

Концепция развития наружной рекламы на территории городского округа «Город Калининград» на период до 2035 г.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Концепция развития наружной рекламы на территории городского округа «Город Калининград» (далее - Концепция) разработана с целью формирования принципов и условий для обеспечения соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, гармоничного благоустройства территории, сохранения исторического наследия при установке отдельно стоящих рекламных конструкций, а также упорядочение мест размещения отдельно стоящих рекламных конструкций с учетом планов и перспективных проектов развития городских территорий.

2. Архитектурный облик городского округа «Город Калининград» определяется взаимосвязью многих факторов. Основные, которые необходимо учитывать при размещении рекламных конструкций: индивидуальность, выразительность и неповторимость архитектуры города, силуэты исторических зданий, существующий и планируемый облик жилой застройки, природное окружение, четко организованные районы города Калининграда, общественные деловые центры, комплексные жилые и промышленные районы. Все указанные факторы гармонично учитываются Генеральным планом городского округа «Город Калининград» и Стратегией социально-экономического развития городского округа «Город Калининград» на период до 2035 года, утвержденной решением городского Совета депутатов Калининграда от 09.10.2013 № 302.

3. Концепция реализуется исполнительным органом местного самоуправления городского округа «Город Калининград» в схеме размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, утверждаемой в установленном законодательстве порядке.

4. Основные задачи Концепции:

1) формирование и проведение комплекса мероприятий, обеспечивающих достижение целей и решение задач социально-экономического развития городского округа «Город Калининград»;

2) осуществление комплексного совершенствования рынка наружной рекламы на территории городского округа «Город Калининград»;

3) формирование единого стиля и визуального восприятия отдельно стоящих рекламных конструкций на территории города;

4) стимулирование внедрения цифровых решений в сфере наружной рекламы;

5) развитие рекламного пространства на территории городского округа «Город Калининград» во взаимосвязи с Генеральным планом городского округа «Город Калининград» и Стратегией социально-экономического

развития городского округа «Город Калининград» на период до 2035 года.

2. НОРМАТИВНО – ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

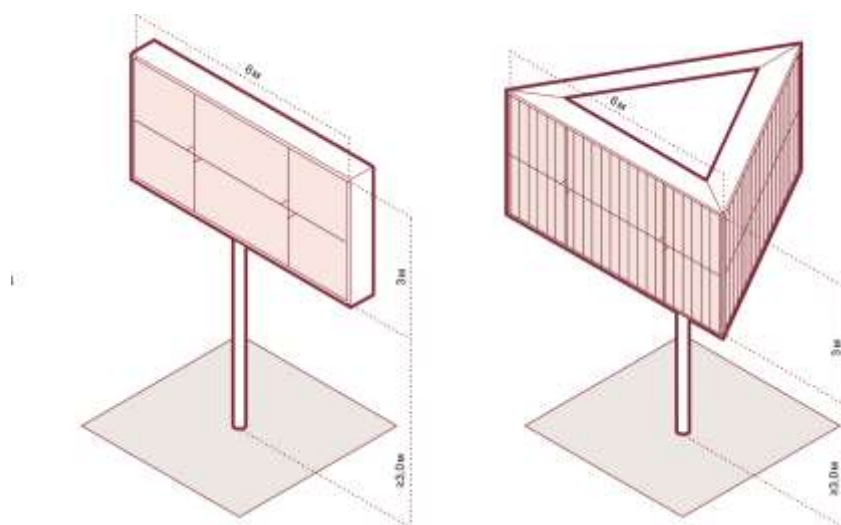
6. Концепция разработана в соответствии со следующими нормативными правовыми актами:

- Конституцией Российской Федерации;
- Градостроительным кодексом Российской Федерации;
- Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»;
- Федеральным законом от 13.03. 2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;
- Федеральным законом от 25.03.2002 № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации»;
- Федеральным законом от 28.06.2014 № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации»;
- ГОСТ Р 52044-2003 «Государственный стандарт Российской Федерации. Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения»;
- ГОСТ Р 52290-2004. Национальный стандарт Российской Федерации. Технические средства организации дорожного движения. Знаки дорожные. Общие технические требования, СП 52.13330.2016. Свод правил. Естественное и искусственное освещение. Актуализированная редакция СНиП 23-05-95;
- СП 52.13330.2016. Свод правил. Естественное и искусственное освещение. Актуализированная редакция СНиП 23-05-95*;
- Законом Калининградской области от 12.05.2016 № 532 (ред. от 21.03.2022) «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) в Калининградской области»;
- решением Городского Совета депутатов Калининграда от 22.10.2014 № 319 «Об утверждении новой редакции Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа «Город Калининград».

3. ВИДЫ ОТДЕЛЬНО СТОЯЩИХ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ, ДОПУСТИМЫХ К РАЗМЕЩЕНИЮ

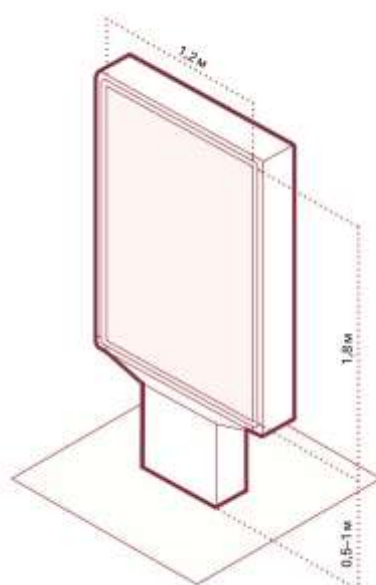
7. На территории городского округа «Город Калининград» могут быть размещены следующие виды рекламных конструкций:

Билборды



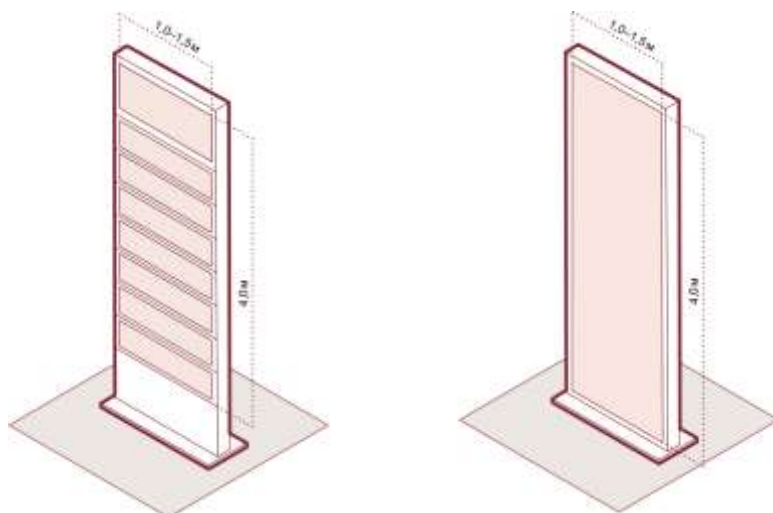
- билборд – рекламная конструкция с одним, двумя, тремя или четырьмя информационными полями (статичное, призмадинамическое, скроллерное). Опора конструкции круглого, прямоугольного, квадратного или треугольного сечения.

Сити-форматы



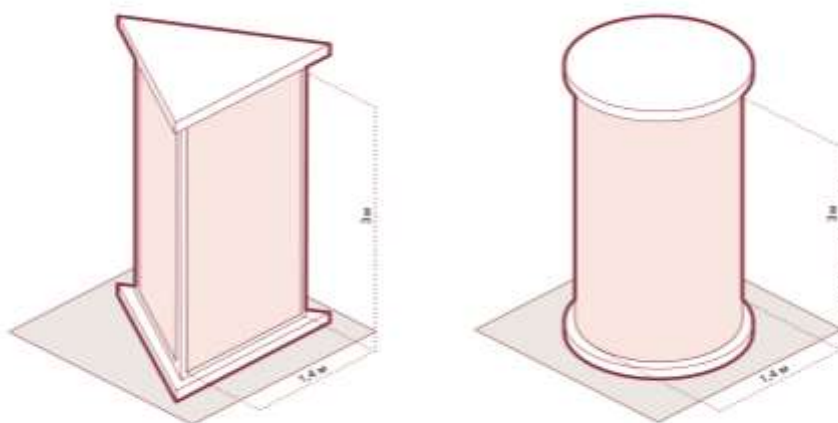
- сити – формат – рекламная конструкция с одним или двумя информационными полями (статичное, призмадинамическое, скроллерное, электронное) (размерами 1,2мX1,8м). Площадь информационного поля сити - формата определяется общей площадью двух его сторон.

Стела



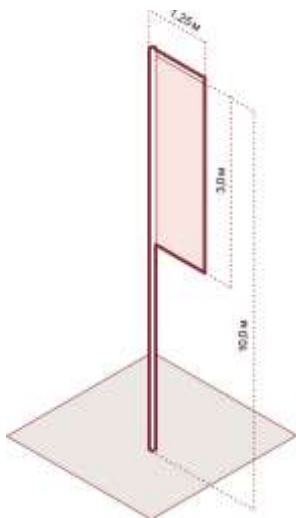
- стела – рекламная конструкция со статичными информационными полями. Конструкция может быть с цельным информационным полем или раздельным на несколько табличек.

Тумба



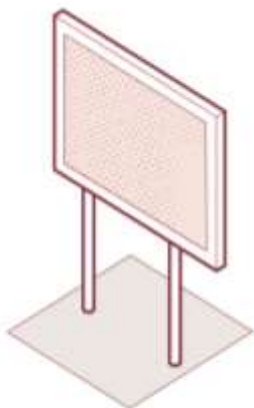
- тумба – отдельно стоящая рекламная конструкция с одним (панорамным или тремя информационными полями).

Флаговая композиция



- флаговая композиция – рекламная конструкция, состоящая из фундамента, опорной рамы, вертикальных стоек (флагштоков) и мягких полотнищ.

Электронный экран



- электронный экран – отдельно стоящая рекламная конструкция, размещаемая на земле (индивидуальный размер).

4. Основные требования к размещению рекламных конструкций на территории городского округа «Город Калининград»

8. Концепция предусматривает создание единого уникального облика городского округа «Город Калининград» (далее - город Калининград) с учетом его особенностей. Основная особенность города Калининграда - наличие территорий, различных по функциональному назначению, пешеходному и автомобильному потокам, архитектурным особенностям и пространственному положению.

Город Калининград разделен на три района: Центральный, Московский, Ленинградский, каждый район предусматривает в себе выделение трех рекламных зон (исторической, торговой и общего назначения).

9. Центральный район:

В историческую рекламную зону попадают территории объектов, охранные зоны объектов культурного наследия (федерального значения, государственного, муниципального), установленные в соответствии с законодательством.

Запрещено размещение отдельно стоящих рекламных конструкций всех видов.

- центральная зона, в данной зоне расположена площадь Победы.

Запрещено размещение отдельно стоящих рекламных конструкций всех видов в границах данной территории.

- зона территорий общего назначения.

Запреты на размещение отдельно стоящих рекламных конструкций на данную зону не устанавливаются.

- рекреационная зона, территории парков, скверов.

Запрещено размещение билбордов, указателей, электронных экранов, стел в границах территорий указанных объектов.

10. Московский район:

В историческую рекламную зону попадают территории объектов, охранные зоны объектов культурного наследия (федерального значения, государственного, муниципального), установленные в соответствии с законодательством.

Запрещено размещение отдельно стоящих рекламных конструкций всех видов.

- центральная зона, в данной зоне расположены площади: Калинина и Октябрьская.

Запрещено размещение отдельно стоящих рекламных конструкций всех видов в границах данной территории.

- зона территорий общего назначения.

Запреты на размещение отдельно стоящих рекламных конструкций на данную зону не устанавливаются.

- рекреационная зона, территории парков, скверов.

Запрещено размещение билбордов, указателей, электронных экранов, стел в границах территорий указанных объектов.

11. Ленинградский район:

В историческую рекламную зону попадают территории объектов, охранные зоны объектов культурного наследия (федерального значения, государственного, муниципального), установленные в соответствии с законодательством.

Запрещено размещение отдельно стоящих рекламных конструкций всех видов в границах данной территории.

- *центральная зона, в данной зоне расположены площади: Маршала Василевского и Центральная.*

Запрещено размещение отдельно стоящих рекламных конструкций всех видов в границах данной территории.

- *зона территорий прочего назначения.*

Запреты на размещение отдельно стоящих рекламных конструкций на данную зону не устанавливаются.

- *рекреационная зона, территории парков, скверов.*

Запрещено размещение билбордов, указателей, электронных экранов, стелл в границах территорий указанных объектов.

5. Ожидаемые результаты реализации Концепции

12. Улучшение внешнего архитектурного облика сложившейся и перспективной застройки городского округа «Город Калининград».

13. Создание благоприятных конкурентных условий для развития бизнеса на рынке наружной рекламы городского округа «Город Калининград».

14. Улучшение туристической привлекательности города Калининграда.

15. Срок реализации Концепции:

- Концепция разработана на период до 2035.