

**Постановление Правительства Московской области
от 28.06.2013 № 462/25**

**О внесении изменения в Положение о Главном управлении по
информационной политике Московской области и утверждении Порядка
согласования схем размещения рекламных конструкций**

В соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» и в целях оптимизации рекламного и информационного пространства на территории Московской области Правительство Московской области постановляет:

1. Внести изменение в пункт 12 Положения о Главном управлении по информационной политике Московской области, утвержденного постановлением Правительства Московской области от 05.06.2013 № 362/21 «Об установлении штатной численности и утверждении Положения о Главном управлении по информационной политике Московской области», дополнив его подпунктом 12.39 следующего содержания:

«12.39. Осуществление согласования схем размещения рекламных конструкций на земельных участках, расположенных на территории Московской области, независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности Московской области или собственности муниципального образования Московской области.».

2. Утвердить прилагаемый Порядок согласования схем размещения рекламных конструкций.

3. Настоящее постановление вступает в силу со дня его официального опубликования.

4. Главному управлению по информационной политике Московской области опубликовать настоящее постановление в газете «Ежедневные новости. Подмосковье».

Временно исполняющий обязанности
Губернатора Московской области

А.Ю. Воробьев

УТВЕРЖДЕН
постановлением Правительства
Московской области
от 28.06.2013 № 462/25

**Порядок
согласования схем размещения рекламных конструкций**

1. Настоящий Порядок определяет процедуру согласования органами местного самоуправления муниципальных районов или городских округов Московской области (далее – органы местного самоуправления) схем размещения рекламных конструкций на земельных участках расположенных на территории Московской области независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности Московской области или собственности муниципального образования Московской области (далее – схемы размещения рекламных конструкций), в том числе устанавливает содержание и требования к документам и материалам, предоставляемым на согласование в центральный исполнительный орган государственной власти Московской области, уполномоченный Правительством Московской области на согласование схем размещения рекламных конструкций (далее – уполномоченный орган).

2. Настоящий Порядок разработан в соответствии с требованием статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

3. Органы местного самоуправления направляют на согласование в уполномоченный орган схемы размещения рекламных конструкций включающие в себя следующие документы и материалы.

3.1. Альбом схемы размещения рекламных конструкций:

титульный лист альбома схемы размещения рекламных конструкций по форме согласно приложению № 1 к настоящему Порядку;

схема размещения рекламных конструкций наносится на картографические материалы (масштаб 1:2500) на листах формата А3 с разметкой рекламных конструкций в соответствии с предусмотренными для каждого типа конструкций графическими и цветовыми обозначениями;

картографические материалы в отношении автомобильных дорог должны включать схематическое изображение магистралей с названием и указанием километровой разметки и точки отсчета, по которым предполагается установка и эксплуатация рекламных конструкций, схематическое изображение местности вдоль магистралей, в том числе изображение домов с их номерами;

обозначения конструкций должны содержать информацию о площади рекламного поля, количестве сторон, технологическую характеристику и иметь сквозную нумерацию;

альбом схемы размещения отдельно стоящих рекламных конструкций должен содержать информацию о размещении дорожных знаков, иметь графическое обозначение дорожных знаков;

альбом схемы размещения должен быть прошит, пронумерован, скреплен печатью муниципального образования Московской области и подписью уполномоченного лица.

3.2. Адресная программа (перечень адресов установки и эксплуатации рекламных конструкций) по форме согласно приложению № 2 к настоящему Порядку:

адресная программа должна быть представлена на бумажном носителе формата А4 и на электронном носителе (в формате Excel), оформлена в виде таблицы и должна содержать информацию;

адресную характеристику (адрес предполагаемого места установки и эксплуатации рекламной конструкции, указание соответствующей альбому нумерации рекламной конструкции);

технологическую характеристику (тип и вид рекламной конструкции, размер, количество сторон, площадь);

имущественную характеристику (наименование собственника или законного владельца имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, кадастровый номер земельного участка, номер и дата выписки ЕГРП);

экономическую характеристику (планируемый размер ежегодных поступлений в бюджет муниципального образования Московской области по договорам на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, размер стартовой цены торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, планируемые налоговые поступления);

расчет экономической характеристики осуществляется в соответствии с нормативными правовыми актами муниципальных образований Московской области;

к адресной программе прилагаются выписки из единого государственного реестра прав на недвижимое имущество и сделок с ним Российской Федерации (далее – ЕГРП) и заверенные копии кадастровых паспортов на земельные участки, на которых предполагается установка и эксплуатация рекламных конструкций;

до даты представления схемы размещения рекламных конструкций на согласование, дата выписки из ЕГРП должна быть датирована не ранее трех месяцев;

адресная программа должна быть прошита, пронумерована, скреплена печатью органа местного самоуправления и подписью уполномоченного лица.

3.3. Фотоматериалы по форме согласно приложению № 3 к настоящему Порядку.

Фотоматериалы должны содержать номер места установки и эксплуатации рекламной конструкции, соответствующего номеру в адресной

программе и номеру в альбоме со схемой размещения, адрес установки и эксплуатации рекламной конструкции, две фотографии с привязкой (дизайн макетом) конструкции в масштабе;

фотографии должны быть выполнены с обзором местности за 50-80 метров до предполагаемого места установки и эксплуатации рекламной конструкции (по ходу движения и против хода движения) для оценки архитектурной и ландшафтной ситуации.

4. Уполномоченный орган получив схему размещения рекламных конструкций проверяет их на соответствие требований пункта 3 настоящего Порядка.

5. В случае выявления не соответствия требованиям пункта 3 настоящего Порядка уполномоченный орган возвращает схему размещения рекламных конструкций в орган местного самоуправления.

6. В случае невыявления недостатков уполномоченный орган направляет для согласования копии схем размещения рекламных конструкций в Министерство финансов Московской области, Министерство экономики Московской области и в Главное управление архитектуры и градостроительства Московской области.

7. Министерство финансов Московской области, Министерство экономики Московской области и Главное управление архитектуры и градостроительства Московской области готовят согласование на представленные документы в течение 8 рабочих дней.

8. Уполномоченный орган согласовывает проекты схем размещения рекламных конструкций на основании представленных ответов от Министерства финансов Московской области, Министерства экономики Московской области и Главного управления архитектуры и градостроительства Московской области в течение 15 рабочих дней.

9. При внесении изменений в схему размещения рекламных конструкций, вносимые изменения согласовываются в соответствии с настоящим Порядком.

Приложение № 2
к Порядку согласования схем размещения
рекламных конструкций на территории
муниципальных образований Московской
области

Форма адресной программы установки и эксплуатации рекламных конструкций

№ п/п	Адрес установки и эксплуатации РК*	№ РК по карте	Вид РК	Тип РК	Размер РК	Кол-во сторон РК	Общая площадь информационного поля РК, кв.м.	Собственник или законный владелец имущества, к которому присоединяется РК	Кадастровый номер участка	Номер и дата выписки из ЕГРП	Планируемые ежегодные поступления в бюджет муниципального образования по договорам на установку и эксплуатацию РК, руб. (на основании нормативных правовых актов муниципального образования)	Стартовая цена торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию РК, руб. (на основании нормативных правовых актов муниципального образования)	Планируемые налоговые поступления от РК, руб.
1.													
2.													
3.													

* РК – Рекламная конструкция

Форма фотоматериалов

Фотография
Сторона А
(по ходу движения)

Фотография
Сторона Б
(против хода движения)

№ _____ *

Адрес: _____
(адрес установки и эксплуатации рекламной конструкции)

* Номер места установки и эксплуатации рекламной конструкции, соответствующий номеру адресной программы и номеру в альбоме со схемой размещения рекламной конструкции.

Приложение № 1
к Порядку согласования схем
размещения рекламных конструкций
на территории муниципальных
образований Московской области

Форма альбома схемы размещения рекламных конструкций

«Утверждено»

Постановлением главы _____
муниципального образования
Московской области
от _____ № _____

**Схема размещения рекламных конструкций
на территории _____ муниципального образования Московской области**

Согласовано:

Главное управление
по информационной политике
Московской области

« ___ » _____ 2013 год

