ОТРАСЛЕВОЙ ДОРОЖНЫЙ МЕТОДИЧЕСКИЙ ДОКУМЕНТ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ДОРОЖНОЕ АГЕНТСТВО
РОСАВТОДОР

ТРЕБОВАНИЯ К РАЗМЕЩЕНИЮ, УСТАНОВКЕ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В ГРАНИЦАХ ПОЛОСЫ ОТВОДА АВТОМОБИЛЬНЫХ ДОРОГ ОБЩЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ДОРОЖНОЕ АГЕНТСТВО
(РОСАВТОДОР)

МОСКВА 2019

gost.e-ecolog.ru

ПРЕДИСЛОВИЕ

Сведения о стандарте:

1 РАЗРАБОТАН: ООО «ГеоТехТранс»

2 ВНЕСЁН: Управлением земельно-имущественных отношений Федерального дорожного агентства.

3 ИЗДАН: на основании распоряжения Федерального дорожного агентства от 31.01.2020 № 390-р.

4 ИМЕЕТ РЕКОМЕНДАТЕЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР.

5 ВВЕДЁН ВПЕРВЫЕ.

СОДЕРЖАНИЕ

1 Область применения.....1
2 Нормативные ссылки.....2
3 Термины и определения.....5
4 Обозначения и сокращения.....9
5 Требования к размещению средств наружной рекламы и их функциональным характеристикам.....10
5.1 Общие требования.....10
5.2 Обеспечение безопасности дорожного движения при размещении средств наружной рекламы за пределами населённых пунктов.....11
5.3 Обеспечение безопасности дорожного движения при размещении средств наружной рекламы в пределах населённых пунктов.....16
5.4 Размещение знаков информирования об объектах притяжения по ГОСТ Р 52044-2003 19
5.5 Особенности размещения щитов с информацией об объектах притяжения участников движения, устанавливаемых совместно с информационными дорожными знаками по ГОСТ Р 52289-2004.....20
6 Требования к конструкциям средств наружной рекламы.....22
7 Требования к изготовлению, монтажу, демонтажу и эксплуатации средств наружной рекламы.....26
8 Проектная документация на устройство средств наружной рекламы.....32
9 Рекомендуемый состав технических требований и условий для устройства средств наружной рекламы.....34
10 Юридические условия оформления имущественно-правовых отношений в целях размещения средств наружной рекламы.....38
10.1 Общие положения.....38
10.2 Особенности условий оформления имущественно-правовых отношений в целях размещения средств наружной рекламы в пределах придорожных полос.....44
10.3 Особенности условий оформления имущественно-правовых отношений в целях размещения средств наружной рекламы в пределах полос отвода.....45
11 Социально-экономическое обоснование эффективности рекламной деятельности в полосе отвода автомобильных дорог федерального значения.....60
Приложение"А" Допустимые пиктограммы и примеры надписей на знаках информирования об объектах притяжения.....66

Приложение"Б" Допустимые размеры и пропорции знаков информирования об объектах притяжения. 67

Приложение"В" Порядок расчета годового размера платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции. 68

Приложение"Г" Примерная форма договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, размещаемых на земельных участках в полосе отвода автомобильной дороги общего пользования федерального значения. 71

Приложение"Д" Примерная форма соглашения об установлении частного сервитута в отношении земельных участков в границах полосы отвода автомобильной дороги. 77

БИБЛИОГРАФИЯ. 82

ОТРАСЛЕВОЙ ДОРОЖНЫЙ МЕТОДИЧЕСКИЙ ДОКУМЕНТ

Методические рекомендации: Требования к размещению, установке рекламных конструкций в границах полосы отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения

1 Область применения.

1.1 Настоящий отраслевой дорожный методический документ «Требования к размещению, установке рекламных конструкций в границах полосы отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения» (далее – Методические рекомендации), обобщает и развивает отдельные положения документов более высокого уровня по размещению средств наружной рекламы в границах полос отвода и придорожных полос автомобильных дорог общего пользования федерального значения.

1.2 Методические рекомендации распространяются на средства наружной рекламы, размещенные в пределах полос отвода и придорожных полосах автомобильных дорог общего пользования, а также на автомобильных дорогах и улицах на территориях населённых пунктов.

1.3 Методические рекомендации предназначены для установления требований к средствам наружной рекламы и правилам их размещения при проектировании, установке, эксплуатации и демонтаже.

1.4 Методические рекомендации могут быть использованы в органах управления дорожным хозяйством, подведомственных Федеральному дорожному агентству, проектных и дорожных организациях.

2 Нормативные ссылки.

В настоящем методическом документе использованы нормативные ссылки на следующие документы:

2.1 Федеральный закон от 08.11.2007 № 257-ФЗ «Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

2.2 Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2.3 Федеральный закон от 30 декабря 2009 года № 384-ФЗ «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений».

2.4 Технический регламент таможенного союза ТР ТС 014/2011 Безопасность автомобильных дорог.

2.5 ГОСТ 27751-2014 «Надежность строительных конструкций и оснований. Основные положения».

2.6 ГОСТ 31937-2011 «Здания и сооружения. Правила обследования и мониторинга технического состояния».

2.7 ГОСТ 32965-2014 «Дороги автомобильные общего пользования. Методы учета интенсивности движения транспортного потока».

2.8 ГОСТ 33027-2014 «Дороги автомобильные общего пользования. Требования к размещению средств наружной рекламы».

2.9 ГОСТ 33062-2014 «Дороги автомобильные общего пользования. Требования к размещению объектов дорожного и придорожного сервиса».

2.10 ГОСТ 33100-2014 «Дороги автомобильная общего пользования. Правила проектирования автомобильных дорог».

2.11 ГОСТ 33151-2014 «Дороги автомобильные общего пользования. Элементы обустройства. Технические требования. Правила применения».

2.12 ГОСТ 33382-2015 «Дороги автомобильные общего пользования. Техническая классификация».

2.13 ГОСТ 33475-2015 «Дороги автомобильные общего пользования. Геометрические параметры. Технические требования».

2.14 ГОСТ Р 50597-2017 «Автомобильные дороги и улицы. Требования к эксплуатационному состоянию, допустимому по условиям обеспечения безопасности дорожного движения».

2.15 ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения (с Изменениями N 1, 2, 3, Поправкой)».

2.16 ГОСТ Р 52289-2004. «Технические средства организации дорожного движения. Правила применения дорожных знаков, разметки, светофоров, дорожных ограждений и направляющих устройств (с Изменениями N 1, 2,3)».

2.17 ГОСТ Р 52290-2004 «Технические средства организации дорожного движения. Знаки дорожные. Общие технические требования (с Изменениями N 1, 2)».

2.18 ГОСТ Р 52398-2005 «Классификация автомобильных дорог. Основные параметры и требования».

2.19 ГОСТ Р 52399-2005 «Геометрические элементы автомобильных дорог».

2.20 ГОСТ Р 52766-2007 «Дороги автомобильные общего пользования. Элементы обустройства. Общие требования».

2.21 СП 128.13330.2012 «СНиП 2.03.06-85 "Алюминиевые конструкции".

2.22 СП 16.13330.2011 «СНиП II-23-81* "Стальные конструкции".

2.23 СП 20.13330.2011 «СНиП 2.01.07-85* "Нагрузки и воздействия".

2.24 СП 22.13330.2011 «СНиП 2.02.01-83* "Основания зданий и сооружений".

2.25 СП 28.13330.2012 "СНиП 2.03.11-85 «Защита строительных конструкций от коррозии".

2.26 СП 34.13330.2012 Автомобильные дороги. Актуализированная редакция СНиП 2.05.02-85* (с Изменением N 1).

2.27 СП 41.13330.2012 "СНиП 2.06.08-87 "Бетонные и железобетонные конструкции гидротехнических сооружений".

2.28 СП 42.13330.2016 Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений. Актуализированная редакция СНиП 2.07.01-89*.

2.29 СП 45.13330.2012 "СНиП 3.02.01-87 "Земляные сооружения, основания и фундаменты".

2.30 СП 47.13330.2012 "СНиП 11-02-96 "Инженерные изыскания для строительства. Основные положения".

2.31 СП 51.13330.2011 "СНиП 23-03-2003 "Защита от шума".

2.32 СП 52.13330.2011 "СНиП 23-05-95* "Естественное и искусственное освещение".

2.33 СП 64.13330.2011 "СНиП II-25-80 "Деревянные конструкции".

2.34 ОДМ 218.4.005-2010 «Рекомендации по обеспечению безопасности движения на автомобильных дорогах»

2.35 ОДМ 218.6.014-2016 «Рекомендации по организации движения и ограждению мест производства дорожных работ».

Примечание - При пользовании настоящим ОДМ целесообразно проверить действие ссылочных стандартов и классификаторов в информационной системе общего пользования - на официальном сайте национального органа Российской Федерации по стандартизации в сети Интернет или по ежегодно издаваемому информационному указателю "Национальные стандарты", который опубликован по состоянию на 1 января текущего года, и по соответствующим ежемесячно издаваемым информационным указателям, опубликованным в текущем году. Если ссылочный документ заменен (изменен), то при пользовании настоящим ОДМ следует руководствоваться замененным (измененным) документом. Если ссылочный материал отменен без замены, то положение, в котором дана ссылка на него, применяется в части, не затрагивающей эту ссылку.

3 Термины и определения.

В настоящем ОДМ применены следующие термины и соответствующими определениями:

3.1 **владельцы автомобильных дорог**: Исполнительные органы государственной власти, местная администрация (исполнительно-распорядительный орган муниципального образования), физические или юридические лица, владеющие автомобильными дорогами на вещном праве в соответствии с законодательством Российской Федерации. В случаях и в порядке, которые предусмотрены федеральным законом, полномочия владельца автомобильных дорог вправе осуществлять Государственная компания «Российские автомобильные дороги» в отношении автомобильных дорог, переданных ей в доверительное управление.

3.2 **знак дорожный**: Устройство в виде панели определенной формы с обозначениями или надписями, информирующими участников дорожного движения о дорожных условиях и режимах движения, о расположении населенных пунктов и других объектов.

3.3 **земляное полотно**: Конструктивный элемент, служащий для размещения дорожной одежды, а также технических средств организации дорожного движения и обустройства автомобильной дороги.

3.4 **знаки информирования об объектах дорожного и придорожного сервиса**: Дорожные знаки и информационные указатели, предназначенные для информирования участников дорожного движения об объектах дорожного и придорожного сервиса.

3.5 **знаки информирования об объектах притяжения**: Знаки, предназначенные для информирования участников дорожного движения об объектах городской инфраструктуры: автосервис, шиномонтаж, автозапчасти, ремонт бытовой техники, ремонт оргтехники, парикмахерская, кафе, ветлечебница, стоматология, продукты, обмен валюты, химчистка, стройматериалы, банкомат, фотоуслуги, салон связи, нотариус, аптека.

3.6 **зона влияния объекта дорожного или придорожного сервиса:** Участок автомобильной дороги, в пределах которого распространяется влияние объекта дорожного или придорожного сервиса на транспортно-эксплуатационное состояние автомобильной дороги, режимы, условия и безопасность дорожного движения.

3.7 **интенсивность движения**: Количество транспортных средств, проходящих через поперечное сечение автомобильной дороги в единицу времени.

3.8 **информационный знак**: Дорожный знак, применяемый для информирования участников движения о расположении на пути следования населенных пунктов и других объектов, а также об установленных и рекомендуемых режимах движения.

3.9 **информационное поле рекламной конструкции:** Конструктивная часть рекламной конструкции, предназначенная для размещения рекламы и (или) социальной рекламы, включая элементы обрамления данной части.

3.10 **наружная реклама:** Реклама, размещаемая (распространяемая) в виде плакатов, стендов, щитовых конструкций, панно, электронных табло, проекционных, лазерных и иных специально предназначенных и (или) используемых технических средств.

3.11 **объекты дорожного сервиса**: Здания и сооружения, расположенные в пределах полосы отвода и предназначенные для обслуживания участников дорожного движения (остановочные пункты автобусов, в том числе с павильонами, площадки для кратковременной остановки транспортных средств, площадки для отдыха со стоянками транспортных средств, устройства аварийно-вызывной связи и иные сооружения).

3.12 **объекты придорожного сервиса**: Здания и сооружения, расположенные на придорожной полосе и предназначенные для обслуживания участников дорожного движения в пути следования (мотели, гостиницы, кемпинги, станции технического обслуживания, автозаправочные

станции, пункты питания, торговли, связи, медицинской помощи, мойки, средства рекламы и иные сооружения).

3.13 **объект рекламирования**: Товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, 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.

3.14 **пересечение в одном уровне**: Пересечение автомобильных дорог, на котором транспортные потоки пересекаются в одном уровне.

3.15 **пересечение в разных уровнях**: Вид пересечения автомобильных дорог, на котором транспортные потоки пересекаются в разных уровнях, посредством путепроводов или других искусственных сооружений.

3.16 **пешеходная дорожка**: Размещаемое за пределами земляного полотна инженерное сооружение, предназначенное для движения пешеходов вне населённых пунктов в полосе отвода или придорожной полосе автомобильной дороги.

3.17 **полоса отвода автомобильной дороги**: Земельные участки (независимо от категории земель), которые предназначены для размещения конструктивных элементов автомобильной дороги, дорожных сооружений и на которых располагаются или могут располагаться объекты дорожного сервиса.

3.18 **потребители рекламы:** Лица, на привлечение внимания, которых к объекту рекламирования направлена реклама.

3.19 **придорожные полосы автомобильной дороги**: Территории, которые прилегают с обеих сторон к полосе отвода автомобильной дороги и в границах которых устанавливается особый режим использования земельных участков (частей земельных участков) в целях обеспечения требований безопасности дорожного движения, а также нормальных условий

реконструкции, капитального ремонта, ремонта, содержания автомобильной дороги, ее сохранности с учетом перспектив развития автомобильной дороги.

3.20 **примыкание дорог**: Место соединения автомобильных дорог, где к одной дороге присоединяется в одном или разных уровнях другая дорога, не имеющая прямого продолжения и прерывающаяся в месте соединения.

3.21 **разделительная полоса:** Конструктивный элемент автомобильной дороги, разделяющий транспортные потоки по направлению или составу движения.

3.22 **расстояние видимости для остановки автомобиля**: Расстояние, необходимое для остановки автомобиля при обнаружении препятствия высотой до 0,2 м на проезжей части дороги.

3.23 **расчётная интенсивность**: Среднегодовая суточная приведённая к легковому автомобилю интенсивность движения за последний год перспективного периода.

3.24 **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.

3.25 рекламораспространитель: Лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

3.26 **средство наружной рекламы**: Техническое средство, предназначенное и (или) используемое для размещения наружной рекламы.

3.27 **техническое средство организации дорожного движения:** Дорожный знак, разметка, светофор, дорожное ограждение и направляющее устройство.

3.28 **товар**: Продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

3.29 **участок концентрации ДТП:** Участок дороги, улицы, не превышающий 1000 метров вне населенного пункта или 200 метров в населенном пункте, либо пересечение дорог, улиц, где в течение отчетного года произошло три и более ДТП одного вида или пять и более ДТП независимо от их вида, в результате которых погибли или были ранены люди.

3.30 **элементы обустройства**: Комплекс зданий и сооружений для обслуживания движения, технических средств и устройств, предназначенных для организации и обеспечения безопасности дорожного движения.

4 Обозначения и сокращения.

4.1 ОДМ – отраслевой дорожный методический документ.

4.2 ПНСТ – предварительный национальный стандарт.

4.3 СП – свод правил.

4.4 ПСП – переходно-скоростная полоса.

4.5 УДС – улично-дорожная сеть.

4.6 ДТП – дорожно-транспортное происшествие.

5 Требования к размещению средств наружной рекламы и их функциональным характеристикам.

5.1 Общие требования.

5.1.1 Местоположение средств наружной рекламы должно соответствовать требованиям действующих нормативно-правовых актов и нормативно-технических документов.

5.1.2 Средства наружной рекламы необходимо размещать с учетом проекта организации движения и расположения технических средств организации дорожного движения.

5.1.3 Требуемая законодательством РФ основная информация о средствах наружной рекламы, размещаемых в пределах полос отвода и придорожных полос автомобильных дорог общего пользования, должна быть включена в схемы размещения рекламных конструкций, утверждаемых органами местного самоуправления муниципальных районов или городских округов, на территориях которых располагаются данные автомобильные дороги.

5.1.4 Размещение средств наружной рекламы должно осуществляться в соответствии с проектной документации, согласованной со всеми заинтересованными физическими и юридическими лицами, получившей положительное заключение независимой экспертизы и соответствующей требованиям законодательства РФ, в том числе Федеральному закону от 08.11.2007 № 257-ФЗ «Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», Федеральному закону от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», техническим регламентам, включая ГОСТ Р 52044-2003, ГОСТ 33027-2014 , а также другим нормативно-правовым актам.

5.1.5 Средства наружной рекламы должны иметь маркировку с указанием рекламораспространителя и номера его телефона.

5.1.6 На рекламных конструкциях не допускается размещение информации, не предназначенной для неопределенного круга лиц (частные объявления, личные поздравления и т.п.).

5.2 Обеспечение безопасности дорожного движения при размещении средств наружной рекламы за пределами населённых пунктов

5.2.1 Для обеспечения безопасности дорожного движения, средства наружной рекламы, расположенные за пределами населённых пунктов, не должны:

- мешать восприятию участниками дорожного движения дорожной обстановки или эксплуатации транспортного средства, а также создавать препятствия для движения пешеходов и велосипедистов (расположение элементов средств наружной рекламы в пределах тротуаров, пешеходных и велосипедных дорожек запрещено; зона, в которую не должны вдаваться элементы средств наружной рекламы по ширине должна быть не менее конструктивной ширины тротуара, пешеходной или велосипедной дорожки, а по высоте – не менее 2,5 м)
- ограничивать видимость элементов обустройства (расстояние видимости определяется в соответствии с ГОСТ 32963-2014; элементы обустройства регламентируются ГОСТ 33151-2014);
- иметь сходство (по внешнему виду или изображению) с техническими средствами организации дорожного движения и специальными сигналами, ухудшать и ограничивать их видимость, а также создавать впечатление нахождения на дороге транспортного средства, пешехода или какого-либо объекта;
- иметь яркость элементов изображения при внутреннем и внешнем освещении выше 75% фотометрических характеристик дорожных знаков по ГОСТ Р 52290-2004;

- препятствовать работе стационарных специальных технических средств, работающих в автоматическом режиме и имеющих функции фото- и киносъемки, видеозаписи для контроля за дорожным движением, пунктов и приборов автоматизированного учета движения транспортных средств, дорожных метеостанций и технических средств мониторинга состояния дорожного покрытия;
- освещаться в темное время суток на участках дорог, где дорожные знаки не имеют искусственного освещения;
- вызывать ослепление светом участников дорожного движения, в том числе отраженным, что достигается путём соблюдения требований СП 52.13330.2011 «Естественное и искусственное освещение», предъявляемых к яркости освещения рекламных конструкций;
- создавать шум, превышающий допустимые уровни (допустимые уровни шума от средств наружной рекламы регламентируются национальными стандартами); На нормируемых территориях (территории, непосредственно прилегающие к зданиям больниц и санаториев, к жилым зданиям, домам отдыха, домам-интернатам для престарелых и инвалидов, к зданиям поликлиник, школ и других учебных заведений, детских дошкольных учреждений, площадки отдыха микрорайонов и групп жилых домов) шум, вызываемый средством наружной рекламы, не должен превышать значений, установленных СП 51.13330.2011 Защита от шума. Актуализированная редакция СНиП 23-03-2003 (с Изменением N 1);
- являться преградой осветительным приборам линий наружного электроосвещения.

5.2.2 Для обеспечения видимости не допускается устройство земляных и снежных валов, посадка деревьев и кустарников, установка наружной рекламы и других сооружений, кроме технических средств организации

дорожного движения высотой более 0,5 м в зонах:
- треугольников видимости на нерегулируемых пересечениях и примыканиях дорог в одном уровне, а также на пешеходных переходах;
- срезки видимости на внутренней стороне кривых в плане.

5.2.3 Средства наружной рекламы, расположенные за пределами населённых пунктов, не должны размещаться:

- на одной опоре или в одном поперечном сечении с дорожными знаками, светофорами, табло или знаками переменной информации (дорожные знаки регламентируются ГОСТ 32945-2014; знаки переменной информации регламентируются ГОСТ 32865-2014; табло переменной информации регламентируются национальными стандартами.)
- над проезжей частью, обочинами дорог, остановочными полосами, а также на разделительных полосах, дорожных ограждениях, направляющих устройствах (размещение средств наружной рекламы в местах, где предусмотрены площадки отдыха, автостоянки и парковки допускается в том случае, если это предусмотрено национальными стандартами);
- на подпорных стенах, деревьях, скалах, не являющихся частью дорожной инфраструктуры, и других природных объектах;
- на инженерных коммуникациях в границах полосы отвода и придорожной полосы автомобильных дорог;
- сбоку от автомобильной дороги на расстоянии от бровки земляного полотна (внешней границы обочины) до ближайшей точки горизонтальной проекции внешнего конструктивного элемента средства наружной рекламы менее 15 м - для дорог I категории и менее 10 м - для дорог прочих категорий. При этом расстояние по горизонтали от бровки земляного полотна до основания опоры

средства наружной рекламы должно быть не менее высоты рекламной конструкции плюс 5 м;

- в зонах опасных участков автомобильных дорог, обозначенных соответствующими дорожными знаками (предупреждающие дорожные знаки и знаки 3.20 и 3.21 по ГОСТ Р 52290-2004);
- на остановочных пунктах маршрутных транспортных средств, а также на расстоянии менее 25 м от них;
- на участках концентрации дорожно-транспортных происшествий, на железнодорожных переездах, транспортных развязках в разных уровнях, наземных пешеходных переходах, пересечениях и примыканиях автомобильных дорог в одном уровне, пунктах взимания платы, стационарных пунктах весового и габаритного контроля, мостовых сооружениях, в туннелях и под железнодорожными и автомобильными путепроводами, а также на расстоянии менее 350 м от них;
- средства наружной рекламы не должны уменьшать габарит инженерных сооружений;
- на участках автомобильных дорог с высотой насыпи земляного полотна более 2 м;
- на участках автомобильных дорог с радиусом кривой в плане менее 1200 м;
- на участках автомобильных дорог с продольным уклоном более 40 промилле.

5.2.4 Нижний край рекламной конструкции, расположенной и крепящих ее конструкций размещают на высоте не менее 4,5 м от уровня проезжей части автомобильной дороги.

5.2.5 Расстояние от средств наружной рекламы до дорожных знаков, светофоров дорожных, табло и знаков переменной информации в

продольном направлении относительно оси проезжей части должно быть не менее указанных в таблице 5.1:

Таблица 5.1

	Площадь информационного поля одной стороны средства наружной рекламы, кв. м		
	свыше 18	от 6 до 18	менее 6
Расстояние от средств наружной рекламы до дорожных знаков, светофоров дорожных, табло и знаков переменной информации, м	350	100	40

Примечание - При определении расстояния от средства наружной рекламы, расположенного сбоку от проезжей части, до технических средств организации дорожного движения, не учитываются технические средства организации дорожного движения, расположенные над проезжей частью. При определении минимального расстояния от средства наружной рекламы до технических средств организации дорожного движения, не учитываются технические средства организации дорожного движения, предназначенные для регулирования движения транспортных средств, движущихся во встречном направлении или по примыкающим дорогам.

5.2.6 Расстояние между отдельно размещенными на одной стороне автомобильной дороги средствами наружной рекламы в продольном направлении относительно оси проезжей части должно быть не менее указанных в таблице 5.2:

Таблица 5.2

	Площадь информационного поля одной стороны средства наружной рекламы, кв. м		
	свыше 18	от 6 до 18	менее 6
Расстояние между отдельно размещенными на одной стороне автомобильной дороги средствами наружной рекламы в продольном направлении относительно оси проезжей части, м	200	100	40

5.3 Обеспечение безопасности дорожного движения при размещении средств наружной рекламы в пределах населённых пунктов

5.3.1 Для обеспечения безопасности дорожного движения, средства наружной рекламы, расположенные в пределах населённых пунктов, не должны:

- вызывать ослепление участников движения светом, в том числе отраженным, что достигается путём соблюдения требований СП 52.13330.2011 «Естественное и искусственное освещение», предъявляемых к яркости освещения рекламных конструкций;
- ограничивать видимость технических средств организации дорожного движения и мешать восприятию водителем дорожной обстановки или эксплуатации транспортного средства;
- иметь сходство (по внешнему виду, изображению или звуковому эффекту) с техническими средствами организации дорожного движения и специальными сигналами, а также создавать впечатление нахождения на дороге транспортного средства, пешехода или какого-либо объекта;
- издавать звуки, которые могут быть услышаны в пределах автомобильной дороги лицами с нормальным слухом, то есть в пределах населённых пунктов средства наружной рекламы не допускается оснащать звуковоспроизводящим оборудованием.

5.3.2 Средства наружной рекламы не должны быть размещены в границах коридора безопасности, определяемого согласно ГОСТ Р 52044-2003, а также:

- на одной опоре с дорожными знаками и светофорами;
- на железнодорожных переездах, в туннелях и под путепроводами;
- над въездами в туннели и выездами из туннелей;
- над проезжей частью;

- на дорожных ограждениях и направляющих устройствах;
- на подпорных стенах, деревьях, скалах, не являющихся частью дорожной инфраструктуры, и других природных объектах.

5.3.3 Допускается размещение рекламных конструкций на конструктивно выделенных бортовым камнем или защитными ограждениями разделительных полосах, в том числе на газонах, разделяющих транспортные потоки, и центральных частях перекрестков с круговым движением, за пределами границ коридора безопасности, определяемых в соответствии с требованиями к территориальному размещению рекламных конструкций, установленными приложением Г ГОСТ Р 52044-2003, а также с учётом положений п.5.3.4.

Примечание: Требование данного пункта (согласно ГОСТ Р 50597-2017) действительно до 01.07.2019.

5.3.4 Проезжая часть дорог и улиц, тротуары, пешеходные и велосипедные дорожки, посадочные площадки остановочных пунктов, разделительные полосы и обочины должны быть без посторонних предметов, в том числе предметов, не относящихся к элементам обустройства (рекламные конструкции любого вида, массивные предметы и т.п.).

Примечание: Требование данного пункта (согласно ГОСТ Р 50597-2017) действительно с 01.07.2019.

Посторонние предметы должны быть удалены:

- с проезжей части дорог и улиц, краевых полос у обочины и полос безопасности у разделительной полосы, тротуаров, с пешеходных и велосипедных дорожек, посадочных площадок остановочных пунктов в течение трех часов с момента обнаружения;
- с разделительных полос и обочин в течение трех суток с момента обнаружения.

Предметы, не относящиеся к элементам обустройства, должны быть удалены в течение двух часов с момента обнаружения.

5.3.5 Для обеспечения видимости не допускается устройство земляных валов, посадка деревьев и кустарников, установка наружной рекламы и других сооружений (кроме технических средств, устанавливаемых по ГОСТ Р 52289-2004) высотой более 0,5 м в зонах:

- треугольников видимости на нерегулируемых пересечениях и примыканиях дорог и улиц в одном уровне, а также на пешеходных переходах;
- срезки видимости на внутренней стороне кривых в плане дорог и улиц.

Примечание:

Треугольник видимости:

- для условий «транспорт-транспорт» размеры сторон равнобедренного треугольника для дорог при скорости движения 60 и 90 км/ч должны быть, соответственно, не менее 85 и 175 м, для улиц при скорости движения 40 и 60 км/ч — не менее 25 и 40 м;
- для условий «пешеход-транспорт» размеры сторон прямоугольного треугольника для дорог должны быть при скорости движения транспортных средств 60 и 90 км/ч, соответственно, 7х85 и 10х175 м для улиц при скорости движения транспортных средств 25 и 40 км/ч — не менее 8х40 и 10х50 м.

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

5.3.7 Значения фотометрических характеристик элементов изображения наружной рекламы и знаков информирования об объектах притяжения должны быть ниже на 25 % аналогичных характеристик дорожных знаков по ГОСТ Р 52290-2004.

5.3.8 Рекламная конструкция, площадь информационного поля которой составляет менее 4,5 м , расположенная под прямым углом к проезжей

части, должна быть установлена на расстоянии не менее 5 м от расположенного перед ней по ходу движения дорожного знака (светофора), если верхняя точка данной рекламной конструкции находится выше нижнего края дорожного знака (светофора).

5.4 Размещение знаков информирования об объектах притяжения по ГОСТ Р 52044-2003

5.4.1 Знаки информирования об объектах притяжения по ГОСТ Р 52044-2003, предназначены для информирования участников дорожного движения об объектах городской инфраструктуры и являются устройствами (щитами), относящимися к средствам наружной рекламы, так как информация, содержащаяся на этих знаках, обладает признаками рекламы.

5.4.2 Информация, содержащаяся на знаках информирования об объектах притяжения может включать в себя указание стрелкой направления движения и расстояния до указываемого объекта, номер телефона и адрес объекта, логотипы и торговые марки указываемого объекта, а также логотипы и торговые марки фирм, продукция которых представлена в указываемом объекте или осуществляется ее сервисное обслуживание.

5.4.3 Изображения знаков информирования об объектах притяжения приведены в приложении А, размеры знаков - в приложении Б.

5.4.4 Не допускается применять знаки информирования об объектах притяжения, изображения которых отличаются от приведенных в приложении А.

5.4.5 При размещении знаков информирования об объектах притяжения должны быть обеспечено выполнение тех же требований, что и при установке средств наружной рекламы.

5.5 Особенности размещения щитов с информацией об объектах притяжения участников движения, устанавливаемых совместно с информационными дорожными знаками по ГОСТ Р 52289-2004

5.5.1 Согласно п. 5.7.22 ГОСТ Р 52289-2004, допускается размещать информацию об объектах притяжения участников движения (служебное слово, название, направление движения, расстояние до объекта, пиктограмма или символ) совместно со знаками 6.9.1 «Предварительный указатель направлений», 6.9.2 «Предварительный указатель направления» , 6.10.1 «Указатель направлений» , 6.12 «Указатель расстояний» , при этом:

- ее размещают на отдельном щите непосредственно под знаком индивидуального проектирования;
- щит должен быть конструктивно связан со знаком индивидуального проектирования;
- ширина щита должна быть равна ширине знака;
- информацию размещают на желтом фоне;
- высота отдельного щита с информацией об объектах притяжения участников дорожного движения не должна превышать 1/3 высоты знака индивидуального проектирования с информацией об объектах притяжения при высоте прописных букв на знаке 200 мм и менее и 1/4 - при высоте прописных букв 250 мм и более;
- при изготовлении знака, совмещенного со щитом с информацией об объектах притяжения участников дорожного движения, применяют световозвращающие пленки типа В по ГОСТ Р 52290-2004 .

5.5.2 Щиты с информацией об объектах притяжения участников движения, должны соответствовать требованиям ГОСТ Р 52290-2004 и в процессе эксплуатации отвечать требованиям ГОСТ Р 50597-2017.

5.5.3 Учитывая, что согласно п. 3 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», «Распространение рекламы на знаке

дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается», информация, содержащаяся на знаках с информацией об объектах притяжения участников движения, не должна иметь признаков рекламы, установленных статьёй 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

5.5.4 К признакам рекламы относится информация, направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Таким образом, на знаках с информацией об объектах притяжения участников движения, размещаемых совместно с информационными знаками, запрещено размещать следующую информацию:

- наименование товара и средств его индивидуализации (в том числе товарный знак, логотип) независимо от указания или не указания вида товара, мест реализации данного товара, описания его свойств, характеристик и иных сведений (например, «Камаз», «Шоколад Аленка», «Мегафон - в салонах Связной»);

- наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя, средств индивидуализации юридического лица (согласно положениям главы 76, раздела VII «Гражданского кодекса Российской Федерации (часть четвертая)» от 18.12.2006 № 230-ФЗ), включая: названия, принадлежащих им торговых предприятий, независимо от указания или неуказания профиля деятельности; контактной информации; производимых или реализуемых товаров и иных сведений (например, «Аптека 36,6», «Автозаправочная станция ТНК-ВР», «36,6», «ТНК-ВР», «Гипермаркет Ашан - 2 км», «ИКЕА 150 м», «Парикмахерская Золушка, тел. ***-**-**») ;

- результаты интеллектуальной деятельности, в частности произведения науки, литературы и искусства; программы для электронных вычислительных машин; базы данных; изобретения и т.п.; - название любых

мероприятий (в том числе спортивных соревнований, концертов, конкурсов, фестивалей, основанных на риске играх, пари и т.п.), их описании, в том числе о месте и сроках проведения.

5.5.5 Щиты с информацией, имеющей признаки рекламы, установленные совместно со знаками 6.9.1 «Предварительный указатель направлений», 6.9.2 «Предварительный указатель направления», 6.10.1 «Указатель направлений», 6.12 «Указатель расстояний», согласно п. 5.1.1* ГОСТ Р 50597-2017, должны быть демонтированы в течение двух часов с момента их обнаружения, так как данные щиты не являются элементами обустройства, а относятся к средствам наружной рекламы, установленных в нарушение п. 3 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

6 Требования к конструкциям средств наружной рекламы.

6.1 Конструкции средств наружной рекламы должны отвечать требованиям Федерального закона от 30 декабря 2009 года № 384-ФЗ «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений», Технического регламента таможенного союза ТР ТС 014/2011 «Безопасность автомобильных дорог» и других нормативных документов, включая:

- СП 16.13330.2011 "СНиП II-23-81* "Стальные конструкции";
- СП 20.13330.2011 "СНиП 2.01.07-85* "Нагрузки и воздействия";
- СП 22.13330.2011 "СНиП 2.02.01-83* "Основания зданий и сооружений";
- СП 28.13330.2012 "СНиП 2.03.11-85 "Защита строительных конструкций от коррозии";
- СП 41.13330.2012 "СНиП 2.06.08-87 "Бетонные и железобетонные конструкции гидротехнических сооружений";

- СП 45.13330.2012 "СНиП 3.02.01-87 "Земляные сооружения, основания и фундаменты";
- СП 51.13330.2011 "СНиП 23-03-2003 "Защита от шума";
- СП 52.13330.2011 "СНиП 23-05-95* "Естественное и искусственное освещение".
- СП 64.13330.2011 "СНиП II-25-80 "Деревянные конструкции";
- СП 128.13330.2012 "СНиП 2.03.06-85 "Алюминиевые конструкции".

6.2 Согласно ГОСТ 27751-2014 «Надежность строительных конструкций и оснований. Основные положения», рекламные конструкции относятся к сооружениям класса КС-1, пониженного уровня ответственности, минимальное значение коэффициента надежности по ответственности – 0,8.

6.3 Средства наружной рекламы, устанавливаемые в пределах полос отвода и придорожных полос, подразделяются на следующие типы:

- стационарные – средства наружной рекламы, отдельно стоящие на земле или располагаемые на конструктивных элементах зданий, строений, сооружений, срок размещения которых не обусловлен их функциональным назначением и местом их установки;

- временные - рекламные конструкции, срок размещения которых обусловлен их функциональным назначением и местом установки (строительные сетки, ограждения строительных площадок, мест торговли и подобных мест, аналогичные технические средства) и составляет не более 12 месяцев.

6.4 В пределах полос отвода автомобильных дорог рекомендуется установка стационарных щитовых установок - отдельно стоящих на земле рекламных конструкций, имеющих внешние поверхности для размещения информации и состоящих из фундамента, стойки, каркаса и информационного поля.

6.5 Щитовые установки подразделяются по площади информационного поля одной стороны на следующие виды:

-билборды - щитовые рекламные конструкции среднего формата с информационным полем размером 6 м х 3 м с количеством сторон не более двух;

-суперборды и суперсайты - щитовые рекламные конструкции большого формата (15 м х 5 м - суперсайт, 12 м х 3 м, 12 м х 4 м - суперборд) с количеством сторон не более трех.

6.6 Щитовые конструкции могут иметь внутренний или внешний подсвет.

6.7 В качестве информационного поля щитовых конструкций могут использоваться электронные экраны (табло, видеоэкраны), предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов.

6.8 В пределах придорожных полос допускается размещение средств наружной рекламы всех типов и видов, при условии соответствия их характеристик требованиям законодательства Российской Федерации, техническим регламентам, а также техническим требованиям и условиям, выдаваемых владельцами автомобильных дорог.

6.9 Крепление элементов средств наружной рекламы должно обеспечивать их надежное соединение с опорной частью конструкции и выдерживать ветровую, снеговую, вибрационную и другие виды нагрузок.

6.10 Не допускается повреждение сооружений при креплении к ним средств наружной рекламы, а также снижение их прочности и (или) устойчивости.

6.11 Фундаменты стационарных средств наружной рекламы должны быть заглублены на 15-20 см ниже уровня грунта с последующим восстановлением газона на нем. Фундаменты опор не должны выступать над уровнем земли более чем на 5 см. Допускается размещение выступающих более чем на 5 см фундаментов опор на тротуаре при наличии бортового

камня или дорожных ограждений (по ГОСТ Р 52289-2004), если это не препятствует движению пешеходов и уборке улиц. При этом они должны быть декоративно-художественно оформлены по согласованию с владельцем автомобильной дороги.

6.12 Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т.п.), а также источники света, установленные отдельно от средств наружной рекламы, должны быть закрыты декоративными элементами.

6.13 Средства наружной рекламы не должны иметь видимых элементов соединений различных частей конструкций (торцевые поверхности конструкций, крепления осветительной арматуры, соединения с основанием).

6.14 Конструкции, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную видимую сторону.

6.15 В средствах наружной рекламы следует использовать осветительные приборы и электронные устройства (экраны, табло) промышленного изготовления, оборудованные системой аварийного отключения от сети электропитания и отвечающие требованиям электро- и пожаробезопасности. Осветительные приборы и электронные устройства, подключаемые к электросети, должны соответствовать требованиям «Правил устройства электроустановок», а их эксплуатация - требованиям «Правил эксплуатации и техники безопасности», «Правил технической эксплуатации электроустановок потребителей», «Межотраслевым правилам по охране труда (правила безопасности) при эксплуатации электроустановок».

6.16 При внутреннем или наружном освещении рекламы осветительные приборы и устройства должны быть установлены таким образом, чтобы исключить ослепление участников движения прямыми или отраженными световыми лучами.

7 Требования к изготовлению, монтажу, демонтажу и эксплуатации средств наружной рекламы.

7.1 Производство работ по установке и ликвидации средств наружной рекламы должно выполняться согласно проектной документации, получившей положительное заключение независимой экспертной организации после оформления в установленном порядке разрешительной документации.

7.2 Строительно-монтажные и электромонтажные работы по установке и эксплуатации средств наружной рекламы должны выполняться организациями, имеющими соответствующие разрешения на проведение таких работ.

7.3 Рекламораспространитель должен осуществлять эксплуатацию и содержание средств наружной рекламы и связанных с ней объектов в соответствии с договором с балансодержателем автомобильной дороги и требованиями нормативных документов.

7.4 При изготовлении конструкций средств наружной рекламы должно быть обеспечено выполнение всех технических, технологических и организационных требований, представленных в проектной и конструкторской документации. Все отступления, допущенные изготовителем конструкций, должны быть согласованы с проектной организацией, а в необходимых случаях с организацией проводившей экспертизу проектной документации.

7.5 Технологические процессы производства должны обеспечивать использование оборудования согласно их техническим характеристикам. Применяемые материалы должны иметь документы (сертификаты, паспорта), удостоверяющие качество материалов, применяемых для изготовления деталей конструкции.

7.6 Технология производства конструкций должна отвечать экологическим и противопожарным нормам Российской Федерации.

7.7 Изготовитель конструкции обязан оформить акты освидетельствования скрытых работ, документы о контроле качества сварных соединений, а также акты промежуточной приемки ответственных узлов конструкции.

7.8 Изготовитель конструкции обязан разработать инструкцию по сборке изделия на месте монтажа в случае необходимости строгого соблюдения порядка сборки.

7.9 При монтаже и наладке конструкций должно быть обеспечено выполнение всех требований к данным процессам, изложенным в проектной документации, предприняты меры по обеспечению безопасного проведения всех видов работ.

7.10 Все конструкции и их элементы, закрываемые в процессе последующего производства работ (подготовленные основания конструкций, арматура, закладные изделия и др.), а также правильность установки и закрепления опалубки и поддерживающих её элементов должны быть приняты с оформлением соответствующих актов.

7.11 При выполнении работ по монтажу и обслуживанию средств наружной рекламы должны быть соблюдены требования по обеспечению безопасности дорожного движения в местах производства дорожных работ.

7.12 Средства наружной рекламы следует устанавливать с учетом проектов организации дорожного движения и расположения технических средств организации дорожного движения, входящих в состав проектной документации.

7.13 Техническое состояние средств наружной рекламы не должно снижать безопасность дорожного движения, сохранность автомобильной дороги и ее элементов.

7.14 Перед началом монтажа конструкции и места их установки подлежат проверке с оформлением соответствующих документов:

- готовность основания или фундамента для монтажа рекламной конструкции и восприятия нагрузок от нее:

- обеспечение необходимой защиты площадки монтажа от проникновения посторонних лиц в зону проведения работ, наличие необходимых контуров безопасности, наличие ограждений опасной зоны и предупреждающих знаков;
- безопасность применяемого оборудования, техники и монтажно-сборочных процессов с привлечением аттестованного персонала на специальные виды работ;
- комплектность оборудования рекламной конструкции;
- наличие необходимых мер по безопасной установке рекламной конструкции на подготовленную площадку или фундаменты с обеспечением необходимой устойчивости от опрокидывания;
- наличие доступа к рекламной конструкции аварийным службам;
- соответствие узлов и деталей рекламной конструкции проектной, технологической и монтажной документациям с составлением соответствующих актов.

7.15 Узлы и детали рекламной конструкции, имеющие видимые повреждения или деформации, не подлежат монтажу до устранения дефектов.

7.16 Производитель работ обязан оформить акты освидетельствования скрытых работ, документы о контроле качества сварных соединений.

7.17 При монтаже электрооборудования должны соблюдаться следующие условия:

- характеристики электрооборудования не должны ухудшаться в процессе монтажа;
- защитный и нулевой рабочий проводники электрооборудования должны иметь соответствующую цветовую или иную маркировку зажимов. Эти же проводники в гибких шнурах и кабелях должны иметь цветовую или цифровую маркировку;

- соединения между самими проводниками, а также между проводниками и другим электрооборудованием должны выполняться таким образом, чтобы обеспечивался безопасный и надежный контакт;
- условия охлаждения электрооборудования должны быть выбраны таким образом, чтобы была обеспечена нормальная работа электрооборудования.

7.18 Перед вводом в эксплуатацию электроустановки должны быть осмотрены и испытаны:

- должно быть проверено сопротивление изоляции проводов и кабелей;
- должно быть проверено наличие заземления корпуса (каркаса) электроустановки. Замеренное сопротивление должно быть не более 0,5 Ом;
- должно быть проверено наличие защиты нагревающихся частей электроустановки от непредусмотренного соприкосновения с другими частями изделия, а также от случайного соприкосновения обслуживающего персонала или животных.

7.19 При вводе в эксплуатацию рекламораспространитель обязан оформить технический паспорт рекламной конструкции.

Технический паспорт на установку и эксплуатацию рекламной конструкции должен содержать следующую информацию:

- фотомонтаж места установки и эксплуатации рекламной конструкции с размещенным на нем дизайн-макетом конструкции;
- карту (схему) размещения рекламной конструкции;
- фотографию места установки и эксплуатации рекламной конструкции;
- перечень согласующих (заинтересованных) организаций и отметки о выдаче ими согласования на установку по месту размещения;
- отметку администрации соответствующего муниципального образования о выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

7.20 По средствам наружной рекламы, допущенным к эксплуатации, рекламораспространителем должно быть определено приказом лицо,

ответственное за техническое состояние вверенных ему объектов (ответственный за эксплуатацию). К эксплуатации рекламных конструкций могут быть привлечены специализированные организации, имеющие право выполнять соответствующие виды работ.

7.21 Ответственный за эксплуатацию обязан обеспечить:

- содержание конструкции в работоспособном состоянии;
- своевременное и качественное проведение технического обслуживания, ремонта и обследований;
- надежность работы и безопасность эксплуатации конструкции;
- охрану окружающей среды при эксплуатации конструкции;
- учет, анализ и расследование нарушений в работе узлов, механизмов и принятие мер по устранению причин их возникновения;
- безопасное проведение ремонтно-восстановительных и других работ, включая ограждение мест проведения работ и использование страховочных приспособлений;
- учет электрической энергии;
- проведение необходимых испытаний электрооборудования;
- выполнение предписаний государственных надзорных органов.

7.22 При проведении технического обслуживания и ремонта рекламных конструкций в соответствии с проектной и эксплуатационной документацией, оформляются акты о произведенных работах, изменениях. Производятся необходимые записи в техническом паспорте. Данные документы хранятся на протяжении всего срока эксплуатации средства наружной рекламы до вывода её из эксплуатации.

7.23 В период эксплуатации средств наружной рекламы должны выполняться их обследования. Виды обследований, их периодичность и состав работ должны быть указаны в проектной документации.

7.24 Обследования средств наружной рекламы должны включать:

- проверку состояния и степень повреждения конструкции вследствие механических, температурных, коррозионных и иных воздействий;

- проверку состояния электроустановки конструкции и соответствия ее нормативным документам;

- инженерные расчеты конструкции и электроустановки на основании их фактических параметров (в случае наличия дефектов, либо при отсутствии проектной документации).

7.25 По результатам обследования должно быть составлено экспертное заключение (технический отчёт), содержащее краткое описание имеющихся отклонений и выводы о возможности дальнейшей эксплуатации рекламной конструкции.

7.26 Один экземпляр заключения или технического отчёта должен быть передан владельцу автомобильной дороги в срок не более 3-календарных дней с момента получения документа, а в случае аварийной ситуации – в день получения документа.

7.27 Вывод рекламной конструкции из эксплуатации осуществляется на основании:

- решения рекламораспространителя;

- истечения срока службы рекламной конструкции или срока действия контракта на размещение средства наружной рекламы, находящейся в полосе отвода автомобильной дороги;

- предписания органа местного самоуправления самостоятельно или на основании обращения владельца автомобильной дороги в связи с нарушениями условий эксплуатации, связанными с угрозой для жизни или здоровья граждан, имущества физических или юридических лиц, государственного или муниципального имущества, а также в случае размещения средства наружной рекламы на незаконных основаниях.

7.28 Эксплуатацию знаков информирования об объектах притяжения проводят в соответствии с ГОСТ Р 50597-2017.

7.29 Средства наружной рекламы не должны эксплуатироваться без информационных сообщений.

7.30 Рекламораспространитель обязан восстановить благоустройство территории после установки (демонтажа) средства размещения наружной рекламы. Демонтаж средств размещения наружной рекламы необходимо проводить вместе с их фундаментом.

8 Проектная документация на устройство средств наружной рекламы.

8.1 Проектная документация на устройство средств наружной рекламы должна быть разработана в соответствии с требованиями действующих нормативно-правовых актов и нормативно-технических документов Российской Федерации, а также согласно техническим требованиям и условиям, выдаваемых федеральным органом исполнительной власти, на балансе которого находится федеральная автомобильная дорога общего пользования (рекомендуемый состав упомянутых технических требований и условий представлен в разделе 9).

8.2 Проектная документация на устройство средств наружной рекламы должна пройти экспертизу в специализированных организациях, имеющих право на проведение таких работ.

8.3 Рекламораспространитель при внесении дополнений и/или изменений в проектную документацию, ранее получившую положительное заключение экспертизы, должен получить согласие организации, проводившей её экспертизу.

8.4 Проектные решения по устройству средств наружной рекламы должны быть основаны на результатах инженерных изысканий.

8.5 Проектная документация должна включать в себя:

- общую пояснительную записку;

- технические условия на устройство средства наружной рекламы, выданные федеральным органом исполнительной власти, на балансе которого находится федеральная автомобильная дорога общего пользования;

- материалы согласований с заинтересованными физическими и юридическими лицами (владельцы коммуникаций, землепользователи, органы исполнительной власти и пр.);

- план места расположения наружной рекламы с привязкой к километражу автомобильной дороги (улицы);

- проект организации дорожного движения на период устройства и эксплуатации средства наружной рекламы;

- схему расположения технических средств организации дорожного движения;

- материалы по обоснованию размещения средства наружной рекламы;

- рабочие чертежи средства наружной рекламы и его фундамента;

- спецификации материалов, изделий и конструкций;

- схему расположения осветительных устройств с указанием параметров источников освещения и схему подводки электроэнергии;

- световой режим работы средства наружной рекламы, параметры световых и осветительных устройств;

- информацию об издаваемых средством наружной рекламы звуковых сигналах и их мощности;

- инженерные расчеты конструкций;

- справку о соответствии средства наружной рекламы требованиям технических регламентов, экологических, санитарных, противопожарных и других нормативов;

- проект организации строительства, содержащий информацию о технологии и организации производства работ, включая сведения о необходимости занятия обочин, полосы отвода и придорожной полосы автомобильной

дороги, введения временного ограничения движения автомобильного транспорта;

- руководство по эксплуатации средства наружной рекламы, содержащее информацию: о составе и периодичности работ, связанных с содержанием объекта и места его размещения; о составе и периодичности работ по обследованиям объекта; рекомендации по устранению возможных неисправностей объекта, а также другую информацию, позволяющую поддерживать средство наружной рекламы в работоспособном состоянии и предотвращать аварийные ситуации, связанные со средством наружной рекламы;

- рекомендации по утилизации средства наружной рекламы и ее составных частей, включающие в себя: перечень элементов, требующих специальных приемов утилизации, в том числе аккумуляторов, элементов, содержащих ртуть и другие ядовитые вещества, люминесцентных ламп, элементов, содержащих драгметаллы, изделий из стекла, резинотехнических изделий, изделий из полиэтилена, пенопласта, пенополиуретана и других неорганических материалов, изделий из цветных металлов, жидких компонентов; указания по утилизации каждого из компонентов перечня, с выделением тех, которые утилизируются только специализированными организациями; указания по методике демонтажа конструкции, обеспечивающей безопасность и экологическую чистоту работ, в том числе указания по демонтажу крупных, тяжелых или специфически установленных элементов, порядок слива из механизмов конструкции смазочных материалов и технических жидкостей, способы удаления остатков строительного мусора;

- разделы: «Противопожарные мероприятия»; «Охрана окружающей природной среды».

9 Рекомендуемый состав технических требований и условий для устройства средств наружной рекламы

9.1 Технические требования и условия для устройства средств наружной рекламы выдаются федеральным органом исполнительной власти, на балансе которого находится федеральная автомобильная дорога общего пользования.

9.2 В случае размещения средств наружной рекламы в пределах придорожных полос автомобильных дорог, технические требования и условия включаются в состав согласия, выдаваемого в письменной форме владельцем автомобильной дороги (п.8 Приказа Минтранса РФ от 13.01.2010 № 4).

9.3 В случае размещения средств наружной рекламы в пределах полос отвода автомобильных дорог, технические требования и условия могут включаться в состав договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций или выдаваться на основании письменного обращения рекламораспространителя.

9.4 Обращение рекламораспространителя в адрес владельца автомобильной дороги общего пользования, касающееся выдачи им технических требований и условий на устройство средства наружной рекламы в пределах придорожной полосы, должно содержать:

а. общую информацию о рекламораспространителе и средстве наружной рекламы;

б. основные сведения об участке автомобильной дороги, в пределах которого планируется разместить средство наружной рекламы (категория, количество полос движения, ширина полос движения, ширина земляного полотна, ширина разделительной полосы);

в. план участка федеральной автомобильной дороги (в масштабе не менее М 1: 25000), протяжённостью не менее 1000 м в каждую сторону от места размещения средства наружной рекламы;

г. заверенную копию схемы размещения рекламных конструкций, утверждённую органом местного самоуправления городского округа или муниципального района;

д. прочую техническую информацию, касающуюся участка автомобильной дороги в месте размещения средства наружной рекламы (архивные материалы, материалы инженерных изысканий, материалы сбора исходных данных для проектирования, информация о землепользователях, инженерных коммуникациях, зданиях и сооружениях) (при наличии).

9.5 После рассмотрения обращения рекламораспространителя, федеральным органом исполнительной власти выдаются технические условия на устройство средства наружной рекламы, либо мотивированный отказ от их выдачи.

9.6 В технические требования и условия на устройство средства наружной рекламы рекомендуется включать:

а. Общую информацию, касающуюся средства наружной рекламы:

- наименование федерального органа исполнительной власти, выдавшего технические условия;
- наименование рекламораспространителя, которому выданы технические условия;
- наименование и местоположение средства наружной рекламы;
- наименование федеральной автомобильной дороги общего пользования.

б. Перечень исходных данных, предоставляемых федеральным органом исполнительной власти, для проектирования устройства средства наружной рекламы:

- имеющиеся материалы инженерных изысканий, обследований и диагностик, паспорт автомобильной дороги, сведения о дорожно-транспортных происшествиях, сведения о памятниках истории, археологии, культуры, территориях с особым статусом (заповедники, заказники, национальные парки и т.п.), сведения о существующей застройке, подземных и наземных коммуникациях и сооружениях и пр.;
- имеющиеся утвержденные материалы документации по планировке территории;

- сведения о существующих и перспективных технических параметрах участка федеральной автомобильной дороги, возле которого планируется разместить средство наружной рекламы (категория дороги, расчетная скорость, число полос движения, ширина полос движения, ширина земляного полотна, ширина разделительной полосы, наличие освещения автомобильной дороги и пр.);
- местоположение участка федеральной автомобильной дороги, в пределах которого допускается разместить средство наружной рекламы.

в. Перечень инженерных изысканий, подлежащих обязательному выполнению для обоснования проектных решений по устройству средства наружной рекламы.

Виды, объемы и методы проведения изысканий должны отвечать требованиям технических регламентов и обеспечивать возможность обоснования параметров проектируемого объекта.

г. Перечень требований, которые необходимо учесть при проектировании, строительстве и эксплуатации средства наружной рекламы:

- требования к организациям, осуществляющим проектные и изыскательские работы;
- требования по согласованию местоположения объекта федеральным органом исполнительной власти;
- требования по получению технических условий субъектов хозяйствования, чьи интересы затрагивает проектируемый объект;
- требования о необходимости разработки и утверждения в установленном законом порядке проекта планировки и проекта межевания территории;
- требования к перечню и оформлению необходимых правоустанавливающих документов и разработке земельно-кадастровой документации;
- требования по разграничению зон ответственности в пределах места размещения объекта между исполнительным органом федеральной власти и рекламораспространителем;

- требования к обоснованию вида, типа и генеральных параметров объекта;
- требования к проектным решениям, касающихся безопасности дорожного движения, включая требования к элементам обустройства автомобильной дороги;
- требования к обеспечению сохранности или переустройству инженерных коммуникаций, зданий и сооружений, расположенных в пределах полосы отвода федеральной автодороги;
- требования к противопожарным мероприятиям;
- требования к сохранности системы водоотвода автомобильной дороги;
- требования к производству строительных работ в полосе отвода федеральной автодороги (условиям размещения временных зданий и сооружений, подъемно-транспортных машин и механизмов, мест складирования строительных материалов и изделий, устройству объездных и подъездных дорог и пр.);
- требования к выполнению природоохранных мероприятий;
- требования к рекультивации временно занимаемых земель;
- архитектурные требования;
- требования к содержанию и оформлению проектной и рабочей документации;
- требования к согласованиям проектных решений, а также проектной и рабочей документации с заинтересованными юридическими и физическими лицами, а также органами госнадзора;
- требования, подлежащие выполнению в период эксплуатации объекта.

10 Юридические условия оформления имущественно-правовых отношений в целях размещения средств наружной рекламы

10.1 Общие положения

10.1.1 Установка и эксплуатация рекламных конструкций осуществляется только в соответствии с требованиями Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

10.1.2 Согласно Статьи 15 и Статьи 16 Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 № 131-ФЗ, органы местного самоуправления муниципальных районов и городских округов обладают следующими полномочиями в части установки и эксплуатации рекламных конструкций:

Статья 15. Вопросы местного значения муниципального района.

«15.1) утверждение схемы размещения рекламных конструкций, выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории муниципального района, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже самовольно установленных рекламных конструкций на территории муниципального района, осуществляемые в соответствии с Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе"».

Статья 16. Вопросы местного значения городского округа.

«26.1) утверждение схемы размещения рекламных конструкций, выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории городского округа, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже самовольно установленных рекламных конструкций на территории городского округа, осуществляемые в соответствии с Федеральным законом "О рекламе";»

10.1.3 Согласно Статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»:

«5_8. Органы местного самоуправления муниципальных районов или городских округов утверждают схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности

субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности. Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. Схема размещения рекламных конструкций должна соответствовать документам территориального планирования и обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности и содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат предварительному согласованию с уполномоченным органом исполнительной власти соответствующего субъекта Российской Федерации в порядке, установленном высшим исполнительным органом государственной власти данного субъекта Российской Федерации. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат опубликованию (обнародованию) в порядке, установленном для официального опубликования (обнародования) муниципальных правовых актов, и размещению на официальном сайте органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Для целей настоящей статьи под информационным полем рекламной конструкции понимается часть рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы.»

Таким образом, требуемая законодательством РФ информация о средствах наружной рекламы, размещаемых в пределах полос отвода автомобильных дорог общего пользования, должна быть включена в схемы размещения рекламных конструкций, утверждаемых органами местного самоуправления

муниципальных районов или городских округов, на территориях которых располагаются данные автомобильные дороги.

10.1.4 Размещение объектов дорожного и придорожного сервиса соответственно в границах полосы отвода и придорожной полосы автомобильных дорог общего пользования, а также на земельных участках, находящихся вне этих полос, но требующих специального доступа к ним, должно осуществляться в соответствии с документацией по планировке территории (п. 5.1.1 ГОСТ 33062-2014).

10.1.5 Порядок демонтажа (ликвидации) рекламных конструкций установленных незаконно должен осуществляться согласно положениям Статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»:

«10. Установка и эксплуатация рекламной конструкции без разрешения, срок действия которого не истек, не допускаются. В случае установки и (или) эксплуатации рекламной конструкции без разрешения, срок действия которого не истек, она подлежит демонтажу на основании предписания органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа, на территориях которых установлена рекламная конструкция.

21. Владелец рекламной конструкции обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции в течение месяца со дня выдачи предписания органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа о демонтаже рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения, срок действия которого не истек, а также удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции, в течение трех дней со дня выдачи указанного предписания.

21_1. Если в установленный срок владелец рекламной конструкции не выполнил указанную в части 21 настоящей статьи обязанность по демонтажу рекламной конструкции или владелец рекламной конструкции

неизвестен, орган местного самоуправления муниципального района или орган местного самоуправления городского округа выдает предписание о демонтаже рекламной конструкции собственнику или иному законному владельцу недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, за исключением случая присоединения рекламной конструкции к объекту муниципального имущества или к общему имуществу собственников помещений в многоквартирном доме при отсутствии согласия таких собственников на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, обязан демонтировать рекламную конструкцию в течение месяца со дня выдачи соответствующего предписания. Демонтаж, хранение или в необходимых случаях уничтожение рекламной конструкции осуществляется за счет собственника или иного законного владельца недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция. По требованию собственника или иного законного владельца данного недвижимого имущества владелец рекламной конструкции обязан возместить этому собственнику или этому законному владельцу необходимые расходы, понесенные в связи с демонтажем, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции.

21_2. Если в установленный срок собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, не выполнил указанную в части 21 настоящей статьи обязанность по демонтажу рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец данного недвижимого имущества неизвестен, демонтаж рекламной конструкции, ее хранение или в необходимых случаях уничтожение осуществляется за счет средств местного бюджета. По требованию органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа владелец рекламной

конструкции либо собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, обязан возместить необходимые расходы, понесенные в связи с демонтажем, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции.

22. Решение о выдаче предписания о демонтаже рекламной конструкции, демонтаж рекламной конструкции могут быть обжалованы в суд или арбитражный суд в течение трех месяцев со дня получения соответствующего предписания или со дня демонтажа рекламной конструкции.

22_1. 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 (часть дополнительно включена с 25 июля 2007 года Федеральным законом от 21 июля 2007 года № 193-ФЗ).»

Таким образом, согласно действующего законодательства, полномочиями по выдаче предписаний для демонтажа незаконно установленных рекламных конструкций, наделены органы местного самоуправления.

Владельцы автомобильных дорог общего пользования вправе обращаться в органы местного самоуправления с просьбой о выдаче предписаний владельцам установленных незаконно рекламных конструкций с целью демонтажа (ликвидации) указанных конструкций.

Процедура освидетельствования незаконно установленных конструкций, составления и направления обращения в органы местного самоуправления,

для выдачи ими предписания о демонтаже рекламных конструкций, должна быть прописана в соответствующих административных регламентах организации, являющейся владельцем автомобильной дороги.

10.2 Особенности условий оформления имущественно-правовых отношений в целях размещения средств наружной рекламы в пределах придорожных полос

10.2.1 Средства наружной рекламы, предназначенные и (или) используемые для размещения (распространения) рекламы, расположенные в придорожной полосе автомобильной дороги федерального значения, относятся к объектам придорожного сервиса (п. 3.17 ГОСТ 33062-2014).

10.2.2 Строительство, реконструкция в границах придорожных полос автомобильной дороги федерального значения установка рекламных конструкций, информационных щитов и указателей допускаются: при наличии согласия, выданного в письменной форме владельцем автомобильной дороги, содержащего обязательные для исполнения технические требования и условия (п.8 Приказа Минтранса РФ от 13.01.2010 № 4).

10.2.3 Проекты технических требований и условий в части установки и эксплуатации рекламных конструкций для информирования участников дорожного движения о наличии объектов придорожной инфраструктуры вдоль автомобильных дорог общего пользования федерального значения подлежат согласованию с Федеральным дорожным агентством (Письмо Росавтодора (Федерального дорожного агентства) от 29 августа 2017 года № 01-28/30655 «О согласовании проектов технических требований и условий»).

10.3 Особенности условий оформления имущественно-правовых отношений в целях размещения средств наружной рекламы в пределах полос отвода

10.3.1 Комплекс мероприятий по установке и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения осуществляется на основании распоряжения Федерального дорожного агентства от 24.10.2016 № 2192-р «Об организации работы при выполнении мероприятий по установке и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения» разработанного на основании: Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»; Технического регламента Таможенного союза 014/2011 «Безопасность автомобильных дорог»; ГОСТ 33027-2014 «Дороги автомобильные общего пользования. Требования к размещению средств наружной рекламы»; ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения».

10.3.2 Предоставление возможности вести рекламную деятельность в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения должно осуществляться на конкурсной основе согласно Федерального закона от 05.04.2013 N 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» и Федерального закона от 21.07.2005 N 115-ФЗ «О концессионных соглашениях».

Конкурентными способами определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей) являются:

- конкурсы (открытый конкурс, конкурс с ограниченным участием, двухэтапный конкурс, закрытый конкурс, закрытый конкурс с ограниченным участием, закрытый двухэтапный конкурс);

- аукционы (аукцион в электронной форме, закрытый аукцион), запрос котировок, запрос предложений.

Под конкурсом понимается способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя), при котором победителем признается участник закупки, предложивший лучшие условия исполнения контракта.

Под аукционом понимается способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя), при котором победителем признается участник закупки, предложивший наименьшую цену контракта.

Реализация проектов по установке и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения может быть реализована как на основе аукционов; так и на основе открытых конкурсов, включающих не только ценовые, но и квалификационные критерии.

10.3.3 Согласно Статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»:

«5_1. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется на основе торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых органами государственной власти, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в соответствии с законодательством Российской Федерации. Форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти или представительными органами муниципальных образований. Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке,

который находится в государственной собственности, муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, после утверждения в соответствии с частью 5_8 настоящей статьи схем размещения рекламных конструкций проводятся органом государственной власти, органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа либо уполномоченной ими организацией только в отношении рекламных конструкций, указанных в данных схемах.».

Порядок расчёта годового размера платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции представлен в Приложении В.

Примерная форма договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, размещаемых на земельных участках в полосе отвода автомобильной дороги общего пользования федерального значения представлена в Приложении Г.

10.3.4 После заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в полосе отвода автомобильной дороги общего пользования федерального значения, владелец размещаемой рекламной конструкции обязан заключить с Учреждением соглашение об установлении сервитута * на земельный участок, необходимый для размещения рекламной конструкции. (п 4.3 Распоряжения Минтранса РФ от 24 октября 2016 г. N 2192-р «Об организации работы при выполнении мероприятий по установке и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения», п. 4 ст. 25 Федерального закона от 08 ноября 2007года № 257-ФЗ Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в Российской Федерации и о внесении

изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (с изменениями на 5 декабря 2017 года).

Примерная форма соглашения об установлении частного сервитута в отношении земельных участков в границах полосы отвода автомобильной дороги, представлена в приложении Д.

Примечание:

* - Соглашения об установлении сервитутов подлежат заключению до внесения изменений в Федеральный закон от 08.11.2007 № 257-ФЗ «Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» в части установки и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения без заключения договора об установлении сервитута, при условии проведения торгов, предметом которых является право на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения.

10.3.5 В целях установки и эксплуатации рекламных конструкций, допускается на земельном участке установление частных сервитутов в порядке, установленном гражданским законодательством и земельным законодательством. Земельные участки для установки и эксплуатации рекламных конструкций в границах полосы отвода автомобильной дороги федерального значения предоставляются федеральным дорожным агентством или Государственной компанией "Российские автомобильные дороги" в случае, если автомобильные дороги переданы ей в доверительное управление. (п. 4, ст. 25 Федерального закона от 08 ноября 2007года № 257-ФЗ Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (с изменениями на 5 декабря 2017 года).

10.3.6 Полномочия собственника земельных участков в границах полос отвода автомобильных дорог (за исключением частных автомобильных дорог) при заключении соглашений об установлении

частных сервитутов осуществляют владельцы автомобильных дорог. При этом прекращение права постоянного (бессрочного) пользования данными земельными участками не требуется. (п. 4-1, статьи 25 Федерального закона от 08 ноября 2007года № 257-ФЗ Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (с изменениями на 5 декабря 2017 года).

10.3.7 Собственник объекта недвижимости, обремененного сервитутом, вправе требовать соразмерную плату от лиц, в интересах которых он установлен (п. 5 ст. 274 Федерального закона от 30 ноября 1994 № 51-ФЗ Гражданский кодекс Российской Федерации (с изменениями на 29 декабря 2017 года) и п. 6 ст. 23 Федерального закона от 25 октября 2001 № 136-ФЗ Земельный кодекс Российской Федерации (с изменениями на 31 декабря 2017 года).

10.3.8 Величина соразмерной платы за сервитут определяется как размер убытков, которые причинены собственнику земельного участка или иного объекта недвижимости, обремененного сервитутом, в связи с ограничением его прав в результате установления сервитута и рассчитывается организацией, имеющей полномочия на проведение независимой оценочной деятельности (29.07.1998 N 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации»).

10.3.9 Реализация проектов по установке и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения может быть реализовано в рамках ФЗ «О концессионных соглашениях». В соответствии с пунктом 1, статьи 4 объектом концессионного соглашения могут быть автомобильные дороги или участки автомобильных дорог, защитные дорожные сооружения, искусственные дорожные сооружения, производственные объекты, то есть объекты, используемые при капитальном ремонте, ремонте, содержании

автомобильных дорог, элементы обустройства автомобильных дорог (в том числе остановочные пункты), объекты, предназначенные для взимания платы (в том числе пункты взимания платы), объекты дорожного сервиса.

10.3.10 Реализация проектов по установке и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения может быть реализовано в рамках ФЗ «О концессионных соглашениях». В соответствии с которым объектом концессионного соглашения могут быть автомобильные дороги или участки автомобильных дорог, защитные дорожные сооружения, искусственные дорожные сооружения, производственные объекты, то есть объекты, используемые при капитальном ремонте, ремонте, содержании автомобильных дорог, элементы обустройства автомобильных дорог (в том числе остановочные пункты), объекты, предназначенные для взимания платы (в том числе пункты взимания платы), объекты дорожного сервиса.

Сторонами концессионного соглашения являются концедент и концессионер. В соответствии с Федеральным законом «О концессионных соглашениях» под ними понимаются:

- концедент – Российская Федерация, от имени которой выступает Правительство Российской Федерации или уполномоченный им федеральный орган исполнительной власти, либо субъект Российской Федерации, от имени которого выступает орган государственной власти субъекта Российской Федерации, либо муниципальное образование, от имени которого выступает орган местного самоуправления;

- концессионер – индивидуальный предприниматель, российское или иностранное юридическое лицо либо действующие без образования юридического лица по договору простого товарищества два и более указанных юридических лица.

Таким образом в качестве концедента может выступать ФКУ, а в качестве концессионера – рекламораспространитель.

По концессионному соглашению концессионер должен будет за свой счет создать и (или) реконструировать рекламные конструкции в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения в соответствии с заключенным концессионным соглашением. При этом право собственности на рекламные конструкции будет принадлежать концеденту. Концессионер должен будет осуществлять деятельность с использованием (эксплуатацией) рекламных конструкций, а концедент обязуется предоставить концессионеру на срок, установленный этим соглашением, права владения и пользования рекламными конструкциями для осуществления рекламной деятельности.

В ходе исполнения концессионного соглашения концессионер обязан:

1) осуществить в установленные концессионным соглашением сроки создание и (или) реконструкцию рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения и приступить к их эксплуатации;

2) эксплуатировать рекламные конструкции в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения в целях и в порядке, которые установлены концессионным соглашением;

3) осуществлять деятельность, предусмотренную концессионным соглашением, и не прекращать (не приостанавливать) эту деятельность без согласия концедента, за исключением отдельных случаев, установленных законодательством;

4) обеспечивать при осуществлении рекламной деятельности, предусмотренной концессионным соглашением, возможность получения потребителями соответствующих товаров, работ, услуг;

5) предоставлять потребителям установленные федеральными законами, законами субъекта Российской Федерации, нормативными правовыми актами органа местного самоуправления льготы, в том числе льготы по оплате

товаров, работ, услуг, в случаях и в порядке, которые установлены концессионным соглашением;

6) поддерживать рекламные конструкции в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения в исправном состоянии, проводить за свой счет текущий ремонт и капитальный ремонт, нести расходы на содержание объекта, если иное не установлено концессионным соглашением.

Продукция и доходы, полученные концессионером в результате осуществления рекламной деятельности, предусмотренной концессионным соглашением, являются собственностью концессионера. Однако в концессионном соглашении может содержаться распределение доходов между концедентом и концессионером.

Концессионер несет риск случайной гибели или случайного повреждения рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения с момента передачи ему этого объекта. Концессионным соглашением на концессионера может быть возложена обязанность осуществить за свой счет страхование риска случайной гибели и (или) случайного повреждения рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения.

Срок действия концессионного соглашения устанавливается концессионным соглашением с учетом срока создания и (или) реконструкции рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения, объема инвестиций в создание и (или) реконструкцию рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения, срока окупаемости таких инвестиций, срока получения концессионером объема валовой выручки, определенных концессионным соглашением, срока исполнения других обязательств концессионера и (или) концедента по

концессионному соглашению. Срок действия концессионного соглашения может быть продлен, но не более чем на пять лет.

Концессионным соглашением предусматривается плата, вносимая концессионером концеденту в период использования (эксплуатации) рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения. Внесение концессионной платы может предусматриваться как в течение всего срока использования (эксплуатации) объекта концессионного соглашения, так и в течение отдельных периодов такого использования (эксплуатации). Размер концессионной платы, форма, порядок и сроки ее внесения устанавливаются концессионным соглашением в соответствии с решением о заключении концессионного соглашения.

Концессионная плата в соответствии с законодательством может быть установлена в форме:

1) определенных в твердой сумме платежей, вносимых периодически или единовременно в бюджет соответствующего уровня;

2) установленной доли доходов, полученных концессионером в результате осуществления рекламной деятельности;

3) передачи концеденту в собственность имущества, находящегося в собственности концессионера.

Концессионным соглашением может предусматриваться сочетание указанных выше форм концессионной платы. Приоритетными с точки зрения концедента является сочетание первой или второй формы концессионной платы с третьей.

При исполнении концессионного соглашения концедент вправе осуществлять контроль за соблюдением концессионером условий концессионного соглашения.

Концедент обязан передать в установленный концессионным соглашением срок концессионеру объект концессионного соглашения и (или) иное

передаваемое концедентом концессионеру по концессионному соглашению имущество.

Концедент осуществляет контроль за соблюдением концессионером условий концессионного соглашения по созданию и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения.

При этом концедент не вправе:

1) вмешиваться в осуществление хозяйственной деятельности концессионера;

2) разглашать сведения, отнесенные концессионным соглашением к сведениям конфиденциального характера или являющиеся коммерческой тайной.

Это обеспечивает свободу предпринимательской деятельности для рекламораспространителя.

Земельный участок, на котором располагаются рекламные конструкции в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения предоставляются концессионеру в аренду (субаренду) или на ином законном основании в соответствии с земельным законодательством на срок действия концессионного соглашения. Договор аренды (субаренды) земельного участка должен быть заключен с концессионером не позднее чем через шестьдесят рабочих дней со дня подписания концессионного соглашения, если иные сроки не установлены конкурсной документацией.

Концессионное соглашение заключается путем проведения конкурса на право заключения концессионного соглашения. Конкурс на право заключения концессионного соглашения может быть двух типов:

1) открытый (заявки на участие в конкурсе могут представлять любые лица);

2) закрытым (заявки на участие в конкурсе могут представлять лица, которым направлены приглашения принять участие в таком конкурсе в соответствии с решением о заключении концессионного соглашения).

Для целей установки и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения целесообразно проводить открытый конкурс. Это объясняется тем, что закрытый конкурс проводится только в случае, если концессионное соглашение заключается в отношении объекта, сведения о котором составляют государственную тайну, а также объекта концессионного соглашения, имеющего стратегическое значение для обеспечения обороноспособности и безопасности государства.

При проведении открытого конкурса информация и протоколы конкурсной комиссии подлежат размещению на официальном сайте в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для размещения информации о проведении торгов, определенном Правительством Российской Федерации. Информация о проведении открытого конкурса должна быть доступна для ознакомления любым лицам без взимания платы.

Решением о заключении концессионного соглашения устанавливаются:

1) условия конкурса;

2) критерии конкурса и параметры критериев конкурса;

3) вид конкурса (открытый конкурс);

5) срок опубликования в официальном издании, размещения на официальном сайте в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" сообщения о проведении открытого конкурса;

6) орган, уполномоченный концедентом на:

а) утверждение конкурсной документации, внесение изменений в конкурсную документацию, за исключением устанавливаемых в соответствии с решением о заключении концессионного соглашения положений конкурсной документации;

б) создание конкурсной комиссии по проведению конкурса (далее - конкурсная комиссия), утверждение персонального состава конкурсной комиссии.

Конкурсная документация должна содержать:

1) условия конкурса;

2) состав и описание объекта концессионного соглашения;

3) требования, которые предъявляются к участникам конкурса, в соответствии с которыми проводится предварительный отбор участников конкурса;

4) критерии конкурса и установленные параметры критериев конкурса;

5) исчерпывающий перечень документов и материалов и формы их представления заявителями, участниками конкурса, в том числе документов и материалов, подтверждающих:

а) соответствие заявителей требованиям, установленным конкурсной документацией и предъявляемым к участникам конкурса;

б) соответствие заявок на участие в конкурсе и конкурсных предложений требованиям, установленным конкурсной документацией;

в) информацию, содержащуюся в конкурсном предложении;

6) срок опубликования, размещения сообщения о проведении конкурса или направления этого сообщения лицам в соответствии с решением о заключении концессионного соглашения одновременно с приглашением принять участие в конкурсе;

7) порядок представления заявок на участие в конкурсе и требования, предъявляемые к ним;

8) место и срок представления заявок на участие в конкурсе (даты и время начала и истечения этого срока);

9) порядок, место и срок предоставления конкурсной документации;

10) порядок предоставления разъяснений положений конкурсной документации;

11) указание на способы обеспечения концессионером исполнения обязательств по концессионному соглашению;

12) размер задатка, вносимого в обеспечение исполнения обязательства по заключению концессионного соглашения, порядок и срок его внесения, реквизиты счетов, на которые вносится задаток;

13) размер концессионной платы, форму или формы, порядок и сроки ее внесения;

14) порядок, место и срок представления конкурсных предложений (даты и время начала и истечения этого срока);

15) порядок и срок изменения и (или) отзыва заявок на участие в конкурсе и конкурсных предложений;

16) порядок, место, дату и время вскрытия конвертов с заявками на участие в конкурсе;

17) порядок и срок проведения предварительного отбора участников конкурса, дату подписания протокола о проведении предварительного отбора участников конкурса;

18) порядок, место, дату или даты в случае, если конкурсной документацией предусмотрено представление конкурсных предложений в двух отдельных запечатанных конвертах, и время вскрытия конвертов с конкурсными предложениями;

19) порядок рассмотрения и оценки конкурсных предложений;

20) порядок определения победителя конкурса;

21) срок подписания протокола о результатах проведения конкурса;

22) срок подписания концессионного соглашения;

23) требования к победителю конкурса о представлении документов, подтверждающих обеспечение исполнения обязательств концессионера по концессионному соглашению;

25) срок передачи концедентом концессионеру объекта концессионного соглашения и (или) иного передаваемого концедентом концессионеру по концессионному соглашению имущества;

26) порядок предоставления концедентом информации об объекте концессионного соглашения, а также доступа на объект концессионного соглашения.

В качестве критериев конкурса могут устанавливаться:

1) сроки создания и (или) реконструкции объекта концессионного соглашения;

2) период со дня подписания концессионного соглашения до дня, когда созданный и (или) реконструированный объект концессионного соглашения будет соответствовать установленным концессионным соглашением технико-экономическим показателям;

3) технико-экономические показатели объекта концессионного соглашения;

4) объем производства товаров, выполнения работ, оказания услуг при осуществлении деятельности, предусмотренной концессионным соглашением;

5) период со дня подписания концессионного соглашения до дня, когда оказание рекламных услуг, предусмотренных концессионным соглашением, будет осуществляться в объеме, установленном концессионным соглашением;

6) размер концессионной платы;

7) обязательства, принимаемые на себя концессионером в случаях недополучения запланированных доходов от использования (эксплуатации) объекта концессионного соглашения, возникновения дополнительных расходов при создании и (или) реконструкции объекта концессионного соглашения, использовании (эксплуатации) объекта концессионного соглашения.

Для каждого предусмотренного критерия конкурса устанавливаются следующие параметры:

1) начальное условие в виде числового значения;

2) уменьшение или увеличение начального значения критерия конкурса в конкурсном предложении;

3) коэффициент, учитывающий значимость критерия конкурса.

Концессионный конкурс может включать предварительный отбор участников конкурса, который проводится конкурсной комиссией, но в данном случае это нецелесообразно ввиду усложнения процедуры, увеличения сроков конкурсных процедур и появления дополнительных расходов.

Победителем конкурса признается участник конкурса, предложивший наилучшие условия. В случае, если два и более конкурсных предложения содержат равные наилучшие условия, победителем конкурса признается участник конкурса, раньше других указанных участников конкурса представивший в конкурсную комиссию конкурсное предложение.

Решение об определении победителя конкурса оформляется протоколом рассмотрения и оценки конкурсных предложений, в котором указываются:

1) критерии конкурса;

2) условия, содержащиеся в конкурсных предложениях;

3) результаты рассмотрения конкурсных предложений с указанием конкурсных предложений, в отношении которых принято решение об их несоответствии требованиям конкурсной документации;

4) результаты оценки конкурсных предложений;

5) наименование и место нахождения (для юридического лица), фамилия, имя, отчество и место жительства (для индивидуального предпринимателя) победителя конкурса, обоснование принятого конкурсной комиссией решения о признании участника конкурса победителем конкурса.

11 Социально-экономическое обоснование эффективности рекламной деятельности в полосе отвода автомобильных дорог федерального значения.

11.1 Основными принципами реализации мероприятий (проектов) по установке и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения являются:

- обеспечение экономической эффективности для владельцев автомобильных дорог;
- обеспечение эффективности для концессионера платного участка автодороги за счет увеличения числа автомобилей, пользующихся платным проездом;
- обеспечение коммерческой эффективности для рекламораспространителя;
- получение эффектов для структур более высокого уровня (бюджетная эффективность, региональная эффективность, социальная эффективность, отраслевая эффективность).

11.2 В соответствии с «Методическими рекомендациями по оценке эффективности инвестиционных проектов» (утв. Минэкономики РФ, Минфином РФ, Госстроем РФ 21.06.1999 № ВК 477). установка и эксплуатация рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения позволит получить следующие виды эффектов:

- коммерческая эффективность для рекламораспространителя;
- бюджетная эффективность;
- региональная эффективность;
- общественная эффективность;
- отраслевая эффективность.

11.3 Реализация проектов по установке и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения затрагивает интересы структур более высокого уровня по отношению к непосредственным участникам проекта.

Следовательно, необходимо осуществить оценку мероприятий по установке и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения с точки зрения эффективности для структур более высокого уровня:

- с точки зрения РФ, субъектов РФ, административно - территориальных единиц РФ: городских округов; муниципальных районов (региональная эффективность);
- с точки зрения отраслей экономики (отраслевая эффективность).

При оценке эффективности мероприятий по установке и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения следует учитывать отраслевую эффективность – воздействие на дорожное хозяйство. Плата за возможность вести рекламную деятельность в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения должна не только покрывать убытки, которые причинены собственнику земельного участка в связи с ограничением его прав в результате установления сервитута, компенсировать расходы на проведение конкурса, администрирование и контроль деятельности рекламораспространителя; но и давать выгоду как положительную разницу между получаемой платой за установку и эксплуатацию рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения и указанными выше расходами. Отраслевая эффективность может быть рассчитана по формуле:

$$Э_{отр.} = \int_{i=1}^{n} \Pi i - Pi,$$

где

$П_i$ – годовой размер платы за установку и эксплуатацию i-ой рекламной конструкции, рублей;

P_i – годовая величина расходов ФКУ на i-ую рекламную конструкцию, рублей;

n – количество рекламных конструкций разного типа.

Получаемый эффект заключается в получении дополнительных источников доходов для финансирования дорожного хозяйства, что позволит финансировать расходы ФКУ, осуществлять деятельность по развитию дорожного хозяйства в России.

11.4 Показатели региональной эффективности отражают финансовую эффективность мероприятий по установке и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения с точки зрения соответствующего региона, на территории которого реализуется проект, с учетом влияния реализации проекта на предприятия региона, социальную и экологическую обстановку в регионе, доходы и расходы регионального бюджета. В случае, когда в качестве региона рассматривается страна в целом, эти показатели именуются также показателями народнохозяйственной эффективности.

Региональная эффективность будет заключаться в увеличении валового регионального продукта (ВРП) в результате мероприятий по установке и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения в результате:

1) прямое воздействие – появление дополнительной сферы деятельности (рекламная деятельность в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения);

2) косвенные финансовые результаты проекта:

- увеличение инвестиционной привлекательности региона;

- увеличение объемов продаж для организаций региона, пользующихся рекламными услугами.

Региональная эффективность может быть рассчитана по формуле:

$$Э_{рег.} = \Delta ВРП,$$

где

ΔВРП – увеличение валового регионального продукта в результате реализации проектов по установке и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения.

11.5 Реализация проектов по установке и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения приведет к появлению бюджетной эффективности. Бюджетная эффективность может быть рассчитана для бюджетов различных уровней или консолидированного бюджета. Показатели бюджетной эффективности рассчитываются на основании определения потока бюджетных средств (притоков и оттоков).

К притокам средств для расчета бюджетной эффективности относятся:

- притоки от налогов, акцизов, пошлин, сборов и отчислений во внебюджетные фонды, установленных действующим законодательством от деятельности рекламораспрстранителя;
- увеличение налоговых поступлений от предприятий и физических лиц, деятельность которых улучшается в результате осуществления рекламной деятельности;
- уменьшение выплат из федерального бюджета или бюджета субъекта Федерации на выплату пособий в связи с созданием новых рабочих мест;
- плата за установку и эксплуатацию рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения;

К оттокам бюджетных средств относятся:

- расходы на проведение конкурсов по установке и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего

пользования федерального значения;

- расходы на администрирование и контроль мероприятий по установке и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения.

В качестве выходной формы рекомендуется таблица денежного потока бюджета с определением показателей бюджетной эффективности. Основным показателем бюджетной эффективности является ЧДД бюджета ($ЧДД_б$).

$$ЧДД_б = \int_{m=1}^{n} Фm * Am,$$

где

$Ф_m$ – денежный поток бюджета на m-м шаге;

A_m – коэффициент дисконтирования на m-м шаге.

Коэффициент дисконтирования рассчитывается по формуле

$$Am = \frac{1}{(1+E)^m}$$

где

E – норма дисконта для бюджетных денежных потоков, выражаемая в долях единицы или в процентах в год.

11.6 Общественная эффективность в результате осуществления мероприятий по установке и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения будет заключаться в положительных последствиях осуществления данного проекта в других отраслях народного хозяйства, в социальной и экологической сферах. Общественная эффективность будет заключаться в увеличении рабочих мест, эффекте от социальной рекламы (положительные изменения в сознании и поведении общественных групп).

11.7 Поскольку создание платных дорог в России является инновационным продуктом, необходимо проведение широкой рекламной компании о преимуществах платного проезда, как для юридических лиц, так и для населения. Необходимо в доступной форме рекламировать выгоды пользователей при проезде по платным дорогам, заключающиеся в экономики ГСМ и сроков совершения рейса, снижении вероятности и степени тяжести ДТП, повышении комфортности поездки и снижении потерь быстро портящихся грузов. В рекламе также должны быть представлены различные тарифы на проезд по платным участкам, в зависимости от времени суток и сезона проезда, частоты пользования платным проездом и способа оплаты проезда (наличный, безналичный, с применением транспондеров). Такая информация, сообщаемая различными рекламными способами, может существенно увеличить интенсивность транспортного потока на платном участке и повысить показатели его эффективности.

Приложение"А" Допустимые пиктограммы и примеры надписей на знаках информирования об объектах притяжения.

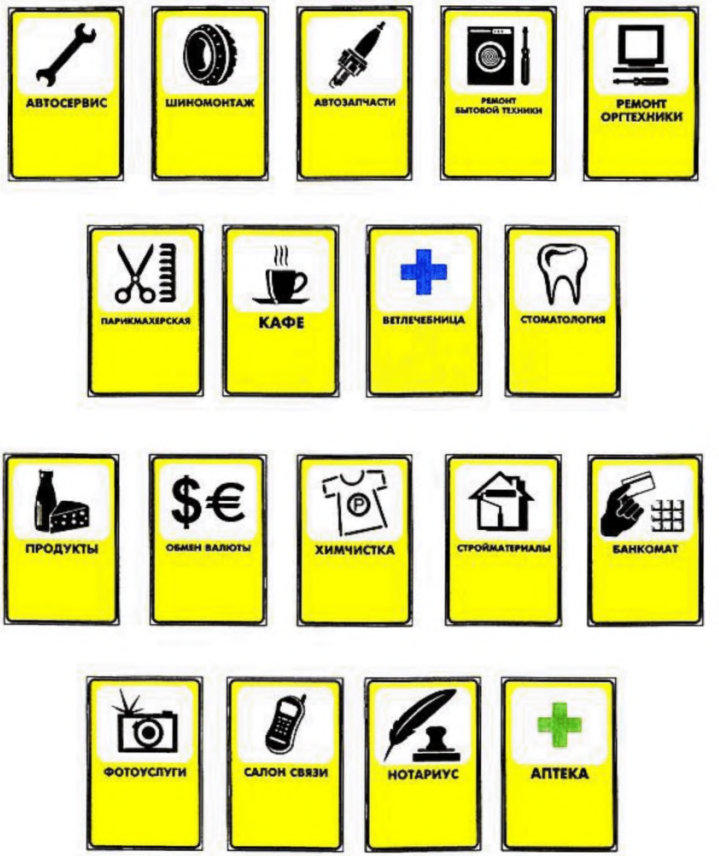


Рисунок А-1

Приложение"Б" Допустимые размеры и пропорции знаков информирования об объектах притяжения.

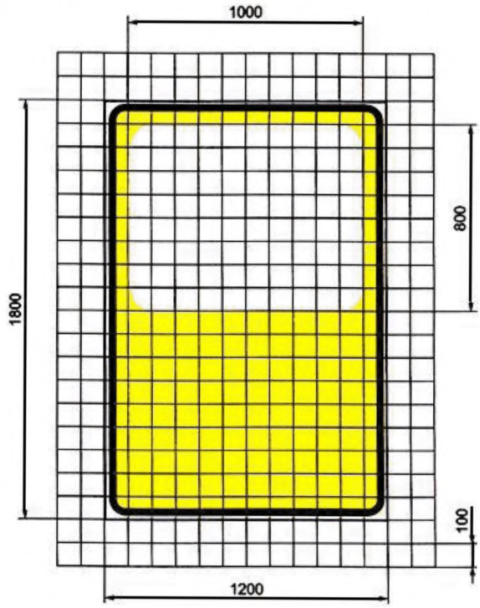


Рисунок Б-1

Приложение"В" Порядок расчета годового размера платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

1. Общие положения

Настоящий Порядок разработан в целях определения годового размера платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций, размещаемых на земельном участке в полосе отвода автомобильной дороги общего пользования федерального значения.

2. Порядок исчисления

2.1 Исчисление годового размера платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется по следующей формуле:

П = Бс * S * Кр * Км * Кс * Кт,

где

П - годовой размер платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции, рублей;

Бс - базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции устанавливается и утверждается Учреждением по согласованию с Федеральным дорожным агентством.

Размер Бс определяется Учреждением на основании отчета об оценке средней рыночной стоимости размещения рекламных конструкций на территории соответствующего субъекта Российской Федерации либо на основании базовой ставки, утвержденной (установленной) на территории соответствующего муниципального образования.

S - площадь информационного поля рекламной конструкции, кв. м.;

Кр - коэффициент, отражающий зависимость размера оплаты от площади информационного поля одной стороны рекламной конструкции по типу рекламной конструкции;

S	от 0 до 18 кв. м.	от 18 до 54 кв. м.	от 54 до 90 кв. м.	от 90 и более кв. м.
Кр	1	0.8	0.6	0.4

Км - коэффициент, учитывающий особенности размещения типов рекламных конструкций по ее местоположению;

Типы рекламных конструкций	Км
Рекламные конструкции	1

Кс - коэффициент, стимулирующий внедрение новых технологий, в том числе учитывающий освещение рекламной конструкции;

Технологическая характеристика	Кс
Отсутствие подсвета	1.2
Внешний подсвет	1.0
Внутренний подсвет	0.8
Автоматическая смена экспозиции, электронное табло (видеоэкран)	0.6

Кт - коэффициент, учитывающий территориальную привязку.

Значения коэффициентов устанавливаются ФКУ-владельцами, а\д по представленной таблице:

	Удаленность от регионального центра (столицы субъекта), км										
	0 - 10	10 - 20	20 - 30	30 - 40	40 - 50	50 - 60	60 - 70	70 - 80	80 - 90	90 - 100	Более 100
Автомобильные дороги федерального значения	5.0	4.0	3.0	2.0	1.0	0.9	0.8	0.7	0.6	0.5	0.4

2.2 Исчисление платы за установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции (на срок менее двенадцати месяцев) осуществляется по следующей формуле:

П = (Бс * S * Кр * Км * Кс * Кт) / 12 * М,

где

М - количество месяцев, в течение которых действует договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

2.3 За размещение социальной рекламы (информация, направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства, населения и местного самоуправления), а также за размещение на рекламной конструкции праздничного оформления и рекламы, представляющей особую общественную значимость, плата за установку и эксплуатацию рекламной конструкции не взимается. При расчете размера оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции срок размещения социальной рекламы исключается из оплачиваемого периода. В случае размещения вышеуказанной информации в оплаченный период последний продлевается на срок ее размещения.

Для расчета суммы, на которую уменьшается плата за установку и эксплуатацию рекламной конструкции, используется следующая формула:

Всоц = П*Д / 365 , где

Всоц - сумма, исключаемая из платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции, руб.;

Д - количество дней в году, когда рекламная конструкция использовалась для размещения праздничного оформления, социальной рекламы и рекламы, представляющей особую общественную значимость.

3. Договор заключается на срок не менее 5 лет и не индексируется.

Приложение"Г" Примерная форма договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, размещаемых на земельных участках в полосе отвода автомобильной дороги общего пользования федерального значения.

г. _____ "__" _____ 20__ г.

Федеральное казенное учреждение _____, в дальнейшем именуемое "Учреждение", в лице _____, действующего на основании _____, с одной стороны, и _____, в дальнейшем именуемое "Рекламораспространитель", в лице _____, действующего на основании _____ с другой стороны, именуемые в дальнейшем Стороны,

руководствуясь протоколом Комиссии "__" _____ 20__ г. N __ "Об итогах торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке в полосе отвода автомобильной дороги _____", заключили настоящий договор (далее - Договор) о нижеследующем:

1. Предмет договора

1.1. В соответствии с настоящим Договором Рекламораспространитель имеет право установить рекламную конструкцию для распространения наружной рекламы на земельном участке в полосе отвода автомобильной дороги _____ и осуществлять ее эксплуатацию, техническое обслуживание, а Учреждение обязуется в соответствии с условиями настоящего договора совершить необходимые действия по предоставлению Рекламораспространителю такой возможности.

1.2. Настоящий договор устанавливает: место размещения рекламной конструкции _____, тип рекламной конструкции _____, тарифная категория _____ (Ктер = ____), размер _____ (ширина х высоту/объем), площадь стороны _____ кв. м, количество сторон _____, подсвет _____, базовая ставка _____, общая площадь конструкции _____ кв. м. (указывается в соответствии с утвержденным Порядком расчета годового размера платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции).

"*" Перечень рекламных конструкций и их характеристики является приложением N 1 к настоящему договору.

2. Место размещения рекламной конструкции.

2.1. Место размещения рекламной конструкции (далее - Рекламное место) находится по адресу (наименование автомобильной дороги, км (справа\слева), координаты GPS): _____.

"*" Перечень адресов рекламных конструкций может быть включен в приложение N 1.

3. Срок договора

3.1. Настоящий Договор вступает в силу с момента его подписания и

указать

действует в течение _____ лет в соответствии с выданным -------

муниципальное образование

---------- разрешением на установку рекламной конструкции.

3.2. По окончании срока действия настоящего Договора обязательства Сторон по Договору прекращаются.

4. Платежи и расчеты по Договору

4.1. Плата за право заключения настоящего Договора осуществляется Рекламораспространителем на основании протокола Комиссии "__" _____ 20__ г. N _____ "Об итогах торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке в полосе отвода автомобильной дороги _____".

сумма

Плата за право заключения настоящего Договора составляет -----

прописью

--------,

сумма прописью

в том числе НДС 18% ----------.

сумма прописью

С учетом внесенного задатка в размере ----------

сумма прописью

при проведении торгов, платеж составляет ----------.

4.2. Годовая плата за установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется ежеквартально равными платежами до 15 числа последнего месяца текущего квартала и определяется в соответствии с Порядком расчета годового размера платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции, утвержденным

_____,

сумма прописью

и составляет ----------,

сумма прописью

в том числе НДС 18% ----------.

4.3. Изменение платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется в соответствии с пунктом 2 Порядка расчета годового размера платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции _____ утвержденного _____.

4.4. Реквизиты для перечисления платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции:

Банк получателя:

_____

БИК _____

Расчетный счет N _____

Получатель:

ИНН _____, КПП _____

КБК _____

ОКАТО _____

Назначение платежа: плата по договору от _____ N _____ на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

4.5. Оплата НДС в размере 18% по данному договору осуществляется по следующим реквизитам:

Банк получателя:

_____

БИК _____

Расчетный счет N _____

Получатель:

ИНН _____, КПП _____

КБК _____

ОКАТО _____

Назначение платежа: НДС по договору от _____ N _____ на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

4.6. Размер платы за неполный период (квартал) исчисляется пропорционально количеству календарных дней установки и эксплуатации рекламной конструкции в квартале к количеству дней данного квартала.

4.7. Плата за установку и эксплуатацию рекламной конструкции исчисляется с момента заключения настоящего Договора.

4.8. Рекламораспространитель обязан предоставить в Учреждение копии документов, подтверждающих перечисление денежных средств, в течение 5 (пяти) рабочих дней с момента платы.

4.9. Размер годовой платы по договору может быть изменен Учреждением в одностороннем порядке в случае изменения базовой ставки и коэффициентов, применяемых для расчета платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции, при этом Учреждение направляет Рекламораспространителю уведомление, которое является неотъемлемой частью настоящего договора.

4.10. Расчет стоимости платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции приведен в приложении N ____ к настоящему Договору.

4.11. При необходимости перерасчет платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции, производится путем заключения дополнительного соглашения к настоящему договору.

4.12. Размер платы по соглашению об установлении сервитута в отношении земельных участков предназначенных для размещения рекламных конструкций определяется в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 23 декабря 2014 г. N 1461.

5. Права и обязанности сторон

5.1. Учреждение обязано:

5.1.1. Предоставить Рекламораспространителю указанное в пункте 2 настоящего Договора Рекламное место для установки и эксплуатации рекламной конструкции на срок, определенный пунктом 3.1. настоящего Договора.

5.1.2. Не создавать препятствий Рекламораспространителю при монтаже рекламной конструкции при условии наличия у последнего необходимой разрешительной документации.

5.1.3. Оказывать в период действия Договора Рекламораспространителю консультационную, информационную и иную помощь в целях эффективного и соответствующего законодательству Российской Федерации использования рекламного места, предоставленного в соответствии с условиями настоящего Договора.

5.1.4. Осуществлять контроль за техническим состоянием, целевым использованием, внешним видом рекламной конструкции. В случае выявления несоответствия технического состояния или внешнего вида, а также фактов нецелевого использования рекламной конструкции Учреждение направляет Рекламораспространителю требование об устранении нарушений условий размещения рекламной конструкции с указанием срока на устранение.

5.1.5. Информировать Рекламораспространителя об изменении условий установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории _____.

5.1.6. Заключить с владельцем рекламной конструкции соглашения об установлении сервитута в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

5.2. Учреждение имеет право:

5.2.2. Использовать рекламную конструкцию в целях размещения социальной рекламы, представляющую особую общественную значимость для Федерального дорожного агентства и Учреждения.

5.3. Рекламораспространитель обязан:

5.3.1. Осуществлять эксплуатацию рекламной конструкции в полном соответствии с требованием действующего законодательства Российской Федерации, выданным разрешением на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, требованиями настоящего Договора, в т.ч. заключить с Учреждением соглашение об установлении сервитута в отношении земельного участка, на котором планируется установить рекламную конструкцию.

5.3.2. В течение всего срока эксплуатации обеспечить надлежащее техническое состояние рекламной конструкции, обеспечивать уборку прилегающей территории.

5.3.3. Проводить плановое обследование рекламных конструкций, находящихся в эксплуатации, не реже чем _____.

5.3.4. Своевременно производить оплату в соответствии с условиями настоящего Договора. Датой внесения платы считается дата приема банком к исполнению платежного поручения.

5.3.5. По требованию Учреждения размещать на рекламной конструкции социальную рекламу, представляющую особую общественную значимость.

При этом Учреждение согласовывает с Рекламораспространителем точный период размещения не менее чем за 5 рабочих дней до даты планируемого размещения.

5.3.6. В случае прекращения либо досрочного расторжения настоящего Договора, а также в случае аннулирования разрешения или признания его недействительным произвести демонтаж рекламной конструкции в течение месяца и удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции в течение трех дней.

5.3.7. После демонтажа рекламной конструкции произвести за свой счет благоустройство места установки в течение трех рабочих дней.

5.4. Рекламораспространитель имеет право:

5.4.1. Разместить на предоставленном Рекламном месте принадлежащую ему рекламную конструкцию на срок, указанный в пункте 3.1. настоящего Договора.

6. Ответственность сторон

6.1. Стороны, виновные в неисполнении или ненадлежащем исполнении обязательств по настоящему Договору, несут ответственность в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

6.2. Рекламораспространитель несет ответственность за нарушения Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", допущенные им при установке и эксплуатации рекламной конструкции, а также за ущерб, причиненный рекламной конструкцией жизни, здоровью и имуществу третьих лиц, в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

6.3. За несвоевременную оплату по настоящему договору Рекламораспространитель уплачивает пени в размере одной трехсотой ставки рефинансирования Центрального банка Российской Федерации, действующей на день возникновения просрочки, от неперечисленных сумм за каждый день просрочки.

Оплата пеней не освобождает Рекламораспространителя от внесения платы в соответствии с условиями настоящего Договора.

7. Порядок изменения, прекращения и расторжения Договора

7.1. Изменение и расторжение Договора возможны по соглашению сторон, если иное не предусмотрено настоящим Кодексом, другими законами или договором.

Изменения и дополнения в Договор оформляются письменно в форме дополнительных соглашений, которые являются неотъемлемой частью Договора с момента их подписания.

7.2. Договор может быть расторгнут в одностороннем порядке при существенном нарушении договора другой стороной.

В случае одностороннего расторжения сторона Договора направляет другой стороне Договора уведомление о расторжении Договора с указанием даты его прекращения, но не менее чем за 30 дней.

7.3. Учреждение вправе расторгнуть настоящий Договор в одностороннем порядке в следующих случаях:

7.3.1 Размещение материалов, не относящихся к рекламе, социальной рекламе, или использования рекламной конструкции не по целевому назначению.

7.3.2. Смены владельца рекламной конструкции без уведомления Учреждения в течение 5 дней с документированной даты смены владельца.

7.3.3. Невнесение в установленный срок платы по настоящему Договору, если просрочка платежа составляет более 1 месяца.

7.3.4. Невыполнения Рекламораспространителем обязанности по размещению социальной и рекламы, представляющей особую общественную значимость.

7.3.5. Неоднократного невыполнения требований Учреждения об устранении несоответствия размещения рекламной конструкции, установленного уполномоченными органами, разрешению и техническим требованиям, определенным для конструкций данного типа.

7.3.6. Невыполнения Рекламораспространителем пункта 5.3.1 настоящего Договора.

7.4. В случае прекращения настоящего Договора в соответствии с пунктами 7.3 денежные средства, оплаченные Рекламораспространителем, возврату не подлежат.

7. Порядок разрешения споров

7.1. Стороны договорились принимать все меры к разрешению разногласий между ними путем переговоров.

7.2. При невозможности достигнуть соглашения все вопросы, имеющие отношение к настоящему Договору, но прямо в нем не оговоренные, разрешаются в суде.

8. Форс-мажорные обстоятельства

8.1. Стороны освобождаются от ответственности за частичное или полное неисполнение обязательств по настоящему Договору, если оно явилось следствием обстоятельств непреодолимой силы.

8.2. Сторона, для которой создалась невозможность исполнения обязательств, обязана в письменной форме в 10-дневный срок письменно известить другую сторону о наступлении вышеизложенных обстоятельств, предоставив дополнительно подтверждение компетентных органов.

8.3. Невыполнение условий пункта 8.2 лишает сторону права ссылаться на форс-мажорные обстоятельства при невыполнении обязательств по настоящему Договору.

8.4. При наступлении форс-мажорных обстоятельств Стороны имеют право отложить выполнение своих обязательств, соразмерно времени, в течение которого будут действовать данные обстоятельства, пересмотреть условия настоящего Договора или отказаться от дальнейшего выполнения своих обязательств, в случае если эти обстоятельства будут длиться более трех месяцев, и расторгнуть настоящий Договор при условии достижения компромисса по всем спорным вопросам.

9. Прочие условия

9.1. Заключение Договора осуществляется в соответствии с нормами гражданского законодательства Российской Федерации.

9.2. Стороны настоящего Договора обязаны письменно уведомлять об изменении организационно-правовой формы, юридического адреса, банковских реквизитов не позднее 3 (трех) рабочих дней с начала указанных изменений.

9.3. Настоящий договор составлен в двух экземплярах, имеющих равную юридическую силу, по одному экземпляру для каждой стороны.

10. Адреса и банковские реквизиты сторон

"Учреждение":	**"Рекламораспространитель":**
Федеральное казенное учреждение ----------	
Тел	
Адрес	
ИНН	
КПП	
Банк	
Р/сч	
КБК	
БИК	
ОКАТО	

Подписи сторон:

"Учреждение": "Рекламораспространитель":

Должность, подпись Должность, подпись

М.П. М.П.

Приложение"Д" Примерная форма соглашения об установлении частного сервитута в отношении земельных участков в границах полосы отвода автомобильной дороги.

_____

(наименование автомобильной дороги, за исключением частных автомобильных дорог)

в целях _____

(указывается вид деятельности: строительство, реконструкция, капитальный ремонт, эксплуатация объектов дорожного сервиса или установка, эксплуатация рекламных конструкций)

г. _____ " ____ " _____ ____ г.

_____ ,

(наименование подведомственного Федеральному дорожному агентству федерального казенного учреждения, органа государственной власти субъекта Российской Федерации или уполномоченного им государственного учреждения, органа местного самоуправления или уполномоченной им организации, являющегося владельцем земельных участков в границах полосы отвода автомобильной дороги)

в лице _____ ,

(наименование должности и Ф.И.О. должностного лица)

действующего на _____ ,

основании _____

(наименование и реквизиты документа, подтверждающего полномочия)

именуем___ в дальнейшем "Владелец", с одной стороны, и _____

_____ ,

(наименование организации, владеющей объектом дорожного сервиса или рекламной конструкции)

именуем___ в дальнейшем "Пользователь", в лице _____

_____ ,

(наименование должности и Ф.И.О. должностного лица)

действующего на _____ ,

основании _____

(наименование и реквизиты документа, подтверждающего полномочия)

с другой стороны, именуемые в дальнейшем Стороны, в соответствии с Федеральным законом от 8 ноября 2007 года N 257-ФЗ "Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации"(Собрание законодательства Российской Федерации, 2007, N 46, ст.5553; 2008, N 20, ст.2251; N 30 (ч.1), ст.3597; N 30 (ч.2), ст.3616; N 49, ст.5744; 2009, N 29, ст.3582; N 39, ст.4532; N 52 (ч.1), ст.6427; 2010, N 45, ст.5753; N 51 (ч.3), ст.6810; 2011, N 7, ст.901; N 15, ст.2041; N 17, ст.2310; N 29, ст.4284; N 30 (ч.1), ст.4590, 4591; N 49 (ч.1), ст.7015; 2012, N 26, ст.3447) заключили настоящее Соглашение о нижеследующем.

I. Предмет Соглашения

1. Предметом настоящего Соглашения является предоставление Владельцем Пользователю земельных участков (частей земельных участков) в границах полосы отвода на км _____ + м _____ автомобильной дороги _____

(наименование автомобильной дороги, за исключением частных автомобильных дорог)

для установления частного сервитута в целях _____,

(указывается вид деятельности: строительство, реконструкция, капитальный ремонт, эксплуатация объектов дорожного сервиса или установка, эксплуатация рекламных конструкций)

и обязанность Пользователя использовать указанные земельные участки (части земельных участков) по целевому назначению, определенному настоящим Соглашением.

II. Условия и порядок установления частного сервитута

2. Частный сервитут по условиям настоящего Соглашения устанавливается в интересах Пользователя.

3. Сфера действия частного сервитута отмечается в кадастровых паспортах земельных участков, являющихся неотъемлемой частью настоящего Соглашения.

4. Частный сервитут устанавливается на срок с _____ по _____ (или указывается событие в будущем, при наступлении которого такой частный сервитут должен быть прекращен).

5. Частный сервитут вступает в силу после его государственной регистрации в Едином государственном реестре прав.

6. Ограниченное пользование (частный сервитут) земельными участками (частями земельных участков) Владельца осуществляется Пользователем в пределах границ, определенных согласно пункту 3 настоящего Соглашения.

7. Обременение земельных участков (частей земельных участков) частным сервитутом не лишает Владельца прав владения, пользования и распоряжения этими земельными участками (частями земельных участков).

8. Владелец вправе:

8.1. Требовать от Пользователя своевременную оплату за частный сервитут земельных участков (частей земельных участков) в размере и порядке, определенном в разделе III настоящего Соглашения.

8.2. Требовать прекращения частного сервитута в случаях и порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

9. Владелец обязан:

9.1. Оказывать Пользователю необходимое содействие для установления частного сервитута на принадлежащих ему земельных участках.

9.2. Предоставлять Пользователю необходимые правоустанавливающие и иные документы для осуществления государственной регистрации частного сервитута в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

9.3. Предоставлять возможность пользоваться принадлежащими ему земельными участками (частями земельных участков) Пользователю в порядке, установленном настоящим Соглашением.

10. Пользователь обязан:

10.1. Пользоваться земельными участками (частями земельных участков) Владельца в соответствии с законодательством Российской Федерации и настоящим Соглашением.

10.2. Осуществить государственную регистрацию частного сервитута в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

10.3. Оплатить расходы, связанные с государственной регистрацией частного сервитута.

10.4. Своевременно производить оплату за частный сервитут земельных участков (частей земельных участков) в размере и порядке, определенном в разделе III настоящего Соглашения.

10.5. При наступлении срока (события), указанного в пункте 4 настоящего Соглашения, прекратить осуществление частного сервитута и произвести все необходимые действия для государственной регистрации в уполномоченном органе его прекращения в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

III. Плата за частный сервитут

11. Плата за частный сервитут земельных участков (частей земельных участков) в размере _____ _____
(цифрами) (прописью)
рублей производится Пользователем безналичным путем в соответствии с законодательством Российской Федерации в течение 3 (трех) рабочих дней со дня государственной регистрации такого частного сервитута.

IV. Срок действия Соглашения

12. Настоящее Соглашение вступает в силу с даты подписания обеими Сторонами при условии его согласования с органом государственной власти или органом местного самоуправления,

уполномоченными на предоставление земельных участков владельцам автомобильных дорог.

V. Порядок рассмотрения споров

13. Споры и разногласия, возникающие между Сторонами в связи с исполнением настоящего Соглашения, разрешаются ими, по возможности, путем проведения переговоров с оформлением соответствующих протоколов или иных документов, подписанных уполномоченными представителями Сторон.

14. В случае невозможности урегулирования споры и разногласия подлежат рассмотрению в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

VI. Заключительные положения

15. Настоящее Соглашение составлено в трех экземплярах, имеющих равную юридическую силу, по одному для каждой из Сторон и один для органа, осуществляющего государственную регистрацию прав на объект недвижимости.

16. Внесение в настоящее Соглашение и приложения к нему изменений осуществляется по согласованию Сторон путем оформления дополнительного соглашения.

17. К настоящему Соглашению прилагаются и являются его неотъемлемой частью:

17.1. Копия свидетельства о государственной регистрации права Владельца на земельные участки в границах полосы отвода автомобильной дороги.

17.2. Кадастровые паспорта земельных участков с отмеченной сферой действия частного сервитута в границах полосы отвода автомобильной дороги.

VII. Адреса и подписи Сторон

Владелец:	Пользователь:
(наименование)	(наименование)
Адрес: _____	Адрес: _____
ИНН: _____	ИНН: _____
КПП: _____	КПП: _____
ОГРН: _____	ОГРН: _____
(Ф.И.О. и должность)	(Ф.И.О. и должность)
_____	_____
(подпись)	(подпись)
М.П.	М.П.

БИБЛИОГРАФИЯ.

1 Земельный кодекс Российской Федерации от 25.10.2001 N 136-ФЗ (ред. от 31.12.2017).

2 Классификатор видов разрешенного использования земельных участков (с изменениями на 6 октября 2017 года), утвержденных Приказом Министерства экономического развития от 01.09.2014 N 540.

3 ОДМ 218.4.005-2010 Рекомендации по обеспечению безопасности движения на автомобильных дорогах.

4 Постановление Правительства Российской Федерации от 03.12.2014 N 1300 «Об утверждении перечня видов объектов, размещение которых может осуществляться на землях или земельных участках, находящихся в государственной или муниципальной собственности, без предоставления земельных участков и установления сервитутов»;

5 Постановление Правительства Российской Федерации от 07.03.2017г. №269 “Об утверждении перечня случаев, при которых для строительства, реконструкции линейного объекта не требуется подготовка документации по планировке территории”;

6 Постановление Правительства Российской Федерации от 23 июля 2004 г. n 374 «Об утверждении положения о федеральном дорожном агентстве» (В редакции постановлений Правительства Российской Федерации от 16.02.2008 г. N 83; от 11.03.2011 г. N 153).

7 Постановление Правительства Российской Федерации от 28.09.2009 № 767 «О классификации автомобильных дорог в Российской Федерации».

8 Приказ Министерства экономического развития РФ №250 от 23.04.2015 «Об утверждении требований к форме и содержанию ходатайства об изъятии земельных участков для государственных или муниципальных нужд, состава прилагаемых к нему документов, а также порядка и способов подачи ходатайства об изъятии земельных участков для

государственных или муниципальных нужд и прилагаемых к нему документов в форме электронных документов с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и требований к их формату», далее «Приказ Минэкономразвития»;

9 Приказ Росавтодора от 04.03.2015 N 125 "О реализации полномочий Федерального дорожного агентства по утверждению схемы расположения земельных участков на кадастровом плане территории при образовании земельных участков из земельных участков, находящихся в федеральной собственности или государственная собственность на которые не разграничена, в целях установления границ полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения, по предварительному согласованию предоставления земельных участков, находящихся в федеральной собственности или государственная собственность на которые не разграничена, для размещения автомобильных дорог общего пользования федерального значения, по определению видов разрешенного использования земельных участков в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения, на которые действия градостроительных регламентов не распространяются, и по принятию решений об установлении или изменении границ придорожных полос автомобильных дорог общего пользования федерального значения, а также частных автомобильных дорог, которые расположены на территориях двух и более субъектов российской федерации или строительство которых планируется осуществлять на территориях двух и более субъектов российской федерации».

10 Федеральный закон от 08.11.2007 N 257-ФЗ «Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», далее «Закон об автомобильных дорогах».

11 Федеральный закон от 30.12.2009 № 384-ФЗ «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений».

12 Приказ Министерства транспорта Российской Федерации (Минтранс России) от 13 января 2010 г. N 4 г. Москва "Об установлении и использовании придорожных полос автомобильных дорог федерального значения".

13 Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов» (утв. Минэкономики РФ, Минфином РФ, Госстроем РФ 21.06.1999 N ВК 477).

14 Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

15 Федеральный закон от 21.07.2005 N 115-ФЗ «О концессионных соглашениях».

16 Распоряжение Росавтодора от 24.10.2016 N 2192-р "Об организации работы при выполнении мероприятий по установке и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения" (вместе с "Порядком работы при выполнении мероприятий по установке и эксплуатации рекламных конструкций в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения").

–

ОКС 93.***

Ключевые слова: дорожное хозяйство, отраслевой дорожный методический документ, автомобильные дороги, реклама, рекламные конструкции, полоса отвода.

gost.e-ecolog.ru