Об утверждении Порядка размещения рекламных конструкций на территории Охотского муниципального округа Хабаровского края

В соответствии со статьей 19 Федерального закона от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе", статьей 15 Федерального закона от 06 октября 2003 г. N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", Уставом Охотского муниципального округа Хабаровского края, в целях упорядочивания распространения наружной рекламы на территории Охотского муниципального округа Хабаровского края Собрание депутатов Охотского муниципального округа Хабаровского края

РЕШИЛО:

1. Утвердить прилагаемый Порядок размещения рекламных конструкций на территории Охотского муниципального округа Хабаровского края.

2. Установить аукцион как форму проведения торгов на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности Охотского муниципального округа Хабаровского края, и на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, расположенных на территории Охотского муниципального округа Хабаровского края.

3. Обнародовать (опубликовать) настоящее решение в Сборнике муниципальных правовых актов Охотского муниципального округа Хабаровского края.

5. Контроль за исполнением настоящего решения возложить на председателя комитета по управлению муниципальным имуществом Охотского муниципального округа Хабаровского края Лопатина С.В.

6. Настоящее решение вступает в силу со дня его официального обнародования.

|  |  |
| --- | --- |
| Глава округа | Председатель Собрания депутатов |
| М.А. Климов | Н.А. Фомина |

|  |  |
| --- | --- |
|  | УТВЕРЖДЕН  решением Собрания депутатов Охотского муниципального округа Хабаровского края  от N |

ПОРЯДОК

размещения рекламных конструкций на территории Охотского муниципального округа Хабаровского края

1. Общие положения

1.1. Настоящий Порядок устанавливает требования к территориальному размещению, внешнему виду и техническим параметрам рекламных конструкций, условия использования объектов муниципальной собственности и земельных участков, находящихся в собственности Охотского муниципального округа Хабаровского края (далее – муниципальное имущество, округ соответственно).

1.2. Настоящий Порядок разработан в целях формирования единого архитектурно-градостроительного облика округа, упорядочения распространения наружной рекламы и контроля за ее состоянием.

1.3. Комитет по управлению муниципальным имуществом Охотского муниципального округа Хабаровского края (далее - КУМИ) является органом, уполномоченным:

1) координировать деятельность по размещению на территории округа рекламных конструкций;

2) разрабатывать схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности;

3) осуществлять согласования с уполномоченными органами, необходимые для принятия решения о выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций;

4) принимать решение о выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, а также об отказе в выдаче разрешений;

5) выдавать разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций;

6) осуществлять контроль за целевым использованием рекламных конструкций;

7) вести паспортизацию рекламных конструкций;

8) принимать решение об аннулировании разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций;

9) выдавать предписания о демонтаже рекламных конструкций в соответствии с действующим законодательством.

10) проводить торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности округа, а также на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена;

11) заключать договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в соответствии с действующим законодательством;

12) заключать договоры по предоставлению в пользование рекламных конструкций, находящихся в муниципальной собственности;

13) заключать договоры на распространение социальной рекламы в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации;

14) запрашивать в порядке межведомственного информационного взаимодействия в федеральном органе исполнительной власти, уполномоченном в области государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним, сведения о правах на недвижимое имущество, к которому предполагается присоединять рекламную конструкцию.

2. Схема размещения рекламных конструкций на территории Охотского муниципального округа

2.1. На основании настоящего Порядка разрабатывается и утверждается правовым актом администрации округа схема размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности на территории округа (далее – Схема размещения рекламных конструкций).

2.2. 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.

2.3. Для включения места планируемой установки рекламной конструкции в схему размещения рекламных конструкций заявитель обращается в администрацию округа с заявлением в произвольной форме. В заявлении указываются: тип рекламной конструкции, размер, площадь информационного поля, адрес (место размещения).

К заявлению прилагаются данные о заявителе:

1) для физического лица - копия паспорта гражданина РФ с предоставлением оригинала для сверки или заверенная копия паспорта гражданина РФ либо данные о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя;

2) для юридического лица - данные о государственной регистрации юридического лица.

Документы, указанные в подпункте 2настоящего пункта, запрашиваются администрацией округа в порядке межведомственного информационного взаимодействия, если заявитель не представил указанные документы самостоятельно.

2.4. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат предварительному согласованию с министерством строительства Хабаровского края в порядке, установленном Правительством Хабаровского края.

2.5. В случае внесения изменений в Схему, в результате которых место размещения ранее установленной рекламной конструкции перестало соответствовать указанной Схеме и разрешение на установку и эксплуатацию такой рекламной конструкции было признано недействительным по основанию, предусмотренному действующим законодательством о рекламе, владельцу рекламной конструкции выплачивается компенсация за счет средств бюджета округа.

2.6. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат опубликованию в порядке, установленном для официального опубликования муниципальных правовых актов, и размещению на официальном сайте администрации округа.

3. Требования к рекламным конструкциям

3.1. В целях сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки к допустимым к установке рекламным конструкциям на территории округа предъявляются следующие общие требования:

3.1.1. Рекламные конструкции и их территориальное размещение должны соответствовать требованиям технического регламента.

3.1.2. В целях безопасности жизнедеятельности граждан на отдельно стоящие рекламные конструкции площадью более 15 кв. м, за исключением временных рекламных конструкций, администрация округа запрашивает у заявителя проектную документацию, разработанную проектировщиком или проектной организацией, имеющими свидетельство о допуске к соответствующему виду работ по подготовке проектной документации.

3.1.3. Рекламные конструкции должны иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона и номера выданного разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Маркировка должна размещаться под информационным полем рекламной конструкции. Размер текста должен позволять ее прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств или тротуара.

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

3.1.5. Эксплуатация рекламных конструкций на земельных участках общего пользования должна обеспечивать свободный проход пешеходов, возможность уборки улиц и тротуаров. Запрещается установка рекламных конструкций на тротуарах, если после их установки ширина прохода для пешеходов, а также для осуществления механизированной уборки составит менее 2 м.

3.1.6. Поверхность рекламной конструкции без размещения рекламы должна быть окрашена в светлые тона.

3.1.7. Распространение рекламной информации (изображения) на рекламных конструкциях может производиться:

- с помощью статичных изображений на плоскости информационного поля;

- с помощью демонстрации информации на динамических системах смены изображений (роллерных системах или системах поворотных панелей (призматронах);

3.1.8. Отдельно стоящая рекламная конструкция на земельном участке по возможности должна быть оборудована внешним подсветом, функционирующим в соответствии с графиком режима работы уличного освещения.

Не допускается установка любых видов подсвета на временных рекламных конструкциях, за исключением временных конструкций, установленных в местах торговли.

3.1.9. Установка отдельно стоящих рекламных конструкций вдоль автомобильных дорог должна соответствовать требованиям нормативных актов по безопасности движения транспорта.

3.1.10. Размещение рекламы о проводимых мероприятиях, в том числе спортивных соревнованиях, концертах, конкурсах, фестивалях, с помощью афиш на территории района осуществляется только на специально оборудованных для расклейки афиш рекламных конструкциях.

3.1.11. Установка временных рекламных конструкций допускается только на строительных сетках, ограждениях, местах торговли и иных подобных местах, других аналогичных технических средствах.

3.1.12. Не допускается размещение рекламных конструкций, являющихся источниками шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных и иных излучений и полей, вблизи жилых помещений.

3.1.13. Не допускается установка и эксплуатация рекламных конструкций без размещения на них рекламной информации (изображения), за исключением времени проведения работ по смене изображения, но не более 3 дней.

3.1.14. Не допускается размещение рекламных конструкций на деревьях, кустарниках, дорожных или газонных ограждениях.

3.2. Требования к содержанию и техническому обслуживанию (внешнему виду) рекламных конструкций:

3.2.1. Рекламные конструкции должны эксплуатироваться в соответствии с требованиями технической документации на соответствующие конструкции.

3.2.2. Требования к внешнему виду рекламных конструкций устанавливают единые и обязательные требования к техническому обслуживанию и определяют порядок их содержания в надлежащем состоянии.

Надлежащее состояние внешнего вида рекламных конструкций подразумевает:

1) целостность рекламных конструкций;

2) отсутствие механических повреждений;

3) отсутствие порывов рекламных полотен;

4) наличие покрашенного каркаса;

5) отсутствие ржавчины и грязи на всех частях и элементах рекламных конструкций;

6) отсутствие на всех частях и элементах рекламных конструкций наклеенных объявлений, посторонних надписей, изображений и других информационных сообщений;

7) внешний подсвет рекламных конструкций осуществляется в темное время суток в соответствии с графиком работы уличного освещения.

3.2.3. Для подключения рекламных конструкций к электрическим сетям владельцами данных конструкций должно быть осуществлено технологическое присоединение в соответствии с действующим законодательством.

3.2.4. Устранение повреждений рекламных изображений на рекламных конструкциях осуществляется их владельцами в течение одних суток после выявления указанных фактов.

3.3. Требования, установленные настоящей статьей, применяются при принятии решения о выдаче либо отказе в выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на территории округа.

4. Установка и эксплуатация рекламной конструкции, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции

4.1. Установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются на основании разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, выданного администрацией округа.

4.2. Установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, управомоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором. В случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции предполагается использовать общее имущество собственников помещений в многоквартирном доме, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции возможно только при наличии согласия собственников помещений в многоквартирном доме, полученного в порядке, установленном Жилищным кодексом Российской Федерации. Заключение такого договора осуществляется лицом, уполномоченным на его заключение общим собранием собственников помещений в многоквартирном доме. По окончании срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции обязательства сторон по договору прекращаются.

4.3. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется в соответствии с нормами Федерального [закона](https://login.consultant.ru/link/?req=doc&base=LAW&n=494904&date=07.06.2025) от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" и гражданским законодательством.

5. Типы и виды рекламных конструкций

5.1. На территории Охотского муниципального округа допускается устанавливать следующие виды рекламных конструкций:

- [отдельно](#P132) стоящие рекламные конструкции, размещаемые на земельных участках;

- [рекламные](#P148) конструкции, размещаемые на зданиях, строениях, сооружениях;

- [уникальные](#P155) (нестандартные) рекламные конструкции;

- [временные](#P159) рекламные конструкции.

5.1.1. Данные виды рекламных конструкций определены для размещения на территории Охотского муниципального округа независимо от форм собственности, к которому они присоединяются.

5.2. К отдельно стоящим рекламным конструкциям, размещаемым на земельных участках, относятся следующие типы:

5.2.1. Сити-форматы - двухсторонние рекламные конструкции с двумя информационными полями, располагаемые на тротуарах или на прилегающих к тротуарам газонах. Размер информационного поля рекламной конструкции сити-формата составляет 1,2 x 1,8 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции определяется общей площадью двух его сторон. Сити-форматы должны быть оборудованы внутренним подсветом информационного поля и быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания. Допускается отсутствие подсвета информационного поля сити-формата в случае оборудования конструкции элементами художественного оформления.

Распространение рекламной информации (изображения) на сити-форматах может производиться:

- с помощью статичных изображений на плоскости информационного поля;

- с помощью демонстрации информации на динамических системах смены изображений (роллерных системах или системах поворотных панелей (призматронах).

5.2.2. Рекламные тумбы - рекламные конструкции, располагаемые на тротуарах или на прилегающих к тротуарам газонах. Размер рекламного модуля тумбы составляет 1,4 x 2,5 м. Площадь информационного поля рекламной тумбы определяется площадью используемых сторон. Рекламные тумбы должны оборудоваться внутренним подсветом информационного поля и системой аварийного отключения от сети электропитания.

5.2.3. Афишные тумбы - рекламные конструкции, располагаемые на тротуарах или на прилегающих к тротуарам газонах, для размещения рекламы и информации исключительно о репертуарах театров, кинотеатров, спортивных и иных массовых мероприятиях, событиях общественного, культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера. Площадь информационного поля тумбы определяется площадью цилиндра высотой 2,2 м и диаметром 1,2 м, за исключением площади верхней и нижней частей цилиндра. Афишные тумбы не должны иметь подсвета.

5.2.4. Сити-борды - рекламные конструкции с внутренним или внешним подсветом (при оборудовании светодиодного подсвета по всему периметру конструкции), имеющие одну или две поверхности для размещения рекламы. Состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Площадь информационного поля сити-борда определяется общей площадью его эксплуатируемых сторон. Размер одной стороны информационного поля составляет 2,7 x 3,7 м, 2 x 4 м. Сити-борды должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания.

Распространение рекламной информации (изображения) на сити-бордах может производиться:

- с помощью статичных изображений на плоскости информационного поля;

- с помощью демонстрации информации на динамических системах смены изображений (роллерных системах или системах поворотных панелей (призматронах).

5.2.5. Стенды 3 x 6 м - стендовые рекламные конструкции, имеющие внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Стенды состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля размером 3 x 6 м. Площадь информационного поля стенда определяется общей площадью его сторон. Стенды, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону. По возможности, стенды должны быть оборудованы внутренним или внешним подсветом, системой аварийного отключения от сети электропитания.

Распространение рекламной информации (изображения) на стендах 3 x 6 м может производиться:

- с помощью статичных изображений на плоскости информационного поля;

- с помощью демонстрации информации на динамических системах смены изображений (роллерных системах или системах поворотных панелей (призматронах).

5.2.6. Перетяжка на жесткой основе - рекламная конструкция, размещаемая на самостоятельных опорах. Высота информационного поля должна составлять 2 м, 1,2 м. Информационные поля перетяжек на жесткой основе должны иметь внешний подсвет и могут оборудоваться системами динамической смены изображения (призматронами), должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания. Площадь информационного поля конструкции определяется общей площадью ее сторон.

5.3. К рекламным конструкциям, размещаемым на зданиях, строениях, сооружениях, относятся следующие типы:

5.3.1. Щитовая конструкция - односторонняя плоскостная рекламная конструкция, присоединяемая плоскостью к поверхности зданий (сооружений, строений), установленная с учетом архитектурно-декоративного облика и элементов вертикального и горизонтального членения фасада или его отделки, с учетом соответствия ранее установленным конструкциям. Щитовые конструкции состоят из элементов крепления, каркаса и информационного поля. Нанесение рекламной информации с внешней стороны стекол витрин, окон и проемов не допускается. Допускается оборудование периметрального светодиодного подсвета информационного поля щитовой конструкции в случае, если его площадь составляет более 30 кв. м. Площадь информационного поля щитовых конструкций рассчитывается с учетом их геометрических параметров, при этом используются математические формулы, выведенные для исчисления площадей геометрических фигур.

Распространение рекламной информации (изображения) на щитовых конструкциях может производиться:

- с помощью статичных изображений на плоскости информационного поля;

- с помощью демонстрации информации на динамических системах смены изображений (роллерных системах или системах поворотных панелей (призматронах)).

5.3.2. Кронштейны - двухсторонние консольные плоскостные рекламные конструкции с двумя информационными полями, присоединяемые к зданиям (строениям, сооружениям). Площадь информационного поля данного вида рекламных конструкций определяется суммой площадей используемых сторон.

5.3.3. Крышные рекламные конструкции - рекламные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза или на крыше. Состоят из отдельно стоящих символов (букв, цифр, художественных элементов, логотипов) или объединенных одним объемом, оборудованных внутренним подсветом и системой аварийного отключения от сети электропитания. Площадь информационного поля данного вида рекламных конструкций определяется по габаритам изображения. Не допускается установка крышных рекламных конструкций на движимых вещах, исключая места торговли и остановочные пункты движения общественного транспорта.

5.4. Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции - выполненные по индивидуальным проектам, имеющие формат, отличный от иных видов рекламных конструкций, предусмотренных настоящим приложением. К ним относятся следующие типы:

5.4.1. Стела - отдельно стоящая рекламная конструкция, служащая для идентификации организации или выполняющая коммуникативную функцию возле торговых центров. Площадь информационного поля стелы определяется общей площадью ее сторон. Стелы, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону.

5.4.2. Электронные табло - рекламные конструкции в виде сплошного экрана, на который выводится текстовая информация и компьютерная графика. Площадь информационного поля электронного табло определяется размером демонстрируемого изображения.

5.4.3. Видеоэкран - рекламная конструкция в виде сплошного экрана, на который выводится видеоизображение с различных источников. Площадь информационного поля видеоэкрана определяется размером демонстрируемого изображения.

5.5. Временные рекламные конструкции, срок размещения которых обусловлен их функциональным назначением и местом установки (строительные сетки, ограждения строительных площадок, мест торговли и иных подобных мест, другие аналогичные технические средства) и составляет не более чем двенадцать месяцев. Данные рекламные конструкции выполнены на металлическом каркасе с односторонней плоскостью, присоединяются к поверхности движимого имущества, устанавливаются с учетом архитектурно-декоративного облика и элементов вертикального и горизонтального членения, с учетом соответствия ранее установленным конструкциям. К ним относятся следующие типы:

5.5.1. Рекламные конструкции на местах торговли.

Рекламные конструкции, монтируемые на конструктивных элементах мест торговли и не являющиеся их конструктивными частями. Площадь информационного поля таких конструкций определяется габаритами изображения.

5.5.2. Рекламные конструкции на павильонах, расположенных на остановочных пунктах движения общественного транспорта.

Данные рекламные конструкции монтируются на конструктивных элементах павильонов ожидания общественного транспорта. Конструкции должны иметь подсвет информационного поля, быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания. Рекламные конструкции для размещения афиш и объявлений о проводимых спортивных и концертных мероприятиях устанавливаются без подсвета информационного поля. Площадь информационного поля таких конструкций определяется габаритами изображения.

5.5.3. Рекламные конструкции на ограждениях.

Данные рекламные конструкции выполняются в виде независимого металлического каркаса, присоединенного к существующему ограждению болтовым соединением, присоединение информационной плоскости к конструкции должно производиться вплотную к конструкции, исключая провисание. Рекламные конструкции должны соответствовать высоте ограждения, кратны сегменту ограждения, не должны выступать за пределы ограждения. Площадь информационного поля таких конструкций определяется габаритами изображения.

5.5.4. Кронштейны на опорах - двухсторонние консольные плоскостные рекламные конструкции в вертикальном исполнении с двумя информационными полями, присоединяемые к опорам освещения, опорам контактной сети, опорам линий электропередач, оборудованные внутренним подсветом и системой аварийного отключения от сети электропитания. Кронштейны, расположенные вдоль дорог, должны быть развернуты в сторону тротуара (обочины), информационным полем перпендикулярно проезжей части. Размер информационного поля должен составлять 0,8 x 1,2 м и 1,2 x 1,8 м. Площадь информационного поля таких конструкций определяется суммой площадей используемых поверхностей.

5.6. Установка на территории Охотского муниципального округа типов и видов рекламных конструкций, не предусмотренных в настоящей статье, не допускается.

6. Порядок выдачи разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Охотского муниципального округа

6.1. Разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на территории округа готовится КУМИ за подписью главы округа на каждую рекламную конструкцию на срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в соответствии с действующим законодательством и настоящим Порядком.

6.1.1. Разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции оформляется на основании заявления по форме, установленной правовым актом администрации округа.

К заявлению прилагается:

1) данные о заявителе - физическом лице. Данные о государственной регистрации юридического лица или о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя запрашиваются уполномоченным на выдачу разрешений органом в федеральном органе исполнительной власти, осуществляющем государственную регистрацию юридических лиц, физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств;

2) подтверждение в письменной форме согласия собственника или иного законного владельца соответствующего недвижимого имущества на присоединение к этому имуществу рекламной конструкции, если заявитель не является собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества. В случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции необходимо использование общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, документом, подтверждающим согласие этих собственников, является протокол общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме. В случае, если соответствующее недвижимое имущество находится в государственной или муниципальной собственности, администрация Охотского муниципального округа запрашивает сведения о наличии такого согласия в уполномоченном органе, если заявитель не представил документ, подтверждающий получение такого согласия, по собственной инициативе.

6.1.2. Помимо документов и сведений, указанных в [пункте 6.1.1](#P174), заявитель предоставляет в администрацию Охотского муниципального округа документы и сведения, относящиеся к территориальному размещению, внешнему виду и техническим параметрам рекламной конструкции.

6.2. В разрешении на установку и эксплуатацию рекламной конструкции указываются: владелец рекламной конструкции, собственник земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, тип рекламной конструкции, площадь ее информационного поля, место установки рекламной конструкции, срок действия разрешения, орган, выдавший разрешение, номер и дата его выдачи, иные сведения, предусмотренные федеральным законодательством.

6.3. Решение в письменной форме о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче должно быть направлено заявителю в течение двух месяцев со дня приема от него необходимых документов.

6.4. Решение об отказе в выдаче разрешения должно быть мотивировано и принято управлением архитектуры, комитетом в соответствии с действующим законодательством о рекламе.

6.5. Заявитель вправе обжаловать решение об отказе в выдаче разрешения, обратившись в суд в течение трех месяцев со дня его получения.

6.6. Требования настоящей статьи в части получения разрешений не распространяются на витрины, киоски, лотки, передвижные пункты торговли, уличные зонтики в случае размещения рекламы непосредственно на указанных объектах (без использования конструкций и приспособлений только для размещения рекламы).

6.7. Рекламораспространитель обязан уведомлять управление архитектуры обо всех фактах возникновения у третьих лиц прав в отношении принадлежащей ему рекламной конструкции (сдача рекламной конструкции в аренду, внесение рекламной конструкции в качестве вклада по договору простого товарищества, заключение договора доверительного управления, иные факты).

При изменении рекламного изображения, рекламораспространитель обязан внести соответствующие изменения в паспорт рекламной конструкции.

6.8. Решение об аннулировании разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции принимается главой администрации округа в соответствии с действующим законодательством о рекламе.

6.9. Решение об аннулировании разрешения может быть обжаловано в суде в течение трех месяцев со дня его получения.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_