



Об утверждении правил размещения рекламно-информационной продукции в городе Алматы

Утративший силу

Решение XXII сессии Алматинского городского Маслихата I созыва от 30 сентября 1998 г. Зарегистрировано управлением юстиции города Алматы 18.11.1998 г. за N 25. Утратило силу решением Маслихата города Алматы от 18 ноября 2005 года N 199

В соответствии со статьями 40, 41 Закона Республики Казахстан "О местных представительных и исполнительных органах Республики Казахстан", статьей 3 Закона Республики Казахстан "Об особом статусе города Алматы", пунктом 1 Закона Республики Казахстан "О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан (по вопросам о статусе города Алматы)" Алматинский городской Маслихат I-го созыва

Р Е Ш И Л :

1. Утвердить правила размещения рекламно-информационной продукции в городе Алматы, прилагается.

2. Считать утратившим силу постановление IV-й сессии Алматинского городского Маслихата - Собрания депутатов I-го созыва от 7 февраля 1995 года "О налоге на рекламу".

3. Контроль за выполнением данного решения возложить на постоянную депутатскую комиссию по вопросам науки, образования, культуры, молодежной политики, межнациональных отношений и религии (Алдашев А.А.).

*П р е д с е д а т е л ь
XXII-й сессии Алматинского
городского Маслихата*

I-го созыва

*С е к р е т а р ь
Алматинского городского*

Маслихата I-го созыва

П р и л о ж е н и е к р е ш е н и ю
XXII сессии Алматинского
городского маслихата I созыва
от 30 сентября 1998 года

П р а в и л а

рекламно-информационной

размещения продукции в городе Алматы

Настоящие Правила регулируют отношения, связанные с производством, размещением, распространением наружной рекламы на территории города Алматы.

1. Основные понятия, применяемые в настоящих Правилах

" наружная (визуальная) реклама" - распространяемая в виде плакатов, стендов, световых табло, билбордов, транспарантов, афиш и других объектов размещения рекламы и информации о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях, которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать у них интерес к ним. Не является наружной (визуальной) рекламой рекламно-информационная продукция о предприятии собственника здания, транспортного средства или земли и (или) производимых им товарах и оказываемых им услугах, размещаемая в пределах его собственности и плата не взимается. Любая дополнительная наружная информация (о юридическом или физическом лице, его товарах, идеях и услугах) , размещаемая на объектах собственности других юридических или физических лиц относится к наружной (визуальной) рекламе. Возле учреждений здравоохранения и народного образования (детские дошкольные учреждения, школы и т.п.) рекламно-информационная продукция размещается на расстоянии не ближе ста метров от них .

"Рекламодатель" - юридические и физические лица, являющиеся источником рекламной информации для производства, размещения и последующего распространения рекламы .

"рекламораспространитель" - юридическое или физическое лицо, осуществляющее размещение и распространение рекламной информации (рекламного изображения) путем предоставления или использования имущества (рекламных конструкций, зданий, транспортных средств и т.п.) в том числе технических средств или иным способом.

"Уполномоченный орган" - орган местной исполнительной власти или иное уполномоченное им лицо .

Наружная (визуальная) реклама распространяется в виде рекламно-информационной продукции (объектов) - рекламных конструкций с рекламным изображением или рекламных изображений:

- надкрышные рекламные установки (газосветные, световые, несветовые);
- газосветные и световые рекламные установки на плоскости стен, на кронштейнах, опорах освещения;
- объемно-пространственные рекламные установки (надкрышные, отдельно

с т о я щ и е) ;

- щитовые рекламные конструкции (в том числе отдельно стоящие);
 - рекламные стенды, надписи и изображения в витринах;
 - реклама на вымпелах, мягких полотнищах;
- вывески, объявления, надписи, указатели рекламно-информационного характера (листовка, маломерный плакат) на павильонах остановок общественного транспорта, рекламных тумбах, стендах городской информации, и иных специально приспособленных для этих целей местах;
 - рекламные растяжки на тканях;
 - реклама на воздушных шарах;
- стационарная реклама на внешней стороне транспортных средств;
 - рекламные установки лазерные (по плоскости экрана);
- рекламные установки лазерные (по плоскости экрана) и иные виды рекламно-информационной продукции.

Сноска. Статья 1 - с изменениями, внесенными решением Алматинского городского Маслихата от 11 июня 2003 года.

2. Общие требования к рекламе

2.1. Реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или применения технических средств именно как реклама, непосредственно в момент ее представления, независимо от формы или используемого средства распространения.

2.2. Тексты вывесок и информационных указателей предприятий и организаций, а также рекламной продукции должны быть выполнены в обязательном порядке на казахском и русском языках, а в случае, если указанные предприятия имеют зарегистрированные в установленном порядке логотипы, торговые марки, товарные знаки и названия в иностранном написании, они могут при предъявлении соответствующего документа дополнительно использоваться в оригинальном виде.

Все тексты визуальной информации располагаются в следующем порядке:
слева или сверху - на государственном языке;
справа или снизу - на русском языке, пишутся одинаковыми по размеру буквами.

По мере необходимости тексты визуальной информации могут быть приведены дополнительно и на других языках.

2.3. Не допускается реклама товаров, запрещенных к обороту законодательством Республики Казахстан.

2.4. Реклама не должна побуждать граждан к насилию, агрессии, возбуждать панику, а также побуждать к опасным действиям, способным нанести вред здоровью физических лиц, угрожающих их безопасности.

2.5. Реклама не должна побуждать к действиям, нарушающим природоохранное законодательство.

2.6. Реклама не должна содержать текстовую, зрительную информацию, нарушающую общепринятые нормы гуманности и морали путем употребления оскорбительных слов, сравнений, образов в отношении расы, национальности, профессиональной или социальной категории лиц, возрастной группы или пола, языка, религиозных, философских, политических и иных убеждений.

2.7. Реклама не должна порочить объекты искусства, составляющие мировое или национальное культурное достояние, государственные символы (гербы, флаги, гимны), валюту любого государства, религиозные символы, какие-либо физические или юридические лица, деятельность, профессию и товар.

2.8. Реклама табачных изделий во всех случаях должна сопровождаться предупреждением о вреде курения.

2.9. Рекламно-информационная продукция должна в обязательном порядке подсвечиваться в вечернее и ночное время суток наружным, либо внутренним источником света с соблюдением норм и требований к светотехническому оборудованию.

3. Порядок размещения рекламно-информационной продукции

3.1. Размещение рекламно-информационной продукции на территории города Алматы допускается по разрешению уполномоченного органа.

3.2. Основанием для выдачи разрешения является обращение рекламодателя с приложением эскиза объекта художественного оформления и визуальной рекламы с цветовым решением, схемы места размещения объекта. Уполномоченный орган в течение 15 дней со дня получения указанных документов рассматривает их и принимает решение о разрешении или отказе в размещении рекламной продукции.

3.3. В случае возврата рекламодателю документов на доработку исчисление срока рассмотрения обращения возобновляется.

3.4. Разрешение на размещение рекламно-информационной продукции действительно в течение 30 дней. В случае не размещения объекта разрешение аннулируется и оформляется на другого заказчика в установленном порядке. Срок действия разрешения может быть продлен уполномоченным органом в связи с технологическими причинами.

3.5. Плата за размещение наружной (визуальной) рекламы взимается в порядке определенном Кодексом Республики Казахстан "О налогах и других обязательных платежах в бюджет".

Сноска. Пункт 3.5 - в редакции решения Алматинского городского Маслихата от 11 июня 2003 года.

3.6. Улицы, площади, парки и скверы города распределяются для размещения рекламно-информационной продукции по категориям. Их перечень утверждается решением местного исполнительного органа.

3.7. Разрешение на размещение рекламно-информационной продукции на территориях, занятых памятниками культуры, ритуальными объектами, культовыми зданиями и сооружениями, охраняемыми природными комплексами выдается уполномоченным органом по согласованию с управлениями культуры, экологии и биоресурсов и т.п.

3.8. За нарушение настоящих правил наступает ответственность в соответствии с действующим административным законодательством Республики Казахстан.