

**РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
МУНИЦИПАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ «ГОРОД ТАГАНРОГ»**

АДМИНИСТРАЦИЯ ГОРОДА ТАГАНРОГА

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

07.12.2022

№ 2436

г. Таганрог

О внесении изменений в постановление Администрации города Таганрога от 30.04.2013 № 1395 «О наружной рекламе»

В соответствии с Федеральным законом от 14.07.2022 № 286-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» и Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», постановлением Администрации города Таганрога от 26.09.2022 № 1903 «Об утверждении дизайн-кода муниципального образования «Город Таганрог» **постановляю:**

1. Внести в постановление Администрации города Таганрога от 30.04.2013 № 1395 «О наружной рекламе» следующие изменения:

1.1. В приложении № 1:

1.1.1. Раздел 5 изложить в следующей редакции:

«5. Типы рекламных конструкций

5.1. Отдельно стоящие рекламные конструкции (размещаемые на земельных участках).

5.1.1. Сити-мониторы – двухсторонние рекламные конструкции среднего формата с двумя информационными полями, располагаемые на тротуарах или на прилегающих к тротуарам газонах.

5.1.2. Пилоны и пилларсы – рекламные конструкции среднего формата с внутренним подсветом, имеющие две или три внешние поверхности.

5.1.3. Ситиборды – рекламные конструкции крупного формата с внутренним подсветом, имеющие одну или две поверхности для размещения рекламы.

5.1.4. Щит – щитовые рекламные конструкции крупного формата, имеющие внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы.

5.1.5. Суперборды и суперсайты – щитовые рекламные конструкции крупного формата, имеющие внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы.

5.1.6. Афишный стенд – конструкция, ориентированная на размещение информации о развлекательно-познавательных массовых мероприятиях (концерты, лекции, выставки), проводящихся на территории города Таганрога.

5.2. Рекламные конструкции индивидуального формата, присоединяемые к объектам недвижимости (зданиям, сооружениям).

5.2.1. Рекламные вывески – конструкции, которые могут состоять из следующих элементов: текстовая часть и декоративно-художественные элементы. Высота декоративно-художественных элементов не должна превышать высоту текстовой части рекламной вывески более чем в полтора раза.

На вывеске может быть организована подсветка. Подсветка вывески должна иметь немерцающий, приглушенный свет, не создавать прямых направленных лучей в окна жилых помещений.

5.2.2. Настенные (брандмауэрные) панно – рекламные конструкции, размещаемые непосредственно на поверхности глухих стен зданий, строений (свободных от оконных проемов, витражей и элементов архитектурного декора), в том числе на металлическом каркасе, размещаемые в среднеэтажной и многоэтажной зонах застройки.

5.2.3. Крышные рекламные конструкции в виде отдельных букв и логотипов:

рекламные конструкции, размещаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше, состоящие из следующих элементов:

информационное поле (текстовая часть) – буквы, буквенные символы, аббревиатура, цифры;

художественные элементы (логотипы, знаки и др.);

элементы крепления (пространственная решетка).

Информационное поле и художественные элементы должны быть оборудованы только внутренней подсветкой.

В крышных рекламных конструкциях не допускается использование технологий смены изображения, в том числе с помощью электронных носителей, подвижных частей, а также технологий организации медиафасадов.

Высота крышной рекламной конструкции должна быть:

не более 0,8 м для 1-3-этажных объектов;

не более 1,2 м для 4-7-этажных объектов;

не более 1,8 м для 8-12-этажных объектов;

не более 2,2 м для 13-17-этажных объектов;

не более 3,0 м для объектов, имеющих 18 и более этажей.

В случае если крышная рекламная конструкция содержит изображение товарного знака, знака обслуживания, высота отдельных элементов информационного поля или художественных элементов крышной рекламной конструкции, входящих в изображение указанного товарного знака, знака обслуживания, может превышать 3 метра, но не более чем на 1/5.

В случае если размещение крышной рекламной конструкции предполагается на здании, строении или сооружении, на котором уже эксплуатируется крышная информационная конструкция, высота такой

крышной рекламной конструкции ограничивается размером установленной информационной крышной конструкции.

Длина крышной рекламной конструкции, устанавливаемой на крыше объекта, не может превышать:

80 процентов длины фасада, по отношению к которому она размещена, – при длине фасада 18 м (включительно);

половины длины фасада, по отношению к которому она размещена, – при длине фасада свыше 18 м.

Параметры (размеры) крышной рекламной конструкции, размещаемой на стилобатной части объекта, должны соответствовать параметрам (размерам) конструкций, размещаемых на крышах объектов соответствующей этажности. Запрещается размещение крышной рекламной конструкции на крышах зданий, строений, сооружений, являющихся объектами культурного наследия, выявленными объектами культурного наследия.

Элементы крепления крышной рекламной конструкции не должны выступать за периметр данной конструкции по бокам и сверху. Расстояние от парапета до нижнего края информационного поля крышной рекламной конструкции не должно превышать 1 м.

Цвет рекламной конструкции: RAL 7021, 7016, 7022, 7024, 7043, 9007, 9006.

Для крышных рекламных конструкций в виде отдельных букв и логотипов в обязательном порядке разрабатывается рабочая проектная документация в целях обеспечения безопасности при установке, монтаже и эксплуатации. Крышные рекламные конструкции в виде отдельных букв и логотипов должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания, должны иметь системы пожаротушения и соответствовать иным требованиям пожарной безопасности.

5.2.4. Медиафасады – светопропускающие рекламные конструкции, размещаемые непосредственно на поверхности стен зданий, строений и сооружений или на металлокаркасе, повторяющем пластику стены (в случае размещения медиафасада на существующем остеклении здания, строения, сооружения), позволяющие демонстрировать информационные материалы.

Размер информационного поля медиафасада определяется размером демонстрируемого изображения.

Разрешается использовать следующую технологию устройства медиафасад:

а) профильные линейки (трубки, ламели) с встроенными в них светодиодами, смонтированные в виде горизонтальных или вертикальных жалюзи с просветом. Расстояние (просвет) между ламелями должно быть не менее чем в два раза больше ширины самой ламели;

б) сетки со светодиодами; корпуса светодиодов, монтируемые на сетку, включая основание корпуса, должны быть не более 80 мм в диаметре или размером, не превышающим 80 x 80 мм.

Обязательное минимальное расстояние между корпусами светодиодов, включая основание корпуса, не должно превышать размер корпуса светодиода, но не менее 40 мм.

Цвет сетки, форма корпуса пикселя должны определяться проектом с учетом архитектурно-художественного облика здания.

Медиафасады не должны иметь задней и/или боковой закрывающих панелей (стенок).

При размещении медиафасада на остекленных фасадах зданий в помещениях должны быть обеспечены нормируемые значения коэффициента естественного освещения в соответствии с действующими нормативами, подтвержденными расчетами в составе проектной документации. Яркость медиафасада в дневное/ночное время суток должна соответствовать нормируемым показателям установленного уровня суммарной вертикальной освещенности, а также учитывать функциональное назначение окружающей застройки. Негативные последствия избыточной яркости медиафасада должны также корректироваться с использованием технических и иных ограничителей. Размер медиафасада определяется индивидуально в зависимости от архитектуры здания на основании согласованного проекта.

Медиафасады должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания.

5.2.5. Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции – рекламные конструкции, имеющие формат, отличный от иных форматов, предусмотренных настоящими Правилами, и не указанные в подпунктах 5.1.1-5.2.4 настоящего раздела.

К уникальным (нестандартным) рекламным конструкциям относятся следующие рекламные конструкции:

5.2.5.1. Объемно-пространственные конструкции – рекламные конструкции, на которых для распространения рекламной информации используется как объем объекта, так и его поверхность (в том числе воздушные шары, аэростаты, объемно-пространственные модели и т.п.). Площадь информационного поля объемно-пространственных конструкций определяется расчетным путем.

Размещение объемно-пространственных рекламных конструкций допускается только на земельных участках.

5.2.5.2. Проекционные установки – рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на земле, на плоскостях стен и в объеме, состоящие из проецирующего устройства и поверхности (экрана) или объема, в котором формируется информационное изображение. Площадь информационного поля для плоских изображений определяется габаритами проецируемой поверхности, а для объемных изображений определяется расчетным путем. Размещение проекционных установок допускается как на земельных участках, так и на зданиях, строениях, сооружениях.

5.2.6. Светодиодный экран (монохромный или полноцветный динамический мультимедийный экран) – конструкции с автоматической

электронной сменой информации, предназначенные для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов.

5.2.7. Конструкции изготавливаются по индивидуальным проектам, согласованным с комитетом по архитектуре и градостроительству Администрации города Таганрога.».

1.1.2. В разделе 6:

1.1.2.1. Абзац первый пункта 6.1 изложить в следующей редакции:

«6.1. Для целей размещения рекламных конструкций на территории г. Таганрога устанавливаются следующие зоны:».

1.1.2.2. Подпункт 6.2.1 пункта 6.2 изложить в следующей редакции:

«6.2.1. В зоне 1 размещение рекламных конструкций не допускается.».

1.1.2.3. Подпункт 6.2.2 пункта 6.2 изложить в следующей редакции:

«6.2.2. В зонах 2, 3, 4, 5 допускается размещение следующих типов рекламных конструкций:

сити-монитор;

пилон;

пилларс;

сити-борд;

щит;

суперборд и суперсайт;

настенное (брендмаурное) панно;

медиафасад;

светодиодный экран (монохромный или полноцветный динамический мультимедийный экран);

уникальная (нестандартная) конструкция;

рекламная вывеска;

крышная рекламная конструкция.».

1.2. Пункт 4 приложения № 3 изложить в следующей редакции:

«4. Коэффициенты к размеру оплаты с учетом территориального размещения рекламных конструкций:

Зона 2 1,8.

Зона 3 1,5.

Зона 4 1,3.

Зона 5 1.».

1.3. В приложении № 6:

1.3.1. Подпункт 7.1.5 подпункта 7.1 пункта 7 изложить в следующей редакции:

«7.1.5. Выписка из банка, подтверждающая внесение задатка.».

1.3.2. Подпункт 7.1.6 подпункта 7.1 пункта 7 признать утратившим силу.

1.4. Приложение № 7 изложить в редакции согласно приложению.

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

3. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на заместителя главы Администрации города Таганрога по вопросам экономики Камбулову С.А.

Глава Администрации
города Таганрога

М.В. Солоницин

Приложение
к постановлению
Администрации
города Таганрога
от №

«Приложение № 7
к постановлению
Администрации
города Таганрога
от 30.04.2013 № 1395

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

к внешнему виду и техническим параметрам
отдельно стоящих рекламных конструкций

1. Основные характеристики рекламной конструкции «сити-монитор».
 - 1.1. Размеры:
 - 1.1.1. Размер информационного поля – 1200 x 1800 мм.
 - 1.1.2. Размер каркаса информационного поля – не более 1380 x 1980 мм.
 - 1.1.3. Высота опорной стойки – 500 мм.
 - 1.2. Цвет облицовки и опорной стойки:
 - 1.2.1. Цвет рекламной конструкции: RAL 9002, 7004, 7005, 7016.
 - 1.2.2. Покрытие рекламной конструкции – порошковое напыление с антикоррозионными ингибиторами.
 - 1.3. Подсветка рекламной конструкции:
 - 1.3.1. Рекламная конструкция должна иметь внутреннюю подсветку 30-75 кд/м.
 - 1.3.2. Подсветка конструктива должна состоять из LED светильника и солнечной батареи, с датчиком света.
 - 1.3.3. В случае подвода электричества к рекламной конструкции подвод электропроводов должен осуществляться подземным способом.
 - 1.4. Эстетический вид:
 - 1.4.1. Должен иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона, номера и даты разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (рисунок 2).
 - 1.4.2. Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т. п.) рекламной конструкции должны быть закрыты декоративными элементами.
 - 1.4.3. Внешняя поверхность должна иметь декоративное обрамление вокруг информационного поля.
 - 1.4.4. Фундамент должен быть закрыт декоративными элементами.
 - 1.5. Материал конструкции: каркас – алюминий, конструкция – алюминий, композит, сталь с порошковой окраской, оргстекло.
 - 1.6. Тип информационного поля – статичное, скроллерное, электронное.
- Образцы рекламной конструкции приведены на рисунках 1-2.

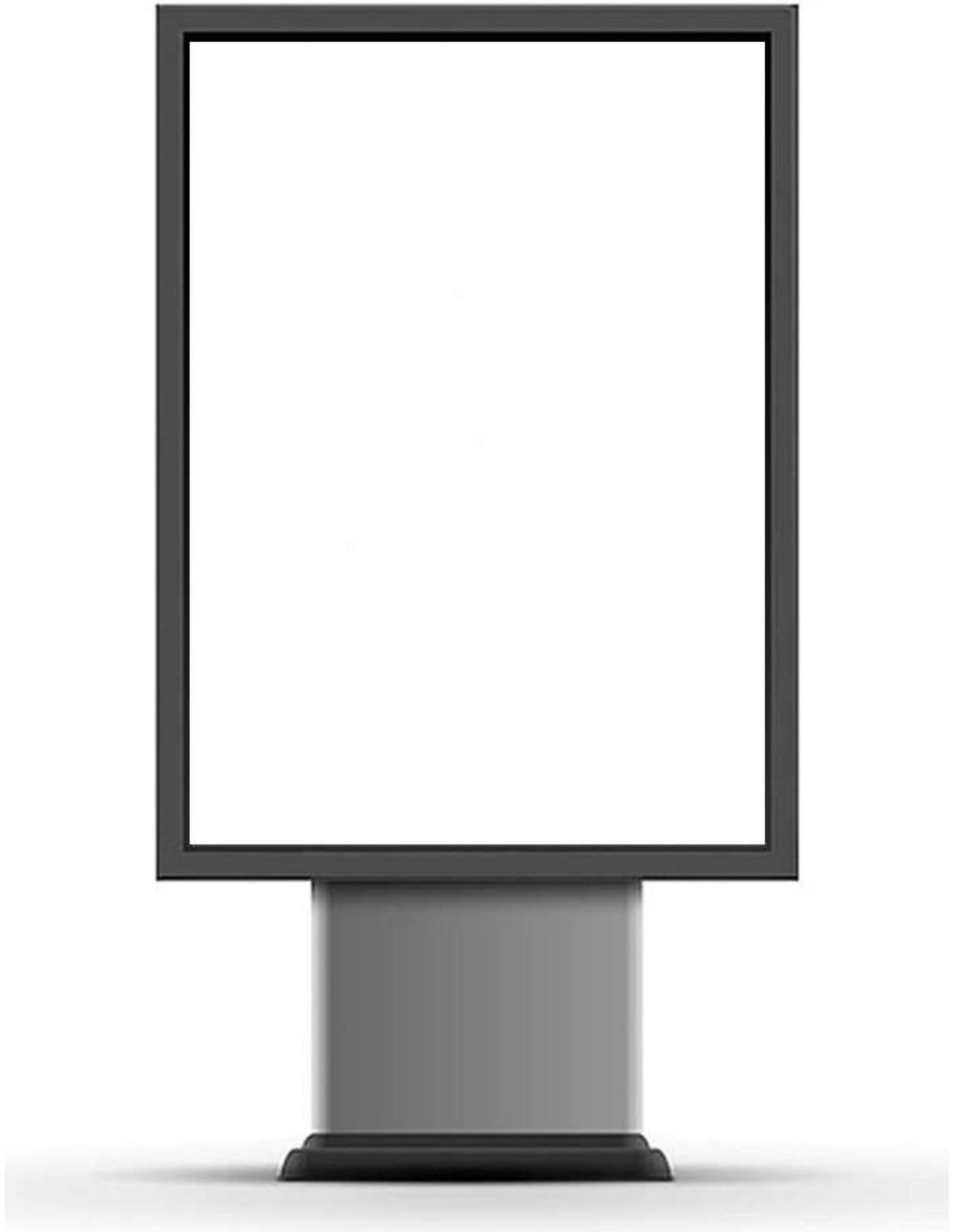


Рисунок 1. Вид сити-монитора.

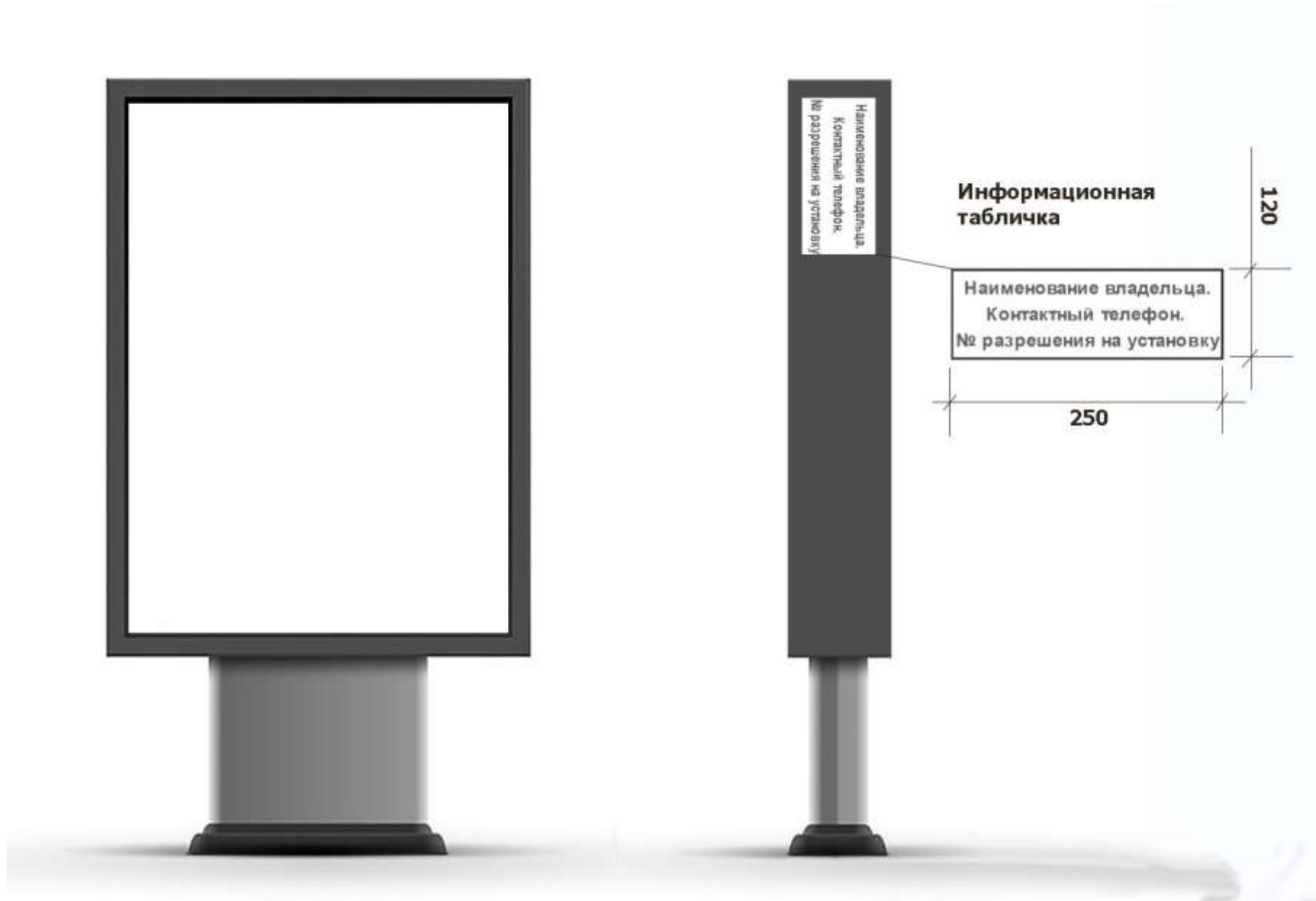


Рисунок 2. Маркировка рекламной конструкции «сити-монитор».

2. Основные характеристики рекламной конструкций «пилон».
 - 2.1. Размеры:
 - 2.1.1. Размер информационного поля – 1400 x 3000 мм.
 - 2.1.2. Размер каркаса – не более 1500 x 4700 мм.
 - 2.2. Особенности строения:
 - 2.2.1. Количество информационных полей – 2.
 - 2.3. Цвет облицовки и опорной стойки:
 - 2.3.1. Цвет рекламной конструкции: RAL 9002, 7004, 7005, 7016.
 - 2.3.2. Покрытие рекламной конструкции – порошковое напыление с антикоррозионными ингибиторами.
 - 2.4. Подсветка рекламной конструкции:
 - 2.4.1. Рекламная конструкция должна иметь внутреннюю подсветку 30-75 кд/м.
 - 2.4.2. Подсветка конструктива должна состоять из LED светильника и солнечной батареи, с датчиком света.
 - 2.4.3. В случае подвода электричества к рекламной конструкции подвод электропроводов должен осуществляться подземным способом.
 - 2.5. Эстетический вид:
 - 2.5.1. Должен иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона, номера и даты разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.
 - 2.5.2. Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т. п.) рекламной конструкции должны быть закрыты декоративными элементами.
 - 2.5.3. В случаях установки рекламной конструкции без заглубления фундамента такой фундамент должен быть закрыт декоративными элементами.
 - 2.6. Материал конструкции: каркас – сталь, композит, конструкция – композит, поликарбонат, алюминий, сталь с порошковой окраской.
 - 2.7. Тип информационного поля – статичное.
- Образцы рекламных конструкции приведены на рисунке 3.

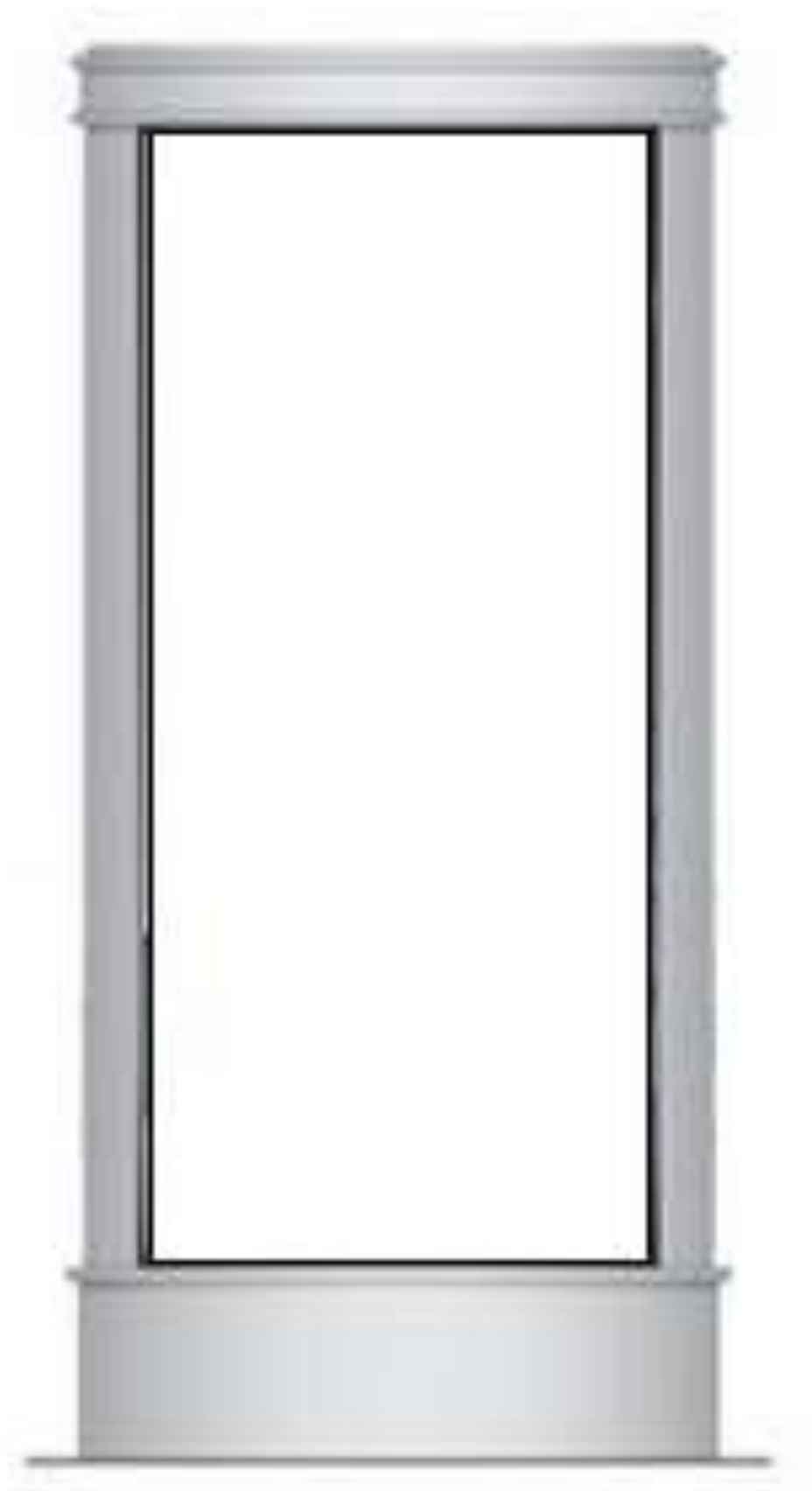


Рисунок 3. Вид пилона.

3. Основные характеристики рекламной конструкций «пилларс».
 - 3.1. Размеры:
 - 3.1.1. Размер информационного поля – 1400 x 3000 мм.
 - 3.1.2. Размер каркаса – не более 1500 x 4700 мм.
 - 3.2. Особенности строения:
 - 3.2.1. Количество информационных полей – 3.
 - 3.3. Цвет облицовки и опорной стойки:
 - 3.3.1. Цвет рекламной конструкции: RAL 9002, 7004, 7005, 7016.
 - 3.3.2. Покрытие рекламной конструкции – порошковое напыление с антикоррозионными ингибиторами.
 - 3.4. Подсветка рекламной конструкции:
 - 3.4.1. Рекламная конструкция должна иметь внутреннюю подсветку 30-75 кд/м.
 - 3.4.2. Подсветка конструктива должна состоять из LED светильника и солнечной батареи, с датчиком света.
 - 3.4.3. В случае подвода электричества к рекламной конструкции подвод электропроводов должен осуществляться подземным способом.
 - 3.5. Эстетический вид:
 - 3.5.1. Должен иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона, номера и даты разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.
 - 3.5.2. Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т. п.) рекламной конструкции должны быть закрыты декоративными элементами.
 - 3.5.3. В случаях установки рекламной конструкции без заглубления фундамента такой фундамент должен быть закрыт декоративными элементами.
 - 3.6. Материал конструкции: каркас – сталь, композит, конструкция-композит, поликарбонат, алюминий, сталь с порошковой окраской.
 - 3.7. Тип информационного поля – статичное.
- Образцы рекламных конструкции приведены на рисунке 4.



Рисунок 4. Вид пилларса.

4. Основные характеристики рекламной конструкции «сити-борд».

4.1. Размеры:

4.1.1. Размер информационного поля – 3700 x 2700 мм.

4.1.2. Размер каркаса информационного поля – не более 4400 x 3400 мм.

4.2. Несущий элемент – опорная стойка:

4.2.1. Высота – 3500 м.

4.2.2. Устанавливается под прямым углом к нижней кромке каркаса информационного поля.

4.3. Цвет облицовки и опорной стойки:

4.3.1. Цвет рекламной конструкции RAL 9002, 7004, 7005, 7016.

4.3.2. Покрытие рекламной конструкции – порошковое напыление с антикоррозионными ингибиторами.

4.4. Подсветка рекламной конструкции:

4.4.1. Рекламная конструкция должна иметь внутреннюю или внешнюю подсветку 30-75 кд/м.

4.4.2. Подсветка конструктива должна состоять из LED светильника и солнечной батареи, с датчиком света.

4.4.3. В случае подвода электричества к рекламной конструкции подвод электропроводов должен осуществляться подземным способом.

4.5. Эстетический вид:

4.5.1. Опорная стойка прямоугольной формы должна быть декоративно облицована конструктивными алюминиевыми профилями или пластиковыми профилями.

4.5.2. Должен иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона, номера и даты разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (рисунок 6).

4.5.3. Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т. п.) рекламной конструкции должны быть закрыты декоративными элементами, внешняя поверхность должна иметь декоративное обрамление вокруг информационного поля (рисунок 7).

4.5.4. Щит, выполненный в одностороннем варианте, должен иметь декоративно оформленную обратную сторону.

4.5.5. В случаях установки рекламной конструкции без заглубления фундамента такой фундамент должен быть закрыт декоративными элементами.

4.6. Материал конструкции: фундамент – железобетон, опора – сталь, композит, каркас – алюминий, композит, сталь, оргстекло.

4.7. Тип информационного поля – статичное, скроллерное, электронное, призмодинамическое.

Образцы рекламной конструкции приведены на рисунке 5.

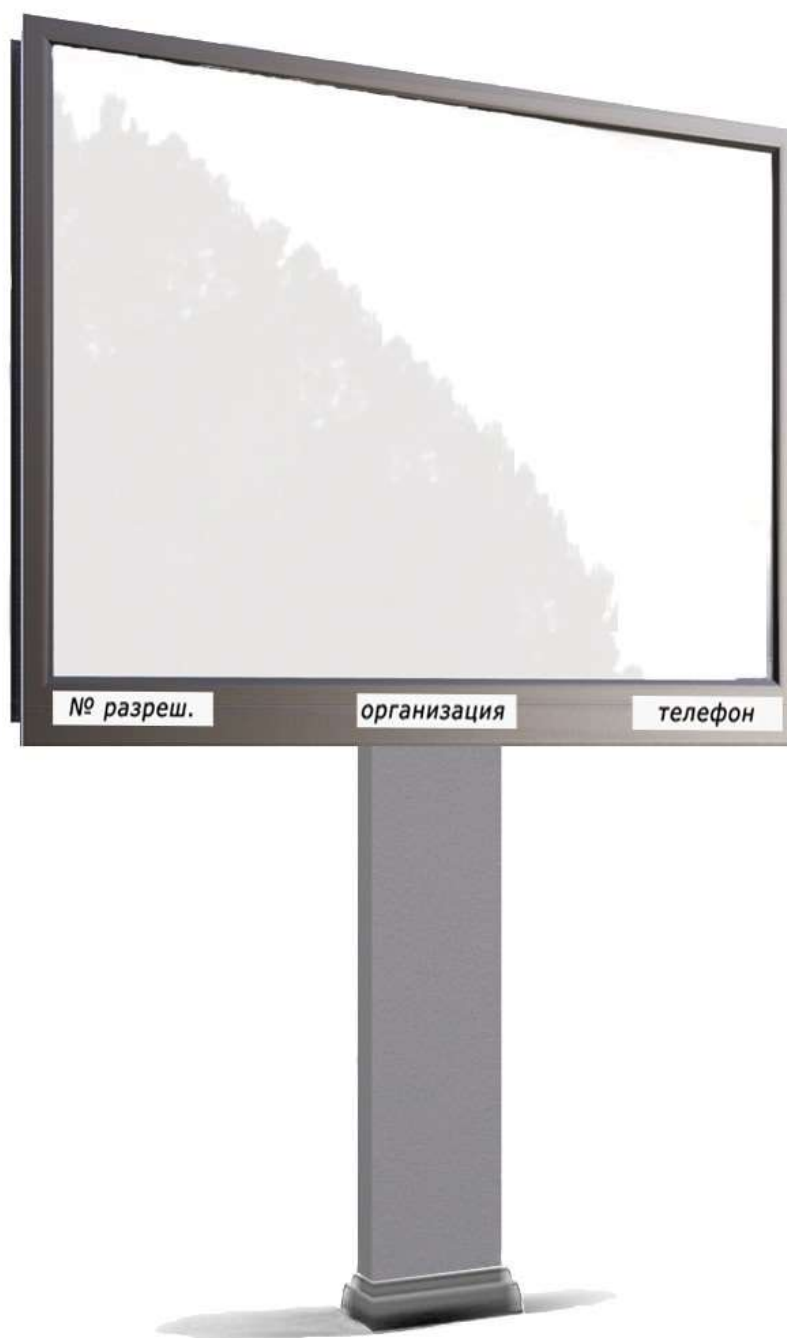


Рисунок 5. Вид сити-борда.

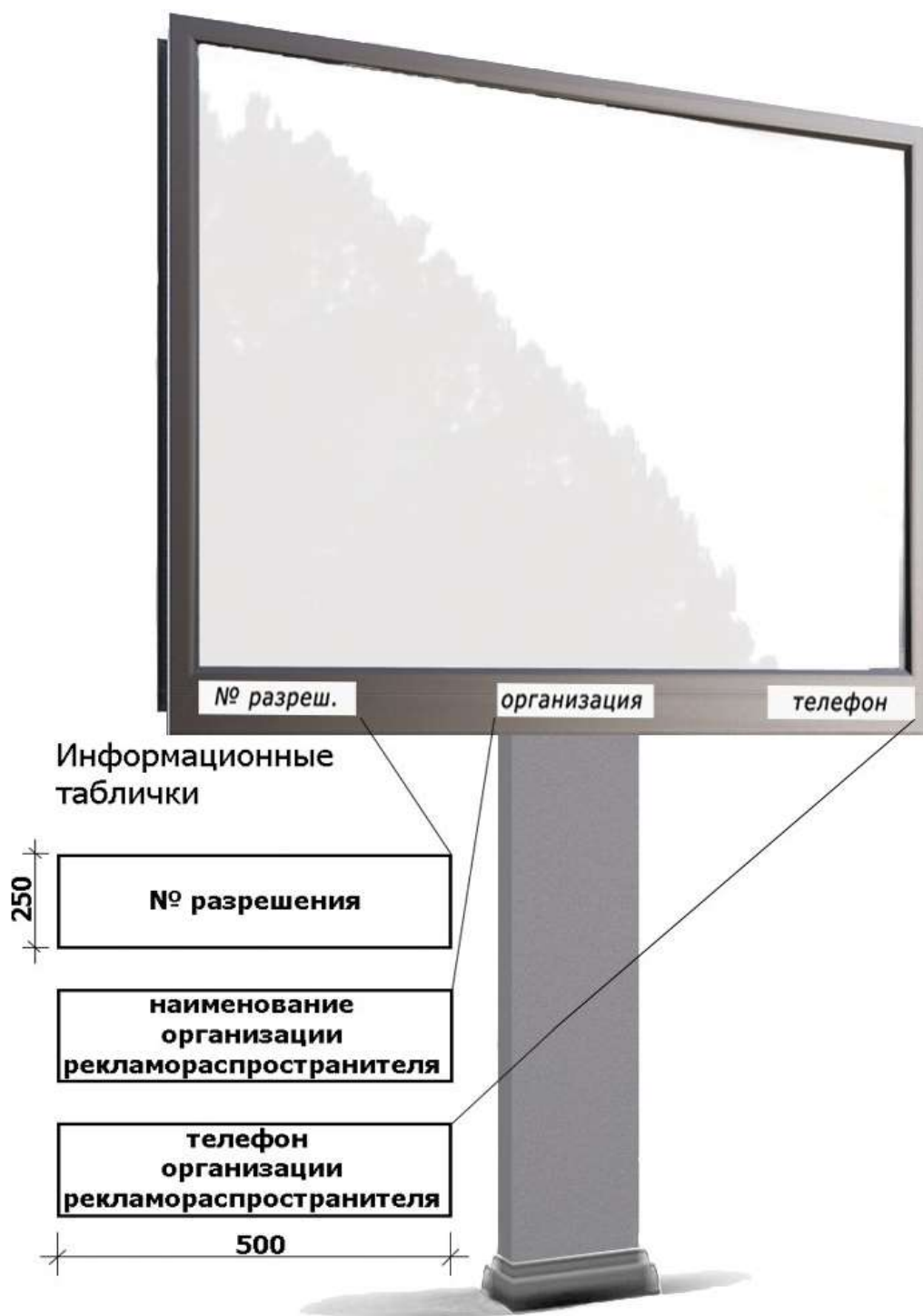


Рисунок 6. Размещение информационных табличек на рекламной конструкции.



Рисунок 7. Оформление торцов рекламной конструкции декоративными элементами.

5. Основные характеристики рекламной конструкции «щит»

5.1. Размеры:

5.1.1. Размер информационного поля – 6000 x 3000 мм.

5.1.2. Размер каркаса с декоративным обрамлением информационного поля – не более 6400 x 3600 мм.

5.2. Несущий элемент – опорная стойка (рисунки 10-15):

5.2.1. Выполнена из круглой профильной трубы диаметром 325 мм.

5.2.2. Высота – 4500 мм.

5.2.3. Устанавливается под прямым углом к нижней кромке каркаса информационного поля.

5.3. Особенности строения:

5.3.1. Количество информационных полей – не более 3.

5.4. Цвет облицовки и опорной стойки:

5.4.1. Основной цвет рекламной конструкции: RAL 9002, 7004, 7005, 7016.

5.4.2. Покрытие рекламной конструкции – порошковое напыление с антикоррозионными ингибиторами.

5.5. Подсветка рекламной конструкции:

5.5.1. Рекламная конструкция должна иметь внешнюю или внутреннюю подсветку 30-75 кд/м.

5.5.2. Подсветка конструктива должна состоять из LED светильника с датчиком света.

5.5.3. В случае подвода электричества к рекламной конструкции подвод электропроводов должен осуществляться подземным способом.

5.6. Эстетический вид:

5.6.1. Должен иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона, номера и даты разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (рисунок 8).

5.6.2. Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т. п.) рекламной конструкции должны быть закрыты декоративными элементами, внешняя поверхность должна иметь декоративное обрамление вокруг информационного поля (рисунок 9).

5.6.3. Щит, выполненный в одностороннем варианте, должен иметь декоративно оформленную обратную сторону.

5.6.4. В случаях установки рекламной конструкции без заглубления фундамента такой фундамент должен быть закрыт декоративными элементами.

5.7. Материал конструкции: фундамент – железобетон, опора – сталь, композит, каркас – алюминий, композит, сталь, оргстекло.

5.8. Тип информационного поля – статичное, электронное, призмодинамическое.

Образцы рекламной конструкции приведены на рисунках 8, 10-15.

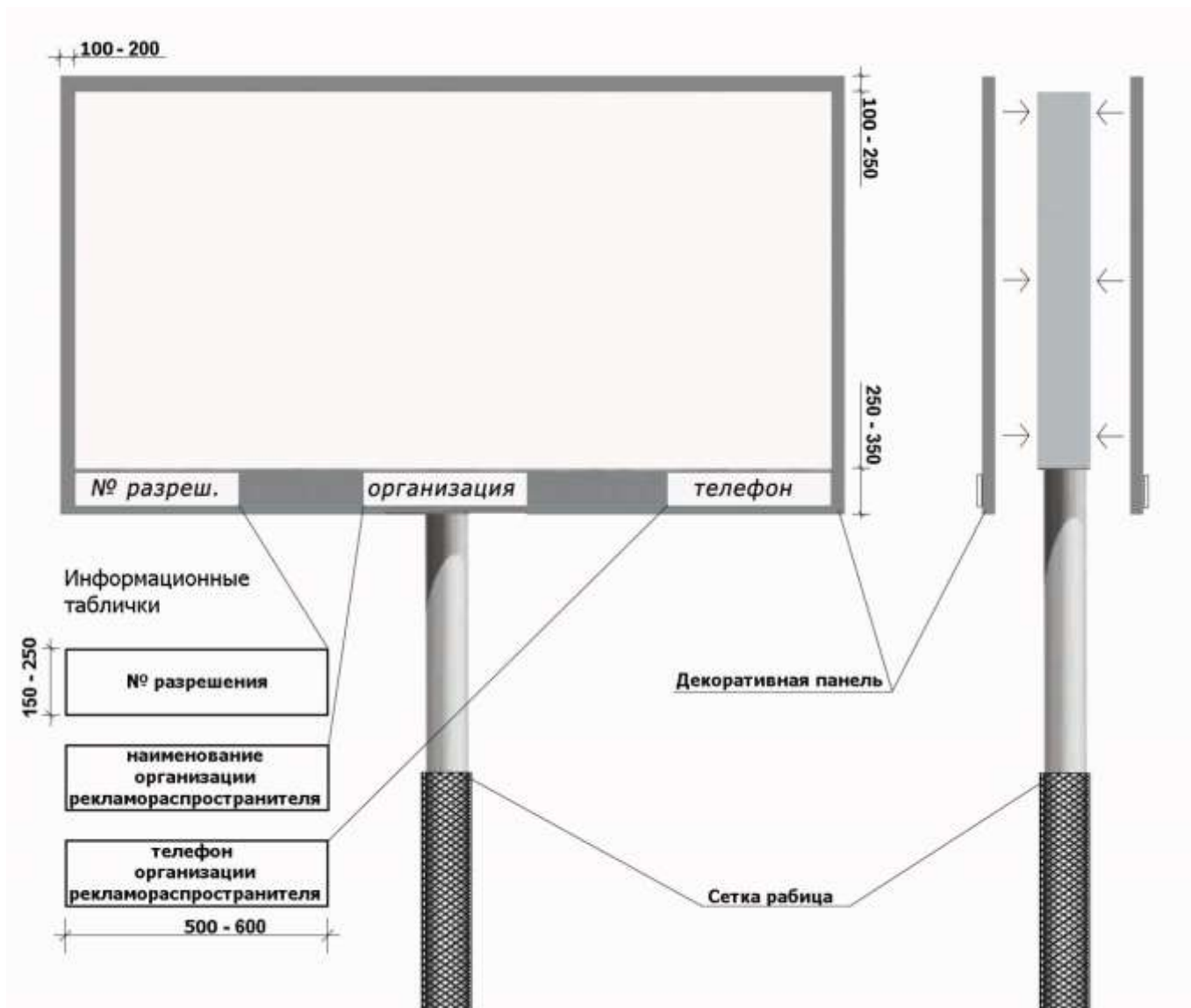


Рисунок 8. Вид щита с указанием размеров и размещением информационных табличек.



Рисунок 9. Оформление торцов рекламной конструкций декоративными элементами.

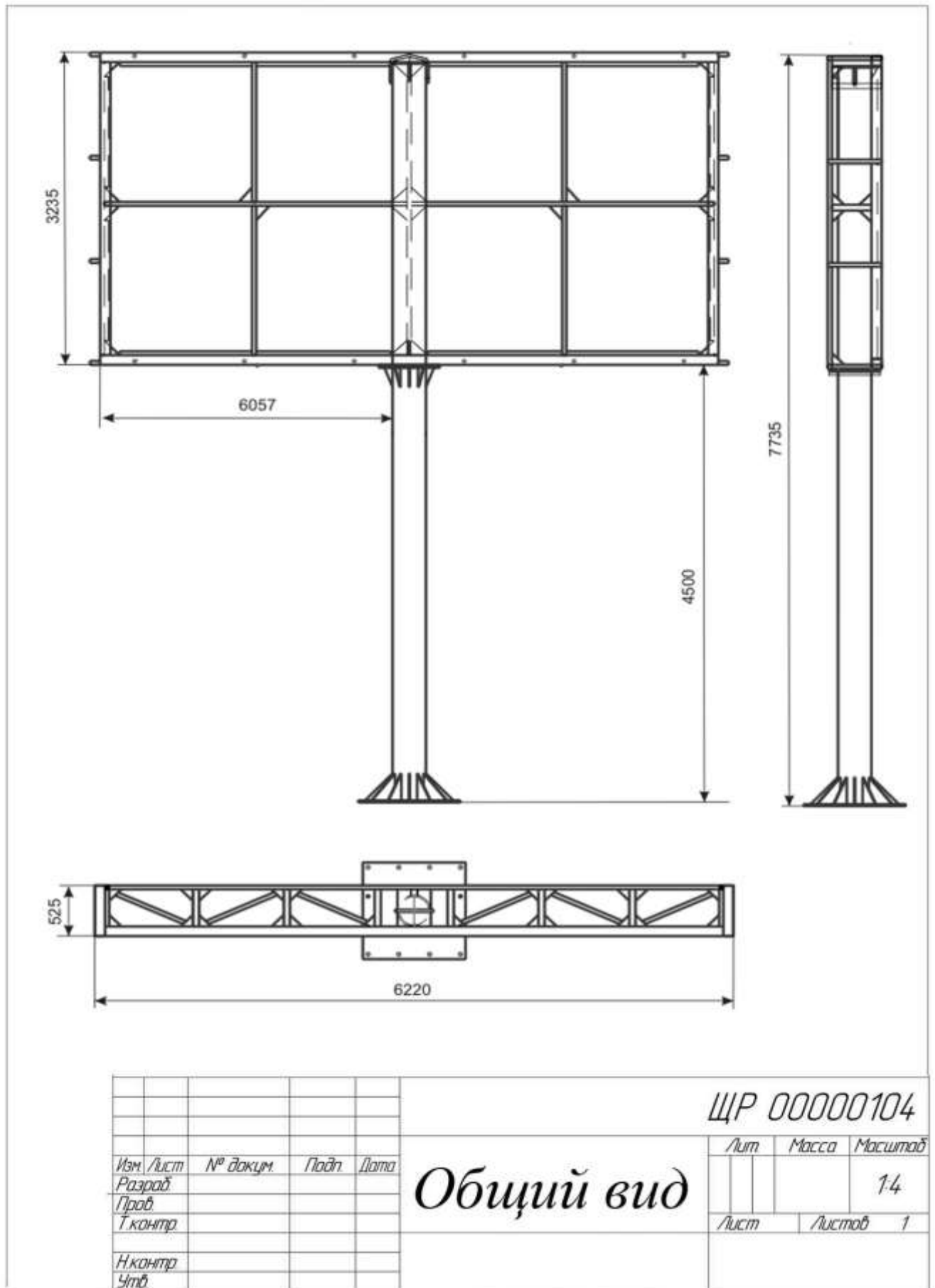


Рисунок 10. Чертеж общего вида каркаса рекламной конструкции «щит».

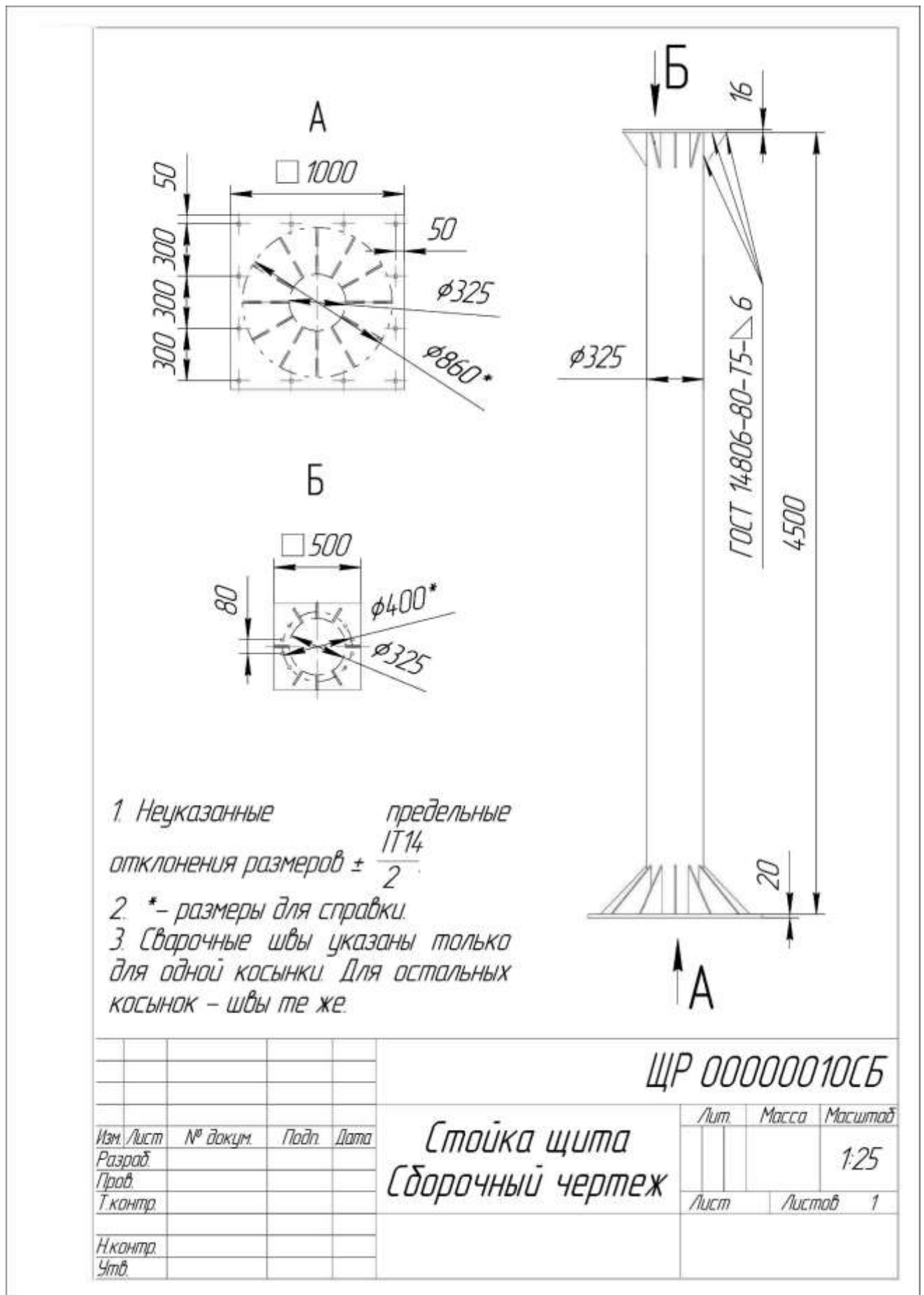


Рисунок 11. Чертеж стойки рекламной конструкции «щит».

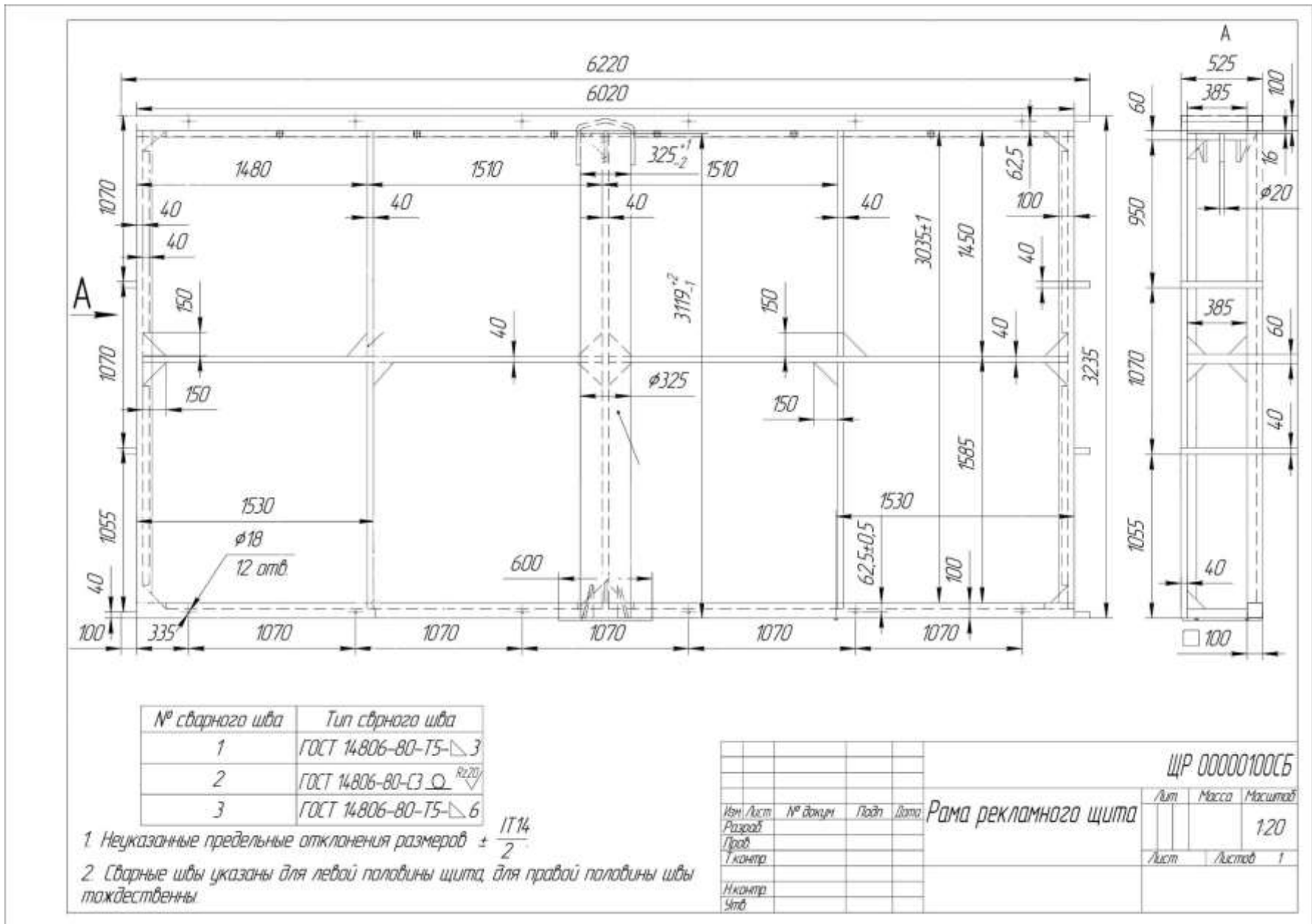


Рисунок 12. Чертеж рамы рекламной конструкции «щит».

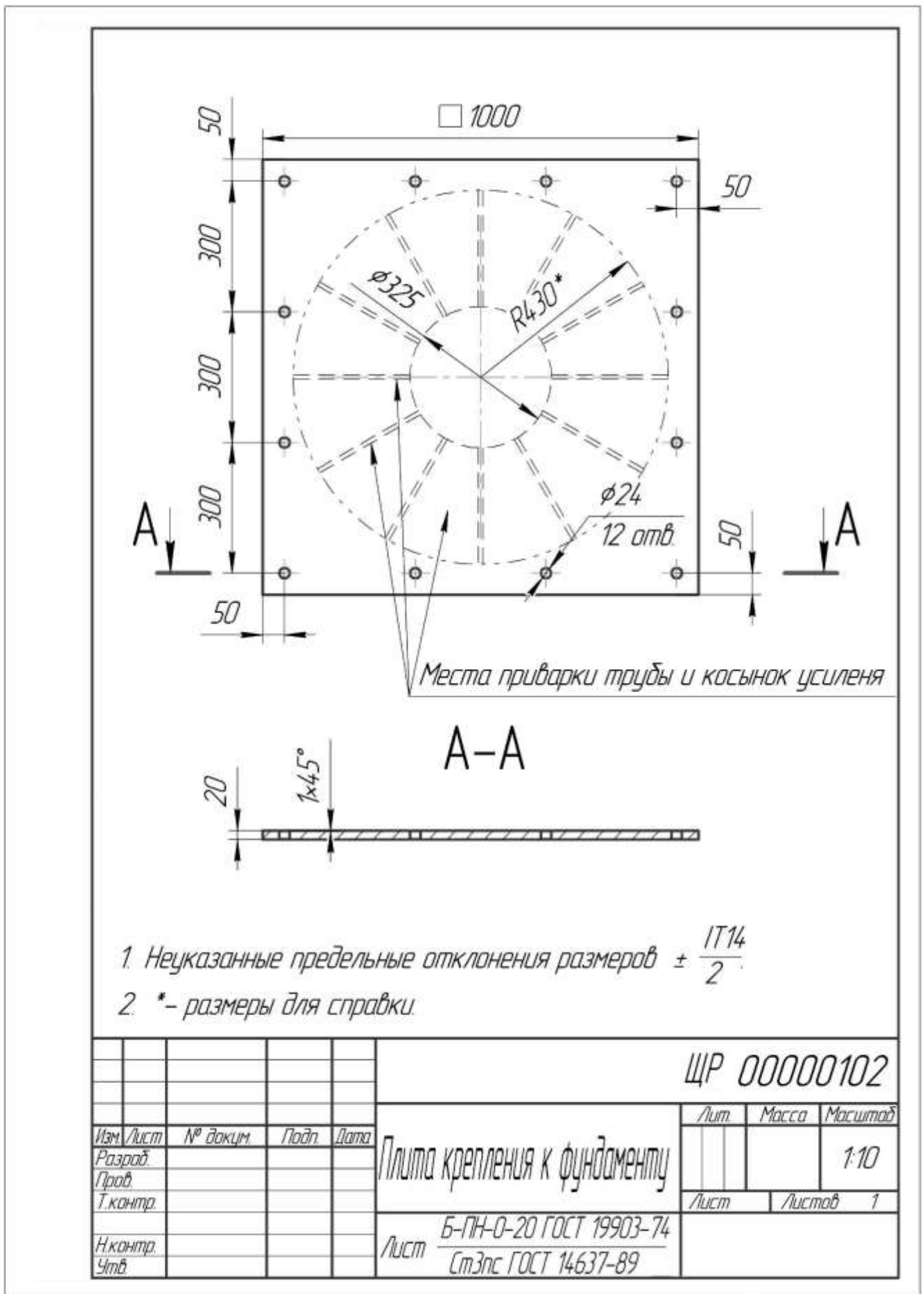


Рисунок 13. Чертеж плиты крепления фундамента рекламной конструкции «щит».

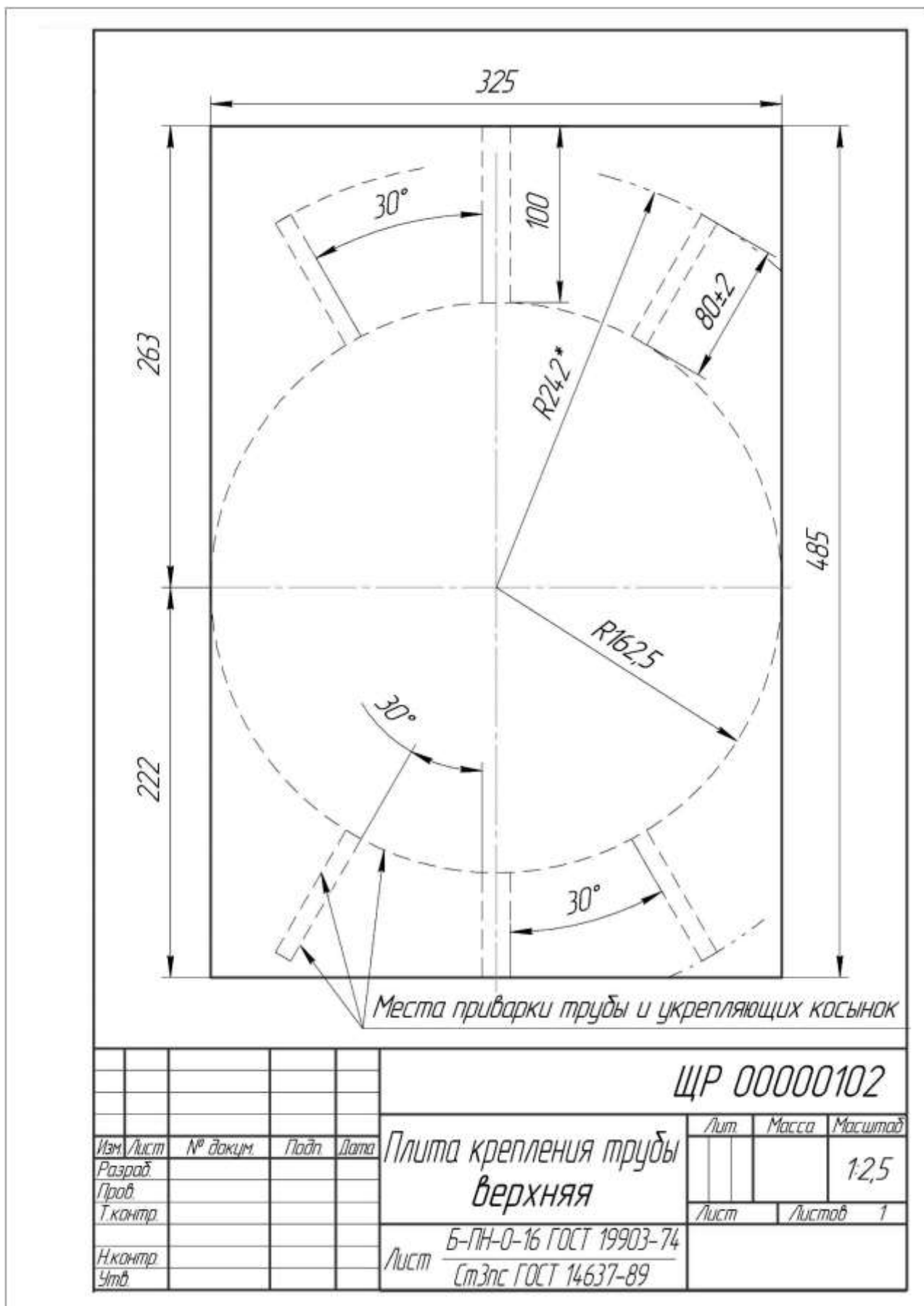


Рисунок 15. Чертеж верхней плиты крепления трубы рекламной конструкции «щит».

6. Основные характеристики рекламных конструкции «суперборд» и «суперсайт».

6.1. Размеры:

6.1.1. Размер информационного поля суперборда – не более 12000 x 4000 мм.

6.1.2. Размер информационного поля суперсайта – не более 15000 x 5000 мм.

6.2. Несущий элемент – опорная стойка:

6.2.1. Выполнена из круглой профильной трубы.

6.2.2. Устанавливается под прямым углом к нижней кромке каркаса информационного поля.

6.3. Особенности строения:

6.3.1. Количество информационных полей – не более 3.

6.4. Цвет облицовки и опорной стойки:

6.4.1. Основной цвет рекламной конструкции: RAL 9002, 7004, 7005, 7016.

6.4.2. Покрытие рекламной конструкции – порошковое напыление с антикоррозионными ингибиторами.

6.5. Подсветка рекламной конструкции:

6.5.1. Рекламная конструкция должна иметь внешнюю или внутреннюю подсветку 30-75 кд/м.

6.5.2. Подсветка конструктива должна состоять из LED светильника с датчиком света.

6.5.3. В случае подвода электричества к рекламной конструкции подвод электропроводов должен осуществляться подземным способом.

6.6. Эстетический вид:

6.6.1. Должен иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона, номера и даты разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

6.6.2. Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т. п.) рекламной конструкции должны быть закрыты декоративными элементами.

6.6.3. Щит, выполненный в одностороннем варианте, должен иметь декоративно оформленную обратную сторону.

6.6.4. Каркасная рама должна закрывать пространство между рекламными поверхностями.

6.6.5. Внешняя поверхность должна иметь декоративное обрамление вокруг информационного поля.

6.7. Материал конструкции: фундамент – железобетон, опора – сталь, композит, каркас – сталь.

6.8. Тип информационного поля – статичное, электронное, призмодинамическое.

Образец рекламных конструкций приведен на рисунке 16.



Рисунок 16. Вид суперборда и суперсайта.

7. Основные характеристики рекламной конструкции «афишный стенд».

7.1. Размеры:

7.1.1. Размер информационного поля – 1800 x 1200 мм.

7.2. Особенности строения:

7.2.1. Листовое железо, окрашенное полимерным покрытием.

7.2.2. Информационное поле выполнено в виде светодиодного короба, состоящего из стального профиля, светодиодов, закрытых акриловым стеклом:

7.2.3. Каркас состоит из стального профиля.

7.3. Цвет облицовки и опорной стойки:

7.3.1. Основной цвет рекламной конструкции: RAL 9002, 7004, 7005, 7016.

7.3.1. Покрытие рекламной конструкции – порошковое напыление с антикоррозионными ингибиторами.

7.4. Подсветку рекламной конструкции:

7.4.1. Рекламная конструкция должна иметь внутреннюю подсветку 30-75 кд/м.

7.4.2. Подсветка конструктива должна состоять из LED светильника и солнечной батареи, с датчиком света.

7.4.3. В случае подвода электричества к рекламной конструкции подвод электропроводов должен осуществляться подземным способом.

7.5. Эстетический вид:

7.5.1. Должен иметь маркировку с указанием владельца, номера его телефона, номера и даты разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

7.5.2. Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т. п.) рекламной конструкции должны быть закрыты декоративными элементами.

7.5.3. Стенд, выполненный в одностороннем варианте, должен иметь декоративно оформленную обратную сторону.

Образец рекламной конструкции приведен на рисунке 17.



Рисунок 17. Вид афишного стенда.»

Начальник общего отдела
Администрации города Таганрога

И.В. Адова