

ПОЛОЖЕНИЕ

о наружной рекламе в муниципии Бэлць

1. Общие положения

- 1.1 Настоящее Положение устанавливает применение нормативно-правовой базы на местном уровне и представляет собой единую систему технических и правовых норм, необходимых для деятельности в области рекламы, в том числе, регулирующих выдачу разрешений и размещения всех видов рекламных устройств и наружной рекламы в муниципии Бэлць.
- 1.2. Положения настоящего Регламента применяются к физическим и юридическим лицам, осуществляющим деятельность в области рекламы, независимо от прав собственности, в целях обеспечения соответствия законодательной базе, ревитализации городской среды и эстетического аспекта улиц и зданий в муниципии Бэлць.
- 1.3. Управление архитектуры и градостроительства в пределах своей компетенции осуществляет контроль за соблюдением законодательства в области авторизации и размещения наружной рекламы муниципии Бэлць.
- 1.4. Общие понятия, используемые в настоящем Положении, совпадают с общими понятиями, установленными законодательством:

разрешение на рекламное устройство – разрешительный документ, выданный уполномоченным органом, посредством которого обладатель наделяется рядом прав и обязанностей, касающихся проведения земляных, строительных работ и/или работ по эксплуатации рекламного устройства и связанных с ними действий, обязательных для данной деятельности;

потребитель рекламы – лицо, у которого вызывается интерес к предмету рекламы;

стационарное рекламное устройство – часть городской мебели, представляющая собой стационарную конструкцию, возведенную в общественных местах, служащую опорой рекламного изображения в наружной рекламе;

перемещаемое рекламное устройство – элементы перемещаемого декора, легко демонтируемые и размещаемые в общественных местах, предназначенные по обстоятельствам для внутренней или наружной рекламы;

вывеска – надпись, расположенная на здании, в котором коммерсант осуществляет свою деятельность, или в прилегающем к зданию специально оборудованном месте, предметом которой являются наименование, товарный знак, логотип/эмблема, график работы и/или виды деятельности соответствующего коммерсанта и по необходимости элементы художественного/архитектурного дизайна и оформления;

рекламодаватель – лицо, определяющее предмет рекламы;

рекламное изображение в наружной рекламе – изменяющаяся реклама, напечатанная/ отображаемая на рекламном устройстве, воспроизводимая на электронном экране и/или проецируемая на различные поверхности с помощью оптических систем;

направляющий рекламный указатель – надпись, форма или изображение, указывающие направление или близость объекта либо здания, в котором осуществляется определенная деятельность;

сообщение, представляющее общественный интерес – реклама, предметом которой является продвижение ценностей, идей и/или целей общественного либо коммунитарного значения, распространяемая в целях повышения степени осведомленности, изменения отношения и социального поведения, предотвращения и противодействия социальным порокам;

предмет рекламы – физические и/или юридические лица, материальное и/или нематериальное имущество, услуги (работы), ценности и/или цели общественного либо коммунитарного значения, идеи, инициативы, кампании, события и/или средства их индивидуализации;

паспорт рекламного устройства – документ, содержащий схему размещения и иную информацию о рекламном устройстве и являющийся основанием для выдачи разрешения на рекламное устройство;

реклама – информация, распространяемая любым способом с использованием любых средств, адресованная неопределенному числу лиц в целях создания и/или поддержки общественного интереса к предмету рекламы;

наружная реклама (outdoor) – реклама, распространяемая посредством рекламных устройств, расположенных в общественных местах вне зданий, и видимая за пределами зданий. Она включает и рекламу, распространяемую

посредством рекламных устройств, расположенных на/в транспортных средствах;

временная наружная реклама – реклама, распространяемая посредством перемещаемых рекламных устройств, в течение не более 30 дней, по случаю некоторых событий, культурных, спортивных мероприятий и других и/или для акций по продвижению продуктов или мероприятий, которые могут быть установлены/демонтированы в течение 24 часов во всех местонахождениях, одобренных разрешением на рекламное устройство;

внутренняя реклама – реклама, распространяемая посредством перемещаемых рекламных устройств в общественных местах внутри зданий и невидимая снаружи здания;

реклама на транспортных средствах – реклама, распространяемая путем применения плакатов на/в транспортных средствах или окраски транспортных средств в рекламных целях;

площадь отображения – площадь перемещаемого или стационарного рекламного устройства, предназначенная для отображения рекламных изображений.

городская мебель – все функционально-декоративные элементы городского декора, легко демонтируемые, размещенные на открытом пространстве. Категория уличной мебели включает: жардиньеры, скамейки, декоративные фонтаны, часы, декоративные тротуары, мусорные контейнеры, указатели, столы с перголами, павильоны остановок общественного транспорта, газетные киоски, уличные туалеты, афишные тумбы;

эмитент – орган исполнительной власти местного публичного управления;

заявитель – физическое или юридическое лицо, которое намеревается осуществлять деятельность, подпадающую под действие настоящего Положения;

работы по сносу (демонтажу) – комплекс действий, выполняемых с помощью механизмов, машин и рабочей силы, по полному сносу строительства/обустройства;

2.Формы осуществления наружной рекламы

2.1 Наружная реклама размещается на плакатах, баннерах, строительных сетках,

щитах, стендах, опорах сетей электроосвещения, на опорах специально предназначенных для поддержки кабелей электроснабжения общественного транспорта, сооружениях и конструкциях (которые могут быть расположены на земле или на наружных стенах, фасадах, террасах и/или крышах зданий), а также, с использованием трехмерной и световой рекламы, электромеханических, электронных табло и оборудованной другими техническими средствами.

Различаются следующие типы конструкций и устройств, посредством которых осуществляется наружная реклама:

- a) **Билборд** - стационарное рекламное устройство на опоре, с одной или несколькими сторонами, статичное;
- b) **Суперборд** - стационарное рекламное устройство, на опорах;
- c) **Тривижин билборд** - панель с треугольными поворотными изображениями;
- d) **Скроллер** - панель со сменными поверхностями отображения;
- e) **Ситилайт (лайт-бокс)** - рекламное устройство на низкой опоре, с подсветкой;
- f) **Касета** - короб с подсветкой изнутри или цифровой, с одной или более сторонами, установленная на столбе или на стене зданий либо конструкций;
- g) **Цифровое панно** – светодиодный (LED) дисплей;
- h) **Стелла** - стационарное рекламное устройство, на котором располагается наименование, товарный знак, логотип/эмблема, график работы и/или виды деятельности соответствующего коммерсанта и по необходимости элементы художественного/архитектурного дизайна и оформления;
- i) **Баннеры** - поверхности с одной или двумя сторонами, отпечатанные наклейками или напечатанные в полихромном виде, установленные между опорными стойками;
- j) **Тумба** – многофункциональная городская мебель, обычно выполненная в форме цилиндра или в различных объемных формах, предназначенная для показа сменной рекламы;
- k) **Портал**- рекламное устройство, построенное над дорогами общего пользования, поддерживаемое по обе стороны дороги
- l) **Другие средства, используемые в качестве рекламных носителей** - тенты, павильоны остановок общественного транспорта, киоски, скамейки, зонтики, часы (с обязательным обслуживанием), общественные туалеты, временные конструкции, строительные леса, мобильная реклама - буксируемые или самоходные машины, нестандартные рекламные устройства (надувные шары,

аэростаты, рекламные арт-объекты, установки для проецирования рекламных изображений на асфальт, на поверхность стен, в воздух).

- m) **Примыкающее панно** – установленное рекламное устройство с одной или более сторонами, с нестандартными размерами, обратная часть которых не видна, располагаются обычно обратной стороной к заборам, зданиям, зеленым зонам, строениям.
- n) **Штендер** – малоформатное, легкое переносное (выносное) рекламно-информационное панно без фундамента, размещаемое на период работы рядом с местом предоставления услуг экономического агента.
- o) **Валютный курс** – выносное/находящееся на фасаде здания, рекламно-информационное панно с отображением актуальных курсов валют в цифровом/аналоговом виде.
- p) **Digital mesh** - крупная рекламная опора, выставленная на наружную поверхность здания и использующая электронный способ отображения рекламы;
- q) **Mesh** - опора для рекламного сообщения из перфорированного синтетического материала, например мелкочаеистая сетка, обычно крупная, закрепляемая на зданиях или путем закрепления/подвешивания не менее чем на одной независимой опоре;
- r) **Специальный рекламный проект** - нетиповая временная наружная реклама, созданная специально для продвижения товара, услуги или мероприятия и не имеющая в своем составе элементов основы и (или) классических рекламных конструкций;
- s) **Руфтоп**- средство рекламы, размещаемое на крыше или террасе здания;
- t) **Рекламный флаг** - кусок ткани, брезента, ткани или пластика, прикрепленный к опоре шеста, цепи или столба, с цветами, эмблемами, символами или рекламными сообщениями;

3. Концепция разрешения и размещения наружной рекламы

- 3.1 Концепция (концептуальный принцип) размещения наружной рекламы заключается в гармонизации экономических и архитектурных факторов с целью обеспечения полезности визуальной коммуникации в зонах городских общественных пространств.
- 3.2. Задача концепции это:
 - a) технологическое, архитектурное и эстетическое развитие публичного информационного пространства;
 - b) содействие размещению современных средств визуальной коммуникации с целью повышения уровня информированности граждан;

- c) постоянное архитектурное разнообразие общественных пространств благодаря современной городской мебели с элементами визуальной коммуникации;
 - d) обеспечение постоянного дохода в муниципальный бюджет в результате улучшения деятельности наружной рекламы.
- 3.3. Механизм выполнения задачи:
- a) взаимная ответственность органов местного публичного управления и предпринимателей в процессе выдачи разрешений на размещения рекламных устройств;
 - b) справедливость в обращении с заявителями (избежание их дифференцированного обращения) и соблюдение правил, требований и сроков выдачи разрешений;
 - c) соблюдение требований настоящего Положения всеми сторонами, участвующими в процессе авторизации, размещения и эксплуатации рекламных устройств;
 - d) стимулирование внедрения современных материалов и технологий в рекламные устройства;
 - e) недопущение монополизации сферы наружной рекламы.
- 3.4. Концептуальный принцип принятия разрешения на размещение рекламного устройства заключается в сопоставлении архитектурного аспекта этого устройства размерам городской среды, в которой оно должно быть размещено, при условии соблюдения требований Закона о рекламе и настоящего Положения.
- 3.5. Принцип определяет две составляющие наружной рекламы:
- a) рекламные устройства;
 - b) рекламные изображения.

4. Рекламное изображение в наружной рекламе

- 4.1. Рекламные изображения представляют собой различные способы воспроизведения рекламного сообщения на разных носителях:
- a) полихромные печатные изображения;
 - b) электронные изображения, воспроизводимые на цифровых экранах;
 - c) изображения, сделанные с помощью самоклеящейся пленки;
 - d) знаки - изображения и объемные надписи, сделанные или нанесенные из различных материалов (металл, дерево, пластик, камень, стекло, лампочки, светодиоды, спектральные газовые трубки и т. д.);
 - e) флаги;
- 4.2. Содержание рекламных изображений, распространяемых на рекламных устройствах, не подлежит утверждению/авторизации территориальным

органом архитектуры или органами местного публичного управления. Вмешательство органов местного публичного управления в содержание или дизайн наружной рекламы запрещается.

- 4.3. Наружная реклама распространяется на государственном языке Республики Молдова. Сообщения на других языках принимаются как дублирование (выполненное в меньших размерах) сообщения, написанного на государственном языке, за исключением товарных знаков.
- 4.4. Ответственность за отображаемую наружную рекламу несут: рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламный дистрибьютор, рекламораспространитель согласно положениям действующего законодательства.
- 4.5. Сообщения, представляющие общественный интерес, размещаются в соответствии положениям действующего законодательства.
- 4.6 В наружной рекламе запрещается распространение рекламных изображений, которые:
 - a) по форме, содержанию, размерам и цветам в определенных сочетаниях воспроизводят изображения дорожных знаков или изображения, которые можно с ними спутать;
 - b) производят прерывистые (мигающие) люминесцентные сигналы, аналогичные сигналам светофоров или проблесковым маячкам транспортных единиц экстренных служб.
- 4.7 В период эксплуатации стационарного рекламного устройства обладатель разрешения на рекламное устройство не вправе оставлять рекламное устройство без отображаемых изображений. В паузе между рекламными кампаниями на площади отображения могут размещаться белые/декоративные изображения или сообщения, представляющие общественный интерес.

5. Документы необходимые для размещения рекламных устройств в муниципии Бэлць

- 5.1 Размещение рекламных устройств осуществляется на основании разрешения на рекламное устройство на:
 - a) землях / зданиях физических и юридических лиц, находящихся в частной собственности;
 - b) землях (в результате аукциона) / зданиях публичной и частной сферы муниципия.
- 5.2 Разрешение выдает Примэрия муниципия Бэлць и оформляет Служба рекламы Управления архитектуры и градостроительства муниципия Бэлць.
- 5.3 Для размещения и эксплуатации каждого рекламного устройства заявитель подает заявление (приложение №1) сопровождаемое паспортом рекламного устройства, в офис «Единого окна».

- 5.4 Паспорт рекламного устройства составляется заявителем и должен содержать данные согласно рекомендуемому образцу (приложение № 2):
- a) если заявитель - физическое лицо - копия удостоверения личности и выписку из Государственного реестра индивидуальных предпринимателей, а если заявитель - юридическое лицо - выписка из Государственного регистра юридических лиц;
 - b) информацию о предусмотренном месте размещения рекламного устройства с приложением актуализированной топографической основы, (развертка участка улицы/здания), с точным указанием предусмотренного для размещения места, и его фотографию в цвете;
 - c) информацию о рекламном устройстве, включая размеры, количество сторон, площадь рекламного изображения и категорию рекламного устройства;
 - d) в случае рекламных устройств, подлежащих расположению на стенах или крышах зданий, в том числе на павильонах остановок общественного транспорта или на находящихся в частной собственности киосках, представляется письменное согласие собственника соответствующего недвижимого имущества или его законного представителя;
 - e) в случае размещения рекламных устройств на опорах электрических, телекоммуникационных сетей и для их безопасной эксплуатации и обслуживания необходимо письменное согласование с владельцами опор.
 - f) утверждение Главным архитектором муниципия Бэлць во всех без исключения случаях.
- 5.5 Паспорт рекламного устройства должен составляться специалистом в области архитектуры/дизайна/рекламы/проектирования, для правильного отображения данных, согласно законодательству.

6. Порядок получения разрешения на размещение рекламных устройств нового образца в муниципии Бельцы

- 6.1 Оформление разрешительных документов на размещение рекламных устройств (вне зависимости от категории) осуществляется в следующем порядке:
- a) Заявитель, через офис «Единое окно», представляет документы, указанные в п. 5.4 (в двух экземплярах).
 - b) служащий офиса «Единое окно» получает и регистрирует заявление на получение разрешения на рекламное устройство, сопровождаемое паспортом рекламного устройства, даже если паспорт не содержит все документы и информацию, предусмотренные п. (5.4);
 - c) незамедлительно и безоговорочно выдает заявителю констатационную справку в том виде, в котором подано заявление;

- d) служащий Службы рекламы в течение 10 рабочих дней со дня выдачи констатационной справки, выдает разрешение на рекламное устройство или мотивированный ответ.
- 6.2 Разрешение на рекламное устройство выдается бесплатно сроком на 5 лет.
- 6.3 Разрешение на рекламное устройство (Приложение 3), как и паспорт, оформляется в двух подлинных экземплярах, один из которых остается в архиве офиса «Единое окно», а другой отдается заявителю, вместе с паспортом рекламного устройства, который является его неотъемлемой частью.
- 6.4 Разрешения выдаются на основании принципа – одно рекламное устройство – одно разрешение. Не допускается выдача одного разрешения на два и более объекта.
Исключение составляет только разрешение на временную наружную рекламу (временная акция, не более 30 дней) для рекламных устройств одинакового содержания и размера.
- 6.5 Если заявление о выдаче нового разрешения на рекламное устройство подано не более чем за 90 дней и не менее чем за 30 календарных дней до истечения срока действия разрешения, его обладатель имеет приоритетное право для выдачи нового разрешения для того же местонахождения.

7. Размещение и эксплуатация стационарного рекламного устройства

- 7.1 Стационарное рекламное устройство проектируется и изготавливается в соответствии с положениями Закона о рекламе и требованиями, изложенными в паспорте и разрешении.
- 7.2 Стационарные рекламные устройства размещаются на муниципальной/частной собственности только после получения разрешения на рекламное устройство.
- 7.3 Обладатель разрешения на рекламное устройство обязан разместить стационарное рекламное устройство в шестимесячный срок со дня выдачи разрешения.
- 7.4 Выполнение фундаментных/крепежных работ, необходимых для обеспечения стабильности стационарных рекламных устройств, осуществляется ниже уровня поверхности земли/тротуара.
- 7.5 Стационарные рекламные устройства не должны создавать препятствий на пути движения пешеходов, транспорта и городских механизированных санитарных служб.
- 7.6 Стационарные рекламные устройства размещаются таким образом, чтобы их наземная проекция полностью находилась в пределах собственности, предусмотренной разрешением на рекламное устройство.
- 7.7 Установка и эксплуатация рекламных устройств осуществляется при условии соблюдения правил технической безопасности, сохранения объектов

общественного наследия (*зданий, дорог, зеленых насаждений, и т.п.*) и объектов наследия, принадлежащих третьим лицам. При обстоятельствах причинения возможного ущерба общественному имуществу или имуществу третьих лиц ответственность несет экономический агент, причинивший соответствующий вред.

- 7.8 Стационарные рекламные устройства (кроме размещенных на зданиях) должны содержать идентификационные данные обладателя разрешения на рекламное устройство.
- 7.9 Новые стационарные рекламные устройства не должны уменьшать видимость ранее размещенных устройств.
- 7.10 Нижний край рекламного устройства, подвешенного над проезжей частью, располагается на высоте не менее 4,25 метра от уровня проезжей части.
- 7.11 На улице или на одном из ее участков допускается размещение только одинаковых по размеру рекламных устройств. Расстояние между однотипными конструкциями, расположенными перпендикулярно тротуарам и проезжей части, должно быть не менее:
 - а) 50 м - для рекламных устройств площадью менее 12 м²
 - б) 80 м - для рекламных устройств площадью от 12 до 18 м²
 - в) 100 м - для рекламных устройств площадью более 18 м².
- 7.12 Расстояние между проезжей частью и опорой стационарного рекламного устройства составляет 0,8 метра.
- 7.13 При наличии технической возможности, стационарные рекламные устройства могут быть подключены к сети уличного освещения, при получении согласования с МП «УКС ЕЗ» и могут быть освещены в ночное время.
- 7.14 Освещение рекламного изображения на стационарных рекламных устройствах осуществляется с помощью промышленного осветительного оборудования, соответствующего требованиям безопасности в электротехнической и противопожарной областях. Свет прожекторов не должен ослеплять участников дорожного движения и не должен быть направлен в сторону окон жилых домов.
- 7.15 Системы освещения рекламных устройств размещаются в условиях, обеспечивающих защиту пешеходов.
- 7.16 Электронно-цифровые рекламные устройства со светодиодами должны уменьшать яркость в ночное время, чтобы не создавать дискомфорта участникам дорожного движения и жителям близстоящих домов.
- 7.17. При наличии утвержденной архитектурно-художественной концепции внешнего облика улиц и зон исторического наследия с ценной в архитектурном отношении застройкой, при оформлении объектов торговли и мест предоставления услуг, при размещении рекламных устройств должны строго соблюдаться нормы и правила, утвержденные данной концепцией.

8. Реконструкция или замена стационарного рекламного устройства

- 8.1 Размещение рекламного устройства возможно только после получения разрешения за рекламное устройство, за исключением случаев реконструкции или замены стационарного рекламного устройства :
- Реконструкция или замена стационарного рекламного устройства не требует выдачи нового разрешения на рекламное средство, если:
- a) реконструированное или замененное рекламное устройство размещается в указанном в действующем разрешении месте
 - b) сохраняется площадь отображения реконструированного или замененного рекламного устройства.
- 8.2 Реконструкция или замена стационарного рекламного устройства требует выдачи нового разрешения на рекламное устройство, если:
- a) реконструированное или замененное рекламное устройство размещается в ином месте, чем предусмотрено действующим разрешением;
 - b) реконструированное или замененное рекламное устройство имеет большую площадь отображения, чем площадь отображения рекламного устройства, для которого было выдано действующее разрешение

9. Аннулирование разрешения на рекламное устройство в случае стационарных рекламных устройств

- 9.1 Основанием для аннулирования разрешения на рекламное устройство, выданного для размещения и эксплуатацию стационарного рекламного устройства, являются:
- a) заявление обладателя разрешения на рекламное устройство об его аннулировании (Приложение б);
 - b) решение об исключении обладателя разрешения на рекламное устройство из Государственного регистра индивидуальных предпринимателей или по обстоятельствам из Государственного регистра юридических лиц;
 - c) неразмещение стационарного рекламного устройства в шестимесячный срок со дня выдачи разрешения на рекламное устройство;
 - d) выполнение работ, считающихся общественно полезными в соответствии со ст. 5 Закона об экспроприации для общественно полезных целей №. 488/1999. В этом случае решение об аннулировании разрешения принимается в соответствии с Законом об экспроприации для общественно полезных целей;
 - e) несоответствие стационарного рекламного устройства одному из следующих требований, включенных в разрешение на рекламное устройство: категория, местонахождение, размеры, площадь рекламного изображения, количество сторон.

- 9.2 В случаях, предусмотренных в пункте (9.1) лит. а)–d) решение об аннулировании разрешения на рекламное устройство принимает орган, выдавший разрешение, без обращения в судебную инстанцию. Решение об аннулировании разрешения на рекламное устройство, может быть обжаловано в судебную инстанцию.
- 9.3 В случае, предусмотренном пунктом (9.1) лит. е) разрешение на рекламное устройство аннулируется решением судебной инстанции. Решение судебной инстанции об аннулировании разрешения выносится по запросу органа–эмитента разрешения после приостановления его действия в соответствии со статьей 10 Закона о регулировании предпринимательской деятельности путем разрешения № 160/2011.
- 9.4 Разрешение на рекламное средство, выданное до вступления в силу настоящего Закона и Положения о наружной рекламе, действует до истечения срока его действия.

10. Запреты на размещение стационарных рекламных устройств

- 10.1 Запрещается размещение стационарных рекламных устройств:
- a) без разрешительных документов, выданных органами местного публичного управления в соответствии с положениями настоящего Положения;
 - b) на здания и сооружения без согласия их собственника;
 - c) в пределах охранных зон памятников архитектуры, истории и культуры, общественных памятников республиканского и местного значения, захоронений и воинских мемориалов с соблюдением:
 - радиус охранной зоны памятника местного и республиканского значения - 100,0 м от периметра прилегающего земельного участка;
 - радиус охранной зоны памятника без примыкающего к нему земельного участка - 20,0 м от его поверхности;
 - d) в помещениях и на элементах ограды кладбищ и культовых сооружений;
 - e) на зданиях музеев ;
 - f) на деревьях и/или путем повреждения/уничтожения деревьев и/или ограждения их рекламными устройствами;
 - g) внутри кольцевых развязок, на расстоянии не менее 50 м от них в местах, предназначенных для движения транспортных средств и дорожных знаков, в местах, где может быть нарушено нормальное движение транспорта;
 - h) на опорных столбах для знаков дорожного движения, за исключением временной рекламы;
 - i) внешний вид которых можно спутать с дорожными знаками и другими средствами дорожной сигнализации по форме, содержанию, размерам и

цветам в конкретных сочетаниях, а также указателям ориентации и информации;

- j) на светофорах или таким образом, чтобы снизился уровень видимости светофоров и дорожных знаков;
- k) размещение на электронных носителях стационарных рекламных устройств, использующих белый фон при показе изображения в ночное время или размещенные рядом с ними цвета светофора
- l) в подземных сетях водоснабжения, газа, телефонии и канализации;
- m) ближе чем в 50 м от пешеходных переходов в зонах отведенных улично-дорожной сети;
- n) на проезжей части дорог общего пользования, независимо от их категории;
- o) на участках дорог с повышенной опасностью дорожно-транспортных происшествий или с продольным уклоном более 6%, участка дороги внутри кривых в плане, а также на пересечениях дорог, в пределах разделительных полос, на мостах, виадуках, дорожные барьеры;
- p) ближе 100 м к мостам и путепроводам;
- q) ближе 300 м к железнодорожным переездам;

11. Разрешение на рекламное устройство в случае перемещаемых рекламных устройств в наружной рекламе и нетрадиционных рекламных устройств

- 11.1 В наружной рекламе перемещаемые рекламные устройства размещаются и эксплуатируются на основании выданного органом местного публичного управления разрешения на рекламное устройство, на основании паспорта перемещаемого рекламного устройства.
- 11.2 Рекламные флаги размещаются только на территории выставок, ярмарок, магазинов и супермаркетов, промышленных парков и предприятий, зон проведения массовых и спортивных мероприятий. Рекламные флаги размещаются на высоте не менее 2,5 метра от уровня земли.
- 11.3 На тротуарах/пешеходных площадях шириной не менее 3,00 м допускается размещение перемещаемых рекламных устройств, ориентировочным размером 0,7*1,0 м (до 1,5 м², в случае нестандартной формы) размещается только в течение дня рядом/перед магазинами, ресторанами и другими торговыми объектами или местами оказания соответствующих услуг. Разрешение на их размещение осуществляется в соответствии с главами 5,6,7 настоящего Положения.
- 11.4 Допускается размещение рекламных устройств (рекламного флага/панно) на опорах освещения, на опорах, специально предназначенных для контактных сетей электроснабжения общественного транспорта, и на других опорах, допускающих размещение рекламных устройств, размером не более 0,5*0,9 м

на высоте 3,5 м от поверхности дороги до нижней части панно/флага, за исключением:

- а) охранной зоны памятников местного и республиканского значения;
- б) индивидуальной жилой застройки;

Разрешение на их размещение осуществляется в соответствии с главами 5,6,7 настоящего Положения.

- 11.5 На одной стороне улицы, на каждой опоре может располагаться только одно рекламное устройство (панно/флаг).
- 11.6 Рекламные указатели, находящиеся на опорах должны соответствовать п. 11.4, 11.5. В случае нахождения на частной собственности, проекция рекламного указателя должна быть в границах данного участка.
- 11.7 Нетрадиционные рекламные устройства (надувные шары, аэростаты, буксируемые самолетами баннеры, установки для проецирования рекламных изображений и т. д.) эксплуатируются на основании выдаваемого уполномоченным органом разрешения.

12. Вывеска и реклама в торговых помещениях и помещениях для оказания услуг

- 12.1 Не являются наружной рекламой и не требуют разрешения на рекламное устройство:
 - а) вывеска с максимальной площадью 1 м²;
 - б) витрины торговых помещений и помещений для оказания услуг, оформленные с использованием реализуемых товаров и освещенные в ночное время.
- 12.2 Размещение на фасадах объектов торговли и оказания услуг, а также на территории, к которой они принадлежат, вывесок с площадью в 1 м² и больше, выполняется в соответствии с настоящим Положением. Вывеска должна быть разработана в едином стиле с архитектурным обликом здания, комплекса, опираясь на архитектурно-художественную концепцию, если таковая имеется.
- 12.3 Размещаемые вывески, должны быть спроектированы, изготовлены и установлены в соответствии с требованиями технических регламентов, строительных норм и правил, а также не нарушать внешний архитектурно-художественный облик города и обеспечивать соответствие эстетических характеристик вывески внешнему облику и объекта, на котором они размещаются. Вывески на фасадах памятников архитектуры размещаются с учетом положений Закона РМ №1530/1998 «Об охране памятников» и №163/2010 «О разрешении выполнения строительных работ».
- 12.4 Вывеска с площадью в 1 м² и больше является рекламным устройством и рассчитывается по границам крайних точек конструкции. В площадь

рекламного изображения, отражаемую в паспорте рекламного устройства, входит вычисленная площадь по крайним точкам рекламного устройства, с учетом всех элементов, а также пространства между ними.

- 12.5 В случае вывески в виде объемных букв/фигур, которые:
- а) крепятся к фасаду здания напрямую и пространство под которыми не выделено цветом от основного цвета фасада здания, границами рекламного устройства следует считать крайние точки объемных элементов.
 - б) расположены на козырьке/выступающей конструкции здания и пространство под которыми не выделено цветом от основного цвета фасада здания, границами рекламного устройства следует считать: длину по крайним точкам объемных букв/фигур, высоту - по высоте козырька/выступающей конструкции.
- 12.6 Границы вывесок, расположенные на козырьках/выступающих конструкциях/фасада здания, выделенные цветом, отличным от основного цвета фасада или стиля оформления здания, которые выделяют данное устройство от общего облика здания, следует считать по границам цветового выделения, даже если площадь рекламы, несущая смысловую нагрузку будет значительно меньше.
- 12.7 Запрещается нанесение любых изображений и надписей, изготовленных (или напечатанных) из самоклеящейся пленки путем их нанесения на витрины, окна, двери и стены, за исключением информации о режиме работы торговой точки.
- Исключение только для специальных рекламных проектов (рекламных акций) сроком на 5 лет в виде рекламных изображений из самоклеящейся пленки, занимающих не более 10% поверхности витражей и иных светопрозрачных элементов фасада здания, с возможностью изменения содержания рекламного изображения без изменения размеров, места расположения, определенных в паспорте рекламного устройства.
- 12.8 Разрешение на размещение специальных рекламных проектов (рекламных акций) выдается на основании паспорта рекламного проекта. Разрешение на размещение специальных рекламных проектов (рекламных акций) осуществляется в соответствии с главами 5 и 6 настоящего Положения.
- 12.9 Продвижение, осуществляемое посредством выставленного в витринах декора, не считается рекламой, осуществляется индивидуально без согласования и Разрешения.
- 12.10 Отображение цифровых экранов в витринах коммерческих, производственных объектах или местах оказания услуг, ориентированных изнутри наружу, считается наружной рекламой и разрешается (авторизируется) в соответствии с требованиями настоящего Положения.
- 12.11 На наружных стенах магазинов, аптек, других коммерческих, производственных объектов или местах оказания услуг, запрещается

хаотичное размещение баннеров, mesh, других рекламных устройств, прикрепленных к стенам. Вся дополнительная информация для потребителя может размещаться только в местах, специально определенных в паспорте рекламного устройства для ее размещения.

- 12.12 В случае, когда в здании действуют несколько экономических агентов, часть из которых не имеет прямого входа с улицы, но желает разместить вывески на главном фасаде, вывески будут группироваться на вертикальной или горизонтальной панели, образуя единую композицию в соответствии с архитектурной концепцией здания. Вывески будут сгруппированы по типу, размеру и обрамлены симметрично на фасаде или на отдельном устройстве у главного входа. Рекламные устройства не могут размещаться в оконных проёмах, на витражах и остекленных поверхностях. Композиция из торговых марок может быть размещена на фасаде здания или на отдельном пилоне возле здания торгового центра. Вывеска с наименованием самого торгового центра или многофункционального здания может отличаться от других вывесок по размеру и месторасположению. Вывески коммерческих помещений в многоквартирных жилых домах должны быть в едином стиле с архитектурным обликом здания, комплекса, опираясь на архитектурно-художественную концепцию, если таковая имеется.
- 12.13 Все виды декора и рекламы, размещенные на внешних стенах коммерческих, производственных объектов и в местах оказания услуг, не имеющие соответствующих документов или не соответствующие предусмотренным нормам, должны быть приведены в соответствие с требованиями настоящего Положения в течение 12 месяцев. По истечению данного периода они подлежат демонтажу с обязательным восстановлением фасадов и других элементов за счет экономического агента.
- 12.14 К наружной рекламе приравнивается дополнительная рекламная информация о товарах и услугах, не относящаяся к основной деятельности станций ПЕКО (АЗС).

13.Реклама на транспортных средствах

- 13.1 Размещение рекламных изображений на транспортных средствах, осуществляется на основании разрешения (Приложение 5), выданного органом местного публичного управления, на территории которого зарегистрировано соответствующее транспортное средство, при подаче заявления (Приложение 4), в офис «Единого окна» с приложением следующих документов:
- а) если заявитель - физическое лицо - копия удостоверения личности и выписку из Государственного реестра индивидуальных предпринимателей, а если

заявитель - юридическое лицо - выписка из Государственного регистра юридических лиц;

- b) технический паспорт транспортного средства;
 - c) договор, заключенный с собственником транспортного средства;
 - d) предварительное заключение, выданное полицией;
 - e) макет наружной рекламы в двух экземплярах в цвете в масштабе, с указанием площади рекламы, исчисленной по контуру/периметру каждого изображения и их последующего суммирования и указания в заявлении, с мокрой печатью и подписью обладателя рекламного изображения.
- 13.2 Запрещается отображение на транспортных средствах рекламных изображений в следующих случаях:
- a) на стеклянной/прозрачной поверхности, что препятствует обзору из транспортного средства;
 - b) на транспортных единицах экстренных служб;
 - c) на транспортных единицах и оборудовании для ремонта дорог;
 - d) в иных случаях, прямо предусмотренных законом.

14. Контроль за соблюдением законодательства о наружной рекламе

- 14.1 Специалисты Службы рекламы обязаны проводить мониторинг размещенных рекламных устройств на соответствие данным, указанным в разрешении.
- 14.2 При выявлении несоответствия данным, указанным в разрешении, специалисты Службы рекламы составляют Акт контроля (Приложение 7) с указанием в нем нарушений Положения и строгими рекомендациями. Акт контроля направляется обладателю разрешения на устранение несоответствий в течение 5 рабочих дней.
- 14.3 Владелец обязан в течение 5 рабочих дней восстановить конструкцию рекламного устройства, а также поддерживать его внешний вид в опрятном состоянии.
- 14.4 В случае несоблюдения владельцем разрешения, требований настоящего Положения относительно соответствия данных, указанных в разрешении, и согласованного внешнего вида рекламного устройства, специалисты Службы рекламы инициируют процедуру отзыва разрешения на соответствующее рекламное устройство с применением санкций, предусмотренных законодательством.
- 14.5 После отзыва разрешения владелец устройства обязан его демонтировать. Если собственник не демонтирует устройство, решение о сносе принимается в судебном порядке.
- 14.6. Орган местного публичного управления делегирует муниципальным предприятиям выполнение работ по демонтажу рекламных конструкций на

основании окончательного и вступившего в силу решения суда или распоряжения примара.

- 14.7 После принудительного демонтажа соответствующее предприятие может, по запросу, вернуть демонтированную конструкцию собственнику, на основании акта приема-передачи, подписанного представителем предприятия и собственником устройства.
- 14.8 Расходы по демонтажу несет владелец рекламного устройства.
- 14.9 Управляющие муниципальных предприятий обеспечивают контроль объектов имущества находящихся в муниципальной собственности посредством оформления договорных отношений с экономическими агентами, на предоставление мест размещения под рекламные устройства. В случае обнаружения незаконно установленного рекламного устройства, муниципальное предприятие осуществляет демонтаж за счет экономического агента.

15. Налоговое регулирование

- 15.1 За размещение наружной рекламы и за рекламные устройства взимаются сборы в порядке, определяемом Налоговым кодексом РМ, согласно ставкам, установленным решением Совета муниципия Бэлць на текущий год.
- 15.2 Другие сборы и тарифы запрещены.
- 15.3 Ежеквартальный отчет об изданных и аннулированных разрешениях на рекламные устройства и размещении наружной рекламы, Служба рекламы представляет в Главное финансово-экономическое управление и территориальный орган Государственной Налоговой службы до 15 числа месяца, следующего за отчетным периодом.
- 15.4 Ежегодно до 31 марта Совету по конкуренции представляется информация о количестве стационарных рекламных устройств и общей площади наружной рекламы, принадлежащей экономическим агентам в муниципии Бэлць.
- 15.5 Предоставление льгот и освобождение от сбора за размещение рекламы и рекламных устройств производится по решению Совета мун. Бэлць, исходя из предписаний ст.295, ст.296 VII раздела Налогового Кодекса.

16. Использование земель, находящихся в собственности муниципия Бэлць, для рекламной деятельности

16.1 Оформление земельных отношений под стационарные рекламные устройства регламентируются действующими законодательными и нормативными актами в РМ.

17. Заключительные положения

17.1 Все споры относительно соблюдения требований настоящего Положения разрешаются в соответствии с действующим законодательством.