


**КОНЦЕПЦИЯ
РАЗМЕЩЕНИЯ
НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ
НА ТЕРРИТОРИИ
ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА**



Оглавление

Глава 1.	Общие положения	3
Глава 2.	Основные задачи развития наружной рекламы в городе Владивостоке	4
Глава 3.	Основные направления развития наружной рекламы и механизмы их реализации	5
Глава 4.	Заключительные положения	10
 Приложения		
Приложение 1.	Рекламная конструкция типа призматрон	11
Приложение 2.	Рекламная конструкция типа скроллер	12
Приложение 3.	Рекламная конструкция типа тумба	13
Приложение 4.	Рекламная конструкция типа пилон	14
Приложение 5.	Рекламная конструкция типа хорека	15
Приложение 6.	Рекламная конструкция типа кронштейн	16

Глава 1

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Концепция размещения наружной рекламы на территории г. Владивостока (далее — Концепция) разработана в целях упорядочения городской политики в сфере наружной рекламы, эффективного использования рекламно-информационного потенциала территории города Владивостока, дальнейшего системного развития наружной рекламы в городе Владивостоке.

2. Наружная реклама оказывает существенное влияние на внешний облик города, его художественно-архитектурное оформление. Развитие наружной рекламы имеет большое значение для формирования социальной и архитектурной инфраструктур города, сохранения ее природных компонентов и историко-культурного наследия.

3. В настоящее время отсутствует системный подход к размещению (распространению) наружной рекламы. Медленно идет процесс обновления рекламных конструкций. Часть из них находится в эксплуатации много лет, имеет устаревший дизайн. До настоящего времени не созданы условия, стимулирующие владельцев рекламных конструкций заменять устаревшие конструкции, внедрять современные технологии и материалы.

4. Основной целью концепции является облагораживание внешнего вида города, достижение гармонии в сочетании наружной рекламы с архитектурой города.

Концепция направлена на поддержку развития наружной рекламы, формирование цивилизованных рыночных отношений и предпринимательства на основе паритетного соблюдения интересов как города в целом, так и субъектов хозяйствования, осуществляющих рекламную деятельность.

5. Настоящая Концепция представляет собой совокупность задач и направлений по реформированию деятельности в области наружной рекламы.

Глава 2

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ РАЗВИТИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ В ГОРОДЕ ВЛАДИВОСТОКЕ

1. Развитие наружной рекламы в городе Владивостоке имеет большое значение для формирования художественно-архитектурной инфраструктуры города.

2. Основными задачами развития наружной рекламы в городе являются:

- создание в городе благоприятных условий, обеспечивающих рост привлекательности наружной рекламы;
- улучшение качества, совершенствование форм рекламных конструкций, развитие всех видов наружной рекламы: щитовой, настенной, объемно-пространственных рекламных конструкций и другой;
- принятие мер к стимулированию таких видов наружной рекламы, которые в настоящее время недостаточно распространены или отсутствуют в городе: крупногабаритной рекламы, рекламы в виде технически сложных конструкций и динамических систем, представляющих самостоятельную архитектурно-эстетическую ценность, и других;
- рациональное размещение рекламных конструкций на территории города, оптимизация размещения крупногабаритных конструкций путем создания благоприятных условий для участников рекламного рынка, способствующих увеличению таких конструкций в малоосвоенных в рекламном отношении районах города;
- определение требований к рекламным конструкциям и местам их размещения, а также степени насыщенности наружной рекламой городского пространства;
- усиление контроля за техническим состоянием рекламных конструкций;
- определение критериев размещения рекламных конструкций на территории города.

Глава 3

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И МЕХАНИЗМЫ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ

1. Основными направлениями развития наружной рекламы на территории города Владивостока являются:

- повышение качественного уровня рекламных конструкций;
- формирование единства визуального восприятия рекламного пространства г. Владивостока посредством размещения рекламных конструкций единого стилевого решения на одном здании, сооружении или улице;
- системное и сбалансированное развитие наружной рекламы, предусматривающее концептуальный подход к размещению наружной рекламы.

2. Основными механизмами реализации направлений развития наружной рекламы являются:

2.1. Установление общих требований к рекламным конструкциям:

2.1.1. Внешний вид рекламных конструкций должен отвечать современным требованиям городского дизайна, а также соответствовать историческому и архитектурному облику города.

2.1.2. Материалы, используемые при изготовлении всех видов рекламных конструкций, должны отвечать современным требованиям качества.

Рекламные конструкции должны быть выполнены из прочных материалов, стойких к коррозии и соответствовать расчету на прочность. Конструктивные элементы жесткости и крепления рекламных конструкций (болтовые соединения, элементы опор, технологические косынки) должны быть закрыты декоративными элементами.

Рекламные конструкции должны иметь подсвет в темное время суток.

2.1.3. Проведение работ, связанных с установкой и последующей эксплуатацией рекламных конструкций запрещается проводить с отклонениями от утвержденной проектной документации.

2.1.4. При проектировании, изготовлении, монтаже и эксплуатации светотехнического оборудования рекламной конструкции должны выполняться нормы и требования к светотехническим и электрическим характеристикам оборудования, в том числе требования по энергосбережению.

2.1.5. Рекламные конструкции не должны создавать помех для прохода пешеходов, проезда транспорта, уборки и содержания улиц и тротуаров. При их монтаже и эксплуатации должны соблюдаться требования техники безопасности, безаварийности дорожного движения, безопасности граждан, сохранности зданий, сооружений и дорожного покрытия.

2.1.6. Нарушенное при установке рекламной конструкции дорожное покрытие, тротуар, газон или фасад здания, сооружения должны быть восстановлены

владельцем рекламной конструкции в том виде, каким он был до установки рекламной конструкции, с использованием аналогичных материалов и технологий.

Указанные требования должны быть выполнены владельцем рекламной конструкции также в случае демонтажа рекламной конструкции.

2.2. Установление требований к информационному оформлению предприятий, организаций и индивидуальных предпринимателей.

К информационному оформлению предприятий, организаций и индивидуальных предпринимателей относится следующая информация юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, распространяемая на принадлежащих им технических средствах стабильного территориального размещения:

2.2.1. Информационные таблички.

Информационные таблички предназначены для доведения до сведения потребителя информации об изготовителе (исполнителе, продавце) согласно ст. 9 Федерального закона «О защите прав потребителей».

Каждое предприятие сферы услуг может иметь не более одной информационной таблички. На табличке должна быть указана следующая обязательная информация о предприятии:

- зарегистрированное (юридическое) наименование предприятия;
- организационно-правовая форма;
- место нахождения (юридический адрес) предприятия;
- режим работы предприятия;
- информацию о государственной регистрации и наименовании зарегистрировавшего его органа (только для индивидуальных предпринимателей).

Информационные таблички должны размещаться на стене здания рядом с входом в предприятие либо на двери входа так, чтобы их хорошо видели посетители. Информационные таблички могут быть заменены надписями на стекле витрины, входной двери. Информационная табличка должна быть не более 0,2 кв.м.

В случае размещения на информационной табличке дополнительной информации о товарах, услугах и другой информации, она расценивается как рекламная конструкция.

2.2.2. Вывески.

Информация о профиле предприятия, его фирменном наименовании и зарегистрированном товарном знаке предназначена для доведения до сведения потребителя информации об изготовителе (исполнителе, продавце).

Вывеска должна располагаться на фасаде здания в пределах 10 м от входа в помещение или в пределах помещения, занимаемого предприятием, и

информировать потребителя о местонахождении предприятия, указывать место входа в него. Вывеска не должна располагаться выше второго этажа здания.

Вывеска может быть выполнена в виде объемно-пространственной конструкции, светового короба. Конструктивно вывеска может быть выполнена в виде нескольких отдельных элементов, содержащих неповторяющуюся информацию.

Вывеска должна содержать информацию, раскрывающую профиль предприятия (без использования перечня товаров или услуг) и его наименование. Допускается размещать на вывеске зарегистрированный в установленном порядке товарный знак предприятия, а также декоративные элементы. Владелец вывески должен обладать правами на использование товарного знака или знака обслуживания.

Вывески должны быть подсвечены в темное время суток внутренними источниками света. Площадь вывески не должна превышать 3 кв. м.

Размещение вывесок на зданиях, отнесенным к памятникам истории и культуры, допускается только с учетом архитектурных особенностей такого здания. Предпочтения отдаются рекламным конструкциям, выполненным в историческом стиле.

В случае размещения на вывеске дополнительной информации о товарах, услугах и другой информации, она расценивается как рекламная конструкция.

2.3. Разделение территории г. Владивостока на Зону 1 (Центральная) и Зона 2 с целью упорядочения видов рекламных конструкций.

2.3.1. Зона 1 (Центральная):

От Набережной Амурского залива по пер. Шевченко (до дома № 4), в сторону Военно-исторического фортификационного музея "Владивостокская крепость", Владивостокского Океанариума (Батарейная, 4) до перекрестка улиц Батарейная (№ 8а) и Западная. По ул. Батарейная до ул. Пограничная, ул. Пограничная (№12 до № 26), Краевая клиническая больница, переулок Павленко, ул. Октябрьская (№ 14) до пересечения с Партизанским проспектом, ул. Уборевича (все дома) до пересечения с ул. Фонтанная, сквер Суханова, ул. Суханова до Фуникулера, от Фуникулера вниз до ул. Всеволода Сибирцева (№ 16), ул. Пушкинская (включая № 33, 37) по четной стороне до пересечения с ул. Баневура, ул. Баневура до пересечения с ул. Светланская. На запад по ул. Светланская от № 76 до 66. От ул. Светланская, 66 в сторону Карабельной набережной до пересечения с железнодорожными путями, По железнодорожным путям до океанского проспекта (№1) по береговой линии бухты Золотой Рог.

По полуострову Эгершельд от мыса Бурного на северо-восток до Набережной (№1), ул. 1-я Морская до № 7, ул. Посьетская до № 17 на восток по прямой до береговой линии бухты Золотой Рог.

2.3.2. Зона 2:

Территория города Владивостока, не вошедшая в Зону 1.

2.4. Определение Гостевого маршрута:

Автодорога, проходящая по пр-ту 100 лет Владивостока от ост. Заря до ост. Молодежная, Некрасовский путепровод, ул. Некрасовская, пр-т Красного знамени. На проспекте Красного знамени раздваивается: 1 ветка - Партизанский пр-т, ул. Октябрьская, Океанский пр-т, площадь Борцов за власть Советов, по ул. Светланская до площади Луговая; 2 ветка – от проспекта Красного знамени, 59, ул. Гоголя, Фуникулер, от Фуникулера по ул. Некрасовская до пр-та Красного знамени.

2.5. Особенности размещения рекламных конструкций:

2.5.1. К рекламным конструкциям, размещаемым в Зоне 1 (Центральной), применяются общие требования к рекламным конструкциям (п. 2.1.). Предпочтения отдаются современным технологиям и тенденциям в наружной рекламе (светодинамические, электронные, неоновые и другие аналогичные рекламные конструкции). При этом, размещение рекламных конструкций в данной зоне должно осуществляться с учетом исторического, архитектурно-художественного облика города Владивостока.

Особенности размещения отдельно стоящих рекламных конструкций в Зоне 1 (Центральной):

1) Корабельная набережная, ул. Светланская от пересечения с ул. Уборевича до ост. Цирк, ул. Алеутская от пересечения с ул. Светланская до железнодорожного вокзала, ул. Уборевича, ул. Семеновская, ул. Набережная, ул. 1-я Морская:

- предпочтения отдаются современным динамическим конструкциям формата до 10 кв.м. типа призматрон, скроллер (см. Приложение 1 и 2).

2) Океанский пр-т от пересечения с ул. Октябрьская до площади Борцам за власть Советов, ул. Светланская от пересечения с ул. Пограничная до пересечения с ул. Уборевича, ул. Адмирала Фокина от пересечения с ул. Пограничная до пересечения с ул. Уборевича:

- предпочтения отдаются рекламным конструкциям, оформленным в историческом стиле, типа хорека, кронштейн на опоре освещения.

- не допускается размещение щитовых отдельно стоящих рекламных конструкций.

3) Спортивная набережная:

- допускается размещение современных динамических конструкций формата до 10 кв.м. типа призматрон, скроллер (см. Приложение 1 и 2), а также рекламных конструкций типа хорека (см. Приложение 5).

4) Площадь Борцам за власть Советов:

- допускается размещение рекламных конструкций типа светодинамических установок (телевизоров), хорека, пилоны, тумбы (см. Приложение 3, 4 и 5).

- не допускается размещение щитовых отдельно стоящих рекламных конструкций.

2.5.2. К рекламным конструкциям, размещаемым по Гостевому маршруту, применяются общие требования к рекламным конструкциям (п. 2.1.). Размещение рекламных конструкций по Гостевому маршруту, проходящему в Зоне 1 (Центральной), осуществляется с учетом требований и особенностей, предъявляемых к данной зоне.

Особенности размещения отдельно стоящих рекламных конструкций по Гостевому маршруту:

1) Участок Гостевого маршрута от ост. Заря до ост. Некрасовская:

- допускается размещение щитовых отдельно стоящих рекламных конструкций формата 3х6 м в количестве не более 100 конструкций.

- предпочтения отдаются современным динамическим конструкциям типа призматрон, скроллер (см. Приложение 1 и 2).

2) Участок Гостевого маршрута от ост. Некрасовская по Партизанскому пр-ту до пересечения ул. Октябрьская с Океанским проспектом:

- предпочтения отдаются современным динамическим конструкциям формата до 10 кв.м. типа призматрон, скроллер (см. Приложение 1 и 2).

2.5.3. Особенности размещения рекламных конструкций на зданиях в Зоне 1 (Центральная) и по Гостевому маршруту:

- предпочтения отдаются световым динамическим и световым объемным рекламным конструкциям.

- на зданиях допускается размещение кронштейнов консольного типа (см. Приложение 6), выполненных в виде объемных элементов, букв. Размещаться кронштейны должны выше 1-го этажа зданий.

- размещение рекламных конструкций на зданиях, отнесенным к памятникам истории и культуры, допускается только с учетом архитектурных особенностей такого здания. Предпочтения отдаются рекламным конструкциям, выполненным в историческом стиле, с элементами ковки.

- размещение щитовых и объемных рекламных конструкций форматом до 15 кв.м. допускается не выше 2-го этажа здания. Размещение рекламных конструкций форматом свыше 15 кв.м. (рекламные конструкции типа брандмауэр) допускается только на торцах зданий, занимая все свободную площадь торца здания.

Глава 4

ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Реализация настоящей Концепции позволит результативно преобразовать рынок наружной рекламы, удовлетворить потребности рекламодателей, улучшить оформление архитектурно-планировочной среды города Владивостока.

Рекламная конструкция типа призматрон

Призматрон представляет собой динамический стенд, рекламно-информационное поле, которого образовано вертикально установленными трехгранными призмами.

Поворот всех призм на 120 градусов приводит к смене всего изображения. Таким образом, при полном цикле в 360 градусов на призматроне происходит трехкратная смена изображений.

Возможно размещение на стенах и крышах зданий и сооружений.



Рекламная конструкция типа скроллер

Скроллеры – это отдельно стоящие рекламные конструкции с внутренней подсветкой и динамической сменой изображения. Размер рекламного поля 2,7х3,7 м. Оборудован внутренней подсветкой.

Конструкция оснащена роллерной системой смены информации и имеет от 3 до 6 меняющихся рекламных поверхностей.

Скроллеры размещаются преимущественно в центральной исторической и туристической части города.



Рекламная конструкция типа тумба

Имеет 3 рекламные вогнутые поверхности с размером рекламного поля 3,0х1,4 м.

Тумба устанавливается в центральной части города, в том числе на пешеходных улицах, прекрасно вписывается в архитектурную среду города.

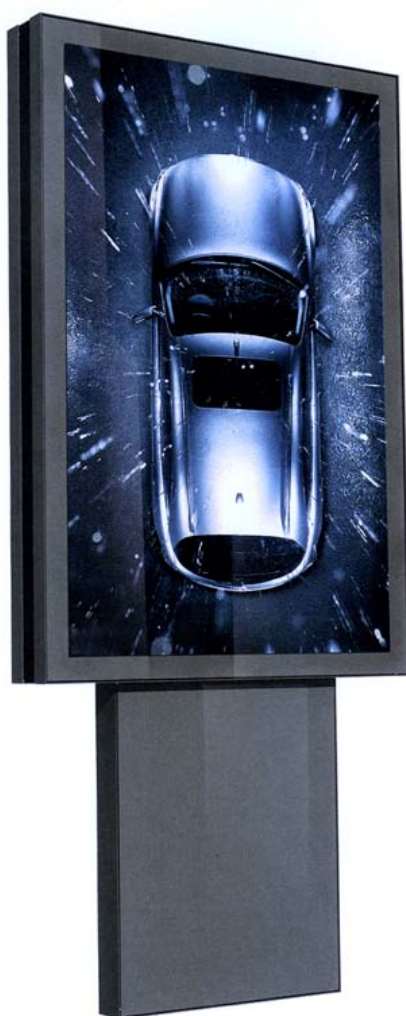


Рекламная конструкция типа пилон

Пилоны – двусторонние рекламные конструкции с размером рекламного поля 1,8x1,2 м. Оборудован внутренней подсветкой.

Устанавливается в непосредственной близости от проезжей части дорог, на тротуарах. Ориентирован на пешеходный и транспортный потоки.

Может являться отдельно стоящей рекламной конструкцией или являться частью остановочного павильона наземного автотранспорта.



Рекламная конструкция типа хорека

Хорека - это отдельно стоящая рекламная конструкция, представляющая собой световой короб с внутренней подсветкой, монтированный к опоре из стальной трубы.

Хорека гармонично вписывается на узкие тротуары не мешая прохожим.



Рекламная конструкция типа кронштейн

Кронштейн – часто двухсторонняя конструкция (состоящая из одного или нескольких световых коробов различной формы и размеров), устанавливаемая перпендикулярно фасаду здания. Отличительной особенностью кронштейна является то, что рекламное поле конструкции ориентировано перпендикулярно потоку транспорта и пешеходов.

Кронштейн консольного типа на здании



Кронштейн в историческом стиле, с элементами ковки

