



ГОРОДСКАЯ ДУМА ГОРОДА НИЖНЕГО НОВГОРОДА РЕШЕНИЕ

21.09.2016

№ 161

О внесении изменений в Правила установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Нижнем Новгороде, принятые решением городской Думы города Нижнего Новгорода от 19.09.2012 № 119

В соответствии со статьей 16 Федерального закона от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», статьей 29 Устава города Нижнего Новгорода

ГОРОДСКАЯ ДУМА РЕШИЛА:

1. Внести в Правила установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Нижнем Новгороде, принятые решением городской Думы города Нижнего Новгорода от 19.09.2012 № 119 (с изменениями, внесёнными решениями городской Думы города Нижнего Новгорода от 30.01.2013 № 10, от 20.02.2013 № 23, от 26.06.2013 № 96, от 09.08.2013 № 110, от 29.01.2014 № 12, от 16.04.2014 № 69, от 24.09.2014 № 127, от 27.05.2015 № 123, от 16.12.2015 № 262, от 22.06.2016 № 135), следующие изменения:

1.1. Подпункт 1.1.2 после слов «Кодекса Нижегородской области об административных правонарушениях от 20.05.2003 № 34-3,» дополнить словами «Закона Нижегородской области от 2 февраля 2016 года № 14-З «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, расположенных на территории Нижегородской области».

1.2. В пункте 1.2:

1.2.1. Абзац второй подпункта 1.2.9 изложить в следующей редакции:

«С целью определения соответствия рекламных конструкций и мест их размещения внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города настоящими Правилами устанавливаются следующие требования:

соблюдение типов и видов допустимых к установке рекламных конструкций;

соблюдение общих и специальных требований к рекламным конструкциям; соблюдение требований к порядку размещения рекламных конструкций с учетом деления территории города на зоны».

1.2.2. Дополнить подпунктами 1.2.17-1.2.19 следующего содержания:

«1.2.17. Коридор безопасности - земельные участки независимо от категории земель, включающие в себя территорию, прилегающую к проезжим частям дорог в населенных пунктах, на которых в целях обеспечения безопасности дорожного движения запрещается устанавливать рекламные конструкции.

Граница коридора безопасности определяется в соответствии с приложением № 4 к настоящим Правилам.

1.2.18. Конструкция Г-образного типа - отдельно стоящая рекламная конструкция, имеющая информационное поле (поля), расположенное с одной стороны от центральной вертикальной оси ее опоры.

1.2.19. Конструкция Т-образного типа - отдельно стоящая рекламная конструкция, имеющая информационное поле (поля), расположенное с обеих сторон от центральной вертикальной оси ее опоры».

1.3. В подпункте 3.2.12:

1.3.1. Абзацы шестой-девятый изложить в следующей редакции:

«Допускаются к установке стелы следующих типов:

большая стела (габаритный размер по высоте не более 46 м);

средняя стела (габаритный размер по высоте не более 30 м);

малая стела (габаритный размер по высоте не более 15 м)».

1.3.2. Дополнить абзацами следующего содержания:

«На одной стороне стелы должно быть более одного внешнего информационного поля одинакового размера, размер которого не должен превышать 18 кв.м.

Размер верхнего (замыкающего) информационного поля стелы должен быть не менее площади одного нижестоящего информационного поля стелы и не более общей площади пяти нижестоящих информационных полей».

1.4. В разделе 4:

1.4.1. Название раздела изложить в следующей редакции:

«4. Общие и специальные требования к рекламным конструкциям. Требования к порядку размещения рекламных конструкций и территориальные требования к местам их установки и эксплуатации».

1.4.2. Абзац третий подпункта 4.2.4 изложить в следующей редакции:

«ограничивать видимость технических средств организации дорожного движения и мешать восприятию водителем дорожной обстановки или эксплуатации транспортного средства;».

1.4.3. Абзац шестой подпункта 4.2.4 изложить в следующей редакции:

«Рекламные конструкции не должны быть размещены в границах коридора безопасности, 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».

1.4.4. Подпункты 4.2.4.1-4.2.4.11 исключить.

1.4.5. Дополнить подпунктами 4.2.5-4.2.7 следующего содержания:

«4.2.5. Расстояние между отдельно размещенными рекламными конструкциями на одной стороне дороги должно быть:

не менее 150 метров при площади информационного поля рекламной конструкции свыше 18 кв. метров;

не менее 100 метров при площади информационного поля рекламной конструкции от 6 до 18 кв. метров;

не менее 30 метров при площади информационного поля рекламной конструкции менее 6 кв. метров.

4.2.6. Рекламная конструкция, площадь информационного поля которой составляет менее 4,5 кв.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).

4.2.7. 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».

1.4.6. Абзац первый пункта 4.5 изложить в следующей редакции:

«4.5. Территориальные требования к местам установки и эксплуатации рекламных конструкций».

1.4.7. Абзац второй подпункта 4.5.3 изложить в следующей редакции:

«ЗОНА 1. Территория объекта культурного наследия федерального значения «Нижегородский Кремль, XVI - XX вв.» (границы установлены постановлением Правительства Нижегородской области от 17.12.2014 № 905 «Об утверждении границы территории и режимов использования земель в границе данной территории, границ зон охраны, режимов использования земель и градостроительных регламентов в границах данных зон объекта культурного наследия федерального значения - «Нижегородский Кремль, XVI - XX вв.» и о признании утратившим силу постановления администрации Нижегородской области от 11.09.2000 № 232».

1.4.8. В подпункте 4.5.4 территорию ЗОНЫ 1 изложить в следующей редакции:

«Территория объекта культурного наследия федерального значения - «Нижегородский Кремль, XVI - XX вв.».

1.5. Подпункт 3.1.12 приложения № 1 к Правилам изложить в редакции согласно приложению № 1 к настоящему решению.

1.6. Дополнить приложением № 4 согласно приложению № 2 к настоящему решению.

2. Решение вступает в силу после его официального опубликования.

Глава города

И.Н.Карнилин

3.1.12. УНИКАЛЬНЫЕ (НЕСТАНДАРТНЫЕ) РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ

Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам – проекционные установки, объемно-пространственные конструкции, стелы.

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

Объемно-пространственные конструкции – рекламные конструкции в виде объемных элементов, не имеющие плоских поверхностей, размер которых превышает 1x1 м. Выполняются по индивидуальным проектам, площадь информационного поля объемно-пространственных конструкций определяется расчетным путем.



3.1.12. УНИКАЛЬНЫЕ (НЕСТАНДАРТНЫЕ) РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ

Стелы – отдельно стоящие рекламные конструкции, крупного формата, имеющие внешние поверхности, предназначенные для размещения рекламы, используемые для индивидуализации юридических лиц, товаров, работ и услуг, устанавливаемые вне места нахождения юридических лиц исключительно на земельных участках, с целевым использованием под размещение и эксплуатацию многофункциональных торгово-развлекательных центров.

Стелы состоят из фундамента, опоры, каркаса, информационных полей. Количество сторон стел не может быть менее двух и более трех. Стелы имеют внутренний или внешний подсвет.

Допускаются к установке стелы следующих типов:

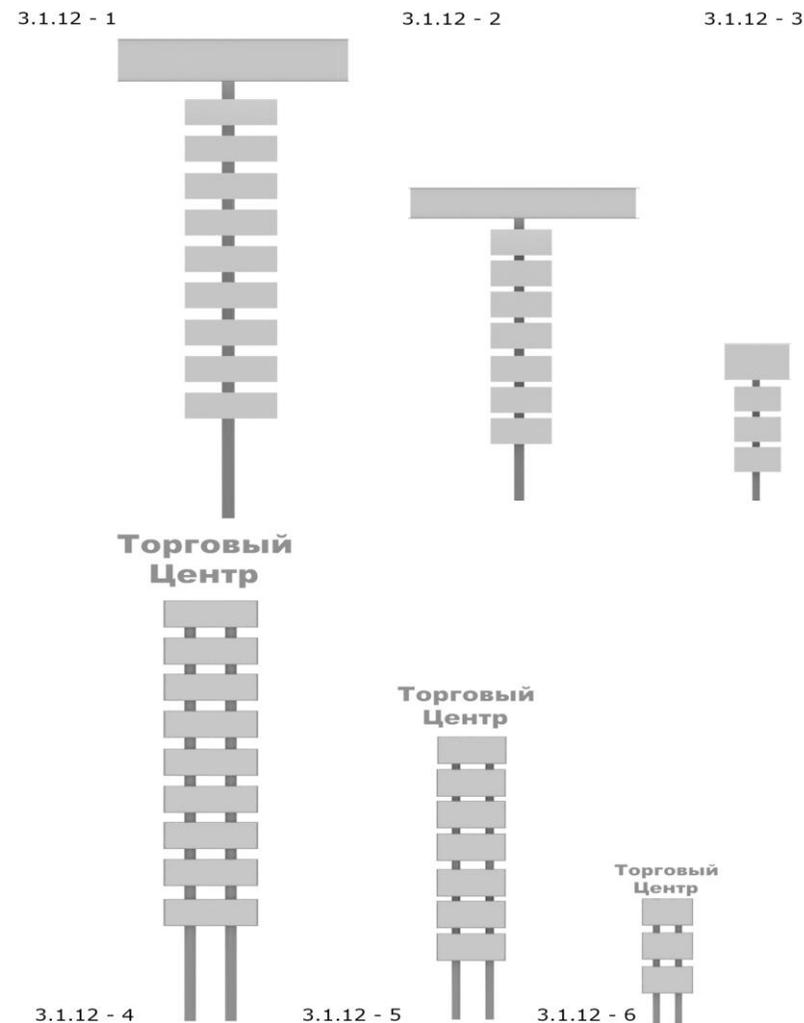
- **большая стела** (габаритный размер по высоте не более 46 м);
- **средняя стела** (габаритный размер по высоте не более 30 м);
- **малая стела** (габаритный размер по высоте не более 15 м).

На одной стороне стелы должно быть более одного внешнего информационного поля одинакового размера, размер которого не должен превышать 18 кв.м.

Размер верхнего (закрывающего) информационного поля стелы должен быть не менее площади одного нижестоящего информационного поля стелы и не более общей площади пяти нижестоящих информационных полей.

Фундамент стел не может выступать над уровнем дорожного покрытия, земли. Стелы должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ: 2-х или 3-х
СТОРОННЯЯ КОНСТРУКЦИЯ, УСТАНОВЛЕННАЯ
НА СОБСТВЕННОЙ ОПОРЕ
КАРКАС: МЕТАЛЛИЧЕСКИЙ ШВЕЛЛЕР
ОПОРНАЯ СТОЙКА: ПРОФИЛЬНАЯ ТРУБА
ПРЯМОУГОЛЬНОГО ИЛИ КРУГЛОГО СЕЧЕНИЯ.
ФУНДАМЕНТ: ЗАГЛУБЛЯЕМЫЙ МЕТАЛЛИЧЕСКИЙ ЛИСТ
ОСВЕЩЕНИЕ: ВНЕШНЯЯ ПОДСВЕТКА



Дизайн информационной таблички



№№	размер таблички, мм	размер таблички	цвет таблички	высота шрифта, мм	цвет шрифта
1	владелец рекламной конструкции, номер телефона, № паспорта рекламного места	800x370 мм	белый	заглавные 50 мм строчные 38 мм	черный
<p>Примечание: Табличка должна располагаться в нижней части на каждой рекламной поверхности</p>					

Приложение № 2
к решению городской Думы
от 21.09.2016 № 161

Приложение № 4
к Правилам установки и
эксплуатации рекламных
конструкций в городе
Нижнем Новгороде, принятым
решением городской Думы
города Нижнего Новгорода
от 19.09.2012 № 119

ПОРЯДОК ОПРЕДЕЛЕНИЯ ГРАНИЦ КОРИДОРА БЕЗОПАСНОСТИ

1. Зона разрешенного безопасного размещения рекламных конструкций определяется как территория за пределами коридора безопасности, границы которого устанавливаются в соответствии с настоящим приложением.

2. Границы коридора безопасности определяются по общему правилу следующим образом:

ширина коридора безопасности определяется от края проезжей части до ближайшей к краю проезжей части точки горизонтальной проекции края рекламной конструкции и составляет 0,6 м в населенном пункте;

опоры рекламных конструкций должны быть установлены за пределами коридора безопасности.

3. В целях обеспечения видимости дорожных знаков, предусмотренных подпунктами 3.1, 3.2, границы коридора безопасности определяются по правилам, установленным п. 4, с учетом правил, указанных в п. 2.

Указанные в п. 4. требования не распространяются на рекламные конструкции, площадь информационного поля которых составляет менее 4,5 м², а также на рекламные конструкции, совмещенные с городской мебелью (модульные рекламные конструкции), в т.ч. на рекламные конструкции, являющиеся конструктивной частью остановочных павильонов общественного транспорта.

3.1. Для обеспечения видимости средств организации дорожного движения, установленных по ходу движения слева или справа от проезжей части в целях информирования водителей транспортных средств о необходимости или возможной необходимости остановки транспортного средства (светофоры дорожные, знаки дорожные 1.1 - 1.34.3, 2.1 - 2.7, 3.1 - 3.25, 3.31 - 3.33, 4.1.1 - 4.8.3, 5.1 - 5.6, 5.8 - 5.12.2, 5.15.1 - 5.17, 5.19.1 - 5.20, 5.23.1 - 5.24.2, 5.31 - 5.33, 6.3.1, 6.3.2, 6.8.1 - 6.8.3, 6.16 - 6.18.3, 7.12, 7.14, 8.13, 8.15, 8.22.1 - 8.22.3 по ГОСТ Р 52290) границы коридора безопасности определяются в соответствии с п. 4, при этом $S_{\text{без}}$ определяется по формуле (формула 3).

3.2. Для обеспечения видимости дорожных знаков: 3.26 - 3.30, 5.7.1, 5.7.2, 5.13.1 - 5.14.3, 5.18, 5.21, 5.22, 5.25 - 5.30, 5.34, 6.1, 6.2, 6.4 - 6.7, 6.9.1 - 6.15.3, 6.19.1 - 6.21.2, 7.1 - 7.11, 7.13, 7.15 - 7.20 по ГОСТ Р 52290, установленных по ходу движения слева или справа от проезжей части, границы коридора безопасности определяются в соответствии с п. 4, при этом $S_{\text{без}}$ принимается равным 14 м (при максимальной разрешенной скорости движения на участке дороги 60 км/ч) или 9 м (при максимальной разрешенной скорости движения на участке дороги 40 км/ч).

3.3. Расстояние от рекламной конструкции, площадь информационного поля которой составляет менее 4,5 м², до расположенного по ходу движения за рекламной конструкцией пешеходного перехода должно составлять не менее 5 м.

где $S_{уст}^p$ - минимально допустимое расстояние от места установки рекламной конструкции до линии установки дорожного знака, предусмотренного подп. 3.1, 3.2 (AD по рисунку 1), м;

$l_b = 1/2$ ширины полосы движения, ближайшей к месту установки рекламной конструкции, м;

$l_{уст}^p$ - расстояние от края проезжей части до ближайшей к краю проезжей части точки рекламной конструкции.

При этом:

$$R_{ЗК}^{без} = 1,1 \left[(h_{д.з} - h_b)^2 + (l_b + l_{д.з})^2 \right]^{\frac{1}{2}}, \text{ (формула 2)}$$

где $h_{д.з}$ - габаритная высота дорожного знака над уровнем проезжей части, м (в случае, если на одной опоре размещено несколько дорожных знаков, предусмотренных подп. 3.1, 3.2, для расчетов принимается габаритная высота верхнего дорожного знака);

h_b - высота уровня глаз водителя над уровнем проезжей части, принимается равной 1,2 м;

$l_{д.з}$ - расстояние от края проезжей части до дальней от края проезжей части точки горизонтальной проекции дорожного знака (в случае, если на одной опоре размещено несколько дорожных знаков, предусмотренных подп. 3.1, 3.2, расчеты осуществляются по самому дальнему от проезжей части дорожному знаку), м;

$S_{без}$ для дорожных знаков, предусмотренных подп. 3.1 - расстояние безопасного торможения (остановочный путь) (O'A по рисунку 1), определяется по формуле

$$S_{без} = \frac{V_0}{1,5} + \frac{V_0^2}{254\phi}, \text{ (формула 3)}$$

где V_0 - максимальная разрешенная скорость на участке дороги, км/ч;

ϕ - коэффициент продольного дорожного сцепления, принимается равным 0,4.

$S_{без}$ для дорожных знаков, предусмотренных подп. 3.2 - путь, проходимый транспортным средством за время распознавания водителем информации дорожного знака, принимается равным 14 м (при максимальной разрешенной скорости движения на участке дороги 60 км/ч) или 9 м (при максимальной разрешенной скорости движения на участке дороги 40 км/ч).

Если при расчете $S_{уст}^p$ принимает значения меньше 0,2 м, значение $S_{уст}^p$ принимается равным 0,2 м.

5.2. Для рекламных конструкций, относящихся к Т-образному типу или Г-образному типу с информационным полем, расположенным между опорой и проезжей частью:

$$S_{уст}^p = S_{без} \left(1 - \frac{\left[(l_b + l_{уст}^p)^2 + (h_p - h_b)^2 \right]^{\frac{1}{2}}}{R_{ЗК}^{без}} \right), \text{ (формула 4)}$$

где $S_{уст}^p$ - минимально допустимое расстояние от места установки рекламной конструкции до линии установки дорожного знака, предусмотренного подп. 3.1, 3.2 (AD по рисунку 1), м;

$l_{уст}^p$ - расстояние от края проезжей части до ближайшего к краю проезжей части края горизонтальной проекции рекламного поля конструкции, м;

h_b - высота уровня глаз водителя над уровнем проезжей части, принимается равной 1,2 м;

h_p - высота рекламной конструкции (от уровня проезжей части до нижнего края информационного поля), м;

$R_{зк}^{без}$ определяется по формуле (формула 2);

$S_{без}$ для дорожных знаков, предусмотренных пп. 3.2, принимается равным 14 м (при максимальной разрешенной скорости движения на участке дороги 60 км/ч) или 9 м (при максимальной разрешенной скорости движения на участке дороги 40 км/ч); для дорожных знаков, предусмотренных пп. 3.1, определяется по формуле (формула 3).

Если при расчете $S_{уст}^p$ принимает значения меньше 0,2 м, значение $S_{уст}^p$ принимается равным 0,2 м.