

БИШКЕК ШААРЫНЫН МЭРИЯСЫ
МУНИЦИПАЛДЫК ИШКАНА
БИШКЕКБАШКЫАРХИТЕКТУРА

710017 Бишкек ш. Чокморов С. көчөсү, 185
тел.: +996(312)456809 Ф:456810
e-mail: bga.kg@mail.ru

«Манас» ЖАК «КИКБ»нын Бишкек шаардык филиалы
Эсеп счёту № 1280090053926149
БИК 128009, ОКПО 04016587
ИНН00709199210188



www.bga.kg

МЭРИЯ ГОРОДА БИШКЕК
МУНИЦИПАЛЬНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ
БИШКЕКГЛАВАРХИТЕКТУРА

710017 г. Бишкек ул. С.Чокморова, 185
тел.: +996(312)456809 Ф:456810
e-mail: bga.kg@mail.ru

Расчетный счет № 1280090053926149
Бишкекский филиал «Манас» ЗАО «КИКБ»
БИК 128009, ОКПО 04016587
ИНН00709199210188

3.10.18, № ТНА 02-8/6656

На № _____ от _____



Министерство экономики
Кыргызской Республики

На основании распоряжения мэрии города Бишкек «О создании рабочей группы» от 6 августа 2018 года №151-р рабочей группой был проведен анализ регулятивного воздействия (АРВ) проектов:

- Положения «О порядке и условиях оформления архитектурно-технической документации на размещение информационных и рекламных конструкций и выдачи разрешения на распространение наружной рекламы и информации на территории города Бишкек»,

- Правил размещения и эксплуатации информационных и рекламных конструкций в городе Бишкек.

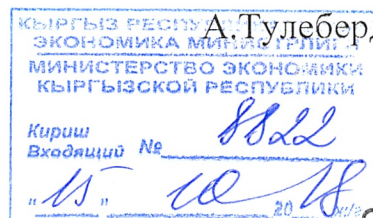
В связи с чем, предприятие направляет Вам анализ регулятивного воздействия вышеуказанных проектов.

Приложение на 34 листах:

1. Проект Положения о порядке и условиях оформления архитектурно-технической документации на размещение рекламных и информационных конструкций и выдачи разрешения на распространение наружной рекламы и информации на территории города Бишкек;
2. Проект Правил размещения и эксплуатации информационных и рекламных конструкций в городе Бишкек;
3. Анализ регулятивного воздействия.

Начальник

Исп.ОПО
317281



А.Тулеев

022761

Положение о порядке и условиях оформления архитектурно-технической документации на размещение рекламных и информационно-коммуникационных конструкций и выдачи разрешения на распространение наружной рекламы и информации на территории города Бишкек

1. Общие положения

1. Настоящее Положение разработано в соответствии с Гражданским кодексом Кыргызской Республики, законами Кыргызской Республики «О местном самоуправлении», «О статусе столицы», «О государственном языке», «О градостроительстве и архитектуре» и регламентирует порядок оформления, выдачи и регистрации архитектурно-технической документации на размещение информационных и рекламных конструкций на земельных участках, зданиях и сооружениях и разрешений на распространение информации и наружной рекламы на территории города Бишкек.

2. Технические требования, требования по размещению и эксплуатации, порядок учета и контроля за установкой и эксплуатацией и порядок размещения информационных конструкций регламентируются Правилами размещения и эксплуатации рекламных конструкций и рекламных конструкций (далее - Правила).

3. Требования настоящего Положения не распространяются на социальную и политическую рекламу, в том числе предвыборную агитацию и агитацию по вопросам референдума.

II. Понятия, применяемые в настоящем Положении

4. В настоящем Положении используются следующие основные понятия:

архитектурно-техническая документация - документ (архитектурно-техническое заключение) установленной формы, содержащий текстовые и графические материалы и подтверждающий право на размещение и эксплуатацию информационно-коммуникационной конструкции;

владелец рекламной конструкции - физическое или юридическое лицо, индивидуальным предпринимателем, собственником рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения или пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником;

дизайн-проект (эскиз) информационный и рекламный комплекс - комплект документов в текстовом и графическом виде (графический материал или фотомонтаж), содержащий сведения о точном месте расположения, табличках, и художественно-композиционном решении информации и рекламной конструкции;

договор на размещение и эксплуатацию рекламной конструкции - договор, заключаемый между владельцем рекламной конструкции и собственником или пользователем земельного участка, собственником здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором;

информация - это сведения (сообщения, данные), независимо от формы их представления, направленные на информирование населения и не носящий рекламный характер;

информационная конструкция - конструкция, сооруженная, технические приспособления, художественные элементы и другие носители, предназначенные для распространения информации, за исключением реклам;

рекламная конструкция - шиты, стены, перегородки, электронные табло, проекционное и иное оборудование, предназначенное для проекции рекламы на любые

поверхности, воздушные шары, аэростаты и иные технические средства размещения наружной рекламы; ?

реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;

рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;

распространение наружной информации и рекламы - публичная демонстрация наружной информации и рекламы путем использования информационной или рекламной конструкции;

социальная реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства;

уполномоченный орган – структурное подразделение мэрии города Бишкек, наделенное полномочиями регулирования вопросов размещения и распространения наружной рекламы и информации.

III. Схемы размещения информационных и рекламных конструкций

5. Схемы размещения информационных и рекламных конструкций (далее – Схемы размещения) разрабатываются уполномоченным органом в отношении информационных и рекламных конструкций, подлежащих размещению на земельных участках, зданиях и сооружениях или ином недвижимом и движимом имуществе принадлежащих физическим и юридическим лицам независимо от формы собственности, в том числе на землях государственной и муниципальной собственности.

Схемы размещения разрабатываются с учетом требований Правил.

6. Проекты Схем размещения согласовываются с соответствующими городскими инженерно-техническими службами, а также:

- с органом по охране историко-культурного наследия - при размещении рекламных конструкций на территориях и в зонах охраны объектов культурного наследия;

- с территориальным подразделением по обеспечению безопасности дорожного движения - в полосе отвода и придорожной зоне автомобильных дорог;

- с уполномоченным органом по управлению железными дорогами - в полосе отвода, охранной зоне железнодорожных путей, железнодорожных станций и объектов железнодорожного транспорта;

- с уполномоченным государственным органом по землеустройству и регистрации прав на недвижимое имущество.

7. Уполномоченные органы, указанные в п. 6 и городские инженерно-технические службы, в течение 5 рабочих дней со дня получения проектов Схем размещения, обязаны согласовать проекты Схем размещения либо предоставить в уполномоченный орган письменные замечания с приложением соответствующей информации и материалов.

В случае несогласования или непредставления в указанный срок письменных замечаний, направленные уполномоченным органом материалы считаются одобренными соответствующими уполномоченными органами и службами.

8. Уполномоченный орган обязан устранить замечания и направить доработанные проекты Схем размещения повторно на согласование. Повторное согласование осуществляется в соответствии с п. 7 настоящего Положения.

9. Согласованные в установленном настоящим Положением порядке Схемы размещения, в том числе вносимые в них изменения утверждаются мэрией г. Бишкек. Действие утвержденной Схемы размещения устанавливается сроком на пять лет.

Схемы размещения являются общедоступными и после утверждения подлежат официальному опубликованию в средствах массовой информации (СМИ) либо на сайте мэрии города Бишкек.

10. На Схемах размещения указываются все рекламные конструкции на территории города Бишкек, размещаемые на земельных участках независимо от форм собственности.

11. Схемы размещения могут состоять из отдельных соединяющихся и согласующихся между собой схем по отдельным участкам городских территорий (участков улиц, магистралей, площадей, кварталов и т.д.).

12. Схемы размещения определяют места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах.

13. Схемы размещения должны разрабатываться с учетом градостроительной документации и обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности, а также содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций.

14. Не допускается размещение информационных и рекламных конструкций на земельных участках и территориях, на которые не разработаны и не утверждены Схемы размещения.

15. Установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются ее владельцем на основании договора на размещение и эксплуатацию рекламной конструкции (далее - Договор) с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества на заключение договора.

Порядок заключения и форма договора, определяется законодательством Кыргызской Республики.

IV. Порядок оформления и выдачи архитектурно-технической документации на информационные и рекламные конструкции

16. Размещение информационных и рекламных конструкций осуществляется на основании архитектурно-технического заключения (далее - АТЗ), выданного уполномоченным органом.

17. АТЗ выдается по заявлению собственника земельного участка, движимого и недвижимого имущества, землепользователя либо владельца конструкции на основании договора на размещение и эксплуатацию копии паспорта (для физических лиц, индивидуальных предпринимателей и представителей по доверенности);

- копии паспорта (для физических лиц, индивидуальных предпринимателей и представителей по доверенности);

- копии уредительных документов (для юридических лиц);

- копии правоустанавливающих и праводостоворяющих документов на земельный участок, единицу движимого или недвижимого имущества;

- копии инвентаризационного дела на недвижимое имущество (техпаспорт);

- заверенной копии договора на размещение и эксплуатацию информационных и рекламных конструкций;

- дизайн-проекта (эскиза) размещения информации и рекламной конструкции (в случае размещения на недвижимом имуществе).

19. Уполномоченный орган выдает заявителю подтверждение о принятии заявления.

Уполномоченный орган обязан отказать в принятии и регистрации заявления в случаях если:

- заявление подается не уполномоченным лицом;
- предоставлен не полный пакет документов, требуемый для принятия заявления.

20. Уполномоченный орган после принятия заявления с приложенными документами, в течение 3 рабочих дней рассматривает их и в случае отсутствия оснований для отказа в удовлетворении ходатайства направляет запросы с копиями полученных от заявителей документов в соответствующие городские инженерно-технические службы, а также в:

- органы по охране историко-культурного наследия - при размещении информационных конструкций на территориях и в зонах охраны объектов культурного наследия, а также на объектах недвижимости, являющихся памятниками истории и культуры;

- территориальное подразделение по обеспечению безопасности дорожного движения – на землях и объектах в полосе отвода и придорожной зоне автомобильных дорог;

- уполномоченный орган по управлению железными дорогами - в полосе отвода, охранной зоне железнодорожных путей, железнодорожных станций и объектов железнодорожного транспорта;

- уполномоченный государственный орган по землеустройству и регистрации прав на недвижимое имущество.

В случае поступления заявления на размещение информационной и рекламной конструкции на земельном участке в соответствии с утвержденными Схемами размещения, направление запросов в вышеуказанные службы и уполномоченные органы не требуется.

21. Основанием для отказа в удовлетворении ходатайства является несоответствие заявленных намерений:

- Схемам размещения;
- требованиям Правил;
- строительным нормам и правилам;
- архитектурному облику города.

22. Уполномоченные органы, указанные в п. 20 и городские инженерно-технические службы, в течение 5 рабочих дней со дня получения запроса, обязаны направить в уполномоченный орган заключение либо мотивированный отказ.

В случае не предоставления заключения либо мотивированного отказа в указанный срок, направленный уполномоченным органом запрос считается одобренными соответствующими уполномоченными органами и службами.

23. По результатам рассмотрения заявления физических и юридических лиц, после получения положительных заключений от соответствующих служб и органов, уполномоченный орган в течение 10 рабочих дней готовит АТЗ, в котором указывается соответствие запрашиваемого месторасположения и размещения информационной и рекламной конструкции:

- Схемам размещения;
- строительным нормам и правилам;
- требованиям Правил;
- иной градостроительной документации.

24. Уполномоченный орган к АТЗ прилагает план размещения рекламной конструкции, в состав которого входит комплект графических и текстовых материалов.

25. В случае, если рекламная конструкция размещается на земельном участке, графические и текстовые материалы должны содержать:

- а) принадлежность земельного участка;
- б) местоположение (адрес) земельного участка;

- в) чертеж земельного участка, выполненный на топографической основе в масштабе 1:2000, 1:500, на котором нанесены:

- границы земельного участка с указанием координат поворотных точек или привязкой границ участка к объектам недвижимости;
- существующие строения;
- трассы инженерно-технических коммуникаций, проходящих по земельному участку;
- границы действия сервитутов и обременений и их описание.

26. В случае, если информационная и рекламная конструкция размещается на движимом и недвижимом имуществе графические и текстовые материалы должны содержать:

- а) принадлежность движимого и недвижимого имущества;
- б) местоположение (адрес) недвижимого имущества;
- в) место размещения информационной и рекламной конструкции на движимом и недвижимом имуществе;
- г) площадь информационной и рекламной конструкции;
- д) технические требования к информационной и рекламной конструкции.

27. Услуги по рассмотрению заявлений с приложенными материалами и подготовке АТЗ осуществляются на платной основе.

28. Выдача АТЗ с приложенными материалами производится заявителю при предоставлении подтверждения о приеме заявления и при условии оплаты за подготовку АТЗ в соответствии с расчетами уполномоченного органа.

Срок действия АТЗ устанавливается сроком на два года со дня выдачи.

29. Не допускается размещение информационных и рекламных конструкций на земельных участках и недвижимом имуществе независимо от формы собственности, расположенных на территории города Бишкек без оформления архитектурно-технической документации.

В случае самовольного размещения информационной и рекламной конструкции, она подлежит демонтажу уполномоченным органом по землепользованию и строительству, с предварительным уведомлением не менее чем за 10 календарных дней до демонтажа, на основании письменного обращения уполномоченного органа либо по собственной инициативе при выявлении.

30. Запрещается размещение рекламных конструкций на территории памятников культуры, ритуальных объектов, природных комплексов, учебных заведений, школьных и дошкольных учреждений, лечебных учреждений.

31. Собственник или иной законный владелец рекламной конструкции обязан использовать рекламную конструкцию исключительно в целях распространения рекламы, социальной рекламы.

V. Порядок выдачи разрешения на распространение наружной рекламы и информации

32. Распространение наружной рекламы и информации на рекламных конструкциях не зависит от формы собственности на территории города Бишкек осуществляется только на основании разрешения на распространение наружной рекламы и информации (далее - разрешение), выданного уполномоченным органом.

33. Для получения разрешения, заявитель подает в уполномоченный орган обращение установленного образца (приложение 1).

34. К заявлению должны быть в обязательном порядке приложены следующие документы:

- копия паспорта (для физических лиц, индивидуальных предпринимателей и уполномоченных представителей);
- заверенные учредительные документы (для юридических лиц) и реквизиты;

- договор на размещение и эксплуатацию информационных и рекламных конструкций;

- АТЗ на информационные и рекламные конструкции, полученные в установленном порядке;

- эскиз изображения, планируемого к размещению, согласованный с уполномоченным государственным органом по развитию государственного языка.

35. Уполномоченный орган в течении трех рабочих дней после подачи заявления и пакета документов, указанных в пункте 34 настоящего Положения, выдает установленной формы разрешение (приложение 2) либо обоснованный отказ в выдаче разрешения.

В выдаче разрешения может быть отказано в следующих случаях:

- предоставления заявителем не полного пакета документов;
- истечения срока по договору на размещение и эксплуатацию информационных и рекламных конструкций;

- не соответствия месторасположения информационной и рекламной конструкции выданному АТЗ;

- предоставления несогласованного с государственным органом по развитию государственного языка эскиза изображения.

Уведомление об отказе в выдаче разрешения должно быть направляется заявителю, уполномоченным органом с указанием причин отказа в течение трех рабочих дней со дня принятия и регистрации заявления.

36. Разрешение выдается сроком от одного месяца до одного года в зависимости от указанного в заявлении срока.

При этом срок выдачи разрешения не должен превышать сроков по договору на размещение и эксплуатацию информационных и рекламных конструкций.

37. Разрешение является именным и в связи с чем, запрещается передавать разрешение третьим лицам.

38. При смене рекламодателя, новый рекламодатель в течение 10 (десяти) календарных дней с момента, произошедшей смены, обязан в установленном порядке подать в уполномоченный орган заявление на выдачу разрешения.

39. При смене рекламного изображения, рекламодатель обязан обратиться в уполномоченный орган для получения разрешения на распространение нового изображения.

40. В случае истечения срока разрешения, заявитель, соблюдающий Правила, имеет право на пролонгацию разрешения. Заявка на пролонгацию подается не позднее чем за десять календарных дней до окончания срока действия разрешения.

41. Уполномоченный орган имеет право отказать в удовлетворении заявления о пролонгации действия разрешения в случаях:

- несоблюдения заявителем Правил;
- невозможности дальнейшей эксплуатации информационной и рекламной конструкции;

- необходимости использования данного рекламного места для общественных и государственных нужд.

42. Владелец обязан содержать средства наружной рекламы и прилегающую территорию в надлежащем порядке, согласно требованиям благоустройства и несет ответственность за их техническое состояние и эксплуатацию в соответствии с Правилами и законодательством Кыргызской Республики.

43. Средство наружной рекламы должно иметь освещение в вечернее время внутренними или внешними источниками электроэнергии.

44. Получение и оформление технических условий на подключение к инженерным сетям входит в обязанности владельца.

45. Уполномоченный орган вправе аннулировать разрешение в следующих случаях:

- добровольного отказа рекламодателя от дальнейшего использования

разрешения;

- прекращение договора, заключенного между собственником или иным законным

владельцем земельного участка или недвижимого имущества (здания, сооружения и т.п.),

к которому присоединена информационная и рекламная конструкция, владельцем

рекламной конструкции и рекламодателем;

- в случае если рекламная конструкция используется не в целях распространения

рекламы; социальной рекламы.

Уведомление об аннулировании разрешения направляется лицу, на имя которого

оно было выдано и может быть обжаловано в судебном порядке в течение трех месяцев со

дня его получения.

46. Запрещается распространение наружной рекламы на территории памятников

культуры, ритуальных объектов, природных комплексов, учебных заведений, школьных,

дошкольных и лечебных учреждений.

VI. Плата за разрешение на распространение наружной рекламы и

информации

47. Выдача разрешения производится на платной основе в соответствии с

прейскурантом цен (приложение 3).

48. Преискурант за разрешение утверждается Бишкекским городским кеңешем по

согласованию с территориальным органом антимонопольного регулирования.

49. При наступлении случаев, указанных в п. 45 настоящего Положения до

истечения срока действия выданного разрешения, денежные средства за оставшийся

период не подлежат возврату.

VIII. Ответственность за нарушение настоящего Положения

50. За нарушение настоящего Положения владельцы рекламных конструкций несут

ответственность в соответствии с законодательством Кыргызской Республики.

51. Владельцы рекламных конструкций несут ответственность за их техническое

состояние и эксплуатацию в соответствии с законодательством Кыргызской Республики.

52. Действия и решения должностных лиц уполномоченных органов, а также

других субъектов, участвующих в процессе выдачи разрешительной документации, могут

быть обжалованы в установленном порядке в вышестоящий орган, либо в судебном

порядке в соответствии с законодательством Кыргызской Республики.

Заявление

от « ____ » _____ 20 ____ г. № _____

Прошу выдать разрешение на распространение наружной информации и рекламы на территории г. Бишкек по адресу:

район: _____

улица: _____

Сведения об информационной и рекламной конструкции:

вид наружной рекламы: _____

габариты: _____

материалы: _____

подсветка: _____

(имеется/не имеется)

Сведения о заявителе:

Для физических лиц

Ф.И.О. _____

паспорт: серия ____ № _____ выдан _____

ИНН: _____

адрес: _____

телефон: _____

Для юридических лиц

Наименование организации: _____

ИНН: _____

Ф.И.О. руководителя: _____

адрес: _____

Ф.И.О. представителя _____

паспорт: серия ____ № _____ выдан _____

адрес: _____

телефон: _____

Оплату гарантирую (-ем).

Заявитель: _____

подпись (МП)

расшифровка подписи

« ____ » _____ 20 ____ г.

Приложение 2

«Утверждаю»

Начальник
МП «Бишкекглавархитектура»

Подпись (МП)

Разрешение

на распространение наружной информации и рекламы на территории города Бишкек № _____

Дата регистрации: « ____ » _____ 20 ____ года

Срок действия: с « ____ » _____ 20 ____ года по « ____ » _____ 20 ____ года

Владелец рекламной конструкции:

тип рекламной конструкции: _____

высота, м.: _____

длина, м.: _____

площадь одной стороны, кв. м.: _____

количество сторон: _____

место установки рекламной конструкции: _____

Собственник земельного участка: _____

Собственник здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция: _____

Дата выдачи первичного разрешения (в случае продления):

« ____ » _____ 20 ____ года.

Разрешение получил: _____
подпись (МП)

расшифровка подписи

Доверенность № _____ от « ____ » _____ от 20 ____ года

Согласовано:

Ф.И.О.: _____
подпись

расшифровка подписи

Исполнитель:

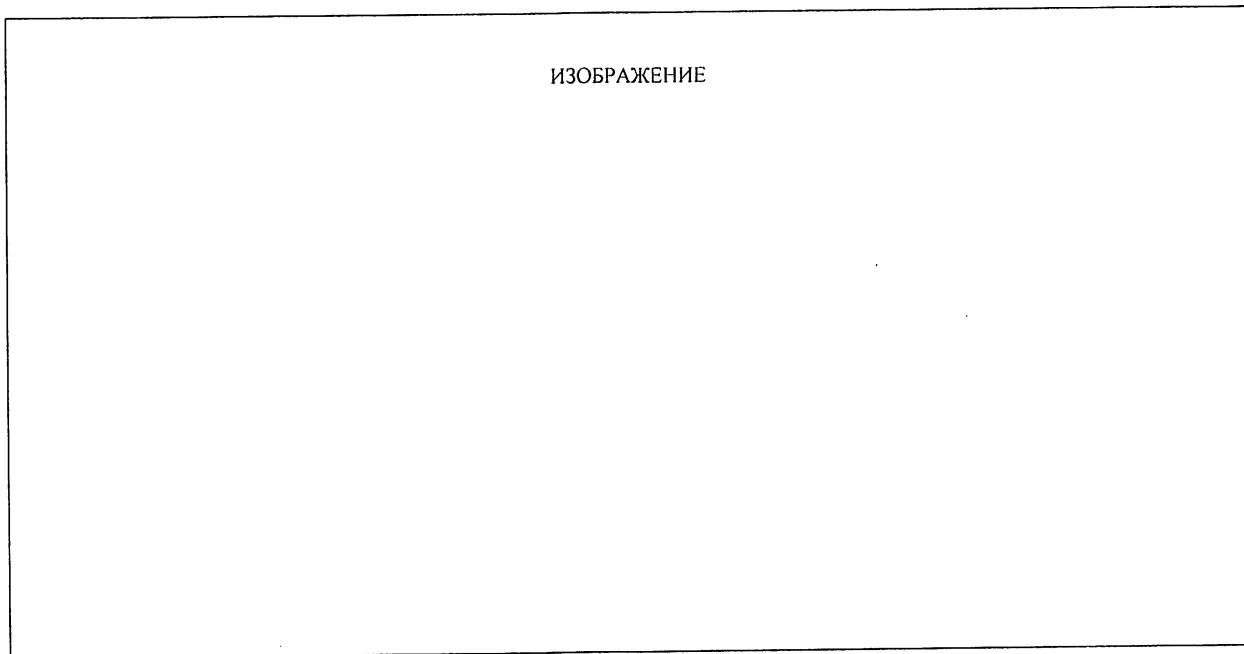
Ф.И.О.: _____
подпись

расшифровка подписи

Приложение

к разрешению на распространение наружной информации и рекламы на территории города Бишкек № _____

Фотомонтаж рекламного места:



Эскиз рекламного изображения:

ИЗОБРАЖЕНИЕ

Правила размещения и эксплуатации информационных и рекламных конструкций в городе Бишкек

I. Общие положения

1. Правила размещения и эксплуатации информационных и рекламных конструкций в городе Бишкек (далее - Правила) разработаны в соответствии с законами Кыргызской Республики «О рекламе», «О местном самоуправлении», «О статусе столицы», «О государственном языке», «О градостроительстве и архитектуре» и регламентирует технические требования, требования по размещению и эксплуатации информационных и рекламных конструкций на земельных участках, зданиях и сооружениях или ином недвижимом и движимом имуществе независимо от формы собственности на территории города Бишкек и порядок демонтажа информационных и рекламных конструкций.

2. Соблюдение настоящих Правил обязательно для всех физических и юридических лиц независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности при размещении и эксплуатации информационных и рекламных конструкций в городе Бишкек.

3. Размещение и эксплуатация информационных и рекламных конструкций на территории города Бишкек не предусмотренных настоящими Правилами и с нарушением настоящих требований не допускается.

Настоящие Правила не распространяются на знаки дорожного движения и указатели улично-дорожной сети.

II. Основные понятия и определения

4. В настоящих Правилах используются следующие основные понятия и определения:

архитектурно-техническая документация - документ (архитектурно-техническое заключение) установленной формы, содержащий текстовые и графические материалы и подтверждающий право на размещение и эксплуатацию информационной или рекламной конструкции;

владелец рекламной конструкции - физическое или юридическое лицо, собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию, правом владения или пользования рекламной конструкции на основании договора с ее собственником;

дизайн-проект (эскиз) информационных и рекламных конструкций - комплект документов в текстовом и графическом виде (графический материал или фотомонтаж), содержащий сведения о точном месте расположения, габаритах информационной и рекламной конструкции и изображения на ней;

информация - это сведения (сообщения, данные), независимо от формы их представления, направленные на информирование населения и не носящий рекламный характер;

реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;

рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;

рекламная площадь – площади рекламных конструкций, используемые для отображения и распространения рекламы;

распространение наружной информации и рекламы - публичная демонстрация наружной информации и рекламы путем использования информационной или рекламной конструкции;

социальная реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства;

уполномоченный орган – структурное подразделение мэрии города Бишкек, наделенное полномочиями регулирования вопросов размещения информационных и рекламных конструкций и распространения наружной рекламы и информации.

III. Способы размещения и распространения информации и рекламы

5. Размещение и распространение информации и рекламы осуществляются с использованием:

- информационных и рекламных конструкций;
- транспортных средств;
- элементов придорожной инфраструктуры и благоустройства;
- нестационарных объектов.

5.1. **Реклама на информационных и рекламных конструкциях** – реклама, распространяемая посредством размещения на информационных и рекламных конструкциях, определенных настоящими Правилами.

5.2. **Реклама на транспортных средствах** – реклама, распространяемая посредством размещения на внешних поверхностях любого транспортного средства – легкового и грузового автомобиля, троллейбуса, автобуса.

5.3. **Реклама на объектах инфраструктуры и благоустройства** - реклама, размещаемая на конструктивных элементах остановочных комплексов общественного городского транспорта, малых архитектурных формах (МАФ), придорожных осветительных и троллейбусных опорах.

Площадь информационного поля рекламной конструкции на объектах инфраструктуры и благоустройства определяется общей площадью двух его сторон.

Рекламные конструкции на объектах инфраструктуры и благоустройства должны быть с внутренним подсветом, оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

5.4. **Реклама на нестационарных объектах** - реклама на конструктивных элементах нестационарных объектов (павильон, киоск, ограждение и т.п.).

Площадь информационного поля рекламной конструкции на нестационарном объекте определяется общей площадью используемых сторон. Рекламные конструкции должны быть с внутренним подсветом, оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

5.5. Распространение информации и рекламы может производиться путем использования:

- неподвижных полиграфических постеров (бумага, винил и др.);
- постеров на динамических системах смены изображений (роллерных системах или системах поворотных панелей - призматронах и др.);
- электронного и проекционного оборудования.

IV. Информационные конструкции. Виды и требования к размещению информационных конструкций.

6. Информационная конструкция – конструкции, сооружения, технические приспособления, художественные элементы и другие носители, предназначенные для распространения информации, за исключением рекламы.

Настоящими Правилами определены следующие виды информационных конструкций:

6.1. **Витрина** - остекленная часть экстерьера здания, строения, сооружения, предназначенная для экспозиции товаров и услуг, для информирования их содержания и особенностей потребления покупателями, а также размещения информации об организации.

Витрина должна быть в обязательном порядке оформлена товарной продукцией, раскрывающей его профиль и подсвечиваться в вечернее время.

В витринах разрешается размещать любую информацию о реализуемых товарах и услугах, при этом информация о товарах должна быть доминирующей по количеству и объему (70% и более).

В витринах разрешается размещать праздничную информацию, приуроченную к общегосударственным или городским праздникам и другим общественным мероприятиям.

В случае размещения панно (плакат и т. п.) с внутренней стороны витрины, витрина рассматривается как реклама.

С внутренней стороны витрины расстояние от остекления витрины до витринной конструкции должно составлять не менее 0,15 м.

Максимальный размер витринных конструкций либо рекламных панно (включая электронные носители – экраны и табло), размещаемых в витрине с внутренней стороны остекления витрины, не должен превышать половины размера остекления витрины по высоте и половины размера остекления витрины по длине.

6.2. Вывеска – информационная конструкция, расположенная на фасаде здания, сооружения, строения и на нестационарных торговых объектах, в месте нахождения или осуществления деятельности физическими и юридическими лицами.

Вывеска предназначена для информирования неопределённого круга лиц о данных физического лица или наименовании юридического лица с указанием профиля деятельности.

Наглядная информация на вывесках оформляется сначала на государственном языке, затем - на официальном языке, а в необходимых случаях также и на других языках.

При этом, размер шрифта текста на других языках по величине не должен превышать размера шрифта текста на государственном языке.

На вывесках допускается размещение декоративных элементов, а также текстовых, графических изображений или иных комбинаций, зарегистрированных в установленном порядке, в качестве товарных знаков или знаков обслуживания, при этом:

- вывеска не должна использоваться для рекламы;
- не должна выступать выше уровня низа оконных проемов второго этажа, если не все здание находится в собственности владельца конструкции;
- не должна выступать более чем на 0,25 метра от плоскости стены;
- не должна занимать более 1/6 части фасада здания;
- должна быть подсвечена в вечернее время индивидуальными внутренними или внешними источниками света.

6.3. Учрежденческие доски – отражают полное зарегистрированное юридическое название организации, ведомственную принадлежность. Учрежденческие доски размещаются при входе в здание. Площадь учрежденческой доски не должна превышать 1,5 м².

Наименования предприятий, учреждений, организаций и заведений в обязательном порядке оформляются на государственном и официальном языках.

6.4. Информационные таблички – отражают сведения об организации, режиме работы и могут размещаться как на входной двери, так и на стеклах витрин, на такой высоте и в таком месте, которое обеспечивает хороший вид посетителям.

Информационная табличка должна иметь площадь не более 1,0 кв. м и не менее 0,3 кв. м, при этом минимальная высота букв на табличках не должна быть меньше двух сантиметров.

6.5. Указатели – наименования улиц, площадей, проездов, переулков, проектируемых (номерных) проездов, проспектов, шоссе, набережных, скверов, тупиков, бульваров, аллей, линий, мостов, путепроводов, эстакад и номеров (уличные аншлаги) домов; картографическая информация, маршруты (схемы) движения и расписания городского пассажирского транспорта; местоположения государственных и муниципальных органов.

Тексты (надписи) на уличных аншлагах выполняются на государственном языке.

Порядковой нумерации подлежат все здания и домовладения, независимо от их принадлежности, подчиненности и численности находящихся в них граждан.

Подсобные и временные, приспособленные под жилье строения (сарай, кладовки, склады, котельные и другие) нумерации не подлежат.

Установка и поддержание в надлежащем состоянии табличек, уличных аншлагов, номеров зданий, подъездов и квартир возлагаются на их владельцев.

Нумерация зданий производится в следующем порядке:

- для улиц, имеющих направление с юга на север, – увеличение номеров зданий осуществляется на север;
- для улиц, имеющих направление с востока на запад, – увеличение номеров осуществляется на запад.

При этом четные номера присваиваются зданиям, расположенным на западной стороне улиц, имеющих направление с юга на север, и на южной стороне для улиц, расположенных с востока на запад. Нечетные номера соответственно, присваиваются зданиям, расположенным на восточной и северной стороне улиц.

Угловые здания, находящиеся на перекрестках бульваров, проспектов, улиц, переулков, должны иметь по два номерных знака и уличных аншлагов, один из которых должен быть установлен на главном фасаде здания, а другой – на его торцевой стороне. Остальные здания должны иметь один номер. Здания, находящиеся внутри квартала, аншлагов не имеют.

Номерной знак на фасадах зданий внутри квартала, вывешивается на высоте 3 м от поверхности земли и 20 см по горизонтали от угловой грани, в сторону увеличения номеров. На зданиях, высотой до карниза меньше 3,5 м, – на расстоянии 20 см ниже карниза стен или 40 см от свеса стропил кровли.

На зданиях, расположенных на перекрестках бульваров, проспектов, улиц и переулков, номерной знак вывешивается на том углу здания, который выходит на перекресток, и на 40 см по горизонтали от соответствующей угловой грани здания, над аншлагом в средней его части.

Аншлаги вывешиваются под номерным знаком на расстоянии 20 см по горизонтали от угловой грани.

При вывешивании новых аншлагов и номеров на зданиях, все старые аншлаги и номера снимаются.

6.6. Навигационные модули - двусторонние конструкции, устанавливаемые на опорах (собственных опорах, мачтах-опорах городского освещения, опорах контактной сети), на земельных участках и содержащие информацию о планировочной организации территории населенного пункта, местах нахождения объектов инфраструктуры, культурно-исторических памятников, учреждений и организаций городского, окружного и муниципального значения, предприятий и объектов потребительского рынка.

6.7. Информационный стенд - элемент благоустройства, информационная плоскостная отдельно стоящая на собственной опоре конструкция.

Информационные стенды, размещаются в подъездах и на внешних поверхностях многоквартирных домов, жилых домов, зданиях учреждений и предприятий, а также на землях муниципальной собственности и предназначены для информирования населения города Бишкек.

Максимальные размеры информационных стендов должны составлять:

- высота - 1,05 м;
- длина - 0,75 м.

V. Рекламные конструкции. Виды и требования к размещению рекламных конструкций

7. Рекламные конструкции – щиты, стенды, плакаты, перетяжки, световые и электронные табло, проекционное и иное оборудование, предназначенное для проекции рекламы на любые поверхности, воздушные шары, аэростаты и иные технические средства размещения наружной рекламы, установленные на территории города Бишкек в целях распространения рекламы.

8. Рекламные конструкции по видам размещения подразделяются на следующие типы:

- отдельно стоящие (размещаемые на земельных участках, независимо от форм собственности);
- средства, присоединяемые к объектам недвижимости (здания, сооружения и т.д.) независимо от форм собственности;
- нестандартные, выполненные по индивидуальным проектам (воздушные шары, аэростаты и другие виды).

9. Отдельно стоящие рекламные конструкции подразделяются на следующие виды: малоформатные, среднеформатные, большеформатные и крупноформатные.

10. К малоформатным относятся следующие рекламные конструкции рекламной площадью до 6 м² включительно:

10.1. **Флагшток** – конструкция для вывешивания государственных и фирменных флагов, устанавливается как на специальных кронштейнах на стенах зданий и сооружений, так и на отдельно стоящих стойках на земельных участках.

Отдельно стоящая рекламная конструкция, состоит из фундамента, опорной рамы, вертикальных стоек и мягких полотнищ, оснащена устройствами для поднятия и регулировки высоты флага.

Фундамент может быть исполнен в двух вариантах: бетонное основание или рама с пригрузами.

Рекламная площадь определяется площадью всех сторон отдельных флагов в его составе.

Государственные и фирменные флаги могут быть вывешены постоянно. Государственный флаг Кыргызской Республики и флаг города Бишкек по размерам полотна не должны быть меньше и не ниже других флагов по высоте установки. По мере изнашивания флаги должны быть обновлены или сняты.

Размер рекламного изображения (полотна) может составлять не более 1,2 м x 0,6 м. Количество флагштоков одной композиции не должно превышать 5 шт.

10.2. Стрит баннер – конструкция для вывешивания баннеров, устанавливаемая на опорах контактной сети троллейбусов и городского освещения. Рекламная конструкция состоит из натяжных элементов и мягких полотнищ, предназначенных для размещения рекламы и не имеет подсвет.

Рекламная площадь определяется площадью эксплуатируемых сторон.

Стрит баннер не должен полностью или частично располагаться над проезжей частью. Нижний край стрит баннера не должен находиться ниже 2,5 м от земли.

Не допускается установка более одного стрит баннера на одной опоре, кроме тех опор, которые располагаются на разделительной полосе.

Габариты стрит баннера должны быть не более 1,0 м x 3,0 м.

10.3. Сити-формат – отдельно стоящая двухсторонняя рекламная конструкция с двумя рекламными плоскостями и внутренним подсветом, располагаемая на тротуарах.

Размер рекламного изображения (одна сторона): 1,2 м x 1,8 м.

Площадь рекламной плоскости сити-формата определяется общей площадью двух его сторон.

10.4. Пиллар – отдельно стоящая рекламная конструкция с внутренним подсветом, имеющая форму треугольной либо четырехугольной призмы, на каждой вертикальной грани которой расположены рекламные плоскости размером 1,4 м x 3,0 м.

Площадь рекламной плоскости определяется общей площадью эксплуатируемых сторон.

10.5. Тумба – отдельно стоящая рекламная конструкция с внутренним подсветом, имеющая форму цилиндра, с рекламной плоскостью высотой 3,0 м.

Площадь рекламной плоскости определяется общей площадью эксплуатируемых сторон.

10.6. Панель-кронштейн – двухсторонняя рекламная конструкция, установленная перпендикулярно к зданиям и сооружениям, а также размещаемая на опорах контактной сети троллейбусов и городского освещения в вертикальном исполнении, имеющие внутренний или внешний подсвет.

Площадь рекламной плоскости определяется общей площадью его сторон.

Панель-кронштейн должен размещаться на одном уровне с вывеской предприятия и не должен иметь мигающих источников света. Установка односторонних панель-кронштейнов не допускается.

Не допускается установка более одного панель-кронштейна, если длина фасада предприятия, для которого предназначен панель-кронштейн менее 20 метров. Если длина фасада предприятия превышает 20 метров, разрешается устанавливать дополнительные панель-кронштейны (по одному на каждые 15 метров длины фасада).

Нижний край панель-кронштейна не должен находиться ниже 2,5 м от земли. Панель-кронштейн не должен полностью или частично располагаться выше уровня нижнего края оконных проемов 2-го этажа.

Габариты должны быть не более 1,2 м x 0,8 м., толщина не менее 5 см и не более 20 см.

10.7. Афишные стенды – рекламные конструкции с одним или двумя информационными полями, располагаемые на тротуарах.

Афишные стенды предназначены для размещения рекламы и информации исключительно о репертуарах театров, кинотеатров, спортивных и иных массовых мероприятиях, событиях общественного, культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера. Рекламные материалы, размещаемые на афишных стендах, могут содержать информацию о спонсорах соответствующих мероприятий

Размер одной стороны информационного поля афишного стенда составляет 1,8 x 1,75 м. Площадь информационного поля афишного стенда определяется общей площадью его сторон. Афишные стенды не имеют подсветки.

Фундамент афишного стенда допускается в двух вариантах: заглубляемый, не выступающий над уровнем земли, и незаглубляемый. В случае использования незаглубляемого фундамента он в

обязательном порядке облицовывается декоративным материалом по специальной форме, соответствующей дизайну афишного стенда.

10.8. Требования к малоформатным рекламным конструкциям:

Фундамент допускается в двух вариантах: заглубляемый, не выступающий над уровнем дорожного покрытия и не заглубляемый.

Конструкция должна иметь высокое качество исполнения, высокую ремонтопригодность, простоту сборки и монтажа с использованием не коррозионных, антивандальных материалов.

Стекланные поверхности выполняются с применением безопасного стекла.

Металлические элементы конструкции должны быть защищены от коррозии методом горячего цинкования и окрашены с применением порошковой технологии или иным способом, не требующим регулярной покраски металлических частей с нормативным гарантийным сроком эксплуатации не менее 5 лет.

Малоформатные средства должны иметь сертификат соответствия.

11. К среднеформатным относятся следующие рекламные конструкции рекламной площадью до 12 м² включительно:

11.1. **Пиллоны (поворотники)** - отдельно стоящие щитовые рекламные конструкции, устанавливаемые на обочинах перекрестков и не имеющие подсвет.

Размер рекламной плоскости составляет не более 1,0 м х 6,0 м.

Площадь рекламной плоскости определяется общей площадью эксплуатируемых сторон.

11.2. **Ситиборд** – отдельно стоящая рекламная конструкция с внутренним или внешним подсветом, имеющая внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы.

Размер одной стороны рекламной плоскости ситиборда должен составлять не более 3,0 м х 4,0 м.

Площадь рекламной плоскости ситиборда определяется общей площадью его эксплуатируемых сторон.

11.3. **Световой короб (лайтбокс)** – рекламная конструкция, устанавливаемая на фасадах зданий и сооружений и имеющая внутренний подсвет. Световой короб представляет собой рамную конструкцию, лицевая часть которой является рекламным носителем.

Площадь рекламной плоскости определяется эксплуатируемой площадью.

Световой короб располагается параллельно к поверхности фасада здания и не должен выступать от плоскости фасада более чем на 0,25 м.

11.4. **Маркизы** – средства наружной рекламы и информации, выполненные в виде козырьков и навесов, с нанесенной на них рекламной информацией и размещенные над витринами, входами или проемами зданий и сооружений. Маркизы состоят из элементов крепления к зданию, каркаса и информационного поля, выполненного на мягкой или жесткой основе.

Площадь информационного поля маркизы определяется габаритами нанесенного изображения.

Маркизы размещаются над окнами занимаемого помещения на единой горизонтальной оси, на уровне линии между первым и вторым этажами, либо ниже этой линии. Маркизы должны быть размещены в виде комплекса идентичных взаимосвязанных элементов одной конструкции.

11.5. Требования к среднеформатным рекламным средствам:

Фундамент должен быть заглубляемый и не должен выступать над уровнем дорожного покрытия, газона более чем на 150 мм.

Общая высота поворотника не должна превышать 1,2 м от уровня дорожного покрытия.

Материалы для остекления ситиборда должны применяться с учетом безопасности.

12. К большеформатным относятся следующие рекламные конструкции рекламной площадью до 36 м² включительно:

12.1. **Билборд (рекламный щит)** - отдельно стоящая щитовая конструкция, имеющая внешнюю поверхность, специально предназначенную для размещения рекламы.

Размер рекламной плоскости: 6,0 м х 3,0 м, 4,0 м х 9,0 м.

Площадь рекламной плоскости щита определяется общей площадью его эксплуатируемых сторон.

12.2. Требования к большеформатным рекламным средствам:

Фундамент рекламной конструкции не должен выступать над уровнем дорожного покрытия, газона более чем на 150 мм.

Конструкции, выполненные в одностороннем варианте, должны иметь декоративно оформленную обратную сторону и внешнюю или внутреннюю подсветку.

Конструкции размером 4,0 м х 9,0 м размещаются только на разделительных полосах улиц.

Большеформатные конструкции, размещаемые на земельных участках, должны проходить не реже одного раза в год технический осмотр в специализированных организациях, имеющих лицензии на проведение соответствующих работ.

13. К крупноформатным относятся следующие рекламные конструкции рекламной площадью более 36 м² включительно:

13.1. **Суперборд** – отдельно стоящая щитовая рекламная конструкция, имеющая внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы.

Размер одной стороны рекламной плоскости суперборда составляет 12 х 4 м.

Площадь рекламной плоскости определяется общей площадью его сторон.

13.2. **Мегаборд, (суперсайт)** – отдельно стоящая щитовая рекламная конструкция, имеющая внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы.

Размер одной стороны информационного поля суперсайта составляет 15 х 5 м.

Площадь рекламной плоскости определяется общей площадью его сторон.

13.3 **Арка** – рекламная конструкция отдельно стоящая на земле, имеющая внешние поверхности для размещения рекламы, состоящая из фундамента, каркаса и рекламной плоскости.

Расстояние между стойками может варьироваться в зависимости от тех или иных технологических, инженерных условий и ландшафта на месте установки рекламной конструкции и при этом, независимо от габарита рекламной площади, на данный вид конструкции распространяются все требования к крупноформатным видам рекламных средств.

Площадь рекламной плоскости арки определяется общей площадью его сторон.

13.4. **Брандмауэрное панно (настенное панно)** – рекламная конструкция, размещаемая на плоскости боковых глухих фасадов зданий и сооружений, не имеющих оконных проемов, витрин, архитектурных деталей, декоративного оформления, в виде:

- изображения, непосредственно нанесенного на стену;
- конструкции, состоящей из элементов крепления, каркаса и рекламного поля.

Площадь рекламного поля настенного панно определяется габаритами конструкции или непосредственно нанесенного изображения.

Для брандмауэрных панно, имеющих элементы крепления, в обязательном порядке разрабатывается проект крепления конструкции с целью обеспечения безопасности при эксплуатации.

Брандмауэрные панно должны иметь подсвет.

13.5. **Медиа-фасад** – светопропускающая рекламная конструкция (дисплей) крупного формата, размещаемая непосредственно на поверхности стен зданий, строений и сооружений, не имеющих декоративных архитектурных деталей или на металлокаркасе, повторяющем пластику стены, позволяющая демонстрировать рекламные материалы.

Конструкция медиа-фасада состоит из сетки на металлической или полимерной основе, с интегрированными в нее светодиодными устройствами демонстрирующие изображение.

Площадь рекламного поля медиа-фасада определяется индивидуально, исходя из размеров рекламного поля и количества демонстрируемых изображений.

При размещении рекламной конструкции в виде медиа-фасада, не должно нарушаться естественное освещение окон, нормативная инсоляция.

Для размещения медиа-фасада на конкретном здании, в обязательном порядке разрабатывается комплексный дизайн-проект (эскиз) рекламного оформления всего здания и техническая документация конструкции (сетки) с целью обеспечения безопасности при ее эксплуатации.

Медиа-фасады должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности.

Демонстрация изображений на медиафасадах в светлое время суток может производиться с использованием динамических эффектов. В темное время суток демонстрация изображений на медиафасадах с использованием динамических эффектов запрещена.

Смена изображения на медиафасадах в темное время суток должна производиться не чаще одного раза в 1 минуту, продолжительность смены изображения должна составлять более 10 секунд

и производиться путем плавного снижения яркости до нулевого значения и последующего плавного повышения яркости.

13.6. Стелы – отдельно стоящие рекламные конструкции, имеющие внешние поверхности, предназначенные для размещения рекламы, используемые для индивидуализации юридических лиц, товаров, работ и услуг, устанавливаемые вне места нахождения юридических лиц на земельных участках под размещение и эксплуатацию многофункциональных комплексов, торгово-развлекательных центров или на прилегающих к ним территориях. Стелы состоят из фундамента, опоры, каркаса, информационных полей и имеют внутренний или внешний подсвет. Количество сторон стелы не может быть более четырех.

Допускаются к установке стелы следующих типов:

- большая (высота 30 м);
- средняя (высота 20 м);
- малая (высота 15 м).

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

Площадь рекламной плоскости определяется общей площадью его сторон.

13.7. Требования к крупноформатным рекламным средствам:

Крупноформатные конструкции должны иметь внешнюю или внутреннюю подсветку.

На крупноформатные конструкции, размещаемые на земельных участках, разрабатывается проектная документация, подлежащая экспертизе в установленном порядке.

Крупноформатные конструкции, размещаемые на земельных участках, должны проходить технический осмотр не реже одного раза в год в специализированных организациях, имеющих лицензии на проведение соответствующих работ.

14. Рекламные конструкции, размещаемые на фасаде здания или на крыше, выполненные по индивидуальному проекту, состоящие из следующих элементов:

- рекламная площадь (текстовая часть) – буквы, буквенные символы, аббревиатура, цифры;
- художественные элементы (логотипы, знаки и др.);
- элементы крепления (пространственная решетка).

Рекламная площадь и художественные элементы должны быть оборудованы только внутренней подсветкой.

Площадь рекламного поля рекламной конструкции определяется габаритами конструкции.

В рекламных конструкциях в виде отдельных букв и логотипов, размещаемых на фасадах зданий или на крыше, не допускается использование технологий смены изображения, в том числе с помощью электронных носителей, подвижных частей, а также технологий организации медиа-фасадов.

Высота рекламной конструкции должна быть:

- не более 0,8 м для 1-2-этажных объектов;
- не более 1,20 м для 3-5-этажных объектов;
- не более 1,80 м для 6-9-этажных объектов;
- не более 2,20 м для 10-15-этажных объектов;
- не более 3,0 м для объектов, имеющих 16 и более этажей.

В случае, если 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 параметры, указанные в пункте, но не более чем на 1/5.

Длина средств рекламы, устанавливаемых на крыше объекта, не может превышать 70% длины фасада, по отношению к которому они размещены.

Элементы крепления 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.

Для рекламных конструкций в виде отдельных букв и логотипов, в обязательном порядке разрабатывается рабочая проектная документация, в целях обеспечения безопасности при установке, монтаже и эксплуатации.

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.

15. Нестандартные рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам - рекламные конструкции, имеющие формат, отличный от иных форматов, предусмотренных настоящими Правилами.

К нестандартным рекламным конструкциям, выполненным по индивидуальным проектам, относятся 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.

15.1. Носимые рекламные конструкции – временные средства наружной рекламы и информации, перемещаемые физическими лицами без использования технических средств.

Рекламная площадь зависит от размера рекламного поля носимой конструкции.

Эксплуатация носимых рекламных конструкций допускается в пешеходных зонах и на тротуарах. Запрещается использование носимых рекламных конструкций, мешающих проходу пешеходов, а также ориентированных на восприятие с проезжей части.

15.2. Проекционные установки – рекламные конструкции, предназначенные для воспроизведения изображения на земле, на плоскостях стен или в некоем объеме, состоящие из проецирующего устройства и поверхности (экрана) или объема, где формируется рекламное 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.

15.3. Электронные экраны (электронное табло) – конструкции, предназначенные для воспроизведения изображений на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп и иных источников света или светоотражающих элементов.

Экраны могут размещаться как в виде отдельно стоящих конструкций, так и в виде конструкций, размещаемые на стенах и крышах зданий и сооружений.

Рекламная площадь электронных табло определяется расчетным путем индивидуально, исходя из размеров рекламного поля или непосредственно количеством транслируемого изображения.

Демонстрация изображений на электронных носителях должна производиться с использованием технологии статичного изображения, без использования динамических эффектов, содержащих аудиовизуальные произведения (за исключением медиафасадов). Смена изображения в светлое время суток должна производиться не чаще одного раза в 5 секунд, продолжительность смены изображения должна составлять более 2 секунд и производиться путем плавного снижения яркости до нулевого значения и последующего плавного повышения яркости.

Смена изображения в темное время суток должна производиться не чаще одного раза в 5 секунд, продолжительность смены изображения должна составлять более 2 секунд и производиться путем плавного снижения яркости до нулевого значения и последующего плавного повышения яркости.

В темное время суток при демонстрации изображений на электронных носителях не допускается использование белого фона.

15.4. Реклама на строительных объектах – реклама, размещаемая на временных ограждениях строительного или реконструируемого объекта либо на фасадах строящегося, реконструируемого здания.

Площадь рекламного поля определяется габаритами конструкции или непосредственно нанесенного изображения.

В качестве дополнительного оформления могут быть использованы графические изображения или фотодокументы исторического прошлого места, на котором проводится строительство.

На ограждении строительной площадки могут размещаться: художественное оформление, реклама, социальный плакат, другая информация, которая устанавливается сплошной лентой на

высоте не менее 0,3 м от земли. Высота рекламных конструкций определяется проектом, но не должна создавать помехи при строительстве объекта.

15.5. Требования к нестандартным рекламным конструкциям устанавливаются архитектурно-технической документацией.

VI. Общие требования к информационным и рекламным конструкциям

16. Информационные и рекламные конструкции, размещаемые в городе Бишкек, должны быть безопасны, изготовлены и установлены в соответствии с требованиями технических регламентов, строительных норм и правил, государственных стандартов, архитектурно-технической документации, иными требованиями законодательства Кыргызской Республики, а также не нарушать внешний архитектурно-художественный облик города Бишкек и обеспечивать соответствие эстетических характеристик информационных и рекламных конструкций стилистике объекта, на котором они размещаются.

Материалы, используемые при изготовлении конструкций должны отвечать современным требованиям качества.

17. Размещение информационных и рекламных конструкций и распространение информации и рекламы на территории города Бишкек допускается исключительно при наличии архитектурно-технической документации и разрешения, выданных уполномоченным органом.

18. Внешний вид информационных и рекламных конструкций должны иметь целостность; аккуратно покрашенные каркасы; подсвет конструкций в темное время суток. Кроме того, не допускается наличие разрывов в элементах конструкций, ржавчины и грязи, лишних элементов (веревки и т.д.), наклеенных объявлений и других информационных сообщений, механических повреждений, порывов рекламных полотен, а также посторонних надписей и изображений на всех частях и элементах конструкций. Конструктивные элементы должны быть скрыты или иметь эстетически проработанный вид.

19. Приведение конструкций в надлежащий вид осуществляется владельцами на постоянной основе по мере необходимости.

20. В целях сохранения художественно-эстетичного облика города Бишкек, в случае отсутствия рекламы на средствах наружной рекламы рекламораспространитель обязан разместить социальную рекламу.

21. Размещение, замена информации либо рекламы в отдельно стоящих конструкциях на территории города Бишкек должны проводиться в ночное время суток (с 22:00 до 6:00).

22. Эксплуатация рекламных конструкций на территориях общего пользования должна обеспечивать свободный проход пешеходов, возможность уборки улиц и тротуаров.

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

24. Владельцы средств наружной рекламы и информации обязаны оперативно реагировать на требования уполномоченного органа мэрии города Бишкек, в целях сохранения художественно-эстетичного облика города Бишкек, в том числе в случае выявления рекламных конструкций с электронной технологией смены изображения, эксплуатирующийся с нарушением требований к естественному, искусственному и совмещенному освещению жилых и общественных зданий, собственник или иной законный владелец рекламной конструкции обязан незамедлительно принять меры по устранению выявленных нарушений. В случае невозможности устранения выявленных нарушений собственник или иной законный владелец рекламной конструкции обязан изменить технологию смены изображения.

25. Требования безопасности дорожного движения

25.1. Рекламные конструкции не должны:

- ограничивать видимость технических средств организации дорожного движения или мешать их восприятию участниками движения;
- вызывать ослепление участников дорожного движения светом, в том числе отраженным от поверхности конструкции;

- при расположении на пролетных строениях инженерных сооружений уменьшать их габариты;
- располагаться таким образом, чтобы для ее восприятия пешеходы были вынуждены выходить на проезжую часть улиц и дорог;
- издавать звуки, которые могут быть услышаны в пределах автомобильной дороги лицами с нормальным слухом.

25.2. В зависимости от рекламной площади расстояние между отдельно стоящими на одной стороне дороги рекламными конструкциями должно быть не менее:

- до 6 м² – 30 метров;
- до 12 м² – 100 метров;
- от 12 м² до 18 м² – 150 метров;
- свыше 18 м² – 250 метров.

25.3. При расположении рекламных конструкций вдоль дорог при отсутствии бортового камня, если расстояние от края проезжей части до края конструкции равно или менее 3,0 м, должны устанавливаться дорожные ограждения, предотвращающие наезд автотранспорта на конструкцию. Анкерное основание опор конструкции не должно выступать над уровнем земли более чем на 15 см.

25.4. Расстояние от нижнего края рекламного или информационного щита до поверхности дорожного покрытия должно быть не менее 2,5 м при установке сбоку от дороги, а при установке над проезжей частью дороги – не менее 4,5 метров.

25.5. При внутреннем или наружном освещении рекламы осветительные приборы и устройства должны быть установлены таким образом, чтобы исключить прямое попадание световых лучей на проезжую часть.

25.6. Расстояние от рекламных конструкций до светофоров должно быть не менее указанного в таблице.

Скорость движения (км/ч)	Рекламная площадь конструкции (м ²)			
	свыше 18	от 12 до 18	от 6 до 12	менее 6
60				
менее 60	100	60	40	25

25.7. При размещении рекламных конструкций должно учитываться удобство содержания автомобильных дорог и улиц, возможность внедрения средств регулирования организации дорожного движения и их эксплуатации.

25.8. Стойки рекламных конструкций могут быть изготовлены из различных материалов, обеспечивающих высокий уровень безопасности при наездах и достаточную устойчивость при ветровой нагрузке и эксплуатации.

26. Требования к территориальному размещению рекламных конструкций по типам.

26.1. Требования к территориальному размещению типов рекламных конструкций на территории города Бишкек применяются вне зависимости от владельца рекламной конструкции или формы собственности недвижимого имущества, находящегося на территории города.

26.2. В территории соответствующих зон, указанных в настоящих Правилах, входят территории общего пользования, проезжей части, а также недвижимое имущество (здания, сооружения), нестационарные объекты, расположенные в соответствующих зонах.

26.3. В соответствии с настоящими Правилами предусматривается условное деление территории города на нижеуказанные зоны, в пределах которых допускается размещение определенных типов конструкций, установленных для каждой зоны:

- историческая зона №1;
- центральная зона №2;
- второстепенная зона №3;
- периферийная зона №4.

№ зоны	Описание зоны	Допустимые типы рекламных конструкций
1	зона, ограниченная улицами Тоголок Молдо (от ул. Токтогула до ул. М. Фрунзе), М. Фрунзе (от ул. Тоголок Молдо до ул. Ю. Абдрахманова), Ю.	– малоформатные информационные и рекламные конструкции, размещаемые на

	Абдырахманова (от ул. М. Фрунзе до ул. Токтогула), ул. Токтогула (от ул. Ю. Абдрахманова до ул. Тоголок Молдо).	земельных участках и присоединяемые к объектам недвижимости; – рекламные конструкции на объектах инфраструктуры и благоустройства и нестандартной рекламы, кроме проекционных установок и электронных табло;
2	зона, ограниченная проспектом Жибек Жолу (от пр. Манас до ул. Курманжан Датка), улицы Курманжан Датка, Шабдан Баатыра (от пр. Жибек Жолу до ул. Ахунбаева), улица Ахунбаева (от ул. Шабдан Баатыр до пр. Ч. Айтматова), проспекты Манаса, Ч. Айтматова (от ул. Ахунбаева до пр. Жибек Жолу) за исключением I-й зоны.	– все виды рекламных конструкций, размещаемые на земельных участках и присоединяемых к объектам недвижимости, кроме большеформатных и крупноформатных; – все виды рекламных конструкций на объектах инфраструктуры и благоустройства, и нестандартной рекламы.
3	зона, ограниченная ул. Анкара (от ул. Ш. Баатыра до ул. Ауэзова), ул. Ауэзова (от ул. Анкара до ул. Токмакская), ул. Токмакская (от ул. Ауэзова до ул. Калинина), ул. Калинина (от ул. Токмакская до ул. Луганская), ул. Луганская (от ул. Калинина до ул. Лермонтова), ул. Лермонтова (от ул. Луганская до Большой Чуйский Канал (БЧК), БЧК (от ул. Лермонтова до ул. П. Лумумбы), ул. П. Лумумбы (от БЧК до пр. Дэн Сяопина), пр. Дэн Сяопина (от ул. П. Лумумбы до ул. Садыгалиева), ул. Садыгалиева (от пр. Дэн Сяопина до ул. Л. Толстого), ул. Л. Толстого (от ул. Садыгалиева до ул. Д. Садырбаева), ул. Д. Садырбаева (от ул. Л. Толстого до пр. А. Масалиева), пр. А. Масалиева, пр. А. Токомбаева (от ул. Д. Садырбаева до ул. Ш. Баатыра), ул. Ш. Баатыра (от пр. А. Токомбаев до ул. Анкара), за исключением I и II зоны.	– все виды рекламных конструкций, размещаемые на земельных участках и присоединяемых к объектам недвижимости, кроме крупноформатных; – все виды рекламных конструкций на объектах инфраструктуры и благоустройства, и нестандартной рекламы.
4	Территория, ограниченная административными границами города, не описанная в зонах I, II, III.	– все виды рекламных конструкций, размещаемые на земельных участках и присоединяемых к объектам недвижимости; – все виды рекламных конструкций на объектах инфраструктуры и благоустройства, и нестандартной рекламы.

26.4. Размещение в указанных зонах иных типов рекламных конструкций не допускается.

27. Требования при монтажных, демонтажных работах и эксплуатации информационных и рекламных конструкций.

27.1 Работы по монтажу и эксплуатации информационных и рекламных конструкций должны выполняться в соответствии с архитектурно-технической документацией.

27.2. Устройство фундаментов информационных и рекламных конструкций, размещаемых на земельных участках и проведение других земляных работ при их установке проводятся на

основании ордера на производство земляных работ, оформляемого в установленном порядке.

27.3. Сведения о необходимости занятия проезжей части дороги или улицы, или полосы отвода дороги и необходимости временного закрытия или ограничения движения при монтаже информационных и рекламных конструкций должны быть представлены в соответствующее территориальное подразделение по обеспечению безопасности дорожного движения не менее чем за 5 рабочих дней до начала работ.

27.4. Собственник или иной законный владелец конструкции обязан восстановить благоустройство территории и объекта после монтажа или демонтажа рекламных конструкций в сроки:

- не более 2 суток на территориях зон №№1, 2;
- не более 4 суток на территориях зоны №3;
- не более 7 суток на остальных территориях города, не описанных в зонах №№1,2,3.

27.5. Собственник или иной законный владелец конструкции несет ответственность за любые нарушения правил безопасности, а также за неисправности и аварийные ситуации, возникшие из-за нарушения им условий монтажа, демонтажа и эксплуатации информационных и рекламных конструкций.

27.6. В течение трех дней после завершения работ по монтажу информационных и рекламных конструкций собственник или иной законный владелец конструкции обязан информировать уполномоченный орган.

VII. Ограничения, связанные с размещением информационных и рекламных конструкций

28. На территории города Бишкек запрещается размещение и эксплуатация информационных и рекламных конструкций:

- затрудняющих оценку реальной дорожно-транспортной обстановки и имеющей сходство (по внешнему виду, изображению или звуковому эффекту) с техническими средствами организации дорожного движения и специальными сигналами, а также создающей впечатление нахождения на дороге пешеходов, транспортных средств, животных или других предметов, объектов.

- на одной опоре с дорожными знаками, светофорными опорами или любыми иными приспособлениями, предназначенными для регулирования дорожного движения и в створе с ними;

- на аварийно-опасных участках дорог;

- на железнодорожных переездах и ближе 50 м от них, при этом размещение на путепроводах возможно при согласовании с соответствующим органом управления железными дорогами;

- в пределах границ транспортных развязок в разных уровнях, на мостовых сооружениях, под путепроводами, а также на расстоянии менее 50 м от них.

- в пределах треугольников видимости "Транспорт-транспорт" и "Транспорт-пешеход", определяемых в соответствии с действующими государственными стандартами и нормативными актами;

- на дорожных ограждениях и направляющих устройствах;

- на участках улиц и дорог с продольным уклоном более 4%;

- ближе 25 м от остановок маршрутных транспортных средств;

- использование изображения, включающего в себя движущиеся элементы, особенно в случае, если вся реклама или информация не появляется целиком в одно время и тем самым увеличивается время ее прочтения участниками дорожного движения;

- рекламы, а также надписей и изображений о хозяйствующих субъектах, товарах, работах, услугах, торговых объектах и иной подобной информации путем нанесения либо вкрапления, с использованием строительных материалов, краски, дорожной разметки и т. п., в поверхность автомобильных дорог, тротуаров, площадок или стоянки транспортных средств, иных мест движения пешеходов вне зданий;

- на территориях, используемых для цветочного оформления города, а также на тротуарах, если после их установки ширина прохода для пешеходов, а также для осуществления механизированной уборки составит менее 2 метров.

- на наружных (уличных) конструкциях подземных и надземных пешеходных переходов;

- на фасадах зданий консолей, предназначенных для размещения на них сменных рекламных сообщений;

- установка мерцающей подсветки, неприглушенного света, создавать прямые направленные лучи в окна жилых помещений;
- изображений с текстом, информацией не соответствующей требованиям Закона Кыргызской Республики «О государственном языке Кыргызской Республики»;
- над подземными коммуникациями;
- создание препятствий для прохода пешеходов, уборки улиц и тротуаров.
- наклеивание или фиксирование иным доступным способом рекламы и информации, а также афиш, плакатов, графики на столбах, троллейбусных опорах и опорах электроосвещения, заборах, ограждениях, перил, воротах и деревьях.
- замена остекления витрин световыми коробами;
- устройство в витрине конструкций электронных носителей – экранов на всю высоту и (или) длину остекления витрины;
- полное или частичное перекрытие оконных и дверных проемов, витражей и витрин снаружи, кроме случаев размещения объемных букв, логотипов;
- на архитектурных деталях фасадов объектов (в том числе на лоджиях, балконах, колоннах, пилястрах, орнаментах и на лепнине);
- на расстоянии ближе, чем 10 м от мемориальных досок;
- перекрытие указателей наименований улиц и номеров домов;
- вывесок путем непосредственного нанесения на поверхность фасада декоративно-художественного и (или) текстового изображения (методом покраски и иными методами, не предусмотренными данными Правилами);
- вывесок с помощью демонстрации постеров на динамических системах смены изображений (роллерные системы, призматроны и др.) или с помощью изображения, демонстрируемого на электронных носителях (экран, бегущая строка и т.д.)
- иностранных названий в написании кириллицей, так же как кыргызский и русский тексты – латинскими буквами, за исключением случаев, когда текст, товарный знак, логотип или знак обслуживания фирмы зарегистрирован в этом написании;
- транспарантов, перетяжек и растяжек на действующей системе подвесок контактной сети троллейбусов и линий электропередач, размещаемые через проезжую часть улиц, выполненные на мягкой основе;
- конструкций без размещения на них информации или рекламы, за исключением времени проведения работ по смене изображения, но не более 3 часов;
- с нарушением геометрических параметров (размеров);
- с нарушением установленных требований;
- с вертикальным порядком расположения букв на информационном поле;
- выше линии перекрытий между первым и вторым этажами, включая крыши;
- на козырьках зданий;
- полное перекрытие (закрытие) оконных и дверных проемов, а также витражей и витрин;
- на кровлях, кровлях лоджий и балконов и (или) на лоджиях и балконах;
- настенных вывесок одна над другой;
- окраска и покрытие декоративными пленками поверхности остекления витрин;
- вывесок с использованием картона, ткани, баннерной ткани (за исключением афиш);
- вывесок в виде отдельно стоящих сборно-разборных (складных) конструкций - штендеров.
- вывесок на внешних поверхностях объектов незавершенного строительства.

VIII. Демонтаж информационных и рекламных конструкций.

29.1. Уполномоченный орган в случае выявления информационных и рекламных конструкций, не соответствующих установленным требованиям, направляет информацию о выявленных конструкциях в уполномоченный орган по землепользованию и строительству.

29.2. Приведение конструкции в соответствие с установленными требованиями осуществляется владельцем за счет его собственных средств.

Демонтаж конструкции в добровольном порядке осуществляется владельцем конструкции с последующим восстановлением внешних поверхностей объекта, на которых она была размещена, в

том виде, который был до установления конструкции, и с использованием аналогичных материалов и технологий и восстановлением участка с приведением в первоначальное состояние.

29.3. Если конструкция не была демонтирована ее владельцем в добровольном порядке в установленный срок, организация данной информационной или рекламной конструкции в принудительном порядке осуществляется уполномоченным органом по землепользованию и строительству за счет средств бюджета города.

29.4. Уполномоченный орган по землепользованию и строительству организует демонтаж, перемещение на специально организованные для хранения места и дальнейшее хранение.

Уполномоченный орган по землепользованию и строительству после проведения работ по демонтажу информационных и рекламных конструкций, направляет информацию о проведенном демонтаже в уполномоченный орган.

29.5. Хранение демонтированных информационных и рекламных конструкций производится на специально организованных для их хранения местах в течение не более 30 рабочих дней со дня демонтажа с составлением акта вывоза материальных ценностей и акта передачи их на хранение.

Расходы на выполнение работ по демонтажу и хранению подлежат возмещению за счет собственника или иного законного владельца информационной и рекламной конструкции по требованию уполномоченного органа по землепользованию и строительству.

После оплаты собственником или иным законным владельцем конструкции затрат, связанных с демонтажем в принудительном порядке, транспортировкой и хранением конструкции, демонтированные информационные и рекламные конструкции в установленном порядке возвращаются владельцу.

29.6. В случае если в течение 30 рабочих дней с даты демонтажа информационной и рекламной конструкции собственник или иной законный владелец информационной и рекламной конструкции не забрал конструкцию с места хранения, уполномоченный орган по землепользованию и строительству имеет право обратиться в суд с заявлением о признании ее бесхозной.

В случае признания судом невозвратных (брошенных) информационных и рекламных конструкций бесхозными, они переходят в муниципальную собственность.

29.7. Уполномоченные органы мэрии города Бишкек не несут ответственности за состояние сохранности конструкции, оборудованная или иного имущества, находящаяся на конструкции, при ее демонтаже в принудительном порядке и (или) перемещении на специально организованные места для хранения демонтированных конструкций.

IX. Ответственность за нарушение настоящих Правил

30. За размещение и (или) эксплуатацию информационных и рекламных конструкций без разрешения и (или) с нарушением требований нормативных правовых актов в сфере технического регулирования владельцев конструкций несут административную ответственность в соответствии с Кодексом об административных правонарушениях.

31. Ответственность за содержание информационных и рекламных конструкций в ненадлежащем состоянии, за нарушение требований к внешнему виду конструкций и за другие нарушения настоящих Правил возлагается на владельцев конструкций (юридических лиц, должностных лиц и физических лиц) в соответствии с законодательством Кыргызской Республики, Кодексом об административных правонарушениях, другими нормативно-правовыми актами и договором на размещение и эксплуатацию рекламной конструкции на муниципальном имуществе города Бишкек.

Применение мер ответственности не освобождает нарушителей от обязанности устранения допущенных нарушений.

**Анализ регулятивного воздействия
Рассматриваемый НПА:
Положение «О порядке и условиях оформления архитектурно-
технической документации на размещение рекламных и
информационных конструкций и выдачи разрешения на
распространение наружной рекламы и информации на территории
города Бишкек» и «Правила
размещения и эксплуатации информационных и
рекламных конструкций в городе Бишкек»**

Основание для разработки:

Распоряжение мэрии города Бишкек «О создании рабочей группы» от 6 августа 2018 года №151-р,

Сроки проведения Анализа регулятивного воздействия (АРВ):

Начало август 2018 года

Окончание –сентябрь 2018 года

Согласно утвержденной методики АРВ проведен анализ по разделам:

1. Определение проблемы, которую решает существующий НПА
2. Цели и задачи в соотношении с проблемой
3. Правовой анализ проекта НПА
4. Экономический анализ (расчет затрат и выгод)

1. Масштабность проблемы

На основании распоряжения мэрии города Бишкек «О создании рабочей группы» от 6 августа 2018 года №151-р, рабочей группой был проведен анализ регулятивного воздействия проектов:

- Положения «О порядке и условиях оформления архитектурно-технической документации на размещение информационных и рекламных конструкций и выдачи разрешения на распространение наружной рекламы и информации на территории города Бишкек»,

- Правил размещения и эксплуатации информационных и рекламных конструкций в городе Бишкек.

Дерево проблем

Р

Е

К

Л

А

М

А

Развитие рекламного рынка и неукладывающееся законодательство.

Отсутствует систематизация и классификация к требованиям каждого типа рекламной и информационной конструкции

Отсутствуют ограничения и ответственность при размещении и распространении наружной рекламы и информации

Хаотичное и самовольное размещение рекламных и информационных конструкций.

Не предусмотрены требования по монтажу и демонтажу средств наружной рекламы и информации

Отсутствует положение, регулирующее порядок выдачи разрешения на размещение рекламных и информационных конструкций в соответствии с Правилами.

Самым глубинным правовым источником формирования нормативно-правовой основы рекламной деятельности является Конституция Кыргызской Республики от 27 июня 2010 года (с учетом изменений). Каждый имеет право свободно искать, получать, хранить, использовать информацию и распространять ее устно, письменно или иным способом, закрепленное в ст. 33 Конституции Кыргызской Республики, относится к основным правам и свободам человека и гражданина.

Также, статья 42 Конституции Кыргызской Республики от 27 июня 2010 года (с учетом изменений) провозгласила, что каждый имеет право на экономическую свободу, свободное использование своих способностей и своего имущества для любой экономической деятельности, не запрещенной законом. Экономическая свобода и другие указанные в Конституции Кыргызской Республики гарантии не могут быть реальными и сколько-нибудь действенными без создания единой информационной системы рынка. Реклама должна была составить базу такой информационной системы. Но, из всех институтов права рекламу выделяет, самое запоздалое нормативно-правовое регулирование.

Можно выделить несколько относительно самостоятельных периодов становления нормативно-правовой основы рекламной деятельности в Кыргызской Республике. До 1994г. государственно-правовое воздействие на рекламу практически отсутствовало, в законодательстве не содержалось юридических норм, которые бы прямо адресовывались ей.

1994г.-1997г. отмечены фрагментарностью, отрывочностью нормативно-правового регулирования в области рекламы. Характеризуется отсутствием законодательной базы, регулирующей отношения в сфере рекламы; негативным отношением к рекламе большей части населения, вызванным разочарованием в достоверности рекламной информации.

Первым стал Закон Кыргызской Республики «Об ограничении монополистической деятельности, развитии и защите» от 15 апреля 1994 года № 1487, который ввел запрет на рекламу товаров, не отвечающих требованиям качества, расценив их как одну из форм недобросовестной конкуренции.

Далее, закон Кыргызской Республики «О сертификации продукции и услуг» от 02.04.1996г. № 6 установил запрет на рекламу продукции, подлежащей сертификации, но не имеющей сертификата соответствия.

Особое значение имел Закон Кыргызской Республики «О защите прав потребителей» от 10 декабря 1997 года № 90. В нем были предписаны ограничения на рекламу в целях защиты потребителей от противоправной торговой деятельности.

Слабой стороной названных Законов было то, что они не предусматривали сколько-нибудь действенного механизма применения содержащихся в них запретов. Не были созданы системы государственного контроля за рекламной деятельностью, принуждения к соблюдению и исполнению правовых норм, регулирующих эту деятельность.

Нормы, регулирующие рекламную деятельность содержались также в Кодексе Кыргызской Республики «Об административной ответственности» от 4 августа 1998 года № 114, в частности в нем имеются ст. ст.315,316, 317, 318.

Одним из наиболее значимых социально-экономических явлений современного общества и в то же время результатом взаимообусловленных действий участников гражданского оборота является Закон Кыргызской Республики «О рекламе» от 24 декабря 1998 года №155.

В настоящем законе предусматривается защита от недобросовестной конкуренции в области рекламы, предотвращение и пресечение ненадлежащей рекламы, способной ввести потребителей рекламы в заблуждение или нанести вред здоровью граждан, имуществу граждан или юридических лиц, окружающей среде либо вред чести, достоинству или деловой репутации указанных лиц, а также посягающей на общественные интересы, принципы гуманности и морали. Этот закон применяется и в тех случаях, когда действия, совершаемые за пределами Кыргызской Республики юридическими лицами или гражданами в области рекламы, приводят к ограничению конкуренции, введению в заблуждение юридических или физических лиц на территории Кыргызской Республики либо влекут за собой иные отрицательные последствия на рынках товаров Кыргызской Республики. Он распространяется на иностранных юридических лиц, а также на иностранных граждан и лиц без гражданства - индивидуальных предпринимателей, зарегистрированных в установленном порядке, производящих, размещающих и распространяющих рекламу на территории Кыргызской Республики.

Однако, в Законе отсутствуют конкретные нормы, необходимые для регламентирования отношения по размещению рекламных и информационных конструкций и выдаче разрешения на распространения наружной рекламы и информации. К тому же, в законе КР «О рекламе» термины "реклама" и "рекламная информация" используется как синонимы.

Реклама - информация (рекламная информация), распространяемая в любой форме, с помощью любых средств о физических или юридических лицах, товарах, идеях и начинаниях, которая предназначена для неопределенного круга лиц, призвана формировать и поддерживать интерес к этим физическим и юридическим лицам, товарам, идеям и начинаниям, а также способствовать реализации товаров, идей и начинаний.

Особенность рекламы кроется в самом термине, так как **реклама** — происходит от латинского слова «reklamare» — «громко кричать» или «извещать» (в Древней Греции и Риме объявления громко выкрикивались или зачитывались на площадях и в других местах скопления народа). Вместе с тем, рекламу от других видов информации отличает ряд признаков, которые должны присутствовать в совокупности. Она уже внешне в любых своих проявлениях выделяется из иной информации яркостью красок, необычной формой, звуком, способами распространения, с тем, чтобы максимально привлечь к себе внимание тех, на восприятие кого рассчитана.

Поэтому, в предлагаемом регулятивном акте указаны понятие рекламы и информации, порядок оформления и выдачи архитектурно-технической документации на информационные и рекламные конструкции, порядок выдачи разрешения на распространение наружной рекламы и информации, способы размещения и распространения информации и рекламы, виды и требования к размещению информационных и рекламных конструкций, ограничения, связанные с размещением информационных и рекламных конструкций, демонтаж информационных и рекламных конструкций.

К тому же, в последнее время рекламе (информации) как виду профессиональной деятельности придается огромное значение. Ее можно встретить не только на телевидении и радио, а буквально везде – на крупных и мелких баннерах и биллбордах, пилоннах, пилларах на различных сайтах, на столбах, ограждениях и асфальте, внутри зданий и транспортных средств и на них, на автобусных остановках и т.д. Она, является необходимым условием осуществления предпринимательской деятельности, затрагивает интересы миллионов людей, становится неотъемлемой частью их жизни.

В связи с чем, государственное регулирование в сфере рекламы всегда считалось необходимым, особенно в городе Бишкек, так как столица - лицо Кыргызстана, ее благоустройство и внешний вид очень важны.

Как мы видим, в городе техническое и художественно-эстетическое состояние средств наружной рекламы не соответствуют в полной мере требованиям законодательства о рекламе. Со стороны жителей города поступают многочисленные жалобы о неприглядности состояния наружной рекламы и информации на территории столицы. К большому сожалению, до сегодняшнего дня отсутствовали Правила упорядочивающие размещения наружной рекламы и информации. Поэтому предлагаемые проекты направлены на совершенствование правовой базы местного самоуправления г.Бишкек в сфере рекламы.

В настоящее время выдача разрешения на размещение рекламных и информационных конструкций осуществляется на основании Законов Кыргызской Республики «О рекламе», «О градостроительстве и архитектуре», «О местном самоуправлении», «О статусе столицы», Положения «О порядке выдачи документов на проектирование, строительство и иные изменения объектов недвижимости и оценке соответствия вводимых в эксплуатацию завершенных строительством объектов в Кыргызской Республике» утвержденного постановлением Правительства Кыргызской Республики от 30 мая 2008 года № 252.

2. Цели и задачи

В целях усовершенствования нормативно-правовой базы, регуливающей рекламную деятельность, а также для повышения эффективности проводимой работы по упорядочению размещения информационной и рекламной конструкции и распространения наружной информации и рекламы на территории г.Бишкек, разработано Положение о порядке и условиях оформления архитектурно-технической документации на

размещение рекламных и информационных конструкций и выдачи разрешения на распространение наружной рекламы и информации на территории города Бишкек. К этому положению был разработан проект Правил по размещению и эксплуатации информационных и рекламных конструкций в городе Бишкек.

Роль рекламы (рекламная информация) как эффективного механизма регулирования экономических отношений государства и предпринимательской деятельности признается многими странами. Необходимость введение механизма выдачи разрешительной документации было продиктовано временем, с учетом опыта многих стран ближнего и дальнего зарубежья.

В странах-лидерах (Арабские страны, Китай) существуют государственные механизмы регулирования рекламной деятельности, в том числе через разрешения. Через механизм разрешения осуществляется государственный контроль над соблюдением рекламных требований и стандартов.

Возрастающие темпы рекламных и информационных объявлений в городе Бишкек требуют постоянного контроля. Принятие регулятивного акта в большой степени будет отражать интересы, как рядовых граждан, так и города Бишкек в целом. Это является одним из рычагов воздействия для создания необходимых правовых условий для деятельности рекламодателей, потребителей, государственных учреждений, организаций, на едином товарном и трудовом рынке Кыргызстана.

Предлагаемый нормативно-правовой акт не противоречит принципам выдачи разрешения, так как в соответствии с п. 2 Закона Кыргызской Республики «О рекламе» с внесенными изменениями и дополнениями, размещение наружной рекламы на территории городов, айылных аймаков и на другой территории допускается при наличии разрешения органа местного самоуправления, согласованного:

- с соответствующим органом управления автомобильными дорогами, а также с территориальным подразделением государственной автомобильной инспекции - в полосе отвода и придорожной зоне автомобильных дорог;
- с соответствующим органом управления железными дорогами - в полосе отвода железных дорог.

Выдача разрешения не должна содействовать усилению монополизма на рынке либо ограничению свободы предпринимательской деятельности.

Основная цель регулирования через разрешения – приведение порядка в рекламной отрасли, соблюдением субъектами предпринимательства норм и правил.

3. Правовой анализ нормативного правового акта на соответствие вышестоящим нормативным правовым актам и нормам международного законодательства, ратифицированных в установленном порядке.

Регулятивный акт четко определяет объем необходимых документов, требований и ограничений для оформления архитектуры - технической документации далее (АТД) и получения разрешения на распространение наружной рекламы и информации.

6. Обоснование возможности достижения поставленных целей и задач в случае принятия предлагаемого НПА и решения существующей проблемы.

В связи с тем, предлагаемый НПА носит уточняющий и детализирующий характер, реализация данного проекта дополнительных финансовых затрат на субъекты предпринимательства и государство не накладывается.

Выгод:
акта в течение определенного периода времени, сравнение затрат и для применения и контроля за выполнением нормативного правового и выгоды предпринимателей, расчет бюджетных средств, необходимых вовлеченных сторон при принятии нормативного правового акта, затрат (прямых и косвенных) и выгоды (прямых и косвенных) для всех вовлеченных сторон при принятии нормативного правового акта, затрат

5. Проведение экономического анализа метода расчета затрат
есть принять регулятивный акт
законодательство, в сторону дорегулирования и ауторсинга функций, то к совершенной конкуренции — совершенствовать действующее регулирование. Развитие саморегуляции и условий на рынке труда и близких 2. Вторая альтернатива - до развития других инструментов поставленных целей и новых задач.

1. Первая альтернатива - отказываясь от регулирования не решает поставленных целей и новых задач.

4. Описание альтернатив предлагаемого регулятивного акта

территории г. Бишкек.
требований и процедур, применяемых в процессе выдачи разрешения на обеспечение единой политики в сфере рекламы, информации, а также Кыргызской Республики «О рекламе». Настоящее Положение направлено на Вышеуказанные проекты разработки для реализации норм Закона установленного порядка.

нормам международного законодательства, ратифицирующим в Закон Кыргызской Республики «О градостроительстве и архитектуре», правовым актам, как Закон Кыргызской Республики «О рекламе», конструкций в городе Бишкек не противоречат вышеуказанным нормативно-информации на территории города Бишкек»,
- Правил размещения и эксплуатации информационных и рекламных

технической документации на размещение информационных и рекламных конструкций и выдачи разрешения на распространение наружной рекламы и - Положения «О порядке и условиях оформления архитектуры

Проекты:

Для наглядности вышеказанного приводим сравнительную таблицу количества выданных заключений по годам.

№	период	отказано	Оформлено и выдано
	2017г.		391 фсад + 271 рекламные щиты
	2018г	107+212=319 с учетом моратория	108 фсад + 71 рекламные щиты

Анализ показывает, что количество субъектов, желающих получить разрешения на размещение рекламы и информации только увеличивается несмотря на мораторий.

Следует отметить, что использование механизма выдачи разрешительной документации целесообразно, т.к. иные виды регулирования экономических отношений не приносят желаемого эффекта, или попросту не развиты. Развитие рыночной экономики требует от всех участников процесса установления таких правил игры, при которых общественная полезность будет превышать всех интересов, иными словами соблюдение законодательства - необходимое условие для достижения баланса интересов. В предлагаемом НПА отражены предложения, направленные на совершенствование, создание условий для групп субъектов рекламной деятельности на определенных период времени в соответствии с рыночной ситуацией.

Для передачи функций по выдаче разрешения саморегулирующим организациям преждевременно, т.к., во-первых, нет правовой базы, нет соответствующих регламентов, правил и порядка разрешения. Все вышеизложенное указывает о необходимости размещения информации рекламных конструкций и выдачи разрешения на распространение наружной и рекламной информации в соответствии с Правилами и архитектурно-технической документацией.