

**НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА
НА АВТОМОБИЛЬНЫХ ДОРОГАХ
И ТЕРРИТОРИЯХ ГОРОДСКИХ
И СЕЛЬСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ**

**Общие технические требования
к средствам наружной рекламы.
Правила размещения**

Издание официальное



Москва
Стандартинформ
2009

Предисловие

1 РАЗРАБОТАН Государственным предприятием «РОСДОРНИИ», Главным управлением государственной инспекции безопасности дорожного движения Службы общественной безопасности Министерства внутренних дел России (ГУ ГИБДД СОБ МВД России) и Научно-исследовательским центром Государственной инспекции безопасности дорожного движения Министерства внутренних дел России (НИЦ ГИБДД МВД России)

ВНЕСЕН Техническим комитетом по стандартизации ТК 278 «Безопасность дорожного движения»

2 ПРИНЯТ И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Постановлением Госстандарта России от 22 апреля 2003 г. № 124-ст

3 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

4 ИЗДАНИЕ (май 2009 г.) с Изменениями № 1, 2, утвержденными в июне 2005 г., марте 2009 г. (ИУС 9—2005, 6—2009)

© ИПК Издательство стандартов, 2003
© Стандартинформ, 2009

Настоящий стандарт не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен в качестве официального издания без разрешения Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии

Содержание

1	Область применения	1
2	Нормативные ссылки	1
3	Термины и определения	1
4	Общие требования к наружной рекламе	1
5	Требования к средствам наружной рекламы	2
6	Правила размещения средств наружной рекламы	2
Приложение А	Допустимые пиктограммы и примеры надписей для знаков информирования об объектах притяжения	5
Приложение Б	Допустимые размеры и пропорции знаков информирования об объектах притя- жения.	6
Приложение В	Библиография.	7

(Измененная редакция, Изм. № 2).

**НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА НА АВТОМОБИЛЬНЫХ ДОРОГАХ
И ТЕРРИТОРИЯХ ГОРОДСКИХ И СЕЛЬСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ****Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения**

Outer advertisement allocated alongside of highways and in territories of cities, towns and villages.
General technical requirements concerning means of outer advertisement. Rules of allocation

Дата введения — 2005—09—01

1 Область применения

Настоящий стандарт распространяется на средства наружной рекламы, размещенные на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений.

Стандарт устанавливает общие технические требования к средствам наружной рекламы и правила их размещения, а также требования к знакам информирования об объектах притяжения (раздел 6).

(Измененная редакция, Изм. № 2).

2 Нормативные ссылки

В настоящем стандарте использованы ссылки на следующие стандарты:

ГОСТ Р 50597—93 Автомобильные дороги и улицы. Требования к эксплуатационному состоянию, допустимому по условиям обеспечения безопасности дорожного движения

ГОСТ Р 52289—2004 Технические средства организации дорожного движения. Правила применения дорожных знаков, разметки, светофоров, дорожных ограждений и направляющих устройств

ГОСТ Р 52290—2004 Технические средства организации дорожного движения. Знаки дорожные. Общие технические требования

3 Термины и определения

В настоящем стандарте применены следующие термины с соответствующими определениями:

3.1 — 3.8. (Исключены, Изм. № 2).

3.9 **наружная реклама:** Реклама, распространяемая в виде плакатов, стендов, щитовых установок, панно, световых табло и иных технических средств.

3.10 **средства наружной рекламы:** Технические средства стабильного территориального размещения рекламы.

3.11 **знаки информирования об объектах притяжения:** Знаки, предназначенные для информирования участников дорожного движения об объектах городской инфраструктуры, по приложению А.

(Измененная редакция, Изм. № 2).

3.12 — 3.16. (Исключены, Изм. № 2).

4 Общие требования к наружной рекламе

4.1 Значения фотометрических характеристик элементов изображения наружной рекламы и знаков информирования об объектах притяжения должны быть ниже на 25 % аналогичных характеристик дорожных знаков по ГОСТ Р 52290.

(Измененная редакция, Изм. № 2).

4.2 Наружная реклама не должна:

- вызывать ослепление участников движения светом, в том числе отраженным;
- ограничивать видимость, мешать восприятию водителем дорожной обстановки или эксплуатации транспортного средства;
- иметь сходство (по внешнему виду, изображению или звуковому эффекту) с техническими средствами организации дорожного движения и специальными сигналами, а также создавать впечатление нахождения на дороге транспортного средства, пешехода или какого-либо объекта;
- издавать звуки, которые могут быть услышаны в пределах автомобильной дороги лицами с нормальным слухом.

(Измененная редакция, Изм. № 1).

4.3 Изображения знаков информирования об объектах притяжения приведены в приложении А, размеры знаков — в приложении Б.

(Введен дополнительно, Изм. № 2).

5 Требования к средствам наружной рекламы

5.1 Конструкции средств наружной рекламы следует проектировать, изготавливать и устанавливать с учетом нагрузок и других воздействий, соответствующих требованиям [1] — [9] и других нормативных документов.

5.2 Конструкции средств наружной рекламы должны соответствовать строительным нормам и правилам, другим нормативным документам.

(Измененная редакция, Изм. № 1).

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

5.4 Не допускается повреждение сооружений при креплении к ним средств размещения рекламы, а также снижение их прочности и устойчивости.

5.5 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].

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

5.7 Крепление осветительных приборов и устройств должно обеспечивать их надежное соединение с опорной частью конструкции и выдерживать нормативные ветровую, снеговую и вибрационную нагрузки.

5.8, 5.9. **(Исключены, Изм. № 1).**

5.10 Средство наружной рекламы должно иметь маркировку с указанием рекламодателя и номера его телефона. Маркировка должна быть размещена под информационным полем. Размер текста должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств.

5.11 Не допускается применять знаки информирования об объектах притяжения, изображения которых отличаются от приведенных в приложении А.

(Введен дополнительно, Изм. № 2).

6 Правила размещения средств наружной рекламы

6.1 Средства наружной рекламы не должны ограничивать видимость технических средств организации дорожного движения, уменьшать габарит инженерных сооружений, а также не должны быть размещены:

- на одной опоре, в створе и в одном сечении с дорожными знаками и светофорами;
- на аварийно-опасных участках дорог и улиц, на железнодорожных переездах, в пределах границ транспортных развязок в разных уровнях, мостовых сооружениях, в туннелях и под путепроводами, а также на расстоянии менее 350 м от них вне населенных пунктов и 50 м — в населенных пунктах, непосредственно над въездами в туннели и выездами из туннелей и ближе 10 м от них;
- на участках автомобильных дорог и улиц с высотой насыпи земляного полотна более 2 м;
- на участках автомобильных дорог вне населенных пунктов с радиусом кривой в плане менее 1200 м, в населенных пунктах — на участках дорог и улиц с радиусом кривой в плане менее 600 м;

- над проезжей частью и обочинами дорог, а также на разделительных полосах;
- на дорожных ограждениях и направляющих устройствах;
- на подпорных стенах, деревьях, скалах и других природных объектах;
- на участках автомобильных дорог с расстоянием видимости менее 350 м вне населенных пунктов и 150 м — в населенных пунктах;
- ближе 25 м от остановок маршрутных транспортных средств;
- в пределах границ наземных пешеходных переходов и пересечениях автомобильных дорог или улиц в одном уровне, а также на расстоянии менее 150 м от них вне населенных пунктов, 50 м — в населенных пунктах;
- сбоку от автомобильной дороги или улицы на расстоянии менее 10 м* от бровки земляного полотна автомобильной дороги (бордюрного камня) вне населенных пунктов и на расстоянии менее 5 м* — в населенных пунктах;
- сбоку от автомобильной дороги или улицы на расстоянии менее высоты средства наружной рекламы, если верхняя точка находится на высоте более 10 м или менее 5 м над уровнем проезжей части.

(Измененная редакция, Изм. № 1, 2).

6.2 На автомобильных дорогах нижний край рекламного щита или крепящих его конструкций размещают на высоте не менее 2,0 м от уровня поверхности участка, на котором расположено средство размещения рекламы, а на территории городских и сельских поселений — на высоте не менее 4,5 м.

6.3 Расстояние в плане от фундамента до границы имеющихся подземных коммуникаций должно быть не менее 1 м.

(Измененная редакция, Изм. № 1).

6.4 Удаление средств наружной рекламы от линий электропередачи осветительной сети должно быть не менее 1,0 м.

6.5. (Исключен, Изм. № 2).

6.6 Расстояние от средств наружной рекламы до дорожных знаков и светофоров должно быть не менее указанного в таблице 1.

Т а б л и ц а 1

Разрешенная скорость движения на дороге (улице), км/ч	Площадь рекламного объявления, м ²			
	св. 18	от 15 до 18	от 6 до 15	менее 6
Более 60	150	100	60	40
60 и менее	100	60	40	25

Допускается снижение до 50 % значений расстояний, указанных в таблице 1, при размещении средств наружной рекламы после дорожных знаков и светофоров (по ходу движения).

6.7 В зависимости от площади рекламного объявления расстояние между отдельно размещенными на одной стороне дороги средствами наружной рекламы должно быть не менее приведенного в таблице 1а.

Т а б л и ц а 1а

Место размещения наружной рекламы	Площадь рекламного объявления, м ²		
	св. 18	от 6 до 18	менее 6
В пределах населенных пунктов	150	100	30
За пределами населенных пунктов	200	100	40

* Расстояние до ближайшего края средства наружной рекламы.

6.6, 6.7. **(Измененная редакция, Изм. № 1).**

6.8. **(Исключен, Изм. № 1).**

6.9 Не допускается размещение рекламы путем нанесения либо вкрапления, с использованием строительных материалов, краски, дорожной разметки и т. п., в поверхность автомобильных дорог и улиц.

(Измененная редакция, Изм. № 1).

6.10 Средства наружной рекламы размещают с учетом проекта организации движения и расположения технических средств организации дорожного движения.

6.11 При выполнении работ по монтажу и обслуживанию средств наружной рекламы должны быть соблюдены требования по обеспечению безопасности дорожного движения в местах производства дорожных работ, в том числе по [13].

6.12 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.

6.13 Рекламораспространитель обязан восстановить благоустройство территории после установки (демонтажа) средства размещения наружной рекламы. Демонтаж средств размещения наружной рекламы необходимо проводить вместе с их фундаментом.

6.12, 6.13. **(Измененная редакция, Изм. № 1).**

6.14 Эксплуатацию знаков информирования об объектах притяжения проводят в соответствии с ГОСТ Р 50597.

(Введен дополнительно, Изм. № 2).

Раздел 7. **(Исключен, Изм. № 2).**

Раздел 8. **(Исключен, Изм. № 1).**

ПРИЛОЖЕНИЕ А
(справочное)

Допустимые пиктограммы и примеры надписей для знаков информирования об объектах притяжения



Рисунок А.1

(Измененная редакция, Изм. № 2).

ПРИЛОЖЕНИЕ Б
(справочное)

Допустимые размеры и пропорции знаков информирования об объектах притяжения

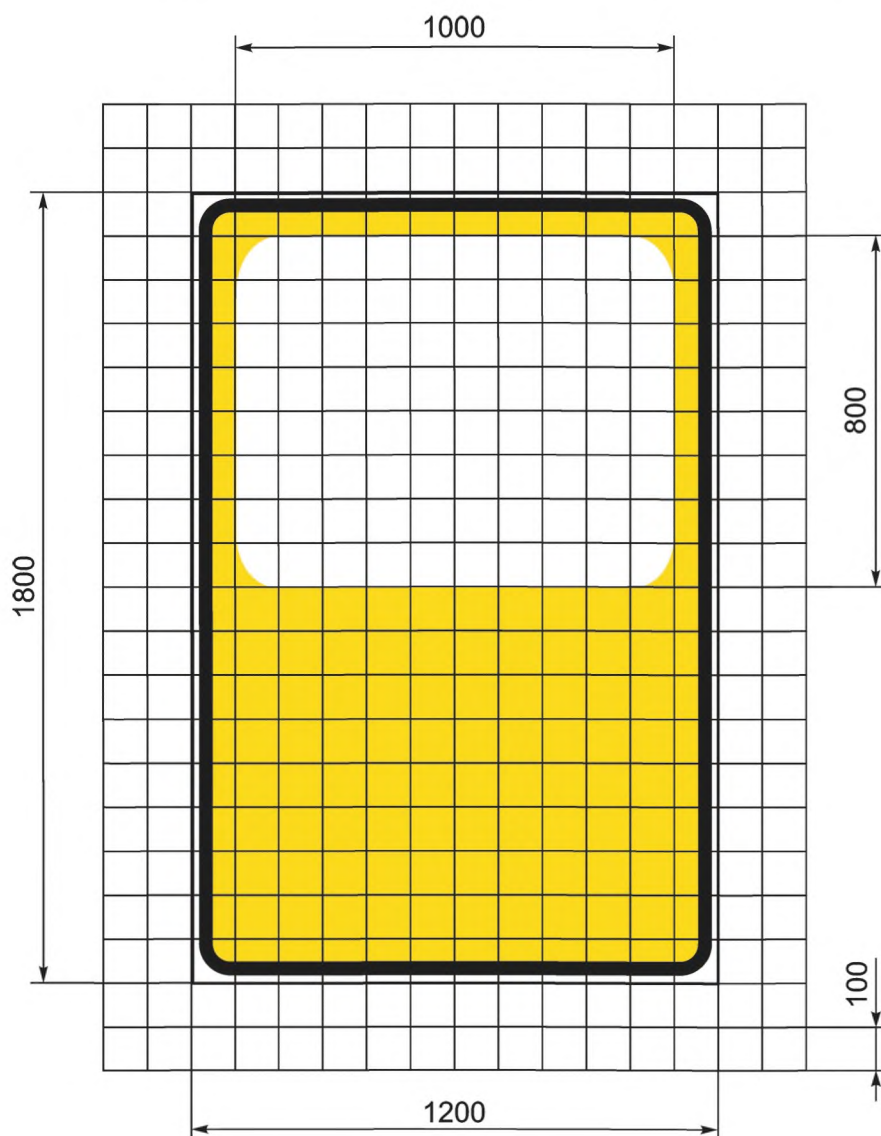


Рисунок Б.1

Примечания

- 1 На знаке допускается указание стрелкой направления движения и расстояния до указываемого объекта, а также телефона, адреса.
- 2 На знаке допускается размещение логотипов и торговых марок указываемого объекта, а также логотипов и торговых марок фирм, продукция которых представлена в указываемом объекте или осуществляется ее сервисное обслуживание.

(Измененная редакция, Изм. № 2).

ПРИЛОЖЕНИЕ В
(справочное)

Библиография

- [1] СНиП 2.01.07—85 Нагрузки и воздействия
- [2] СНиП 2.02.01—83 Основания зданий и сооружений
- [3] СНиП 2.03.01—84 Бетонные и железобетонные конструкции
- [4] СНиП 2.03.06—85 Аллюминиевые конструкции
- [5] СНиП 11-23—81 Стальные конструкции
- [6] СНиП 2.25.07—80 Деревянные конструкции
- [7] СНиП 2.03.11—85 Защита строительных конструкций от коррозии
- [8] СНиП 2.22—81 Каменные и армокаменные конструкции
- [9] СНиП 2.01.02—85 Противопожарные нормы
- [10] Правила устройства электроустановок/Минэнерго СССР. — М.: Энергоиздат, 1985
- [11] Правила эксплуатации электроустановок потребителей. — М.: Энергоатомиздат, 1992
- [12] Правила техники безопасности при эксплуатации электроустановок. — М.: Энергоатомиздат, 1994
- [13] ВСН 37—84 Инструкция по организации движения и ограждению мест производства дорожных работ/Минавтодор РСФСР. — М.: Транспорт, 1985

УДК 625.745.6:006.354

ОКС 03.220.20

Д28

ОКП 52 1700

Ключевые слова: реклама на автомобильных дорогах, безопасность, требования к рекламе и средствам размещения, местам установки, содержанию

Редактор *О.А. Стояновская*
Технический редактор *В.Н. Прусакова*
Корректор *В.Е. Нестерова*
Компьютерная верстка *И.А. Налейкиной*

Сдано в набор 27.04.2009. Подписано в печать 06.05.2009. Формат 60 × 84 ¹/₈. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс.
Печать офсетная. Усл. печ. л. 1,40. Уч.-изд. л. 0,90. Тираж 183 экз. Зак. 300.

ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ», 123995 Москва, Гранатный пер., 4.
www.gostinfo.ru info@gostinfo.ru

Набрано во ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ» на ПЭВМ
Отпечатано в филиале ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ» — тип. «Московский печатник», 105062 Москва, Лялин пер., 6