



АДМИНИСТРАЦИЯ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

19 сентября 2017 года

г. Владивосток

№ 380-па

**О внесении изменений в постановление Администрации
Приморского края от 30 декабря 2013 года № 508-па
«О реализации отдельных положений Федерального закона
от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»**

На основании Устава Приморского края, в целях приведения нормативных правовых актов Администрации Приморского края в соответствие с действующим законодательством Администрация Приморского края

ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Внести в Порядок согласования схем размещения рекламных конструкций на земельных участках, расположенных на территории Приморского края, независимо от форм собственности, а также на зданиях и ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности Приморского края или собственности муниципальных образований Приморского края, и вносимых в них изменений, утвержденный постановлением Администрации Приморского края от 30 декабря 2013 года № 508-па «О реализации отдельных положений Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (в редакции постановлений Администрации Приморского края от 24 ноября 2014 года № 477-па, от 11 сентября 2015 года № 340-па) (далее соответственно – Порядок, постановление), следующие изменения:

1.1. Дополнить пункт 1 Порядка абзацем следующего содержания:

«Схемы размещения рекламных конструкций на территории Владивостокского городского округа, Артемовского городского округа, Надеждинского муниципального района, Шкотовского муниципального района утверждаются уполномоченным органом.»;

1.2. В пункте 3 Порядка:

а) изложить абзац шестой в следующей редакции:

«В отношении размещения рекламных конструкций вдоль автомобильных дорог общего пользования местного значения карты должны включать схематическое изображение улиц с названием, по которым предполагается установка и эксплуатация рекламных конструкций, схематическое изображение местности вдоль автодорог, включая отображение домов и их нумерацию. В случае размещения рекламных конструкций вдоль автомобильных дорог общего пользования федерального, регионального или межмуниципального значения карты должны включать схематическое изображение этих дорог с указанием их наименований и направления движения относительно населенных пунктов, километровой разметки и точки отсчета, схематическое изображение местности вдоль автодорог.»;

б) заменить в абзаце седьмом слова «площади рекламного поля» словами «площади информационного поля»;

в) изложить абзац восьмой в следующей редакции:

«Адресная программа оформляется в виде таблицы (в формате Excel) и должна содержать следующие разделы: адресная характеристика (адрес предполагаемого места установки и эксплуатации рекламной конструкции, указание соответствующей альбому нумерации рекламной конструкции); технологическая характеристика (тип и вид рекламной конструкции, размер информационного поля одной стороны, количество сторон, площадь информационного поля); имущественная характеристика (наименование собственника и иного законного владельца недвижимого имущества, к объекту которого присоединяется рекламная конструкция, кадастровый номер недвижимого имущества (в случае если земельный участок не сформирован –

указывается номер кадастрового квартала). В случае внесения изменений в схему размещения рекламных конструкций адресная программа предоставляется в отношении рекламных конструкций, которые включаются, исключаются из схемы размещения рекламных конструкций, а также в отношении которых изменяется технологическая и/или имущественная характеристика. Адресная программа помимо предусмотренных разделов должна содержать раздел «примечание». В адресной программе в отношении исключаемой рекламной конструкции из схемы размещения рекламных конструкций в разделе «примечание» указывается информация об ее исключении, в отношении включаемой рекламной конструкции – информация о ее включении, в отношении рекламной конструкции, у которой изменяется технологическая и/или имущественная характеристика, – информация о соответствующих изменениях. В адресной программе в отношении рекламной конструкции, у которой изменяется технологическая и/или имущественная характеристика, указывается информация с учетом изменений.»;

в) изложить абзац девятый в следующей редакции:

«Фотоматериалы по каждой рекламной конструкции выполняются с обзором местности предполагаемого места установки и эксплуатации рекламной конструкции (за 50 – 80 метров до предполагаемого места установки и эксплуатации рекламной конструкции по ходу движения для оценки архитектурной и ландшафтной ситуации) с дизайн-макетом рекламной конструкции и содержат нумерацию, соответствующую картографическим материалам и адресной программе. В случае внесения изменений в схему размещения рекламных конструкций фотоматериалы предоставляются по рекламным конструкциям, которые включаются в схему размещения рекламных конструкций, а также в отношении которых изменяется технологическая характеристика. Фотоматериалы по рекламным конструкциям, которые исключаются из схемы размещения рекламных конструкций, не предоставляются.»;

1.3. Заменить в пункте 6 Порядка слова «департамент культуры Приморского края,» словами «инспекция по охране объектов культурного наследия Приморского края,»;

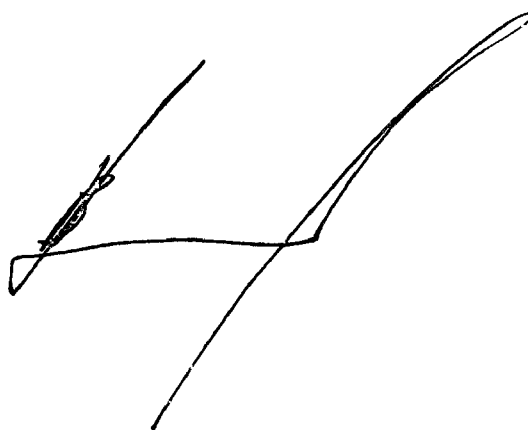
1.4. Дополнить пункт 9 Порядка после слов «согласовании схемы размещения рекламных конструкций» словами «и вносимых в нее изменений»;

1.5. Дополнить пункт 10 Порядка в после слов «рекламных конструкций» словами «и вносимых в нее изменений»;

1.6. Изложить приложение к постановлению в новой редакции согласно приложению к настоящему постановлению.

2. Департаменту информационной политики Приморского края обеспечить официальное опубликование настоящего постановления.

Губернатор края -
Глава Администрации
Приморского края

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping, fluid strokes that form a stylized representation of the name V.V. Miklusevskiy.

В.В. Миклушевский

Приложение
к постановлению
Администрации Приморского края
от 19 сентября 2017 года № 380-па

ПРЕДЕЛЬНЫЕ СРОКИ,
на которые могут заключаться договоры на установку
и эксплуатацию рекламных конструкций в зависимости от типов
и видов рекламных конструкций и применяемых технологий
демонстраций рекламы

Виды рекламных конструкций	Типы рекламных конструкций	Предельный срок действия договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, лет	
		минимальный	максимальный
1	2	3	4
Отдельно стоящие	флаговые композиции, уличные скамьи с рекламным информационным полем, афишные стенды, воздушные шары, аэростаты, транспарант-перетяжки, иные типы отдельно стоящих рекламных конструкций (с площадью информационного поля до 6 кв. м)	5	5
	щитовые установки (с площадью информационного поля до 6 кв. м), стелы, арки, объемно-пространственные конструкции, интерактивные панели, пилларсы, пилоны, сити-форматы, кронштейны, хорьки, иные типы отдельно стоящих рекламных конструкций (с площадью информационного поля от 6 кв. м и более)	8	8
	щитовые установки (с площадью информационного поля от 6 кв. м и более), электронное табло, рекламные конструкции в составе остановочных павильонов	10	10

1	2	3	4
На зданиях, строениях и сооружениях	щитовые установки (с площадью информационного поля до 6 кв. м), иные типы рекламных конструкций, размещенных на зданиях строениях и сооружениях (с площадью информационного поля до 6 кв. м), маркизы, флаговые композиции, перетяжки, воздушные шары, аэростаты	5	5
	щитовые установки (с площадью информационного поля от 6 кв. м до 35 кв. м), иные типы рекламных конструкций, размещенных на зданиях строениях и сооружениях (с площадью информационного поля от 6 кв. м до 35 кв. м), кронштейны, кронштейны на опоре, проекционные установки	8	8
	рекламные конструкции, размещенные на зданиях строениях и сооружениях (с площадью информационного поля от 35 кв. м и более) крышные установки, панно брендмауэрные	10	10