2501001 403107

ПРАВИТЕЛЬСТВО МОСКВЫ

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ КОМИТЕТА
ПО АРХИТЕКТУРЕ И ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВУ ГОРОДА МОСКВЫ
(МОСКОМАРХИТЕКТУРА)

ПРИКАЗ

27.09.2007 № 170

Об основных требованиях по размещению объектов наружной рекламы на территории города Москвы

В соответствии с Законом Российской Федерации от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ « О рекламе», постановлением Правительства Москвы от 21 ноября 2006 г. № 908-ПП « О порядке установки и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации в городе Москве и регламенте подготовки документов Комитетом рекламы, информации и оформления города Москвы заявителям в режиме «одного окна», постановлением Правительства Москвы от 25 октября 2005 г. № 845-ПП « О городской целевой программе развития наружной рекламы, информации и оформления города Москвы на 2005-2007 годы», протоколом заседания Правительства Москвы от16 августа 2005 г., распоряжением Москомархитектуры от 5 февраля 2007 г. № 10 « О создании Службы Главного художника города Москвы» **ПРИКАЗЫВАЮ:**

1. Поручить рассмотрение и согласование проектной и разрешительной документации на размещение объектов наружной рекламы и информации подразделениям **Службы Главного художника города Москвы (Воскресенский И.Н.)** по принадлежности.

2. Утвердить Основные требования к размещению объектов наружной рекламы в городе Москве в соответствии с приложением к настоящему приказу.

3. **Службе Главного художника города Москвы:**

3.1. При рассмотрении проектной и согласовании разрешительной документации на размещение объектов наружной рекламы строго руководствоваться постановлением Правительства Москвы от 21 ноября 2006 г. № 908-ПП «О порядке установки и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации в городе Москве» и регламенте подготовки документов Комитетом рекламы, информации и оформления города Москвы заявителям в режиме «одного окна».

gost.e-ecolog.ru

3 2 Принять меры по упорядочению размещения рекламных конструкций с учетом архитектурного восприятия городского пространства Москвы

3.3 Совместно с Комитетом рекламы, информации и оформления города Москвы ускорить разработку концепт-программ с целью сокращения сетевой рекламы и вывода крупноформатных рекламных конструкций, установленных на основных транспортных магистралях и площадях центральной части города, в районах исторической застройки, на новых и реконструируемых автомагистралях, МКАД, в районах новой застройки и не отвечающие нормам по обеспечению безопасности дорожного движения

4 **Управлению ландшафтной архитектуры, комплексного благоустройства и дизайна городской среды (Глотов А.В.):**

4 2. Разработать концептуальные проекты рекламно-информационного оформления наиболее значимых в градостроительном отношении объектов и территорий общего городского назначения (п 3 постановления Правительства Москвы от 25 октября 2005 г. № 845-ПП «О городской целевой программе развития наружной рекламы, информации и оформления города Москвы на 2005-2007 годы»).

4.3 Совместно с **Комитетом рекламы, информации и оформления города Москвы** разработать новый значительно расширенный типоразмерный ряд рекламных конструкций для применения в различных зонах города, в том числе и по индивидуальным проектам.

4 4 Совместно со всеми подразделениями (включая территориальные) Службы главного художника города Москвы подготовить предложения по организации единой автоматизированной базы данных объектов наружной рекламы.

5 **Начальнику Центра координации проектирования комплексного благоустройства ГУП «ГлавАПУ» (Пасенко В.В.)** в целях обеспечения Москомархитектуры, исчерпывающей исходной информацией, при подготовке заключений о возможности размещения (пролонгации) объектов наружной рекламы, а также в целях оперативного приема и рассмотрения заявок, **в месячный срок:**

5 1. Подготовить предложения по организационным мероприятиям с целью повышения эффективности и качества рассмотрения поступающих заявок.

5.2 Откорректировать форму заключения на размещение объектов наружной рекламы и информации, включая перечень необходимых приложений.

5 3. В установленном порядке разрабатывать и выпускать градостроительные заключения на размещение крупноформатных конструкций, имеющих фундаменты и подключенных к инженерным сетям, в пределах Третьего транспортного кольца

5.4. Подготовить предложения по разработке градостроительных заключений на использование территорий под размещение крупноформатных и среднеформатных рекламных конструкций на всей территории города .

6. Рекомендовать Службе главного художника города Москвы проводить координационные совещания и семинары по вопросам дальнейшего совершенствования и развития системы наружной рекламы города с участием Комитета рекламы, информации и оформления города Москвы, других заинтересованных органов управления города, а также представителей крупнейших рекламных компаний Москвы.

7. Контроль за выполнением настоящего приказа возложить на заместителя председателя Москомархитектуры – **Главного художника города Москвы И.Н.Воскресенского.**

Председатель **А.В. Кузьмин**

Исп. Васильченко Д.В.
8-499-766-21-50
Менчиц Ю.В.
257-46-62

Приложение
к приказу Москомархитектуры
от 27.09.2007 2007 г. № 170

Основные требования
к размещению объектов наружной рекламы в городе Москве

1. Проектные предложения (в том числе при пролонгации) по размещению крупноформатных отдельностоящих установок, крышных рекламных установок, перетяжек, брандмауэрных панно, настенных панно (за исключением объектов сферы услуг) и рекламы на строительных сетках и ограждениях на основных магистралях города (приложение к Основным требованиям к размещению объектов наружной рекламы в городе Москве) рассматривать на заседаниях Художественного Совета Москомархитектуры, строго руководствуясь утвержденными концепциями рекламно-информационного и праздничного оформления городских территорий и магистралей, архитектурных комплексов и ансамблей.

2. В целях улучшения восприятия сложившейся городской среды в пределах Третьего транспортного кольца при рассмотрении проектных предложений по размещению средств наружной рекламы и информации:

2.1 Не допускать размещения на крышах зданий и сооружений плоскостных панелей (щитовых конструкций).

2.2. В пределах Садового кольца (включая его внешнюю сторону) не допускать размещения новых рекламных конструкций за исключением случаев замены большеформатных конструкций на малоформатные, размещения временных рекламных объектов (на строительных ограждениях, на период проведения рекламных акций и компаний, городских мероприятий и т.п.), пролонгации существующих объектов рекламы в соответствии с требованиями п.1 настоящего приложения.

2.3. Предусматривать вывод существующих, а также не допускать размещение новых объектов рекламы в рамках утвержденных охраняемых панорам центральной исторической части города.

2.4. Размещение телевизионных экранов допускать при условии сохранения существующего силуэта застройки, с учетом сложившейся и планируемой системы градостроительных доминант, при наличии достаточного пространства для размещения экранных установок с точки зрения гармоничной организации городской среды.

2.5. Рекомендовать Службе главного художника города Москвы размещение рекламно-информационных конструкций на фасадах непосредственно над объектами потребительского рынка и другими объектами, расположенными в первых этажах зданий, их витринами и входными группами, не выше фриза над нежилыми этажами.

2.6. Учитывая значительное влияние объектов рекламы на городскую среду (в плане колористики, архитектурного освещения и т.п.), рассматривать на заседаниях Художественного Совета Москвы в составе дизайн–проектов эскизы изображений (их колористику, подсветку, масштаб) на крупноформатных рекламных конструкциях.

3. При рассмотрении проектных материалов и согласовании разрешительной документации на размещение объектов рекламы и информации сократить количества рекламных конструкций в городе на 20%, увеличив долю современных и технически сложных элементов, высокотехнологичных средств наружной рекламы и информации.

4. При размещении объектов рекламы на тротуарах не допускать сокращения установленной нормативами (СНиП 2.07.01.89) ширины пешеходного прохода. Так же не допускать размещение конструкций, расположенных непосредственно над пешеходными тротуарами и переходами за исключение панелей–кронштейнов, установленных на стенах зданий и опорах освещения.

5. Не допускать установку крупноформатных и среднеформатных объектов наружной рекламы (в т.ч. устройство рекламных перетяжек) в зонах исторической застройки, а также зонах, представляющих архитектурно-художественную ценность для городской среды, если размещение таких конструкций повлечет за собой нарушение визуального восприятия объектов охраны, архитектурных комплексов, либо нарушение визуальных перспектив их восприятия, включая восприятие окружающей градостроительной среды.

Приложение к
к Основным требованиям
к размещению объектов
наружной рекламы
в городе Москве

Зоны особого городского назначения, по которым рассмотрение размещения объектов наружной рекламы и информации осуществляется Художественным Советом Архитектурного совета города Москвы

1. Территории в пределах Третьего транспортного кольца, включая саму магистраль.
2. Набережные реки Москвы на участке реки от Шелепихинского до Коломенского моста, реки Яузы от улиц Олений Вал – Богородский Вал до устья.
3. МКАД.
4. Волоколамское шоссе в границах САО.
5. Ленинградский проспект.
6. Ленинградское шоссе.
7. Международное шоссе.
8. Дмитровское шоссе.
9. Мира проспект.
10. Ярославское шоссе.
11. Щелковское шоссе, Стромынка улица, Большая Черкизовская улица, Преображенская улица.
12. Энтузиастов шоссе.
13. Волгоградский проспект.
14. Варшавское шоссе.
15. Каширское шоссе.
16. Профсоюзная улица, 60-летия октября проспект.
17. Ленинский проспект.
18. Вернадского проспект.
19. Кутузовский проспект.
20. Рублевское шоссе.
21. Осенний бульвар.

gost.e-ecolog.ru