

У К Р А Ї Н А

Р І Ш Е Н Н Я

ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ

від « ____ » _____ 2017 року

№ ____

Про затвердження Концепції комплексного впорядкування розміщення зовнішньої реклами та тимчасових споруд для провадження підприємницької діяльності в м. Кропивницькому

Керуючись ст. 140, 146 Конституції України, підпунктом 7 п. «а» частини 1 ст. 30, п. 6 ст. 59 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», виконавчий комітет Кіровоградської міської ради

В И Р І Ш И В:

1. Затвердити Концепцію комплексного впорядкування розміщення зовнішньої реклами та тимчасових споруд для провадження підприємницької діяльності в м. Кропивницькому, що додається.

2. Відділу інформаційно-комп'ютерного забезпечення та відділу по роботі із засобами масової інформації забезпечити оприлюднення даного рішення у найближчому номері офіційного вісника Кіровоградської міської ради «Вечірня газета» та на офіційному сайті Кіровоградської міської ради в мережі Інтернет.

3. Управлінню містобудування та архітектури Кіровоградської міської ради розробити Комплексну програму впорядкування розміщення зовнішньої реклами та тимчасових споруд для провадження підприємницької діяльності в м. Кропивницькому та внести на розгляд Кіровоградської міської ради для затвердження.

4. Контроль за виконанням даного рішення покласти на заступника міського голови з питань діяльності виконавчих органів ради Грабенка О.В.

Міський голова

А. Райкович

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення виконавчого комітету

Кіровоградської міської ради

«_____» _____ 2017 № _____

КОНЦЕПЦІЯ

КОМПЛЕКСНОГО ВПОРЯДКУВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ ТА ТИМЧАСОВИХ СПОРУД ДЛЯ ПРОВАДЖЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В М. КРОПИВНИЦЬКОМУ

Загальні положення

У місті Кропивницькому міський простір перенавантажений рекламними засобами та тимчасовими спорудами торговельного, побутового, соціально-культурного чи іншого призначення для здійснення підприємницької діяльності, які, враховуючи їх кількість та велику конкурентну середу, стають все більш агресивними. Міська зовнішня реклама та візуальна інформація повинні відповідати характеру життєдіяльності людини. Головні вимоги до них – забезпечення ефективної реклами та оперативного орієнтування в лабіринтах вулиць, інформування про місцезнаходження об'єктів, створення образу сучасного міста. В процесі експлуатації громадські простори зазнають певних змін, навіть в межах визначеної конфігурації – змінюються функції, які вони виконують, обладнання для ведення підприємницької діяльності, елементи благоустрою та малі архітектурні форми. Відсоток вільних та доступних територій в місті стає все меншим.

Концепція комплексного впорядкування розміщення зовнішньої реклами та тимчасових споруд для провадження підприємницької діяльності в м. Кропивницькому (далі – Концепція) формує цілі, зміст та напрямки, пріоритети та завдання організації зовнішнього рекламного та естетичного оформлення міста, розміщення тимчасових споруд торговельного, побутового, соціально-культурного чи іншого призначення для здійснення підприємницької діяльності (далі – Тимчасові споруди) разом із визначенням принципів та засобів їх реалізації. Сукупність механізмів їх здійснення становить політику державних органів та органів місцевого самоврядування у сфері розміщення зовнішньої реклами та Тимчасових споруд.

Мета впровадження Концепції

Метою впровадження Концепції є:

- запровадження єдиних процедур при розміщенні Тимчасових споруд;
- створення сприятливих умов для здійснення господарської діяльності у сфері розміщення Тимчасових споруд в комерційних цілях;
- упорядкування елементів міського середовища для подолання проблем безсистемного, хаотичного розміщення та перенасиченості міського простору Тимчасовими спорудами;
- створення передумов для можливості скерованого, прогнозованого розвитку міста за допомогою єдиної електронної бази даних Тимчасових споруд в м. Кропивницькому;
- забезпечення сприятливих умов для жителів міста щодо задоволення дрібних соціально-побутових потреб шляхом користування послугами, які надаються власниками (користувачами) Тимчасових споруд, що спрямовано на підвищення якості проживання, відпочинку та оздоровлення населення;
- планування потреб міста;
- застосування механізмів впливу на розвиток об'єктів інфраструктури міста;

реалізація принципу організаційної єдності для спрощення процедури отримання паспорта прив'язки Тимчасових споруд;

впорядкування розміщення зовнішньої реклами та Тимчасових споруд в м. Кропивницькому;

розроблення та затвердження схем, комплексних схем можливого розміщення рекламних засобів та Тимчасових споруд на території м. Кропивницького;

розробка та затвердження довідника спеціальних конструкцій для розміщення зовнішньої реклами (реklamних засобів) та Тимчасових споруд в місті Кропивницькому (далі – Довідник);

розробка паспортів вулиць;

затвердження етапності приведення розміщення зовнішньої реклами та Тимчасових споруд у місті у відповідність до вимог Довідника, паспортів вулиць, нових форматних зон та схем;

створення на базі містобудівного кадастру міста Кропивницького відкритого для громадськості реєстру існуючих рекламних засобів та Тимчасових споруд, місць їх розміщення, а також місць, де вони можуть бути розміщені;

формування зовнішнього рекламного оформлення міста, яке відповідає сучасним вимогам дизайну, ергономіки, урбаністики та естетики міського простору з урахуванням містобудівних умов, громадсько-політичних і соціально-психологічних чинників, історико-культурних традицій, що створює такі умови життєдіяльності людини в місті, де зовнішня реклама, система візуальної інформації та навколишнє середовище об'єднані в єдиний гармонійний ансамбль;

створення сприятливих умов для збільшення обсягів інвестування у розробку та впровадження найновітніших технологій у зовнішній рекламі;

стимулювання та забезпечення безперешкодного впровадження сучасних світових рекламних технологій;

створення конкурентного середовища у розвитку зовнішньої реклами в місті;

збільшення надходжень до міського бюджету від надання місць, що перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів та Тимчасових споруд;

прийняття порядку розміщення вивісок та табличок у місті;

удосконалення нормативно-правових актів органів місцевого самоврядування, приведення їх у відповідність до чинного законодавства України та даної Концепції.

Концепція як план дій

1. Розроблення та реалізація заходів з організації зовнішнього рекламного оформлення міста та розміщення Тимчасових споруд.

2. Вдосконалення та подальший розвиток нормативно-правової бази організації зовнішнього рекламного оформлення міста та розміщення Тимчасових споруд на території міста Кропивницького.

3. Розроблення та затвердження схем, комплексних схем розміщення рекламних засобів та Тимчасових споруд на території міста.

4. Формування єдиного підходу влади, а також підприємств, організацій, установ і громадян, в тому числі суб'єктів підприємницької діяльності, до питань, що стосуються зовнішнього рекламного оформлення міста та розміщення Тимчасових споруд.

5. Забезпечення економічно ефективного використання місць, що перебувають у комунальній власності, для розміщення Тимчасових споруд.

6. Утримання та ведення бази даних Тимчасових споруд, в тому числі створення, супроводження її програмного забезпечення, технічне та технологічне забезпечення, збереження та захист даних, що в ній містяться.

Розміщення зовнішньої реклами та Тимчасових споруд в місті повинно здійснюватись відповідно до чинного законодавства України, актів Президента України, Кабінету Міністрів України, міської ради, її виконавчих органів та посадових осіб та ін.

Сучасний стан зовнішньої реклами, Тимчасових споруд та проблематика їх розміщення

Зовнішня реклама стала суттєво впливати на зовнішній вигляд міста, його художнє оформлення, а також виконувати містобудівні та архітектурні функції. Вміле використання засобів зовнішньої реклами та інформації поряд із елементами міського дизайну та малими архітектурними формами може суттєво підвищити естетичні якості міського середовища, його інформативність та привабливість. І навпаки, безсистемне за змістом і формою розміщення реклами на території міста без належного урахування оточення, характеру архітектури, забудови, природного ландшафту знижує якість сприйняття міського середовища в цілому.

Слід відзначити, що останні роки характеризуються інтенсивним зростанням ринку реклами, що призводить до візуальної перенавантаженості місцевості низькоякісними рекламними засобами. Крім того, дуже повільно відбувається процес оновлення рекламних конструкцій. Частина з них перебуває в експлуатації багато років, має застарілий дизайн, ненадійну конструкцію, не відповідає сучасним естетичним і ергономічним нормам.

Великоформатні рекламні конструкції, виготовлені з металевого прокату, мають незадовільні естетичні показники, особливо зі зворотного боку. Деякі засоби зовнішньої реклами на території міста розташовані нерівномірно. Вони зосереджені переважно в місцях денної концентрації населення. Не прикрашає місто і завдає значних незручностей хаотичне, з елементами нав'язливості, розміщення малогабаритних виносних рекламних конструкцій (штендерів). Інтенсивний розвиток ринку зовнішньої реклами призводить до спотворення сприйняття мешканцями і гостями міста гармонійного і зручного архітектурного середовища міста.

Безсистемне розміщення зовнішньої реклами та Тимчасових споруд в місті Кропивницькому обумовлено насамперед недостатністю науково-методичних рекомендацій щодо визначення умов їх розташування, відсутністю схем розміщення рекламних засобів в межах міського середовища, проектів

реконструкції рекламних засобів і затвердженого альбому типових конструкцій – засобів зовнішньої реклами, що рекомендуються для розміщення в місті.

На сучасному етапі стає неприпустимою практика грубого порушення норм, що регулюють розміщення зовнішньої реклами в місті, через бажання рекламодавців і розповсюджувачів реклами будь-що встановити засоби зовнішньої реклами у місцях максимального скупчення людей, що погіршує рівень безпеки руху та порушує візуальну цілісність архітектурного середовища і рекламного простору.

Негативно впливає на якість рекламного оформлення міста відсутність єдиних принципів візуальної організації елементів рекламних засобів.

Слід відзначити загальну невідповідність художнього рівня зовнішньої реклами культурно-історичному середовищу міста, майже не використовується художньо-декоративні властивості зовнішньої реклами у формуванні образних характеристик міського середовища.

Ситуація, що склалася останнім часом в місті з розміщенням Тимчасових споруд, окреслила коло проблем, які потребують негайного вирішення. Насамперед, це:

- ймовірність загрози безпеці людей;
- розміщення на шляхах евакуації та інженерних мережах;
- перешкоди в роботі екстрених та комунальних служб;
- захаращення міста;
- непривабливий зовнішній вигляд;
- порушення благоустрою;
- знищення зелених зон;
- відсутність надходжень до міського бюджету від розміщення Тимчасових споруд на території, що перебуває у комунальній власності міста;

- видатки на демонтаж Тимчасових споруд та відновлення благоустрою;
- завдання незручностей мешканцям міста;
- обмеження вільного проходу до зупинок громадського транспорту;
- продаж алкоголю та тютюну біля шкіл та дитячих садочків.

Концепція повинна вирішити проблеми формування інфраструктури, в тому числі й рекламної, адміністративного устрою та соціально-психологічних чинників, а також проблеми в архітектурному середовищі міста із врахуванням містобудівних умов, історичних та природно-географічних аспектів.

Концепція спрямована на те, щоб протягом її реалізації закласти основи і здійснити перехід на якісно новий рівень розвитку зовнішньої реклами та розміщення Тимчасових споруд.

Принципи розміщення зовнішньої реклами та Тимчасових споруд у м. Кропивницькому

У місті Кропивницькому значною мірою збереглася стара забудова (переважно друга половина XIX століття), в тому числі низка культових споруд, рештки російських укріплень, єврейські квартали тощо.

Вже з кінця XVIII століття місто забудовувалось спорудами у стилі класицизму (неокласицизму), однак притаманною рисою нашого міста стало панування наприкінці XIX – початку XX століття стилю модерн як у житловій, так і громадській архітектурі. Значною мірою архітектурне обличчя Кропивницького визначали робочі квартали. Значне місце у композиційній будові центру міста займала Успенська церква, що була знищена комуністами після Другої Світової війни. Зараз на її місці знаходиться будівля міської ради.

За часів СРСР Кропивницький був забудований багатоповерховими адміністративними, громадськими та житловими будинками. У 1970-х роках успіхом місцевих інженерів стала реалізація проекту з упорядкування і забудови міської набережної річки Інгул.

У 2000-х, після тривалої економічної кризи, в місті відновились сфера капітального будівництва.

Місто Кропивницький поєднує у своїй архітектурі різні епохи і періоди існування. Історичний центр є найбільш привабливою частиною міста з точки зору художньої цінності.

За час свого розвитку місто сформувалося як складна просторова система, що утворюється із локальних підсистем з різними візуальними, орієнтаційними, функціональними, соціально-культурними, стилістичними характеристиками планування і забудови.

Для Кропивницького характерними є особливі умови зорового сприйняття рекламних носіїв, які обумовлені специфікою містобудівної та природно-ландшафтної організації планування та забудови міста. На локальному рівні важливим є урахування таких архітектурних деталей та елементів забудови, як стіни, вікна, балкони, еркери, фрагменти декору, входи та вивіски.

Специфічні умови зорового сприйняття засобів реклами обумовлюють особливі вимоги щодо вибору прийомів розташування реклами на пішохідних вулицях, міських транспортних магістралях, зупинках міського транспорту, біля торговельних центрів (ринків), в місцях відпочинку тощо.

Розміщення зовнішньої реклами та Тимчасових споруд в місті Кропивницькому має ґрунтуватись на таких загальних принципах:

урахування соціально-психологічних умов сприйняття рекламних носіїв та Тимчасових споруд;

пріоритету архітектури, оточуючої забудови та її естетичної цілісності; просторової взаємодії рекламних носіїв і оточуючого міського середовища;

відповідності форми, розміру, стильових характеристик, матеріалів, кольорового вирішення, освітлення засобу зовнішньої реклами та Тимчасових споруд архітектурно-просторовим особливостям конкретного місця, його соціально-політичному, історико-культурному та містобудівному статусу;

урахування особливостей зорового сприйняття зовнішньої реклами та Тимчасових споруд учасниками дорожнього руху (водіями, пішоходами, пасажирями міського транспорту і т.д.);

оптимізація розмірів, кількості рекламних носіїв та Тимчасових споруд від периферії до центру міста на основі розроблених та затверджених виконавчим комітетом міської ради схем.

При розміщенні зовнішньої реклами слід виходити із диференціації міського простору в залежності від його місця та ролі в планувальній структурі міста.

Зонування міської території, що пропонується, враховує ефективність розміщення реклами, а також сукупність обмежень історико-культурного, соціально-психологічного, громадсько-політичного, естетичного та архітектурно-містобудівного характеру.

Перша зона (Центральна) - історичний центр міста. Вона характеризується змішаною, досить щільною забудовою та старою архітектурою.

Друга зона (Середня) - територія центру міста за межами історичної частини. Це зона як нової, так і відносно старої забудови, характер архітектурного вирішення якої значною мірою визначається наявністю проспектів. Особливістю даної зони є велика її протяжність і наявність різного за характером архітектурно-ландшафтного оточення, має домінуючі маршрути переміщення переважної більшості людей, обумовлена наявністю установ, магазинів, соціальних і культурних закладів, напрямків руху транспорту.

Третя зона (Периферійна) – територія поза межами першої та другої зон, що характеризується однорідною архітектурою, змішанням багатоповерхових і малоповерхових будинків.

Порядок розроблення та затвердження схем розміщення рекламних засобів, комплексних схем розміщення Тимчасових споруд та їх архітипів

Управління містобудування та архітектури Кіровоградської міської ради надає Кіровоградській міській раді пропозиції з проектами рішень щодо згоди на розроблення схем розміщення рекламних засобів, комплексних схем розміщення Тимчасових споруд та їх архітипів.

Схеми розміщення рекламних засобів, комплексні схеми розміщення Тимчасових споруд та архітипи розробляються за рішенням Кіровоградської міської ради суб'єктом господарювання, який має ліцензію на виконання проектних робіт, або архітектором, який має відповідний кваліфікаційний сертифікат.

Під час розроблення зазначених схем обов'язково враховуються усі вимоги щодо розміщення зовнішньої реклами та Тимчасових споруд, передбачені чинним законодавством України, нормативно-правовими актами органів місцевого самоврядування, та умови, що встановлюються даною Концепцією.

Комплексна схема розміщення Тимчасових споруд розробляється на основі дослідження характеру архітектури оточуючої забудови, а також з урахуванням ергономічних, топогеодезичних (топографічних), містобудівних особливостей міського простору, з метою збереження традиційного

характеру історичного середовища, з урахуванням наявності і концентрації об'єктів культурної спадщини, історико-культурних традицій, специфіки природного ландшафту.

Розробка комплексної схеми розміщення Тимчасових споруд проводиться з дотриманням таких принципів та вимог:

пріоритет архітектури оточуючої забудови та необхідність збереження візуальної цілісності міського простору;

компроміс інтересів територіальної громади міста та осіб, що мають намір розміщувати Тимчасові споруди;

впровадження сучасних технологій виготовлення та розміщення Тимчасових споруд;

використання загальноприйнятих стандартних типів та видів Тимчасових споруд, впровадження типових Тимчасових споруд;

узгодженість кількох розміщених Тимчасових споруд між собою (група Тимчасових споруд);

урахування обґрунтованих пропозицій громадськості, наданих у процесі розробки схем;

урахування товарної спеціалізації Тимчасових споруд.

Комплексна схема розміщення Тимчасових споруд передається управлінням містобудування та архітектури Кіровоградської міської ради на розгляд та затвердження виконавчому комітету Кіровоградської міської ради.

У випадку повернення схеми на доопрацювання, повторний розгляд виконавчим комітетом Кіровоградської міської ради питання про її затвердження відбувається після усунення обставин, що стали підставою для повернення такої схеми на доопрацювання.

У зонах, де передбачено розміщення Тимчасових споруд відповідно до затверджених виконавчим комітетом Кіровоградської міської ради комплексних схем розміщення Тимчасових споруд, забороняється розміщення останніх, які не увійшли до затверджених схем.

До затвердження виконавчим комітетом Кіровоградської міської ради комплексних схем розміщення Тимчасових споруд, розміщення Тимчасових споруд в межах відповідних міських територій відбувається у загальному порядку, визначеному цією Концепцією.

Документація щодо встановлення Тимчасових споруд (паспорти прив'язки Тимчасових споруд), видана до набрання чинності цією Концепцією, дійсна до закінчення її терміну дії. Після закінчення її терміну дії, документація оформлюється в загальному порядку, встановленому цією Концепцією, з урахуванням вимог схем комплексного розміщення тимчасових споруд, у разі їх затвердження.

Вимоги до Тимчасових споруд та порядку їх розміщення

Підставою для розміщення Тимчасових споруд в межах м. Кропивницького є паспорт прив'язки Тимчасових споруд (далі – Паспорт) та договір, який укладається з управлінням містобудування та архітектури Кіровоградської міської ради (далі – Управління). Розміщення Тимчасових споруд без зазначених документів вважається самовільним та забороняється.

Розміщення Тимчасових споруд на територіях зі спеціальним режимом використання (землі природно-заповідного фонду та іншого природоохоронного призначення, оздоровчого, рекреаційного, лісогосподарського та історико-культурного призначення, водного фонду, охоронні, санітарно-захисні зони, зони санітарної охорони, зони особливого режиму використання земель, інші території, спеціальний режим використання яких визначено законодавством України) відбувається згідно з цією Концепцією за погодженням з відповідними органами державного нагляду, необхідність отримання погоджень яких передбачена законами та іншими нормативно-правовими актами України, а також відповідними органами місцевого самоврядування.

Розміщення Тимчасових споруд на території ринку як підприємства торгівлі визначається планувальною документацією території цього ринку або проектною документацією його споруди, погодженою та затвердженою у встановленому чинним законодавством України порядку, та не потребує отримання Паспортів.

Власники (користувачі) Тимчасових споруд є відповідальними за їх утримання у належному експлуатаційному та санітарно-технічному стані.

Роботи з благоустрою прилеглих до Тимчасових споруд територій є обов'язковим заходом при розміщенні споруд та виконуються відповідно до схеми благоустрою, яка обов'язково додається при оформленні Паспортів.

Благоустрій Тимчасових споруд здійснюється з урахуванням вимог використання цієї території відповідно до затвердженої містобудівної документації, цієї Концепції, Правил благоустрою м. Кропивницького, а також встановлених державних стандартів, норм і правил.

Власники (користувачі) Тимчасових споруд зобов'язані підтримувати благоустрій закріпленої та прилеглої до них територій протягом всього терміну дії Паспортів. До прилеглої території відноситься територія навколо Тимчасових споруд, що спеціально обладнана для доступу до них. Межі території також визначаються у Паспортах.

Благоустроєм Тимчасових споруд вважається проведення робіт з улаштування (відновлення) твердого покриття доріг і тротуарів, обладнання пристроями безпеки руху, озеленення, забезпечення зовнішнього освітлення, розміщення контейнерів та урн для сміття, збереження та відновлення зовнішнього вигляду Тимчасових споруд відповідно до умов Паспортів, а також здійснення інших заходів, спрямованих на поліпшення технічного і санітарного стану території, поліпшення комфортності мешкання жителів та гостей міста.

Роботи з благоустрою Тимчасових споруд, які проводяться над або під інженерними мережами та технічними засобами телекомунікації, виконуються з дотриманням умов та нормативів щодо їх безпечної експлуатації.

На прилеглих до Тимчасових споруд територіях забороняється:
складувати тару, матеріали, різні конструкції, відходи;
закопувати будь-які будівельні відходи та складувати будівельні матеріали, конструкції, обладнання;

розміщувати або звалювати не у спеціально відведених для цього місцях відходи, сміття, траву, гілки, деревину, листя та сніг;

посипати тротуари, доріжки, прогулянкові стежки та інші тверді покриття хімічними препаратами, не дозволеними для такого використання;

самовільно влаштовувати відкриті (літні) майданчики. Під самовільним влаштовуванням відкритого (літнього) майданчика згідно з цією Концепцією розуміється влаштування літнього майданчика без оформлення Паспорта та без укладання відповідного договору з управлінням містобудування та архітектури Кіровоградської міської ради, а також за відсутності документів на оренду відповідної земельної ділянки згідно з її цільовим призначенням або документів на право власності на таку земельну ділянку;

здійснювати інші дії, які можуть негативно вплинути на стан благоустрою міста.

На дахах Тимчасових споруд забороняється складування тари, матеріалів, різних конструкцій та відходів.

Власники (користувачі) Тимчасових споруд обов'язково повинні передбачити заходи щодо запобігання пошкодженню об'єктів благоустрою, укласти угоди на вивезення відходів, контролювати постійне прибирання закріплених і прилеглих територій та своєчасне вивезення вмісту належних власникам (користувачам) Тимчасових споруд контейнерів та урн для сміття, доглядати за газонами та зеленими насадженнями, якщо такі є на закріпленій території.

Власники (користувачі) Тимчасових споруд зобов'язані проводити (за необхідності, але не менше одного разу на рік) ремонтні роботи з відновлення їх зовнішнього вигляду згідно з Паспортами.

Холодильне та інше обладнання, що розміщується поряд з Тимчасовими спорудами, необхідне для забезпечення санітарних заходів чи дотримання вимог санітарних норм, не потребує отримання будь-якого дозволу. При цьому загальна площа, яку займає таке обладнання, не може перевищувати 25 % площі цієї Тимчасової споруди, а обладнання має розміщуватися поряд зі спорудою. Таке обладнання розміщується з урахуванням вимог Правил благоустрою міста Кіровограда.

Розміщення стаціонарних Тимчасових споруд під час проведення ярмарків, відзначення державних свят, міських святкових та пам'ятних дат, урочистих масових заходів забороняється. Розміщення пересувних Тимчасових споруд на строк проведення таких заходів, але не більш ніж на три місяці, здійснюється на підставі розпорядження міського голови.

При розміщенні Тимчасових споруд враховуються всі наявні планувальні обмеження, передбачені будівельними нормами.

Основні вимоги до засобів зовнішньої реклами та їх місць розміщення. Естетичні вимоги

Сучасні естетичні тенденції щодо розміщення рекламних засобів характеризуються дбайливим ставленням до міської інфраструктури. Рекламні засоби не повинні руйнувати візуальну цілісність інфраструктури та сформовані образні характеристики навколишнього середовища. Збереження зовнішнього вигляду архітектурно-історичних пам'яток, ансамблів, вулиць, площ, будівель,

ландшафтно-паркових зон повинно бути домінуючим чинником в заходах зі створення та розміщення зовнішньої реклами та тимчасових споруд для провадження підприємницької діяльності в місті.

Рекламні засоби повинні покращувати естетичні показники міського середовища, гармонійно доповнювати його художню виразність. Центральна частина міста не повинна візуально перенавантажуватися носіями зовнішньої реклами великих розмірів. Габарити будівель та міжбудинковий простір в центрі міста не дозволяють встановлювати великі окремо розташовані рекламні носії, які доцільно розміщувати в районах без щільної забудови, не порушуючи сформованих масштабних характеристик архітектурних ансамблів.

При цьому великогабаритні або великоформатні засоби зовнішньої реклами (розміром рекламних площин 3,0 x 6,0 м та більше, інші подібні конструкції) повинні мати дві інформаційні площини або ж мати декоративно оформлений зворотний бік. Фундаменти засобів зовнішньої реклами, у разі можливості, повинні бути заглибленими, а у випадку розміщення на тротуарах - декоративно оформленими.

Засоби зовнішньої реклами, особливо великоформатні, повинні мати декоративно закриті технологічні елементи (місця з'єднань різних частин конструкції, силові елементи опор, торцеві поверхні, елементи кріплення освітлювальної арматури, місця з'єднання з фундаментом).

Забороняється використання великоформатних засобів зовнішньої реклами з декількома рекламними поверхнями, розташованими в одній площині зору.

З метою упорядкування розташування великоформатних носіїв зовнішньої реклами необхідно розробити повуличні проекти і схеми, метою яких є приведення таких рекламоносіїв до загального конструктивного рішення і розміщення їх відповідно до особливостей міського простору на одному рівні від горизонтальної поверхні ґрунту (дорожнього покриття), на однаковій відстані від доріг.

У центральних та щільно забудованих районах міста для окремого розташування слід використовувати сучасні світлові малогабаритні конструкції зі стаціонарним або динамічним інформаційним полем.

Розміщення зовнішньої реклами (у тому числі на дахах) не повинно вступати у візуальний конфлікт з архітектурою міста. Слід вкрай обережно ставитись до змінення вигляду фасадів: максимально використовувати можливості вітринної реклами, а не перекривати частини фасадів і вікна будинків засобами тематичного оформлення (фальш-панелі, банери тощо).

Конструктивні елементи засобів зовнішньої реклами повинні бути виконані на високому професійному та технологічному рівні. Кожен елемент (опора, кронштейн, елемент фіксації тощо) повинен бути складовою цілісного естетичного вигляду рекламного носія.

Прив'язка рекламних носіїв до конкретної зони міського середовища потребує аналізу її функціонального насичення, архітектурно-просторових характеристик, умов зорового сприйняття.

Кожен елемент зовнішньої реклами повинен нести естетичне навантаження відповідно до сучасних культурних норм.

Ергономічні вимоги

Сприйняття інформації людиною повинно проходити без зайвого фізіологічного та психоемоційного навантаження, комфортно, що є головною ергономічною вимогою до функціонування зовнішньої реклами.

Неприпустимі "агресивно-атакуючі" методи впливу (такі як встановлення рекламних носіїв близько один від одного, з повторюваними зображеннями та текстами, дублювання рекламної інформації різними рекламними засобами, розташованими поруч) призводить до локальної візуальної перенасиченості рекламою і, у той же час, її неефективності через психоемоційну напруженість людини і внаслідок цього – негативне сприйняття інформації.

Загальні ергономічні норми до засобів зовнішньої реклами призначені забезпечити умови комфортного сприйняття інформації в умовах дорожнього руху і відповідати психофізіологічним можливостям людини, а саме відстань між великоформатними рекламними засобами, встановленими один за одним вздовж проїжджої частини вулиць і доріг, повинна бути не менше двократною відстані між сусідніми опорами контактної мережі (зовнішнього освітлення); відстань між сіті-лайтами (рекламні засоби розміром площини 1,2 x 1,8 м), встановленими один за одним, повинна бути не менше однократною відстані між сусідніми опорами.

Експлуатаційні вимоги до рекламних засобів

Надійне та безпечне функціонування засобів зовнішньої реклами повинно забезпечуватись:

досконалістю конструктивного рішення (у тому числі із застосуванням антивандальних матеріалів) та його якісним виконанням. Для встановлення та розміщення великоформатних рекламних засобів, рекламних засобів з даховою установкою, розповсюджувачем зовнішньої реклами надається конструктивне рішення у вигляді документації, підписаної та скріпленої печаткою розробника, який має відповідний сертифікат або інший документ, що підтверджує право на виконання даного виду робіт. Конструктивне рішення у даному випадку повинно містити ескіз рекламного засобу, його креслення із зазначенням основних габаритних розмірів, вузлів кріплення, даних про застосовані матеріали, про під'єднання до інженерних мереж, інженерні розрахунки щодо забезпечення механічного опору і стійкості рекламного засобу, умови дотримання встановлених вимог ДСТУ, ДБН та необхідних нормативно-правових документів, інші технічні характеристики. До складу зазначеної документації за необхідності входить топогеодезичний (топографічний) знімок місцевості (М 1:500) з нанесеними на ньому місцем розміщення рекламного засобу, існуючих інженерних комунікацій та прив'язкою до існуючих об'єктів місцевості;

зручністю і безпекою проведення ремонтних і експлуатаційних робіт рекламних засобів;

стійкістю конструкційних матеріалів, фарб та покриттів рекламних носіїв до впливу атмосферних умов на весь термін експлуатації;

розміщенням рекламних засобів у відповідності до вимог чинного законодавства України, Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому, з додержанням вимог щодо забезпечення механічного опору, безпеки експлуатації, безпеки для життя і здоров'я людей, вимог пожежної безпеки, із забезпеченням видимості дорожніх знаків, світлофорів, перехресть, пішохідних переходів, зупинок транспорту загального користування та не відтворювати зображення дорожніх знаків, з урахуванням забудови, охоронних зон історичної частини міста, благоустрою території міста та природного ландшафту та інших містоутворюючих факторів;

розміщенням малогабаритних переносних або виносних рекламних засобів (розміром рекламної площини не більше 1,0 x 1,2 м) у безпосередній близькості від місць реалізації товарів, виконання робіт та/або надання послуг, що рекламуються на таких рекламних засобах, у робочі години відповідних закладів у спосіб, що не повинен перешкоджати вільному руху пішоходів.

Рекламний засіб, матеріали, які використовуються при його виготовленні, повинні відповідати сучасним вимогам якості, дизайну та екологічної безпеки.

Екологічні та санітарно-технічні вимоги

Забороняється розміщення засобів зовнішньої реклами на територіях пам'яток садово-паркового мистецтва, парків, на квітниках. При розміщенні засобів зовнішньої реклами на газонах необхідно забезпечити повне відновлення трав'яного покриву.

Стаціонарні засоби зовнішньої реклами не повинні розміщуватись у місцях, де їх встановлення та експлуатація завдає шкоди природному середовищу міста.

Великоформатні рекламні засоби повинні розміщуватись біля дерев і чагарників таким чином, щоб не було перешкод для подальшого вільного і безперешкодного обслуговування зелених насаджень та засобів зовнішньої реклами.

Не допускається розміщення засобів зовнішньої реклами, що є джерелами вібрації, світлових, електромагнітних та інших випромінювань чи полів, з порушенням діючих санітарних норм поблизу житлових приміщень. Освітлення елементів інформації повинно бути рівномірним, без засліплюючих та затемнених частин інформаційного поля. Перед встановленням таких рекламних засобів їх власник надає управлінню містобудування та архітектури Кіровоградської міської ради висновки служб, органів і т.п. про відповідність рекламного засобу встановленим санітарним нормам.

Рекламний засіб, матеріали, які використовуються при його виготовленні, повинні відповідати сучасним вимогам якості, дизайну та екологічної безпеки.

**Плата за користування місцями,
які перебувають у комунальній власності,
для розташування рекламних засобів та Тимчасових споруд**

Плата за користування місцями, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів та Тимчасових споруд є основним джерелом надходжень до міського бюджету від розміщення зовнішньої реклами та Тимчасових споруд. На розмір такої плати безпосередньо впливають тарифи, зональність, коригувальні коефіцієнти та інше.

Слід зазначити, що зважене і об'єктивне встановлення зон, тарифів і коригувальних коефіцієнтів та ін. надасть можливість збільшити дохідну частину міського бюджету від розміщення зовнішньої реклами та Тимчасових споруд, а також створити сприятливі умови для інвестування.

Тариф є базовим розміром плати, встановлюється для кожної зони розміщення зовнішньої реклами та Тимчасових споруд.

Встановлення тарифів має здійснюватися на:

всєбічному і глибокому вивченні українського і європейського ринків зовнішньої реклами, тенденцій їх розвитку;

аналізі динаміки формування цін і тарифів у населених пунктах з приблизною кількістю населення міста Кропивницького;

локальному підході до характеристики кожної зони розміщення рекламних засобів.

**Вимоги до організації зовнішнього рекламного оформлення міста та
розміщення Тимчасових споруд**

Виходячи з аналізу об'єктивних факторів, що склались у процесі рекламної діяльності в місті Кропивницькому за останні роки, враховуючи необхідність прив'язки рекламних носіїв та Тимчасових споруд до конкретних умов міського середовища з урахуванням тенденцій територіального розміщення засобів зовнішньої реклами та інформації, а також особливостей зонування території міста за історико-культурними та типологічними ознаками планування та забудови, Концепція пропонує нижченаведені вимоги до організації зовнішнього рекламного оформлення міста та розміщення Тимчасових споруд.

Перша зона (Центральна) обмежується наступними вулицями, провулками, проспектами, бульварами, площами і т.д.:

вул. Академіка Тамма;

вул. Архітектора Паученка;

вул. Архангельська;

вул. Арсенія Тарковського;

площа Богдана Хмельницького;

пров. Василівський;

просп. Винниченка;

вул. Велика Пермська;

вул. Велика Перспективна;

вул. Верхня Биковська;
 вул. Віктора Чміленка (в обидва боки від вул. Великої Перспективної до вул. Кавалерійської та вул. Кропивницького);
 вул. Вокзальна;
 вул. В'ячеслава Чорновола;
 вул. Гагаріна;
 площа Героїв Майдану
 вул. Гоголя;
 вул. Дворцова;
 вул. Євгена Маланюка;
 вул. Євгена Чикаленка;
 вул. Євгена Тельнова;
 вул. Олексія Єгорова;
 вул. Ельворті;
 вул. Кавалерійська;
 вул. Леоніда Куценка;
 вул. Михайлівська;
 вул. Набережна;
 вул. Острівська;
 вул. Полтавська;
 вул. Преображенська (від вул. Шульгиних до вул. Пашутінської);
 вул. Пушкіна;
 вул. Соборна;
 Студентський бульвар;
 площа Соборна;
 вул. Тараса Карпи;
 пров. Училищний;
 вул. Шевченка.

Вимоги до організації зовнішнього рекламного оформлення міста Кропивницького та розміщення Тимчасових споруд у першій зоні

Перелік вимог:

урахування історичної та художньої цінності ансамблів та окремих споруд;

розміщення виключно малоформатних носіїв сучасної конструкції (типу «сіті-лайт», інших малоформатних рекламних засобів) по вул. Архангельській, вул. Архітектора Паученка, вул. Арсенія Тарковського, вул. Великій Перспективній (від вул. Леоніда Куценка до вул. Набережної), вул. Верхній Биковській, вул. Віктора Чміленка (в обидва боки від вул. Великої Перспективної до вул. Кавалерійської та до вул. Кропивницького), вул. Гагаріна, вул. Гоголя, вул. Дворцовій, вул. Олексія Єгорова, вул. Кавалерійській, вул. Леоніда Куценка, вул. Михайлівській, вул. Пушкіна, вул. Тараса Карпи;

максимальне використання підприємствами торгівлі, побутового обслуговування, сфери послуг можливостей рекламного оформлення фасадів будинків і вітрин, використання сучасних світлових засобів зовнішньої

реклами і обмежене використання виносних та інших конструкцій, що створюють в умовах досить вузьких вулиць перешкоди для вільного руху пішоходів і транспорту або обмежують права окремих категорій громадян на вільне пересування (перешкоди у транспортуванні дитячих та інвалідних візків);

урахування головних точок сприйняття зовнішньої реклами, тимчасових споруд та маршрутів огляду архітектурних ансамблів і споруд;

розміщення засобів зовнішньої реклами відповідно до розроблених схем для запобігання руйнуванню візуальної цілісності середовища;

заміна застарілих рекламних засобів на нові, сучасні конструкції;

передбачення схемами розміщення рекламних засобів місць розміщення відеоекранних (світлодіодних) конструкцій;

На площах Героїв Майдану, Соборній, Богдана Хмельницького та на Студентському бульварі заборонено розміщення будь-яких рекламних засобів та тимчасових споруд.

Друга зона (Середня) обмежується наступними вулицями, провулками, проспектами, бульварами, площами і т.д.:

вул. Бобринецький шлях;

вул. Руслана Слободянюка;

вул. Волкова;

вул. Генерала Жадова;

вул. Генерала Родимцева;

вул. Героїв України;

просп. Інженерів;

вул. Київська;

вул. Короленка;

вул. Космонавта Попова;

вул. Кропивницького;

вул. Миколи Левитського;

вул. Холодноярська;

вул. Мурманська;

вул. Металістів;

пров. Об'їзний;

шосе Олександрійське;

вул. Поповича;

вул. Преображенська (окрім території, визначеної першою зоною)

вул. Садова;

вул. Салтикова-Щедрина;

вул. Степняка-Кравчинського;

просп. Університетський;

вул. Романа Шухевича;

вул. Юрія Коваленка;

вул. Яновського.

Вимоги до організації зовнішнього рекламного оформлення міста Кропивницького та розміщення Тимчасових споруд у другій зоні

Перелік вимог:

відповідність засобів зовнішньої реклами та Тимчасових споруд характеру архітектурно-композиційного вирішення ділянок, на яких вони розміщуються;

обмеження встановлення нових великоформатних рекламних носіїв;

нові великоформатні рекламні носії можуть розміщуватись на огорожах об'єктів будівництва та реконструкції, на глухих фасадах, дахах будівель, тільки після проведення спеціальних проектно-узгоджувальних робіт;

розміщення малогабаритних, малоформатних носіїв сучасної конструкції з поступовою заміною ними певної кількості великоформатних носіїв зовнішньої реклами;

передбачення у схемах розміщення рекламних засобів місць розміщення відеоекранних (світлодіодних) конструкцій;

композиційна організація розміщення носіїв на окремих ділянках зони таким чином, щоб виключити їх дублювання, розміщення поряд композиційно несумісних конструкцій, забезпечення можливості оперативного та комфортного орієнтування;

оптимізація насиченості носіями зовнішньої реклами території зони.

Третя зона (Периферійна). Це територія міста Кропивницького поза межами першої та другої зон.

Вимоги до організації зовнішнього рекламного оформлення міста Кропивницького розміщення Тимчасових споруд у третій зоні

Перелік вимог:

упорядкування місць розташування та кількості носіїв зовнішньої реклами відповідно до архітектурно-композиційної і просторової специфіки конкретної ділянки;

реконструкція існуючих засобів зовнішньої реклами із заміною застарілих конструкцій;

впровадження використання конструкцій формату «сіті-лайт», малогабаритних та інших рекламних засобів;

розміщення засобів зовнішньої реклами відповідно до розроблених схем для запобігання руйнуванню візуальної цілісності архітектурного ансамблю кожного з мікрорайонів;

створення найбільш комфортного рекламного середовища, неприпустимість використання надмірно акцентованої, агресивної і провокуючої реклами.

Заключні положення

Положення Концепції необхідно покласти в основу місцевих нормативно-правових актів, що регулюють відносини в сфері розміщення зовнішньої реклами та розміщення Тимчасових споруд в місті

Кропивницькому, та врахувати під час формування стратегії та програм розвитку міста. Зазначені акти розробити та прийняти відповідно до чинного законодавства України.

Концепція набирає чинності з дня її затвердження виконавчим комітетом Кіровоградської міської ради.

Начальник управління
містобудування та архітектури
Кіровоградської міської ради –
головний архітектор міста

В. Мездрін