федерации, Костромской области и органов местного самоуправления городского округа-город Галич Костромской области, устанавливающих требования, предъявляемые к наружной рекламе, и носит обязательный характер для всех юридических лиц независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности, а также физических лиц, принимающих участие в деятельности по размещению и (или) распространению наружной рекламы, а также эксплуатации и демонтажу рекламных конструкций на территории городского округа-город Галич Костромской области.

1.3. Целью настоящего положения является улучшение визуальной среды и внешнего облика города, благоустройства территории, увеличение доходов городского бюджета, содействие физическим и юридическим лицам в рекламе товаров, идей и начинаний.

1.4. Положение принято для усиления контроля за процессом формирования благоприятной архитектурной и информационной городской среды, развития архитектуры малых форм, использования объектов муниципальной собственности для установки (размещения) и эксплуатации рекламных конструкций.

1.5. Положение устанавливает требования к оформлению, распространению и содержанию средств наружной рекламы, определяет порядок оформления разрешительной документации для установки и эксплуатации рекламных конструкций, расположенных на землях общего пользования, земельных участках, зданиях, сооружениях и иных объектах муниципальной собственности, требования к проектированию конструкций, определению и согласованию мест их установки. Устанавливает ограничения, связанные с размещением рекламы, предусматривает ответственность за нарушение и неисполнение требований по установке и эксплуатации конструкций.

1.6. Настоящее положение не распространяется:

на политическую рекламу, в том числе предвыборную агитацию и агитацию по вопросам референдума;

- на объявления физических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности;

- на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

2. Основные понятия и определения

2.1. Реклама- информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

2.2. Наружная реклама — реклама, распространяемая с использованием щитов,стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее — рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта, осуществляемая владельцем рекламной конструкции,являющимся рекламораспространителем, с соблюдением требований статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2.3. Объект рекламирования — товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт,конкурс, фестиваль, основанные на риске игры,пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

2.4. Рекламное место — место территориального размещения (установки) рекламной конструкции (поверхность зданий, сооружений, иных объектов или земельных участков) , используемой для размещения на ней наружной рекламы.

2.5. Рекламная поверхность — поверхность рекламной конструкции, сооружения, технического приспособления, художественного элемента и других носителей, на которых непосредственно размещается наружная реклама.

2.6. Распространение наружной рекламы — публичная демонстрация наружной рекламы путем использования рекламных конструкций.

2.7. Рекламодатель — изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

2.8. Рекламопроизводитель — лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

2.9. Рекламораспространитель — лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

2.10. Потребители рекламы — лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама.

2.11. Заявитель — физическое или юридическое лицо, обратившееся в орган местного самоуправления муниципального образования с целью получения разрешения на установку рекламной конструкции.

2.12. Социальная реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

3. Виды рекламных конструкций и особые требования к ним

3.1. Рекламные конструкции - технические средства территориального размещения, иные приспособления, декоративные и художественные элементы, используемые для распространения рекламной информации, предназначенной для неопределенного круга

лиц и рассчитанной на визуальное восприятие из городского пространства.

3.2. Виды рекламных конструкций и особые требования к ним:

3.2.1. буквенное сообщение, в том числе выполненное в виде объемно-пространственных конструкций - элементы оформления главных фасадов зданий, в которых расположены организации, содержащие рекламную информацию об этих организациях;

3.2.2. рекламные таблички - конструкции стационарного информационного вида о предприятиях, организациях, индивидуальных предпринимателях, товарах и услугах. Информационная табличка предназначена для доведения до сведения потребителя информации об изготовителе (исполнителе, продавце). Информационная табличка (одна или несколько, в зависимости от количества основных входов в предприятие) должна размещаться рядом с входом в предприятие либо непосредственно на двери входа:

- таблички должны размещаться на такой высоте и в таком месте, чтобы их хорошо видели посетители;
- таблички могут быть заменены на надписи на стекле витрины, входной двери и т.д.;
- минимальная высота букв на табличках и надписях не должна быть меньше 20 мм;
- на табличке должна быть указана информация по работе предприятия, в том числе:
 - организационно-правовая форма;
 - режим и профиль работы предприятия;
 - прочая информация.

Разрешение на размещение информационных табличек не оформляется.

3.2.3. **вывески** - художественно оформленное наименование (фирменное название) юридического лица, его организации в местах их нахождения. Место размещения вывески должно информировать потребителя о местонахождении предприятия и указывать место входа. Вывеска должна располагаться на фасаде предприятия между оконными проемами или витринами первого этажа и оконными проемами второго этажа;

- должна быть установлена на том фасаде, где расположена витрина;
- нижний край не должен находиться ниже 2,5 м над уровнем земли;
- не должна выступать выше уровня низа оконных проемов второго этажа;
- не должна выступать более 0,5 м от плоскости стены;
- высота букв вывески не должна быть меньше 0,1 м;
- тексты вывесок российских фирм, предприятий, компаний, объединений и организаций должны быть выполнены на русском языке в обязательном порядке;
- если предприятие также ориентировано на иностранных покупателей, то возможно размещение и иностранных текстов, при этом иностранные тексты должны быть размером не больше основного русского написания;
- иностранные названия в написании русскими буквами не допустимы, кроме случаев, когда они зарегистрированы как товарные знаки;
- тексты вывесок совместных с иностранными и иностранных предприятий и фирм должны быть выполнены на русском языке и, по желанию иностранного партнера или владельца, дополнительно на языке страны, ими представляемой.

Разрешение на размещение вывесок не оформляется.

3.2.4. **указатели** - плоскостные элементы, закрепленные на фасадах зданий, либо на опорах, на которых может быть размещена рекламная информация;

3.2.5. **временные выносные рекламные конструкции (штендеры)** - временные средства наружной рекламы, размещаемые в городе предприятиями (организациями) в часы их работы. Штендеры могут выноситься в пределах 1,5-2 м от фасадов зданий, либо в пределах пешеходной зоны (при ширине не менее 2 м). Штендеры должны быть двусторонними, не должны иметь собственного подсвета, площадь одной стороны не должна превышать 1,5 кв. м. Запрещается установка конструкций, мешающих проходу пешеходов, а также ориентированных на восприятие с проезжей части. Не допускается размещение более двух конструкций у входа в предприятие, а также их использование в

качестве дополнительного средства рекламы при наличии хорошо просматриваемых с тротуара вывески, витрин и (или) рекламной конструкции.

Разрешение на размещение штендеров не оформляется.

3.2.6. **маркизы** - козырьки, навесы с нанесенной на них рекламной информацией, размещенные над витринами, входами или проемами зданий и сооружений, состоящие из элементов крепления к зданию, каркаса и информационного поля;

3.2.7. **крышные установки** - различного рода объемные или плоскостные установки, расположенные полностью или частично выше уровня карниза или на крыше, содержащие рекламную информацию.

Заявки на размещение крышных установок принимаются для согласования только при наличии дизайн-проекта, выполненного для конкретного заказчика.

Крышные установки должны иметь систему пожаротушения и должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания.

Крышные установки должны иметь табло с указанием (идентификацией) владельца рекламной установки. Проекты крышных установок в обязательном порядке должны пройти экспертизу на безопасность, включая экспертизу на ветровую устойчивость с учетом конкретного места размещения.

3.2.8. **отдельно стоящие щитовые конструкции (стенды, стелы)** - односторонние или многосторонние (плоскостные или объемные) конструкции, имеющие внешние поверхности для размещения рекламной информации, состоящие из фундамента, каркаса и информационного поля.

Щитовые установки выполняются, как правило, в двустороннем варианте. Щитовые установки, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону.

Фундаментные основания отдельно стоящих конструкций должны заглубляться, а на месте установки должны проводиться работы по восстановлению зеленого покрова. Допускается решение фундамента в виде цветника или скамеек. Щитовые отдельно стоящие установки не могут эксплуатироваться без рекламного изображения более одного месяца. В это время свободная от рекламы плоскость должна быть заполнена социальным плакатом или городской символикой.

Для щитовой рекламы рекомендуется подсвет рекламного изображения в темное время суток.

Если вновь размещаемые отдельно стоящие установки расположены по одной оси с существующими конструкциями, они должны изготавливаться в таком же формате, и расстояние между ними:

- для форматов 3 x 6 м и 3 x 4 м должно быть не менее 100 м;
- для более крупных форматов расстояние увеличивается до 200 м;
- для форматов 1,2 x 1,8 м и 2 x 3 м - расстояние 75-100 м в зависимости от градостроительной ситуации.

Для всех типов отдельно стоящих установок допускается уменьшение расстояния между ними в случае, если позволяет градостроительная и дорожная ситуация (по согласованию с отделом архитектуры и градостроительства администрации городского округа город Галич Костромской области и с ГИБДД ОВД по городу Галичу и Галичскому району Костромской области).

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

3.2.9. **брандмауэрные панно** - конструкции, выполненные на тканевой или баннерной основе, размещаемые на плоскости стен зданий и сооружений.

Для настенных панно, имеющих элементы крепления, в обязательном порядке разрабатывается проект крепления конструкции с целью обеспечения безопасности при эксплуатации. Размеры брандмауэрных панно, размещенных на плоскости стен зданий и т.д., могут быть различными (по согласованию с отделом архитектуры и градостроительства администрации городского округа город Галич Костромской области и с ГИБДД ОВД по городу Галичу и Галичскому району Костромской области).

Наряду с конструкциями, выполненными по индивидуальным проектам, учитывающим архитектурные особенности зданий и сооружений, возможно применение типовых настенных щитов стандартных размеров (3 х 6 м; 3 х 4 м; 3 х 5 м) со сменными изображениями. Рекомендуется подсветка в вечернее время.

Не допускается использовать фасады зданий, остекление витрин и окон для размещения брендмауэрных панно, предназначенных для оформления входной группы, а также закрывающих значительную часть фасада здания, искажающих таким образом его архитектурный вид.

3.2.10. **наземные панно** - рекламные конструкции, в виде покрытия тротуаров улиц различными красящими веществами или пленочными материалами, панно на тротуарах улиц, изготавливаемые из дорожно-строительных материалов.

Не допускается размещение рекламы и информации путем нанесения либо вкрапления, с использованием строительных материалов, краски, дорожной разметки и т.п., в поверхность автомобильных дорог.

Не допускается установка конструкций, размещаемых на поверхности земли, состоящих из нанесенных либо встроенных в дорожное или земляное покрытие строительных материалов, выполненных в виде каркасного панно на склонах (откосах) трасс и дорог.

3.2.11. **транспаранты-перетяжки** - рекламные плакаты на тканевой или баннерной основе, растянутые на тросах между двумя опорами. Состоят из устройства крепления, устройства натяжения и информационного изображения.

Выполняются на мягкой основе (ткань, пленка и т.д.) с рекламным сообщением, являются кратковременным видом рекламы и вывешиваются на срок не более 14 дней.

Расстояние между ними - не менее 500 м. Транспаранты-перетяжки должны располагаться не ниже 5 м над проезжей частью.

3.2.12. **Панель-кронштейны** - двусторонние консольные плоскостные конструкции, устанавливаемые на отдельно стоящих стойках или перпендикулярно фасаду зданий с внутренней подсветкой.

Плоскостные кронштейны должны выполняться в двустороннем варианте.

Устанавливаются следующие типовые размеры для кронштейнов, размещаемых на отдельно стоящих стойках:

- для улиц, переулков: 1,0 х 0,7 м; 1,0 х 0,8 м; 1 х 0,9 м; 0,8 х 1,25 м (в вертикальном исполнении);

- для крупных магистралей: 1,8 х 1,2 м и 1,5 х 1,0 м.

Размеры кронштейнов, размещаемых на фасадах зданий, определяются архитектурными особенностями здания и не должны превышать 1,2 х 1,8 м. Возможность размещения кронштейнов больших размеров определяет отдел архитектуры и градостроительства администрации городского округа город Галич Костромской области на основании индивидуальных проектов. На зданиях панели-кронштейны размещаются, как правило, на уровне между первым и вторым этажами.

В случае если оборотная сторона кронштейна не используется, рекламная фирма обязана заполнить ее городской символикой или социальным плакатом.

Не допускается:

- размещение на одной стойке более одного кронштейна;

- размещение панель-кронштейнов на опорах городского освещения и на опорах контактной сети.

3.2.13. **Световые короба** - односторонние консольные плоскостные конструкции, устанавливаемые на здании, сооружении, с внутренней или внешней подсветкой.

3.2.14. **Пилоны** - двусторонние плоскостные конструкции, устанавливаемые на земле, с внутренней подсветкой.

3.2.15. **тумбы** - отдельно стоящие объемные конструкции в виде призм, цилиндров и других форм, предназначены для размещения на них рекламных или иных плакатов, не имеющие фундамента, размещаются в пешеходных зонах улиц и площадей, на территориях парков, выставочных комплексов. Конструкции должны иметь внутренний или внешний подсвет. Плакаты рекомендуется защищать стеклом или

прозрачной пленкой.

Тумбы устанавливаются при ширине тротуаров не менее двух метров. Тумбы не должны создавать помех пешеходам, уборки тротуаров, располагаться вблизи жилых домов и с нарушением установленных санитарных норм;

3.2.16. **конструкции, устанавливаемые на остановочных павильонах общественного транспорта, киосках и на павильонах подземных переходов** - рекламные конструкции, размещаемые в плоскости, подлежащей остеклению, или на крышах павильонов и киосков;

3.2.17. **флаги фирм** - рекламные конструкции, состоящие из основания, одного или нескольких флаштоков (стоек) и мягких полотнищ;

3.2.18. **электронные табло и экраны** - рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов;

3.2.19. **проекционные установки** - рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на земле, на плоскостях стен и в объеме. Конструкции проекционных установок состоят 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.

3.2.20. **реклама на подъемных воздушных шарах, аэростатах, дирижаблях** - временные рекламные конструкции на подъемных воздушных шарах, аэростатах, дирижаблях, размещаемые в воздушном пространстве, представляющие собой временное рекламное оформление на период проведения праздничных, тематических мероприятий. Площадь информационного поля определяется габаритами нанесенного изображения.

3.2.21. **реклама на строительных ограждениях** - временные рекламные конструкции, устанавливаемые на ограждениях объектов строительства, стройплощадках и иных строительных сооружениях (строительные леса при реконструкции здания, бытовые помещения, мачты для прожекторов, ограждающая сетка, краны и т.д.) на период строительства.

Строительные ограждения могут быть оформлены отдельными щитами, мягким оформлением или сплошной лентой. Высота рекламных конструкций должна быть одинакова в одном направлении. В случаях, когда на строительной площадке имеются строительные леса при реконструкции здания и ограждающая сетка, возможно размещение других средств наружной рекламы, предусмотренных настоящим Положением.

Рекламные конструкции, независимо от их вида, устанавливаемые на территории строительства, считаются рекламой на строительных ограждениях.

По завершении строительства конструкции подлежат демонтажу в пятидневный срок.

Запрещается использовать строительные ограждения для нанесения рекламы краской.

3.2.22. **реклама на строительных сетках** - временные рекламные конструкции в виде изображений на сетках, ограждающих объекты строительства.

Размещение наружной рекламы на строительных сетках производится при проведении строительных или реставрационных работ на внешней стороне (фасаде) здания на срок проведения строительства и ремонтно-реставрационных работ. Размещение наружной рекламы на строительных сетках возможно при наличии разрешительной документации на выполнение указанных работ.

Площадь информационного поля определяется габаритами нанесенного изображения.

3.2.23. **информационно-сервисные знаки индивидуального проектирования**-

В случае размещения указанных знаков на опорах допускается их установка при условии выполнения требований Государственного стандарта ГОСТ Р 52044-2003, принятого Постановлением Госстандарта РФ от 22.04.2003 N 124-ст.

3.2.24. **витрины** - остекленные проемы (окна, витражи) предприятий, в которых

может содержаться информация о товарах (работах, услугах) предлагаемых данным предприятием.

Они должны быть оформлены товарной продукцией или современными средствами рекламы, представляющими товары или услуги, предлагаемые для реализации в данном учреждении.

Товары или средства рекламы, выставленные в витринах, должны, как правило, представлять профиль данного предприятия или соответствовать фирменному названию предприятия.

В витринах разрешается размещать любую рекламную информацию по реализуемым в данном предприятии товарам и услугам, при этом реклама товаров по основному профилю предприятия должна быть доминирующей по количеству и объему представленного рекламного и информационного материала (более 70%);

Рекламную информацию в витринах, представленную в виде текстов, имеющих отношение к профилю предприятия или ассортименту товаров или услуг, можно указывать как на плоскости стекла (со стороны витрины), так и в любой части витринного проема, при этом высота текстов не должна быть больше 0,8 м;

Рекламная информация в виде плакатов размещается на плотной (твердой) основе, не должна иметь какой-либо деформации и вне зависимости от ее размеров должна монтироваться в подвешенном состоянии;

Витрины предприятий должны иметь подсвет в темное время суток и быть эстетически выразительными и аккуратными;

3.2.25. *иные средства рекламы*, в том числе нетрадиционные (скамейки и др.), с рекламными надписями.

4. Общие требования и содержание средств рекламных конструкций

4.1. Конструкция средств наружной рекламы и информации должна быть спроектирована, изготовлена и смонтирована в соответствии с существующими строительными нормами и правилами.

4.2. Материалы, используемые при изготовлении всех видов наружного рекламного оформления города, должны отвечать требованиям качества, монтаж должен проводиться без отклонений от утвержденной проектной документации.

При изготовлении конструкций не допускается использование материалов, опасных для жизни и здоровья людей.

4.3. При проектировании, изготовлении, монтаже и эксплуатации светотехнического оборудования рекламных объектов должны выполняться нормы и требования к светотехническим и электрическим характеристикам оборудования.

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

4.5. Щитовые конструкции для наружной рекламы и информации не должны эксплуатироваться без информационных сообщений (незаполненное рекламное поле).

4.6. Отдельно стоящие стационарные рекламные конструкции и информации должны иметь маркировку с указанием владельца и номера его телефона. Маркировка должна размещаться под информационным полем. Размер текста должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств.

4.7. При размещении рекламные конструкции должны гармонично вписываться в элементы архитектуры, внешнего благоустройства улиц, площадей, зданий и сооружений и не нарушать единого архитектурно-художественного облика прилегающих территорий.

4.8. Рекламные конструкции, размещаемые на зданиях и их конструктивных элементах, строениях, сооружениях не должны ухудшать их архитектуру, художественное оформление, создавать помех для очистки кровель от снега и льда и иных работ, связанных с благоустройством указанных зданий, снижать прочность и устойчивость данных зданий.

4.9. При размещении на жилом здании средств наружной рекламы следует

обеспечить соблюдение гигиенических нормативов по шумозащищенности жилых помещений и пульсации световых реклам.

4.10.. При расположении в одном здании нескольких рекламируемых объектов наружная реклама должна выполняться в едином художественном стиле и гармонично вписываться в цветовую гамму фасада здания. Желательно объединение всей наружной рекламы под общим названием (торговый дом, центр и т.п.).

4.11. Установленный рекламоноситель должен иметь маркировку с указанием его владельца.

4.12.. При проведении работ по монтажу рекламных конструкций на земельных участках обязательно наличие разрешения на производство земляных работ.

4.13. Арендатор рекламного места обязан за свой счет выполнить благоустройство прилегающей территории. Обязательства арендатора вносятся в разрешение на установку рекламной конструкции и условия договора на аренду рекламного места. Отказ арендатора от исполнения требуемых обязательств или их неисполнение является основанием для отмены разрешения и расторжения договора.

4.14. Арендатор рекламного места обязан восстановить благоустройство территории после установки (демонтажа) рекламной конструкции в течение 7 дней.

4.15. При проведении работ по установке и эксплуатации рекламных конструкций необходимо соблюдать общественный порядок и правила благоустройства города.

4.16. При установке и эксплуатации рекламных конструкций не допускается механическое повреждение фасадов и иных элементов зданий. В случае нанесения указанных повреждений администрация городского округа город Галич Костромской области вправе в одностороннем порядке расторгнуть договор на установку рекламной конструкции.

Поврежденные фасады и иные элементы зданий подлежат восстановлению за счет владельца рекламной конструкции в течение 10 дней.

4.17. Рекламные конструкции не должны размещаться в местах, где их установка и эксплуатация может наносить ущерб элементам благоустройства города.

4.18.. Расстояние между рекламоносителями определяется согласно Инструкции «О порядке согласования распространения наружной рекламы в полосе отвода и придорожной зоне автомобильных дорог на территории городских и сельских поселений» утвержденной приказом Федеральной дорожной службы России. № 405 от 2.11.1998 года.

4.19. Арендатор рекламного места, независимо от организационно-правовой формы и формы собственности, обязан за свой счет произвести замену, ремонт (по мере необходимости), окраску элементов конструкций рекламы (не реже одного раза в год), нарушающих архитектурно-градостроительный облик городской среды.

4.20. Работы по установке (монтажу), эксплуатации и демонтажу рекламной конструкции осуществляются ее владельцем.

4.21. При производстве работ по месту установки средств размещения наружной рекламы непосредственный исполнитель должен иметь при себе разрешение на установку рекламной конструкции .

5. Нормы и требования к светотехническому оборудованию рекламных средств

Основным нормируемым параметром является освещенность рекламной поверхности или средства рекламы (в случае наружной подсветки) или яркость поверхности (в случае внутренней подсветки).

5.1. С учетом вида рекламного средства устанавливаются следующие значения освещенности (яркости):

Для средств, указанных в пунктах 3.2.7.-3.2.8., а также для рекламных сообщений, устанавливаемых в витринах предприятий сферы услуг в случае внешней подсветки:

- освещенность не менее 300 лк (люкс) с неравномерностью по рекламному полю не более 1:3.

В случае внутренней подсветки:

средняя яркость фона рекламной поверхности - не менее 100 кд/кв. м (кандел/кв. м) с неравномерностью по полю не более 1:3.

Для проекционных установок для воспроизведения рекламных сообщений на плоскостях стен в случае наружной подсветки - освещенность не менее 50 лк с неравномерностью не более 1:5.

Источники света, используемые для целей освещения рекламных средств, должны обладать высокой световой отдачей, иметь индекс цветопередачи не хуже 0,5 и эксплуатироваться в широком диапазоне температур.

Примечание: вынос кронштейнов для крепления световых приборов должен быть не менее 0,8 м от освещаемой поверхности.

Световые приборы рекламных средств не должны оказывать слепящего действия на водителей транспортных средств и пешеходов, находящихся на проезжей части улицы.

Крепление светового прибора должно обеспечивать его надежное соединение с кронштейном (щитом и т.д.) и выдерживать ветровую и снеговую нагрузку, случайные вибрационные и ударные воздействия.

5.2. Нормы устройства электроустановок:

- Распространяются на вновь сооружаемые или реконструированные рекламные конструкции, где применяется электропитание.

- Применяемые в электроустановках электрооборудование и материалы должны соответствовать ГОСТам или техническим условиям, утвержденным в установленном порядке.

- Конструкция, исполнение, способ установки и класс изоляции применяемых машин, аппаратов, приборов и прочего электрооборудования, а также кабелей и проводов должны соответствовать параметрам сети и электроустановки, условиям окружающей среды, требованиям правил устройства электроустановок, разработанных главным техническим управлением по эксплуатации энергосистем министерства энергетики и электрификации.

- Монтаж электросистем должен производиться организациями, имеющими лицензию на выполнение данных работ.

5.3. Требования к газосветным рекламным конструкциям:

- Для питания газосветных трубок должны применяться сухие трансформаторы в металлическом кожухе вторичным напряжением не более 13 кВ. Вторичная обмотка этих трансформаторов должна длительное время выдерживать короткое замыкание. Трансформаторы для питания газосветных трубок должны быть установлены по возможности в непосредственной близости от питаемых ими трубок, в местах, не доступных для посторонних лиц.

- Витрины, в которых смонтированы части высокого напряжения газосветных установок должны быть оборудованы блокировкой, действующей только на отключение установки со стороны первичного напряжения при открывании витрин, то есть подача напряжения на установку должна осуществляться персоналом при закрытой витрине.

- Все части газосветной установки, расположенной вне витрин, должны находиться не менее 3 метров над уровнем земли.

- Открытые токоведущие части газосветных трубок должны отстоять от металлических конструкций или частей здания на расстоянии не менее 20 мм.

- Расстояние между открытыми токоведущими частями газосветных трубок, не находящимся под одинаковым потенциалом, должно быть не менее 50 мм.

- Установка предохранителей, а также розеток с предохранителями внутри магазинных витрин запрещается.

- Сеть на стороне высокого напряжения установок рекламного освещения должна выполняться изолированными проводами, имеющими испытательное напряжение не менее 15 кВ.

- В местах, доступных для механических воздействий или прикосновений, изолированные электрические провода следует прокладывать в механически прочных несгораемых конструкциях.

5.4. Общие требования к остальным средствам рекламы:

- Для освещения витрин и рекламы необходимо использовать электрооборудование промышленного изготовления с соблюдением условий их эксплуатации в соответствии с паспортными данными.

- Светильники следует располагать, по возможности, в местах, удобных и безопасных для обслуживания.

- Все работы по монтажу и использованию электрооборудования должны быть выполнены с соблюдением Правил устройства электроустановок, правил техники безопасности и пожарной безопасности.

6. Правила размещения рекламных конструкций

6.1. Средства наружной рекламы не должны снижать безопасность дорожного движения, ограничивать видимость технических средств организации дорожного движения, уменьшать габарит инженерных сооружений, а также не должны быть размещены:

- на одной стойке, в створе и в одном сечении с дорожными знаками;
- на аварийно-опасных участках дорог и улиц, на железнодорожных переездах, мостовых сооружениях (на железнодорожных переездах и ближе 50 м от них);
- вблизи пересечений в пределах треугольников видимости "транспорт-транспорт" и "транспорт-пешеход", определенных в соответствии с действующими нормами;
- на автобусных остановках и ближе 25 м от них.

6.2. Размещение табличек и стрелок-указателей на фасадах зданий (за исключением установки кронштейнов-указателей предприятий, в случае нахождения предприятия вне прямой видимости с магистральной и при условии соблюдения архитектурных особенностей здания).

6.3. Наружная реклама не должна побуждать граждан к насилию, агрессии, а также побуждать к опасным действиям, способным нанести вред здоровью физических лиц или угрожать их безопасности.

6.4. Наружная реклама не должна побуждать к действиям, нарушающим природоохранное законодательство.

6.5. Расстояние от рекламы до дорожных знаков должно быть не менее:

- для форматов общей площадью 15 кв. м и более - 60 м;
- для форматов общей площадью 6-15 кв. м - 40 м;
- для форматов общей площадью до 6 кв. м - 25 м.

6.6. Реклама товаров, подлежащих обязательной сертификации, должна сопровождаться пометкой "подлежит обязательной сертификации".

6.7. Размещение наружной рекламы в полосе отвода и придорожной зоне автомобильных дорог, на перекрестках, а также на улично-дорожной сети в зоне от красных линий в сторону от проезжей части допускается при наличии разрешения ГИБДД ОВД по городу Галичу и Галичскому району.

6.8. Размещение рекламных конструкций в полосе отвода железных дорог допускается при наличии разрешения органа управления железными дорогами.

6.9. Размещение рекламных конструкций на опорах и конструкциях ВЛ всех напряжений не допускается.

6.10. Реклама алкогольной продукции, табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок и других подобных товаров, не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Реклама алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе, табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок и других подобных товаров, не должна размещаться:

- в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворах

культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, и на расстоянии ближе чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений;

- в физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем сто метров от таких сооружений.

Реклама алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе, табака, табачных изделий в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

7. Выдача разрешений или отказа на установку рекламных конструкций

7.1. Установка (размещение) рекламных конструкций на территории города допускается при наличии разрешения, выданного администрацией городского округа город Галич Костромской области, по итогам торгов.

7.2. Для выдачи разрешения на установку рекламной конструкции Рекламораспространитель предоставляет следующие документы:

- Для юридических лиц:

1) заявление о выдаче разрешения на установку рекламной конструкции;

2) данные о заявителе - государственная регистрация юридического лица;

3) документ о праве собственности на имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, если заявитель является законным владельцем недвижимого имущества;

4) подтверждение в письменной форме согласия собственника или иного законного владельца соответствующего недвижимого имущества на присоединение к этому имуществу рекламной конструкции, если заявитель не является собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества:

а) в случае если имущество закреплено собственником за другим лицом на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с лицом, обладающим правом хозяйственного ведения, правом оперативного управления или иным вещным правом на такое имущество, при наличии согласия собственника;

б) в случае если недвижимое имущество (земельный участок, здание, иное недвижимое имущество) находится в муниципальной собственности, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на муниципальном имуществе осуществляется на основе торгов;

в) в случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции необходимо использование общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, документом, подтверждающим согласие этих собственников, является протокол общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме.

5) описание объекта с его характеристиками: размер, технические параметры и точный адрес предполагаемого размещения (по согласованию дизайн-проект);

6) проектная документация на рекламную конструкцию, выполненная в соответствии с требованиями законодательства, с указанием срока службы рекламной конструкции;

7) эскиз изображения размещаемой наружной рекламы в масштабе и цвете с указанием размеров;

8) фотомонтаж рекламного места;

9) топографическая съемка территории места установки рекламной конструкции в масштабе 1:500 (при необходимости);

10) лист согласования с заинтересованными инстанциями;

11) квитанция об уплате государственной пошлины за выдачу разрешения на установку рекламной конструкции.

- Для физических лиц и индивидуальных предпринимателей:

- 1) заявление о выдаче разрешения на установку рекламной конструкции;
- 2) данные о заявителе - физическом лице или государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя;
- 3) документ о праве собственности на имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, если заявитель является законным владельцем недвижимого имущества;
- 4) подтверждение в письменной форме согласия собственника или иного законного владельца соответствующего недвижимого имущества на присоединение к этому имуществу рекламной конструкции, если заявитель не является собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества:
 - а) в случае если имущество закреплено собственником за другим лицом на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с лицом, обладающим правом хозяйственного ведения, правом оперативного управления или иным вещным правом на такое имущество, при наличии согласия собственника;
 - б) в случае если недвижимое имущество (земельный участок, здание, иное недвижимое имущество) находится в муниципальной собственности, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на муниципальном имуществе осуществляется на основе торгов;
 - в) в случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции необходимо использование общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, документом, подтверждающим согласие этих собственников, является протокол общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме.
- 5) описание объекта с его характеристиками: размер, технические параметры и точный адрес предполагаемого размещения (по согласованию дизайн-проект);
- 6) проектная документация на рекламную конструкцию, выполненная в соответствии с требованиями законодательства, с указанием срока службы рекламной конструкции.
- 7) эскиз изображения размещаемой наружной рекламы в масштабе и цвете с указанием размеров;
- 8) фотомонтаж рекламного места;
- 9) топографическая съемка территории места установки рекламной конструкции в масштабе 1:500 (при необходимости);
- 10) лист согласования с заинтересованными инстанциями;
- 11) квитанция об уплате государственной пошлины за выдачу разрешения на установку рекламной конструкции.

7.3. Разрешение выдается на каждую рекламную конструкцию, на срок действия договора на установку и эксплуатацию 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.

7.4. . За выдачу разрешений на установку рекламной конструкции на территории городского округа город Галич Костромской области уплачивается государственная пошлина в размерах и порядке, которые установлены законодательством Российской Федерации о налогах и сборах, согласно [п.п. 80 п.1 ст.333-33 Налогового кодекса РФ](#).

7.5. В выдаче разрешения на установку (размещение) рекламных конструкций Рекламораспространителю может быть отказано. Решение об отказе в выдаче разрешения должно быть мотивировано и принято администрацией городского округа город Галич Костромской области исключительно по следующим основаниям:

- 1) несоответствие проекта рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технического регламента;
- 2) несоответствие установки рекламной конструкции в заявленном месте генеральному плану;

- 3) нарушение требований нормативных актов по безопасности движения транспорта;
- 4) нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа
- 5) нарушение требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании;
- 6) нарушения требований, установленных частями 5.1-5.7 и 9.1 ст.19 Федерального закона «О рекламе»;

7.6. В случае отказа администрацией городского округа-город Галич Костромской области в выдаче разрешения Рекламораспространитель в течение трех месяцев со дня получения решения об отказе в выдаче разрешения вправе обратиться в суд или арбитражный суд с заявлением о признании такого решения незаконным.

7.7. Администрация городского округа город Галич Костромской области может принять решение об аннулировании разрешения, в случае, если:

- 1) в течение месяца со дня направления владельцу рекламной конструкции уведомления в письменной форме о своем отказе от дальнейшего использования разрешения;

- 2) в течение месяца с момента направления владельцу собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, документа, подтверждающего прекращение договора, заключенного между таким собственником или таким владельцем недвижимого имущества и владельцем рекламной конструкции;

- 3) в течение года со дня выдачи разрешения рекламная конструкция не установлена;

- 4) рекламная конструкция используется не в целях распространения рекламы, социальной рекламы;

- 5) разрешение выдано лицу, заключившему договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с нарушением требований, установленных частями 5.1-5.7 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», либо результаты аукциона или конкурса признаны недействительными в соответствии с законодательством Российской Федерации;

- 6) нарушены требования, установленные частями 9.1 и 9.3 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38 -ФЗ «О рекламе».

7.8. Решение об аннулировании разрешения может быть обжаловано в суд или арбитражный суд в течение трех месяцев со дня его получения.

7.9. Разрешение на установку (размещение) рекламной конструкции может быть признано недействительным в судебном порядке в случае:

- 1) неоднократного или грубого нарушения Рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе;

- 2) обнаружения несоответствия рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технического регламента;

- 3) несоответствия установки рекламной конструкции в данном месте генеральному плану;

- 4) нарушения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа;

- 5) несоответствия рекламной конструкции требованиям нормативных актов по безопасности движения транспорта.

7.10. При невыполнении обязанности по удалению размещенной на рекламной конструкции информации в случае аннулирования разрешения или признания его недействительным собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, осуществляет удаление этой информации за свой счет. По требованию собственника или иного законного владельца такого недвижимого имущества владелец рекламной конструкции обязан возместить ему разумные расходы, понесенные в связи с удалением этой информации.

7.11. В случае аннулирования разрешения или признания его недействительным владелец рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец соответствующего недвижимого имущества, к которому такая конструкция присоединена, обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции в течение месяца и удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции, в течение трех дней.

8. Порядок производства демонтажа наружной рекламы (рекламной конструкции), распространяемой с нарушением правил, установленных самовольно или по прекращению действия разрешения

8.1. Настоящее Положение устанавливает порядок действий, связанных с выявлением наружной рекламы (рекламной конструкции), размещенной на территории городского округа город Галич Костромской области с нарушением требований к ее внешнему виду, времени, месту и способу ее распространения, содержащихся в разрешении на распространение наружной рекламы, а также ее демонтажем.

8.2. Под демонтажем наружной рекламы (далее - демонтаж) понимается комплекс организационно - технических мероприятий, связанных с освобождением рекламного места от наружной рекламы и (или) средств наружной рекламы.

8.3. Демонтаж наружной рекламы (рекламоносителей), распространяемой или установленной с нарушением правил, производится в случае, если:

- наружная реклама (рекламоноситель) находится в аварийном состоянии;
- самовольно установленная наружная реклама, дальнейшая эксплуатация которой создает угрозу здоровью граждан, безопасности дорожного движения, систем жизнеобеспечения города;
- наружная реклама распространяется или установлена с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности, без разрешения администрации городского округа город Галич Костромской области.

8.4. Выявление наружной рекламы, не соответствующей требованиям разрешений на распространение наружной рекламы, установленной самовольно без разрешения или срок действия разрешения прекращен, осуществляет отдел архитектуры и градостроительства администрации городского округа город Галич Костромской области.

8.5. При выявлении наружной рекламы, не соответствующей требованиям или установленной (размещенной) без разрешения, отдел архитектуры и градостроительства администрации городского округа город Галич Костромской области выдает предписание нарушителю (Рекламораспространителю) с указаниями о приведении наружной рекламы в соответствие требованиям, указанным в настоящем положении, или демонтаже наружной рекламы (рекламной конструкции).

8.6. При невыполнении в срок требований отдел архитектуры и градостроительства администрации городского округа город Галич Костромской области составляет на нарушителя (Рекламораспространителя) протокол об административном правонарушении и вправе принять решение о демонтаже рекламы (рекламной конструкции) силами сторонних организаций..

8.7. В случае принятия решения о демонтаже наружной рекламы отдел архитектуры и градостроительства администрации городского округа город Галич Костромской области должен направить рекламораспространителю уведомление о демонтаже с указанием даты демонтажа наружной рекламы.

8.8. Демонтаж должен производиться, как правило, по рабочим дням в период времени с 9 до 17 часов.

8.9. Лицо (рекламораспространитель), осуществившее установку, обязано возместить убытки в размере платы за эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности и расходы по демонтажу, хранению, а в необходимых случаях - уничтожению демонтированных конструкций и по восстановлению рекламного места в первоначальное состояние.

9. Ответственность за нарушение Положения

9.1. Лица, допустившие нарушение настоящего Положения, несут ответственность в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации о рекламе.

9.2. Арендатор рекламного места обязан выполнять все указания, предписания органов, регулирующих рекламную деятельность, связанные с выполнением ими своих контрольных функций, в том числе по досрочному демонтажу рекламной конструкции.

Начальнику отдела архитектуры
и градостроительства администрации городского округа
г.Галич Костромской области

_____ (Ф.И.О.)

Заявление о выдаче разрешения на установку рекламных конструкций

1. Наименование заявителя _____

2. Юридический адрес: индекс _____ город _____
улица _____ дом _____ корп. _____ кв. _____
телефон, факс _____

3. Когда, где и кем зарегистрирована организация _____

4. Банковские реквизиты: р/счет № _____

БИК _____ кор.счет _____

ИНН _____ ОКПО _____ ОКОНХ _____

5. Руководитель организации _____

Прошу принять решение о предоставлении права размещения наружной рекламы
в г. Галиче по адресу : _____

6. Вид размещения рекламы _____

7. Размеры размещаемой рекламы : _____

8. Наличие подсвета: _____

9. Рекламоизготовитель: _____

10. Предполагаемый срок распространения рекламы с « ____ » _____ 20 __ г. по
« ____ » _____ 20 __ г.

М.П. _____ 20 __ г. Заявитель _____

Паспорт для согласования получил _____ « ____ » _____ 20 __ г.

Лицо, ответственное за согласования _____
(Ф.И.О., телефон, адрес)

Приложения:

1. Договор с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором. В случае если для установки и эксплуатации рекламной конструкции необходимо использование общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, документом, подтверждающим согласие этих собственников, является протокол общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме.

2. Ситуационный план земельного участка в масштабе 1:500 с точной привязкой рекламного места к существующей застройке или элементам благоустройства.

3. Эскизный проект рекламной конструкции, определяющий тип конструкции.
Фотомонтажи, в т.ч. развертка фасада здания.

4. Паспорт рекламной конструкции, включающий в себя основные технические данные рекламной конструкции, чертежи рекламной конструкции (сборочный чертеж), расчеты устойчивости и надежности рекламной конструкции, расчет фундамента конструкции либо схему крепления рекламной конструкции к объекту недвижимости (зданию, строению, сооружению).

5. Проект оформления фасада с учетом устройства входа для нежилых помещений на 1-х этажах многоквартирных жилых домов.

6. Справка-гарантия заявителя о соблюдении при монтаже рекламной конструкции строительных норм и правил и требований безопасности при ее эксплуатации.

7. Копия свидетельства постановки на учет в налоговый орган города Костромы.

8. Копия паспорта физического лица, индивидуального предпринимателя или директора организации.

9. При наличии, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (заключается с собственником здания или земельного участка)

**Лист СОГЛАСОВАНИЯ
на установку рекламной конструкции**

| | |
|--|--|
| <p>Отдел архитектуры и градостроительства администрации городского округа – г. Галич Костромской области Подпись _____(_____)</p> <p>М.П. « ____ » _____ 20__ г.</p> | <p>ГИБДД ОВД города Галича и Галичского района Подпись _____(_____)</p> <p>М.П. « ____ » _____ 20__ г.</p> |
| <p>Собственник, балансодержатель Подпись _____(_____)</p> <p>М.П. « ____ » _____ 20__ г.</p> | <p>Комитет по управлению муниципальным имуществом и земельными ресурсами администрации городского округа – г.Галич Костромской области Подпись _____(_____)</p> <p>М.П. « ____ » _____ 20__ г.</p> |
| <p>МУ «Служба заказчика» Подпись _____(_____)</p> <p>М.П. « ____ » _____ 20__ г.</p> | <p>ОАО «Ростелеком»Костромской филиал ЛТЦ г.Галич Подпись _____(_____)</p> <p>М.П. « ____ » _____ 20__ г.</p> |
| <p>Филиал ОАО «Костромаэнерго» Галичские электрические сети Подпись _____(_____)</p> <p>М.П. « ____ » _____ 20__ г.</p> | |

«УТВЕРЖДАЮ»
Начальник отдела архитектуры
и градостроительства администрации
городского округа Галича – город Галич
Костромской области

«___» _____ 20__ г.

ПАСПОРТ

Рекламного места № _____

Рекламируемый объект _____

Рекламоноситель _____

Месторасположение _____

Техническое исполнение _____

Рекламоизготовитель» _____

Приложение 1 (Эскиз рекламного изображения в цвете с размерами)

Рекламодатель _____

Договор аренды рекламного места № _____ от _____ 20__ г.

РАЗРЕШАЮ

Начальник отдела архитектуры и градостроительства администрации городского округа город Галич Костромской области

(подпись)
«__» _____ 20__ г.

РАЗОВОЕ РАЗРЕШЕНИЕ

на установку рекламной конструкции

1. Наименование организации _____
2. Адрес: _____
3. Регистрационный номер _____ серия _____
4. Кем зарегистрирована организация _____
5. Когда зарегистрирована организация _____
6. Банковские реквизиты: р/счет № _____
БИК _____ кор.счет _____ ИНН _____
7. Руководитель организации _____ тел. _____
8. Исполнитель _____ тел. _____
9. Место размещения рекламы _____
10. Вид и размеры размещаемой рекламы _____
11. Срок размещения наружной рекламы с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Паспорт для согласования получил _____ «__» _____ 20__ г.
Лицо, ответственное за согласование

(Ф.И.О., телефон, адрес)