

**Главное управление архитектуры и градостроительной
деятельности Тверской области**

**Концепция
развития наружной рекламы
в Тверской области**

Тверь 2018

Содержание

Раздел I Введение	1
Раздел II Анализ текущей ситуации.....	5
Раздел III Проблемы в сфере размещения наружной рекламы.....	7
Раздел IV Концепция размещения наружной рекламы в городе Твери.....	12
Раздел V Концепция размещения наружной рекламы на территории Тверской области.....	23
1. Типология автомобильных дорог для целей размещения рекламных конструкций.....	23
2. Зонирование территории Тверской области по приоритетности контента.....	31
3. «Имиджевая» реклама на территории Тверской области.....	35
Раздел VI Типы и виды рекламных конструкций, их цветовое решение и способы освещения.....	38
Раздел VII Требования к эксплуатационному состоянию рекламных конструкций на территории Тверской области.....	50

Раздел I

Введение

Концепция наружной рекламы в городе Твери и Тверской области (далее - концепция) разработана в рамках реализации полномочий, переданных в соответствие с законом Тверской области от 29.12.2016 № 89-ЗО «О перераспределении отдельных полномочий между органами местного самоуправления муниципальных образований Тверской области и органами государственной власти Тверской области».

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

Отсутствуют утвержденные требования к типам и видам рекламных конструкций допустимых к установке на территории Тверской области.

Цели концепции:

- Разработка общих стандартов для рекламных конструкций на территории города Твери и Тверской области;
- осуществление комплексного совершенствования рынка наружной рекламы на территории Тверской области;
- сохранение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов, а также исторического наследия при установке рекламных конструкций;
- формирование единого стиля рекламных конструкций;
- устранение негативного влияния рекламных конструкций на безопасность дорожного движения.

Основные принципы разработанной концепции:

- Формирование единого эстетичного визуального восприятия рекламного пространства;
- обеспечение гармоничного сочетания рекламных конструкций с архитектурным обликом городов и иных населенных мест Тверской области;
- обеспечение качественного информационного обслуживания населения;
- персонификация муниципальных образований Тверской области путем цветового решения и отражения значимых людей, событий и достопримечательных мест в выделенных для социальной рекламы рекламных конструкциях;
- обеспечение безопасности и комфортной среды для населения.

Концепцией определен единый стиль оформления рекламных конструкций на всех территориях размещения. При выборе стиля оформления особое внимание уделено простоте и выдержанности в цветовых и технических решениях. Выбор обусловлен сохранением вида окружающего пространства, с акцентированием внимания на размещаемой рекламе. Также стилистической особенностью является современный взгляд на рекламное пространство в целом.

Концепция размещения направлена на упорядочивание расположения рекламных конструкций, создание комфортного поля восприятия рекламы. Заданные параметры расположения конструкций в пространстве позволяют избежать нагромождений рекламных носителей. Территориальное распределение позволяет учесть особенности каждого участка размещения конструкций наряду с экономической составляющей. При размещении рекламных конструкций необходимо избегать аварийно-опасных мест, руководствоваться требованиями обязательного к исполнению ГОСТа Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения» (далее – ГОСТ Р 52044-2003),

технического регламента Таможенного союза «Безопасность автомобильных дорог» (ТР ТС 014/2011), СанПиН 2.2.1/2.1.1.1278-03 «Гигиенические требования к естественному, искусственному и совмещенному освещению жилых и общественных зданий», не размещать рекламные конструкции в «треугольниках видимости».

Термины и определения концепции

Реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Наружная реклама - реклама, распространяемая с использованием рекламных конструкций, монтируемых и располагаемых на земельных участках, внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

Социальная реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства. Рекламные конструкции, содержащие социальную рекламу, должны в обязательном порядке находиться на территории Тверской области. Социальная реклама может отличаться по оформлению от требований концепции и принимать любую форму.

Рекламные конструкции - билборды, стенды, электронные табло, проекционное и иное предназначенное для проекции рекламы на любые поверхности

оборудование, воздушные шары, аэростаты и иные технические средства стабильного территориального размещения.

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Полоса отвода автомобильной дороги – земельные участки (независимо от категории земель), которые предназначены для размещения конструктивных элементов автомобильной дороги, дорожных сооружений и на которых располагаются или могут располагаться объекты дорожного сервиса.

Придорожные полосы автомобильной дороги - территории, которые прилегают с обеих сторон к полосе отвода автомобильной дороги и в границах которых устанавливается особый режим использования земельных участков (частей земельных участков) в целях обеспечения требований безопасности дорожного движения, а также нормальных условий реконструкции, капитального ремонта, ремонта, содержания автомобильной дороги, ее сохранности с учетом перспектив развития автомобильной дороги.

Коридор безопасности - земельные участки (независимо от категории земель), включающие в себя территорию, прилегающую к проезжим частям дорог в населенных пунктах, на которых в целях обеспечения безопасности дорожного движения запрещается устанавливать рекламные конструкции.

Информационное поле рекламной конструкции - конструктивная часть рекламной конструкции, предназначенная для размещения рекламы и (или) социальной рекламы, включая элементы обрамления данной части.

Раздел II

Анализ текущей ситуации

В период с 2014 года по настоящее время из 43 муниципальных образований Тверской области не утверждены схемы размещения рекламных конструкций в 13 муниципалитетах.

Перечень неутвержденных схем размещения рекламных конструкций на территории Тверской области:

1. Андреапольский район;
2. Бежецкий район;
3. Бологовский район;
4. Жарковский район;
5. Зубцовский район;
6. Калязинский район;
7. Кесовогорский район;
8. Кимрский район;
9. Краснохолмский район;
10. Максатихинский район;
11. Оленинский район;
12. Ржевский район;
13. Спировский район.

Проводимая Главным управлением архитектуры и градостроительной деятельности Тверской области инвентаризация выявила на территории Тверской области 2251 рекламную конструкцию, среди которых по предварительным данным только около 300 рекламных конструкций, установленных с действующим разрешением. На территории Твери установлены 533 рекламные конструкции, из них 21 рекламная конструкция - с действующими разрешениями. Часть рекламных конструкций являются нестандартными и расположены в местах (либо в непосредственной близости) производства, продажи какой-либо продукции либо предоставления услуг (стройматериалы, автосервис, охота рыбалка, продажа

недвижимости). Такие рекламные конструкции вкапываются в землю на самодельных опорах разных форм и конструкций на придорожных полосах дорог Тверской области. Редко встречается реклама в виде растяжек на деревьях по одной стороне дороги, на столбах освещения и на заборах.

Наибольшее скопление рекламных конструкций, установленных с нарушениями:

- Калязинский район вдоль дороги от города Калязина до границы с Сергиево-Посадским районом Московской области;
- вдоль трассы М-10 «Россия» в деревнях Калининского района;
- Подъезд к городам Зубцов и Ржев со стороны трассы М-9 «Балтия»;
- Конаковский район, вдоль трассы М-10 «Россия» на границе с Клинским районом Московской области.

Увеличение числа рекламных конструкций наблюдается в местах с большой плотностью транспортного потока вдоль крупных магистралей, так как ее размещение в указанном месте позволяет увеличить аудиторию наружной рекламы.

Увеличение количества рекламных конструкций наблюдается также в местах, которые пользуются популярностью среди туристов, на дорогах, прилегающих к рекреационным территориям, а также в местах производства продукции и товаров для привлечения к ним внимания населения.

К основным причинам появления рекламных конструкций, установленных с нарушениями можно отнести:

- отсутствие системного подхода к размещению наружной рекламы;
- отсутствие сформированного правового поля.

Раздел III

Проблемы в сфере размещения наружной рекламы

Главным управлением архитектуры и градостроительной деятельности Тверской области, выявлены следующие проблемы в сфере размещения рекламы:

- отсутствие единого стиля и системы размещения рекламных носителей (рис. 1);
- конструкции средств наружной рекламы не обеспечивают безопасной городской среды (рис.2);
- рекламные конструкции нависают над проезжей частью, пешеходными зонами, ограничивают видимость на дорогах и располагаются без учёта радиуса падения (рис.3);
- чрезмерная перегруженность пространства рекламой (рис. 4);
- конструкции имеют неудовлетворительное техническое состояние, искажая внешний архитектурный облик (рис. 5).

Кроме того, единые подходы к регулированию рынка наружной рекламы на местном уровне не определялись. В связи с этим большинством муниципалитетов работа по борьбе с незаконно размещаемой рекламой практически не велась.

Нарушение архитектурного облика (рис. 1)

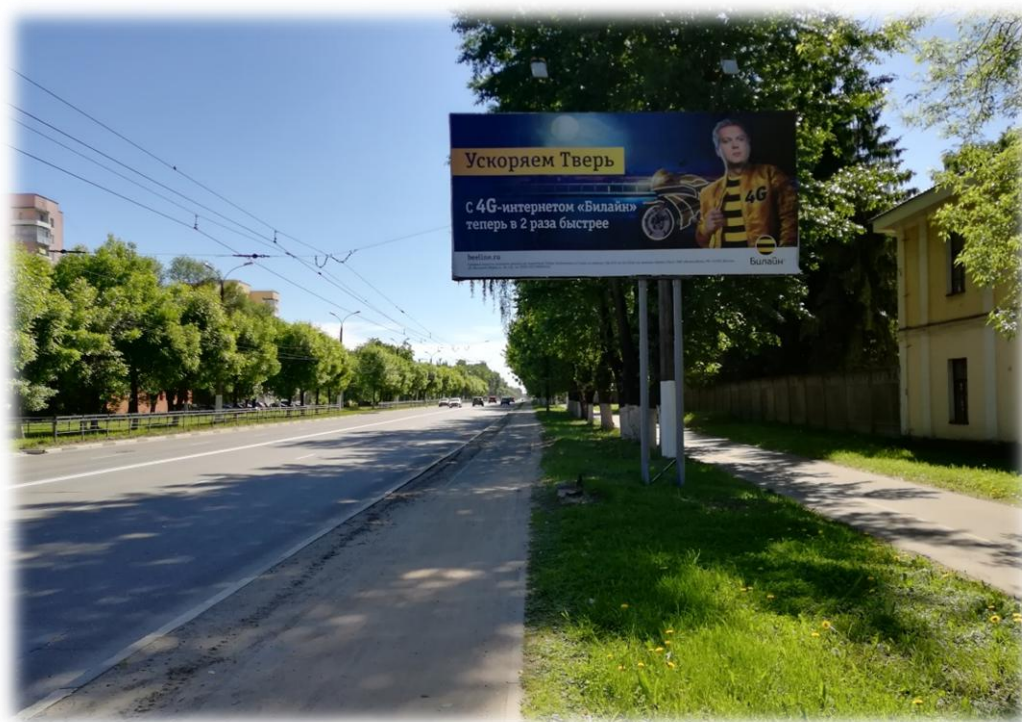


Рекламные конструкции, находящиеся за забором (рис.2)





Нависание конструкций над пешеходной зоной (рис.3)



Перегруженность пространства рекламными конструкциями (рис. 4)



Неудовлетворительное техническое состояние (ржавчина, перекосы, нарушение целостности и т.д.) (рис. 5)





Раздел IV

Концепция размещения наружной рекламы в городе Твери

Концепция предусматривает создание единого уникального облика города Твери с учетом его особенностей. Основная особенность муниципального образования – наличие территорий, различных по функционалу, пешеходному и автомобильному потокам, архитектурным особенностям и пространственному положению. Концепцией предусмотрено разделение территории города на зоны, в каждой из которых определены правила размещения и оформления рекламных конструкций. Таким образом, созданы индивидуальные особенности в едином воплощении рекламного пространства. При размещении рекламных конструкций необходимо руководствоваться действующими на момент установки федеральными законами, ГОСТами, техническими регламентами и иными нормативными правовыми актами.

Город Тверь разделён на 4 зоны (рис.6):

1. Историческая зона;
2. центральная зона;
3. транспортно-промышленная территория;
4. жилая зона.

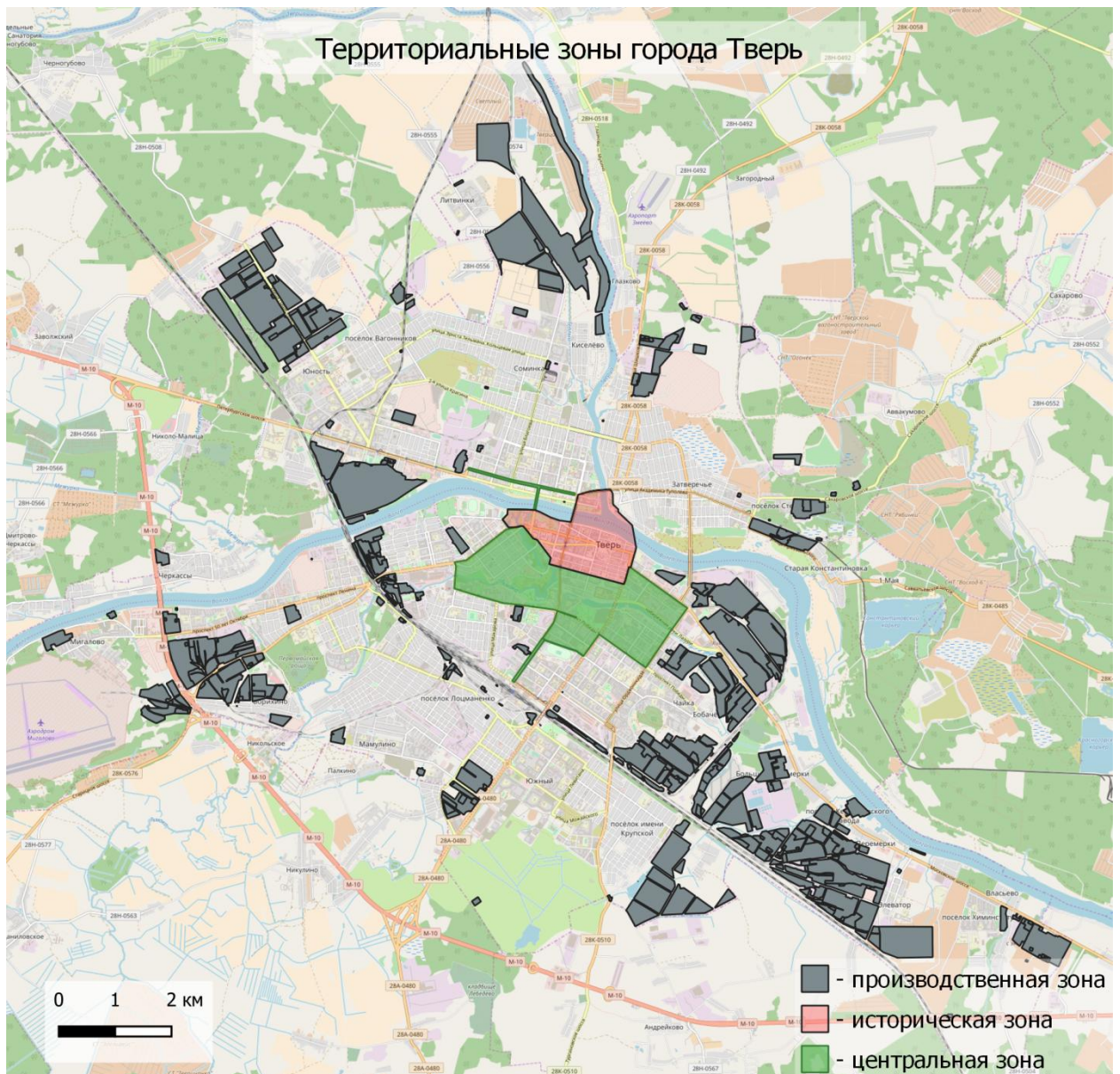


рис.6

1. Историческая зона (рис.7)

Отнесены преимущественно центральные улицы с высокой плотностью объектов культурного и исторического наследия, памятниками, культовым сооружениями, историческими площадями, а также территории, с которых открывается вид на указанные объекты.

Историческая зона требует повышенного внимания. Рекламные конструкции не должны быть вызывающими, должны гармонично сочетаться со сложившейся застройкой, имея при этом низкую плотность расположения.



рис. 7

➤ Базовые рекламные конструкции:

сити-формат, пиллар, афишные тумбы, остановочный комплекс

Историческая зона располагается внутри границ следующих улиц, включая сами границы: Тьмацкий проезд, Симеоновская, Свободный переулок, Желябова, Староворобьевская, Смоленский переулок, набережная Степана Разина, набережная реки Волги, ул. Кропоткина, Туполева, Комсомольский пр-т, набережная Михаила Ярославича, Краснофлотская набережная.

Требования к размещению и оформлению рекламных конструкций в 1 зоне:

Расстояние между конструкциями должно составлять не менее 50 метров (за исключением афишных тумб). Афишные тумбы должны располагаться группами, но не более 5 конструкций. Рекламные конструкции должны соответствовать требованиям к оформлению, расположению и эксплуатации, указанным в VII разделе концепции. Цвет рекламных конструкций должен соответствовать разделу VI концепции. В квартале улиц необходимо применять одно цветовое и стилистическое решение. Запрещено размещение перетяжек любого вида, крышных конструкций и конструкций большого формата. Запрещено использование рекламы, отдельные элементы которой выходят из плоскостей рекламной конструкции.

2. Центральная зона (рис. 8)

Отнесены центральные улицы и территории, прилегающие к исторической зоне. Отличительной особенностью центральных улиц является сложившееся городское пространство, высокий уровень пешеходного и автомобильного потока. Допускается размещать конструкции малого и среднего формата. При этом конструкции должны гармонично вписываться в сложившуюся городскую застройку.



рис. 8

- Базовые рекламные конструкции:
- сити-формат, пиллар, сити-борд, афишные тумбы, остановочный комплекс.

Центральная зона располагается в границах улиц, включая сами границы: улица Горького, Волжский проезд, улица Софьи Перовской, улица Спартака, улица Дарвина, проспект Чайковского, улица Склизкова, Волоколамский проспект, проспект Победы, улица Орджоникидзе, набережная реки Лазури, улица Вагжанова.

Требования к размещению и оформлению рекламных конструкций во 2 зоне

Расстояние между конструкциями среднего формата должно составлять не менее 100 метров. Расстояние между конструкциями малого формата должно составлять не менее 30 метров (за исключением афишных тумб). Афишные тумбы должны располагаться группами, но не более 5 конструкций. Цвет рекламных конструкций должен соответствовать разделу VI концепции. В квартале улиц необходимо применять одно цветовое и стилистическое решение. Конструкции среднего формата должны располагаться перпендикулярно улице, на которой они установлены. Рекламные конструкции должны соответствовать требованиям к оформлению, расположению и эксплуатации, указанным в VII разделе концепции. Запрещено размещение перетяжек любого вида, брендмауэров, строительных сеток, баннеров, рекламы на уличной мебели. Запрещено использование рекламы, отдельные элементы которой выходят из плоскостей рекламной конструкции.

- по Санкт-Петербургскому шоссе от Горбатого моста (эстакада над путями Октябрьской железной дороги в Заволжском районе города, в створе Петербургского шоссе) до границ города;
- по улице Паши Савельевой – от пересечения с улицей Фрунзе до границ города;
- по Бежецкому шоссе – от Исаевского ручья до границ города;
- по Московскому шоссе – от площади Гагарина до границ города;
- по Волоколамскому шоссе – от Тверского таможенного поста (центр электронного декларирования) до границ города;
- по Старицкому шоссе – от Городской больницы № 4 до границ города.

Требования к размещению и оформлению рекламных конструкций в 3 зоне

В 3 зоне допускается размещать рекламные конструкции крупного масштаба - билборды и суперсайты. Расстояние между конструкциями крупного формата должно составлять не менее 100 метров. Конструкции должны располагаться перпендикулярно улице, на которой они установлены. Рекламные конструкции должны соответствовать требованиям к оформлению, расположению и эксплуатации, указанным в VII разделе концепции. Запрещено размещение перетяжек любого вида. Цвет рекламных конструкций должен соответствовать вариантам, предусмотренным в VI разделе концепции. В квартале улиц необходимо применять одно цветовое и стилистическое решение.

4. Жилая зона

К четвертой зоне отнесены преимущественно жилые районы, не являющиеся центрами деловой активности. В жилой зоне расположены пешеходные и автомобильные пути следования жителей города. Допускается размещать конструкции малого, среднего и крупного форматов, за

исключением суперсайтов. Также, следует отметить, что элементы жилой зоны размещаются частично во всех вышеперечисленных зонах.

Центральный район:

Расположен в центральной части Твери на правом берегу Волги.

Зоны новой застройки: бульвар Радищева (частично), переулок Трудолюбия, район Парка Победы, Смоленский пер., ул. Коробкова, Суворова. Малоэтажная застройка в историческом центре города: ул. Серебряная, Медняковский пер.

В центральном районе есть большие зоны частного сектора - район Центрального рынка и Затъмачье. Набережная Михаила Ярославича, в Затъмацкой части города — Краснофлотская набережная в некотором удалении от реки.

Московский район:

Московский район Твери охватывает восточную часть города, в которой сосредоточены жилые и промышленные зоны и начинается дорога на Москву.

Зона с минимальной удаленностью от центра города и максимальной транспортной доступностью - ул. Вагжанова до Восточного моста через Волгу, ул. Московская, Малая Самара, пересечение Волоколамского проспекта и пр. Победы.

Зона с большей удаленностью от центра города, но с хорошей транспортной доступностью и инфраструктурой - Волоколамский пр., ул. Фадеева, Ипподромная, Склизкова в районе пр. Чайковского и Волоколамского пр., ул. Завидова, Спортивный пер., Октябрьский проспект, площадь Терешковой.

Микрорайоны: Южный и «Чайка», ул. Орджоникидзе, зона новой жилой застройки на ул. Склизкова рядом с Бобачевской рощей.

Зоны частного сектора: пос. Крупской и пос. Большие и Малые Перемерки на выезде из города по Московскому шоссе.

Пролетарский район:

Пролетарский район Твери охватывает западную часть города.

Зона с минимальной удаленностью от центра города и максимальной транспортной доступностью – бульвар Ногина, ул. Карла Маркса, Виноградова, Новикова, Бакунина, 2-я и 4-я Красная Слобода (этот микрорайон, а также примыкающий к нему частный сектор называют районом бульвара Ногина). Комсомольская площадь и начало ул. Маршала Конева и пр. Ленина.

Зона с большей удаленностью от центра города, но с хорошей транспортной доступностью и инфраструктурой - проспект Ленина от Технического университета до проспекта 50 лет Октября; район ул. Республиканской, ул. Бобкова, Кирова, Рихарда Зорге, Лизы Чайкиной, Пичугина.

Микрорайоны: проспект 50 лет Октября, Первомайский, Мамулино, Мамулино 2, Брусилово, поселок Мигалово.

Частный сектор: Красная Слобода (от ул. Виноградова к Волге), пос. Лоцманенко, пос. Чкаловский рядом с микрорайоном Южный, зона за Линией Октябрьской железной дороги (рядом с микрорайоном Первомайский), частные дома в Мамулино, на ул. Республиканской, между ул. Маршала Конева и микрорайон Первомайский.

Заволжский район:

Заволжский район охватывает северную, левобережную часть города. Наиболее престижной считается зона Ближнего Заволжья - от ул. Горького вверх по течению Волги до ул. Благоева. Это зона наибольшей транспортной доступности.

Зона с минимальной удаленностью от центра города и максимальной транспортной доступностью – набережная А.Никитина, ул. Горького и бульвар Шмидта, ул. Благоева, Комсомольский проспект, пл. Мира.

Зона с большей удаленностью от центра города, но с хорошей транспортной доступностью и инфраструктурой - ул. Коноплянниковой, Мусоргского, Благоева, Скворцова-Степанова между ул. Горького и ул.

Красина, ул. Фурманова и Фарафоновой, ул. Горького до Артиллерийского пер. (Петербургская Застава), Петербургское шоссе до площади Конституции СССР.

Микрорайоны: Петербургское шоссе от площади Конституции СССР до Горбатого моста (мост через железнодорожные пути; этот микрорайон называют «Горбатка»), ул. Луначарского, Хромова, Паши Савельевой, микрорайоны «Юность» и Соминка.

В Заволжском районе есть большие зоны частного сектора: Затверечье, ул. Благоева, Скворцова-Степанова в районе Соминки, переулки 1-6 Metallistov, поселок Вагонников. Поселок Киселево (Соминка).

Отдельно стоящий посёлок Сахарово не имеет общей границы с основной территорией района и расположен в 18 км к северо-востоку от центра города. Также в некотором отдалении от городской черты расположен пос. Литвинки.

Требования к размещению и оформлению рекламных конструкций в 4 зоне:

Базовые рекламные конструкции: сити-формат, афишные тумбы, пиллар, остановочный комплекс, ситиборд, билборд, крышные конструкции. Расстояние между конструкциями крупного формата должно составлять не менее 100 метров. Расстояние между конструкциями среднего формата должно составлять не менее 50 метров. Расстояние между конструкциями малого формата должно составлять не менее 30 метров (за исключением афишных тумб). Афишные тумбы должны располагаться группами, но не более 5 конструкций. Рекламные конструкции должны соответствовать требованиям к оформлению, расположению и эксплуатации, указанным в VII разделе концепции. Запрещено размещение перетяжек любого вида. Цвет рекламных конструкций должен соответствовать разделу VI концепции. В квартале улиц необходимо применять одно цветовое и стилистическое решение.

Раздел V

Концепция размещения наружной рекламы на территории Тверской области

Формирование схем размещения рекламных конструкций в муниципалитетах исходит из особенностей их географического положения, социально-экономических показателей. Территориальное распределение позволяет учесть особенности каждого участка размещения конструкций в конкретном муниципальном образовании Тверской области наряду с экономической, социальной и туристической составляющей.

Типология автомобильных дорог для целей размещения рекламных конструкций

Через территорию области проходят две магистральные автомобильные дороги федерального значения (1 тип):

- М10 автомагистраль «Россия» (Москва — Санкт-Петербург) считается осью автомобильных дорог региона, пересекает область с юго-запада на северо-восток и проходит от границы с Московской областью через Тверь (по объездной дороге) и Вышний Волочёк до границы с Новгородской областью;

- М9 автомагистраль «Балтия» (Москва — граница с Латвией) — проходит по южной части области в западном направлении от границы с Московской областью через Ржев до границы с Псковской областью; протяжённость в пределах области — 261 км, с подъездами к Оленино, Нелидово и Западной Двине — 276 км.;

- Скоростная автомобильная дорога Москва — Санкт-Петербург (федеральная автомобильная дорога М11).

Ко 2 типу относятся автомобильные дороги регионального или межмуниципального значения, их насчитывается около 1936, общая протяжённость — 15347,8 км, некоторые из них:

Тверь — Бежецк — Весьегонск — Устюжна (256,8 км.);

Вышний Волочёк — Бежецк — Сонково (168,5 км.);
Калязин — Кашин — Горицы — Кушалино (131,3 км.);
Торжок — Осташков (120,6 км.);
«Москва — Рига» — Андреаполь — Пено — Хитино (111,7 км.);
Тверь — Ржев (107,3 км.);
Торжок — Старица (106,6 км.).

В результате анализа, проведенного при разработке концепции, выявлено отсутствие системности при размещении конструкций и единого вида. Более половины из них находится в неудовлетворительном техническом состоянии. Создание единого индивидуального стиля Тверской области при размещении наружной рекламы, наряду с удобством и безопасностью дорожного движения, является приоритетной задачей разработанной концепции и будет осуществляться в соответствии с функциональными особенностями и пропускной способностью автомобильных дорог. Размещение рекламных конструкций должно соответствовать действующим на момент установки федеральным законам, ГОСТам, техническим регламентам и иным нормативным правовым актам.

Требования к размещению и оформлению рекламных конструкций

вдоль автомобильных дорог 1 типа:

- Базовая рекламная конструкция: билборд и суперсайт. Конструкции могут иметь Т- и Г-образную форму (Т-образная форма обязательна на подъездах (3 км) к крупным муниципальным образованиям). Применяется цветовое решение, указанное в разделе VI концепции;
- Смена Т- и Г-образных форм должна осуществляться группами (не менее 5 конструкций одной формы);
- Расстояние между рекламными конструкциями на одной стороне дороги должно составлять не менее 150 метров;
- Освещение рекламных конструкций приветствуется.

Не допускается:

- размещение конструкций на разделительных полосах, аварийно-опасных участках дорог и улиц, железнодорожных переездах;
- размещение односторонних билбордов.

Рекламная конструкция должна:

- быть ориентирована таким образом, чтобы поверхность с размещенной рекламой находилась под углом 90° к оси дороги;
- соответствовать требованиям к оформлению, расположению и эксплуатации, указанным в VII разделе концепции;
- устанавливаться через крепление на заглубленный фундамент.

Требования к размещению и оформлению рекламных конструкций

вдоль автомобильных дорог 2 типа:

- Базовая рекламная конструкция: билборд. Конструкции могут иметь Т- и Г-образную форму (Т-образная форма обязательна на подъездах (3 км) к крупным муниципальным образованиям).
- Применяется цветовое решение, указанное в разделе VI концепции;
- Расстояние между рекламными конструкциями на одной стороне дороги должно составлять не менее 100 метров;
- Запрещено размещение конструкций на разделительных полосах, аварийно-опасных участках дорог и улиц, железнодорожных переездах, в пределах границ транспортных развязок в разных уровнях, мостовых сооружениях, в тоннелях и под путепроводами;
- Нижний край рекламного щита или крепящих его конструкций должен находиться на расстоянии не менее 2,0 метра от уровня поверхности участка, на котором расположено средство размещения рекламы;
- Освещение рекламных конструкций приветствуется.

Не допускается:

- размещение конструкций на разделительных полосах, аварийно-опасных участках дорог и улиц, железнодорожных переездах;

- размещение односторонних билбордов.

Рекламная конструкция должна:

- быть ориентирована таким образом, чтобы поверхность с размещенной рекламой находилась под углом 90° к оси дороги;
- соответствовать требованиям к оформлению, расположению и эксплуатации, указанным в разделе VII концепции;
- устанавливаться через крепление на заглубленный фундамент.

Графическое изображение требований представлено на рисунках с 10-14.

Требования к расположению рекламных конструкций на трассе

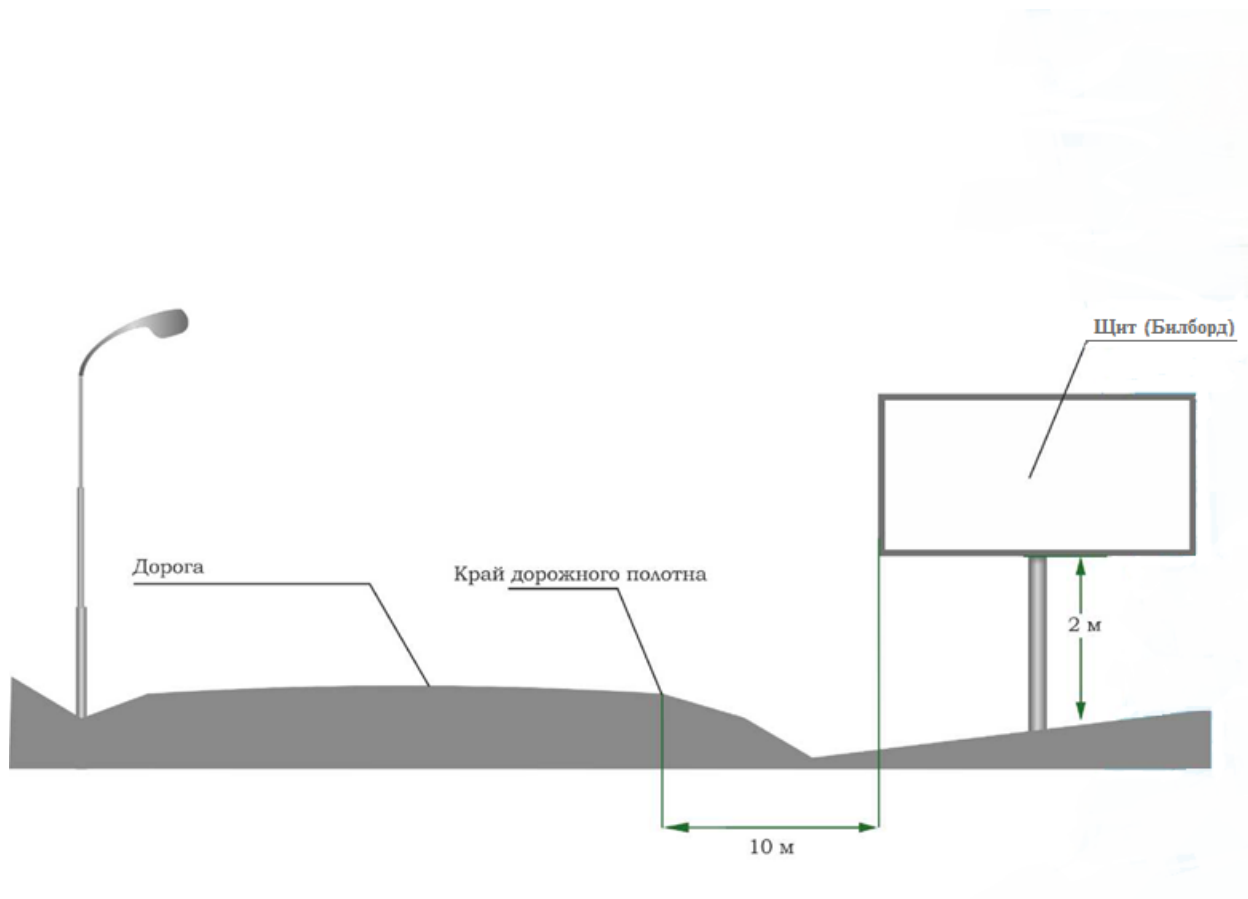


рис. 10

Иллюстрация недопустимых технических особенностей рекламных конструкций

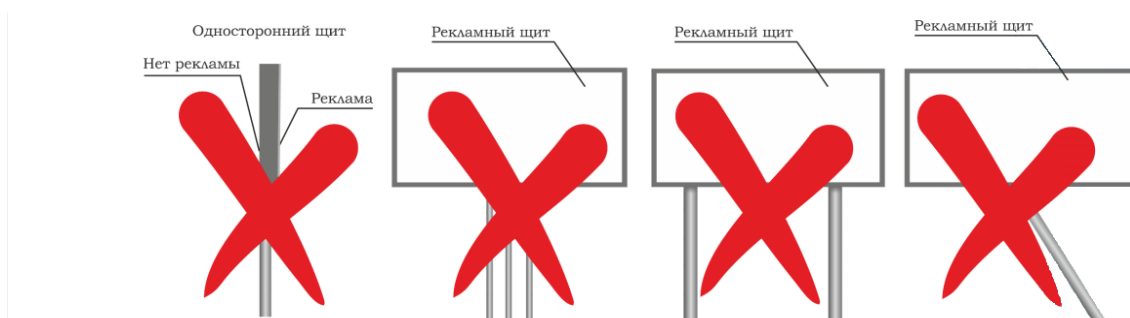


рис. 11

Оформление торцов рекламных конструкций декоративными элементами



рис. 12

Схема маркировки конструкции



рис. 13



рис. 14

Зонирование территории Тверской области по приоритетности контента.

Муниципальные образования Тверской области предлагается разделить на II группы (рис. 15). I группа характеризуется как наиболее привлекательная исходя из экономического и туристско-рекреационного потенциала. К I группе относятся территории, на которых сосредоточены исторические и культурные объекты (памятники истории и культуры, историческая застройка), природные объекты (водные ресурсы, прибрежные зоны водоемов, минеральные источники, рельеф, растительный и животный мир и т.д.), инфраструктурные объекты (транспортное обеспечение, коммунальные системы, торговля и бытовое обслуживание, места размещения и питания и др.), социальные объекты (развитие сферы образования и культуры, качественное предоставление медицинских услуг, благоприятные условия в области жилищной политики и т.д.).

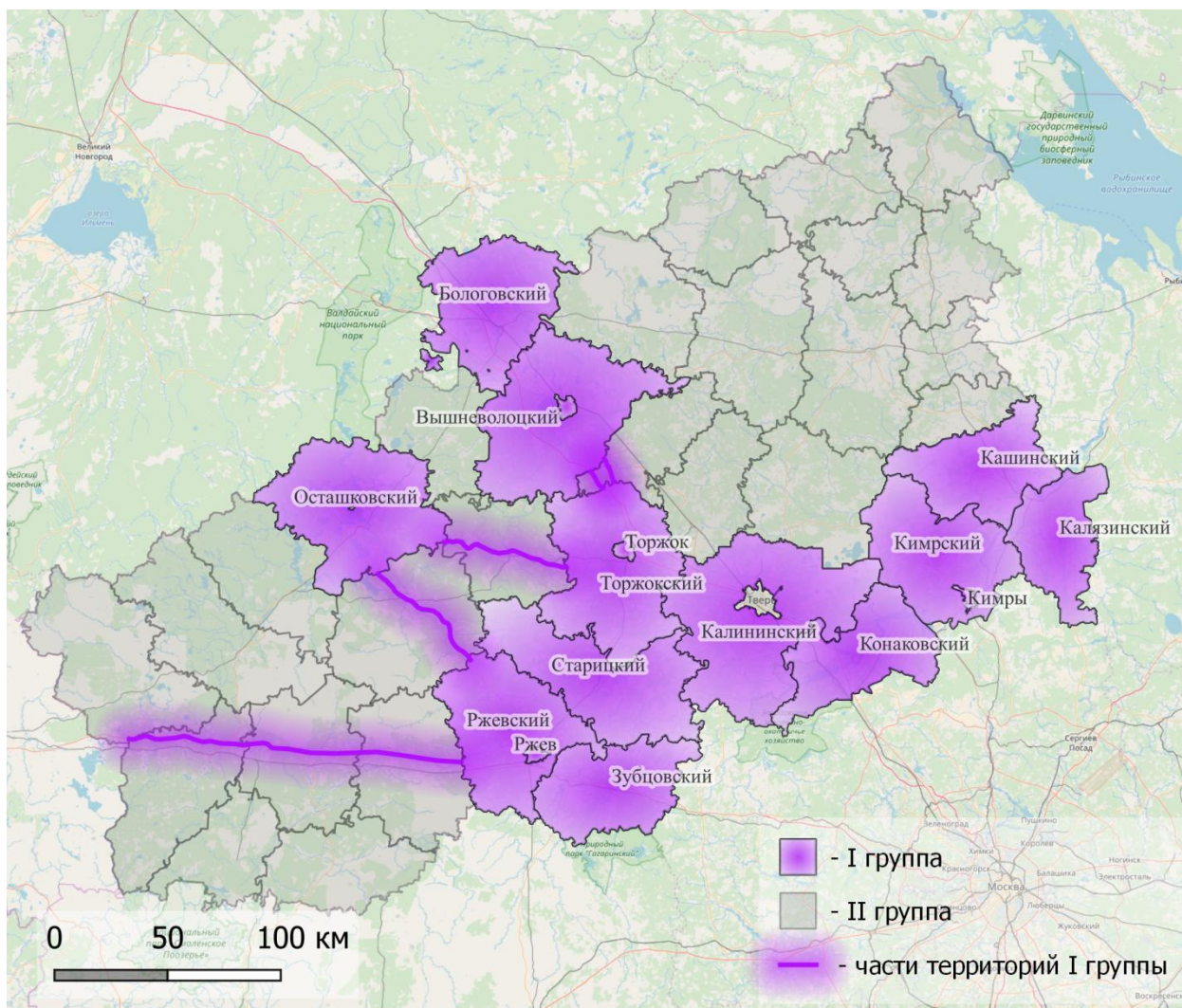


рис. 15

К I группе относятся следующие муниципальные образования:

1. Калининский район;
2. Конаковский район;
3. г. Кимры;
4. Кимрский район;
5. Калязинский район;
6. Кашинский район;
7. Осташковский городской округ;
8. г. Торжок;
9. Торжокский район;
10. г. Вышний Волочек;
11. Вышневолоцкий район;

12. Зубцовский район;
13. г. Ржев;
14. Ржевский район;
15. Старицкий район;
16. Бологовский район.

Также к I группе относятся части территорий Селижаровского района вдоль дороги 28К- 1179 и Кувшиновского района вдоль дороги 28К-1785 (туристический транзит к озеру Селигер Осташковского района); часть территории Спировского района вдоль трассы М10, а также часть территорий Нелидовского, Оленинского, Западнодвинского районов вдоль трассы М9.

К критериям, по которым проводится деление, относятся:

- Большой транзитный поток на территории муниципальных образований I группы;
- расположенная реклама товаров и услуг ориентирована на потребителя в любом регионе Российской Федерации и за рубежом;
- расположение самых привлекательных, следовательно и дорогих мест для размещения наружной рекламы.

Рекламный контент направлен преимущественно на создание привлекательной среды, гармоничного расположения с историко-культурной средой и ландшафтом. Фактически рекламный контент ограничивается предусмотренными ст.5 и ст. 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Ко II группе относятся следующие муниципальные образования:

1. Бежецкий район;
2. Рамешковский район;
3. Весьегонский район;
4. Удомельский район;
5. Пеновский район;
6. Селижаровский район (за исключением территории вдоль дороги 28К-1179);

7. Оленинский район (за исключением территории вдоль дороги М9);
8. Западнодвинский район (за исключением территории вдоль дороги М9);
9. ЗАТО Озерный;
10. Нелидовский район (за исключением территории вдоль дороги М9);
11. Спировский район (за исключением территории вдоль дороги М10);
12. Торопецкий район;
13. ЗАТО Солнечный;
14. Фировский район;
15. Сонковский район;
16. Сандовский район;
17. Молоковский район;
18. Лесной район;
19. Кесегогорский район;
20. Бельский район;
21. Жарковский район;
22. Лихославльский район;
23. Андреапольский район;
24. Краснохолмский район;
25. Кувшиновский район (за исключением территории вдоль дороги 28К-1785);
26. Максатихинский район.

К критериям, по которым проводится деление, относятся:

- небольшой транзитный поток на территории муниципальных образований II группы;
- расположенная реклама товаров и услуг преимущественно ориентирована на потребителя в конкретном муниципальном образовании и на территории Тверской области;
- расположение менее привлекательных и дешевых мест для размещения наружной рекламы.

Концепцией предполагается, что в соответствии с территориальным положением муниципальных образований II группы рекламные конструкции будут направлены на поддержание и развитие внутреннего рынка потребления, а также отражение значимых людей, событий, дат с помощью социальной рекламы.

«Имиджевая» реклама на территории Тверской области

Концепцией предлагается размещение «имиджевой» и социальной рекламы (на въездах в столицу области - Тверь и в другие города Тверской области), направленной на освещение наиболее актуальных событий и явлений региона, достижение общественно полезных целей, создание и поддержание благоприятного имиджа, а также обеспечение территориальных и экономических интересов региона и областного центра.

Предполагается размещение «имиджевой» рекламы на въездах в город Тверь (рис 16):

- со стороны пос. Эммаус и д. Пасынково Калининского района;
- Бурашевское шоссе;
- Волоколамское шоссе;
- Старицкое шоссе;
- Бежецкое шоссе;
- Савватьевское шоссе;
- Санкт-Петербургское шоссе -М10- северная граница пос. Заволжский.



рис. 16

В настоящее время на въездах в город Тверь установлено большое количество рекламных конструкций на границах с Калининским районом, что создает эффект визуального шума и не позволяет оценить информацию указанную на рекламной конструкции. Необходимо выявление незаконно установленных конструкций на данных участках дороги с выдачей предписаний о демонтаже рекламных конструкций собственникам. В случае если рекламные конструкции установлены в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций Калининского района и в соответствии с действующими разрешениями, будут внесены изменения в Схему размещения рекламных конструкций Калининского района. Уменьшение

количества рекламных конструкций на данных участках дороги привлечет внимание к «имиджевым» рекламным конструкциям, которые предполагаются к установке на данных участках дороги.

Концепцией предполагается выявление мест въездов в Тверскую область со стороны других регионов с наибольшим количеством размещенных рекламных конструкций с дальнейшим внесением изменений в схемы размещения рекламных конструкций районов. Размещение рекламных конструкций на данных участках дороги будет акцентировано на положительный экономический, туристско-рекреационный потенциал районов, которые граничат с соседними областями региона.

Раздел VI

Типы и виды рекламных конструкций, их цветовое решение и способы освещения.

В рамках настоящих Требований выделяются следующие типы и виды рекламных конструкций:

Типы рекламных конструкций	Виды рекламных конструкций
1.Рекламные конструкции на объектах благоустройства	Рекламные конструкции на остановочных пунктах движения общественного транспорта
2.Отдельно стоящие рекламные конструкции (размещаемые на земельных участках)	Сити-форматы
	Пиллары
	Афишная тумба
	Сити-борды
3.Рекламные конструкции, присоединяемые к объектам недвижимости (зданиям, сооружениям)	Билборды и суперсайты
	Настенные панно
4.Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам	Крышные рекламные конструкции в виде отдельных букв и логотипов
	Модель и проект каждой уникальной конструкции согласовывается исполнительным органом государственной власти Тверской области, осуществляющим исполнительно-распорядительную деятельность на территории Тверской области в сфере архитектуры и градостроительства

1 тип

Рекламные конструкции на остановочных пунктах движения общественного транспорта (рис. 17) - рекламные конструкции малого формата, монтируемые на конструктивных элементах остановочных пунктов движения общественного транспорта (далее – остановочные пункты). Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции на остановочном пункте составляет 1,2 х 1,8 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции на остановочном пункте определяется общей площадью двух его сторон. Фундаменты рекламных конструкций на остановочных пунктах не должны выступать над уровнем покрытия тротуара.



рис. 17

2 тип

Отдельно стоящие рекламные конструкции (размещаемые на земельных участках)

Сити-формат (рис. 18) – двухсторонняя рекламная конструкция малого формата с внутренней подсветкой. Рекламное место закрыто защитным стеклом. Крепление осуществляется путем установки щита через опорную часть на фундамент. Конструкция щита выполнена из металлических профилей квадратного сечения. Рекламная часть представлена алюминиевым коробом с закрытием рекламного места стеклом. Опорная часть облицована алюминиевыми кассетами. Торцы щита закрыты по периметру. Высота опорной части - 300 мм. Рекламные поверхности расположены с двух сторон и защищены стеклом. В рекламной части конструкции осуществлена внутренняя белая подсветка.

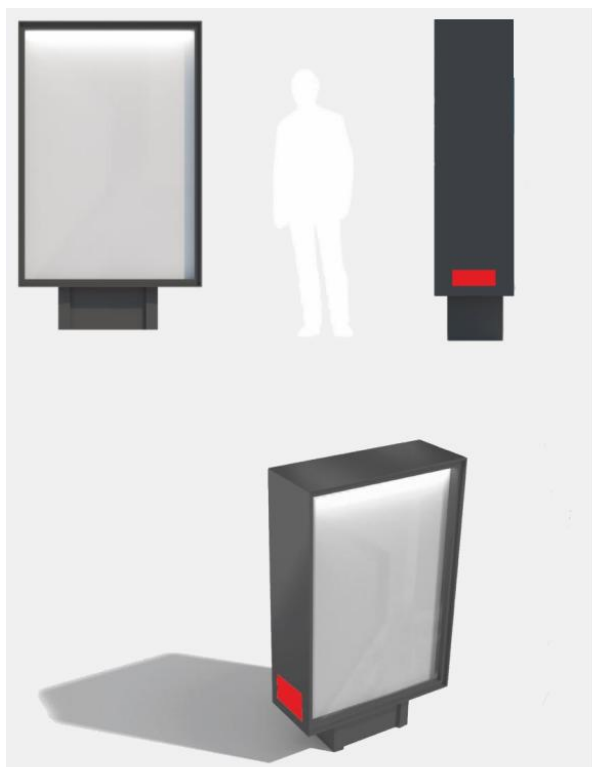


рис. 18

Пиллар (рис. 19) - трехсторонняя рекламная конструкция среднего формата с внутренней подсветкой. Основание конструкции образует равносторонний треугольник. Рекламные места закрыты защитным стеклом. Конструкция щита выполнена из металлических профилей квадратного сечения. Непрозрачные части конструкции облицованы композитными материалами. Рекламные поверхности расположены с трех сторон и защищены стеклом. В рекламной части конструкции осуществляется внутренняя белая подсветка.

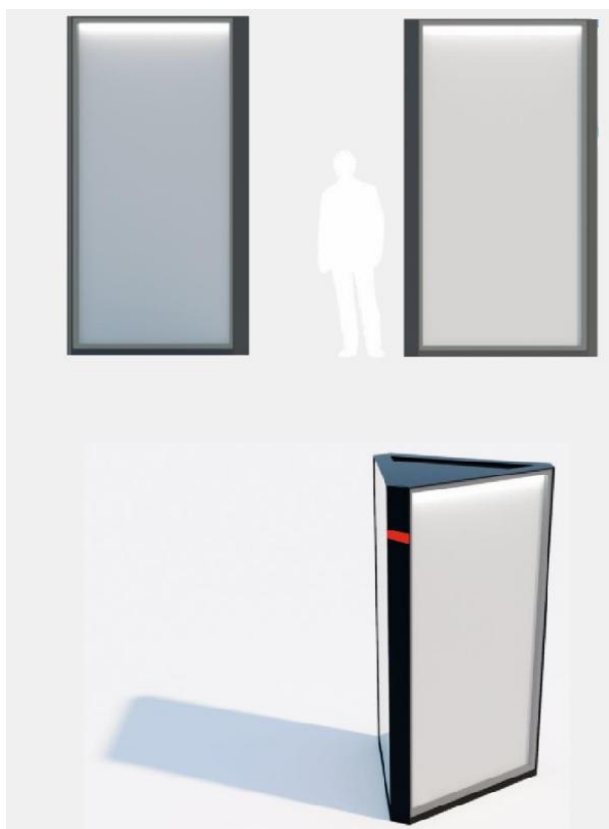


рис. 19

Афишные тумба (рис. 20) – рекламная конструкция среднего формата с внутренней подсветкой и круглым сечением, одинаковым по высоте. Рекламное место закрыто защитным стеклом. Конструкция щита выполнена из металлических профилей квадратного сечения. Непрозрачные части конструкции облицованы композитными материалами. В рекламной части конструкции осуществляется внутренняя холодная белая подсветка.



рис. 20

Ситиборд (рис. 21) – двухсторонняя рекламная конструкция с внутренней подсветкой и защитным стеклом. Состоит из опорной и щитовой частей под размещение рекламы. Крепление осуществляется путем установки щита через опорную часть на фундамент. Конструкция щита выполнена из металлических профилей квадратного сечения. Рекламная часть представлена металлическим коробом с закрытием рекламного места стеклом. Опорная часть облицована металлическими кассетами. Торцы щита закрыты по периметру. Фундамент должен быть заглублен. Рекламные поверхности расположены с двух сторон и защищены стеклом. В рекламной части конструкции осуществляется внутренняя белая подсветка.

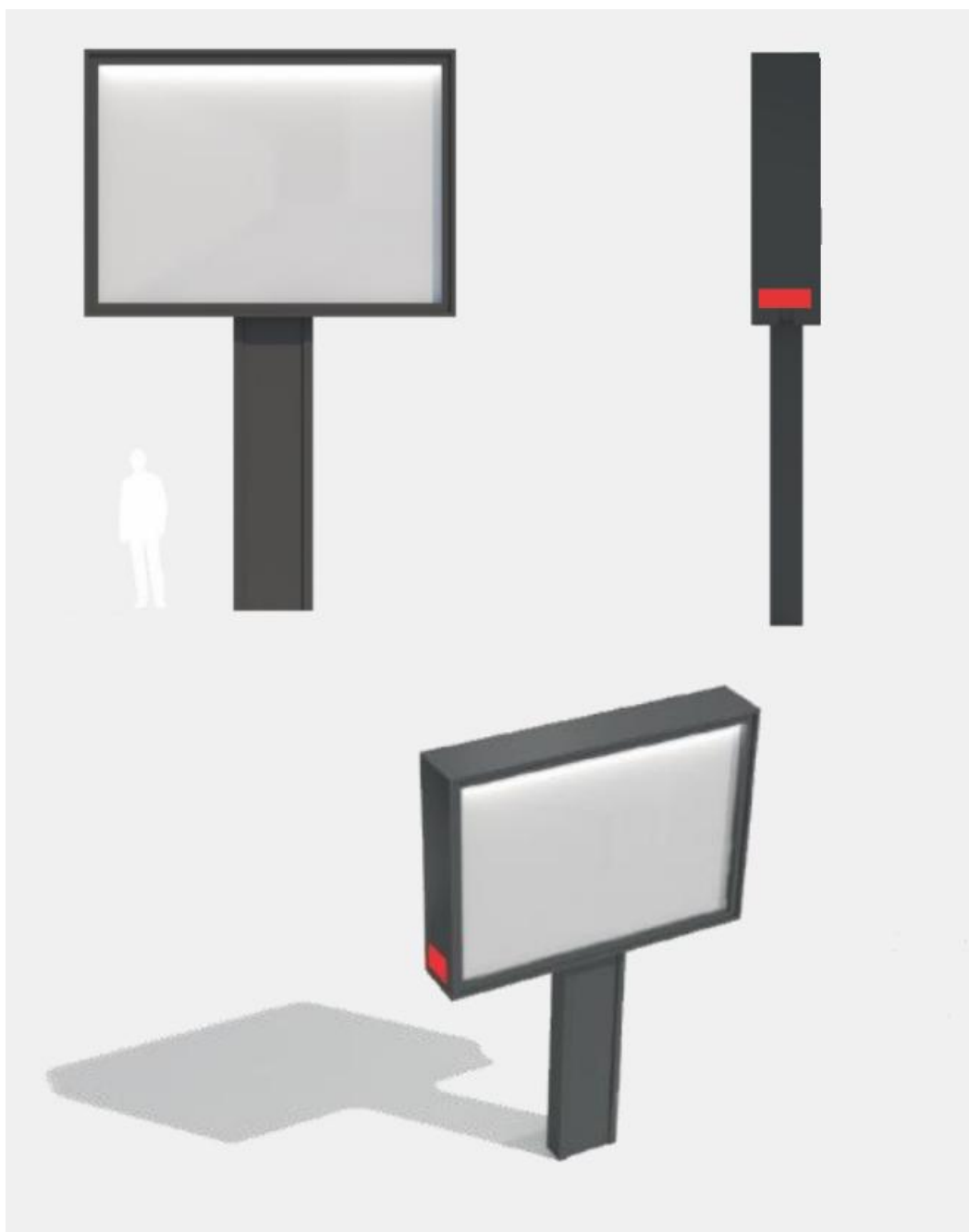


рис. 21

Билборд (рис. 22) – рекламная конструкция с двумя (тремя) поверхностями для размещения рекламы размера 6 х 3 м. Состоит из опорной и щитовой частей под размещение рекламы. Крепление осуществляется путем установки щита через опорную часть на фундамент. Конструкция щита выполнена из металлических профилей квадратного сечения. Опорная часть представлена металлической конструкцией круглого сечения. Торцы щита закрыты по периметру. Фундамент должен быть заглублен.

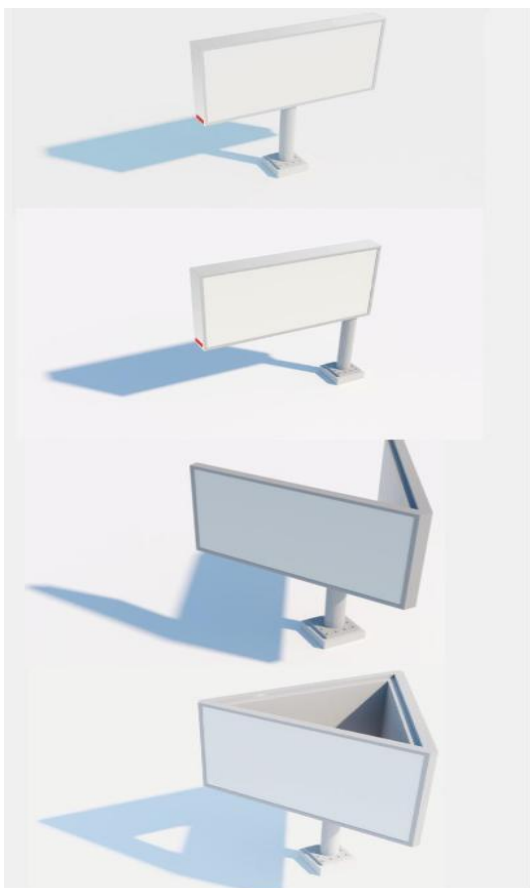


рис. 22

Суперсайт (рис. 23) – рекламная конструкция с двумя (тремя) поверхностями для расположения рекламы. Состоит из опорной и щитовой частей под размещение рекламы. Крепление осуществляется путем установки щита через опорную часть на фундамент. Конструкция щита выполнена из металлических профилей квадратного сечения. Часть конструкции, содержащая рекламу, освещается холодным белым светом с внешней стороны с верхней части конструкции. Торцы щита закрыты по периметру. Фундамент должен быть заглублен.



рис. 23

3 тип

Рекламные конструкции, присоединяемые к объектам недвижимости (зданиям, сооружениям) (рис. 24)

Настенные панно - брендмауэр – крупноформатная настенная рекламная конструкция, размещаемая на плоскости стен зданий и сооружений. Состоит из креплений для натяжения рекламного полотна, расположенных по контуру. Содержит внешнюю подсветку. Поверхность под рекламную конструкцию не должна содержать оконных проемов и архитектурных элементов.

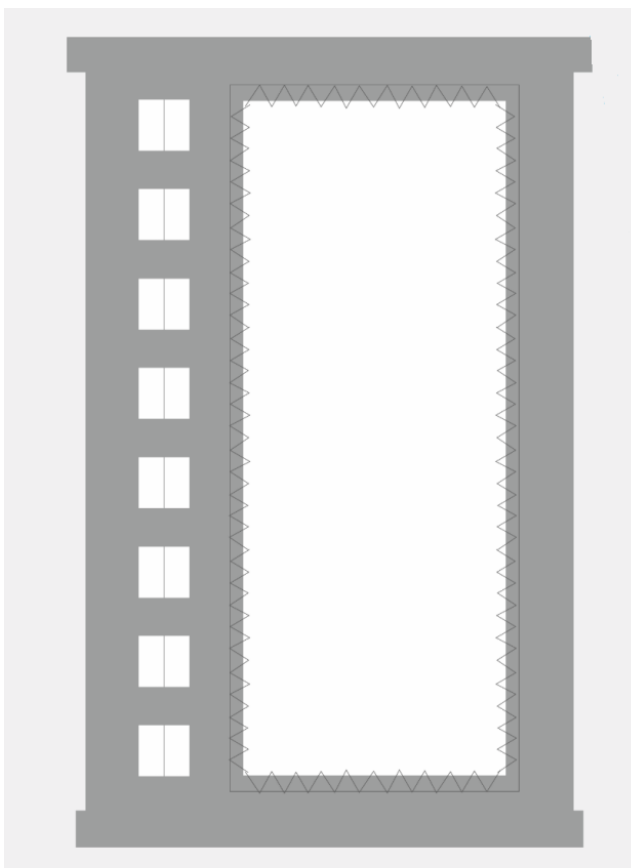


рис. 24

Крышные рекламные конструкции в виде отдельных букв и логотипов. Реклама на крыше зданий должна располагаться в разрешенных в настоящей концепции зонах.

При размещении рекламы данного вида должны выполняться следующие правила:

- Реклама на крыше не должна перекрывать с любой точки обзора фасады расположенных рядом зданий, а также панорамные виды на город;
- Размещение рекламных конструкций на крышах зданий не должно приводить к ухудшению технического состояния несущих конструкций этих объектов;
- Рекламные конструкции должно гармонично сочетаться с архитектурными особенностями здания и застройки в целом;
- Допускается размещение одной конструкции на здании (рис. 25);

- Расстояние между соседними крышными конструкциями должно быть не менее 150 метров по кратчайшему пути измерения от края одной конструкции до края другой.

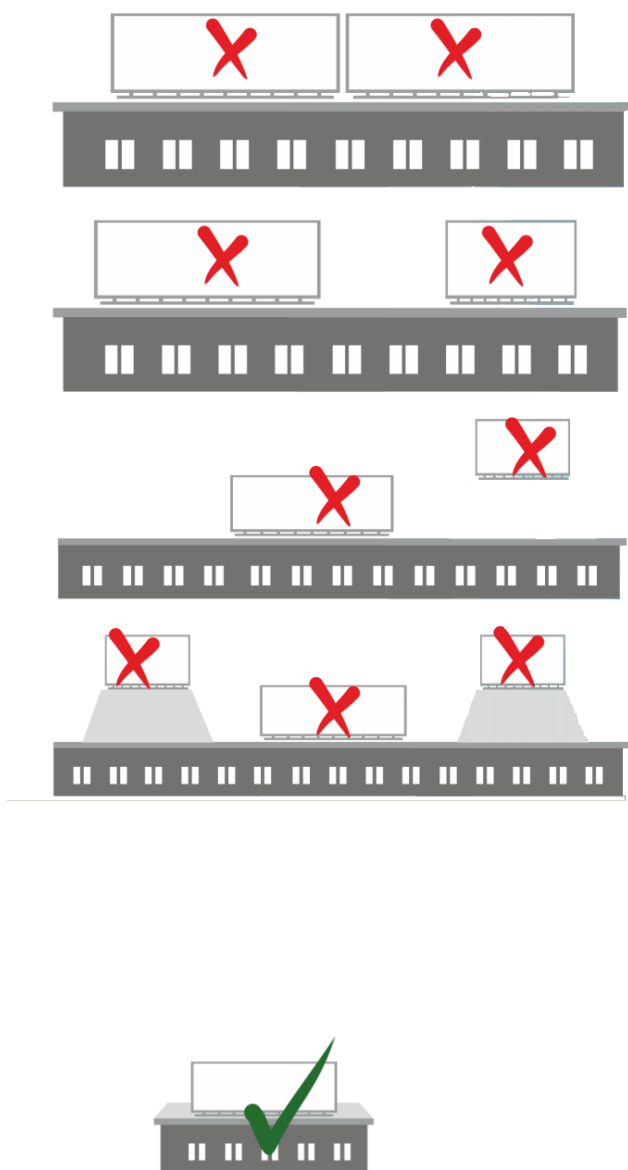


рис. 25

4 тип

Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам

Уникальные (нестандартные) рекламные конструкции, выполненные по индивидуальным проектам, - рекламные конструкции, имеющие формат, отличный от иных форматов, предусмотренных настоящей Концепцией.

К уникальным рекламным конструкциям, выполненным по индивидуальным проектам, относятся объемно-пространственные конструкции - рекламные конструкции, на которых для распространения рекламной информации используется как объем объекта, так и его поверхность (в том числе объемно-пространственные модели). Площадь информационного поля объемно-пространственных конструкций определяется расчетным путем.

Модель и проект каждой уникальной конструкции согласовывается с Главным управлением архитектуры и градостроительной деятельности Тверской области.

Цветовые решения рекламных конструкций

Рекламные конструкции должны иметь цвет в соответствии с установленными колерами



Графитно-чёрный (RAL 9011)



Темно-серый (RAL 7013)

Освещение рекламных конструкций

Освещение рекламных конструкций играет важную роль в восприятии информации. Подключать конструкции к сетям электроснабжения следует исключительно при наличии технических условий ресурсоснабжающих

организаций и в соответствии с правилами устройства электроустановок. Кроме того, в целях сохранения городского пространства от «паутины проводов», подключение к электросетям следует производить скрытым (подземным) способом. Допускается использование солнечных батарей.

Наружное освещение рекламных конструкций должно производиться по одному из предложенных вариантов (рис. 26):



рис. 26

Раздел VII

Требования к эксплуатационному состоянию рекламных конструкций на территории Тверской области

Рекламные конструкции должны соответствовать концепции и содержаться в надлежащем состоянии. Ненадлежащее состояние рекламных конструкций является основанием для признания конструкции несоответствующей концепции.

Условия содержания и эксплуатации рекламных конструкций:

1. Приведение рекламных конструкций в надлежащий вид осуществляется владельцами конструкций в двухнедельный срок с момента получения соответствующего требования от Главного управления архитектуры и градостроительной деятельности Тверской области;
2. Внешний вид и дизайн всех видов рекламных конструкций должны соответствовать концепции;
3. Не допускается утрата отдельных элементов рекламы или появление на ней посторонних надписей и рисунков. Выявленные дефекты должны быть устранены в течение 3 суток;
4. Смена изображений на средствах наружной рекламы должна проводиться без заезда транспортных средств на газоны;
5. Все рекламные конструкции, разрешенные как рекламные конструкции с подсветкой, должны быть освещены в темное время суток;
6. Рекламные конструкции не должны иметь механических повреждений;
7. Все металлоконструкции рекламных конструкций должны иметь окраску соответствующую концепции без признаков коррозии, ржавчины и грязи на всех частях и элементах;
8. Рекламные конструкции должны:
 - находиться в работоспособном состоянии;
 - быть безопасны для жизни и здоровья людей;
 - содержаться в чистоте, очищаться от загрязнения по мере необходимости, но не реже одного раза в две недели для конструкции, расположенных в

исторической зоне. Один раз в два месяца для конструкций, расположенных в других зонах, два раз в год - для крупноформатных носителей;

- подлежать своевременному техническому обслуживанию, ремонту, испытанию и модернизации.

9. Проведение работ по обслуживанию конструкций должно соответствовать требованиям безопасности с использованием ограждений и страховочных приспособлений;

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

11. Щитовые конструкции не должны иметь видимых элементов соединения различных частей конструкций (торцевые поверхности конструкций, крепление осветительной арматуры, соединения с основанием);

12. Установка и эксплуатация рекламных конструкций не должны нарушать требований охраны окружающей среды;

13. Запрещается размещение перетяжек;

14. Рекламные конструкции не должны ограничивать видимость технических средств организации дорожного движения и мешать восприятию водителем дорожной обстановки или эксплуатации транспортного средства;

15. Удаление средств наружной рекламы от линий электропередачи осветительной сети должно быть не менее 1,0 метра;

16. Средства наружной рекламы не должны быть размещены:

- в границах полосы отвода автомобильных дорог;
- в границах коридора безопасности;
- на одной опоре с дорожными знаками и светофорами;
- на железнодорожных переездах, в туннелях и под путепроводами; над въездами в туннели и выездами из них;
- над проезжей частью;
- на дорожных ограждениях и направляющих устройствах;

- на подпорных стенах, заборах, а также деревьях, скалах и других природных объектах;

18. Запрещается размещение рекламы путем нанесения либо вкрапления с использованием строительных материалов, краски, дорожной разметки и т.п. в поверхность автомобильных дорог и улиц;

19. Запрещается размещение рекламных конструкций

20. Наружная реклама не должна иметь сходства (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;

21. Яркость элементов изображения наружной рекламы при внутреннем и внешнем освещении не должна превышать фотометрических характеристик дорожных знаков;

22. Средство наружной рекламы должно иметь маркировку с указанием рекламораспространителя и номера его телефона;

23. Допускается размещение рекламных конструкций на конструктивно выделенных бортовым камнем или защитными ограждениями разделительных полосах, в том числе на газонах, разделяющих транспортные потоки, и центральных частях перекрестков с круговым движением, за пределами границ коридора безопасности.

Зона разрешенного безопасного размещения рекламных конструкций в границах населенного пункта определяется, как территория за пределами коридора безопасности, границы которого устанавливаются в соответствии с ГОСТом.

Границы коридора безопасности определяются по общему правилу следующим образом:

- ширина коридора безопасности определяется от края проезжей части до ближайшей к краю проезжей части точки горизонтальной проекции края рекламной конструкции и составляет 0,6 м в населенном пункте (рис. 27);

- опоры рекламных конструкций должны быть установлены за пределами коридора безопасности.

Требования ГОСТа по коридору безопасности в части, касающейся обеспечения видимости дорожных знаков, не распространяются на рекламные конструкции, площадь информационного поля которых составляет менее $4,5 \text{ м}^2$, а также на средства наружной рекламы, являющиеся конструктивной частью остановочных павильонов общественного транспорта.

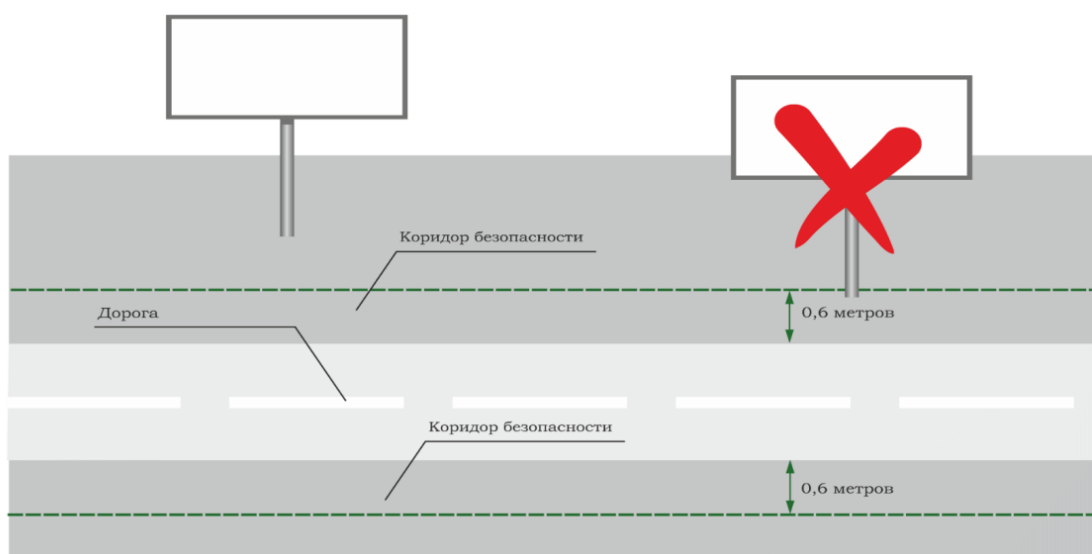


рис. 27

Внешний вид и дизайн всех типов рекламных конструкций должны соответствовать типовому сборнику рекламных конструкций, утвержденному в установленном порядке Правительством Тверской области.