



БІЛОЦЕРКІВСЬКА МІСЬКА РАДА
Київської області
ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ

вул. Я.Мудрого, 15, м. Біла Церква, Київська область, 09117, тел./факс (0456)39-21-59, тел. (04563) 5-40-82
E-mail: bc_mvk@bc-rada.gov.ua Код ЄДРПОУ 04055009

21.05.2019 / № 1706/01-07 На № _____ від _____

Голові Державної регуляторної
служби України
Ляпіній К.М.

Про підготовку пропозицій
щодо удосконалення проекту
регуляторного акту

Шановна Ксеніє Михайлівно!

Відповідно до статті 34 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» подаємо Вам для підготовки пропозицій щодо удосконалення відповідно до принципів державної регуляторної політики проект регуляторного акту – рішення Білоцерківської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста Біла Церква». Аналіз регуляторного впливу до проекту рішення та експертний висновок, погоджений постійною комісією міської ради з питань інвестицій, регуляторної політики, торгівлі, послуг та розвитку підприємництва, власності, комунального майна та приватизації.

Пропозиції щодо удосконалення проекту регуляторного акту просимо надіслати у визначений термін на адресу управління міст обудування та архітектури Білоцерківської міської ради за адресою: 09117, м. Біла Церква, бул. Олександрійський, 75, прим. 134, прим. 134. E-mail: bc_architect@ukr.net.

Додатки: - в 1 примірнику на 51 (п'ятдесят одному) аркуші.

З повагою

Заступник міського голови

А. Кравець

Нав.юва
(04563)5-10-45

0.31

Державна регуляторна служба України
№ 5347/0/19-19 від 25.05.2019



До оприлюднення
В. Кошель



Проект

Автор проекту:
Виконавчий комітет
Білоцерківської міської ради

Про затвердження Порядку
розміщення зовнішньої реклами
на території міста Біла Церква

Розглянувши рішення виконавчого комітету Білоцерківської міської ради від 12 березня 2019 року № 163 «Про схвалення проекту рішення Білоцерківської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста Біла Церква», рішення виконавчого комітету Білоцерківської міської ради від 26 березня 2019 року № 206 «Про внесення змін до рішення виконавчого комітету Білоцерківської міської ради від 12 березня 2019 року № 163 «Про схвалення проекту рішення Білоцерківської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста Біла Церква», з метою впорядкування розміщення зовнішньої реклами в місті Біла Церква, збереження архітектурно-просторової цілісності зони загального користування, земель комунальної власності міста, врегулювання порядку надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами, вимог до проектування рекламних засобів, визначення та погодження місць розміщення рекламних засобів, відповідно до законів України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про рекламу», «Про благоустрій населених пунктів», «Про охорону культурної спадщини», «Про адміністративні послуги», «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про автомобільні дороги», «Про захист суспільної моралі», «Про регулювання містобудівної діяльності», Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року №2067, Єдиних правил ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 березня 1994 року №198, міська рада вирішила:

1. Затвердити Порядок розміщення зовнішньої реклами на території міста Біла Церква, згідно Додатку 1.
2. Затвердити Комплексну схему розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території міста Біла Церква згідно Додатку 2.
3. Визнати таким, що втрапило чинність рішення Білоцерківської міської ради від 01 березня 2012 року №524-21-VI «Про затвердження порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста Біла Церква».
4. Виконавчим органам Білоцерківської міської ради повідомити про це місцями приєднати свої документи у відповідності до даного рішення».
5. Контроль за виконанням даного рішення покласти на постійну комісію міської ради з питань земельних відносин та земельного кадастру, планування території, будівництва, архітектури, охорони пам'яток, історичного середовища та благоустрою.

Міський голова

Е. Дикін

Додаток 1
до рішення міської ради
від _____ 2019 року № _____

**Порядок
розміщення зовнішньої реклами на території
міста Біла Церква**

1. Загальні положення

1.1. Порядок розміщення зовнішньої реклами на території міста Біла Церква (далі - Порядок) розроблено відповідно до законів України «Про рекламу», «Про благоустрій населених пунктів», «Про охорону культурної спадщини», «Про адміністративні послуги», «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про автомобільні дороги» «Про захист суспільної моралі», «Про регулюванні містобудівної діяльності», Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року №2067, Єдиних правил ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 3 березня 1994 року №198.

1.2. Засоби та обладнання зовнішньої реклами є помітними елементами (частинами) об'єктів благоустрою населеного пункту, упорядкування розміщення яких передбачає відповідні соціально-економічні та організаційно-правові заходи з метою раціонального використання території, належного її утримання та охорони, створення умов щодо захисту і відновлення сприятливого для життєдіяльності людини довкілля.

1.3. Порядок регулює відносини, що виникають у зв'язку з розміщенням у місті Біла Церква зовнішньої реклами з урахуванням архітектурних, функціонально - планувальних, історико-культурних чинників, типології елементів місцевого середовища та з додержанням правил благоустрою території населених пунктів.

1.4. Дія цього Порядку поширюється на всю територію міста Біла Церква.

2. Визначення термінів

2.1. У цьому Порядку терміни вживаються у такому значенні:

робочий орган - управління містобудування та архітектури Білоцерківської міської ради.

демонтаж - комплекс заходів, які передбачають відокремлення спеціальної конструкції разом з основою від місця її розташування та транспортування у місце її подальшого зберігання;

дозвіл - документ установленої форми, виданий розповсюджувачу зовнішньої реклами на підставі рішення виконавчого комітету Білоцерківської міської ради, який дає право на розміщення зовнішньої реклами на певний строк та у певному місці;

модернізація - приведення (заміна, переоснащення тощо) існуючих конструкцій для розміщення зовнішньої реклами до вимог затвердженого Класифікатором типових конструкцій для розміщення зовнішньої реклами.

Інші терміни застосовуються у значенні, наведеному в чинному законодавстві України.

2.2. Зовнішня реклама на території міста Біла Церква розміщується та експлуатується на підставі дозволу, виданого на підставі рішення виконавчого комітету Білоцерківської міської ради. Дозволи на розміщення зовнішньої реклами, надані до набрання чинності даного Порядку, є дійсними до закінчення строку їх дії.

3. Вимоги до розміщення зовнішньої реклами

3.1. Розміщення об'єктів зовнішньої реклами повинні відповідати вимогам чинного законодавства України та рішенням Білоцерківської міської ради та виконавчого комітету Білоцерківської міської ради, а також цього Порядку.

3.2. Зовнішня реклама розміщується:

- а) на тимчасових і стаціонарних конструкціях, розташованих на відкритій місцевості;
- б) на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїзною частиною вулиць та доріг, крім випадків визначених чинним законодавством.

3.3. На стінах (в тому числі на брендмауери), які кріпляться на спеціальних конструкціях, що мають елементи кріплення, в обов'язковому порядку подається конструктивне рішення (з відображенням вузлів кріплення конструкції відповідно до діючих Державних будівельних норм) з метою забезпечення безпеки при експлуатації.

4. Оформлення та видача дозволів на розміщення зовнішньої реклами

4.1. Для одержання дозволу розповсюджувач зовнішньої реклами (далі - заявник) подає через Центр надання адміністративних послуг Білоцерківської міської ради заяву встановленого зразка з додатками визначеними п. 9 Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року №2067 та топогеодезичним знімком місцевості (М 1:500) з прив'язкою місця розташування рекламного засобу.

4.2. За наявності документів, передбачених пунктом 4.1. цього Порядку, відомості у той же ж день вносяться робочим органом до внутрішнього реєстру журналу реєстрації заяв та дозволів на розміщення зовнішньої реклами (далі - журнал реєстрації), який ведеться у довільній формі. Журнал реєстрації повинен бути прошитий, а його сторінки пронумеровані. На останній сторінці журналу реєстрації робиться запис про кількість сторінок, який засвідчується підписом керівника робочого органу, скріпленням печаткою.

У разі подання через Центр надання адміністративних послуг Білоцерківської міської ради заяви на отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами на одне і те ж місце в один день різними заявниками, робочий орган готує рішення про вставлення за заявником, який по часу подав документи першим, пріоритету на заявлене місце. У встановленні пріоритету робочим органом може бути відмовлено заявнику, який по часу подав заяву першим, у випадку, якщо заявником поданий не повний пакет документів, визначений цим Порядком та чинним законодавством України, у такому випадку пріоритет за рішенням робочого органу встановлюється іншому заявнику який по часу подання заяви є наступним та подані документи якого відповідають вимогами цього Порядку та чинному законодавству України.

4.3. Виконавчий комітет Білоцерківської міської ради протягом одного робочого дня з дати одержання зазначених пропозицій приймає рішення про надання дозволу або про відмову у його наданні, або на першому засіданні виконавчого комітету Білоцерківської міської ради після закінчення цього строку відповідно до вимог Закону України "Про адміністративні послуги".

4.4. У разі прийняття виконавчим комітетом Білоцерківської міської ради рішення про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами, заявник протягом десяти робочих днів укладає договір на тимчасове користування місцем рекламного засобу, яке перебуває у комунальній власності територіальної громади м. Біла Церква з робочим органом.

4.5. Строк дії дозволу продовжується на підставі заяви, яка подається через Центр надання адміністративних послуг Білоцерківської міської ради розповсюджувачем зовнішньої реклами не пізніше ніж за один місяць до закінчення строку дії дозволу. Продовження строку дії дозволу фіксується в журналі реєстрації з внесенням відповідних змін у дозвіл.

Разом із заявою на продовження строку дії дозволу розповсюджувач реклами надає:

- а) оригінал діючого дозволу на розміщення зовнішньої реклами;
- б) лист-погодження від власника місця розташування рекламного засобу або уповноваженої ним особи щодо відсутності заперечення на розміщення рекламного засобу на строк продовження дії дозволу або копія договору з власником місця розташування рекламного засобу, діючого на момент подачі заяви.

4.6. У продовженні строку дії дозволу може бути відмовлено в разі:

- а) подання заяви менше ніж за один місяць до закінчення строку дії дозволу;
- б) подання неповного пакета документів, необхідних для продовження строку дії дозволу;
- в) наявність простроченої заборгованості розповсюджувача зовнішньої реклами, на розміщення рекламного засобу за договором на право тимчасового користування місцем за два і більше місяців;
- г) невідповідність типу рекламного засобу, місця його розташування схемі розміщення рекламних засобів (в разі її затвердження).

4.7. Робочий орган протягом п'яти робочих днів з дати одержання заяви про продовження строку дії дозволу розглядає її та надає пропозиції з проектом відповідного рішення виконавчому комітету Білоцерківської міської ради для прийняття рішення.

4.8. Виконавчий комітет Білоцерківської міської ради протягом п'яти робочих днів з дати одержання зазначених пропозицій розглядає та приймає відповідне рішення про продовження строку дії дозволу або про відмову у його продовженні, а в разі неможливості прийняття рішення у визначений строк - на першому засіданні виконавчого комітету Білоцерківської міської ради після закінчення цього строку.

4.9. Робочий орган протягом двох робочих днів з дати прийняття рішення виконавчого комітету Білоцерківської міської ради вносить відповідні зміни до дозволу, які мають бути підписані керівником робочого органу та скріплені печаткою робочого органу.

4.10. Продовження строку дії дозволу (відмова у його продовженні) фіксується робочим органом у журналі реєстрації.

5. Анулювання, переоформлення дозволів на розміщення зовнішньої реклами

5.1. Анулювання дозволу на розміщення зовнішньої реклами здійснюється у випадках визначених чинним законодавством України на підставі рішенням виконавчого комітету Білоцерківської міської ради.

Заява про анулювання дозволу розміщення зовнішньої реклами подається через Центр надання адміністративних послуг Білоцерківської міської ради, до якої додається витяг (виписка) з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців.

Робочий орган протягом п'яти робочих днів з дня виникнення підстав для анулювання дозволу подає відповідний проект рішення до виконавчого комітету Білоцерківської міської ради.

Виконавчий комітет Білоцерківської міської ради протягом п'яти робочих днів з дати одержання проекту приймає відповідне рішення, а в разі неможливості прийняття рішення у визначений строк - на першому засіданні виконавчого комітету Білоцерківської міської ради після закінчення цього строку, але у будь-якому випадку не довше одного місяця з дати подання відповідної заяви.

5.2. Рішення про анулювання дозволу фіксується у журналі реєстрації та надсилається робочим органом розповсюджувачу зовнішньої реклами протягом п'яти робочих днів.

5.3. Розповсюджувач зобов'язаний демонтувати рекламний засіб, дозвіл який анульовано, протягом 10 днів з дати прийняття відповідного рішення.

5.4. Переоформлення дозволу на розміщення зовнішньої реклами здійснюється у випадках, визначених чинним законодавством України, на підставі рішення виконавчого комітету Білоцерківської міської ради.

Протягом одного місяця з дня виникнення підстав для переоформлення дозволу розміщення зовнішньої реклами заява подається через Центр надання адміністративних послуг Білоцерківської міської ради, до якої додається витяг (виписка) з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців.

До заяви додається:

- документ, який засвідчує право власності (користування) на рекламний засіб;
- оригінал зареєстрованого дозволу;
- письмове погодження власника місця розташування рекламного засобу або уповноваженого ним органу/особи (якщо рекламний засіб розташований на приватній або державній формі власності);
- ідентифікаційний код юридичної особи або ідентифікаційний номер фізичної особи платників податків, зборів та інших обов'язкових платежів.

5.5. У разі відсутності зауважень до поданих заявником документів керівник робочого органу протягом п'яти робочих днів з дати подання заяви вносить відповідні зміни у дозвіл. Переоформлення дозволу фіксується в журналі реєстрації. Відмова у переоформленні дозволу може бути оскаржена у порядку, встановленому законодавством.

6. Художньо-естетичні вимоги щодо розміщення зовнішньої реклами

6.1. Розміщення рекламних засобів повинно здійснюватися з врахуванням вимог Правил благоустрою території м. Біла Церква.

6.2. Конструкції повинні утримуватися в належному стані відповідно до Правил благоустрою в м. Біла Церква. Рекламні засоби можуть мати індивідуальне освітлення рекламного зображення у темний час доби з урахуванням вимог та обмежень, визначених чинним законодавством.

6.3. Фундаментний блок наземної зовнішньої реклами рекомендується заглиблювати до рівня ґрунту з відновленням твердого покриття, трав'яного покриву (газону) та виконанням робіт з благоустрою території, де розміщена зовнішня реклама. В разі, якщо заглиблення неможливо здійснити з технічних причин – декоративно оформлений.

6.4. Щитові установки - окремо встановлені стаціонарні спеціальні конструкції, що мають зовнішні поверхні для розміщення реклами складаються з фундаменту, каркаса та інформаційного поля (полів), що встановлюються на газонах, ґрунті, асфальті тощо.

Вимоги до щитових установок:

- а) щитові наземні установки виконуються, як правило, у двосторонньому варіанті та мають індивідуальне освітлення;
- б) конструктивні елементи жорсткості та кріплення (болтові з'єднання, елементи опор і т.і.) повинні бути закриті декоративними елементами та мати однакове забарвлення;
- в) щитові установки не повинні мати видимих елементів з'єднання різних частин конструкцій (торцеві поверхні конструкцій, кріплення освітлювальної арматури, з'єднання з підставою).

6.5. Рекомендована висота рекламних щитів з урахуванням їх візуального сприйняття на вулицях і магістралях складає не менш 4 м від поверхні землі до рекламної площини спеціальної конструкції.

6.6. Транспаранти-перетяжки стаціонарні спеціальні конструкції, що складаються з пристрою кріплення, пристрою натягу (якщо воно передбачено проектом) та інформаційного зображення.

Транспаранти-перетяжки, як правило, виконуються у розмірах 1 x 5 м.

6.7. Конструкції, що встановлюються на спорудах зупинок громадського транспорту, рекомендовано виконувати з внутрішнім підстеленням, який гармонійно поєднується з архітектурним обліком павільйону.

6.8. Спеціальні конструкції обов'язково забезпечуються маркуванням із зазначенням на каркасі рекламного засобу найменування розповсюджувача зовнішньої реклами, номера його телефону, дати видачі дозволу та строку його дії. Конструкції, не забезпечені таким маркуванням або хоча б одним із обов'язкових елементів, підлягають демонтажу, у випадку не усунення такого недоліку рекламо розповсюджувачем протягом 10 робочих днів, з моменту отримання вимоги про усунення порушень

7. Вимоги до освітлення зовнішньої реклами

7.1. Освітлення зовнішньої реклами не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також не повинно освітлювати квартири житлових будинків.

7.2. У разі підключення наземних спеціальних конструкцій до існуючих мереж електричного живлення повинно здійснюватися з прокладанням мереж переважно під землею у порядку визначеному чинним законодавством України.

8. Обов'язки та відповідальність розповсюджувачів зовнішньої реклами

8.1. Розповсюджувач зовнішньої реклами зобов'язаний:

а) Виконати роботи зі встановлення об'єкта зовнішньої реклами без пошкодження архітектурних деталей, конструктивних елементів будівель та споруд, підземних та наземних комунікацій, елементів благоустрою та озеленення. При вимушеному пошкодженні елементів благоустрою та озеленення рекламорозповсюджувач зобов'язаний їх відновити у триденний термін після встановлення рекламоносія.

б) При неможливості відновити озеленення рекламорозповсюджувач зобов'язаний сплатити його відновлювальну вартість.

в) Після демонтажу об'єкта зовнішньої реклами розповсюджувач має відновити зелені насадження та дорожнє покриття або відшкодувати витрати, пов'язані з їх відновленням.

8.2. Відповідальність за технічний стан рекламних засобів, порушення вимог техніки безпеки під час розташування та експлуатації рекламних засобів, монтаж (демонтаж) покладається на розповсюджувача зовнішньої реклами.

8.3. Особи, винні у порушенні законодавства про рекламу, несуть дисциплінарну, цивільно-правову, адміністративну та кримінальну відповідальність відповідно до чинного законодавства України.

9. Порядок здійснення демонтажу рекламних засобів

9.1. Під демонтажем розуміють комплекс заходів, які передбачають відокремлення рекламного засобу разом з основою від місця його розташування та транспортування у місце його подальшого зберігання. При цьому демонтаж та наступне зберігання рекламного засобу не передбачає переходу права власності на нього до територіальної громади міста Біла Церква в автоматичному порядку.

9.2. Демонтаж здійснюється з обов'язковим письмовим повідомленням власника рекламної конструкції (якщо власник відомий) шляхом направлення відповідного повідомлення поштовим зв'язком рекомендованим листом не пізніше ніж за 5 днів до дати демонтажу. Участь власника,

законного користувача рекламного засобу або їх законного представника під час демонтажу є їх безспірним правом.

9.3. Демонтажу згідно цього Порядку підлягають:

- а) самовільно встановлені рекламні засоби, власник яких невідомий, у тому числі у разі відсутності маркування на рекламному засобі;
- б) самовільно встановлені рекламні засоби, власник яких відомий, але вимоги про демонтаж не виконав;
- в) створюють аварійні ситуації, загрозу життю або здоров'ю людей та/або заподіяння шкоди майну третіх осіб;
- г) в разі, коли термін дії дозволу закінчився;
- д) в разі невідповідності технічних характеристик рекламного засобу та/або місця їх встановлення виданому дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

9.4. У випадку, зазначеному в абзаці а) підпункту 9.3. демонтаж рекламних засобів здійснюється без попереднього надсилання вимоги про усунення порушень Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста Біла Церква. Робочий орган складає перелік рекламних засобів, що підлягають демонтажу, та разом з відповідним наказом направляє доручення про демонтаж до КП БМР «Муніципальна варта» спільно з КУ БМР «Інспекція з благоустрою міста Біла Церква».

У випадку, зазначеному у абзаці б) підпункті 9.3. демонтаж рекламних засобів повинні провести власники (законні користувачі) рекламного засобу самостійно за власний рахунок у термін, вказаний у вимозі робочого органу про усунення порушення Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста Біла Церква. У разі невиконання розповсюджувачем у зазначений термін вимог про демонтаж спеціальної конструкції, робочий орган не пізніше ніж через 10 робочих днів з дати невиконання вимоги видає наказ про примусовий демонтаж до КП БМР «Муніципальна варта» спільно з КУ БМР «Інспекція з благоустрою міста Біла Церква».

У разі виникнення аварійної ситуації, зазначеної у абзаці в) підпункті 9.3. демонтаж рекламних засобів здійснюється без попереднього надсилання вимоги та робочим органом складається відповідний акт за участю КП БМР «Муніципальна варта», КУ БМР «Інспекція з благоустрою міста Біла Церква», власника місця розташування спеціальної конструкції і представника управління з питань надзвичайних ситуацій та цивільного захисту населення міської ради.

9.5. Демонтаж рекламних засобів проводиться КП БМР «Муніципальна варта» та КУ БМР «Інспекція з благоустрою міста Біла Церква», а за необхідності вказаними підприємствами можуть залучатись інші підприємства, установи та організації для здійснення демонтажних робіт.

У разі необхідності під час проведення демонтажу можуть бути присутні власник, законний користувач рекламного засобу або їх законний представник, представники державних органів, представники міського відділу Національної поліції, міських служб та інших організацій.

9.6. Під час демонтажу рекламного засобу складається акт проведення демонтажу рекламного засобу, а також може складатися акт огляду технічного стану рекламного засобу з проведенням фото- та/або відео фіксації, які додаються до акта.

Кожний акт складається в двох примірниках і підписується всіма присутніми особами під час проведення демонтажу. Один примірник акта залишається у робочому органі, інший надається власнику (законному користувачу) демонтованого рекламного засобу (на його вимогу).

У разі відсутності власника рекламного засобу або його відмови від підписання акта демонтажу, в акті робиться відповідна відмітка, другий примірник акта робочий орган у п'ятиденний термін надсилає поштою за місцезнаходженням власника (якщо встановлено його місцезнаходження).

9.7. Компенсація витрат КП БМР «Муніципальна варта» та КУ БМР «Інспекція з благоустрою міста Біла Церква», яка організувала демонтаж або проводила самостійно демонтаж рекламного засобу, покладається на власника (законного користувача) демонтованого рекламного засобу на підставі виставленого рахунку та акта здачі-приймання виконаних робіт про демонтаж, які надсилаються власнику в обов'язковому порядку у п'ятиденний термін з дати демонтажу.

10. Облік та зберігання демонтованих рекламних засобів

10.1. Облік та зберігання демонтованих рекламних засобів здійснюється КП БМР «Муніципальна варта».

10.2. Для повернення демонтованого рекламного засобу власнику рекламного засобу необхідно звернутись до КП БМР «Муніципальна варта» з такими документами:

- а) заявою на ім'я керівника про повернення демонтованого рекламного засобу;
- б) документом, що підтверджує право власності (інше майнове право) на конкретний демонтований рекламний засіб;
- в) документом, що підтверджує оплату витрат КП БМР «Муніципальна варта», пов'язаних з демонтажем та реалізацією рекламного засобу, транспортуванням та зберіганням.

10.3. Після закінчення річного терміну зберігання примусово демонтовані рекламні засоби визнаються безхазяйним майном і переходять у власність територіальної громади м. Біла Церква у випадку якщо:

- а) після закінчення терміну зберігання примусово демонтованих об'єктів власники не зголосились на їх повернення;
- б) після закінчення терміну зберігання примусово демонтованих об'єктів власники не сплатили вартості демонтажу, транспортування та зберігання або не надали документи, підтверджуючі право власності (інше майнове право) на цей рекламний засіб;
- в) власники надали письмову відмову від демонтованого рекламного засобу та документи, що підтверджують право власності (інше майнове право) на цей рекламний засіб.

Після чого вказане майно підлягає реалізації, а кошти, отримані після реалізації цього майна, за вирахуванням сум, необхідних для сплати платежів і зборів та витрат, пов'язаних з реалізацією вказаного майна, перераховуються до міського бюджету.

У випадках розгляду судових справ, пов'язаних з демонтажем рекламних засобів зберігання здійснюється на весь строк розгляду судової справи до прийняття рішення, що набрало законної сили.

11. Повноваження робочого органу

11.1 До повноважень робочого органу належать:

- а) розгляд заяв розповсюджувачів зовнішньої реклами на надання дозволу, внесення змін у дозвіл, переоформлення дозволу та продовження строку його дії;
- б) прийняття рішення про встановлення пріоритету заявника на місце розташування рекламного засобу або про відмову в установленні такого пріоритету;
- в) підготовка проекту рішення виконавчого комітету Білоцерківської міської ради щодо надання дозволу, про відмову у його наданні та анулювання дозволу;
- г) видача дозволу на підставі рішення виконавчого комітету Білоцерківської міської ради;
- г) ведення інформаційного банку даних місць розташування рекламних засобів, плану їх розміщення та надання в установленому порядку інформації для оновлення даних містобудівного кадастру населених пунктів;

д) подання територіальним органам спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів в Київській області матеріалів про порушення порядку розповсюдження та розміщення реклами;

е) укладання договору на тимчасове користування місцем рекламного засобу, що перебуває у комунальній власності територіальної громади міста Біла Церква;

е) ведення обліку договорів тимчасового користування місцем, що знаходиться в комунальній власності, по кожному об'єкту зовнішньої реклами;

ж) здійснює контроль відповідності фактичного розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території згідно з виданою дозвільною документацією;

з) ведення контролю нарахувань і сплати по договірних зобов'язаннях.

12. Зонування розміщення рекламних засобів в місті Біла Церква

12.1. Завданнями зонування розміщення рекламних засобів в місті Біла Церква є:

а) раціональне використання території, її належне утримання, створення сприятливого та безпечного для життєдіяльності людини довкілля;

б) врахування типології елементів міського середовища, архітектурних, функціонально-планувальних та історико-культурних чинників;

в) зменшення формату рекламних засобів у напрямку від околиць до центральної частини міста;

г) визначення територій та об'єктів, на яких розміщення рекламних засобів не допускається.

12.2. Рекламне зонування території міста по ступеню містобудівної, історичної та візуальної значимості місць розміщення спеціальних рекламних конструкцій та їх типів є складовою частиною Комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами на території міста Біла Церква.

12.3. Зонування розміщення рекламних засобів містить перелік зон їх розміщення в м. Біла Церква, форматний поділ рекламних засобів відповідно до площі однієї поверхні рекламного засобу, перелік об'єктів, вулиць, проспектів, площ, бульварів тощо (вулично-шляхову мережу, мости, шляхопроводи тощо), що визначають межі зон розміщення зовнішньої реклами.

12.4. Розміщення рекламних засобів на підтримуючих, опорних та інших елементах контактної мережі, на засобах та обладнанні (у тому числі опорах) зовнішнього освітлення в усіх форматних зонах заборонено.

13. Класифікатор типових рекламних конструкцій

13.1. Класифікатор типових рекламних конструкцій для розміщення зовнішньої реклами (далі - Класифікатор) містить перелік вимог до спеціальних тимчасових конструкцій, їх видів (типів) та приклади дизайнерського рішення конструктивів таких рекламних засобів, які можуть розміщуватися на території міста Біла Церква.

13.2. Типові рекламні конструкції в Класифікаторі є обов'язковими базовими зразковими моделями, можуть мати окремі фірмові відмінності: декоративні елементи тощо.

13.3. Рекламні конструкції повинні встановлюватись, експлуатуватись та обслуговуватись із дотриманням вимог чинних нормативно-правових актів та цього рішення.

13.4. Відхилення від класифікатора допускаються у випадку незначних змін в конструкцію, без заміни основних дизайнерських рішень.

14. Схема розміщення зовнішньої реклами наземних конструкцій об'єктів зовнішньої реклами відповідно форматних зон в існуючих межах міста Біла Церква

14.1. Схема розміщення зовнішньої реклами наземних конструкцій об'єктів зовнішньої реклами відповідно форматних зон в існуючих межах міста Біла Церква (далі - Схема) - це затверджені рішенням Білоцерківської міської ради текстові та графічні матеріали, що визначають місця для розміщення рекламних засобів, типи рекламних засобів згідно з Класифікатором, розміщення яких допускається у межах відповідної території (вулиці, проспекту, бульвару тощо).

Схема розробляється з метою упорядкування існуючих об'єктів зовнішньої реклами та визначення оптимальної чисельності об'єктів на території міста з урахування положень чинного законодавства щодо дотримання вимог будівельних, санітарно-гігієнічних норм, існуючих планувальних обмежень, містобудівних особливостей міста, а також вимог щодо охорони навколишнього природного середовища та охорони об'єктів історико-культурної спадщини з визначенням відповідних зон та підвищення якісного рівня міського середовища, забезпечення експлуатаційних характеристик його складових, у т. ч. дотримання безпеки експлуатації об'єктів дорожньо-транспортного руху.

Схема розробляється та затверджуються у відповідності до Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності».

14.2. Схема розробляється з дотриманням таких вимог:

а) врахування характеру архітектури навколишньої забудови, ергономічних, містобудівних особливостей міського простору, наявності архітектурних та історичних пам'яток, специфіки природного ландшафту та щільності населення з метою створення гармонійного рекламно-інформаційного середовища міста;

б) урахування Класифікатора;

в) дотримання експлуатаційних вимог до розміщення рекламних засобів, закріплених у нормативних актах;

14.3. Розробка, корегування Схеми здійснюється робочим органом, а у разі необхідності із залучення ним у визначений чинним законодавством спосіб відповідних сертифікованих організацій та затверджених Білоцерківською міською радою.

14.4. З метою створення сприятливих умов для впровадження Схеми вона може погоджуватись робочим органом на етапі розробки з усіма необхідними особами (підприємствами, установами, організаціями), з якими погоджується розміщення рекламних засобів.

15. Саморегулювання ринку зовнішньої реклами та громадський контроль

15.1. Основною формою здійснення громадського контролю є участь громадян, громадських спілок, представників галузевих громадських об'єднань та учасників ринку зовнішньої реклами у комісіях та робочих групах з метою узгодження позицій і фіксації розбіжностей в разі їх виникнення. Такий контроль може відбуватись також шляхом підписання меморандумів, протоколів та інших угод з виконавчими органами Білоцерківської міської ради.

15.2. З метою прозорості регулювання розміщення зовнішньої реклами в місті до процесу вироблення та прийняття необхідних для розвитку галузі рішень залучаються представники галузевих громадських об'єднань, власники рекламних засобів та інші учасники ринку реклами.

16. Контроль

16.1. Контроль за дотриманням вимог законодавства про рекламу та цього Порядку здійснюється робочим органом, КП БМР «Муніципальна варта» та КУ БМР «Інспекція з благоустрою міста Біла Церква».

17. Заключні положення

17.1. Питання, що не врегульовані цим Порядком, вирішуються відповідно до вимог чинного законодавства України.

17.2. Спори, що виникають при вирішенні питань, пов'язаних з розміщенням зовнішньої реклами, вирішуються у встановленому законом порядку.

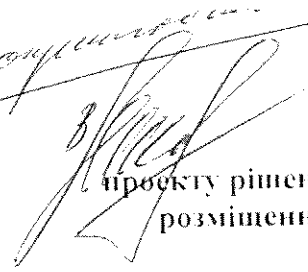
Прикінцеві положення

1. Після прийняття даного Порядку всі надані дозволи на розміщення зовнішньої реклами діють до терміну, визначеного в дозволі.

Секретар міської ради

В. Кошель

До опублікування



**Аналіз регуляторного впливу
проекту рішення Білоцерківської міської ради «Про затвердження Порядку
розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква»**

Розроблений на виконання та з дотриманням вимог Закону України «Про засади державної регуляторної політики в сфері господарської діяльності» від 11 вересня 20 року № 1160-IV зі змінами та Методики проведення аналізу впливу регуляторного акту затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11 березня 2004 року № 308 змінами.

Назва регуляторного акту: проект рішення Білоцерківської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква»

Регуляторний орган: Білоцерківська міська рада

Розробник документа: Управління містобудування та архітектури Білоцерківської міської ради

Відповідальна особа: Павлова Євгенія Володимирівна

Контактний телефон: (04563) 51045

I. Визначення проблеми, яку передбачається розв'язати шляхом регулювання

Діючий Порядок розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква був прийнятий рішенням сесії Білоцерківської міської ради № 524-21-VI від 01 березня 20 року. Станом на сьогоднішній день, жодних змін до даного документу з 2012 року вносились. В той же ж час, діюче законодавство в сфері регулювання зовнішньої реклами зазнало істотних змін. Зокрема суттєво змінилися Типові правил розміщення зовнішньої реклами, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 р. № 2067 підставі змін від 16.12.2015, 22.06.2016, 25.08.2016, 22.03.2017. Змін також зазнали і закони України як «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» і власне сам Закон України «Про рекламу», у зв'язку з чим відповідно до матеріалів періодичного відстеження регуляторного акту - діючого рішення Білоцерківської міської ради від 01 березня 2012 року № 524-21-VI «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Біла Церква», проведеного в 1-му кварталі 2016 року, редакція Порядку суттєво застаріла, не відповідає положенням діючого законодавства, а в окремих положеннях і суттєво звужує права рекламо розповсюджувачів, у зв'язку з чим потребує перегляду та прийняття у новій редакції.

Основні групи, на які проблема справляє вплив:

| Групи (підгрупи) | Так | Ні |
|--|-----|----|
| Члени територіальної громади міста | так | |
| Органи місцевого самоврядування | так | |
| Суб'єкти господарювання, у тому числі суб'єкти малого підприємництва | так | |

Проблема, яку планується розв'язати з прийняттям даного рішення, полягає в приведенні Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква відповідності до вимог діючого законодавства України.

II. Цілі регулювання

Основними цілями розробки та впровадження даного проекту рішення є виконання положень статті 28 Закону України «Про регулювання містобудівної діяльності», Закону України «Про охорону культурної спадщини», Закону України «Про рекламу», Закону України «Про автомобільні дороги», Закону України «Про благоустрій населених пунктів», ст. 9 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», Закону України «Пр

архітектурну діяльність». Закону України «Про захист економічної конкуренції», ДСТУ 3587-97 «Безпека дорожнього руху. Автомобільні дороги, вулиці та залізничні переїзди. Вимоги до експлуатаційного стану», постанов Кабінету Міністрів України №2067 від 29.12.2003 року «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» та «Про затвердження Єдиних правил ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони» та інших нормативних актів, а також забезпечення з урахуванням вимог будівельних, санітарно-гігієнічних норм, а також існуючих містобудівних обмежень, вимог щодо охорони навколишнього природного середовища та раціонального використання територій, охорони історико-культурної спадщини, земельно-господарського устрою під час розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території міста Біла Церква, а також встановлення зовнішнього архітектурного вигляду зовнішньої реклами.

Цілями регулювання є:

- забезпечення права суб'єктів господарювання на розташування об'єктів зовнішньої реклами;
- забезпечення права органів місцевого самоврядування на видачу дозволу на розміщення зовнішньої реклами;
- дотримання передбачених законодавством норм та правил щодо впорядкування розміщення та функціонування зовнішніх рекламних носіїв, їх відповідність технічним та естетичним вимогам до рекламних об'єктів на території міста;
- встановлення вимог до утримання об'єктів зовнішньої реклами, здійснення благоустрою та озеленення прилеглих територій;
- покращення благоустрою та збереження архітектурного та історичного вигляду міста;
- ефективне використання ресурсів територіальної громади.

III. Визначення та оцінка способів досягнення визначених цілей

1. Визначення альтернативних способів

| Вид альтернативи | Опис альтернативи |
|------------------------|---|
| Альтернатива 1. | Залишити чинним рішення Білоцерківської міської ради від 01 березня 2012 року № 524-21-У1 «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква». |
| Альтернатива 2. | Відмовитися від регулювання і скасувати чинне рішення Білоцерківської міської ради від 01 березня 2012 року №524-21-У1 «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква» керуючись Типовими правилами розміщення зовнішньої реклами затвердженими постановою Кабінету Міністрів України №2067 від 29.12.2003 року. |
| Альтернатива 3 | Прийняти регуляторний акт - рішення Білоцерківської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква» у новій редакції з приведенням у відповідність до вимог чинного законодавства. |

2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей
Оцінка впливу на сферу інтересів органів місцевого самоврядування

| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
|--|---|--|
| Альтернатива 1 Залишити чинним рішення Білоцерківської міської ради від 01 березня 2012 року № 524-21-УІ «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква». | 0 | 0 |
| Альтернатива 2 Відмовитися від регулювання і скасувати чинне рішення Білоцерківської міської ради від 01 березня 2012 року №524-21-VI «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква» керуючись Типовими правилами розміщення зовнішньої реклами затвердженими постановою Кабінету Міністрів України №2067 від 29.12.2003 року. | 0 | 0 |
| Альтернатива 3 Прийняти регуляторний акт - рішення Білоцерківської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква» у новій редакції з приведенням у відповідність до вимог чинного законодавства. | Забезпечення права органів місцевого самоврядування на видачу дозволу на розміщення зовнішньої реклами, дотримання передбачених законодавством норм та правил щодо впорядкування розміщення та функціонування зовнішніх рекламних носіїв, їх відповідність технічним та естетичним вимогам до рекламних об'єктів на території міста | Витрати на проведення відстежень результативності даного регуляторного акта та процедур з його оприлюднення. |

Оцінка впливу на сферу інтересів членів територіальної громади

| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
|--|--------|---------|
| Альтернатива 1 Залишити чинним рішення Білоцерківської міської ради від 01 березня 2012 року № 524-21-УІ «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква». | 0 | 0 |
| Альтернатива 2 Відмовитися від регулювання і скасувати чинне рішення Білоцерківської міської ради від 01 березня 2012 року №524-21-VI «Про затвердження Порядку розміщення | 0 | 0 |

| | | |
|---|---|---|
| зовнішньої реклами на території м. Біла Церква» керуючись Типовими правилами розміщення зовнішньої реклами затвердженими постановою Кабінету Міністрів України №2067 від 29.12.2003 року. | | |
| Альтернатива 3 Прийняти регуляторний акт - рішення Білоцерківської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква» у новій редакції з приведенням у відповідність до вимог чинного законодавства. | Ефективне використання ресурсів територіальної громади. | 0 |

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання

| Показник | Юридичні особи | Фізичні особи | Разом |
|--|----------------|---------------|-----------|
| Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, | 38 | 24 | 62 |
| Питома вага групи у загальній кількості, відсотків | 61,3% | 38,7% | 100% |

| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
|--|--|---------|
| Альтернатива 1 Залишити чинним рішення Білоцерківської міської ради від 01 березня 2012 року № 524-21-УІ «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква». | 0 | 0 |
| Альтернатива 2 Відмовитися від регулювання і скасувати чинне рішення Білоцерківської міської ради від 01 березня 2012 року №524-21-УІ «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква» керуючись Типовими правилами розміщення зовнішньої реклами затвердженими постановою Кабінету Міністрів України №2067 від 29.12.2003 року. | 0 | 0 |
| Альтернатива 3 Прийняти регуляторний акт - рішення Білоцерківської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква» у новій редакції з приведенням у відповідність до вимог чинного | Врегулювання ринку об'єктів зовнішньої реклами, дотримання передбачених законодавством норм та правил щодо впорядкування | 0 |

| | | |
|----------------|---|--|
| законодавства. | розміщення та функціонування зовнішніх рекламних носіїв, їх відповідність технічним та естетичним вимогам до рекламних об'єктів на території міста. | |
|----------------|---|--|

| | |
|---|------------------------|
| Сумарні витрати за альтернативами | Сума витрат, тис. грн. |
| Альтернатива 1 Сумарні витрати для суб'єктів господарювання | 0 |
| Альтернатива 2 Сумарні витрати для суб'єктів господарювання | 0 |
| Альтернатива 3 Сумарні витрати для суб'єктів господарювання | 0 |

IV. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей

| Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми) | Бал результативності (за 4 бальною системою оцінки) | Коментарі щодо присвоєння відповідного бала |
|--|---|---|
| Альтернатива 1 Залишити чинним рішення Білоцерківської міської ради від 01 березня 2012 року № 524-21-VI «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква». | 1 | Проблема залишається без вирішення |
| Альтернатива 2 Відмовитися від регулювання і скасувати чинне рішення Білоцерківської міської ради від 01 березня 2012 року №524-21-VI «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква» керуючись Типовими правилами розміщення зовнішньої реклами затвердженими постановою Кабінету Міністрів України №2067 від 29.12.2003 року. | 1 | Проблема залишається без вирішення |
| Альтернатива 3 Прийняти регуляторний акт - рішення Білоцерківської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква» у новій редакції з приведенням у відповідність до вимог чинного законодавства. | 4 | Проблема не існує |

| Рейтинг результативності | Вигоди (підсумок) | Витрати (підсумок) | Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу |
|--|--|---|--|
| Альтернатива 3 Прийняти регуляторний акт - рішення Білоцерківської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква» у новій редакції з приведенням у відповідність до вимог чинного законодавства. | Врегулювання ринку об'єктів зовнішньої реклами, дотримання передбачених законодавством норм та правил щодо впорядкування розміщення та функціонування зовнішніх рекламних носіїв, їх відповідність технічним та естетичним вимогам до рекламних об'єктів на території міста. | Витрати на проведення відстежень результативності даного регуляторного акту та процедур з його оприлюднення | 1 Проблеми не існує |
| Альтернатива 1 Залишити чинним рішення Білоцерківської міської ради від 01 березня 2012 року № 524-21-УІ «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква». | 0 | 0 | 2 Проблема залишається без вирішення |
| Альтернатива 2 Відмовитися від регулювання і скасувати чинне рішення Білоцерківської міської ради від 01 березня 2012 року №524-21-VI «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква» керуючись Типовими правилами розміщення зовнішньої реклами затвердженими постановою Кабінету Міністрів України №2067 від 29.12.2003 року. | 0 | 0 | 3 Проблема залишається без вирішення |

| Рейтинг | Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернативи | Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта |
|---|---|--|
| Альтернатива 3 Прийняти регуляторний акт - рішення Білоцерківської міської ради «Про затвердження | Проблема не існує | Внесення змін в чинне законодавство |

| | | |
|--|------------------------------------|-------------------------------------|
| Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква» у новій редакції з приведенням у відповідність до вимог чинного законодавства. | | |
| Альтернатива 2 Відмовитися від регулювання і скасувати чинне рішення Білоцерківської міської ради від 01 березня 2012 року №524-21-VI «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква» керуючись Типовими правилами розміщення зовнішньої реклами затвердженими постановою Кабінету Міністрів України №2067 від 29.12.2003 року. | Проблема залишається без вирішення | Внесення змін в чинне законодавство |
| Альтернатива 1 Залишити чинним рішення Білоцерківської міської ради від 01 березня 2012 року № 524-21-VI «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква». | Проблема залишається без вирішення | Внесення змін в чинне законодавство |

V. Механізм, який пропонується застосувати для розв'язання проблеми

Основним механізмом, який забезпечить розв'язання визначеної проблеми є розробка проекту регуляторного акту - рішення Білоцерківської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква» з врахуванням вимог чинного законодавства.

Даний проект регуляторного акту винести на розгляд засіданні міської ради, відповідно до Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» після дотримання всіх передбачених процедур, а саме оприлюднення проекту, аналізу впливу регуляторного акту на офіційному веб-сайті Білоцерківської міської ради з метою одержання зауважень і пропозицій від фізичних та юридичних осіб, їх об'єднань і з подальшим відстеженням результативності регуляторного акту.

Запропонований механізм дії цього проекту регуляторного акту відповідає принципам державної регуляторної політики, а саме доцільності, адекватності, ефективності, прозорості, передбачуваності.

VI. Оцінка виконання вимог регуляторного акта залежно від ресурсів, якими розпоряджаються органи виконавчої влади чи органи місцевого самоврядування, фізичні та юридичні особи, які повинні проваджувати або виконувати ці вимоги.

Витрати (додаткові) на виконання вимог регуляторного акта з боку органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування а також з боку суб'єктів підприємництва відсутні.

ВИТРАТИ на одного суб'єкта господарювання, які виникають внаслідок дії регуляторного акту

| № з/п | Витрати | За перший рік (стартовий рік впровадження регулювання) | Періодичні (за наступний рік) | Витрати за 5 років |
|-------|---|--|-------------------------------|--------------------|
| 1 | Придбання необхідного обладнання | - | - | - |
| 2 | Процедура перевірки та/або постановки на відповідний облік у визначеному органі державної влади чи місцевого самоврядування | - | - | - |

| | | | | |
|----|--|---|----|---|
| 3 | Процедура експлуатації обладнання (експлуатаційні витрати – витратні матеріали) | - | - | - |
| 4 | Процедури обслуговування обладнання (технічне обслуговування) | - | - | - |
| 5 | Інші процедури | - | - | - |
| 6 | Разом гривень | - | -- | - |
| 7 | Кількість суб'єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць | 62 | - | - |
| 8 | Сумарно, гривень Оцінка вартості адміністративних процедур суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування | - | - | - |
| 9 | Процедура отримання первинної інформації про вимоги регулювання | - | - | - |
| 10 | Процедури організації виконання вимог регулювання | Визначено у проекті рішення | - | - |
| 11 | Процедури офіційного звітування | Проведення відстеження регуляторного впливу | - | - |
| 12 | Процедури щодо забезпечення процесу перевірок | Загальна у визначеному законом порядку | - | - |
| 13 | Інші процедури | - | - | - |
| 14 | Разом, гривень | - | - | - |
| 15 | Кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць | 62 | - | - |
| 16 | Сумарно, гривень | - | - | - |

БЮДЖЕТНІ ВИТРАТИ

на адміністрування регулювання для суб'єктів великого і середнього підприємництва

Витрати (додаткові) на адміністрування регулювання для органів державної влади чи органів місцевого самоврядування відсутні.

| Процедура регулювання суб'єктів великого і середнього підприємництва (розрахунок на одного типового суб'єкта господарювання) | Планові витрати часу на процедуру | Вартість часу співробітника органу державної влади відповідної категорії (заробітна плата) | Оцінка кількості процедур за рік, що припадають на одного суб'єкта | Оцінка кількості суб'єктів, що підпадають під дію процедури регулювання | Витрати на адміністрування регулювання * (за рік), гривень |
|--|-----------------------------------|--|--|---|--|
| 1. Облік суб'єкта господарювання, що перебуває у сфері регулювання | відсутні | відсутні | відсутні | - | відсутні |

| | | | | | |
|---|---|----------|----------|----------|----------|
| 2. Поточний контроль за суб'єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі: | | | | | |
| камеральні | відсутні | відсутні | відсутні | відсутні | відсутні |
| виїзні | відсутні | відсутні | відсутні | відсутні | відсутні |
| 3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання | 1 доба | відсутні | відсутні | відсутні | відсутні |
| 4. Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання | 18 днів | відсутні | відсутні | відсутні | відсутні |
| 5. Оскарження одного окремого рішення суб'єктами господарювання | У порядку визначеному чинним законодавством | відсутні | відсутні | відсутні | відсутні |
| 6. Підготовка звітності за результатами регулювання | Що квартальні та річні звіти | відсутні | відсутні | відсутні | відсутні |
| 7. Інші адміністративні процедури (уточнити) | відсутні | відсутні | відсутні | відсутні | відсутні |
| Разом за рік | відсутні | відсутні | відсутні | відсутні | відсутні |
| Сумарно за п'ять років | відсутні | відсутні | відсутні | відсутні | відсутні |

Розрахунок сумарних витрат суб'єктів малого підприємництва, що виникають на виконання вимог регулювання

| № з/п | Показник | Перший рік регулювання (стартовий) | За п'ять років |
|-------|--|------------------------------------|----------------|
| 1 | Оцінка «прямих» витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання | 0 | 0 |
| 2 | Оцінка вартості адміністративних процедур для суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування | 0 | 0 |
| 3 | Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання | 0 | 0 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 4 | Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва | 0 | |
| 5 | Сумарні витрати на виконання заплановано регулювання | 0 | 0 |

VII. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акту

Регуляторний акт має необмежений строк дії, а саме до внесення змін у чинне законодавство України.

VIII. Визначення показників результативності дії регуляторного акту

Показники результативності:

1. Кількість поданих суб'єктами господарювання заяв про наміри розміщення об'єктів зовнішньої реклами.
2. Загальна кількість суб'єктів господарювання, якими отримані дозволи на розміщення об'єктів зовнішньої реклами.
3. Загальна кількість суб'єктів господарювання, яким анульовано, відмовлено в видачі, продовженні дозволу на розміщення об'єктів зовнішньої реклами.
4. Надходження до місцевого бюджету від сплати за право тимчасового користування місяцями для розміщення об'єктів зовнішньої реклами.
5. Кількості виявлених порушень порядку розміщення суб'єктами господарювання зовнішньої реклами без отримання відповідного дозволу у м. Біла Церква.
6. Рівень поінформованості суб'єктів господарювання з основних положень регуляторного акту (кількість суб'єктів підприємницької діяльності, які звернулися за отриманням дозволу, видача якого передбачена регуляторним актом).
7. Створення фінансових можливостей міської влади для задоволення соціальних та інших потреб територіальної громади (% перевиконання планових показників доходів бюджету).

Прогнозні значення показників результативності регуляторного акту:

| № | Показники | За 2018 рік | За перший рік (стартовий рік впровадження регулювання) Прогноз на 2020 рік | За п'ять років |
|---|--|-------------|---|----------------|
| 1 | Кількість поданих суб'єктами господарювання заяв про наміри розміщення об'єктів зовнішньої реклами, од. | 395 | 350 | 17505 |
| 3 | Кількість суб'єктів господарювання, на яких поширюватиметься дія акту, од. | 67 | 62 | 75 |
| 4 | Кількості виявлених порушень порядку розміщення суб'єктами господарювання зовнішньої реклами без отримання | 30 | 90 | 40 щорічно |

| | | | | |
|---|---|------------|-----------------|-------------------------|
| 5 | відповідного дозволу у м. Біла Церква, випадків Надходження до місцевого бюджету від сплати за право тимчасового користування місцями для розміщення об'єктів зовнішньої реклами, тис. грн. | 1382279,54 | ≈ 1300000 | ≈ 1,5 млн. грн. в рік |
| 6 | Рівень поінформованості суб'єктів господарювання з основних положень регуляторного акту (кількість суб'єктів підприємницької діяльності, які звернулися за отриманням дозволу, видача якого передбачена регуляторним актом), осіб | 100% | 100% | 100% |
| 7 | Створення фінансових можливостей міської влади для задоволення соціальних та інших потреб територіальної громади (% перевиконання планових показників доходів бюджету).% | 1382279,54 | зростання на 5% | зростання на 5% щорічно |

IX. Визначення заходів, за допомогою яких здійснюватиметься відстеження результативності дії регуляторного акту

Базове відстеження результативності регуляторного акту буде здійснюватися після набрання чинності цим регуляторним актом шляхом аналізу статистичних даних з метою встановлення повноти та ефективності введення в дію регуляторного акту.

Повторне відстеження буде здійснюватися через рік після набрання чинності регуляторного акту. У разі виявлення нерегульованих та проблемних моментів шляхом аналізу якісних та кількісних показників дії цього акту, ці моменти буде виправлено шляхом внесення відповідних змін до рішення.

Періодичні відстеження результативності будуть здійснюватися раз на кожні три роки, починаючи від дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності.

Моніторинг впровадження регуляторного акту та відстеження результативності буде здійснюватися відділом зовнішньої реклами управління містобудування та архітектури Білоцерківської міської ради на підставі статистичних даних управління містобудування та архітектури, фінансового управління та управління самоврядного контролю Білоцерківської міської ради, виходячи із зазначених показників результативності.

Начальник управління
містобудування та архітектури
Білоцерківської міської ради

 С. Павлова

Експертний висновок
проекту регуляторного акту - рішення Білоцерківської міської ради
«Про затвердження порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста Біла Церква»

Основною метою розробки та впровадження даного проекту рішення є виконання положень статті 28 Закону України «Про регулювання містобудівної діяльності», Закону України «Про охорону культурної спадщини», Закону України «Про рекламу», Закону України «Про автомобільні дороги», Закону України «Про благоустрій населених пунктів», ст. 9 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», Закону України «Про архітектурну діяльність», Закону України «Про захист економічної конкуренції», ДСТУ 3587-97 «Безпека дорожнього руху. Автомобільні дороги, вулиці та залізничні переїзди. Вимоги до експлуатаційного стану», постанов Кабінету Міністрів України «№ 2067 від 29.12.2003 року «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» та «Про затвердження Єдиних правил ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони», інших нормативних актів, а також урахування вимог будівельних, санітарно-гігієнічних норм, існуючих містобудівних обмежень, вимог щодо охорони навколишнього природного середовища та раціонального використання територій, охорони історико-культурної спадщини, земельно-господарського устрою під час розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території міста Біла Церква, встановлення зовнішнього архітектурного вигляду зовнішньої реклами.

Зокрема, проектом рішення пропонується визначити на території міста Біла Церква:

- зональний поділ розміщення зовнішньої реклами;
- вимоги щодо розміщення зовнішньої реклами на фасадах будинків, будівель та інших приміщеннях;
- порядок здійснення демонтажу рекламного засобу.

Розробниками проекту регуляторного акта є структурні підрозділи міської ради. Рішенням виконавчого комітету Білоцерківської міської ради від 12 березня 2019 року № 163 «Про схвалення проекту рішення Білоцерківської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста Біла Церква», рішенням виконавчого комітету Білоцерківської міської ради від 26 березня 2019 року № 206 «Про внесення змін до рішення виконавчого комітету Білоцерківської міської ради від 12 березня 2019 року № 163 «Про схвалення проекту рішення Білоцерківської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста Біла Церква», було схвалено проект регуляторного акту.

Підготовлений проект рішення пройшов усі процедури розгляду згідно діючого законодавства, а саме:

- рішенням Білоцерківської міської ради від 31 січня 2019 року № 3319-65-VII «Про внесення змін до плану діяльності Білоцерківської міської ради з підготовки проектів регуляторних актів на 2019 рік, затвердженого рішенням міської ради від 29 листопада 2018 року № 3018-60-VII» включено проект регуляторного акту «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста Біла Церква» на поточний рік;
- згідно рішення Білоцерківської міської ради від 31 січня 2019 року № 3319-65-VII «Про внесення змін до плану діяльності Білоцерківської міської ради з підготовки проектів регуляторних актів на 2019 рік», затвердженого рішенням міської ради від 29 листопада 2018 року № 3018-60-VII» оприлюднено на офіційному веб-сайті міської ради та її виконавчих органів: www.dc-rada.gov.ua;
- повідомлення про оприлюднення проекту регуляторного акту - рішення Білоцерківської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста Біла Церква» надруковано в газеті «Промислова думка» № 29-30 (13730-13731) від 12 квітня 2019 року;

ПОВІДОМЛЕННЯ

про оприлюднення проекту регуляторного акта
рішення Білоцерківської міської ради «Про затвердження Порядку
розміщення зовнішньої реклами на території міста Біла Церква».

27.03.19
Відповідно до вимог Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», з метою одержання зауважень і пропозицій від фізичних і юридичних осіб, їх об'єднань оприлюднюється: проект рішення Білоцерківської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста Біла Церква».

Проект спрямований на затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста Біла Церква.

З метою забезпечення раціонального використання територій, охорони історико-культурної спадщини, земельно-господарського устрою під час розташування тимчасових споруд на території міста Біла Церква, а також встановлення зовнішнього архітектурного вигляду зовнішньої реклами.

Підставою для розробки проекту є:

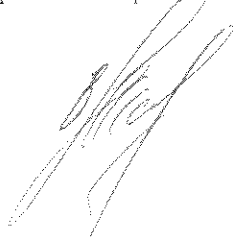
Конституція України, Закони України „Про місцеве самоврядування в Україні» Європейська хартія місцевого самоврядування, Закону України «Про рекламу», Закону України «Про благоустрій населених пунктів», Закону України «Про охорону культурної спадщини», Закону України «Про регулювання містобудівної діяльності», Закону України “Про адміністративні послуги”, Закону України “Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності”, Закону України “Про автомобільні дороги”, Типові правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року №2067.

З проектом рішення та аналізом впливу зазначеного регуляторного акта можна ознайомитися в мережі Інтернет на офіційному сайті Білоцерківської міської ради <https://new.bc-rada.gov.ua/> та в управлінні містобудування та архітектури Білоцерківської міської ради (тел. 5-10-45).

Термін прийняття зауважень та пропозицій до проекту регуляторного акта становить 1 (один) місяць з дня його оприлюднення.

Зауваження та пропозиції щодо проекту регуляторного акта приймаються в друкованому та електронному вигляді протягом місяця з дня оприлюднення проекту регуляторного акта та відповідного аналізу регуляторного впливу розробником даного проекту за адресою: м. Біла Церква, бул. Олександрійський, 75, прим. 134, каб. № 11, управління містобудування та архітектури Білоцерківської міської ради з 9-00 до 18-00, крім суботи та неділі.

Заступник міського голови



В. Гнатюк

Порівняльна таблиця проекту рішення міської ради «Про затвердження порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква»

| № п/п | Оприлюднений проект рішення Білоцерківської міської ради «Про затвердження порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Біла Церква» | Проект рішення зі змінами, відповідно до зауважень поданих в процесі обговорення проекту регуляторного акту |
|-------|---|---|
| 1 | <p>1.1 Порядок розміщення зовнішньої реклами на території міста Біла Церква (далі - Порядок) розроблено розроблено відповідно до законів України «Про рекламу», «Про благоустрій населених пунктів», «Про охорону культурної спадщини», «Про адміністративні послуги», «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», «Про рекламу», «Про благоустрій населених пунктів», «Про охорону культурної спадщини», «Про адміністративні послуги», «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», «Про інвестиційну діяльність», «Про захист суспільної моралі», «Про регулювання містобудівної діяльності», Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року №2067, Єдиних правил ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 3 березня 1994 року №198.</p> | <p>1.1 Порядок розміщення зовнішньої реклами на території міста Біла Церква (далі - Порядок) розроблено відповідно до законів України «Про рекламу», «Про благоустрій населених пунктів», «Про охорону культурної спадщини», «Про адміністративні послуги», «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», «Про інвестиційну діяльність», «Про захист суспільної моралі», «Про регулювання містобудівної діяльності», Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року №2067, Єдиних правил ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 3 березня 1994 року №198.</p> |
| 2 | <p>4.3 Виконавчий комітет Білоцерківської міської ради протягом одного робочого дня з дати одержання зазначених пропозицій від Робочого органу приймає рішення про надання дозволу або про відмову у його наданні, або на першому засіданні виконавчого комітету Білоцерківської міської ради після закінчення цього</p> | <p>4.3 Виконавчий комітет Білоцерківської міської ради протягом одного робочого дня з дати одержання зазначених пропозицій від Робочого органу приймає рішення про надання дозволу або про відмову у його наданні, або на першому засіданні виконавчого комітету Білоцерківської міської ради після закінчення цього</p> |

| | | |
|----------|---|---|
| | <p>одержання зазначених пропозицій приймає рішення про надання дозволу або про відмову у його наданні, або на першому засіданні виконавчого комітету Білоцерківської міської ради після закінчення цього строку відповідно до вимог Закону України "Про адміністративні послуги".</p> | <p>строку відповідно до вимог Закону України "Про адміністративні послуги".</p> |
| <p>3</p> | <p>4.5. Строк дії дозволу продовжується на підставі заяви, яка подається через Центр надання адміністративних послуг Білоцерківської міської ради розповсюджувачем зовнішньої реклами не пізніше ніж за один місяць до закінчення строку дії дозволу. Продовження строку дії дозволу фіксується в журналі реєстрації з внесенням відповідних змін у дозвіл.</p> <p>Разом із заявою на продовження строку дії дозволу розповсюджувач реклами надає:</p> <p>а) оригінал діючого дозволу на розміщення зовнішньої реклами;</p> <p>б) лист-погодження від власника місця розташування рекламного засобу (якщо власником є приватна особа) або уповноваженої ним особи щодо відсутності заперечення на розміщення рекламного засобу на строк подовження дії дозволу або копія договору з власником місця розташування рекламного засобу, діючого на момент подачі заяви.</p> | <p>4.5. Строк дії дозволу продовжується на підставі заяви, яка подається через Центр надання адміністративних послуг Білоцерківської міської ради розповсюджувачем зовнішньої реклами не пізніше ніж за один місяць до закінчення строку дії дозволу. Продовження строку дії дозволу фіксується в журналі реєстрації з внесенням відповідних змін у дозвіл.</p> <p>Разом із заявою на продовження строку дії дозволу розповсюджувач реклами надає:</p> <p>а) оригінал діючого дозволу на розміщення зовнішньої реклами;</p> <p>б) лист-погодження від власника місця розташування рекламного засобу або уповноваженої ним особи щодо відсутності заперечення на розміщення рекламного засобу на строк подовження дії дозволу або копія договору з власником місця розташування рекламного засобу, діючого на момент подачі заяви.</p> |

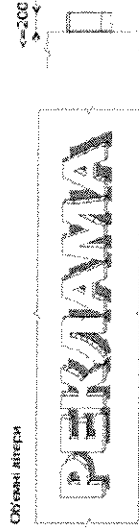
| | | |
|---|--|---|
| 4 | <p>5.3 Розповсюджувач зобов'язаний демонтувати рекламний засіб, дозвіл який анульовано, протягом 10 днів з дати прийняття відповідного рішення.</p> <p>6.3 Фундаментний блок наземної зовнішньої реклами рекомендується заглиблювати до рівня ґрунту з відновленням твердого покриття, трав'яного покриття (газону) та виконанням робіт з благоустрою території, де розміщена зовнішня реклама. В разі, якщо заглиблення неможливо здійснити з технічних причин – декоративно оформлений.</p> | <p>5.3. Розповсюджувач зобов'язаний демонтувати рекламний засіб, дозвіл на який анульовано, протягом десяти робочих днів з дати отримання попередження про прийняття відповідного рішення, враховуючи погодні умови.</p> <p>6.3. Фундаментний блок наземної зовнішньої реклами заглиблюється до рівня ґрунту з відновленням твердого покриття, трав'яного покриття (газону) та виконанням робіт з благоустрою території, де розміщена зовнішня реклама. В разі, якщо заглиблення неможливо здійснити з технічних причин – декоративно оформлений</p> |
| 5 | <p>8.1 Розповсюджувач зовнішньої реклами зобов'язаний:</p> <p>а) Виконати роботи зі встановлення об'єкта зовнішньої реклами без пошкодження архітектурних деталей, елементів благоустрою та озеленення. У випадку, якщо при встановленні об'єкта зовнішньої реклами вимушено пошкоджуються елементи благоустрою або озеленення рекламозповсюджувач зобов'язаний оформити дозвіл на порушення об'єктів благоустрою»</p> <p>б) При неможливості відновити озеленення рекламозповсюджувач зобов'язаний сплатити його відновлювальну вартість.</p> <p>в) Після демонтажу об'єкта зовнішньої реклами розповсюджувач має відновити зелені насадження та дорожнє покриття або відшкодувати витрати, пов'язані з їх відновленням, відповідно до порядку визначення відновної вартості об'єктів благоустрою</p> | <p>8.1 Розповсюджувач зовнішньої реклами зобов'язаний:</p> <p>а) Виконати роботи з встановлення об'єкта зовнішньої реклами без пошкодження архітектурних деталей, конструктивних елементів будівель та споруд, підземних та наземних комунікацій, елементів благоустрою та озеленення. У випадку, якщо при встановленні об'єкта зовнішньої реклами вимушено пошкоджуються елементи благоустрою або озеленення рекламозповсюджувач зобов'язаний оформити дозвіл на порушення об'єктів благоустрою»</p> <p>б) При неможливості відновити озеленення рекламозповсюджувач зобов'язаний сплатити його відновлювальну вартість.</p> <p>в) Після демонтажу об'єкта зовнішньої реклами розповсюджувач має відновити зелені насадження та дорожнє покриття або відшкодувати витрати, пов'язані з їх відновленням, відповідно до порядку визначення відновної вартості об'єктів благоустрою</p> |

| | | |
|---|---|--|
| | <p>рекламорозповсюджувач зобов'язаний сплатити його відновлювальну вартість.</p> <p>в) Після демонтажу об'єкта зовнішньої реклами розповсюджувач має відновити зелені насадження та дорожнє покриття або відшкодувати витрати, пов'язані з їх відновленням.</p> | |
| 6 | 12.5 відсутній | <p>12.5 Поділ для наземних рекламних засобів відповідно до площі однієї рекламної поверхні рекламного засобу, що буде розміщуватись відповідно до Зонування розміщення рекламних засобів у місті Біла Церква, а саме: малий формат – 2,16 кв. м і до 8,0 кв. м включно; середній формат – понад 2,16 кв. м і до 8,0 кв. м включно; великий формат – понад 8,0 і до 18,0 кв.м включно.</p> |
| | 18. відсутній | <p>18. Вимоги щодо розміщення рекламних засобів на фасадах будинків</p> <p>18.1 Розміщення об'єктів зовнішньої реклами на фасадах будинку (будівлі)</p> <p>18.1.1 Щит на фасаді будинку (будівлі) -рекламний засіб, що встановлюється на фасаді будинку (будівлі), має зовнішню площину для розміщення реклами, складається з просторового металевого каркаса та рекламного поля. Основні характеристики:</p> <ul style="list-style-type: none"> - площа поверхні рекламного засобу - не більше 32,0 кв. м; - може мати підвічування; - може мати різні технології зміни зображення (скролінг, беклайт); - рекламний засіб не може частково чи повністю перекривати елементи декору фасаду, адресні та пам'ятні таблички, інженерні комунікації, віконні та дверні отвори або обмежувати доступ до них. Розміщення рекламного засобу можливе на будівлях торговельних, торговельно-розважальних, концертно-розважальних, спортивно-концертних, виставкових, офісних центрів, закладів громадського харчування, автозаправних станцій, автотомосалонів за умови, якщо його розміщення передбачене затвердженим в установленому порядку паспортом <p>На будівлях, які є пам'ятками культурної спадщини національного та місцевого значення, розміщення рекламного засобу не допускається;</p> <p>18.1.2. Відеоекран на фасаді будинку - рекламний засіб, що встановлюється на фасаді будинку та використовується для відображення і передачі візуальної інформації. Складається з просторового каркаса та рекламного поля.</p> <p>Основні характеристики (вимоги):</p> |

| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - багатоколірне швидкозмінюване зображення; - можливість програмування; - рекламний засіб не може частково чи повністю перекривати елементи декору фасаду, адресні та пам'ятні таблички, інженерні комунікації, віконні та дверні отвори або обмежувати доступ до них; - розміщення рекламного засобу можливе за умови, якщо його розміщення передбачене затвердженням в установленому порядку паспортом фасаду; - забороняється експонування сюжетів у нічний час, із двадцять другої до сьомої години. <p>Розміщення рекламного засобу можливе на будівлях торговельних, торговельно-розважальних, концертно-розважальних, спортивно-концертних, виставкових, офісних центрів, закладів громадського харчування, автозаправних станцій, автототосалонів за умови, якщо його розміщення передбачене затвердженням в установленому порядку паспортом фасаду. На будівлях, які є пам'ятками культурної спадщини національного та місцевого значення, розміщення рекламного засобу не допускається.</p> <p>18.1.3. Банер, панно на фасаді будинку (будівлі) рекламний засіб, що розміщується на фасаді будинку (будівлі), складається з каркаса та має зовнішню поверхню для розміщення реклами.</p> <p>Основні характеристики (вимоги):</p> <ul style="list-style-type: none"> - розмір рекламного засобу має відповідати розміру фасаду будинку (нижній край рекламного засобу може розміщуватись не нижче другого поверху будинку); - може мати зовнішнє підвічування; - рекламний засіб не повинен закривати елементи декору фасаду (декоративні рельєфи, карнизи, огородження балконів, еркери, колони, пілястри), адресні та пам'ятні таблички, інженерні комунікації, віконні та дверні отвори або обмежувати доступ до них; - рекламна поверхня рекламного засобу, на якій тимчасово не розміщений рекламний сюжет, повинна бути заповнена фоновим покриттям, інформацією соціального змісту або панорамним зображенням міста; - на фасаді будинку (будівлі) дозволяється розміщення тільки одного рекламного засобу цього виду. <p>Вимоги до розміщення рекламного засобу має розміщуватись:</p> <ul style="list-style-type: none"> - банерне полотно кріпиться до металевого каркаса, змонтованого на фасаді будинку (будівлі); - розміщується паралельно до фасаду; - не повинно закривати вікна будинків (будівель), окрім вікон технічних поверхів та сходово-ліфтових вузлів та вікон промислових будівель (споруд); - розміщення можливо виключно у 1-й та 2-й форматних зонах. На будівлях, які є пам'ятками культурної спадщини національного та місцевого значення, розміщення рекламного засобу не допускається. <p>18.2 Типи спеціальних конструкцій</p> <p>18.2.1 Об'ємно-просторові літери, цифри та зображувальні елементи знаків для товарів та послуг без</p> |
|--|--|

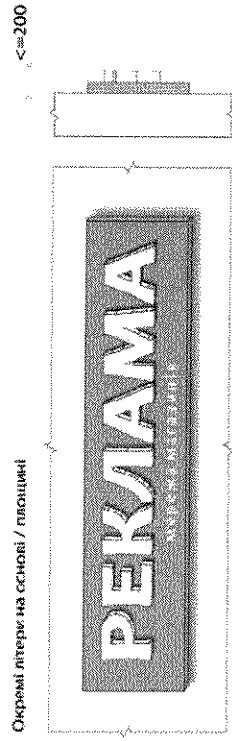
фону

Головна відмінність між об'ємними та плоскими літерами - наявність чи відсутність у символів бокової та задньої стінки. Плоскі літери виготовляються лише з лицевого матеріалу. Зазвичай об'ємні літери закріплюються безпосередньо на фасаді будівлі або на площині, що є частиною спеціальної конструкції (прозора, у колір фасаду та інше). Плоскі літери, для створення ефекту об'ємності та наявності можливостей, закріплюються на певній відстані від фасаду або площини (на стійках). В обох випадках відстань від поверхні, на якій встановлено РЗ, не повинна перевищувати 0,2 м до лицевої поверхні спеціальної конструкції.



18.2.2 Об'ємно-просторові літери, цифри та зображувальні елементи знаків для товарів та послуг без фону, що розміщені на загальній плоскій основі

Об'ємні або псевдооб'ємні символи вважаються такими, якщо закріплені на площині або коробі прямокутної чи довільної форми, на коробі може бути розміщена додаткова інформація. Короб може бути обладнано підвічуванням, але фронтальна панель повинна бути виготовлена з світлонепроникного матеріалу. Підвічуватися можуть лише окремі елементи, а не вся фронтальна панель.

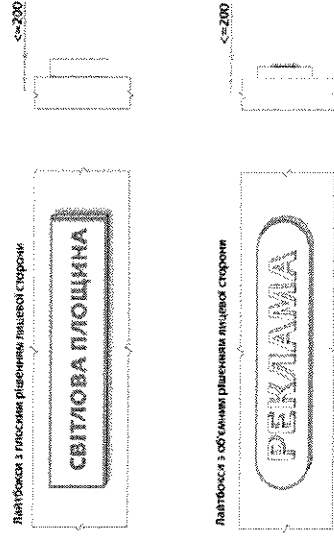


18.2.3. Суцільний стенд, лайтбокс

Лайтбокс - короб, обладнаний внутрішнім підсвічуванням.

Фронтальна сторона короба виготовлена зі світлопрозорого матеріалу, на яку за допомогою аплікації, друку або із застосуванням об'ємних елементів нанесено рекламну інформацію.

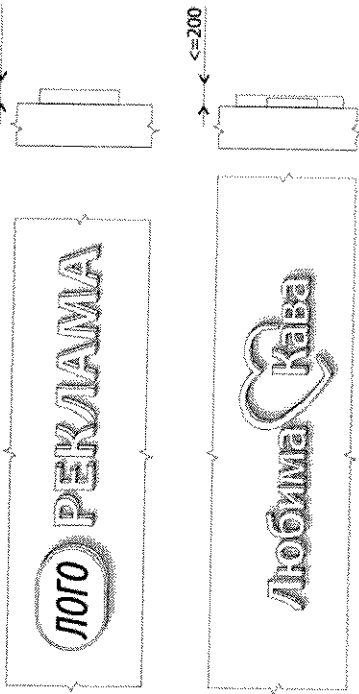
Лайтбокс може бути прямокутної, круглої, овальної або іншої довільної форми.



18.2.4 Композиційні рішення (можуть послугувати будь-які типи)

Композиційні рішення - варіативні поєднання об'ємних або плоских символів з лайтбоксами або декоративними елементами.

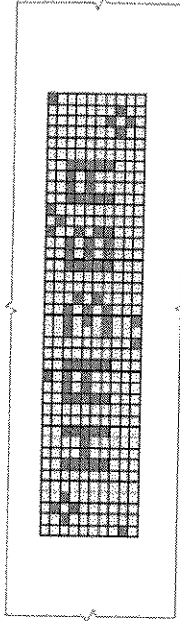
Композиційні рішення



18. 2.5. Розпис, ліпка або мозаїка

Спеціальні конструкції, виконані розписом, ліпкою або мозаїкою, ліпкою виконуються безпосередньо на фасаді будівлі.

Реклама, виконана розписом, ліпкою або мозаїкою



18.3. Правила розміщення

18.3.1. Розміщення спеціальних конструкцій на фасаді

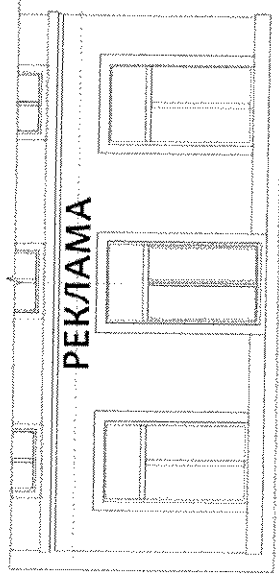
Спеціальні конструкції встановлюються над або з боків віконних та дверних отворів безпосередньо на частині фасаду закладу, вільному від декоративних елементів, встановлюються на першому (між першим та другим) або цокольному поверхах.

Виключні випадки:

- коли це передбачено паспортом фасаду; якщо споруда - торговельно-розважальний центр;
- якщо торговельні площі в житловому будинку займають 2 та більше поверхів;
- якщо на правах оренди чи власності суб'єкту належить ціла будівля.

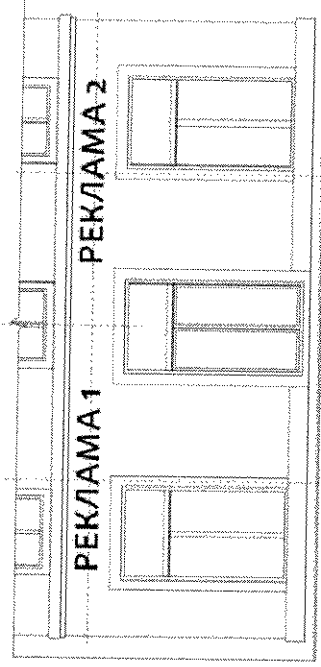
Спеціальна конструкція має бути розташована симетрично відносно до елементів фасаду або має бути взаємоузгоджена з ними, наслідувати горизонтальну вісь вже існуючих спеціальних конструкцій.

Приклад реклами для окремого закладу на частині фасаду



Спеціальна конструкція має бути встановлена симетрично відносно фасаду або взаємоузгоджена з його елементами

Приклад реклами для декількох закладів на частині фасаду

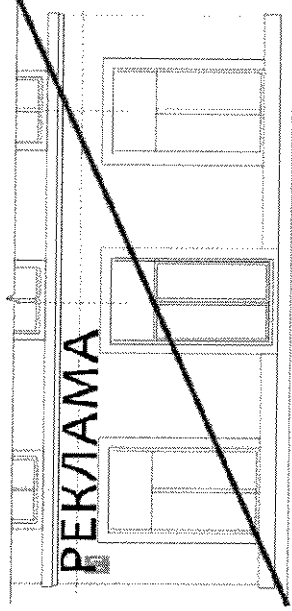


Спеціальна конструкція має бути встановлена симетрично відносно фасаду або бути взаємоузгоджена з його елементами, наслідувати горизонтальну вісь сусідніх спеціальних конструкцій

18.3.1.1. Типові помилки при розміщенні спеціальних конструкцій на фасаді

1. Спеціальні конструкції не можуть перекривати елементи декору фасаду, адресні та пам'ятні таблички, інженерні комунікації або обмежувати доступ до них.
2. Перекривати віконні або дверні отвори (окрім норми розміщення безпосередньо в отворах), перекривати балкони, карнизи, ніші, арки тощо.

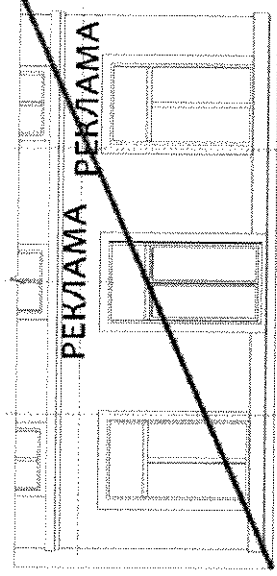
Приклад реклами для одного закладу на частині фасаду



Спеціальна конструкція має бути встановлена симетрично відносно фасаду або взаємоузгоджена з його елементами.

Спеціальні конструкції не можуть перекривати адресні таблички

Приклад реклами для декількох закладів на частині фасаду



Спеціальна конструкція має бути встановлена симетрично відносно фасаду або бути взаємоузгоджена з

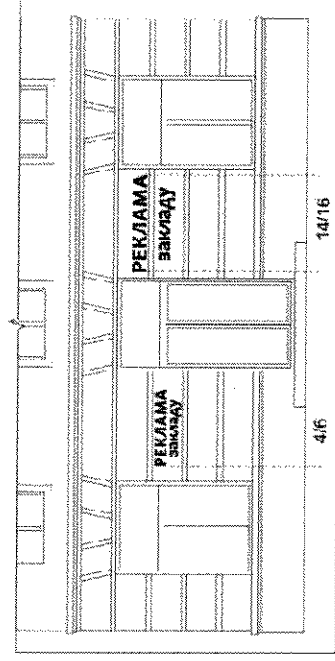
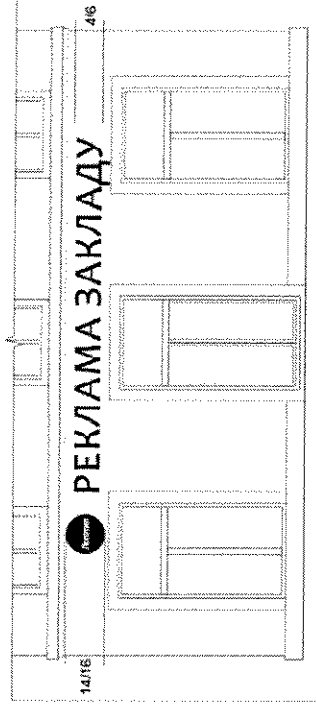
його елементами, наслідувати горизонтальну вісь існуючих спеціальних конструкцій

18.3.2. Масштаб спеціальних конструкцій, вільний простір

Спеціальна конструкція не може займати весь вільний простір фасаду, навіть за наявності місць, вільних від декоративних елементів.

Бажаним слід вважати масштаб 4/6 відносно площини, на яку встановлюється спеціальна конструкція. При цьому деякі елементи, як логотип, знак, великі літери в написі та деякі частини художньо-декоративних елементів, можуть займати до 14/16 вільного простору.

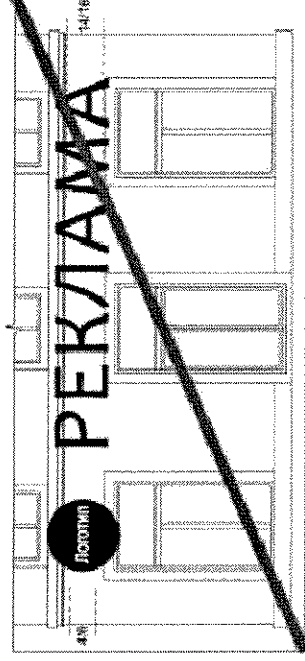
Приклад співвідношення висоти до площини, в яку вона встановлюється



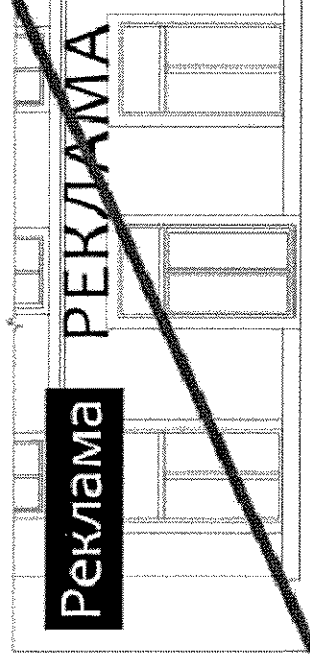
Бажаним слід вважати масштаб 4/6 відносно площини, на яку встановлюється спеціальна конструкція, при цьому деякі елементи, як логотип, знак, великі літери в написі та деякі частини художньо-декоративних елементів, можуть займати до 14/16 вільного простору

18.3.2.1. Типові помилки масштабування та розміщення спеціальних конструкцій

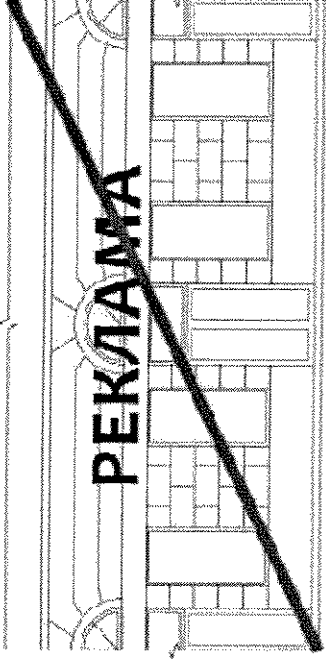
Спеціальна конструкція не може частково або повністю перекривати декоративні елементи фасаду, виходити за межі фасаду, частково або повністю перекривати вікна, двері. Ігнорувати правила вільного простору.



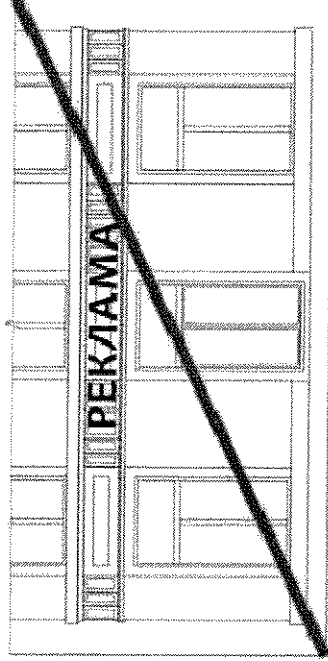
*Заборається ігнорувати
правила масштабування (п.
2.2)*



*Спеціальна конструкція не
може виходити за межі
фасаду.
Заборається сусідство
спеціальних конструкцій на
площині з спеціальними
конструкціями окремими
літерами*



Спеціальна конструкція не може частково або повністю перекривати віконні та дверні отвори



Спеціальна конструкція не може частково або повністю перекривати декоративні елементи фасаду

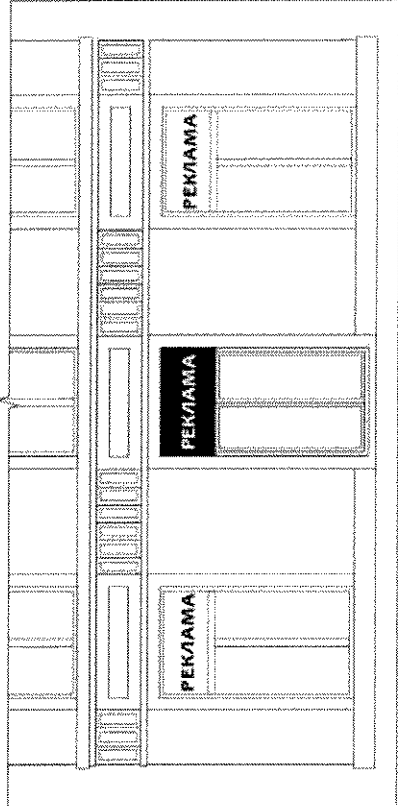
18.3.3. Спеціальні конструкції у віконних та дверних отворах

Спеціальна конструкція у віконному або дверному отворі розміщується лише за умови, якщо оздоблення фасаду або інші фактори заважають її розміщенню безпосередньо на фасаді.

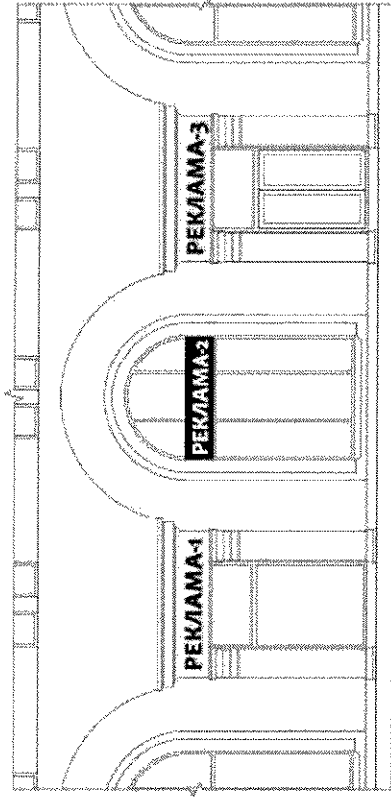
Встановлення спеціальної конструкції безпосередньо у віконному чи дверному отворі із зовнішнього боку будівлі можливе лише за умови, якщо вона не перекриватиме їх більше ніж на 35 %.

Така спеціальна конструкція може бути виконана як на основі, так і окремими літерами, та в обох випадках не може перекривати отвір більш ніж на 35 %.

Спеціальна конструкція не може виступати за межі прорізу у будь-яких напрямках, має наслідувати горизонтальну вісь сусідніх спеціальних конструкцій

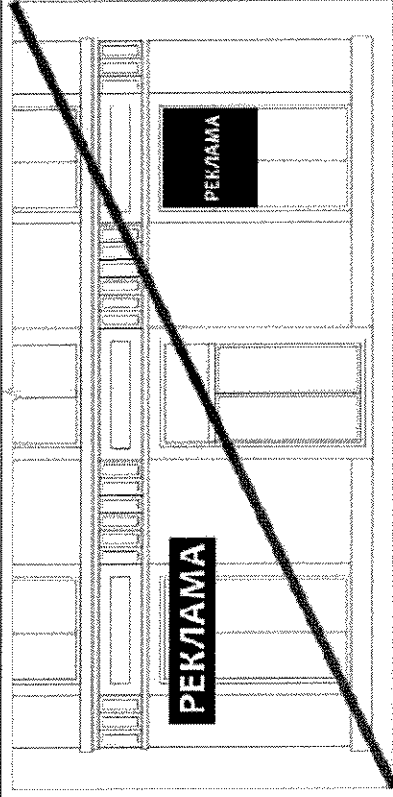


Спеціальна конструкція розміщена у прорізі, не виходячи за його межі

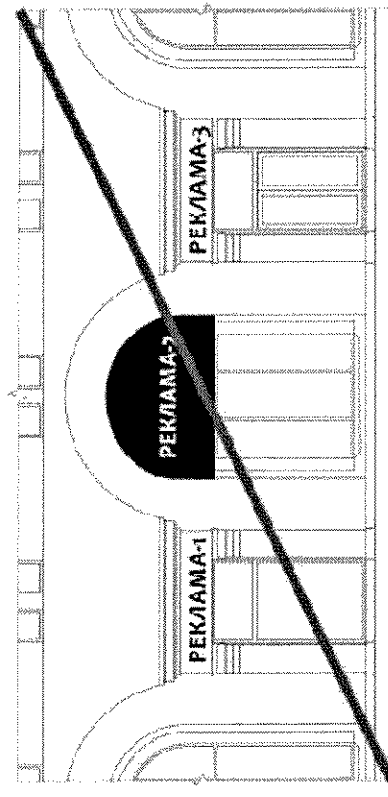


Спеціальна конструкція розміщена у прорізі, не виходячи за його межі, наслідує горизонтальну вісь сусідніх спеціальних конструкцій

18.3.3.1. Типові помилки при розміщенні спеціальних конструкцій у отворах



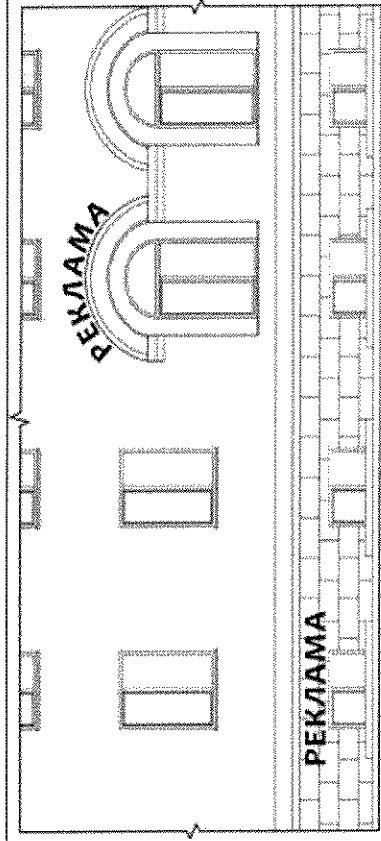
Спеціальна конструкція виходить за межі отвору. Спеціальна конструкція перекриває отвір більш ніж на 35 %



Спеціальна конструкція не узгоджена з типом та формою існуючих спеціальних конструкцій, не наслідуює горизонтальну вісь

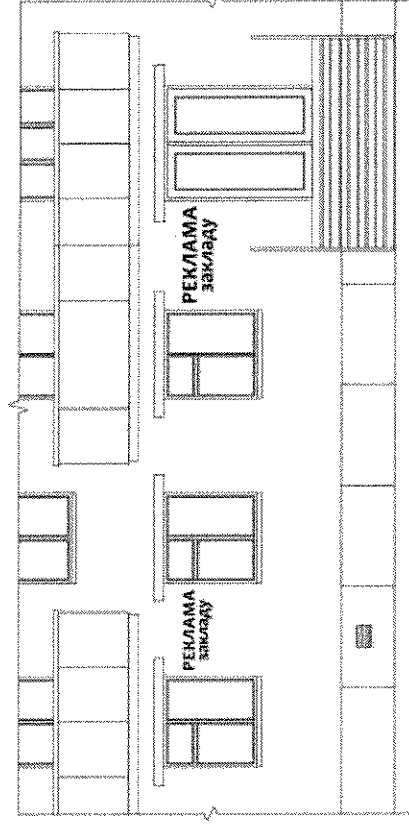
18.3.5. Ситуативні приклади розміщення спеціальних конструкцій

Приклад взаємоузгодження спеціальної конструкції та декоративних елементів фасаду



Приклад розміщення спеціальної конструкції на цокольному поверсі

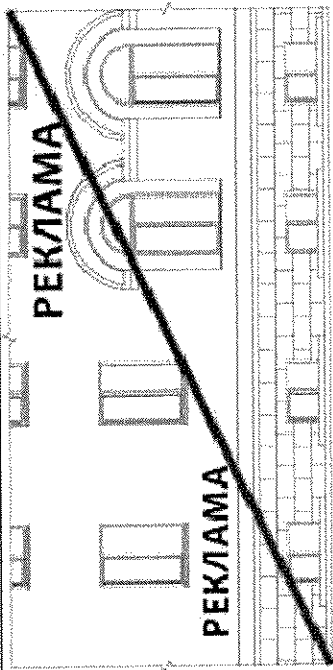
Приклад розміщення спеціальної конструкції на типовій забудові



У випадках коли неможливо встановити спеціальну конструкцію над віконними та дверними прозілами або безпосередньо у прорізах, слід обирати розміщення з боків від них

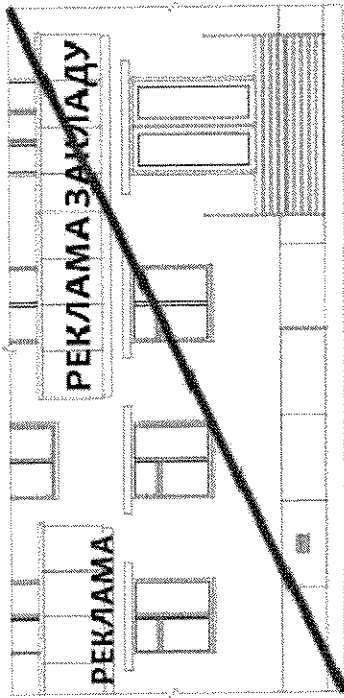
18.3.5.1. Ситуативні приклади, помилки при розміщенні спеціальних конструкцій

Відсутнє взаємоузгодження спеціальної конструкції та декору фасаду



Спеціальна конструкція на цокольному поверсі має буди встановлена до межі перекриття з першим поверхом

Приклад розміщення спеціальної конструкції на типовій забудові



Спеціальні конструкції не можна розміщувати на балконах

18.3.6. Спеціальні конструкції вище першого поверху

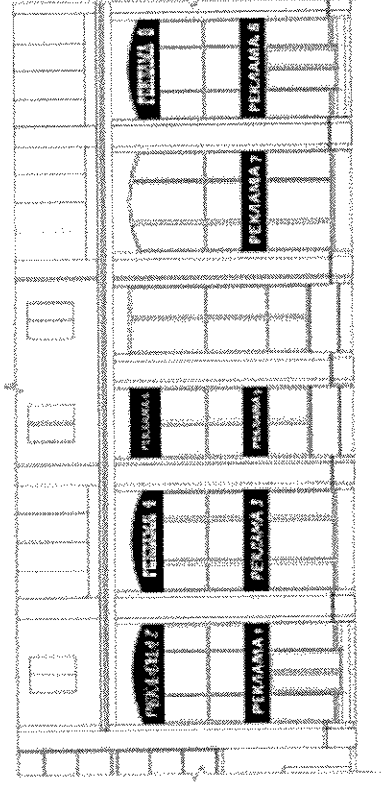
Спеціальні конструкції вище першого поверху дозволяються:
- торгово-розважальним центрам;

- у випадках, коли торгові площі в житловому будинку займають два та більше поверхів;
- у випадках, коли суб'єкту на правах оренди чи власності належить вся будівля.

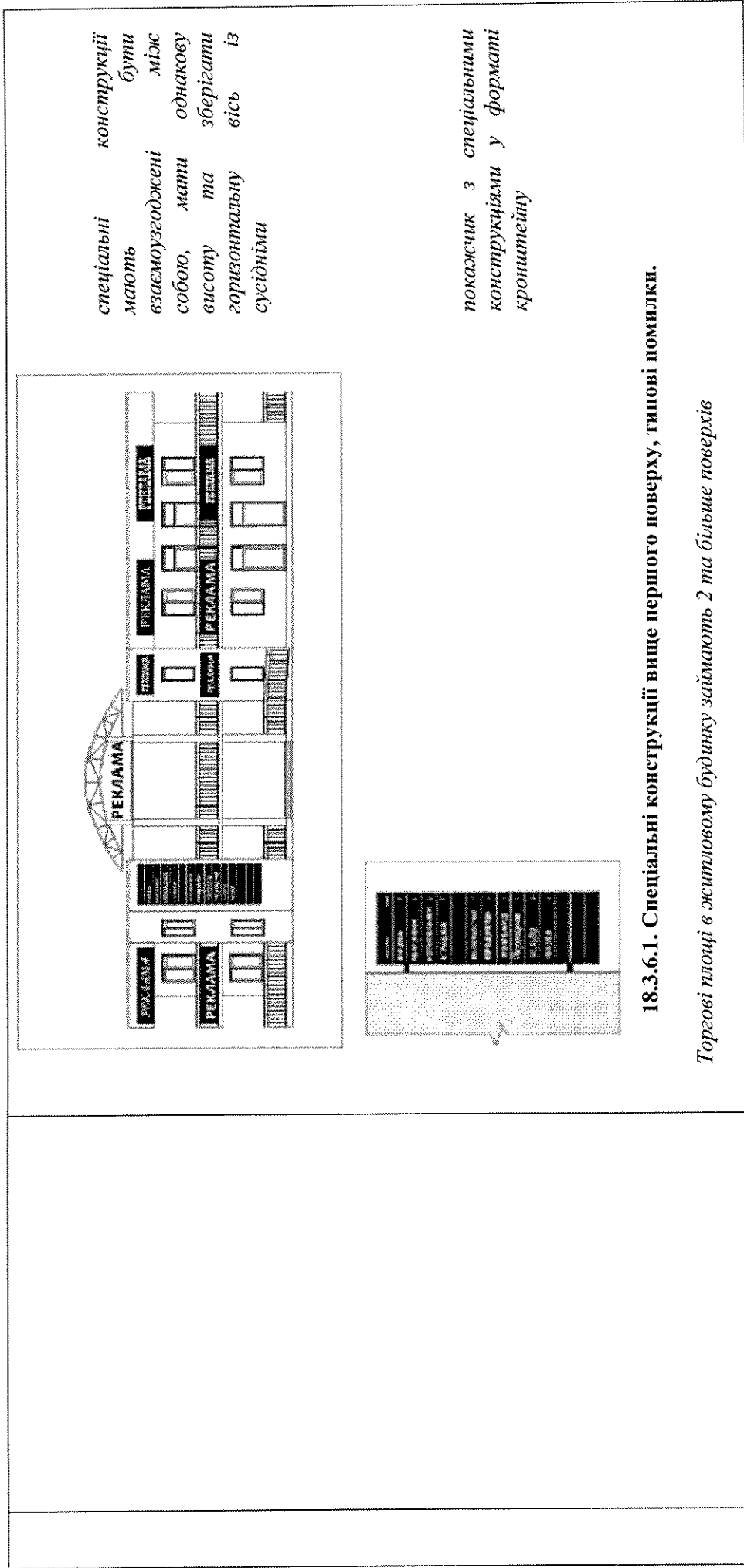
Спеціальні конструкції повинні відповідати загальним вимогам або бути встановлені в місцях, передбачених паспортом фасаду, у випадках зосередження великої кількості торгових точок у будинку, першочергове право розміщення спеціальної конструкції на фасаді отримують суб'єкти підприємництва, що займають фасадну частину. Інші орендарі узгоджують розміщення з адміністрацією.

Спеціальні конструкції мають бути взаємоузгоджені між собою, мати однакову висоту та зберігати горизонтальну вісь із сусідніми спеціальними конструкціями, на глухій частині фасаду або виконаній у форматі кронштейну може розміщуватися набірний покажчик.

Торгові площі в житловому будинку займають 2 та більше поверхів



спеціальна конструкція не може перекривати проріз більш ніж на 35 %, не повинна виступати за межі прорізу у будь-яких напрямках, має наслідувати горизонтальну вісь сусідніх спеціальних конструкцій

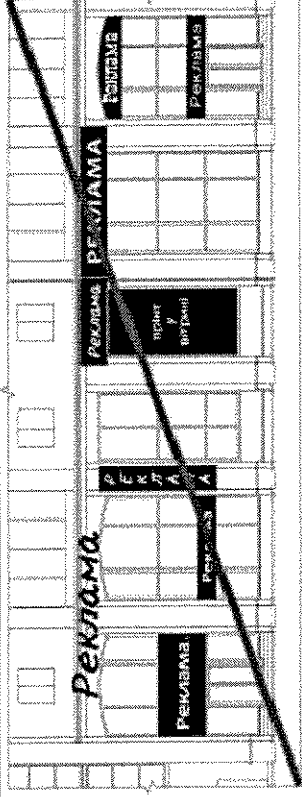


спеціальні конструкції
мають бути між
взаємозоджені собою, мати однакову
висоту та зберігати
горизонтальну вісь із
сусідніми

показчик з спеціальними
конструкціями у форматі
кронштейну

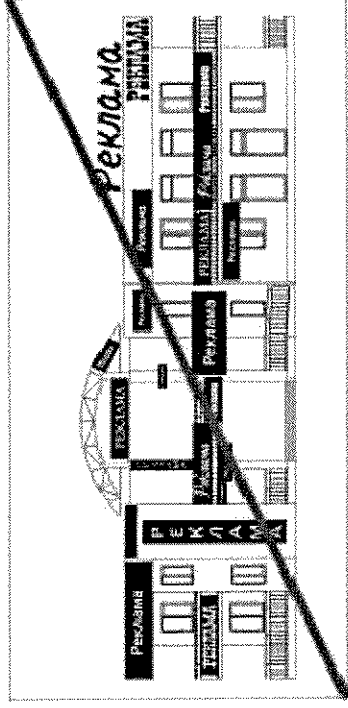
18.3.6.1. Спеціальні конструкції вище першого поверху, тинюві помилки.

Торгові площі в житловому будинку займають 2 та більше поверхів



Спеціальна конструкція не може перекривати проріз більш ніж на 35 %, не повинна виступати за межі прорізу у будь-яких напрямках, має наслідувати горизонтальну вісь сусідніх спеціальних конструкцій

Приклад зосередження великої кількості торгових точок

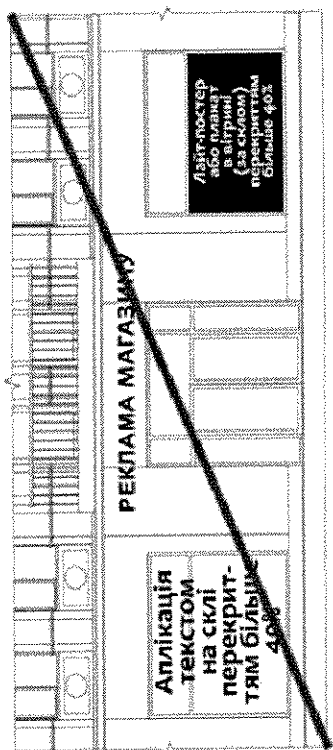
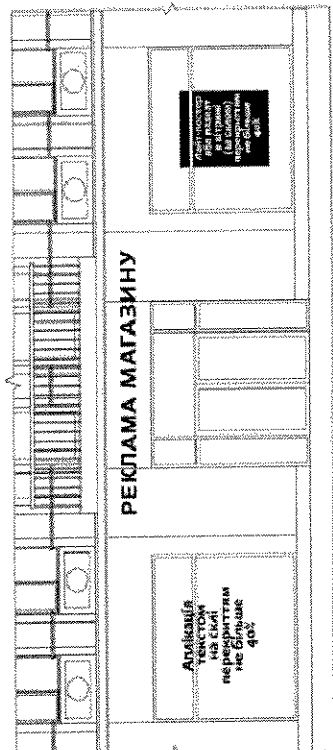


Спеціальні конструкції мають бути взаємоузгоджені між собою, мати однакову висоту та зберігати горизонтальну вісь з сусідніми

18.4. Вітрини

У вітринах можна розміщувати додаткові рекламні матеріали: лайтпостери, аплікації, принти, інсталяції, аплікації можна наносити як із вуличної сторони, так і зсередини; лайтпостери і принти - тільки з внутрішньої.

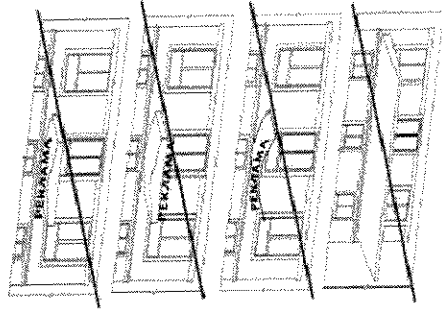
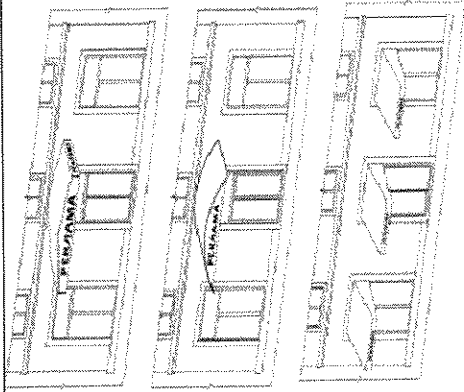
Допустима норма перекриття скла для лайтпостера, аплікації, принта дорівнює 40%, для інсталляції - 100 %.



Лайтпостери, аплікації, принти не можуть займати більше 40 % скла вітрини, вікон, дверей

18.5. Спеціальні конструкції на козирках, маркізах, навісах

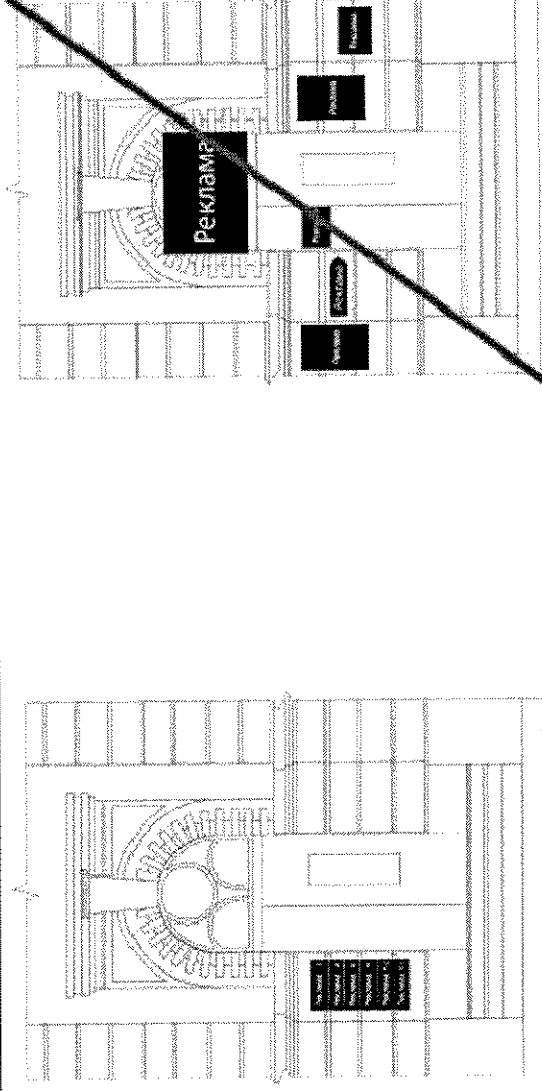
Розміщувати спеціальну конструкцію на козирках та маркізах дозволяється лише у межах вертикальних площин з урахуванням масштабу 4/6 (та 14/16) відносно площини для розміщення.



18.6. Розміщення спеціальних конструкцій, табличок, вказівників поруч з входом

Спеціальна конструкція, табличка або вказівник не може частково або повністю перекривати декоративні елементи фасаду, вікна, двері. Не може бути розміщена на сходинах та їх огорожах.

Усі таблички спеціальної конструкції і вказівники мають бути однакового розміру та орієнтації, бути розміщені по боках від входу, взаємоузгоджені між собою; зберігати або вертикальну або горизонтальну вісь.



**18.7. Спеціальна рекламна конструкція, що розміщується під кутом до фасаду будинку (будівлі)
(те ж саме: вказівник, прапорець)**

7.1. Розміщується перпендикулярно фасаду будинку на висоті не менше 2,5 м до його нижньої частини, від рівня тротуару або інших площин, призначених для проходу пішоходів, та виносом від площини фасаду не більше 0,9 м.

7.2. Кронштейн може встановлюватися як безпосередньо на фасаді закладу, так і окремо від закладу на кутах будинку, але повинен дотримуватися спільної горизонтальної вісі з іншими спеціальними конструкціями.

7.3. Між кронштейном та спеціальною конструкцією або іншим кронштейном має бути не менше 2-х метрів. Максимальна висота кронштейну, розташованого вище першого поверху, має бути не більше сумарної висоти перших двох поверхів.

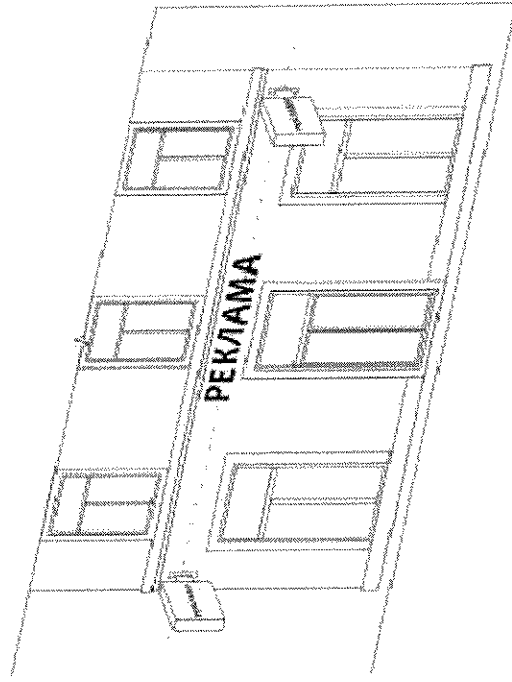
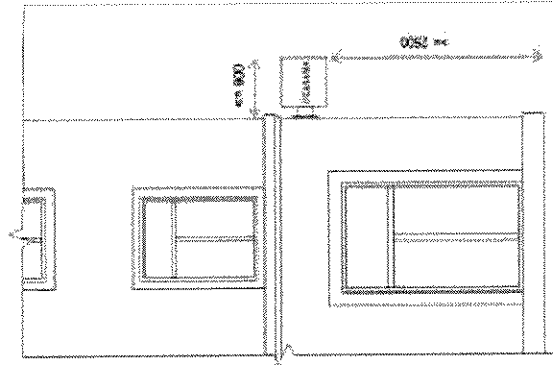
7.4. Кронштейни не можуть перекривати декоративні елементи, встановлюватися у віконні або дверні

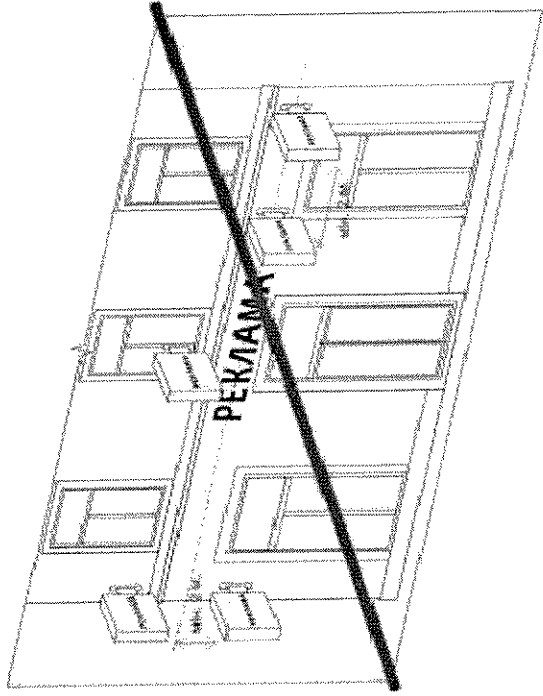
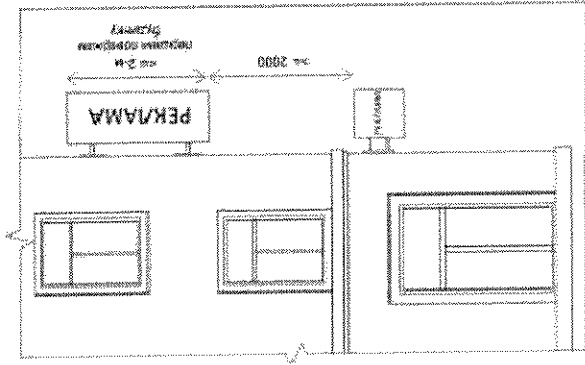
прорізи, балкони.

7.5 Перекривати або обмежувати доступ до інженерних комунікацій, перекривати адресні та пам'ятні таблички тощо.

7.6. Забороняється розміщувати кронштейн безпосередньо над або під існуючим кронштейном.

7.7. Кронштейни можуть бути різноманітних геометричних форм, типів та матеріалів.



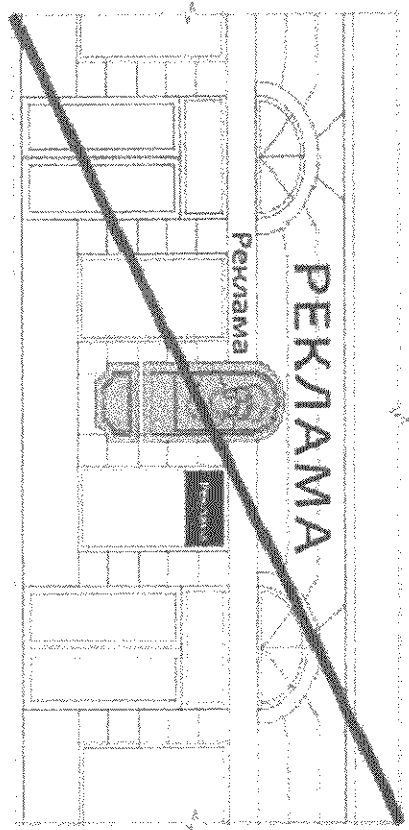
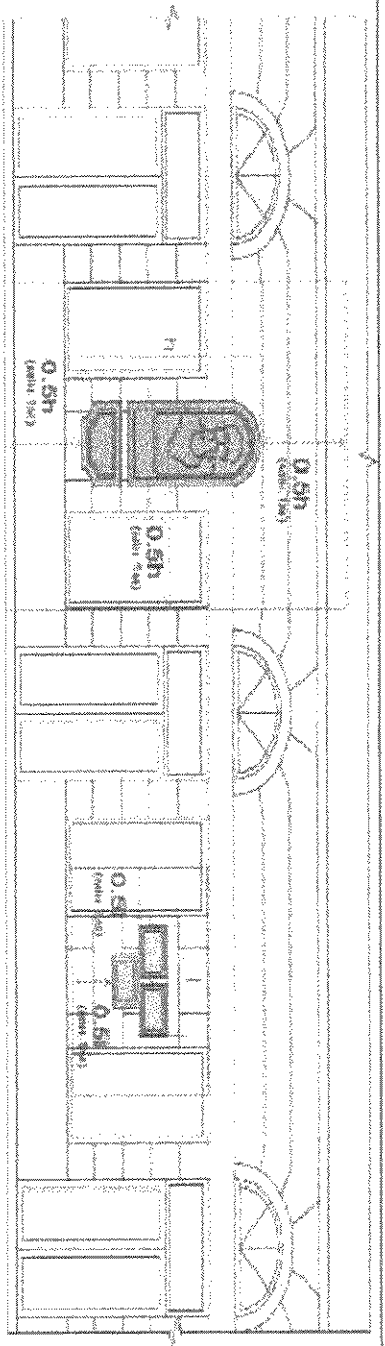


18.8. Меморіальні дошки, пам'ятні таблички

Обабіч меморіальних дощок та пам'ятних табличок встановлюється охоронна зона. Вона повинна бути вільна від будь-якої реклами, в тому числі розміщеної у вікнах або вітринах.

Охоронна зона має дорівнювати 0,5 довжини найдовшої із сторін дошки, таблички або групи дощок по периметру з кожної сторони, але не менше 1 метра.

Охоронна зона дошки, таблички або групи дощок



*Охоронна зона довінок 0,5
довжини найдовшої із сторін
дашки, таблицьки або групи
дошок по периметру з кожної
сторони, але не менше 1 метра*

Начальник управління містобудування та архітектури

С. Павлова

Додаток 2 до рішення міської ради

від _____ 2019 року № ____



Форматна зона 0

Форматна зона 1

Форматна зона 2

Обмеження від перехресть вул

| | | | | | |
|--|-------|---|-------------|-------|---------|
| 10803P-06BC/18CX | | | | | |
| Управління містобудування та архітектури Білоцерківської міської ради | | | | | |
| Підпис | Дата | Комплексна схема розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території м. Біла Церква | Стадія | Аркуш | Аркушів |
| | 06.18 | | CX | | |
| | 06.18 | | | | |
| | 06.18 | | | | |
| | 06.18 | | | | |
| | | | ТОВ «Квіра» | | |