



**АДМИНИСТРАЦИЯ  
МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ГОРОДА ШИХАНЫ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**П О С Т А Н О В Л Е Н И Е**

От 29.09.2022 № 366

МО город Шиханы

**Об утверждении схемы рекламных конструкций  
на территории МО города Шиханы**

В соответствии с ФЗ от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», постановлением Правительства Саратовской области от 18.09.2013 г. № 485-П «Об установлении предельных сроков, на которые могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы», руководствуясь Уставом муниципального образования города Шиханы, **постановляю:**

1. Утвердить схему размещения рекламных конструкций на территории МО города Шиханы, согласно приложению к постановлению.
2. Постановление администрации ЗАТО Шиханы № 394 от 15.08.2018 «О реализации некоторых положений Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями) признать утратившим силу.
3. Настоящее постановление опубликовать в периодическом печатном издании «Шиханский деловой вестник» и разместить на официальном сайте муниципального образования города Шиханы.
4. Контроль за исполнением постановления возложить на первого заместителя главы администрации.

**Глава муниципального образования  
город Шиханы**

**А.В. Лещенко**

**СХЕМА**  
**РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ**  
**НА ТЕРРИТОРИИ МО ГОРОДА ШИХАНЫ**

г. Шиханы

## **Схема размещения рекламных конструкций на территории МО города Шиханы**

### **1. Сфера применения Схемы**

Настоящая Схема в соответствии с положениями статьи 19 Федерального закона «О рекламе» определяет места размещения рекламных конструкций на территории МО города Шиханы, типы и виды рекламных конструкций, установка которых

допускается на данных местах.

Схема применяется при распространении рекламы с использованием щитов, стенов, электронных табло и иных технических средств наружной рекламы, представляющих собой рекламные конструкции.

Схема применяется в отношении рекламных конструкций, расположенных на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности и на земельных участках независимо от форм собственности на территории, свободной от застройки.

Настоящая Схема устанавливает обязательные для применения и исполнения требования к объектам и субъектам визуально-рекламного регулирования, указанным в настоящей Схеме. Содержащиеся в настоящей Схеме обязательные требования к объектам и субъектам визуально-рекламного регулирования являются исчерпывающими, имеют прямое действие на всей территории МО города Шиханы и могут быть изменены только путем внесения изменений и дополнений в настоящую Схему.

При использовании Схемы предметом регулирования являются вид и местоположение размещения рекламной конструкции.

Схема состоит из:

- пояснительной записки, определяющей виды рекламных конструкций и перечень случаев, при которых требуется внесение изменений в Схему;
- перечня рекламных конструкций;
- карт и иных графических материалов.

На Схеме отображены существующие рекламные конструкции.

### **2. Терминология**

Наружная реклама (рекламные конструкции) - щитовые конструкции, стенды, тумбы, панели-кронштейны, настенные панно, электронные табло, проекционные, конструкции с элементами ориентирующей информации, информирующие о маршрутах движения и находящихся на них объектах, рамы с рекламной информацией и иные технические средства функционально

предназначенные для размещения на них рекламной информации, в том числе на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений и сооружений.

Рекламное поле - поверхность рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы или размещения информации.

Виды рекламной конструкции – классификация рекламных конструкций в зависимости от способа их размещения, площади рекламного поля, конструктивных решений и целей размещаемой информации.

Объект притяжения – предприятие, объект обслуживания населения или торговли, социально значимый объект, остановка общественного транспорта, место проведения общественных или массовых мероприятий, объект культурного наследия.

### **3. Виды рекламных конструкций**

Для целей использования определяются следующие виды рекламных конструкций:

#### **3.1. По способу размещения:**

3.1.1. Отдельно стоящие среднегабаритные – стелы, щиты и электронное табло с длиной наиболее длинной стороны рекламного поля до 6 метров включительно, площадью от 6 до 18 кв. м. К данному виду рекламных конструкций также относятся принятые в рекламной отрасли названия стандартных конструкций щитов– еврощиты, ситиборды, билборды. Расстояние между отдельно размещенными на одной стороне дороги средствами наружной рекламы должно быть не менее 100 м.

3.1.2. Отдельно стоящие малогабаритные — стелы и щиты площадью менее 6 кв.м., знаки информирования об объектах притяжения, афишные тумбы. К данному виду рекламных конструкций также относятся принятые в рекламной отрасли названия стандартных конструкций – сити-форматы, пилларсы. Расстояние между отдельно размещенными на одной стороне дороги средствами наружной рекламы должно быть не менее 30 м.

3.1.3. Отдельно стоящие крупногабаритные – площадью более 18 кв. м на территории МО г. Шиханы ЗАПРЕЩЕНЫ.

3.2. По месту расположения рекламные конструкции подразделяются на следующие типы:

- отдельно стоящие рекламные конструкции - стационарные наземные рекламные конструкции на собственных опорах;
- рекламные конструкции, располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений и сооружений;
- рекламные конструкции, располагаемые на столбах освещения, опорах контактной сети.

3.3. По площади рекламного поля отдельно стоящие рекламные конструкции подразделяются на следующие категории:

- малогабаритные рекламные конструкции с площадью одного рекламного поля (стороны) менее 6 кв. м;

- среднегабаритные рекламные конструкции с площадью одного рекламного поля (стороны) от 6 кв. м до 18 кв. м включительно;
- крупногабаритные рекламные конструкции с площадью одного рекламного поля (стороны) свыше 18 кв. м;

3.4. По высоте размещения рекламного поля отдельно стоящие рекламные конструкции подразделяются на следующие категории:

- рекламные конструкции малой высоты - верхний край рекламного поля расположен на высоте не более 4,5 м от поверхности размещения;
- рекламные конструкции нормальной высоты - верхний край рекламного поля расположен на высоте от 4,5 до 7 м от поверхности размещения;
- рекламные конструкции увеличенной высоты - верхний край рекламного поля расположен на высоте более 7 м от поверхности размещения.

3.5. Под рекламными конструкциями индивидуальных проектов понимаются отдельно стоящие рекламные конструкции, одновременно отвечающие следующим требованиям:

- рекламная конструкция имеет формат, отличный от форматов, перечисленных в пунктах Схемы;
- рекламные конструкции, установленные в непосредственной близости от предприятия и связанные с ним единым архитектурно-пространственным решением;
- рекламные конструкции, предназначенные исключительно для информирования о месте нахождения конкретного предприятия и/или оказываемых им услугах (виде деятельности).

3.6. Под информационными щитами, стендами, тумбами понимаются соответственно рекламные конструкции, удовлетворяющие одновременно следующим условиям:

- щит, стенд, тумба используются для размещения информации, освещающей наиболее важные общегородские проекты, связанные с различными сферами деятельности, значимыми событиями, праздничным оформлением;

Размещение на щите, стенде, тумбе вышеуказанной информации осуществляется на основании разрешения выданного администрацией муниципального образования города Шиханы Саратовской области.

#### **4. Технические характеристики рекламных конструкций**

4.1. Щитовая конструкция, состоящая из фундамента, несущего элемента (опорной стойки), каркаса и рамки может иметь внешнюю или внутреннюю подсветку. Исполнение информационного поля - щит, призматрон или скроллер.

При размещении каркаса щита на существующих арочных конструкциях несущий элемент отсутствует.

Типовые размеры информационного поля (высота × ширина):

- для среднегабаритных рекламных конструкций - 3×6 м, 2,7×3,7 м, 2,5×5 м, 2×3 м;

- для малогабаритных рекламных конструкций - 1×2 м, 1×3 м, 1×1 м.

Допускается количество сторон:

- 1 или 2 для всех видов рекламных конструкций;

- 1 для среднегабаритных конструкций, составленных горизонтально в ряд из щитов площадью 18 кв.м. и менее (не более 8 единиц).

- 3 для мало(средне)габаритных конструкций;

Опорная стойка выполняется из прямоугольной профильной или круглой трубы с геометрическими размерами не менее 300 на 300 мм. Для малогабаритных конструкций - с геометрическими размерами не менее 150 на 150 мм. Нижний край каркаса рекламной конструкции, на котором закрепляется информационное поле, должен располагаться на высоте не менее 4,5 м от поверхности земли для среднегабаритных конструкций, не менее 1 м от поверхности земли для малогабаритных конструкций. Допускается установка конструкции на двух опорных стойках одинакового сечения, с сечением на 40% меньшим, чем для одиночной опоры. Цвет опорной стойки серый.

Фундамент щитовой конструкции не должен возвышаться над поверхностью земли.

4.2. Стела - рекламная конструкция, состоящая из бетонного основания, несущего металлического каркаса и полями для рекламной информации, скрывающих элементы каркаса и крепления. Устанавливается вблизи зданий, мест скопления людей, перекрестков транспортных потоков. В случае установки стел для распространения организациями наружной рекламы часто применяются стелы единого формата для использования одинаковых рекламных постеров на всех конструкциях компании — распространителя наружной рекламы. Может иметь внутреннюю подсветку.

Стела является конструкцией индивидуального исполнения, не имеет типовых размеров.

Фундамент стелы не должен возвышаться над поверхностью земли.

4.3. Пилларс - рекламная конструкция, состоящая из фундамента, несущего каркаса и информационных полей, скрывающих элементы каркаса и крепления. Пилларсы относятся к разряду «уличной мебели», представляя собой круглую либо двух- или трехстороннюю конструкцию.

Имеет защитную прозрачную поверхность и внутреннюю подсветку.

Количество сторон - 2 или 3.

Фундамент пилларса не должен возвышаться над поверхностью земли.

4.4. Знаки притяжения об объектах притяжения устанавливаются и оформляются в соответствии с требованиями ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений».

Размер информационного поля - 1,2×1,8 м.

Опорная стойка - труба диаметром не менее 150 мм и высотой до 5 м.

4.5. Афишная тумба - рекламная конструкция, состоящая из основания, каркаса и информационного поля. Тумба имеет круглое сечение.

Диаметр основания 1200-1400 мм, высота 500 мм. Общая высота конструкции 2,5-3,5 м.

Основание должно иметь соединение с фундаментом, который не должен возвышаться над поверхностью земли.

4.6. Настенное панно – разновидность наружной рекламы, представляющей каркасную конструкцию с рекламным полем, размещенным на стене здания.

4.7 Штендер -мобильная (переносная) конструкция наружной рекламы, которая устанавливается на улице в непосредственной близости от компании-рекламодателя, складная прямоугольная конструкция, имеющая две плоскости для нанесения рекламы конкретной услуги или товара.

### **Требования, предъявляемые к средствам наружной рекламы в соответствии с разделом 5 ГОСТ Р 52044-2003:**

1. Конструкции средств наружной рекламы следует проектировать, изготавливать и устанавливать с учетом нагрузок и других воздействий, соответствующих требованиям [1] - [9] и других нормативных документов.
2. Конструкции средств наружной рекламы должны соответствовать строительным нормам и правилам, другим нормативным документам.
3. Конструктивные элементы жесткости и крепления (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки и т. п.) должны быть закрыты декоративными элементами.
4. Не допускается повреждение сооружений при креплении к ним средств размещения рекламы, а также снижение их прочности и устойчивости.
5. В средствах наружной рекламы используют осветительные приборы промышленного изготовления, обеспечивающие требования электро- и пожаробезопасности. Осветительные приборы и устройства, подключаемые к электросети, должны соответствовать требованиям Правил устройства электроустановок [10], а их эксплуатация - требованиям Правил эксплуатации и техники безопасности [11], [12].
6. При внутреннем или наружном освещении рекламы осветительные приборы и устройства должны быть установлены таким образом, чтобы исключить прямое попадание световых лучей на проезжую часть.
7. Крепление осветительных приборов и устройств должно обеспечивать их надежное соединение с опорной частью конструкции и выдерживать нормативные ветровую, снеговую и вибрационную нагрузки.
8. Средство наружной рекламы должно иметь маркировку с указанием рекламораспространителя и номера его телефона.
9. Не допускается применять знаки информирования об объектах притяжения, изображения которых отличаются от приведенных в приложении А.

## **5. Требования к размещению рекламных конструкций**

Размещение рекламных конструкций регламентируется следующими нормативными документами:

- 1) Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ;
- 2) ГОСТ Р 52044-2003. «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения»;

Допустимые места размещения рекламных конструкций показаны на схеме условным знаком. Точное местоположение рекламной конструкции на местности устанавливается с учетом инженерных изысканий, наличия подземных и надземных сетей, необходимости соблюдения необходимых отступов и интервалов относительно дорожного полотна и объектов капитального строительства.

При размещении рекламной конструкции в придорожной полосе автомобильной дороги (вне населенных пунктов) необходимо получение согласования от обслуживающей организации.

В пределах одной улицы по разные стороны проезжей части рекламные конструкции устанавливаются в шахматном порядке.

Во избежание искажения целостности восприятия архитектуры зданий запрещается установка и эксплуатация на главных фасадах зданий крупноформатных щитовых и баннерных рекламных конструкций рекламы и информации, закрывающих значительную часть фасада здания, остекление витрин и окон, архитектурные детали и декоративное оформление. Предпочтение отдается рекламным конструкциям со сменным рекламно-информационным полем или светодинамическим конструкциям.

Размещение рекламной конструкции на тротуаре не должно затруднять движение пешеходов. При этом ширина пешеходной зоны тротуара определяется из расчета полосы движения пешехода, равной семидесяти пяти сантиметрам, и исчисляется исходя из интенсивности пешеходного движения, определяемой нормативными правовыми актами по безопасности дорожного движения.

В случае применения крепления рекламной конструкции к опоре контактной сети или опоре освещения на кронштейнах, рекламная поверхность такой конструкции не должна быть направлена в сторону проезжей части.

Размещение рекламных конструкций на внешних стенах или крышах зданий, строений и сооружений не должно приводить к ухудшению технического состояния элементов несущих конструкций этих объектов, к которым будут крепиться рекламные конструкции.

### **Правила размещения средств наружной рекламы в соответствии с разделом 6 ГОСТ Р 52044-2003:**

1. Средства наружной рекламы не должны быть размещены в границах коридора безопасности, а также:

- на одной опоре с дорожными знаками и светофорами;
- на железнодорожных переездах, в туннелях и под путепроводами; над

- въездами в туннели и выездами из туннелей;
- на проезжей части;
  - на дорожных ограждениях и направляющих устройствах;
  - на подпорных стенах, деревьях, скалах, не являющихся частью дорожной инфраструктуры, и других природных объектах;
2. Допускается размещения рекламных конструкций на конструктивно выделенных бортовым камнем или защитными ограждениями разделительных полосах, в том числе на газонах, разделяющих транспортные потоки, и центральных частях перекрестков с круговым движением, за пределами границ коридора безопасности, определяемых в соответствии с требованиями к территориальному размещению рекламных конструкций, установленными **приложением Г**.
3. Не допускается размещение рекламы путем нанесения либо вкрапления, с использованием строительных материалов, краски, дорожной разметки и т. п., в поверхность автомобильных дорог и улиц.
4. Средства наружной рекламы размещают с учетом проекта организации движения и расположения технических средств организации дорожного движения.
5. При выполнении работ по монтажу и обслуживанию средств наружной рекламы должны быть соблюдены требования по обеспечению безопасности дорожного движения в местах производства дорожных работ.
6. Фундаменты размещения стационарных средств наружной рекламы должны быть заглублены на 15-20 см ниже уровня грунта с последующим восстановлением газона на нем. Фундаменты опор не должны выступать над уровнем земли более чем на 5 см. Допускается размещение выступающих более чем на 5 см фундаментов опор на тротуаре при наличии бортового камня или дорожных ограждений, если это не препятствует движению пешеходов и уборке улиц.
7. Рекламораспространитель обязан восстановить благоустройство территории после установки (демонтажа) средства размещения наружной рекламы. Демонтаж средств размещения наружной рекламы необходимо проводить вместе с их фундаментом.
13. Эксплуатацию знаков информирования об объектах притяжения проводят в соответствии с **ГОСТ Р 50597**.

На территории МО города Шиханы нет объектов культурного наследия.

На объектах культурного наследия, а также на их территориях не допускается распространение наружной рекламы, в соответствии со статьей 35.1 Федерального закона от 25 июня 2002 года № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (далее – Федеральный закон).

Размещение стационарных рекламных конструкций на незастроенных территориях возможно в пределах отсыпки полотна автодороги (не более 5 м от асфальтового покрытия). При условии отдаления на большее расстояние существует возможность обнаружения объектов археологического наследия. В

этом случае в соответствии с Федеральным законом от 25.06.2002г. № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» необходимо предусмотреть проведение археологических полевых работ (разведок) специализированной организацией, включающих: визуальный осмотр местности, поиски древних предметов на современной поверхности, разведочную шурфовку и зачистку обнажений, а также проведение государственной историко-культурной экспертизы в целях определения наличия или отсутствия объектов, обладающих признаками объекта культурного наследия, на земельных участках, подлежащих воздействию земляных, строительных, мелиоративных, хозяйственных и иных работ»;

При проведении землеустроительных, земляных, строительных, мелиоративных, хозяйственных и иных работ существует возможность обнаружения объектов, обладающих признаками объекта культурного наследия в соответствии со статьей 3 Федерального закона.

В соответствии со ст. 28 Федерального закона в случае, если орган охраны объектов культурного наследия не имеет данных об отсутствии на земельных участках, подлежащих воздействию земляных, строительных, мелиоративных, хозяйственных работ, объектов культурного наследия либо объектов, обладающих признаками объекта культурного наследия, проводится историко-культурная экспертиза в целях определения наличия или отсутствия объектов культурного наследия, либо объектов, обладающих признаками объекта культурного наследия.

В случае обнаружения в ходе проведения проектных, земляных, строительных, мелиоративных, хозяйственных работ, указанных в статье 30 Федерального закона работ по использованию лесов и иных работ объекта, обладающего признаками объекта культурного наследия, в том числе объекта археологического наследия, заказчик указанных работ, технический заказчик (застройщик) объекта капитального строительства, лицо, проводящее указанные работы, обязаны незамедлительно приостановить указанные работы и в течение трех дней со дня обнаружения такого объекта направить в региональный орган охраны объектов культурного наследия письменное заявление об обнаруженном объекте культурного наследия.

## **6. Ограничение по размещению рекламных конструкций**

Запрещено размещение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения.

В охранных зонах электросетей, линий связи, газораспределительных сетей запрещается строительство и размещении любых объектов, в том числе и рекламных конструкций.

Не допускается размещение рекламных конструкций на культовых зданиях, объектах культурного наследия федерального, регионального и муниципального значения.

Не допускается размещение перетяжек, транспарантов-перетяжек на деревьях.

Не допускается размещение рекламных конструкций на стационарных оградах архитектурных ансамблей, парков, скверов, за исключением случаев, когда место размещения рекламы предусмотрено проектом такой ограды.

Не допускается размещение рекламных конструкций, при котором перекрываются перспективы улиц (проспектов), обзор объектов культурного наследия, культовых зданий;

Не допускается размещать средства наружной рекламы ближе 100 м:

- от храмовых сооружений;
- от учреждений культуры, образования;
- от мест общегородских захоронений;
- от мемориальных комплексов и объектов.

## **7. Внесение изменений в схему**

Изменение содержания карт, графических материалов, определяющих вид и место размещения рекламных конструкций, осуществляется по мере необходимости в порядке, установленном Федеральным законом «О рекламе».

Также внесение изменений в Схему требуется в случаях:

- установки новых рекламных конструкций на допустимом месте размещения — внесение изменений в перечень рекламных конструкций (раздел 10);

- дополнения Схемы картами по мере распространения действия Схемы на части территории МО города Шиханы — внесение изменений в раздел 9.

- начала строительства, ввода в эксплуатацию объектов капитального строительства, местоположение которых оказывает влияние на возможность размещения рекламной конструкции или ее эксплуатации — внесение изменений в графические материалы (изменение условного знака на другой вид рекламной конструкции или его удаление) и разделы 9 и 10;

- необходимости корректировки количества и описания видов рекламных конструкций — внесение изменений в раздел 3, графические материалы и разделы 9 и 10 (изменение условного знака на другой вид рекламной конструкции или его удаление).

## **8. Переходные положения**

8.1. Требования к территориальному размещению рекламных конструкций распространяются на рекламные конструкции, размещенные до вступления в силу настоящей Схемы.

8.2. Рекламные конструкции, размещенные с нарушением территориального размещения, нормативных расстояний, или конструкции, находящиеся в ненадлежащем состоянии, должны быть демонтированы в течение одного года с момента вступления в силу настоящей Схемы.

Рекламные конструкции, размещенные с нарушением требований настоящей Схемы, должны быть приведены в соответствие с типоразмерным рядом согласно требованиям Схемы по окончании срока договоров, заключенных до вступления в силу схемы.

8.3. При проведении модернизации или изменении территориального размещения рекламных конструкций, произведенных и размещенных до вступления в силу настоящей Схемы, должны соблюдаться требования настоящей Схемы.

## **9. Состав карт Схемы**

Схема размещения рекламных конструкций на территории МО города Шиханы

## 10. Перечень рекламных конструкций

### 10.1. Перечень отдельно стоящих рекламных конструкций, обозначенных на Схеме размещения рекламных конструкций на территории МО города Шиханы

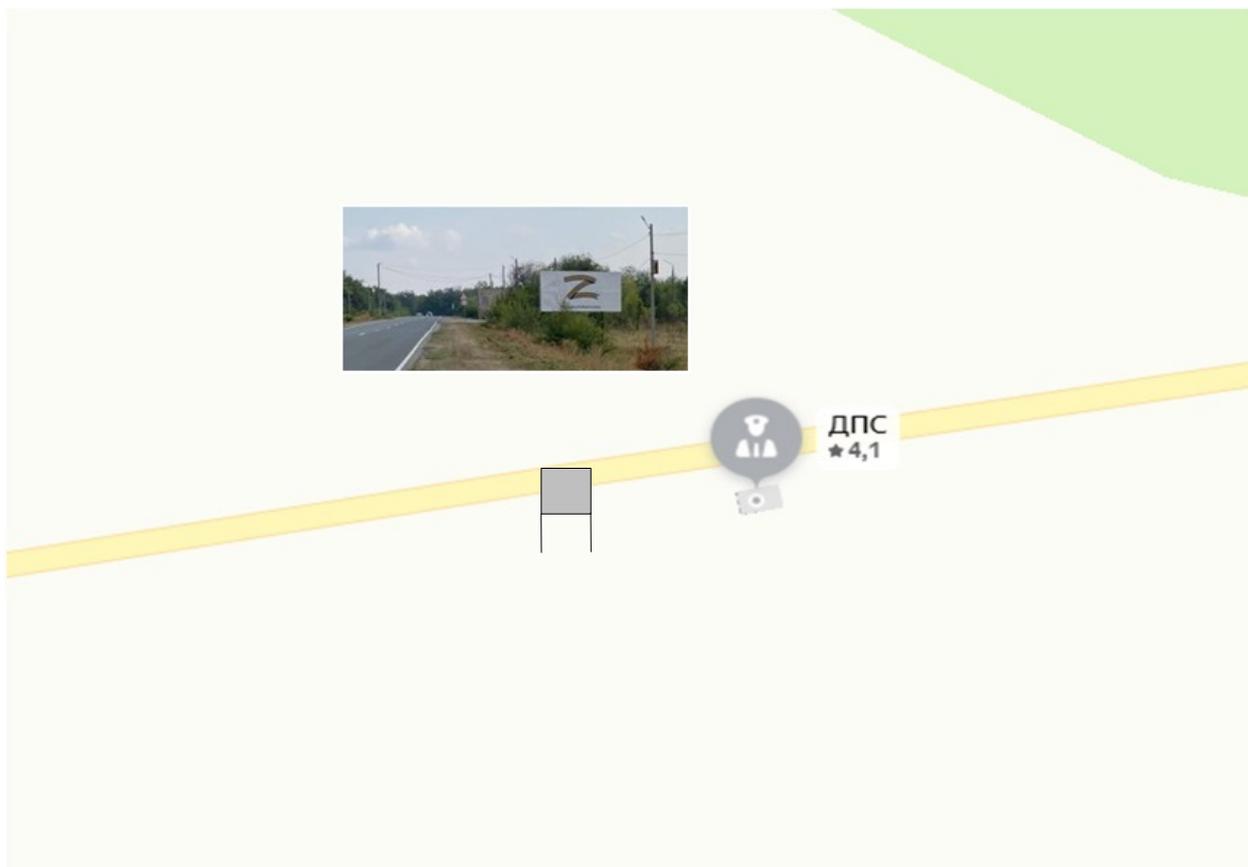




**10.2. Перечень установленных отдельно стоящих рекламных конструкций,  
обозначенных на Схеме размещения рекламных конструкций  
на территории МО города Шиханы**

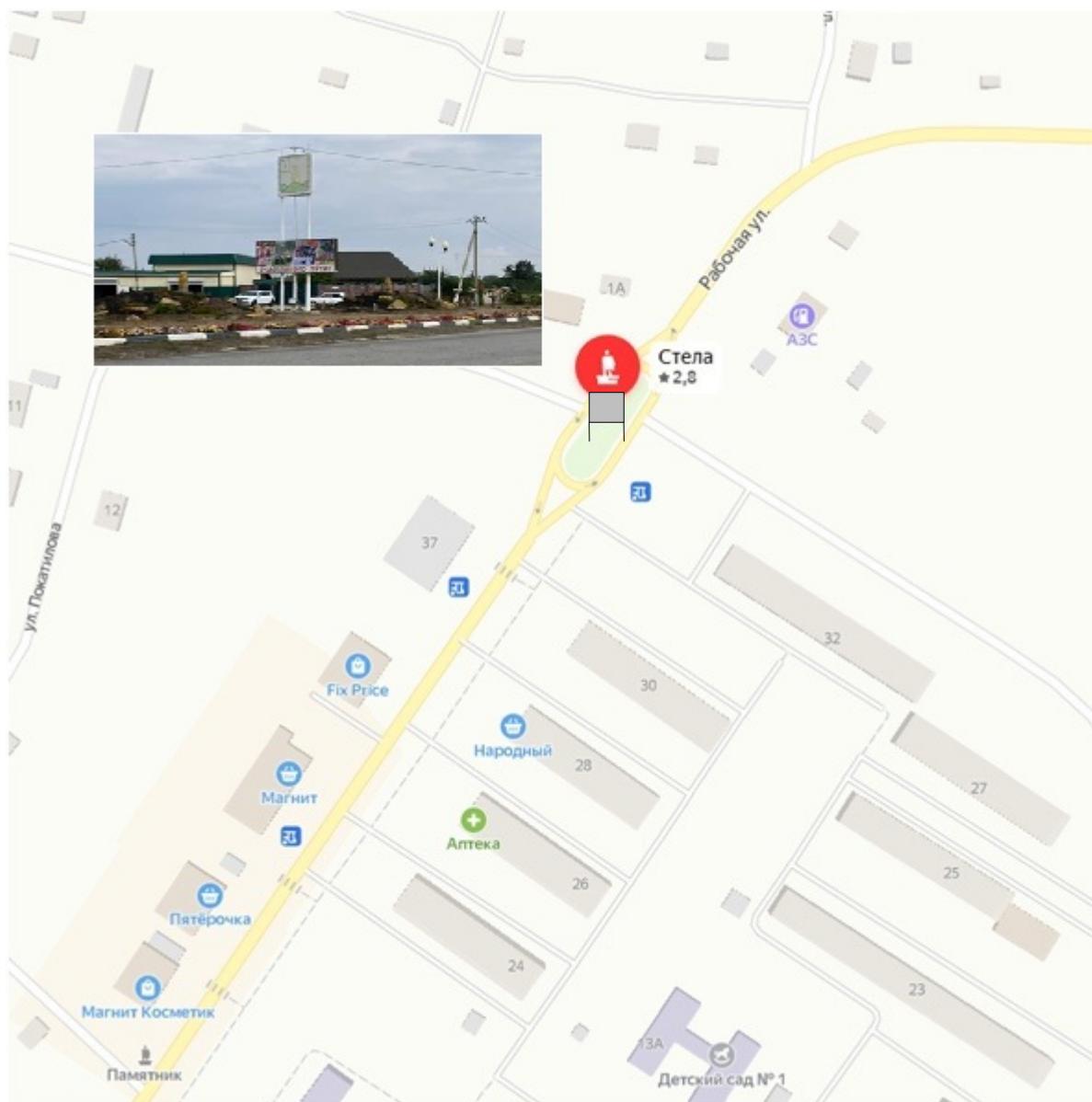
<b>№ на схеме</b>	<b>Вид рекламной конструкции</b>	<b>Местоположение</b>	<b>Размер рекламного поля одной стороны, кв. м</b>	<b>Тип и технические характеристики (В Ш Г)</b>	<b>Вид рекламы</b>
1	Щитовая отдельно стоящая рекламная установка (билборд) индивидуального проекта	Р-н КПП ГИБДД	18	двухсторонняя среднегабаритная конструкция с размером информационного поля 3м×6м	Информационный указатель
2	Щитовая отдельно стоящая рекламная конструкция (билборд) индивидуального проекта	ул. Ленина, кольцевая дорога	5.4	двухсторонняя среднегабаритная конструкция с размером информационного поля 3.6м×1.5м	Информационный щит
3	Щитовая отдельно стоящая рекламная конструкция (билборд) индивидуального проекта	ул. Ленина, р-он д. 35	18	двухсторонняя среднегабаритная конструкция с размером информационного поля 3м×6м	Информационный щит
4	Щитовая отдельно стоящая рекламная конструкция (билборд) индивидуального проекта	ул. Ленина, р-он д. 31	10	двухсторонняя среднегабаритная конструкция с размером информационного поля 2м×5м	Информационный щит
5	Щитовая отдельно стоящая рекламная конструкция (билборд) индивидуального проекта	ул. Ленина, р-он д. 32	10	двухсторонняя среднегабаритная конструкция с размером информационного поля 2м×5м	Информационный щит

**Схема  
размещения рекламных конструкций № 1  
Р-н К ПП ГИБДД**



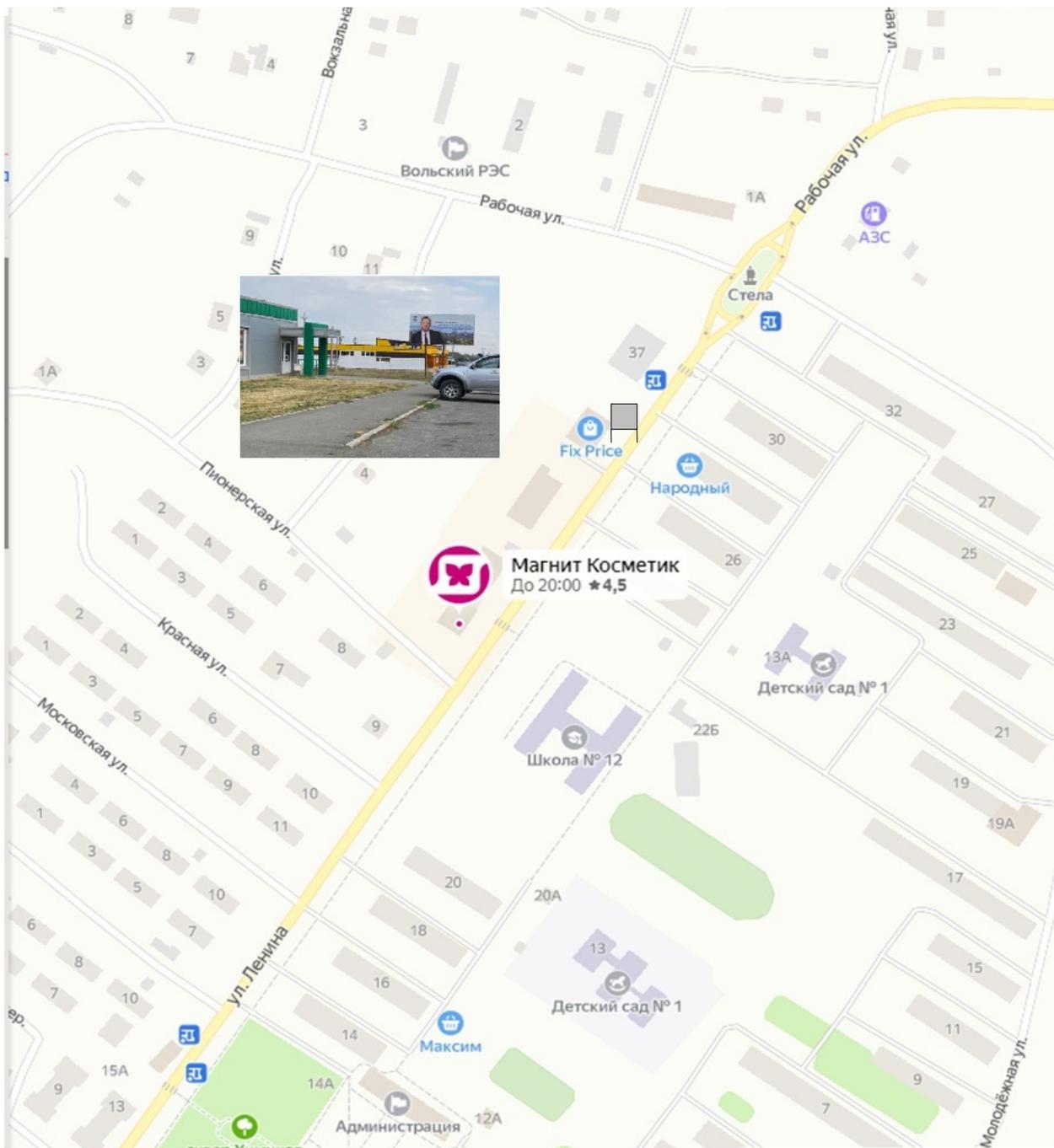
Щитовая отдельно стоящая рекламная установка (билборд) индивидуального проекта:  
двухсторонняя среднегабаритная конструкция с размером информационного поля 3м × 6м.

**Схема  
размещения рекламных конструкций № 2  
ул. Ленина, кольцевая дорога**



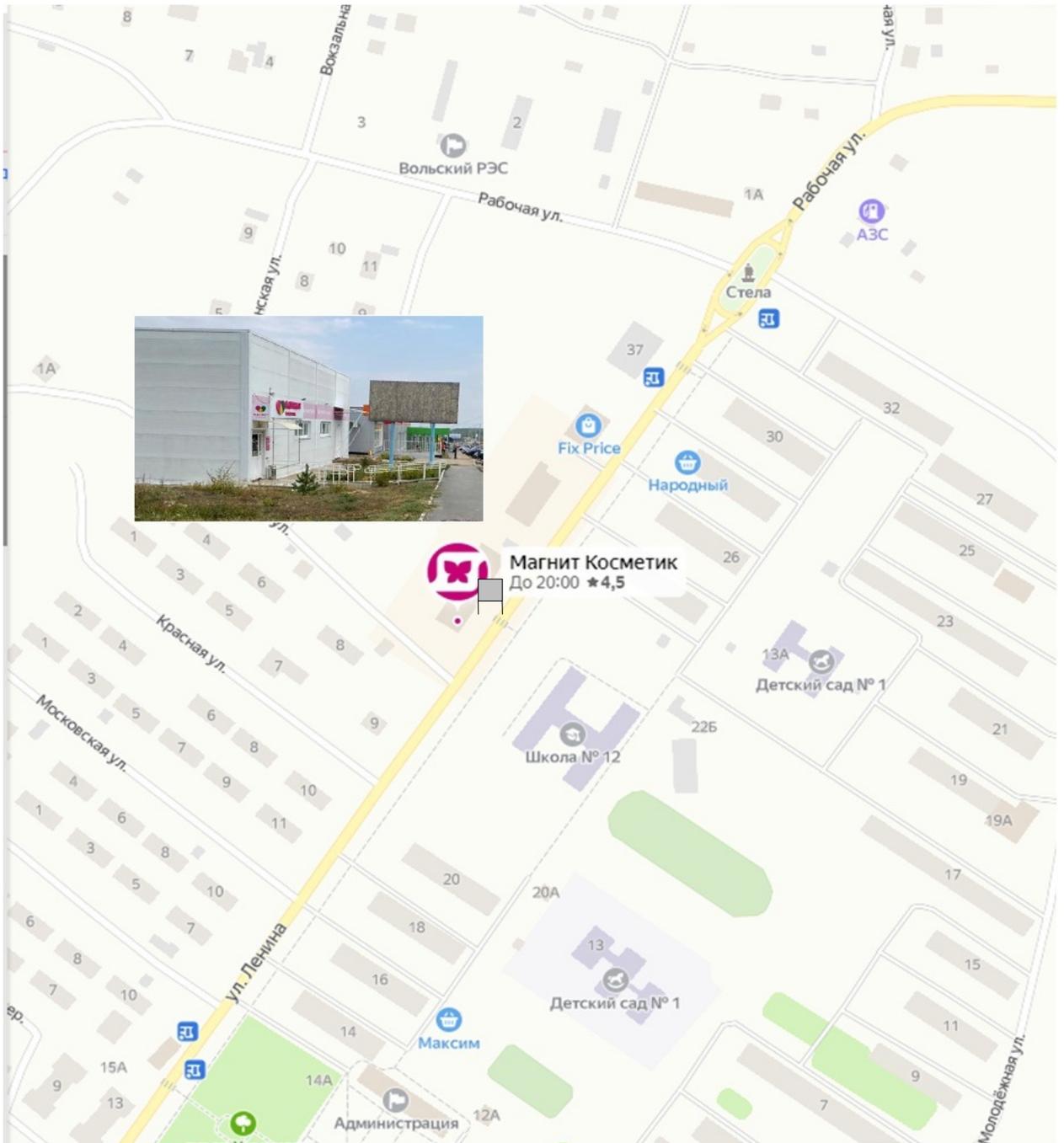
Щитовая отдельно стоящая рекламная установка (билборд) индивидуального проекта:  
двухсторонняя среднегабаритная конструкция с размером информационного поля 3.6м×1.5м.

**Схема  
размещения рекламных конструкций № 3  
ул. Ленина, р-он д. 35**



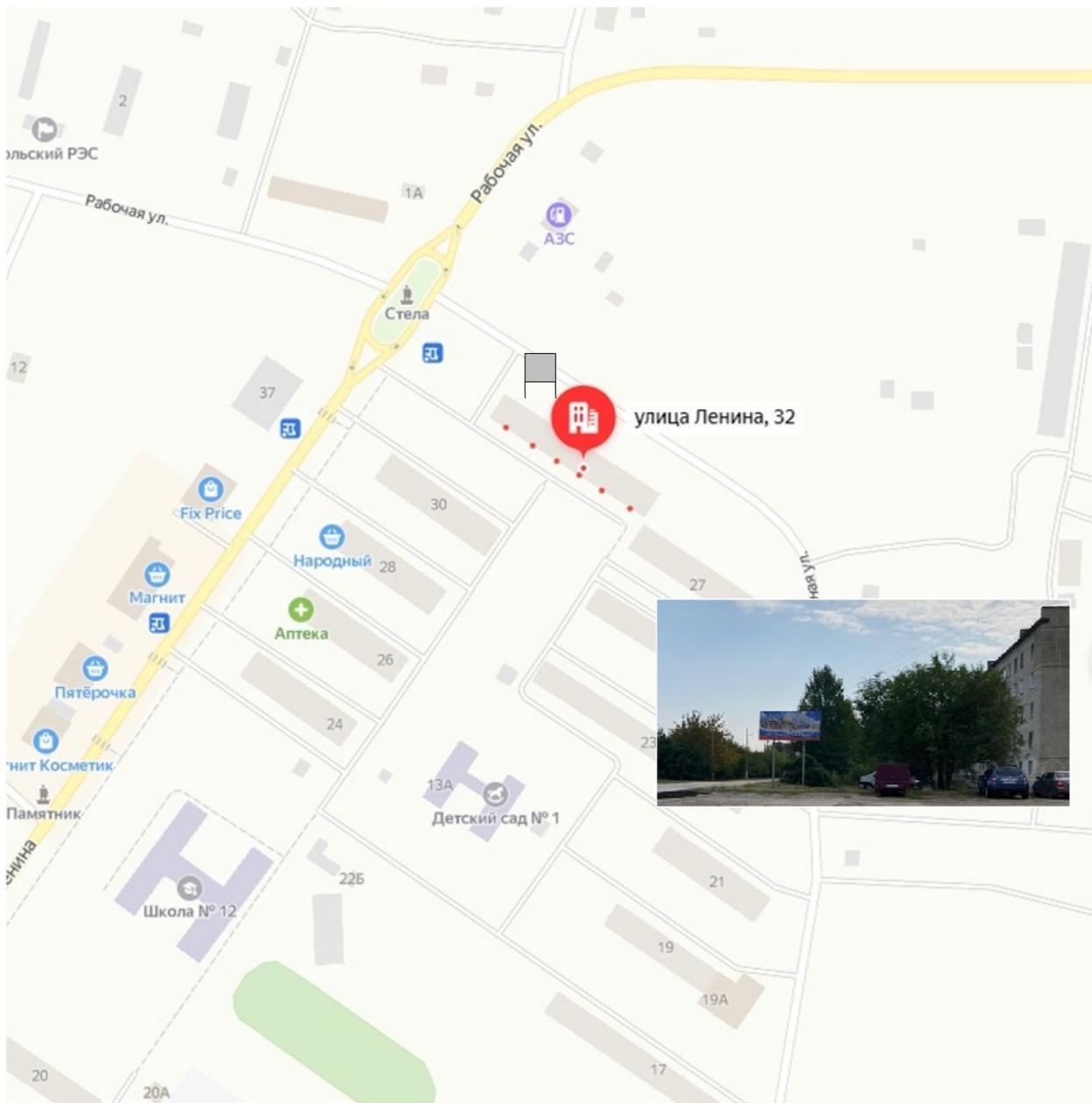
Щитовая отдельно стоящая рекламная установка (билборд) индивидуального проекта:  
двухсторонняя среднегабаритная конструкция с размером информационного поля 3м×6м.

**Схема  
размещения рекламных конструкций № 4  
ул. Ленина, р-он д. 31**



Щитовая отдельно стоящая рекламная установка (билборд) индивидуального проекта: двухсторонняя среднегабаритная конструкция с размером информационного поля 2м×5м.

**Схема  
размещения рекламных конструкций № 5  
ул. Ленина, р-он д. 32**



Щитовая отдельно стоящая рекламная установка (билборд) индивидуального проекта:  
двухсторонняя среднегабаритная конструкция с размером информационного поля 2м × 5м.