КИЇВСЬКА МІСЬКА РАДА

III СЕСІЯ VIII СКЛИКАННЯ

РІШЕННЯ

_____№_____

Про затвердження
Правил розміщення
рекламних засобів в місті Києві

Відповідно до законів України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про столицю України - місто-герой Київ», «Про благоустрій населених пунктів», «Про автомобільні дороги», «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення», з метою формування єдиної міської політики у сфері розміщення засобів зовнішньої реклами та реклами на транспорті комунальної власності територіальної громади м. Києва, підвищення ефективності використання території міста Києва при розміщенні рекламних засобів Київська міська рада вирішила:

1. Затвердити:

1.1. Правила розміщення рекламних засобів в місті Києві згідно з додатком № 1 до цього рішення.

1.2. Затвердити Зонування розміщення рекламних засобів в місті Києві згідно з додатком № 2 до цього рішення.

1.3. Затвердити Класифікатор типових рекламних засобів згідно з додатком № 3 до цього рішення.

2. Визнати таким, що втратило чинність, рішення Київської міської ради від 26 січня 2012 року № 20/7357 «Про затвердження Концепції розвитку зовнішньої реклами в місті Києві».

3. Визнати таким, що втратило чинність, рішення Київської міської ради від 22 вересня 2011 року № 37/6253 «Про затвердження Порядку розміщення реклами в м. Києві».

4. Виконавчому органу Київської міської ради (Київській міській державній адміністрації) здійснити організаційно-правові заходи, пов'язані з реалізацією пункту 1 цього рішення, зокрема:

4.1. Затвердити Порядок розміщення зовнішньої реклами в місті Києві, реклами на транспорті комунальної власності територіальної громади міста Києва та розміщення реклами в ліфтах житлових будинків комунальної власності територіальної громади міста Києва.

4.2. Затвердити зміни до статутів комунальної корпорації «Київавтодор», комунального підприємства «Київпастранс», комунального підприємства «Київський метрополітен», комунального підприємства «Київблагоустрій» виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) в частині підпорядкування зазначених підприємств в питаннях розміщення реклами на транспорті комунальної власності міста Києва Управлінню з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київській міській державній адміністрації).

4.3. Затвердити порядок оплати та визначення розміру плати за тимчасове користування місцями для розташування рекламних засобів зовнішньої реклами, які перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Києва, за розміщення реклами на транспорті комунальної власності міста Києва, а також за розміщення реклами в ліфтах житлових будинків комунальної власності міста Києва.

4.4. Привести свої нормативно-правові акти у відповідність до цього рішення.

5. Установити, що надання та продовження строку дії дозволів на право розміщення зовнішньої реклами, надання та продовження погоджень на розміщення реклами на транспорті комунальної власності здійснюється відповідно до вимог Правил розміщення рекламних засобів в місті Києві, затверджених цим рішенням.

6. Установити, що дозволи на розміщення реклами в місті Києві та погодження на розміщення реклами на транспорті комунальної власності, видані до набрання чинності цим рішенням, є чинними до закінчення строку їх дії.

7. Це рішення набирає чинності з дня його офіційного оприлюднення в газеті Київської міської ради «Хрещатик».

8. Контроль за виконанням цього рішення покласти на постійну комісію Київської міської ради з питань транспорту, зв'язку та реклами, та постійну комісію Київської міської ради з питань містобудування, архітектури та землекористування.

Київський міський голова В. Кличко

Подання:

Заступник голови Київської міської державної адміністрації — О. Резніков

Директор Департаменту містобудування та архітектури — О. Свистунов

Начальник відділу правового забезпечення — В. Коляденко

Погоджено:

Перший заступник голови Київської міської державної адміністрації — Г. Пліс

Директор Департаменту міського благоустрою та збереження природного середовища — А. Фіщук

Керівник апарату — В. Бондаренко

Заступник керівника апарату - начальник юридичного управління — Л. Верес

Начальник Управління правового забезпечення діяльності Київської міської ради — В. Слончак

Постійна комісія Київської міської ради з питань транспорту, зв'язку та реклами

голова — О. Окопний

секретар — А. Задерейко

Постійної комісії Київської міської ради з питань містобудування, архітектури та землекористування

голова — О. Міщенко

секретар — І. Картавий

Постійна комісія Київської міської ради з питань торгівлі, підприємництва та регуляторної політики

голова — О. Бродський

секретар — О. Овраменко

Додаток № 1
до Рішення Київської міської ради
від _____ №_____/_____

ПРАВИЛА
розміщення рекламних засобів в місті Києві

I. Загальні положення

1.1. Засоби та обладнання зовнішньої реклами та реклами на транспорті (далі – РЗ) є помітними елементами (частинами) об'єктів благоустрою населеного пункту, упорядкування розміщення яких передбачає відповідні соціально-економічні та організаційно-правові заходи з метою раціонального використання території, належного її утримання та охорони, створення умов щодо захисту і відновлення сприятливого для життєдіяльності людини довкілля.

1.2. Правила розміщення рекламних засобів в місті Києві (далі - Правила) розроблені з урахуванням практичного досвіду роботи з учасниками ринку реклами та спрямовані на формування рекламно-інформаційного простору в місті Києві, в якому рекламні засоби як складова частина системи візуальних комунікацій та навколишнє середовище об'єднані в єдиний гармонійний ансамбль.

1.3. Ці Правила регулюють правові відносини між виконавчим органом Київської міської ради (Київською міською державною адміністрацією) та фізичними і юридичними (незалежно від форми власності та підпорядкованості) особами, що виникають у процесі розміщення засобів зовнішньої реклами та реклами на транспорті комунальної власності територіальної громади на території м. Києва, та визначають вимоги щодо їх розміщення, вимоги до проектування рекламних засобів, визначення місць встановлення рекламних засобів, їх експлуатації та обслуговування.

Вимоги цих Правил не поширюються на випадки розміщення найменування, знаків для товарів і послуг осіб, які надають матеріальну, фінансову, технічну, організаційну та іншу підтримку під час проведення фестивалів, конкурсів, спортивних змагань, святкових та інших культурно-масових заходів, організація проведення яких відбувається на підставі розпоряджень виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

Ці правила не поширюються на випадки розміщення вивісок та табличок з інформацією про зареєстроване найменування особи, знаки для товарів і послуг, що належать такій особі, вид її діяльності (якщо це не випливає із зареєстрованого найменування особи), час роботи, що регламентується окремим рішенням Київської міської ради.

1.4. Рекламні засоби мають встановлюватись, експлуатуватись та обслуговуватись з дотриманням законів України «Про благоустрій населених пунктів», «Про автомобільні дороги», «Про дорожній рух», «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення», «Про рекламу», Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затвердженими постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 №2067, постанови Кабінету Міністрів України від 30.03.94 №198 «Про затвердження Єдиних правил ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони», Технічних правил ремонту і утримання міських вулиць та доріг КТМ 204 України 010-94, Державних стандартів України, Державних будівельних норм і правил та інших нормативних актів України, рішень Київської міської ради, розпоряджень виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), вимог Зонування розміщення рекламних засобів в місті Києві, Класифікатора типових рекламних засобів, а також цих Правил.

На територіях, будинках і спорудах рекламні засоби розміщуються за згодою їх власників або уповноважених ними органів (осіб) з урахуванням архітектурних, функціонально-планувальних, історико-культурних чинників, типології елементів місцевого середовища та з додержанням правил благоустрою територій населених пунктів.

1.5. У разі затвердження Схем розміщення рекламних засобів на території міста Києва наземні РЗ мають розміщуватися відповідно до таких схем.

1.6. РЗ не мають створювати перешкод для експлуатації та ремонту будівель і споруд, на чи біля яких вони розташовуються.

1.7. Рекламний засіб (як зовнішньої реклами, так і реклами на транспорті комунальної власності) має маркуватися на каркасі або окремій табличці, розміщеній на каркасі РЗ (а у випадку відсутності спеціальної конструкції - на поверхні РЗ), та містити найменування розповсюджувача зовнішньої реклами, телефон, номер дозволу (погодження) та термін його дії.

Рекламні матеріали на транспорті комунальної власності, які розміщуються не на спеціальних рекламних засобах, мають маркуватись із зазначенням розповсюджувача реклами, номеру погодження та терміну його дії.

1.8. Фундаментний блок наземного РЗ має бути заглиблений до рівня ґрунту з відновленням твердого покриття, трав'яного покриву (газону) та виконанням робіт з відновлення благоустрою території, де розміщений РЗ.

1.9. Забороняється розповсюдження реклами через радіотрансляційні мережі або інші звукові пристрої, в тому числі через мережі сповіщення пасажирів у транспортних засобах громадського користування, на станціях метрополітену, вокзалах, в портах та аеропортах, за винятком розповсюдження соціальної реклами.

1.10. Реклама на транспорті на внутрішніх поверхнях споруд та рухомому складі має відповідати вимогам безпеки, правилам руху та експлуатації, що стосуються відповідного виду транспорту.

Розміщення (нанесення) реклами на внутрішніх поверхнях майна та рухомому складі, а також монтаж та демонтаж РЗ та інженерних комунікацій для розміщення реклами на транспорті здійснюється балансоутримувачем або спеціалізованими підприємствами та організаціями, які забезпечують технічне обслуговування цих споруд, згідно з проектом, розробленим проектними організаціями, що виконують проектно-інженерне супроводження відповідного майна згідно з технічними умовами підприємства транспорту, що забезпечують повну відповідальність за дотримання ними вимог безпеки, правил руху та експлуатації.

1.11. Власник (законний користувач) рекламних засобів при їх встановленні та експлуатації:

1.11.1. Виконує роботи з розташування РЗ без пошкодження архітектурних деталей, конструктивних елементів будинків (будівель) та споруд, підземних та наземних комунікацій, елементів благоустрою та з поновленням фітодизайну прилеглої ділянки.

1.11.2. Забезпечує відповідність РЗ дозволу, погодженню, державним стандартам, нормам і правилам конструктивної міцності, електротехнічної, експлуатаційної та пожежної безпеки, несе відповідальність за будь-які порушення норм безпеки, несправності та аварійні ситуації, що виникають з його вини, та має за власний рахунок усувати всі дефекти, що виникають у процесі експлуатації РЗ.

1.11.3. Відповідає за безпеку при проведенні робіт з монтажу та демонтажу РЗ, експлуатацію і утримання РЗ у належному санітарно-технічному стані.

Підключення РЗ до інженерних мереж має здійснюватися відповідно до законодавства з дотриманням умов і правил технічної експлуатації відповідних мереж.

Рекламні засоби, які розміщені в охоронних зонах інженерних мереж, у випадку виникнення аварійної ситуації демонтуються балансоутримувачами або власником рекламних засобів на вимогу виконавця робіт по усуненню аварії без відшкодування збитків.

1.11.4. Виконує роботи з технічного обслуговування РЗ із застосуванням приладдя, яке забезпечуватиме збереження зелених насаджень, або власними силами та засобами проводить роботи з відновлення таких насаджень.

Роботи з технічного обслуговування РЗ із застосуванням підйомних механізмів на транспортних засобах, що розташовуються на проїжджій частині,

проводяться з 21-00 год. до 7-00 год. (крім випадків проведення аварійно-відновлювальних робіт).

Заїзд техніки на тротуари та інші території, призначені для руху пішоходів, а також в/на зони зелених насаджень, забороняється (крім випадків проведення аварійно-відновлювальних робіт).

1.12. Особи, винні в порушенні цих вимог, притягаються до адміністративної відповідальності за статтями 152 та 182 Кодексу України про адміністративні правопорушення.

II. Зонування розміщення рекламних засобів в місті Києві із заборонами та обмеженнями щодо формату рекламних засобів

2.1. Завданнями зонування розміщення рекламних засобів в місті Києві є:

- раціональне використання території, її належне утримання, створення сприятливого та безпечного для життєдіяльності людини довкілля;

- врахування типології елементів міського середовища, архітектурних, функціонально-планувальних та історико-культурних чинників;

- зменшення формату рекламних засобів у напрямку від околиць до центральної частини міста.

- визначення територій та об'єктів, на яких розміщення рекламних засобів не допускається.

2.2. Зонування розміщення рекламних засобів в місті Києві складається з текстової та графічної частин, містить обмеження щодо формату рекламних засобів від меншого (форматна зона 0 (нульова) до більшого (форматна зона 4).

Вимоги зонування зовнішньої реклами застосовуються і до розміщення реклама на об'єктах та обладнанні транспорту комунальної власності територіальної громади міста Києва (крім випадків її розміщення на/в рухомому складі).

У випадку виникнення розбіжностей щодо визначення на місцевості меж різних форматних зон (в межах однієї вулиці, площі, бульвару, провулку, узвозу і т.п.) застосовуються вимоги зони меншого формату.

2.3. Зонування розміщення рекламних засобів містить перелік зон їх розміщення в м. Києві, форматний поділ рекламних засобів відповідно до площі однієї поверхні рекламного засобу, перелік об'єктів, вулиць, проспектів, площ, бульварів тощо (вулично-шляхову мережу, мости, шляхопроводи тощо), що визначають межі зон розміщення зовнішньої реклами

2.4. Розміщення РЗ на підтримуючих, опорних та інших елементах контактної мережі, на засобах та обладнанні (у тому числі опорах) зовнішнього освітлення в усіх форматних зонах заборонено.

2.5. Для реалізації напрямів Правил визначений поділ для наземних рекламних засобів відповідно до площі однієї рекламної поверхні РЗ, що буде розміщуватись відповідно до Зонування розміщення рекламних засобів в місті Києві:

малий формат - до 2,16 кв.м включно;

середній формат – понад 2,16 кв.м і до 8,0 кв. м включно;

великий формат - понад 8,0 кв.м і до 36,0 кв. м включно;

надвеликий формат - понад 36,0 кв.м і до 75,0 кв. м включно.

З метою забезпечення відстаней між конструкціями встановлюється мінімально допустимі зони розташування РЗ.

Зоною розташування наземного рекламного засобу є простір навколо центру опорних стійок (опірної стійки, основи) рекламного засобу встановленого радіусу.

Зони розташування наземних рекламних засобів у відповідності до поділу складають:

- малий формат – радіусом 20 м;

- середній формат – радіусом 35 м;

- великий формат - радіусом 50 м;

- надвеликий формат – радіусом 75 м.

Зони розташування наземних рекламних засобів не можуть накладатись одна на одну.

У зонах розташування наземного рекламного засобу розміщується тільки один наземний рекламний засіб.

III. Класифікатор типових рекламних засобів

3.1. Класифікатор типових рекламних засобів (далі - Класифікатор) містить перелік обов'язкових вимог до спеціальних тимчасових конструкцій, їх видів (типів) та рекомендовані приклади дизайнерського рішення конструктивів таких РЗ, які можуть розміщуватися на території міста Києва, основні технічні

характеристики, загальні вимоги до розміщення та експлуатації кожної конструкції.

РЗ повинні встановлюватись, експлуатуватись та обслуговуватись із дотриманням вимог чинних нормативно-правових актів та цих Правил.

3.2. Типові РЗ в Класифікаторі є базовими зразковими моделями, можуть мати окремі фірмові відмінності: колір, декоративні елементи тощо.

IV. Схеми розміщення рекламоносіїв на території міста та експлуатаційні вимоги до їх розміщення

4.1. Схема розміщення рекламних засобів на території міста Києва (далі - Схема) - це затверджені розпорядженням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) текстові та графічні матеріали, що визначають території міста, на яких зазначено граничну кількість місць для розміщення наземних рекламних засобів, типи рекламних засобів згідно з Класифікатором, розміщення яких допускається у межах відповідної території (вулиці, проспекту, бульвару тощо).

Схеми (зміни до Схем) розробляються та затверджуються у відповідності до Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності». Зміни до Схеми можуть вноситися не частіше, ніж один раз на п'ять років у порядку, встановленому виконавчим органом Київської міської ради (Київською міською державною адміністрацією) для розробки та затвердження Схеми.

4.2. Схеми розробляються з дотриманням таких вимог:

- врахування характеру архітектури навколишньої забудови, ергономічних, містобудівних особливостей міського простору, наявності архітектурних та історичних пам'яток, специфіки природного ландшафту та щільності населення з метою створення гармонійного рекламно-інформаційного середовища міста;

- урахування розташованих на підставі дозволів рекламних засобів, місце розташування яких не потребує внесення змін до Схеми;

- урахування Класифікатора;

- дотримання експлуатаційних вимог до розміщення рекламних засобів, закріплених у нормативних актах;

- зменшення кількості місць розташування рекламних засобів у відповідності до встановлених вимог та обмежень.

4.3. Розробка Схем (змін у Схеми) здійснюється Робочим органом, а у разі необхідності - залученою у визначений чинним законодавством спосіб організацією у порядку, наведеному у пунктах 4.4 - 4.10 цих Правил.

4.4. Для розробки Схеми визначений або утворений виконавчим органом Київської міської ради (Київською міською державної адміністрацією) відділ, управління, інший виконавчий орган, уповноважений виконувати покладені на нього функції у сфері розміщення зовнішньої реклами (далі – Робочий орган), визначає або передає проектній організації (у разі залучення) необхідні вихідні дані для розробки Схеми.

4.5. Робочий орган або організація, визначена відповідно до п.4.4 цього Порядку, розробляє проект Схеми. При цьому зазначений проект має передбачати граничну кількість та площі рекламних засобів, які можуть бути розміщені на відповідній вулиці, відповідати встановленим вимогам та обмеженням ДСТУ, ДБН, іншим нормативно-правовим актам, а також відповідати рішенням Київської міської ради та розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

4.6. У разі залучення сторонньої організації розроблений проект Схеми передається до Робочого органу.

4.7. Робочий орган у разі відсутності зауважень здійснює погодження Схеми. За необхідності організація доопрацьовує Схему на підставі відповідних зауважень.

4.8. Погоджена Робочим органом Схема передається на затвердження до виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

4.9. Після затвердження Схема підлягає обов'язковому включенню до складу відповідного паспорта вулиці, який затверджується у встановленому порядку (у разі його розробки).

4.10. З метою створення сприятливих умов для впровадження Схем вони погоджуються Робочим органом з усіма органами, установами та підприємствами, до компетенції яких віднесено погодження розміщення засобів зовнішньої реклами.

V. Порядок демонтажу (переміщення) рекламних засобів

5.1. Демонтаж (переміщення) рекламних засобів, що використовуються для доведення реклами до її споживача (далі – РЗ), у цих Правилах означає комплекс заходів, які передбачають відокремлення РЗ разом з основою від місця їх розташування та транспортування на спеціально відведені території для подальшого зберігання.

Демонтаж та подальше зберігання РЗ не передбачає переходу права власності на них до територіальної громади міста Києва.

5.2. Демонтаж РЗ є засобом протидії порушенню прав територіальної громади міста Києва щодо надання у тимчасове користування місць (для розміщення РЗ) або усунення порушень договірних зобов'язань розповсюджувачами реклами за договорами про надання у тимчасове користування місць (власниками та/або законними користувачами РЗ), а також засобом усунення порушень в інших випадках.

5.3. Демонтаж РЗ здійснюється відповідно до цих Правил у таких випадках:

5.3.1. за відсутності маркування РЗ;

5.3.2. у разі виявлення самовільно встановлених РЗ;

5.3.3. якщо термін дії дозволу або погодження на розміщення реклами на транспорті комунальної власності територіальної громади міста Києва закінчився і не був продовжений, або дозвіл чи погодження було анульовано у встановленому порядку;

5.3.4. якщо технічний стан РЗ створює загрозу життю або здоров'ю людей та/або заподіяння шкоди (майнової чи немайнової) третім особам;

5.3.5. у разі невідповідності технічних характеристик РЗ та/або місця їх встановлення виданому дозволу на розміщення зовнішньої реклами або погодженню на розміщення реклами на транспорті комунальної власності;

5.3.6. за наявності заборгованості власника РЗ по сплаті коштів за право тимчасового користування місцем для розміщення РЗ, яке перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Києва або за право розміщення реклами на транспорті комунальної власності, більш ніж за 2 місяці;

5.3.7. у випадку зміни містобудівної ситуації за наявності відповідного розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) та листа від замовника робіт з будівництва, реконструкції, ремонту тощо щодо необхідності демонтажу РЗ, що заважають проведенню відповідних робіт;

5.3.8. в інших випадках, передбачених договором на право тимчасового користування місцями для розміщення РЗ, які перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Києва;

5.3.9. користування місцем для розміщення РЗ, яке перебуває у комунальній власності територіальної громади міста Києва, за відсутності укладеного договору на право його тимчасового користування;

5.3.10. недотримання розповсюджувачем зовнішньої реклами вимог цих Правил.

5.4. Демонтаж РЗ у випадках, встановлених пунктом 5.3 цих Правил, здійснюється на підставі наказу Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

5.5. У вказаних у пункті 5.3 цих Правил випадках (крім випадку, коли власника РЗ неможливо встановити) демонтаж РЗ має бути проведений власниками (законними користувачами) РЗ самостійно за власний рахунок в термін, вказаний у вимозі Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) про усунення порушень вимог розміщення рекламних засобів, та провести відновлення порушеного благоустрою на місці їх розміщення (встановлення).

Вимога направляється у письмовій формі поштою з повідомленням про вручення або вручається представнику власника РЗ особисто під підпис.

Вимога вважається врученою власнику РЗ належним чином, якщо рекомендоване повідомлення направлено за адресою місцезнаходження власника РЗ згідно даних Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань.

Датою отримання вимоги вважається п'ятий робочий день з дати здійснення поштового відправлення, про що свідчить відбиток календарного штемпеля на конверті. У випадках, передбачених підпунктами 5.3.1, 5.3.2, 5.3.4, 5.3.5, 5.3.7 та 5.3.8 цих Правил до вимоги додається акт, в якому зафіксовані виявлені порушення, за підписом представника Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) та/або представника Комунального підприємства виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) «Київреклама» (далі - КП «Київреклама»).

Накази про демонтаж РЗ розміщується на офіційному сайті Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

Демонтаж РЗ здійснюється без направлення вимоги, якщо власник або адреса власника РЗ не встановлені.

5.6. Розповсюджувач реклами зобов'язаний протягом трьох днів з моменту отримання вимоги, або в термін, вказаний у вимозі, усунути зазначені у вимозі порушення та повідомити в цей же строк Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) в письмовій формі.

5.7. Якщо власник (законний користувач) РЗ самостійно не усунув виявлені порушення у термін, вказаний у вимозі Управління з питань реклами виконавчого

органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), здійснюється демонтаж РЗ.

5.6. У разі необхідності демонтажу РЗ Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) складає перелік РЗ, що підлягають демонтажу, затверджує його наказом та направляє до КП «Київреклама» або балансоутримувача місця розташування для забезпечення його виконання.

5.7. Організація демонтажу або самостійне проведення демонтажу здійснюється КП «Київреклама» на підставі наказу Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) на умовах, визначених цим розділом Правил.

Демонтаж РЗ здійснюється в межах технічних можливостей КП «Київреклама» або балансоутримувача, вимог з безпеки виконання робіт та охорони праці без повідомлення власника РЗ про час здійснення демонтажу.

5.8. Під час демонтажу РЗ складається акт проведення демонтажу, а також може складатися акт огляду технічного стану РЗ з проведенням фото-та/або відеофіксації, які додаються до акта.

Акти складаються представниками КП «Київреклама» або особою, що здійснює демонтаж.

Під час проведення демонтажу можуть бути присутні: власник або законний користувач РЗ, балансоутримувач місця розташування РЗ, представники державних органів, міських служб та інших організацій.

Кожний акт складається в двох примірниках і підписується всіма особами, присутніми під час проведення демонтажу. Один примірник акта залишається у особи, що здійснила демонтаж, інший надається власнику (законному користувачу) демонтованого РЗ на його письмову вимогу.

Після проведення демонтажу складається такий комплект документів:

- акт здачі-приймання виконаних робіт по демонтажу із зазначенням характеру робіт та їх вартості;

- калькуляція вартості витрат за виконані роботи з демонтажу.

5.9. Демонтаж РЗ не проводиться, якщо власник РЗ у встановлений термін повністю усунув порушення та повідомив про це в той же строк Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) в письмовій формі.

5.10. Компенсація витрат, понесених підприємством, яке організувало або самостійно проводило демонтаж РЗ, покладається на власника демонтованого РЗ на підставі акта здачі-приймання виконаних робіт та виставленого рахунка.

Компенсація витрат здійснюється в строк, вказаний у рахунку. Компенсація витрат підприємства за зберігання демонтованого РЗ здійснюється власником РЗ за період з дати демонтажу РЗ та по дату повернення РЗ включно на підставі виставленого підприємством рахунка.

Отримані від власника РЗ кошти в якості компенсації вимушених витрат КП «Київреклама» або балансоутримувача місця розташування РЗ, пов'язаних з демонтажем РЗ, їх транспортуванням та подальшим зберіганням, залишаються в розпорядженні КП «Київреклама» або балансоутримувача та спрямовуються на придбання основних засобів для забезпечення організації або проведення демонтажів РЗ, їх транспортування та зберігання.

Демонтаж РЗ проводиться без відшкодування витрат, здійснених власником РЗ за час його розміщення.

5.11. Власник (законний користувач) РЗ має право на повернення демонтованого РЗ після звернення до КП «Київреклама» або балансоутримувача місця розташування РЗ, який здійснив демонтаж, на підставі таких документів:

а) заяви на ім'я керівника про повернення демонтованого РЗ;

б) документа, що підтверджує право власності (інше майнове право) на конкретний демонтований РЗ;

в) документа, що підтверджує оплату вимушених витрат КП «Київреклама» або балансоутримувача місця розташування РЗ, який здійснив демонтаж, пов'язаних з демонтажем РЗ, їх транспортуванням та подальшим зберіганням;

г) документа, що підтверджує право уповноваженої особи на одержання демонтованого РЗ.

5.12. Облік демонтованих РЗ здійснюється відповідно до законодавства.

5.13. Демонтовані РЗ можуть бути передані на тимчасове зберігання відповідному підприємству, установі, організації на підставі відповідного договору та акта прийому-передачі із переліком, зазначенням їх стану та характеристик.

5.14. Зберігання демонтованих РЗ здійснюється протягом 6 місяців.

У випадках розгляду судових справ, пов'язаних з демонтажем РЗ зберігання здійснюється на весь строк розгляду судової справи до прийняття рішення, що

органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), здійснюється демонтаж РЗ.

5.6. У разі необхідності демонтажу РЗ Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) складає перелік РЗ, що підлягають демонтажу, затверджує його наказом та направляє до КП «Київреклама» або балансоутримувача місця розташування для забезпечення його виконання.

5.7. Організація демонтажу або самостійне проведення демонтажу здійснюється КП «Київреклама» на підставі наказу Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) на умовах, визначених цим розділом Правил.

Демонтаж РЗ здійснюється в межах технічних можливостей КП «Київреклама» або балансоутримувача, вимог з безпеки виконання робіт та охорони праці без повідомлення власника РЗ про час здійснення демонтажу.

5.8. Під час демонтажу РЗ складається акт проведення демонтажу, а також може складатися акт огляду технічного стану РЗ з проведенням фото-та/або відеофіксації, які додаються до акта.

Акти складаються представниками КП «Київреклама» або особою, що здійснює демонтаж.

Під час проведення демонтажу можуть бути присутні: власник або законний користувач РЗ, балансоутримувач місця розташування РЗ, представники державних органів, міських служб та інших організацій.

Кожний акт складається в двох примірниках і підписується всіма особами, присутніми під час проведення демонтажу. Один примірник акта залишається у особи, що здійснила демонтаж, інший надається власнику (законному користувачу) демонтованого РЗ на його письмову вимогу.

Після проведення демонтажу складається такий комплект документів:

- акт здачі-приймання виконаних робіт по демонтажу із зазначенням характеру робіт та їх вартості;

- калькуляція вартості витрат за виконані роботи з демонтажу.

5.9. Демонтаж РЗ не проводиться, якщо власник РЗ у встановлений термін повністю усунув порушення та повідомив про це в той же строк Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) в письмовій формі.

5.10. Компенсація витрат, понесених підприємством, яке організувало або самостійно проводило демонтаж РЗ, покладається на власника демонтованого РЗ на підставі акта здачі-приймання виконаних робіт та виставленого рахунка.

Компенсація витрат здійснюється в строк, вказаний у рахунку. Компенсація витрат підприємства за зберігання демонтованого РЗ здійснюється власником РЗ за період з дати демонтажу РЗ та по дату повернення РЗ включно на підставі виставленого підприємством рахунка.

Отримані від власника РЗ кошти в якості компенсації вимушених витрат КП «Київреклама» або балансоутримувача місця розташування РЗ, пов'язаних з демонтажем РЗ, їх транспортуванням та подальшим зберіганням, залишаються в розпорядженні КП «Київреклама» або балансоутримувача та спрямовуються на придбання основних засобів для забезпечення організації або проведення демонтажів РЗ, їх транспортування та зберігання.

Демонтаж РЗ проводиться без відшкодування витрат, здійснених власником РЗ за час його розміщення.

5.11. Власник (законний користувач) РЗ має право на повернення демонтованого РЗ після звернення до КП «Київреклама» або балансоутримувача місця розташування РЗ, який здійснив демонтаж, на підставі таких документів:

а) заяви на ім'я керівника про повернення демонтованого РЗ;

б) документа, що підтверджує право власності (інше майнове право) на конкретний демонтований РЗ;

в) документа, що підтверджує оплату вимушених витрат КП «Київреклама» або балансоутримувача місця розташування РЗ, який здійснив демонтаж, пов'язаних з демонтажем РЗ, їх транспортуванням та подальшим зберіганням;

г) документа, що підтверджує право уповноваженої особи на одержання демонтованого РЗ.

5.12. Облік демонтованих РЗ здійснюється відповідно до законодавства.

5.13. Демонтовані РЗ можуть бути передані на тимчасове зберігання відповідному підприємству, установі, організації на підставі відповідного договору та акта прийому-передачі із переліком, зазначенням їх стану та характеристик.

5.14. Зберігання демонтованих РЗ здійснюється протягом 6 місяців.

У випадках розгляду судових справ, пов'язаних з демонтажем РЗ зберігання здійснюється на весь строк розгляду судової справи до прийняття рішення, що

набрало законної сили, у разі неподання заяви у відповідності до п. 5.11 цих Правил.

5.15. Демонтовані РЗ підлягають реалізації або утилізації після публікації у місцевих друкованих засобах масової інформації, якщо:

а) після закінчення встановленого терміну зберігання демонтованих РЗ їх власники не звернулись за поверненням РЗ;

б) після закінчення встановленого терміну зберігання демонтованих РЗ їх власники не компенсували витрат за демонтаж, транспортування та зберігання РЗ, або не надали документів, які підтверджують право власності (інше майнове право) на такі РЗ.

5.16. Демонтовані РЗ, власники яких надали письмову відмову від них та документи, які підтверджують право власності (інше майнове право) на ці РЗ, підлягають реалізації або утилізації у встановленому чинним законодавством порядку з наступного дня після отримання такої відмови та відповідних документів.

VI. Саморегулювання ринку зовнішньої реклами та громадський контроль

6.1. Основною формою здійснення громадського контролю за реалізацію Правил є участь окремих громадян, громадських організацій, галузевих рад підприємців, громадських об'єднань та спілок, представників галузевих об'єднань та учасників ринку зовнішньої реклами у комісіях та робочих групах з метою узгодження позицій і фіксації розбіжностей в разі їх виникнення.

З метою взаємодії, порозуміння, визначення пріоритетних напрямків розвитку ринку засобів зовнішньої реклами та реклами на транспорті комунальної власності міста Києва, а також врахування інтересів територіальної громади, можуть підписуватись меморандуми, протоколи та інші угоди з виконавчим органом Київської міської ради (Київською міською державною адміністрацією), які не можуть негативно впливати на реалізацію прав та захист законних інтересів або умови ведення господарської діяльності суб'єктів, які не є сторонами таких угод.

6.2. У процесі регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами та реклами на транспорті комунальної власності міста з метою прозорості до процесу вироблення та прийняття необхідних для розвитку галузі рішень на громадських засадах залучаються громадяни, громадські організації, представники галузевих об'єднань та власники рекламних засобів, інші зацікавлені особи.

Київський міський голова В. Кличко

Додаток № 2
до Рішення Київської міської ради
від _____ №_____/_____

Зонування розміщення рекламних засобів в місті Києві (текстова частина)

№ з/п	Зона розміщення об'єкта зовнішньої реклами	Формат рекламних засобів	Перелік об'єктів, вулиць, проспектів, площ, бульварів тощо (вуличо-шляхова мережа)
1	Форматна зона 0 (нульова)	1. Форматна зона 0 (нульова) Зона, вільна від зовнішньої реклами. Розміщення будь-яких рекламних засобів забороняється, окрім: - спеціальна рекламна конструкція на фасаді будинку (будівлі); - банер, панно на фасаді будинку (будівлі) та/або будівельних риштуваннях за умови розміщення реклами на 20% загальної площі РЗ; - спеціальна рекламна конструкція, що розміщується під кутом 90^0 до фасаду будинку (будівлі) площею не більше 1 кв.м.); - художньо-просторова композиція (зелені насадження, фіто композиція тощо), яка використовується як рекламний; - афішна (інформаційна) тумба; - конструкція на даху будинку (будівлі), споруди (за виключенням будівель готелів).	У межах охоронної зони архітектурно-історичного заповідника, об'єкта Всесвітньої Спадщини UNESCO Києво-Печерська лавра. Територія навколо об'єкта Всесвітньої Спадщини UNESCO «Софія Київська» визначена межами: - вул. Володимирська від перетину з вулицею Богдана Хмельницького до Володимирського проїзду (включаючи паркову зону) - Софійської площі - Володимирського проїзду - Михайлівської площі - вул. Десятинної від Михайлівської площі до перетину з вулицею Володимирською - вул. Володимирської від перетину з вулицею Десятинною до перетину з вулицею Великою Житомирською - вул. Великої Житомирської від перетину з вулицею Володимирською до перетину з вулицею Стрілецькою - вул. Стрілецької до перетину з провулком Георгіївським - Георгіївського провулку - вул. Рейтарської від перетину з Георгіївським провулком до вул. Золотоворітської - вул. Золотоворітської - частини Ярославового Валу від перетину з вулицею Золотоворітською до перетину з вулицею Миколи Лисенка - вул. Миколи Лисенка - вул. Богдана Хмельницького від перетину з вулицею Миколи Лисенка до вул. Володимирської. Виділена межами: - площа Слави, - вул. Лаврська,

			- площа Героїв Великої Вітчизняної війни, - транспортна розв'язка в різних рівнях на перетині бульвару Дружби Народів – Набережне шосе – Наддніпрянське шосе біля моста Патона, - Наводницький парк, - Дніпровський узвіз, - алея Героїв Крут. А також вулиці, дороги, бульвари, узвози - Паркова дорога, - Володимирський узвіз, - Музейний провулок, - вул. Л. Толстого (бульварна частина), - вул. М.Грушевського, - вул. Володимирська (від перетину з вул. Б.Хмельницького до перетину з вул. Л.Толстого) - алея Героїв Небесної Сотні (до вул. Банкової), - вул. Банкова, - вул. Липська. - вул. Басейна (бульварна частина), - бульвар Л.Українки (бульварна частина), - вул. Кутузова (бульварна частина), - Бульвар Т.Шевченка (бульварна частина), - вул. Народного ополчення(центральна клумба), - Бульвар Академіка Вернадського (бульварна частина), - вул. В.Василевської (центральна клумба), - Бульвар І. Лепсе (бульварна частина), - вул. Нижній Вал (бульварна частина), - вул. Верхній Вал (бульварна частина), - Русанівський бульвар (бульварна частина), - Бульвар І. Шамо (бульварна частина), - Бульвар Праці (бульварна частина), - Бульвар Верховної Ради (бульварна частина), - Андріївський узвіз, - вул. Спаська (від перетину з вул. Костянтинівська до перетину з вул. Межигірська), - вул. О.Теліги (від перетину з вул. Кирилівська до перетину з вул.

			Дорогожицька) - Бульвар М.Приймаченко (бульварна частина) Парки, урочища: - Ім. Котляревського, - Ім. Шевченка, - урочище. Бабин Яр, - Національний історико-меморіальний заповідник «Бабин Яр», - урочище Кирилівський Гай - Ботанічний сад ім. Академіка О.Фоміна, - Центральний ботанічний сад, - НАН України ім. М.Гришка - Сквер перед театром ім. І.Франка Площі, майдани: - Поштова площа, - Європейська площа, - площа Арсенальна. - Майдан Незалежності, - Контрактова площа, - Бессарабська площа (пішохідна частина навколо Бессарабського ринку) - Площа Перемоги (центральна клумба), - Площа Ботанічна (включаючи вул. І.Франка та вул. Леонтовича паралельні площі) - Площа Льва Товстого (зелена клумба), - Львівська площа (зелена клумба), Транспортні розв'язки в різних рівнях на перетині вулиць: - перетин просп. Перемоги, Кільцевої дороги та просп. Академіка Палладіна, - перетин просп. Перемоги та вул.. Святошинської, - перетин просп. Перемоги та вул. В.Щербакова, - перетин просп. Космонавта Комарова та бульвар І. Лепсе, - перетин вул. О. Теліги та вул. Кирилівська, - перетин просп. Л.Курбаса та Кільцевої дороги, - перетин вул. Борщагівська та вул. В.Гетьмана, - перетин вул. В.Гетьмана та просп. Перемоги, - перетин вул. О.Довженка, вул. Дегтярівська, вул. О.Теліги,

			- перетин вул. академіка Щусєва, вул. Мельникова та вул. О.Теліги, - перетин вул. Багатирська та вул. Лугова, - перетин просп. Перемоги та вул. В.Чорновола, - Перетин вул. Борщагівська та просп. Повітрофлотський, - Севастопольська площа (перетин просп. В.Лобановського, просп. Повітрофлотський, бульвар Чоколівський, вул. Народного ополчення), - Одеська площа (перетин Кільцевої дороги, просп. Академіка Глушкова, вул. Академіка Заболотного), - Деміївська площа (перетин просп. В.Лобановського, Голосіївського просп. та просп. Науки), - Перетин просп. Науки та вул. Саперно-Слобідська, - Либідська площа (перетин бульвар Дружби народів, вул. Великої Васильківської, вул. Антоновича), - Перетин вул. Саперно-Слобідська та вул. Кіквідзе, - Перетин бульвару Дружби Народів, вул. Кіквідзе та бульвару Л.Українки - Наддніпрянське шосе (біля Дарницького залізнично-автомобільного мостового переходу), - Перетин вул. Промислової, Наддніпрянське шосе та Столичне шосе, - Перетин Столичне шосе, вул. академіка Заболотного та Наддніпрянське шосе, - перетин просп. Московський, вул. О. Теліги та вул. Новокостянтинівська, - Площа Тульська (перетин просп. Оболонський та просп. Московського), - перетин просп. Московський , вул. Набережна-Рибальська , просп. Героїв Сталінграда - перетин просп. Московський та вул. Богатирської, - перетин вул. Лугова, - вул. Богатирська та вул. Маршала Тимошенка, - перетин Дніпровської набережної та просп. М.Бажана - перетин просп. М.Бажана та просп. П.Григоренка - перетин просп. Перемоги та вул. Василенка (м. Берестейська) - перетин вул. Ревуцького та просп.

			М.Бажана - Новоросійська площа (перетин вул. Г.Хоткевича, просп. Броварський), - Перетин Кільцева дорога та В'ячеслава Чорновола (Київська обл.) Транспортні розв'язки в одному рівні на перетині вулиць: - перетин вул. Академіка Єфремова та вул. Чорнобильської, - Інтернаціональна площа (перетин вул. Щербакова, вул. Стеценка, вул. Маршала Гречка), - перетин вул. Стеценка та вул. Академіка Туполєва, - Гостомельська площа (перетин вул. Стеценка, вул. Міської та просп. Академіку Палладіна), - перетин бульвар Ромена Роллана та вул. Я.Колеса, - перетин вул. Я.Колоса та вул. Героїв Космосу, - Перетин Л.Курбаса та вул. В. Покотила, - Перетин просп. Правди, вул. Маршала Гречки та просп. Г.Гонгадзе, - Перетин просп. Правди та просп. В.Порика, - Клумба просп. В.Порика, - Перетин вул. Світлицького, просп. Свободи, - Перетин просп. Свободи та просп. В.Порика, - Перетин просп. Г.Гонгадзе, просп. Свободи, - Площа Т.Шевченка (перетин просп. Мінський та вул. Полярної), - Перетин вул. Лугова та вул. Я.Івашкевича, - Перетин просп. Героїв Сталінграду, вул. О.Архіпенко, - Перетин вул. О.Архіпенко та вул. Йорданська, - Перетин вул. Йорданська та вул. Маршала Малиновського, - Оболонська площа (перетин просп. Оболонського та вул. Маршала Малиновського), - Площа Сантьяго-де-Чілі (перетин вул. Маршала Малиновського та просп. Герої Сталінграду), - Перетин вул. Маршала Малиновського та вул. Маршала Тимошенка,

			- Перетин вул. Маршала Тимошенка та вул. З.Гайдай, - Площа Мінська (перетин вул. Маршала Тимошенка та Оболонського просп.), - Площа М.Загороднього (перетин просп. Героїв Сталінграду та вул. Маршала Тимошенка) - Перетин вул. Героїв Дніпра та вул. З.Гайдай, - Перетин вул. Героїв Дніпра та Оболонського просп. , - Перетин просп. Героїв Сталінграду та вул. Героїв Дніпра, - перетин просп. Генерала Ватутіна та вул. Труханівська перед виїздом на міст Георгія Фукса, - Перетин просп. Генерала Ватутіна та вул. Оноре де Бальзак, - Керчинська площа (перетин просп. Генерала Ватутіна, бульвар Перова та просп. В.Маяковського), - Перетин вул. Оноре де Бальзака та вул. Каштанова, - Перетин просп. В.Маяковського та вул. Теодора Драйзера, - Площа Анкари (перетин вул. О.Сабурова та просп. В.Маяковського, - Перетин вул. М.Цветаєвої та просп. В.Маяковського, - Перетин вул. Радунська та вул. Милославська, - Перетин вул. Братиславської , просп. Генерала Ватутіна, вул. Теодора Драйзера, вул. Електротехнічна, - Перетин бульвар Перова та просп. Алішера Навої, - Перетин вул. Маршала Жукова та вул. Космонавта Волкова, - Перетин просп. Лісовий та вул. Мілютенка, - Перетин вул. Маршала Жукова та просп. Лісовий, - Волгоградська площа (перетин вул. Мілютенка та вул. Шалом-Алейхема), - Перетин вул. Генерала Жмаченко та Дарницького бульвару, - перетин просп. Броварський, просп. Визволителів, вул. Будівельників, вул. Генерала Жмаченка, - Перетин вул. Г.Хоткевича, бульвар Верховної Ради та просп. Ю.Гагаріна, - Дарницька площа (перетин просп. Ю.Гагаріна, просп. Возз'єднання та

			Харківське шосе), - перетин просп. Возз'єднання та вул. Берізняківська, вул. Плеханова, - перетин просп. Возз'єднання, Дніпровська набережна, Русанівська набережна перед мостом Патона, - Перетин просп. П.Тичини та вул. Ю.Шумського, - Перетин просп. П.Тичини та вул. Березняківська, - Перетин вул. Ю.Шумського з вул. Березняківська, - Перетин вул. Здолбунівська та Харківське шосе, - перетин вул. Здолбунівська, вул. Тепловозна та вул. Тальнівська, - Перетин Дніпровської набережної та вул. А.Ахматової, - Харківська площа (перетин Харківське шосе, просп. М.Бажана та Бориспільське шосе), - Перетин просп. Д.Григоренка та вул. А. Ахматової, - Перетин вул. А. Ахматової, вул. Ревуцького, вул.Тростянецька, - Перетин вул. Архітектора Вербицького та вул. Декабристів. Мостові розв'язки, шляхопроводи, естакади, мости: - Шляхопровід Печерський через бульвар Дружби Народів - Міст ім. Є.О.Патона через р.Дніпро; - Автовокзальний шляхопровід на перетині бульвару Дружби Народів з залізничними коліями Київ-Пасажирський-Дарниця і р. Либідь; - Повітрофлотський шляхопровід на перетині Повітрофлотського просп. і залізницею Київ-Фастів; - Харківський шляхопровід на перетині Харківського шосе і зал. колій станції «Дарниця»; - Микільський шляхопровід на перетині просп. Возз'єднання та зал. Коліями Дарниця – Київ-Петрівка; - Парковий пішохідний міст через р. Дніпро на Труханів острів; - Шляхопровід №1 через лінію швидкісного трамваю транспортної розв'язки на перетині пр. Леся Курбаса та вул. Гната Юри; - Шляхопровід №2 через лінію швидкісного трамваю транспортної

			розв'язки на перетині пр. Леся Курбаса та вул. Гната Юри; - Шляхопровід №3 через лінію швидкісного трамваю транспортної розв'язки на перетині пр. Леся Курбаса та вул. Гната Юри; - Міст пішохідний на перетині просп. Леся Курбаса та вул. Гната Юри; - Міст через р. Либідь по вул. Фізкультури; - Міст через р. Либідь по вул. Федорова; - Міст через р. Либідь по вул. Петлюри; - Шляхопровід біля станції Караваєві Дачі через залізничні колії; - Шляхопровід Гаванський на перетині просп. Перемоги з залізничними коліями; - Шляхопровід Ковельський на перетині просп. Перемоги і залізницею Київ – Коростень біля залізничної платформи «Святошин»; - Шляхопровід на перетині вул. Дегтярівської та Василенка (Ватченка) з просп. Перемоги біля ст. метро «Берестейська»; - Шляхопровід по вул. Кудрявській; - Міст через струмок Курячий Брід по вул. Вишгородській; - Шляхопровід Оріховатський (вул. Бурмістенка); - Міст через р. Либідь по вул. Байковій біля меблевої фабрики ім. Боженка; - Міст пішохідний через лінію швидкісного трамваю біля кінотеатру «Лейпциг»; - Міст через струмок Віта по вул. Червонопрапорній в с. Пирогів; - Міст через струмок Віта по вул. Комунальній в с. Пирогів; - Міст через меліоканал по вул. Празькій - Міст №1 через Русанівський канал біля готелю «Славутич»; - Шляхопровід біля станції Ліски по вул. Алма-Атинська; - Шляхопровід Наводницький на перетині бульв. Дружби Народів та Набережним шосе; - Міст пішохідний на перетині вул. Магнітогорської з Святошинсько-

			Броварською лінією метрополітену поблизу станції «Чернігівська»; - Міст автодорожній №2 через Русанівський канал; - Естакада біля станції метро «Шулявська»; - Шляхопровід через залізничні колії по вул. Василенка (Ватченка); - Міст - метро через Русанівську протоку; - Міст-метро через р. Дніпро; - Шляхопровід на перетині Броварського з залізницею ст. Дарниця – ст. Київ – Петрівка, ПЗЗ; - Шляхопровід по вул. Толстого через залізничні колії; - Міст через р. Либідь по вул. Толстого; - Міст через р. Нивка на просп. Перемоги; - Міст Венеціанський в Гідропарку через Венеціанську протоку; - Пішохідний міст через Русанівський канал, що з'єднує б-р Давидова і пр. Возз'єднання; - Пішохідний міст через Русанівський канал, що з'єднує б-р Давидова і вул. Флоренції ; - Шляхопровід через на перетині вул. Новоконстянтинівської з під'їзними залізничними коліями по вул. Портовій та двома автопроїздами; - Шляхопровід на перетині пр. Комарова та 50-річчя Жовтня із залізницею Київ – Волинський – Святошин (біля платформи «Борщагівка»); - Естакада №1 по вул. Борщагівської; - Естакада №2 по вул. Жилянській (Повітрофлотській просп.); - Шляхопровід на Либідській площі; - Міст через струмок Мокрий по вул. Либідській; - Пішохідний міст №1 транспортної розв'язки на перетині пр. Перемоги з Кільцевою дорогою (зі сторони Академмістечка); - Пішохідний міст №2 транспортної розв'язки на перетині пр. Перемоги з Кільцевою дорогою (зі сторони автостанції «Дачна»); - Пішохідний міст №3 транспортної розв'язки на перетині просп. Перемоги з Кільцевою дорогою (зі сторони кінотеатру «Екран»); - Пішохідний міст №4 транспортної

			розв'язки на перетині просп. Перемоги з Кільцевою дорогою (з боку Петропавлівської Борщагівки); - Міст пішохідний під Автовокзальним шляхопроводом; - Міст через струмок Совки по Фрометівському Узвозу; - Міст пішохідний через просп. Комарова біля вул. Василенка; - Міст через струмок Віта в с. Чапаєвка по вул. Любомирській; - Міст через озеро Коник на острові Жуков; - Шляхопровід на В. Окружній (Кільцевій) дорозі біля станції «Новобіличі»; - Шляхопровід трамвайний на перетині вул. Дегтярівської та Василенка з просп. Перемоги біля станції метро «Берестейська»; - Міст пішохідний через струмок Совки по Фрометівському узвозу; - Міст пішохідний через струмок Совки по вул. Ізюмській; - Міст через струмок Віта в с. Чапаєвка по вул. Любомирській (№2); - Міст через дренажний канал на острів Труханів; - Міст Московській через р. Дніпро; - Міст через р. Десенка; - Шляхопровід трамвайних на перетині вул. Добринінської з залізничними коліями Київ – Петрівка – Київська ГЕС; - Міст через р. Либідь по Наддніпрянському шосе; - Шляхопровід по Наддніпрянському шосе через залізничні колії на ПК 19; - Шляхопровід по Наддніпрянському шосе на вул. Будіндустрії; - Міст автодорожній №6 через Русанівський канал, що з'єднує вул. Плеханова з вул. Ентузіастів; - Міст пішохідний на перетині вул. Борщагівської та вул. Індустріальної біля шляхопроводу код-94; - Міст пішохідний через озеро Бобровня на півострові Муромець №2; - Міст пішохідний через озеро Бобровня на півострові Муромець №3; - Шляхопровід по вул. Камишинська через залізничні колії станції «Заводська»; - Шляхопровід біля станції метро

			«Нивки» (перетин вул. Щербакова та просп. Перемоги); - Міст пішохідний через Броварський просп. біля птахофабрики; - Міст пішохідний через Броварській просп. біля примикання автодороги на с. Зазим'я; - Шляхопровід по вул. Полярній через залізничні колії Київ – Петрівка – Київська; - Естакадний з'їзд з Дніпрянського узвозу на Набережне шосе біля станції метро «Дніпро»; - Шляхопровід на перетині просп. Ю. Гагаріна і вул. Кіото з Броварським просп. - Міст пішохідний через просп. Перемоги біля мотелю-кемпінгу «Пролісок»; - Міст пішохідний через канал, що з'єднує просп. Ватутіна та вул. Закревського; - Шляхопровід на перетині вул. Лугової та залізничних колій Київ-Петрівка-Київська ГЕС; - Естакада на магістралі від Наддніпрянського шосе до просп. Науки (збоку мосту ім. Є.О. Патона) «В»; - Естакада на магістралі від Наддніпрянського шосе до просп. Науки (збоку с. Корчувате) «Н»; - Міст пішохідний на ПК 13+47,5 на магістралі від Наддніпрянського шосе по просп. Науки; - Міст пішохідний на ПК 18+72 на магістралі від Наддніпрянського шосе до просп. Науки біля «Укроптбакалія»; - Південний мостовий перехід через р. Дніпро; - Правобережна естакада «В» Південного мостового переходу (збоку мосту ім. Є.О. Патона); - Правобережна естакада «Н» Південного мостового переходу (збоку с. Корчувате); - Міст пішохідний через р. Либідь до ТЕЦ-5; - Міст №1 через р. Либідь на ПК0+39,4 до ТЕЦ-5; - Міст №2 через р. Либідь на ПК5+80 до очисних споруд ТЕЦ-5; - Шляхопровід на перетині просп. Науки та магістралі безперервного руху; - Шляхопровід №2 на перетині магістралі безперервного руху та стратегічного шосе; - Міст пішохідний через вул. Міську біля вул. Синьоозерної (Гостомельське шосе);

			- Шляхопровід по вул. Драйзера через колії швидкісного трамваю; - Шляхопровід по вул. Сабурова через колії швидкісного трамваю; - Шляхопровід по вул. Цвєтаєвої через колії швидкісного трамваю; - Пішохідний міст на ст. «вул. Каштанова» (через трамвайну колію); - Шляхопровід на ПК 67+65 через трамвайні колії Великої Кільцевої дороги на дільниці від Гостомельсь-кого шосе до просп. Маршала Рокосовського; - Міст пішохідний транспортного вузла «Караваєві Дачі» з боку станції Київ-Пасажирський; - Міст пішохідний транспортного вузла «Караваєві Дачі» з боку станції Київ-Волинський; - Міст пішохідний по вул. Лебедєва-Кумача; - Міст пішохідний біля парку Слави по Дніпровському узвозу; - Міст пішохідний через вул. Інститутську; - Надземний пішохідний перехід по Столичному шосе в районі СТО – 3; - Надземний пішохідний перехід по Столичному шосе біля будинку №58; - Надземний пішохідний перехід по вул. О. Теліги в районі парку відпочинку; - Надземний пішохідний перехід по вул. О. Теліги в районі АЗС; - Надземний пішохідний перехід на перетині просп. Московського і вул. Лайоша Гавро; - Надземний пішохідний перехід в районі вул. Кіровоградської; - Надземний пішохідний перехід з ліфтовим господарством на просп. Визволителів у районі входу до П К та В «Перемога»; - Міст на вході в Гавань; - Естакада вздовж вул. Набережно – Хрещатицької; - Надземний пішохідний перехід через просп. Червонозоряний; - Шляхопровід транспортної розв'язки біля станції метрополітену «Дніпро»; - Споруда 1Л автомобільної естакади залізнично – автомобільного мостового переходу через р. Дніпро (верхова частина); - Автодорожня частина мосту через р. Дніпро залізнично–автомобільного

			мостового переходу через р. Дніпро (верхова частина); - Споруда 2П автомобільної естакади залізнично–автомобільного мостового переходу через р. Дніпро (верхова частина); - Споруда 7П автомобільної естакади залізнично–автомобільного мостового переходу через р. Дніпро (верхова частина); - Споруда 3П автомобільної естакади залізнично – автомобільного мостового переходу через р. Дніпро (верхова частина); - Надземний пішохідний перехід біля станції «Лівий берег» залізнично–автомобільного мостового переходу через р. Дніпро (верхова частина); - Естакада транспортної розв'язки на примиканні Дніпровського узвозу до Набережного шосе з підходами; - Шляхопровід А реконструкції транспортної розв'язки на перетині бульвару Дружби Народів та Наддніпрянського шосе (з боку станції метро «Дніпро») з підпірними стінами; - Шляхопровід Б реконструкції транспортної розв'язки на перетині бульвару Дружби Народів та Наддніпрянського шосе (з боку станції метро «Видубичі») з підпірними стінами; - Тунель В реконструкції транспортної розв'язки на перетині бульвару Дружби Народів та Наддніпрянського шосе (з боку бульвару Дружби Народів) з підпірними стінами; - Тунель Г реконструкції транспортної розв'язки на перетині бульвару Дружби Народів та Наддніпрянського шосе (з боку мосту ім. Є.О.Патона через р. Дніпро) з підпірними стінами; - ст. метро «Лівобережна» Мостовий перехід станції метрополітену «Лівобережна» на вул. Марини Раскової у напрямку до вул. Луначарського; - ст. метро «Дніпро» (естакада мосту «Дніпро»); - станція метрополітену «Дніпро» (перехід з платформи до ліфту).
2	Форматна зона 1	Площа однієї рекламної поверхні РЗ, що буде розміщуватись відповідно до зонування розміщення зовнішньої реклами в	Визначено межами: - вул. Оленівська (до перетину з вул. Кирилівською), - вул. Кирилівська (від перетину з Вул. Оленівська),

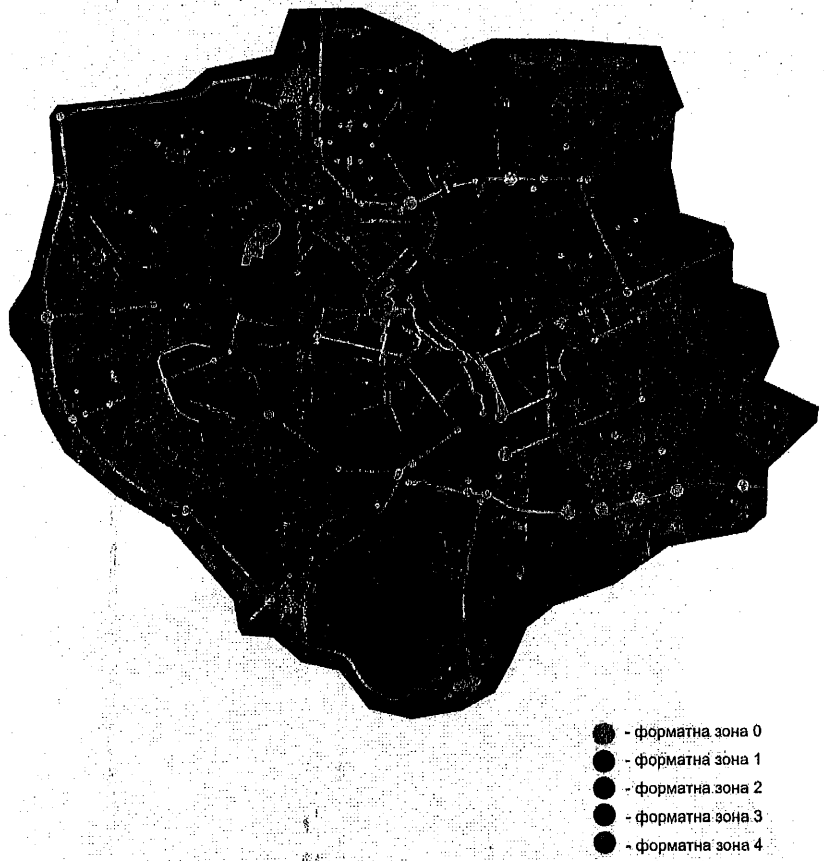
		місті Києві до 2,16 кв.м. включно, окрім наступних рекламних засобів: - спеціальна рекламна конструкція на фасаді будинку (будівлі), споруди; - художньо-просторова композиція (зелені насадження, фіто композиція тощо), яка використовується як рекламний; - афішна (інформаційна) тумба - зупинковий комплекс (павільйон); - конструкція на даху будинку (будівлі), споруди (за виключенням будівель готелів, торгово-розважальних та офісних центрів); - медіафасад; - графічна (лазерна) проекційна установка, об'ємно-просторова (голографічна) проекційна установка - банер, панно на фасаді будинку (будівлі), споруди та/або будівельних риштуваннях - телевізійний екран на фасаді будинку, якщо його розміщення передбачене затвердженим в установленому порядку паспортом фасаду; - елементи зовнішнього благоустрою, що використовуються як рекламоносії (телефонна кабіна, урна, лава); об'ємно-просторова конструкція індивідуального дизайнерського рішення, що стоїть окремо, висотою не більше 1,7 м.	- Провулок Ярославський, - вул. Нижній Вал, - Вознесенський узвіз, - вул. Січневих Стрільців (від перетину з Вознесенським узвозом до перетину з вул. Обсерваторна), - вул. Обсерваторна (від перетину з вул. Січових Стрільців до вул. В.Винниченка) - вул. В.Винниченка, - вул. Павлівська, - вул. Золотоустівська від перетину з вул. Павлівська, - площа Перемоги, - вул. П.Пестеля, - вул. Старовокзальна, - вул. Жилянська (від перетину з вул. Старовокзальна до перетину з вул. С.Петлюри) - вул. С.Петлюри (від перетину з вул. Жилянською до площі Вокзальна), - Площа Вокзальна, - вул. Вокзальна, - вул. Л.Товстого, - вул. Гайдара, - вул. В.Яна, - вул. Жилянська, - вул. Ш. Руставелі, - вул. Еспланадна, - вул. Басейна, - Бульвар Л.Українки (до перетину з Вул. Кутузова) , - вул. Кутузова, - вул. Цитадельна, - вул. Редутна, - вул. І.Мазепи, - до вул. Набережно-Хрещатицька, - до вул. Набережно-Лугова (до перетину з вул. Межигірська А також вулиці, бульвари : - Бульвар М.Приймаченко, - вул. Прирічна, - Оболонська набережна, - Подільський узвіз, - вул. Фізкультури, - вул. Костянтинівська (від перетину з вул. оленівська та вул. Новокостянтинівська), - вул. Велика Васильківська (від перетину з вул. Жилянська до перетину з вул. Фізкультури) Петрівська алея (до пішохідного мосту).

3	Форматна зона 2	Площа однієї рекламної поверхні РЗ, що буде розміщуватись відповідно до зонування розміщення зовнішньої реклами в місті Києві до 8 кв.м. включно, окрім наступних рекламних засобів: - художньо-просторова композиція (зелені насадження, фіто композиція тощо), яка використовується як рекламний; - зупинковий комплекс (павільйон); - конструкція на даху будинку (будівлі), споруди; - медіафасад; - графічна (лазерна)проекційна установка, об'ємно-просторова (голографічна) проекційна установка - банер, панно на фасаді будинку (будівлі), споруди та/або будівельних риштуваннях - елементи зовнішнього благоустрою, що використовуються як рекламоносії (телефонна кабіна, урна, лава) - об'ємно-просторова конструкція індивідуального дизайнерського рішення, що стоїть окремо, висотою не більше 1,7 м. - телевізійний екран на фасаді будинку, якщо його розміщення передбачене, затвердженим в установленому порядку паспортом фасаду.	Визначено межами до : - вул. О. Теліги, - вул. О. Довженка, - вул. В. Гетьмана, - Чоколівського бульвару, - просп. В. Лобановського Включаючи: - бульвар Дружби народів, - Набережне шосе, - вул. Набережно-Хрещатинська (до перетину вул. Нижній Вал) - вул. Кирилівську (від перетину з вул. Оленівська до перетину з вул. О. Теліги) Окрім: - просп. Перемоги (від перетину з вул. В.Чорновола до перетину з вул. О.Довженка) - вул. Борщагівська (від перетину з просп. Повітрофлотський до перетину з вул. В.Гетьмана) А також вулиці, проспекти: - просп. Голосіївський (від Деміївської площі до перетину з вул. Васильківською), - вул. Васильківська (до Амурської площі), - вул. Кіквідзе, - Дніпровська набережна (від перетину з просп. Возз'єднання до Дарницького залізничного-автомобільного мостового переходу), - Русанівська набережна, - вул. Ентузіастів.
4	Форматна зона 3	Площа однієї рекламної поверхні РЗ, що буде розміщуватись відповідно до зонування розміщення зовнішньої реклами в місті	Включає території міста Києва, які не увійшли до 0, 1, 2 та 4 форматних зон.

		Києві до 36 кв.м. включно, окрім наступних рекламних засобів: - художньо-просторова композиція (зелені насадження, фіто композиція тощо), яка використовується як рекламний; - зупинковий комплекс (павільйон); - конструкція на даху будинку (будівлі), споруди; - медіафасад; - графічна (лазерна)проекційна установка, об'ємно-просторова (голографічна) проекційна установка - банер, панно на фасаді будинку (будівлі), споруди та/або будівельних риштуваннях - телевізійний екран на фасаді будинку, якщо його розміщення передбачене затвердженим в установленому порядку паспортом фасаду; - банер, панно на фасаді будинку (будівлі), споруди.	
5	Форматна зона 4	Площа однієї рекламної поверхні РЗ, що буде розміщуватись відповідно до зонування розміщення зовнішньої реклами в місті Києві до 75 кв.м. включно, окрім наступних рекламних засобів: - художньо-просторова композиція (зелені насадження, фіто композиція тощо), яка використовується як рекламний - конструкція на даху будинку (будівлі), споруди; - медіафасад; - графічна	Включає територію вздовж магістральних вулиць, проспектів, шосе, а саме: - просп. Бажана; - Бориспільського шосе; - Броварського просп. (від перетину з просп. Визволителів до межі міста); - вул. Братиславської; - вул. Богатирської; - Великої кільцевої дороги; - вул. Міської; - просп. Академіка Палладіна; - Кільцевої дороги; - просп. Академіка Глушкова (від виїзду з вул. Васильківська до межі міста); - просп. Генерала Ватутіна, - просп. Московський, - вул. Полярна, - просп. Перемоги (від перетину з

		(лазерна)проекційна установка, об'ємно-просторова (голографічна) проекційна установка; - банер, панно на фасаді будинку (будівлі), споруди та/або будівельних риштуваннях - банер, панно на фасаді будинку (будівлі), споруди.	просп. Академіка Палладіна до Брест-Литовського шосе), - Брест-Литовського шосе, - Гостомельське шосе, - вул. Академіка Заболотного, - Столичне шосе, - Дніпропетровське шосе вул. Промислова.

Зонування розміщення рекламних засобів в місті Києві
(графічне зображення)



Київський міський голова В. Кличко

Додаток № 3
до Рішення Київської міської ради
від _____ №_____/_____

Класифікатор типових рекламних засобів

У цьому Класифікаторі типових рекламних засобів терміни вживаються у такому значенні:

Скролінг - рекламоносій, рекламна площина якого кріпиться до спеціальних пристроїв (барабанів) та дистанційних кронштейнів, за допомогою яких змінюється рекламний сюжет.

Призматрон - рекламоносій, рекламна площина якого складається з тригранних сегментів, за допомогою яких послідовно змінюється рекламний сюжет.

Беклайт - рекламоносій, рекламна площина якого виготовляється на просвічуваній банерній тканині, яка прикріплена за допомогою системи натягу.

Суцільний щит - рекламоносій, рекламна площина якого складається із суцільної металевої поверхні, змонтованої безпосередньо на каркасі.

Лайтбокс – рекламна конструкція, що складається з короба та просвічуваної лицевої поверхні, на яку різними засобами наносять візуальну інформацію (друк, аплікація, гравірування, тощо).

Щит, що стоїть окремо
(РЗ001)

Рекламний засіб, що розміщується на відкритій місцевості, складається з фундаменту, опорної стійки, просторового каркаса та однієї або більше рекламних поверхонь.

Площа рекламної поверхні обмежена, відповідно до площі однієї поверхні рекламного засобу, що буде розміщуватись відповідно до зонування розміщення реклами в м.Києві, але не більше 36 кв.м.

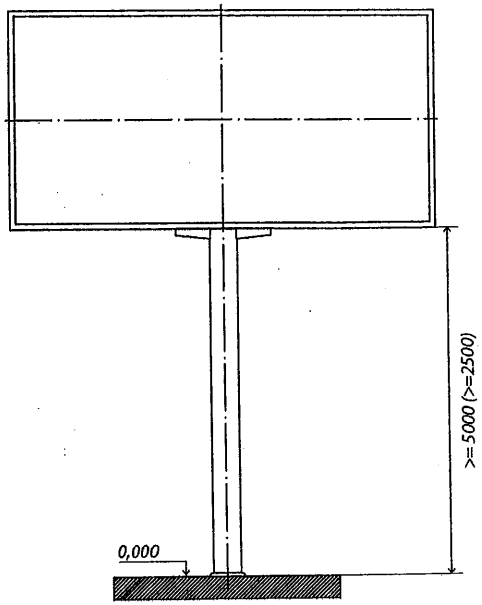
- може мати різні технології зміни зображення (скролінг, призматрон, суцільний, беклайт, комбіновані варіанти тощо);
- нижній край рекламного засобу (просторового каркасу), що розміщується над проїзною частиною, повинен розташовуватися на висоті не менше ніж 5 метрів від поверхні дорожнього покриття.
- в разі розміщення над місцем руху пішоходів, нижній край рекламного засобу (просторового каркасу) повинен розташовуватися на висоті не менше ніж:
- 2,5 м – для щита, що стоїть окремо, технологією зміни зображення - скролінг, площею рекламної поверхні до 8,0 кв. м включно.
- 3 м - для щита, що стоїть окремо, технологією зміни зображення - скролінг, площею рекламної поверхні понад 8,0 кв. м, призматрон, суцільний, беклайт, комбіновані варіанти тощо;
- освітлення РЗ не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також мешканців житлових будинків;
- рекламна поверхня РЗ на якій тимчасово не розміщується рекламний сюжет, повинна бути заповнена фоновим покриттям або інформацією соціального змісту.

Вимоги до розміщення:

- РЗ мають розміщуватись у відповідності до вимог, передбачених п. 2.5 Правил;
- розміщення на тротуарах можливе за умови, якщо ширина вільної пішохідної зони від опорної стійки до лінії забудови складатиме не менше ніж 2 м.

Забороняється розміщення:

- на пішохідних та велосипедних доріжках, алеях, на розподільних смугах шириною менше 2 м;
- ближче ніж 10 метрів до перехрещень вулиць, наземних, надземних пішохідних переходів та виїздів з прилеглих (прибудинкових) територій;
- ближче ніж 30 метрів до пунктів зупинки маршрутних транспортних засобів (транспортних засобів загального користування);
- не ближче ніж 50 м від залізничних переїздів.



Щит, що стоїть окремо (суперсайт)
(РЗ002)

Рекламний засіб, що розміщується на відкритій місцевості, складається з фундаменту, опорної стійки, просторового каркаса та однієї і більше рекламних поверхонь.

Основні характеристики (вимоги):

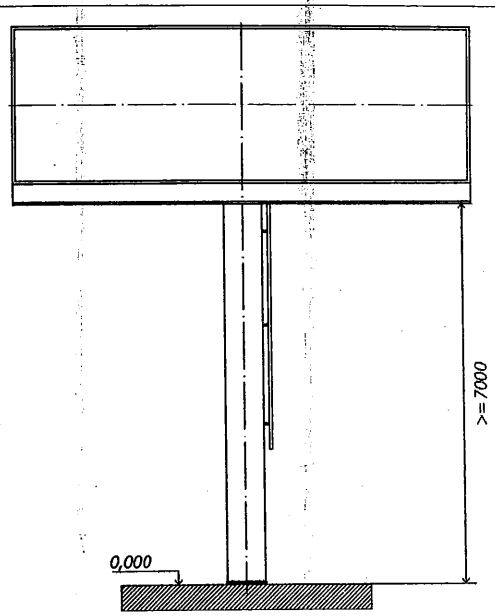
- площа однієї рекламної поверхні понад 36 кв.м. до 75 кв.м включно;
- може мати різні технології зміни зображення (скролінг, суцільний, призматрон, беклайт, комбіновані варіанти тощо);
- нижній край рекламного засобу (просторового каркасу), повинен розташовуватися на висоті не менше ніж 7 метрів від поверхні дорожнього покриття;
- освітлення РЗ не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також мешканців житлових будинків;
- рекламна поверхня РЗ на якій тимчасово не розміщується рекламний сюжет, повинна бути заповнена фоновим покриттям або інформацією соціального змісту.

Вимоги до розміщення:

- РЗ мають розміщуватись у відповідності до вимог, передбачених п. 2.5 Правил.

Забороняється розміщення:

- на пішохідних та велосипедних доріжках, алеях, тротуарах, розподільчих смугах шириною менше 10 м;
- ближче ніж 10 метрів до перехрещень вулиць, наземних пішохідних переходів та виїздів з прилеглих (прибудинкових) територій;
- ближче ніж 30 метрів до пунктів зупинки маршрутних транспортних засобів (транспортних засобів загального користування);
- не ближче ніж 50 м від залізничних переїздів.



Відеоекран, що стоїть окремо
(РЗ003)

Рекламний засіб, що розміщується на відкритій місцевості та використовується для відображення і передачі візуальної інформації.

Складається з фундаменту, опорної стійки, просторового каркаса та світлодіодного рекламного поля.

Площа рекламного поля обмежена, відповідно до площі однієї поверхні рекламного засобу, що буде розміщуватись відповідно до зонування розміщення реклами в м.Києві, але не більше 75 кв.м.

Основні характеристики (вимоги):

- багатоколірне швидкозмінюване зображення;
- модульний принцип побудови рекламної площини.
- можливість програмування;
- нижній край рекламного засобу (просторового каркасу), що розміщується над проїзною частиною, повинен розташовуватися на висоті не менше ніж 5 метрів від поверхні дорожнього покриття.
- в разі розміщення над місцем руху пішоходів, нижній край рекламного засобу (просторового каркасу) повинен розташовуватися на висоті не менше ніж:
- 2,5 м – для рекламного засобу, площею рекламної поверхні до 8,0 кв. м включно.
- 3 м - для рекламного засобу, площею рекламної поверхні понад 8,0 кв. м.
- освітлення РЗ не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також мешканців житлових будинків;
- забороняється експонування сюжетів у нічний час, із двадцять другої до сьомої години.

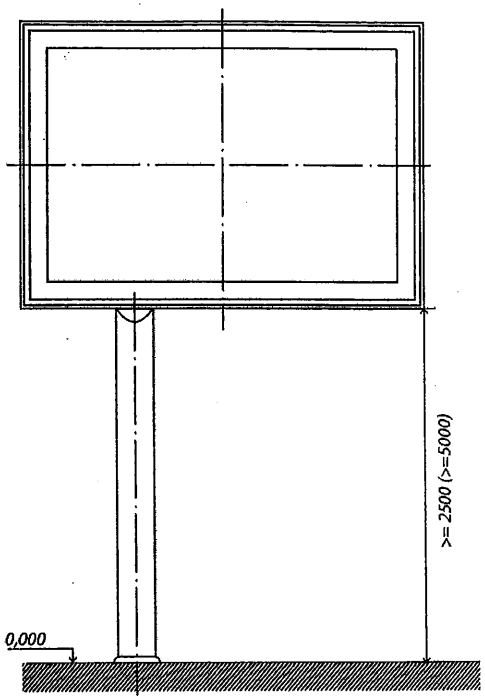
Вимоги до розміщення:

- РЗ мають розміщуватись у відповідності до вимог, передбачених п. 2.5 Правил;
- розміщення на тротуарах можливе за умови, якщо ширина вільної пішохідної зони від опорної стійки до лінії забудови складатиме не менше ніж 2 м.

Забороняється розміщення:

- на розподільних смугах шириною менше 2 м, на пішохідних та велосипедних доріжках, алеях;
- ближче ніж 10 метрів до перехрещень вулиць, наземних пішохідних переходів та виїздів з прилеглих (прибудинкових) територій;
- ближче ніж 30 метрів до пунктів зупинки маршрутних транспортних засобів (транспортних засобів загального користування);
- не ближче ніж 50 м від залізничних переїздів.

Фундаментний блок наземного РЗ має бути заглиблений до рівня ґрунту з відновленням твердого покриття, трав'яного покриву (газону) та виконанням робіт з благоустрою території, де розміщений РЗ.



Лайтпостер, що стоїть окремо
(РЗ004)

Рекламний засіб, що розміщується на відкритій місцевості, складається з фундаменту, опорної стійки, просторового металевого каркаса та однієї або двох рекламних поверхонь.

Основні характеристики (вимоги):

- розмір однієї рекламної площини не більше: 1,2 м х 1,8 м;
- габарити просторового металевого каркаса: не більше 1,4 м х 2 м;
- висота опорної стійки від дорожнього покриття до нижнього краю металевого просторового каркасу повинна бути не більше 120 см;
- може мати підсвічування;
- можливі різноманітні технології зміни зображення;
- освітлення РЗ не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також мешканців житлових будинків;
- рекламна поверхня РЗ на якій тимчасово не розміщується рекламний сюжет, повинна бути заповнена фоновим покриттям або інформацією соціального змісту.

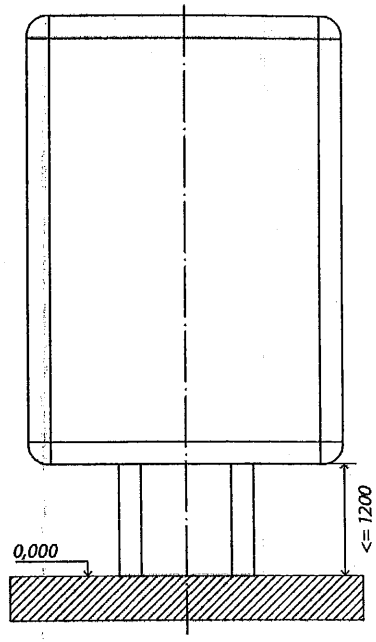
Вимоги до розміщення

- РЗ мають розміщуватись у відповідності до вимог, передбачених п. 2.5 Правил.
- вимоги щодо зон розташування РЗ, зазначених в п.2.5 не розповсюджуються на РЗ, що розташовані на відкритих територіях, наданих власникам таких РЗ для обслуговування торгівельних, торгівельно-розважальних, виставкових та офісних центрів, закладів громадського харчування, автозаправних станцій, авто-мотосалонів і використовуються виключно для інформування про свої заходи та діяльність;
- розміщення на тротуарах можливе за умови, якщо ширина вільної пішохідної зони від краю РЗ до лінії забудови складатиме не менше ніж 2 м.

Забороняється розміщення:

- на пішохідних та велосипедних доріжках, алеях;
- ближче ніж 10 метрів до перехрещень вулиць, наземних пішохідних переходів та виїздів з прилеглих (прибудинкових) територій;
- ближче ніж 30 метрів до пунктів зупинки маршрутних транспортних засобів (транспортних засобів загального користування);
- не ближче ніж 50 м від залізничних переїздів.

Фундаментний блок наземного РЗ має бути заглиблений до рівня ґрунту з відновленням твердого покриття, трав'яного покриву (газону) та виконанням робіт з благоустрою території, де розміщений РЗ.



Лайтпостер, що стоїть окремо на опорі (РЗ005)

Рекламний засіб, що розміщується на відкритій місцевості, складається з фундаменту, опорної стійки, просторового металевого каркаса та однієї або двох рекламних поверхонь.

Основні характеристики (вимоги):

- розмір однієї рекламної площини не більше: 1,2 м х 1,8 м;
- габарити просторового металевого каркаса: не більше 1,4 м х 2 м;
- нижній край зовнішньої реклами (просторового каркасу), що розміщується над проїзною частиною, повинен розташовуватися на висоті не менше ніж 5 метрів від поверхні дорожнього покриття та не менше ніж 2,5 м, в разі розміщення над місцем руху пішоходів;
- може мати підсвічування;
- можливі різноманітні технології зміни зображення;
- освітлення РЗ не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також мешканців житлових будинків;
- рекламна поверхня РЗ на якій тимчасово не розміщується рекламний сюжет, повинна бути заповнена фоновим покриттям або інформацією соціального змісту.

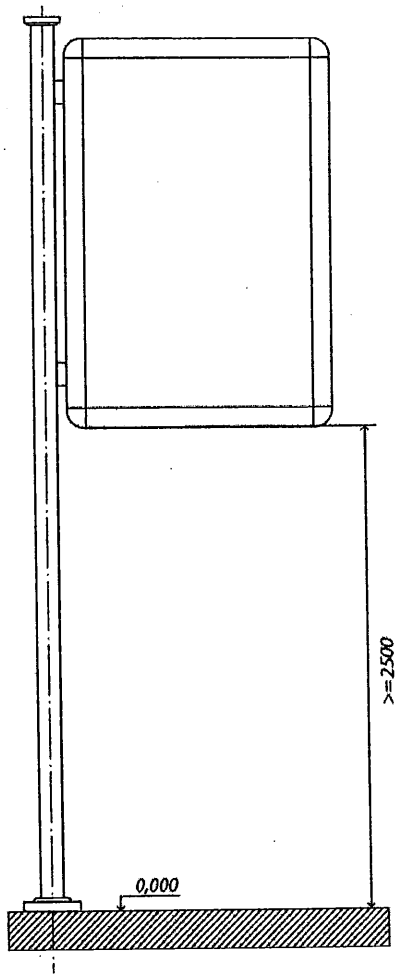
Вимоги до розміщення:

- РЗ мають розміщуватись у відповідності до вимог, передбачених п. 2.5 Правил;
- розміщення на тротуарах можливе за умови, якщо ширина вільної пішохідної зони від опірної стійки РЗ до лінії забудови складатиме не менше ніж 2 м.

Забороняється розміщення:

- на пішохідних та велосипедних доріжках, алеях;
- ближче ніж 10 метрів до перехрещень вулиць, наземних пішохідних переходів та виїздів з прилеглих (прибудинкових) територій;
- ближче ніж 30 метрів до пунктів зупинки маршрутних транспортних засобів (транспортних засобів загального користування);
- не ближче ніж 50 м від залізничних переїздів.

Фундаментний блок наземного РЗ має бути заглиблений до рівня ґрунту з відновленням твердого покриття, трав'яного покриву (газону) та виконанням робіт з благоустрою території, де розміщений РЗ.



Тумба, об'ємно-просторова конструкція, що стоїть окремо (РЗ006)

Об'ємний рекламний засіб, що розміщується на відкритій земельній ділянці, має дві і більше площин розміщення реклами та складається з фундаменту, просторового каркаса та рекламного поля.

Основні характеристики:

- підсвічування рекламоносія: РЗ може мати внутрішнє підсвічування;
- РЗ може бути як статичним так і динамічним;
- в РЗ можуть бути вбудовані елементи міського середовища.

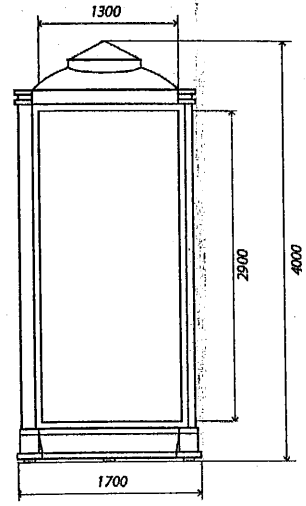
Вимоги до розміщення:

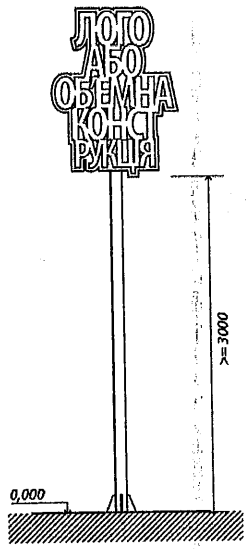
- РЗ мають розміщуватись у відповідності до вимог, передбачених п. 2.5 Правил;
- розміщення на тротуарах можливе за умови, якщо ширина вільної пішохідної зони від краю РЗ до лінії забудови складатиме не менше ніж 2 м;
- РЗ не повинен перешкоджати вільному руху пішоходів.

Забороняється розміщення:

- на пішохідних та велосипедних доріжках, алеях;
- ближче ніж 10 метрів до перехрещень вулиць, наземних пішохідних переходів та виїздів з прилеглих (прибудинкових) територій;
- ближче ніж 30 метрів до пунктів зупинки маршрутних транспортних засобів (транспортних засобів загального користування);
- не ближче ніж 50 м від залізничних переїздів.

Фундаментний блок наземного РЗ має бути заглиблений до рівня ґрунту з відновленням твердого покриття, трав'яного покриву (газону) та виконанням робіт з благоустрою території, де розміщений РЗ. РЗ може встановлюватись на зовнішньому фундаменті за умови обов'язкового його розташування всередині єдиного обрамлення такої конструкції.





Прапор, прапорець, який використовується як рекламоносій, що стоїть окремо
(РЗ007)

Рекламний засіб, що розміщується на відкритій місцевості, має зовнішні поверхні для розміщення реклами (товарні знаки, скорочені найменування тощо) та складається з фундаменту, флагштоку (опорної стійки) та рекламної поверхні (полотнища).

Основні характеристики (вимоги):

- висота флагштоку (опорної стійки) до нижнього краю рекламної поверхні не менше 3м;

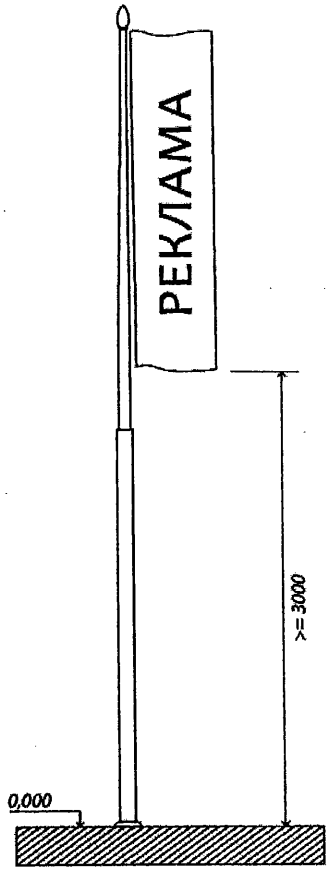
Вимоги до розміщення:

- розміщується не більше ніж 10 м від об'єкту , що рекламується;
- розміщення на тротуарах можливе за умови, якщо ширина вільної пішохідної зони від флагштоку (опорної стійки) складатиме не менше ніж 2 м.

Забороняється розміщення:

- над проїзною частиною;
- на пішохідних та велосипедних доріжках, розподільчих смугах шириною менше 2 м.
- ближче ніж 10 метрів до перехрещень вулиць, наземних пішохідних переходів та виїздів з прилеглих (прибудинкових) територій.
- ближче ніж 30 метрів до пунктів зупинки маршрутних транспортних засобів (транспортних засобів загального користування);
- не ближче ніж 50 м від залізничних переїздів.

Фундаментний блок наземного РЗ має бути заглиблений до рівня ґрунту з відновленням твердого покриття, трав'яного покриву (газону) та виконанням робіт з благоустрою території, де розміщений РЗ.



Конструкція на даху будівлі (будинку)
(РЗ008)

Рекламний засіб у вигляді об'ємно-просторових літер, цифр та зображувальних елементів без фону, що повністю або частково встановлюється вище за рівень карниза будинку (будівлі) або безпосередньо розміщується на даху будинку (будівлі).

Встановлення конструкцій у вигляді суцільних площин на даху будівлі (будинку) - рекламних засобів, що встановлюються повністю або частково вище за рівень карниза будинку (будівлі) або безпосередньо розміщується на даху будинку (будівлі) - забороняється.

Основні характеристики (вимоги):

- розміри рекламного засобу визначаються габаритами даху, на якому вмонтовується установка, і несучою здатністю будівлі;
- може мати підсвічування;
- освітлення РЗ не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також помешкання житлових будинків;
- розташування РЗ забороняється без попередньої технічної експертизи місця розміщення РЗ (даху) і технічного проекту розробленого і затвердженого спеціалізованими (ліцензованими або сертифікованими) підприємствами, установами та організаціями з урахуванням вітрових, снігових та інших навантажень.

Забороняється розміщення:

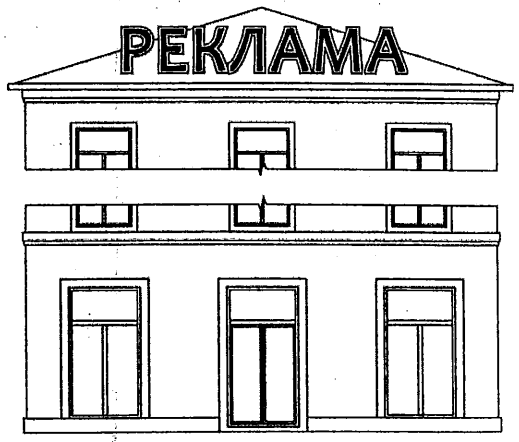
- на будівлях, які є пам'ятками культурної спадщини національного та місцевого значення.

На одному боці даху можливе розміщення тільки одного такого РЗ.

Забороняється освітлення РЗ у нічний час, із двадцять другої до сьомої години.

Розповсюджувач реклами має право вільно обирати проектні організації, що мають відповідну ліцензію або сертифікат.

- Забороняється розміщення у 0-ій форматній зоні (за виключенням будівель готелів).



Щит на фасаді будинку (будівлі)
(РЗ009)

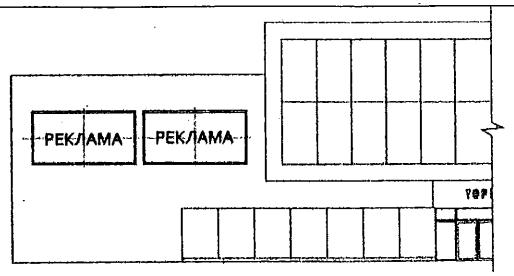
Рекламний засіб, що встановлюється на фасаді будинку (будівлі), має зовнішню площину для розміщення реклами, складається з просторового металевого каркаса та рекламного поля.

Основні характеристики:

- може мати підсвічування;
- може мати різні технології зміни зображення (скролінг, беклайт);
- на фасаді будинку (будівлі) може розміщуватись тільки якщо його розміщення передбачене затвердженим в установленому порядку паспортом фасаду будинку.

Забороняється розміщення:

- на будівлях, які є пам'ятками культурної спадщини національного та місцевого значення.



Телевізійний екран на фасаді будинку
(РЗ010)

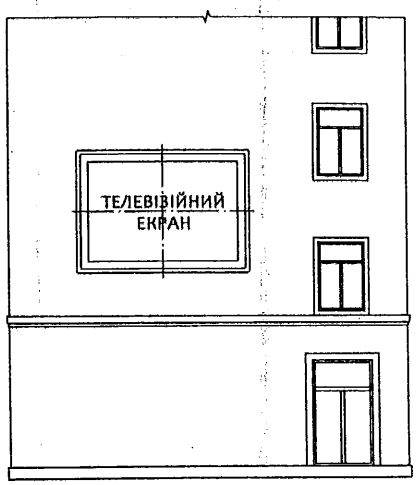
Рекламний засіб, що встановлюється на фасаді будинку та використовується для відображення і передачі візуальної інформації. Складається з просторового каркаса та світлодіодного рекламного поля.

Основні характеристики (вимоги):

- багатоколірне швидкозмінюване зображення;
- модульний принцип побудови рекламної площини;
- можливість програмування;
- розміщення РЗ можливе, за умови якщо його розміщення передбачене затвердженим в установленому порядку паспортом фасаду;
- забороняється експонування сюжетів у нічний час, із двадцять другої до сьомої години.

Забороняється розміщення:

- РЗ на будівлях, які є об'єктами культурної спадщини національного та місцевого значення.



Медіафасад
(РЗ011)

Медіафасад - це гнучка сітчасто-каркасна конструкція, що складається з:

- термотрубок із світлодіодними платами всередині;
- окремих модульних фреймів (т. зв. кабінетів) з вмонтованими світлодіодами та електронними процесорами.

Конструкція за допомогою металокаркаса монтується на фасаді.

Основні характеристики:

- розмір рекламного поля обмежується розміром фасаду будинку.
- можливість багатоплощинних конфігурацій.
- відносна прозорість конструкцій (до 80 %).
- освітлення РЗ не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також помешкання житлових будинків
- забороняється експонування сюжетів у нічний час, із двадцять другої до сьомої години.

Забороняється розміщення:

- РЗ на будівлях, які є об'єктами культурної спадщини національного та/або місцевого значення.

Розміщення РЗ можливе за умови, якщо його розміщення передбачене затвердженим в установленому порядку паспортом фасаду.

Графічна (лазерна) проекційна установка;
об'ємно-просторова (голографічна) проекційна установка
(РЗ012)

Рекламний засіб призначений для відтворення зображення на фасадах будинків (будівель). Конструкції установок складаються з графічного пристрою, на якому формується рекламне зображення.

Основні характеристики:

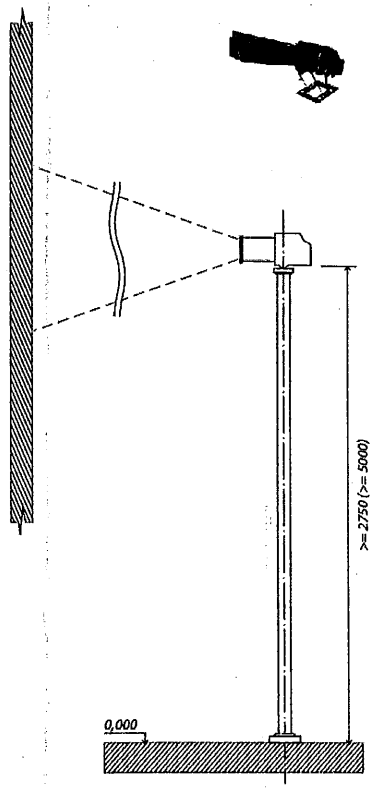
- розмір рекламного поля обмежується розміром фасаду будинку (будівлі);
- освітлення РЗ не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також помешкання житлових будинків.

Загальні умови розміщення:

- нижній край зовнішньої реклами (графічного пристрою), що розміщується над проїзною частиною, повинен розташовуватися на висоті не менше ніж 5 метрів від поверхні дорожнього покриття, якщо РЗ не виступає над проїзною частиною – не нижче 2,75м.

Графічні пристрої мають бути сертифіковані.

Забороняється експонування сюжетів у нічний час, із двадцять другої до сьомої години.



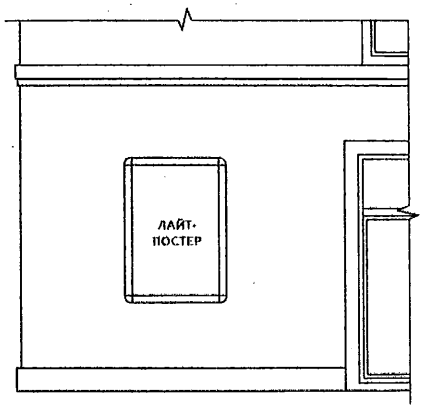
Лайтпостер на фасаді будинку (будівлі) (РЗ013)

Рекламний засіб, що встановлюється на фасаді будинку (будівлі), має зовнішні поверхні для розміщення реклами, складається з просторового металевого каркаса та рекламного поля.

Основні характеристики (вимоги):

- розмір однієї рекламної площини не більше: 1,2 м х 1,8 м;
- габарити просторового металевого каркаса: не більше 1,4 м х 2 м;
- може мати підсвічування;
- може мати різні технології зміни зображення.

Розміщення РЗ можливе, за умови якщо його розміщення передбачене затвердженим в установленому порядку паспортом фасаду.



Банер, панно на фасаді будинку (будівлі) (РЗ014)

Рекламний засіб, що розміщується на фасаді будинку (будівлі), складається з каркаса та має зовнішню поверхню для розміщення реклами.

Основні характеристики (вимоги):

- розмір рекламного поля має відповідати розміру фасаду будинку;

- може мати зовнішнє підсвічування;

- РЗ не повинен закривати елементи декору фасаду (декоративні рельєфи, карнизи, огородження балконів, еркери, колони, пілястри);

- рекламна поверхня РЗ на якій тимчасово не розміщений рекламний сюжет, повинна бути заповнена фоновим покриттям, інформацією соціального змісту або панорамним зображенням міста;

- на фасаді будинку (будівлі) дозволяється розміщення тільки одного рекламного засобу цього виду.

Вимоги до розміщення:

- банерне полотно кріпиться до металевого каркасу, змонтованого на фасаді будинку (будівлі);

- розміщується паралельно до фасаду;

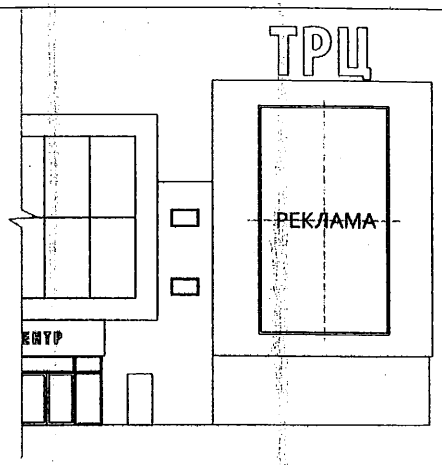
- розміщення можливо виключно у 3-ій та 4-ій форматних зонах.

Забороняється розміщення:

- РЗ на фасаді будинку (будівлі), на якому є вікна;

- РЗ на фасадах капітальних будівель, нижчих 20м, тимчасових спорудах;

- РЗ на будівлях, які є об'єктами культурної спадщини місцевого та/або національного значення.



Банер, панно на фасаді будинку (будівлі) та/або будівельних риштуваннях (РЗ015)

Банер, панно на фасаді будинку (будівлі) та/або будівельних риштуваннях - рекламний засіб, який виготовляється на банерній сітці або банерному полотні та розміщується на фасаді будинку (будівлі), на огороджувальних об'єктах або будівельних риштуваннях, коли фасад будинку (будівлі) перебуває у стані будівництва, реконструкції, реставрації чи ремонту.

Основні характеристики (вимоги):

- розмір рекламного поля обмежується розміром огороджувального об'єкта або будівельних риштувань;
- може мати підсвічування;
- РЗ повинен повністю закривати фасад/частину фасаду, що реконструюється (будується);
- розміщення реклами здійснюється:

на 40% загальної площі РЗ – у 1-ій та 2-ій форматних зонах;

на 100% загальної площі – у 3-ій та 4-ій форматних зонах.

Площа, яка не зайнята рекламою, повинна містити зображення, що імітує фасад будинку (будівлі), на якому розміщений цей РЗ або повинна бути заповнена фоновим покриттям;

- рекламна поверхня РЗ, на якій тимчасово не розміщений рекламний сюжет, повинна містити зображення, що імітує фасад будинку (будівлі), на якій розміщений РЗ, або повинна бути заповнена фоновим покриттям;
- розміщення РЗ на фасадах будинків (будівель) дозволяється у разі, коли фасад будинку (будівлі) перебуває у стані реконструкції, реставрації чи ремонту, що підтверджено належними документами на проведення таких робіт у відповідності до вимог Закону України «Про регулювання містобудівної діяльності».

Вимоги до розміщення:

- РЗ кріпиться до металевого каркасу, змонтованої на фасаді будинку (будівлі) або на конструкцію будівельних риштувань при їх наявності;
- РЗ з інформацією рекламного характеру може розміщуватись на період проведення робіт з реконструкції, реставрації чи ремонту, що вказаний у належних документах на проведення таких робіт у відповідності до вимог Закону України «Про регулювання містобудівної діяльності» та контрольній картці на тимчасове порушення благоустрою.

Забороняється розміщення у 0-ій форматній зоні.

Спеціальна рекламна конструкція на фасаді будинку (будівлі) (РЗ016) *

Плоский або об'ємний (об'ємні літери тощо) рекламний засіб, що встановлюється паралельно фасаду будинку (будівлі) та має зовнішні поверхні для розміщення реклами, та не є вивіскою чи табличкою в розумінні Закону України «Про рекламу».

Основні характеристики:

- РЗ не повинен закривати елементи декору фасаду (декоративні рельєфи, карнизи, огородження балконів, еркери, колони, пілястри);
- РЗ може розміщуватись в віконних та дверних прорізах, з урахуванням перекриття прорізу не більше 35%;
- зовнішня поверхня для розміщення реклами не може бути з тентової, банерної, вінілової тканини;
- можливе розміщення РЗ на фронтальній або, при наявності, на бокових площинах навісу вхідної групи;
- відстань від площини фасаду або навісу на якому встановлено РЗ, не повинна перевищувати 200мм до лицевої поверхні вивіски.

Спеціальні рекламні конструкції на фасаді будинку (будівлі) за конструктивними відзнаками поділяються на такі типи:

1. Окремі букви (об'ємні або плоскі), що кріпляться безпосередньо до фасаду будинку (будівлі) або в деяких випадках на прозорій основі, або на основі з кольором фасаду будинку (будівлі);
2. Окремі букви на основі / площині;
3. Лайтбокси з об'ємним або плоским рішенням лицевої сторони;
4. Композиційні рішення (можуть складатися з 1-3 типів з додаванням елементів декору);
5. РЗ виконаний розписом, ліпкою або мозаїкою.

На будівлях, які є об'єктами культурної спадщини місцевого та/або національного значення, а також в 0(ій) та 1(ій) форматних зонах, дозволяється розміщення спеціальних рекламних конструкцій на фасаді будинку (будівлі) тільки першого типу.

Світлове оформлення спеціальних рекламних конструкцій на фасаді будинку (будівлі) не має засліплювати учасників дорожнього руху, а також не повинно освітлювати вікна житлових будинків.

* Детальні вимоги щодо розміщення цього рекламного засобу наведені в Графічному довіднику щодо розміщення цього РЗ, який є додатком до Класифікатора

Спеціальна рекламна конструкція, що розміщується під кутом до фасаду будинку (будівлі) (РЗ017)

Консольний рекламний засіб, що встановлюється на фасаді будинку (будівлі), має зовнішні поверхні для розміщення реклами, складається з просторового металевого каркаса та рекламного поля, та не є вивіскою чи табличкою в розумінні Закону України «Про рекламу».

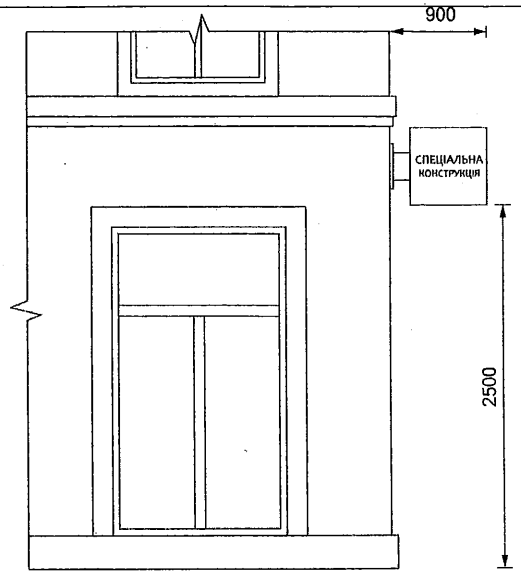
Основні характеристики:

- виступ (ширина) РЗ від фасаду: не більше 0,9 м.
- підсвічування рекламоносія:

РЗ повинен мати внутрішнє підсвічування.

Загальні умови розміщення:

- нижній край зовнішньої реклами (просторового каркасу) повинен розташовуватися на висоті не менше ніж 2,5 метрів від поверхні дорожнього покриття.

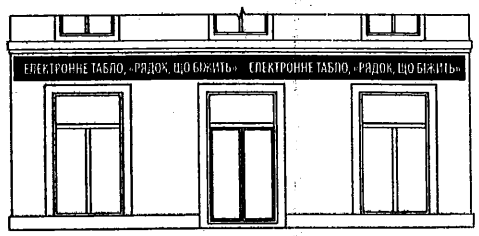


Електронне табло, «рядок, що біжить» на фасаді будинку (будівлі) (РЗ018)

Рекламний засіб, що встановлюється на фасаді будинку (будівлі) та використовується для відображення і передачі візуальної інформації. Складається з просторового каркаса та світлодіодного рекламного поля.

Основні характеристики:

- текстово-символьне швидкозмінюване зображення;
- можливість програмування;
- розміщення РЗ можливе, за умови якщо його розміщення передбачене затвердженим в установленому порядку паспортом фасаду;
- розміщення РЗ на будівлях, які є об'єктами культурної спадщини місцевого та/або національного значення - забороняється.



Елементи зовнішнього благоустрою, що використовуються як рекламоносії (телефонна кабіна, урна, лава) (РЗ019)

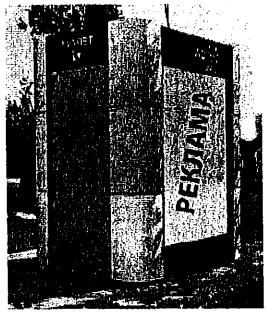
Об'єкти інфраструктури, які мають зовнішню поверхню для розміщення реклами.

Основні характеристики:

- розмір рекламного поля: не більше 2,16 м2;
- може мати різні технології зміни зображення;
- може мати підсвічування.

Вимоги до розміщення:

- РЗ не повинен перешкоджати вільному руху пішоходів;
- розміщення на тротуарах можливе за умови, якщо ширина вільної пішохідної зони від опорної стійки до лінії забудови складатиме не менше ніж 2 м.,

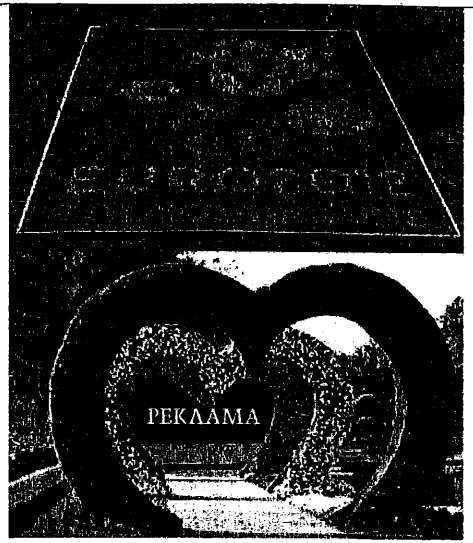


Художньо-просторова композиція (зелені насадження, фітокомпозиції тощо), які використовуються як рекламоносії (РЗ020)

Рекламний засіб, що знаходиться на землі у вигляді фітооздоблення.

Основні характеристики:

- рекламна композиція, яка створюється за допомогою квіткових насаджень.



Афішна (інформаційна) тумба
(РЗ021)

Об'ємний рекламний засіб, що розміщується державними та комунальними театрально-видовищними та спортивними закладами на відкритій місцевості та складається з фундаменту, просторового каркаса, інформаційної поверхні, та використовується виключно для інформування про свої заходи та діяльність без комерційного використання.

Основні характеристики (вимоги):

- розмір однієї рекламної поверхні не може перевищувати 1,5 х 3,0 м;
- може мати підсвічування;
- може бути як статичним так і динамічним;
- може мати різноманітні технології зміни зображення;
- висота тумби не повинна перевищувати 5,5 м;
- інформаційна поверхня тумби, на якій тимчасово не розміщена інформація, повинна бути заповнення фоновим покриттям або інформацією соціального змісту.

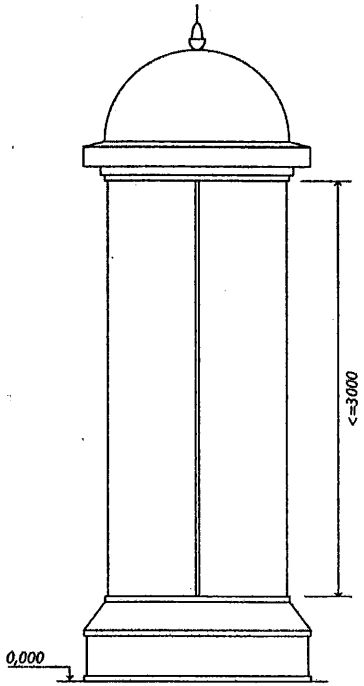
Вимоги до розміщення:

- розміщення на тротуарах можливе за умови, якщо ширина вільної пішохідної зони від краю РЗ до лінії забудови складатиме не менше ніж 2 м.
- розміщення афішних (інформаційних) тумб здійснюється на підставі відповідного розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

Забороняється розміщення:

- на пішохідних та велосипедних доріжках, алеях, розподільних смугах шириною менше 2 м;
- ближче ніж 10 метрів до перехрещень вулиць, наземних пішохідних переходів та виїздів з прилеглих (прибудинкових) територій;
- ближче ніж 30 метрів до пунктів зупинки маршрутних транспортних засобів (транспортних засобів загального користування);
- не ближче ніж 50 м від залізничних переїздів.

Фундаментний блок РЗ має бути заглиблений до рівня ґрунту з відновленням твердого покриття, трав'яного покриву (газону) та виконанням робіт з благоустрою території, де розміщений РЗ. РЗ може встановлюватись на зовнішньому фундаменті за умови обов'язкового його розташування всередині єдиного обрамлення такої конструкції.



Пневмостенд, повітряна куля,
які використовуються як рекламні носії
(РЗ022)

Тимчасове рекламне оформлення на період різноманітних святкових та тематичних заходів. Площа рекламного блока залежить від розмірів нанесеного зображення.

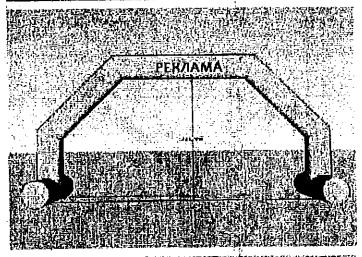
Основні характеристики:

- розмір рекламного поля обмежується розміром РЗ.

Підсвічування рекламоносія: РЗ може не мати власного підсвічування.

Забороняється розміщення:

- на пішохідних та велосипедних доріжках, алеях;
- ближче ніж 10 метрів до перехрещень вулиць;
- ближче ніж 30 метрів до пунктів зупинки маршрутних транспортних засобів (транспортних засобів загального користування);
- не ближче ніж 50 м від залізничних переїздів.



Пілон (стела), що стоїть окремо (РЗ023)

Рекламний засіб, що розміщується на відкритій місцевості, складається з фундаменту, просторового металевого каркасу.

Основні характеристики:

- розмір однієї рекламної поверхні не може перевищувати 3,0 х 3,0 м;
- габарити металевого просторового каркасу не більше 3,0 х 12,0 х 1,5 м;
- може мати підсвічування;
- може бути як статичним так і динамічним;
- може мати різні технології зміни зображення.

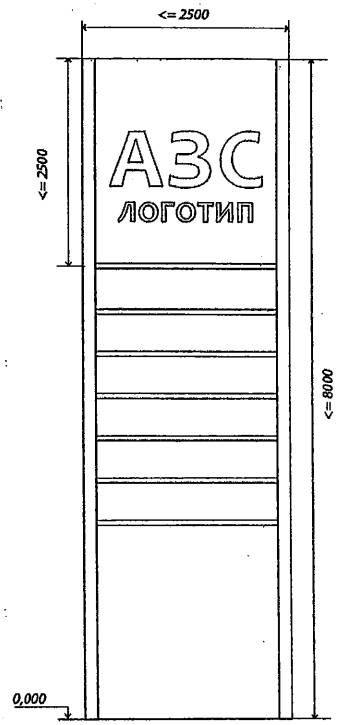
Вимоги до розміщення:

- вимоги щодо зон розташування РЗ, зазначених в п.2.5 Правил, не розповсюджуються на РЗ, що розташовані на відкритих територіях, наданих власникам таких РЗ для обслуговування торгівельних, торгівельно-розважальних, виставкових та офісних центрів, закладів громадського харчування, автозаправних станцій, авто-мотосалонів і використовуються для інформування виключно про свої заходи та діяльність;
- розміщення на тротуарах можливе за умови, якщо ширина вільної пішохідної зони від краю РЗ до лінії забудови складатиме не менше ніж 2м.

Забороняється розміщення:

- на пішохідних та велосипедних доріжках, алеях;
- ближче ніж 10 метрів до перехрещень вулиць;
- ближче ніж 30 метрів до пунктів зупинки маршрутних транспортних засобів (транспортних засобів загального користування);
- не ближче ніж 50 м від залізничних переїздів.

Фундаментний блок наземного РЗ має бути заглиблений до рівня ґрунту з відновленням твердого покриття, трав'яного покриву (газону) та виконанням робіт з благоустрою території, де розміщений РЗ. РЗ може встановлюватись на зовнішньому фундаменті за умови обов'язкового його розташування всередині єдиного обрамлення такої конструкції.



Об'ємно-просторова конструкція індивідуального дизайнерського рішення, що стоїть окремо (РЗ024)

Об'ємний рекламний засіб, що розміщується на відкритій земельній ділянці, складається з елементів, що відтворюють логотипи, знаки для товарів та послуг, корпоративну символіку та інші елементи брендової ідентичності, а також масштабні моделі продукції рекламодавця тощо (нетиповий рекламний засіб), без можливості зміни сюжету.

Освітлення РЗ не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також мешканців житлових будинків.

Рекламний засіб не повинен містити додаткову інформацію (акції, особливості бренду тощо).

Основні характеристики:

Висота РЗ (від рівня землі до верхнього краю РЗ) не може перевищувати 3 м.

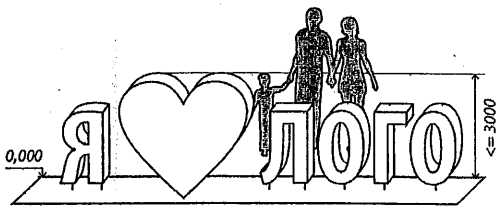
Вимоги до розміщення:

- розміщення на тротуарах можливе за умови, якщо ширина вільної пішохідної зони від краю РЗ до лінії забудови складатиме не менше ніж 2 м.

Забороняється розміщення:

- над проїзною частиною;
- на пішохідних та велосипедних доріжках, алеях;
- ближче ніж 10 метрів до перехрещень вулиць, наземних пішохідних переходів та виїздів з прилеглих (прибудинкових) територій;
- ближче ніж 30 метрів до пунктів зупинки маршрутних транспортних засобів (транспортних засобів загального користування);
- не ближче ніж 50 м від залізничних переїздів.

Фундаментний блок наземного РЗ має бути заглиблений до рівня ґрунту з відновленням твердого покриття, трав'яного покриву (газону) та виконанням робіт з благоустрою території, де розміщений РЗ.



Рекламно-інформаційний покажчик, що стоїть окремо на опорі (РЗ025)

Рекламний засіб, що розміщується на відкритій місцевості, складається з фундаменту, просторового каркасу, опорної стійки, інформаційного та рекламного блоків.

Вуличний блок – блок, який містить інформацію про вуличну систему: назва вулиць, проспектів, площ, провулків і напрямок руху до них.

Рекламний блок – блок для розміщення рекламного сюжету, а також інформація про місцезнаходження установ і організацій міського на державного значення, культурно-історичних пам'ятників та інших об'єктів міської інфраструктури.

Основні характеристики (вимоги):

- розмір однієї площини вуличного блоку: не більше 0,37 х 1,28 м;
- розмір однієї площини рекламного блоку: не більше 0,85 х 1,28 м;
- загальні габаритні розміри вуличного та рекламного блоків: не більше 1,52 х 1,402 м;
- виступ РЗ від опори до зовнішнього краю РЗ: не більше 1,55 м;
- нижній край рекламного засобу (просторового каркасу), що розміщується над проїзною частиною, у тому числі на мостах, естакадах тощо, повинен розташовуватися на висоті не менше ніж 5 метрів від поверхні дорожнього покриття, якщо РЗ не виступає над проїзною частиною – не нижче 2,5 м;
- повинен мати підсвічування;
- освітлення РЗ не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також мешканців житлових будинків;
- рекламний блок, на якому тимчасово не розміщується рекламний сюжет, повинен бути заповнений фоновим покриттям або інформацією соціального змісту.

Вимоги до розміщення:

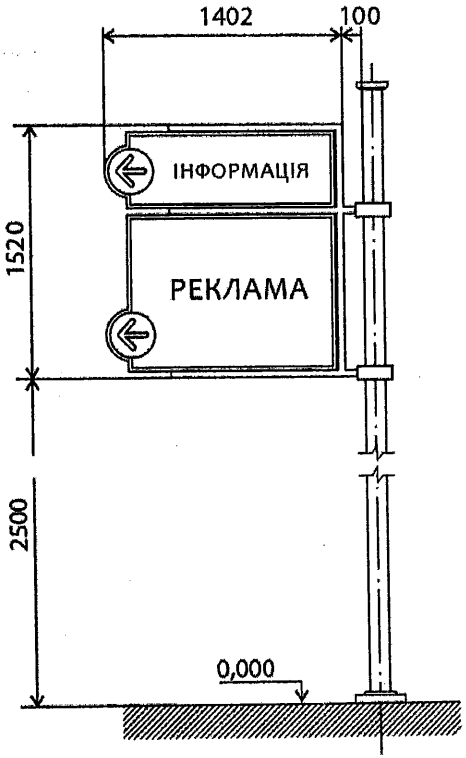
- відстань між однотипними РЗ повинна бути не менше 40м;

Фундаментний блок наземного РЗ має бути заглиблений до рівня ґрунту з відновленням твердого покриття, трав'яного покриву (газону) та виконанням робіт з благоустрою території, де розміщений РЗ.

Розміщення на тротуарах можливе за умови, якщо ширина вільної пішохідної зони від опірної стійки РЗ до лінії забудови складатиме не менше ніж 2 м.

Забороняється розміщення:

- на розподільчих смугах шириною менше 2 м;
- ближче ніж 10 метрів до перехрещень вулиць, наземних пішохідних переходів та пунктів зупинки маршрутних транспортних засобів (транспортних засобів загального користування) та далі ніж 40 метрів від перехрещень вулиць та пунктів зупинки маршрутних транспортних засобів (транспортних засобів загального користування);
- не ближче ніж 50 м від залізничних переїздів.



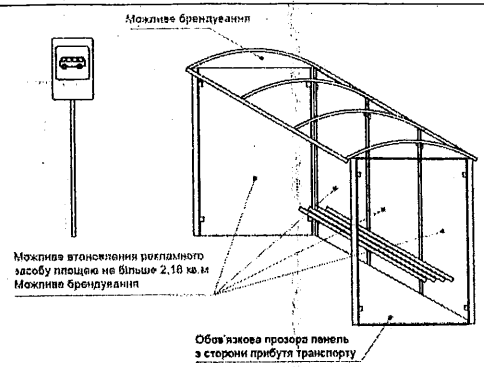
Зупинковий комплекс та/або павільйон (РЗ026)

Зупинковий комплекс - об'єкт дорожнього сервісу для очікування наземного громадського транспорту, конструкція якого включає: павільйон зупинок громадського транспорту; рекламно-інформаційні площі; тимчасову споруду для здійснення підприємницької діяльності.

Павільйон зупинок громадського транспорту - об'єкт дорожнього сервісу для очікування наземного громадського транспорту, конструкція якого включає: лави, навіс, та може включати рекламно-інформаційні площі.

Основні характеристики (вимоги):

- Площа однієї рекламного поля: не більше 2,16 кв.м.;
- може мати підсвічування;
- можливі різноманітні технології зміни зображення;
- можливе брендування.



Графічний довідник
до Класифікатора типових рекламних засобів щодо розміщення спеціальних рекламних конструкцій на фасаді будинку (будівлі) (РЗ016)

Зміст:

1 Типи спеціальних конструкцій 29

1.1 Окремі літери (об'ємні або плоскі) 29

1.2 Окремі літери на основі / площині 30

1.3 Лайтбокси з об'ємним або плоским рішенням лицевої сторони 31

1.4 Композиційні рішення 32

2 Правила розміщення 33

2.1 Розміщення спеціальних конструкцій на фасаді 33

2.1.1 Типові помилки при розміщені спеціальних конструкцій на фасаді 34

2.2 Масштаб спеціальних конструкцій, вільний простір 35

2.2.1 Типові помилки масштабування та розміщення спеціальних конструкцій 36

2.3 Спеціальні конструкції у віконних та дверних отворах 37

2.3.1 Типові помилки при розміщені спеціальних конструкцій у отворах 38

2.4 Розміщення спеціальних конструкцій над аркою 39

2.4.1 Типові помилки при розміщені над арками 40

2.5 Ситуативні приклади розміщення спеціальних конструкцій 41

2.5.1 Ситуативні приклади, помилки при розміщення спеціальних конструкцій 42

2.6 Спеціальні конструкції вище першого поверху 43

2.6.1 Спеціальні конструкції вище першого поверху, типові помилки 44

2.7 Спеціальні конструкції на фризі 45

3 Вітрини 46

4 Спеціальні конструкції на козирках, маркізах, навісах 47

5 Розміщення спеціальних конструкці, табличок, вказівників поруч з входом 48

6 Спеціальна рекламна конструкція, що розміщується під кутом до фасаду будинку (будівлі) (теж саме: вказівник, прапорець) 49

7 Меморіальні дошки, пам'ятні таблички 50

1 Типи спеціальних конструкцій

1.1 Окремі літери (об'ємні або плоскі)

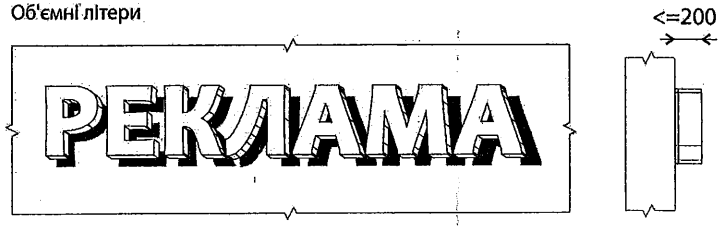
Головна відмінність між об'ємними та плоскими літерами – наявність чи відсутність у символів бокової та задньої стінки. Плоскі літери виготовляються лише з лицевого матеріалу.

Зазвичай об'ємні літери закріплюються безпосередньо на фасаді будівлі або на площині, що є частиною спеціальної конструкції (прозора, у колір фасаду та інше).

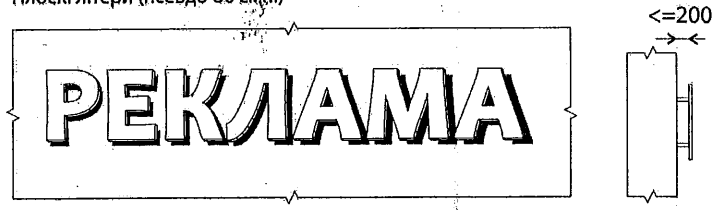
Плоскі літери, для створення ефекту об'ємності та за наявності можливостей, закріплюються на певній відстані від фасаду або площини (на стійках).

В обох випадках відстань від поверхні, на якій встановлено РЗ, не повинна перевищувати 200 мм до лицевої поверхні спеціальної конструкції.

Об'ємні літери



Плоскі літери (псевдо об'ємні)

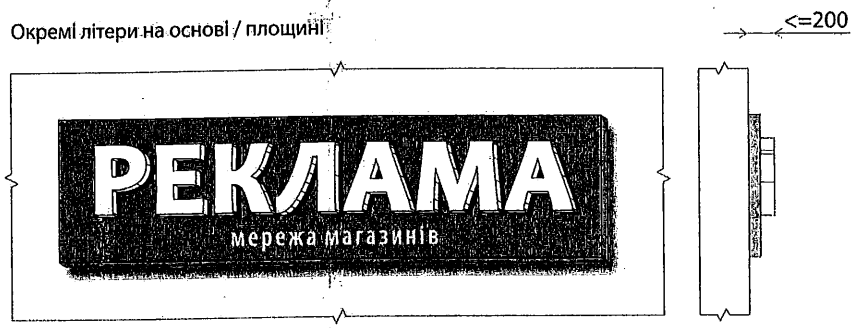


1.2 Окремі літери на основі / площині

Об'ємні або псевдо-об'ємні символи вважаються такими, якщо закріплені на площині або коробі прямокутної чи довільної форми.

На коробі може бути розміщена додаткова інформація. Короб може бути обладнано підсвічуванням, але фронтальна панель повинна бути виготовлена з світлонепроникного матеріалу. Підсвічуватися можуть лише окремі елементи, а не вся фронтальна панель.

Окремі літери на основі / площині



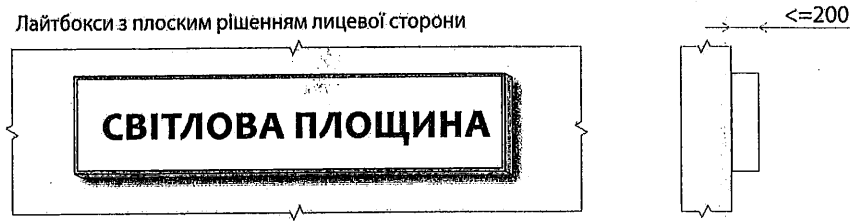
1.3 Лайтбокси з об'ємним або плоским рішенням лицевої сторони

Лайтбокс – короб, обладнаний внутрішнім підсвічуванням.

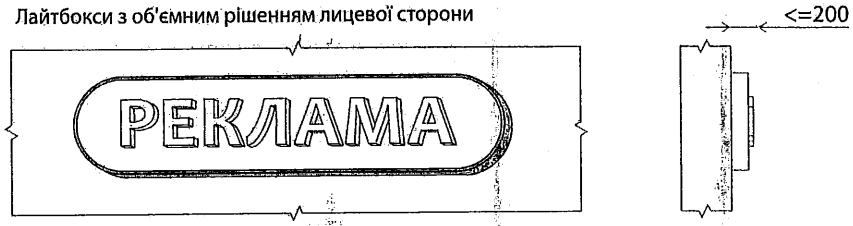
Фронтальна сторона короба виготовлена зі світлопроникного матеріалу, на яку, за допомогою аплікації, друку, або із застосуванням об'ємних елементів, нанесено рекламну інформацію.

Лайтбокс може бути прямокутної, круглої, овальної або іншої довільної форми.

Лайтбокси з плоским рішенням лицевої сторони



Лайтбокси з об'ємним рішенням лицевої сторони



1.4 Композиційні рішення

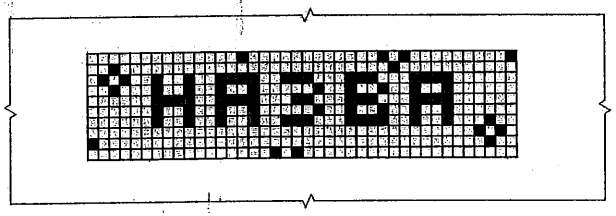
Композиційні рішення – варіативні поєднання об'ємних або плоских символів з лайтбоксами або декоративними елементами.

Композиційні рішення

1.5 Спеціальні конструкції, виконані розписом, ліпкою або мозаїкою

Спеціальні конструкції, виконані розписом, ліпкою або мозаїкою виконуються безпосередньо на фасаді будівлі.

Реклама виконана розписом, ліпкою або мозаїкою



1.1

2 Правила розміщення

2.1 Розміщення спеціальних конструкцій на фасаді

Спеціальної конструкції встановлюються над, або з боків віконних та дверних отворів безпосередньо на частині фасаду закладу, вільному від декоративних елементів.

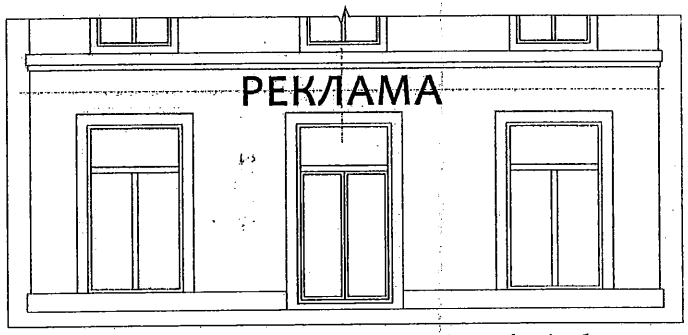
Встановлюються спеціальної конструкції на першому (між першим та другим) або цокольному поверхах.

Виключні випадки:

- коли це передбачено паспортом фасаду; якщо споруда – торговельно-розважальний центр;
- якщо торгівельні площі в житловому будинку займають 2 та більше поверхів;
- якщо на правах оренди чи власності суб'єкту належить ціла будівля.

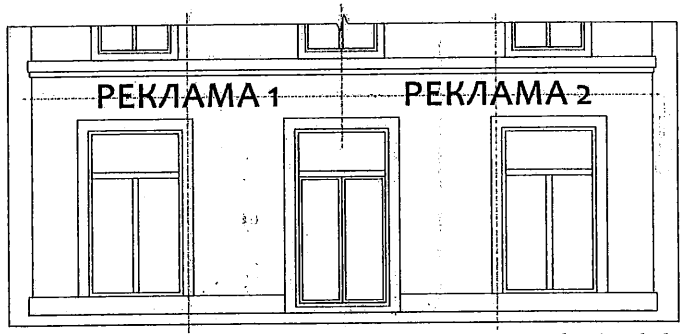
Спеціальна конструкція має бути розташована симетрично відносно до елементів фасаду, або має бути взаємоузгоджена з ними, наслідувати горизонтальну вісь вже існуючих спеціальних конструкцій.

Приклад реклами для одного закладу на частині фасаду



Спеціальна конструкція має бути встановлена симетрично відносно фасаду або взаємоузгоджена з його елементами

Приклад реклами для декількох закладів на частині фасаду



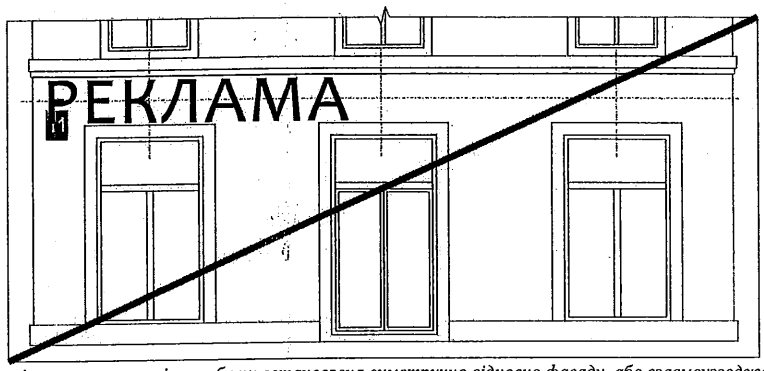
Спеціальна конструкція має бути встановлена симетрично відносно фасаду, або бути взаємоузгоджена з його, елементами, наслідувати горизонтальну вісь сусідніх спеціальних конструкцій

2.1.1 Типові помилки при розміщені спеціальних конструкцій на фасаді

Спеціальні конструкції не можуть перекривати елементи декору фасаду, адресні та пам'ятні таблички, інженерні комунікації або обмежувати доступ до них.

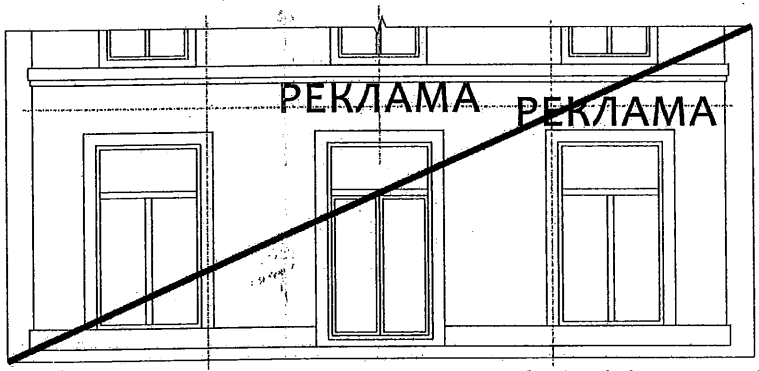
Перекривати віконні або дверні отвори (окрім норми розміщення безпосередньо в отворах), перекривати балкони, карнизи, ніші, арки тощо.

Приклад реклами для одного закладу на частині фасаду



Спеціальна конструкція має бути встановлена симетрично відносно фасаду, або взаємоузгоджена з його елементами. Спеціальної конструкції не можуть перекривати адресні таблички

Приклад реклами для декількох закладів на частині фасаду



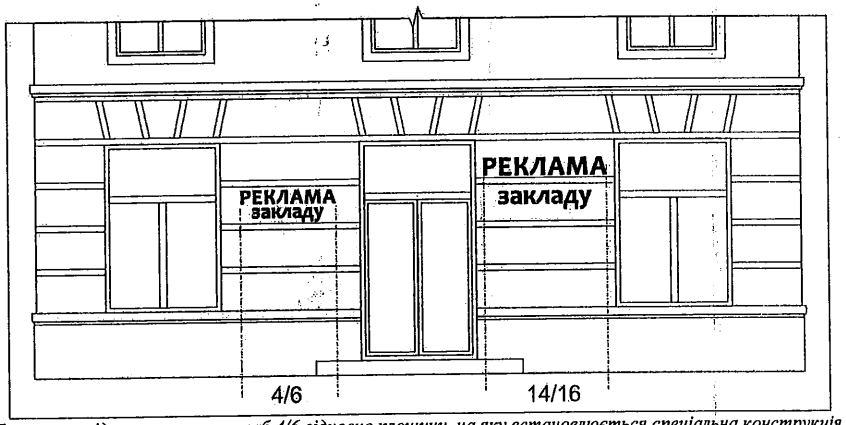
Спеціальна конструкція має бути встановлена симетрично відносно фасаду, або бути взаємоузгоджена з його елементами, наслідувати горизонтальну вісь існуючих спеціальних конструкцій

2.2 Масштаб спеціальних конструкцій, вільний простір

Спеціальна конструкція не може займати весь вільний простір фасаду, навіть за наявності місць вільних від декоративних елементів.

Бажаним слід вважати масштаб 4/6 відносно площини, на яку встановлюється спеціальна конструкція. При цьому деякі елементи, як логотип, знак, великі літери в написі та деякі частини художньо-декоративних елементів, можуть займати до 14/16 вільного простору.

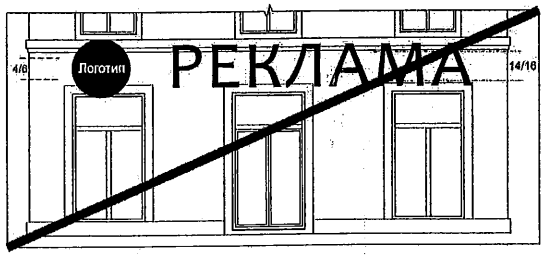
Приклад співвідношення вивіски до площини, в яку вона встановлюється



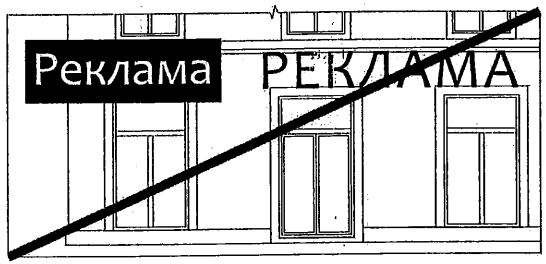
Бажаним слід вважати масштаб 4/6 відносно площини, на яку встановлюється спеціальна конструкція, при цьому деякі елементи, як логотип, знак, великі літери в написі та деякі частини художньо-декоративних елементів, можуть займати до 14/16 вільного простору

2.2.1 Типові помилки масштабування та розміщення спеціальних конструкцій

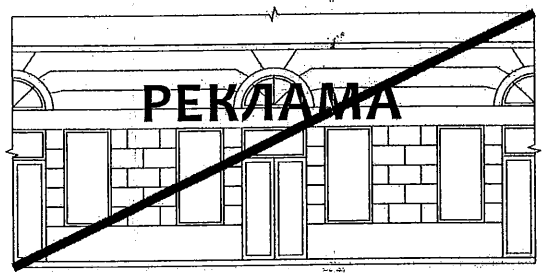
Спеціальна конструкція не може частково або повністю перекривати декоративні елементи фасаду, виходити за межі фасаду, частково або повністю перекривати вікна, двері. Ігнорувати правила вільного простору.



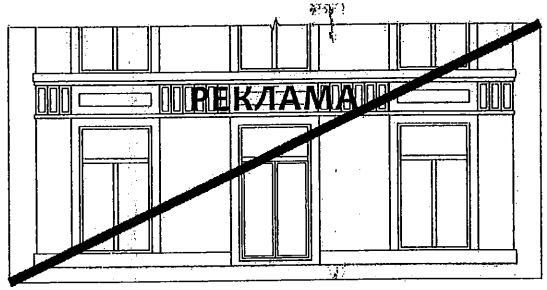
Забороняється ігнорувати правила масштабування (п.2.2)



Спеціальна конструкція не може виходити за межі фасаду. Забороняється сусідство спеціальних конструкцій на площині з спеціальна конструкціями окремими літерами.



Спеціальна конструкція не може частково або повністю перекривати віконні та дверні отвори



Спеціальна конструкція не може частково або повністю перекривати декоративні елементи фасаду

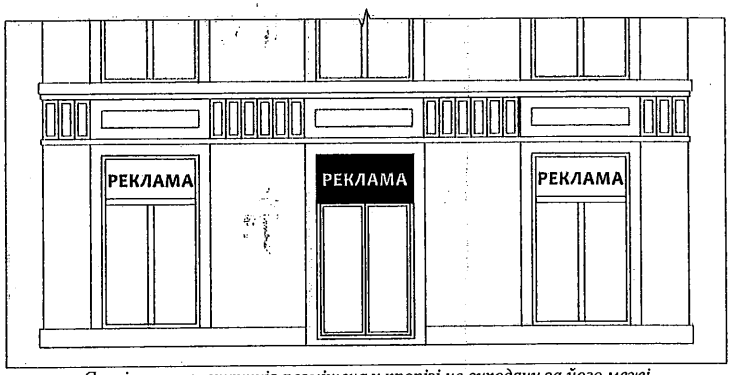
2.3 Спеціальної конструкції у віконних та дверних отворах

Спеціальна конструкція у віконному або дверному отворі розміщується лише за умови, якщо оздоблення фасаду, або інші фактори заважають її розміщенню безпосередньо на фасаді.

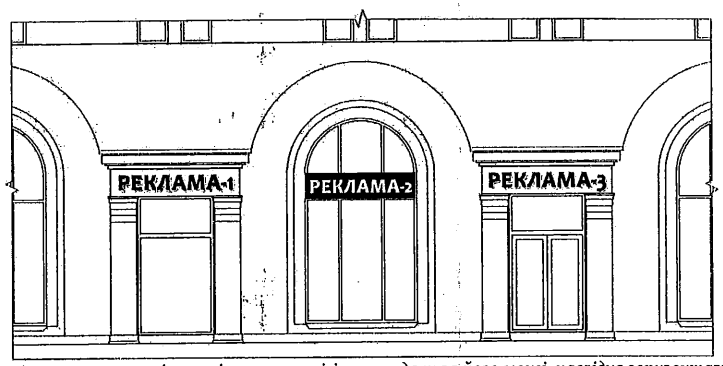
Встановлення спеціальної конструкції безпосередньо у віконному чи дверному отворі із зовнішнього боку будівлі можливе лише за умови, якщо вона не перекриватиме їх більше, ніж на 35%.

Така спеціальна конструкція може бути виконана, як на основі, так і окремими літерами, та в обох випадках не може перекривати отвір більш, ніж на 35%.

Спеціальна конструкція не може виступати за межі прорізу у будь-яких напрямках, має наслідувати горизонтальну вісь сусідніх спеціальних конструкцій

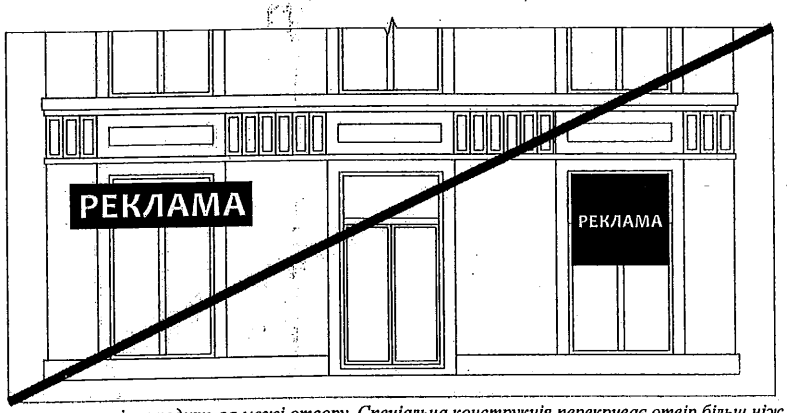


Спеціальна конструкція розміщена у прорізі не виходячи за його межі

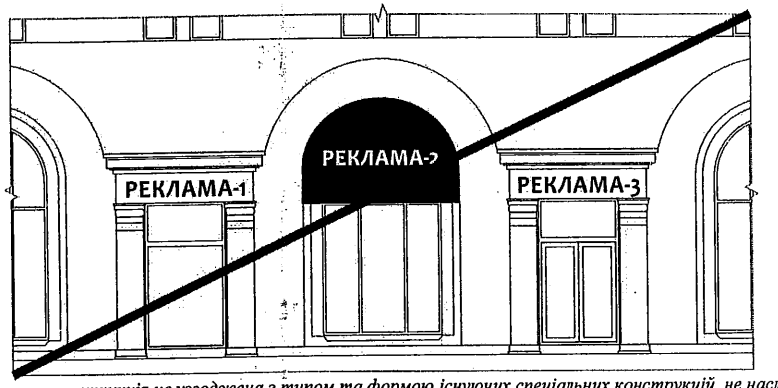


Спеціальна конструкція розміщена у прорізі не виходячи за його межі, наслідує горизонтальну вісь сусідніх спеціальних конструкцій

2.3.1 Типові помилки при розміщені спеціальних конструкцій у отворах



Спеціальна конструкція виходить за межі отвору. Спеціальна конструкція перекриває отвір більш ніж на 35%

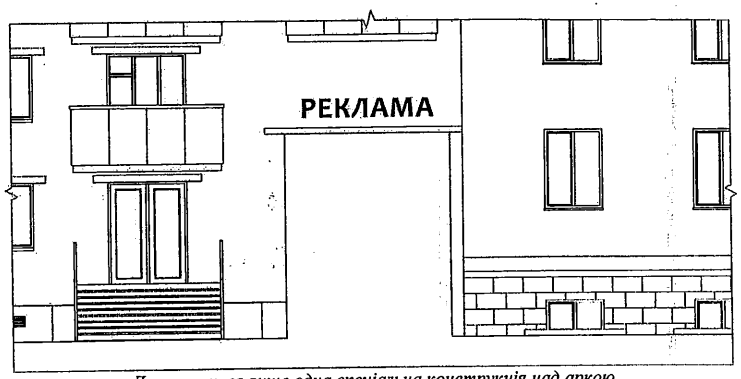


Спеціальна конструкція не узгоджена з типом та формою існуючих спеціальних конструкцій, не наслідує горизонтальну вісь

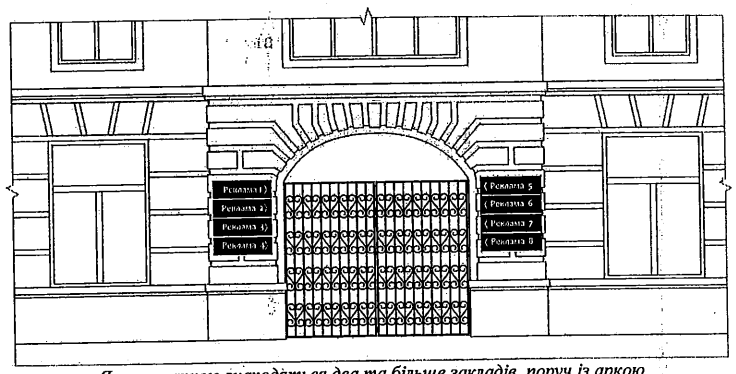
2.4 Розміщення спеціальних конструкцій над аркою

Дозволяється встановлювати спеціальну конструкцію над аркою, за умови, що вона не перекриває декоративні елементи фасаду.

Якщо за аркою знаходяться два та більше закладів, поруч із аркою встановлюються набірні покажчики.

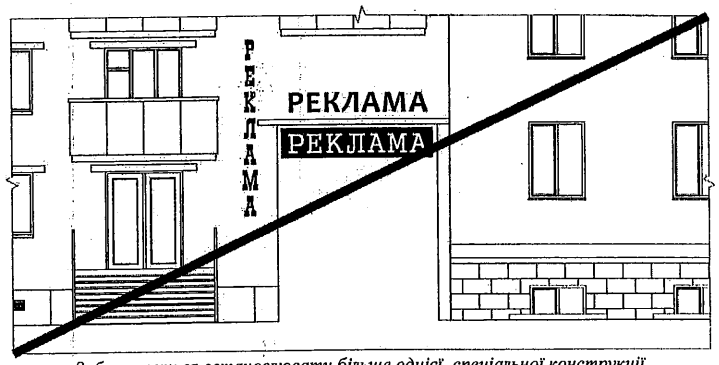


Дозволяється лише одна спеціальна конструкція над аркою



Якщо за аркою знаходяться два та більше закладів, поруч із аркою встановлюються набірні покажчики.

2.4.1 Типові помилки при розміщені над арками

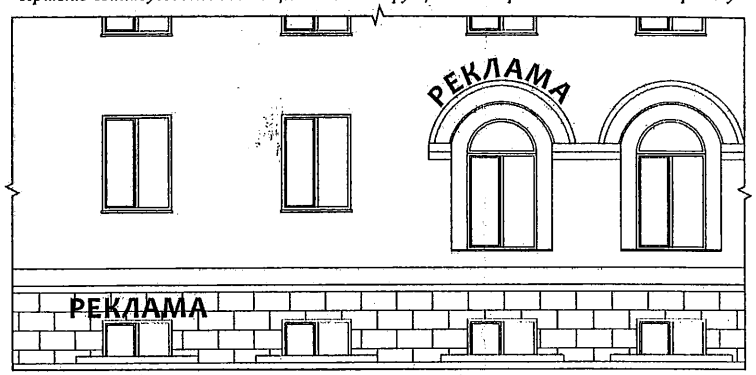


Забороняється встановлювати більше однієї спеціальної конструкції.
Не можна встановлювати спеціальну конструкцію всередині арки (в проїзді)

Забороняється перекривати декоративні елементи
Забороняється використання табличок не узгодженого між собою формату

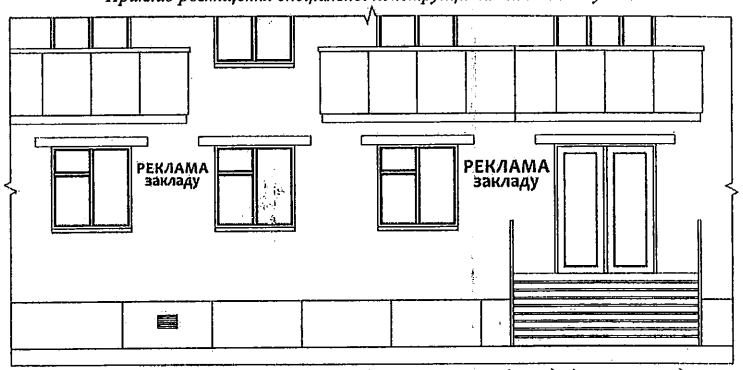
2.5 Ситуативні приклади розміщення спеціальних конструкцій

Приклад взаємоузгодження спеціальної конструкції та декоративних елементів фасаду



Приклад розміщення спеціальної конструкції на цокольному поверху

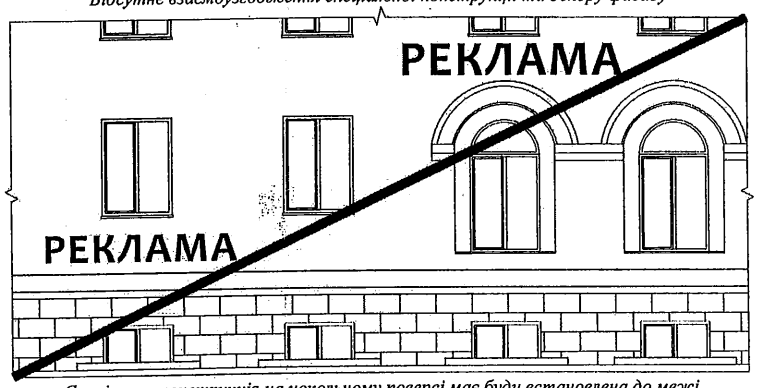
Приклад розміщення спеціальної конструкції на типовій забудові



У випадках коли неможливо встановити спеціальну конструкцію над віконними та дверними прорізами або безпосередньо у прорізах, слід обирати розміщення з боків від них.

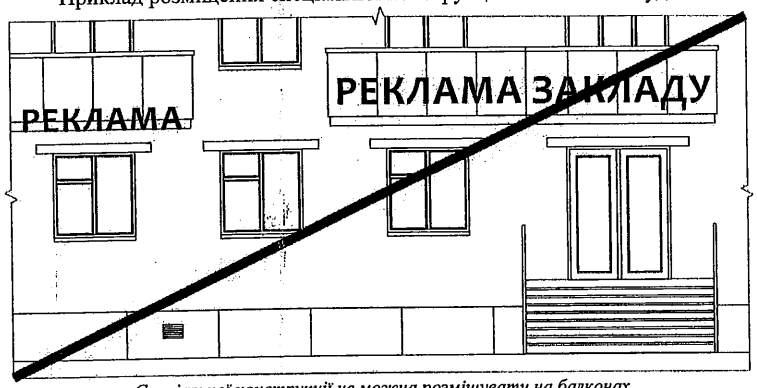
2.5.1 Ситуативні приклади, помилки при розміщення спеціальних конструкцій

Відсутнє взаємоузгодження спеціальної конструкції та декору фасаду



Спеціальна конструкція на цокольному поверсі має буди встановлена до межі перекриття з першим поверхом.

Приклад розміщення спеціальної конструкції на типовій забудові



Спеціальної конструкції не можна розміщувати на балконах

2.6 Спеціальної конструкції вище першого поверху

Спеціальної конструкції вище першого поверху дозволяються:
- торгово-розважальним центрам;
- у випадках, коли торгові площі в житловому будинку займають два та більше поверхів;
- у випадках, коли суб'єкту на правах оренди чи власності належить вся будівля.

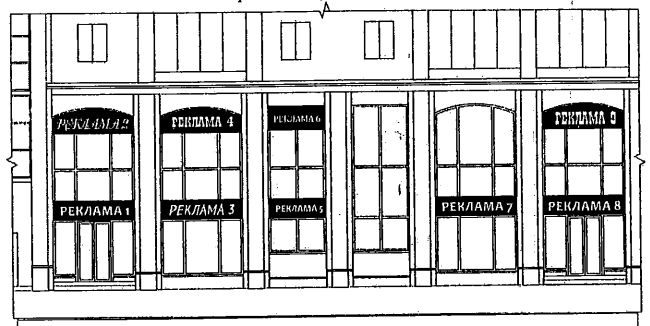
Спеціальної конструкції повинні відповідати загальним вимогам або бути встановленні в місцях, передбачених паспортом фасаду.

У випадках зосередження великої кількості торгових точок у будинку, першочергове право розміщення спеціальної конструкції на фасаді отримують торгові площі, що займають фасадну частину. Інші орендарі узгоджують розміщення з адміністрацією.

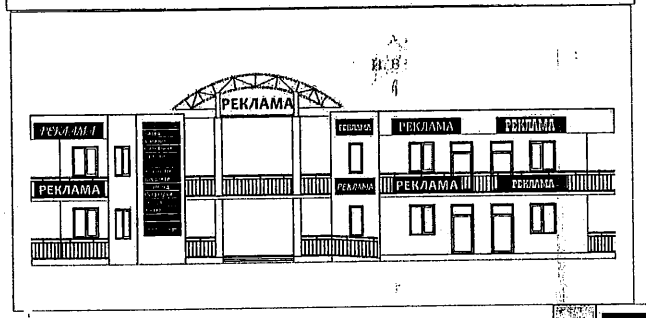
Спеціальної конструкції мають бути взаємоузгоджені між собою, мати однакову висоту та зберігати горизонтальну вісь із сусідніми спеціальна конструкціями.

На глухій частині фасаду або виконаній у форматі кронштейну може розміщуватися набірний покажчик.

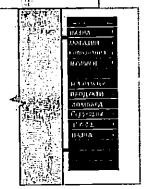
Торгові площі в житловому будинку займають 2 та більше поверхів



спеціальна конструкція не може перекривати проріз більш, ніж на 35%, не повинна виступати за межі прорізу у будь-яких напрямках, має наслідувати горизонтальну вісь сусідніх спеціальних конструкцій



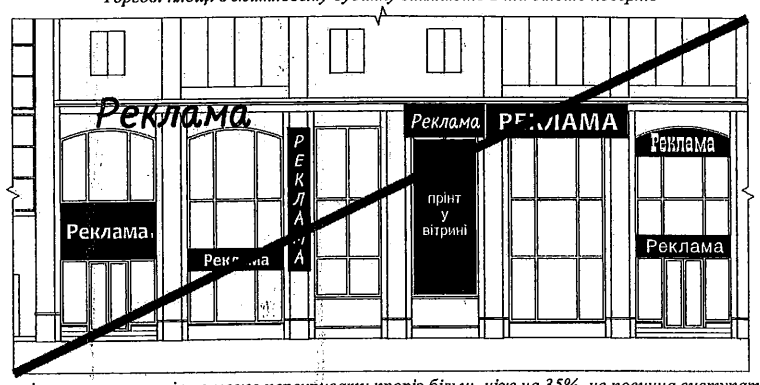
спеціальної конструкції мають бути взаємоузгоджені між собою, мати однакову висоту та зберігати горизонтальну вісь із сусідніми.



покажчик з спеціальна конструкціями у форматі кронштейну

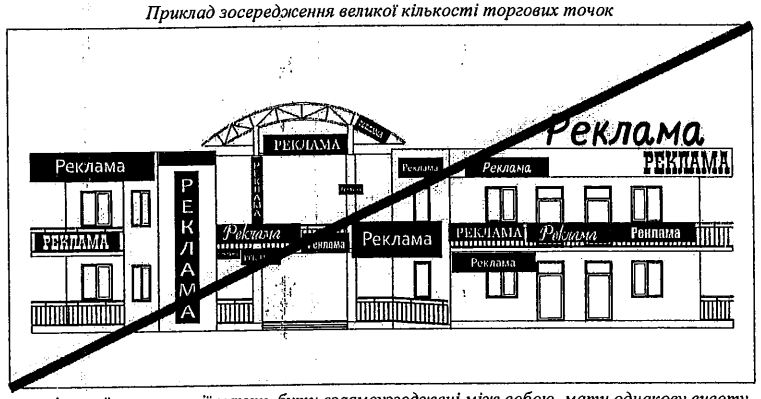
2.6.1 Спеціальної конструкції вище першого поверху, типові помилки

Торгові площі в житловому будинку займають 2 та більше поверхів



спеціальна конструкція не може перекривати проріз більш, ніж на 35%, не повинна виступати за межі прорізу у будь-яких напрямках, має наслідувати горизонтальну вісь сусідніх спеціальних конструкцій

Приклад зосередження великої кількості торгових точок



спеціальної конструкції мають бути взаємоузгоджені між собою, мати однакову висоту та зберігати горизонтальну вісь з сусідніми

2.7 Спеціальної конструкції на фризі

Спеціальної конструкції, що розташовуються на існуючому фризі, мають наслідувати тип, висоту та горизонтальну вісь сусідніх спеціальних конструкцій.

При розміщенні на загальному фризі лайтбокс чи основа спеціальної конструкції має дорівнювати висоті фриза, а довжина – межам фріза, або до початку сусідньої спеціальної конструкції.

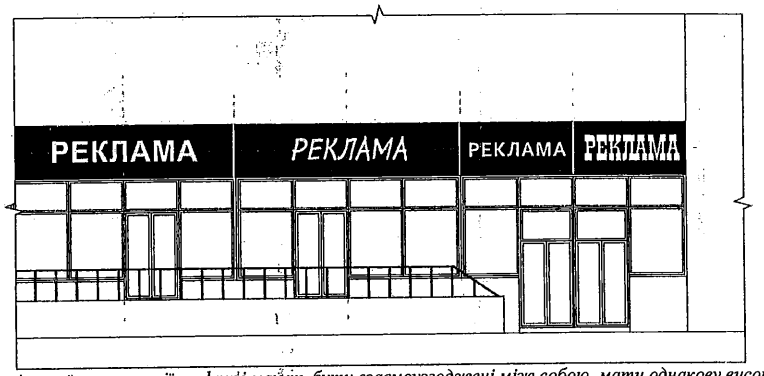
На загальному фризі забороняється сусідство спеціальних конструкцій на основі з спеціальна конструкціями з окремими літерами без основи.

Забороняється ігнорувати горизонтальну вісь.

Заборонено розміщення спеціальних конструкцій, якщо їх розмір є більшим, або меншим за висоту фриза.

Забороняється розміщення спеціальних конструкцій одна над одною.

Забороняється перекриття спеціальна конструкціями частин фасаду, вітрин, парканів.



Спеціальної конструкції на фризі мають бути взаємоузгоджені між собою, мати однакову висоту та зберігати горизонтальну вісь із сусідніми.

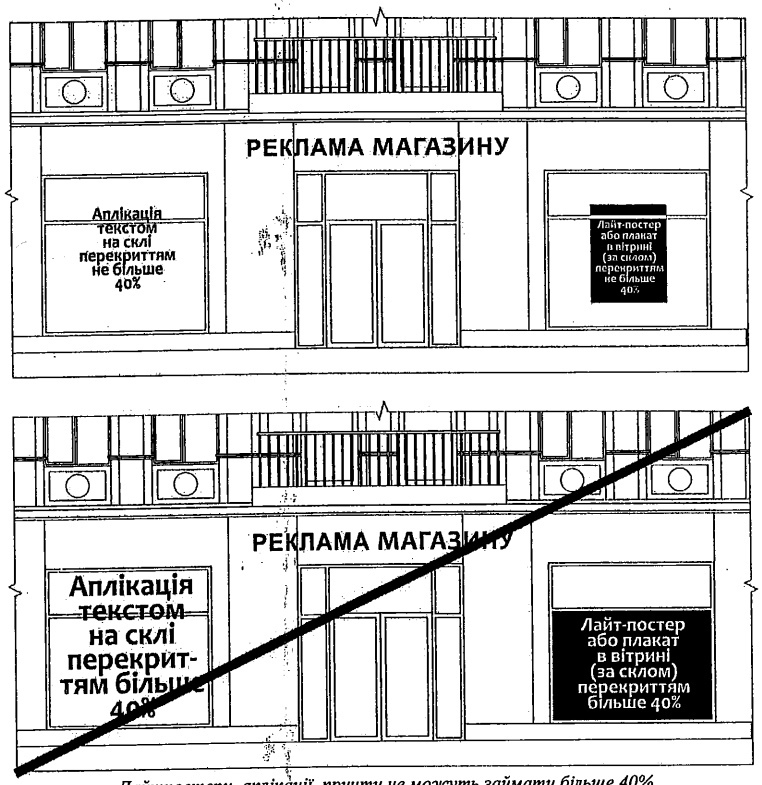
На загальному фризі забороняється сусідство спеціальних конструкцій на основі з спеціальна конструкціями з окремими літерами без основи.
Забороняється розміщувати спеціальну конструкцію з розміром основи більше чи менше висоти фриза. Забороняється розміщення спеціальних конструкцій одна над одною.

3 Вітрини

У вітринах можна розміщувати додаткові рекламні матеріали: лайтпостери, аплікації, принти, інсталяції.

Аплікації можна наносити як із вуличної сторони, так і з середини; лайтпостери і принти тільки з внутрішньої.

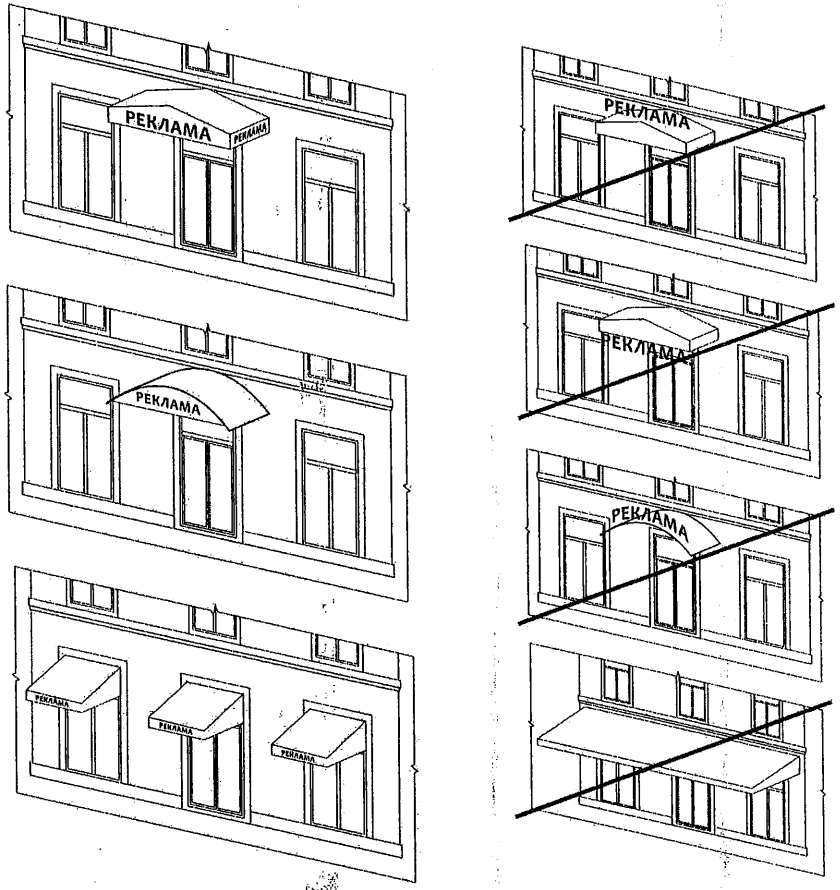
Допустима норма перекриття скла для лайтпостера, аплікації, принта дорівнює 40%, для інсталяції 100%



Лайтпостери, аплікації, принти не можуть займати більше 40% скла вітрини, вікон, дверей

4 Спеціальної конструкції на козирках, маркізах, навісах

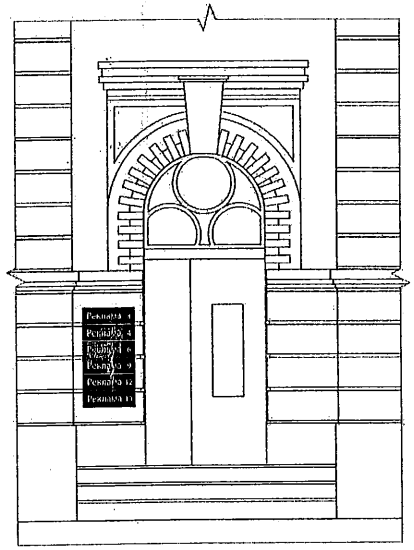
Розміщувати спеціальну конструкцію на козирках та маркізах дозволяється лише у межах вертикальних площин з урахуванням масштабу 4/6 (та 14/16) відносно площини для розміщення.

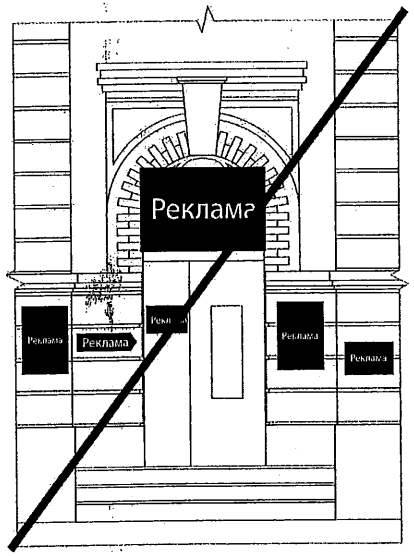


5 Розміщення спеціальних конструкцій, табличок, вказівників поруч з входом

Спеціальна конструкція, табличка або вказівник не може частково або повністю перекривати декоративні елементи фасаду, вікна, двері. Не може бути розміщена на сходинках та їх огорожах.

Всі таблички спеціальної конструкції і вказівники мають бути однакового розміру та орієнтації, бути розміщені по боках від входу, взаємоузгоджені між собою; зберігати або вертикальну, або горизонтальну вісь.





6 Спеціальна рекламна конструкція, що розміщується під кутом до фасаду будинку (будівлі) (теж саме: вказівник, прапорець)

Розміщується перпендикулярно фасаду будинку на висоті не менше 2.5 м до його нижньої частини, від рівня тротуару або інших площин, призначених для проходу пішоходів, та виносом від площини фасаду не більше 0.9 м

Кронштейн може встановлюватися як безпосередньо на фасаді закладу, так і окремо від закладу на кутах будинку, але повинен дотримуватися спільної горизонтальної вісі з іншими спеціальна конструкціями.

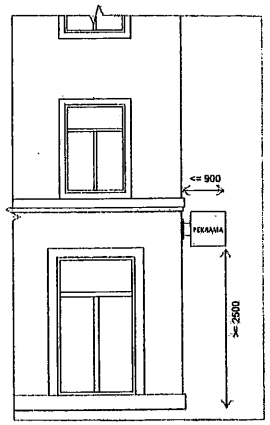
Між кронштейном та спеціальною конструкцією або іншим кронштейном має бути не менше 2-х метрів. Максимальна висота кронштейну, розташованого вище першого поверху, має бути не більше сумарної висоти перших двох поверхів.

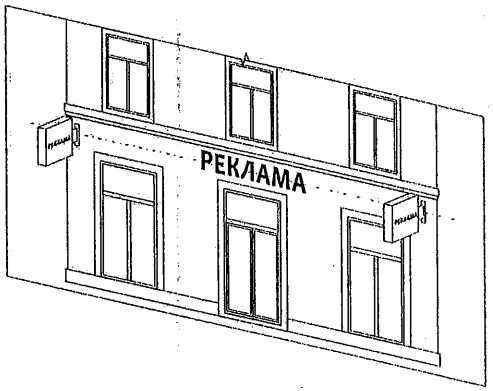
Кронштейни не можуть перекривати декоративні елементи, встановлюватися у віконні або дверні прорізи, балкони.

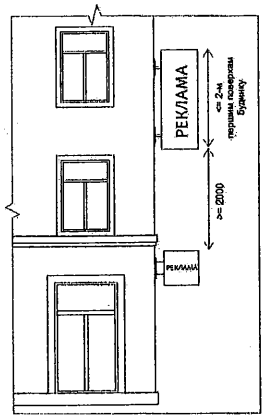
Перекривати або обмежувати доступ до інженерних комунікацій, перекривати адресні та пам'ятні таблички тощо.

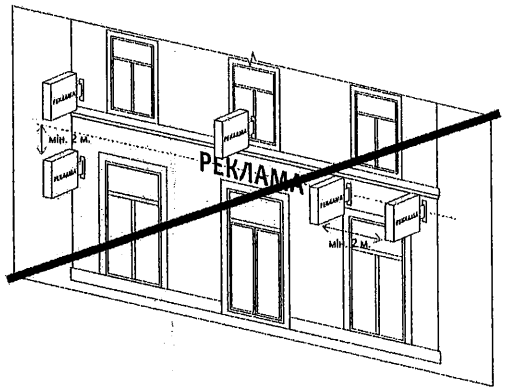
Забороняється розміщувати кронштейн безпосередньо над або під існуючим кронштейном.

Кронштейни можуть бути різноманітних геометричних форм, типів та матеріалів







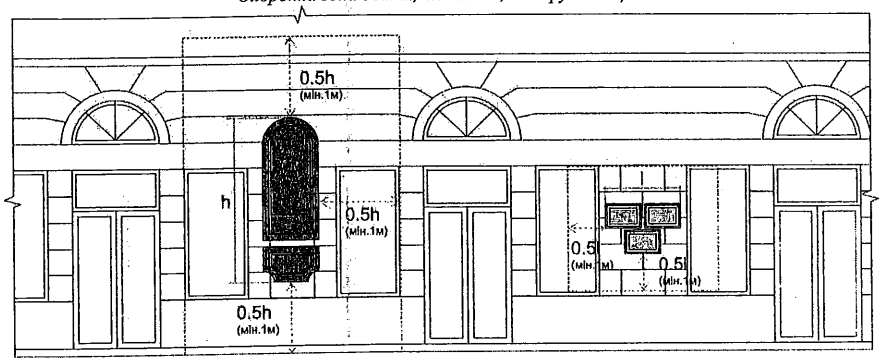


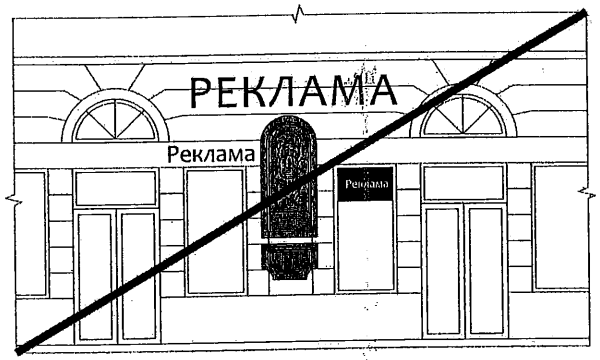
7 Меморіальні дошки, пам'ятні таблички

Обабіч меморіальних дощок та пам'ятних табличок встановлюється охоронна зона. Вона повинна бути вільна від будь-якої реклами, в тому числі розміщеної у вікнах або вітринах.

Охоронна зона має дорівнювати 0,5 довжини найдовшої із сторін дошки, таблички, або групи дощок по периметру з кожної сторони, але не менше 1 метра.

Охоронна зона дошки, таблички, або групи дощок





Охорона зона дорівнює 0,5 довжини найдовшої із сторін дошки, таблички, або групи дощок по периметру з кожної сторони, але не менше 1 метра.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
до проекту рішення Київської міської ради «Про затвердження Правил розміщення рекламних засобів в місті Києві»

1. Обґрунтування необхідності прийняття рішення

До головних сучасних проблем, пов'язаних із розміщенням засобів зовнішньої реклами в місті Києві, відносяться:

- розміщення рекламних засобів без дотриманням вимог техніки безпеки та без урахування вимог щодо раціонального використання та належного утримання міської території, інтересів мешканців столиці;
- встановлення та обслуговування рекламних засобів з порушенням вимог щодо санітарного благополуччя населення;
- неналежні умови щодо захисту і відновленню сприятливого для життєдіяльності людини довкілля;
- порушення вимог щодо забезпеченням видимості дорожніх знаків, світлофорів, перехресть, пішохідних переходів, зупинок транспорту загального користування;
- недотримання вимог щодо утримання та експлуатації об'єктів транспортної інфраструктури, встановлених чинними нормативно-правовими актами, державними стандартами, правилами тощо;
- недотримання вимог щодо охорони об'єктів культурної спадщини, в тому числі щодо міжнародних зобов'язань України;
- відсутність привабливого інвестиційного клімату у місті Києві для впровадження новітніх рекламних технологій, впорядкування міської інфраструктури та наповнення міського бюджету.

Враховуючи подані до Київської міської ради громадянами електронні петиції, чисельні скарги мешканців міста Києва, а також на виконання протоколу № 5 від 04.02.2016 засідання постійної комісії Київської міської ради з питань транспорту, зв'язку та реклами, за результатами опрацювання отриманих пропозицій та зауважень, а також за результатами роботи створеної наказом №167 від 25.05.2016 Департаментом містобудування та архітектури робочої групи з питань напрацювання змін до Концепції розвитку зовнішньої реклами, беручи до уваги досвід Європейських міст, приймаючи до уваги пропозиції та зауваження Київського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України та Державної регуляторної служби України, було розроблено проект рішення Київської міської ради «Про затвердження Правил розміщення рекламних засобів в місті Києві».

Врегулювання зазначених вище проблем ринковими механізмами є неможливим, так як метою підприємницької діяльності власників рекламних конструкцій є отримання прибутку, який напряму залежить від кількості та форматів рекламних засобів.

Крім того, до відання виконавчих органів сільських, селищних, міських рад належить відповідно до підпункту 7 пункту «а» частини першої статті 30

Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» і організація благоустрою населених пунктів.

Частиною 1 статті 1 Закону України «Про благоустрій населених пунктів» встановлено, що благоустрій населених пунктів - комплекс робіт з інженерного захисту, розчищення, осушення та озеленення території, а також соціально-економічних, організаційно-правових та екологічних заходів з покращання мікроклімату, санітарного очищення, зниження рівня шуму та інше, що здійснюються на території населеного пункту з метою її раціонального використання, належного утримання та охорони, створення умов щодо захисту і відновлення сприятливого для життєдіяльності людини довкілля.

Статтею 2 цього ж Закону встановлено, що благоустрій населених пунктів передбачає, крім іншого, розроблення і здійснення ефективних і комплексних заходів з утримання територій населених пунктів у належному стані, організацію належного утримання та раціонального використання територій, будівель, інженерних споруд та об'єктів історико-культурного та іншого призначення, створення умов для реалізації прав суб'єктами у сфері благоустрою населених пунктів.

Згідно ст. 3 цього ж Закону система благоустрою населених пунктів включає, крім іншого: 1) управління у сфері благоустрою населених пунктів; 3) організацію благоустрою населених пунктів; 4) стандартизацію і нормування у сфері благоустрою населених пунктів; 6) здійснення державного, самоврядного і громадського контролю у сфері благоустрою населених пунктів.

Пунктом 4) частини 1 статті 21 Закону України «Про благоустрій населених пунктів» встановлено, що елементами благоустрою є засоби та обладнання зовнішньої реклами.

Згідно положень ст.22 цього ж Закону комплексним благоустроєм вважається проведення на визначеній території населеного пункту (мікрорайон, квартал, парк, бульвар, вулиця, провулок, узвіз тощо) комплексу робіт з забезпечення зовнішнього освітлення та зовнішньої реклами, здійснення інших заходів, спрямованих на поліпшення технічного і санітарного стану території, покращання її естетичного вигляду.

Крім того, виходячи з того, що згідно положень статті 22 Закону України «Про столицю України - місто-герой Київ» у зв'язку зі здійсненням містом Києвом функцій столиці України Київська міська рада та Київська міська державна адміністрація, кожна в межах своєї компетенції, встановленої законами України, мають право: встановлювати порядок утримання та експлуатації об'єктів, розташованих у місті, та прилеглої до них території, правила благоустрою, торговельного, побутового, транспортного, житлово-комунального та іншого соціально-культурного обслуговування, визначати особливості землекористування та використання інших природних ресурсів; приймати рішення про звільнення самовільно зайнятих земельних ділянок та знесення самовільно збудованих будівель та споруд без відшкодування витрат, здійснених за час незаконного користування, Проектом рішення також пропонується затвердити порядок демонтажу (переміщення) рекламних засобів, що встановлені з порушеннями.

У зв'язку з цим, керуючись законами України «Про столицю України - місто-герой Київ», «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про благоустрій населених пунктів» та «Про рекламу» було підготовлено відповідний проект рішення Київської міської ради.

2. Мета і шляхи її досягнення

Проект рішення розроблено з метою вирішення низки проблем, пов'язаних з попереднім неврахування міською владою, власниками та балансоутримувачами місць розміщення рекламних засобів норм чинного законодавства у сфері безпеки руху, благоустрою населених пунктів, санітарного благополуччя населення, безсистемним розміщенням рекламних засобів в місті Києві, перенасиченістю центральної частини міста рекламними засобами різних форматів, естетичною та технічною застарілістю значної частини розміщених рекламних засобів.

Реалізація проекту рішення Київської міської ради забезпечить виконання законодавства України та дотримання інтересів громадян та суб'єктів господарювання.

3. Правові аспекти.

Проект рішення Київської міської ради підготовлений у відповідності до законів України «Про столицю України - місто-герой Київ», «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про благоустрій населених пунктів», «Про автомобільні дороги», «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення», «Про рекламу».

Зазначений проект рішення Київської міської ради не містить норм, що зачіпають права і свободи людини, гарантовані Конвенцією про захист прав людини і основоположних свобод 1950 року та відповідає нормам законодавства Європейського суду з прав людини, а також не містить положень, що мають ознаки дискримінації відповідно до Закону України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні».

Проект рішення Київської міської ради підготовлено відповідно до вимог Регламенту Київської міської ради, затвердженого рішенням Київської міської ради від 07.07.2016 № 579/579.

4. Фінансово – економічне обґрунтування

Прийняття та реалізація даного проекту рішення Київської міської ради не потребує додаткових витрат з бюджету міста Києва.

5. Позиція заінтересованих органів

Проект рішення не зачіпає інтересів інших органів.

6. Регіональний аспект

Проект рішення не стосується питання розвитку адміністративно-територіальних одиниць.

7. Громадське обговорення

Проект рішення є регуляторним актом, тому на виконання Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» 16.06.2016 був оприлюднений на офіційному веб–порталі Київської міської влади для отримання зауважень та пропозицій від фізичних та юридичних осіб.

8. Прогноз результатів

Даний проект рішення Київської міської ради дозволить вирішити низку проблем, пов'язаних з зазначеними вище питаннями розміщенням рекламних засобів в місті Києві, удосконалить основні вимоги та критерії до концептуального розвитку зовнішньої реклами в місті Києві.

Доповідач на пленарному засіданні Київської міської ради – заступник голови Київської міської державної адміністрації Резніков Олексій Юрійович.

Директор О. Свистунов

Аналіз регуляторного впливу
до проекту рішення Київської міської ради «Про затвердження Правил розміщення рекламних засобів в місті Києві».

І. Визначення проблеми

На цей час у місті Києві діє рішення Київської міської ради №20/7357 «Про затвердження Концепції розвитку зовнішньої реклами в місті Києві», прийняте 26 січня 2012 року. Зазначеним рішенням затверджено Концепцію розвитку зовнішньої реклами в місті Києві, Зонування розміщення зовнішньої реклами в місті Києві, Класифікатор типових рекламних засобів.

Зазначене рішення Київської міської ради не в повній мірі відповідає ряду чинних нормативно правових актів, серед яких закони України «Про рекламу», «Про благоустрій населених пунктів», «Про дорожній рух», «Про автомобільні дороги», ДСТУ 3587-97 «Безпека дорожнього руху. Автомобільні дороги, вулиці та залізничні переїзди. Вимоги до експлуатаційного стану», оскільки не містить стандартизованих правил розміщення зовнішньої реклами, які вимагають вищезазначені документи.

А відтак, можна констатувати, що недосконале регулювання розміщення засобів зовнішньої реклами, яке, зокрема, полягає у невідповідності вимогам законодавства про безпеку руху, порушує конституційні права громадян на безпеку життя та здоров'я.

Виходячи з положень Закону України «Про стандартизацію», стандарти є нормативними документами, що встановлюють правила, загальні принципи і характеристики, які стосуються діяльності чи її результатів. Цей закон набрав чинності 5 червня 2014 року та в третьому пункті його перехідних положень міститься важлива норма. Відповідно до цієї норми всі стандарти, технічні умови, кодекси усталеної практики, що діяли до набрання чинності цим законом, обов'язкові для застосовуватися ще 15 років, аж поки вони не будуть замінені новими. Таким чином, не оновлені стандарти та загальні правила є обов'язковими для застосування до 5 червня 2029 року.

Рекламні засоби мають встановлюватись, експлуатуватись та обслуговуватись з дотриманням законів України «Про благоустрій населених пунктів», «Про автомобільні дороги», «Про дорожній рух», «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення», «Про рекламу», Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затвердженими постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 №2067, постанови Кабінету Міністрів України від 30.03.94 №198 «Про затвердження Єдиних правил ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони», Технічних правил ремонту і утримання міських вулиць та доріг КТМ 204 України 010-94, Державних стандартів України, Державних будівельних норм і правил та інших нормативних актів України.

Відповідно до вимог ДСТУ 3587-97 «Безпека дорожнього руху. Автомобільні дороги, вулиці та залізничні переїзди. Вимоги до експлуатаційного стану» забороняється розміщувати рекламоносії на тротуарах, пішохідних доріжках і алеях, штучних спорудах; ближче ніж 50 м до перехрещень вулиць та пішохідних переходів; ближче ніж 150 м до перехрещень, шляхопроводів, мостів на автомобільних дорогах загального користування; на зупинці маршрутних транспортних засобів ближче ніж 20 м у межах видимості в обидва боки тротуару від установленого дорожнього знаку, що позначає зупинку; ближче ніж 100 м від залізничних переїздів.

На сьогоднішній день жодним документом на місцевому рівні, який регламентує розміщення зовнішньої реклами в місті Києві, не передбачено додержання вищеописаних вимог, що і зумовило доопрацювання правового регулювання зазначеного питання.

Дані Національної поліції свідчать, що у 2015 році в аваріях загинуло 3,9 тис. осіб. За перше півріччя 2016 року постраждали 15,5 тис. осіб, у той час як за аналогічний період 2015 року — 12,1 тис. Статистика свідчіть про збільшення кількості травмованих пасажирів, водіїв і пішоходів.*

В місті зростає не тільки травматизм, але й загальне число ДТП: за весь минулий рік сталося 134 тис. випадків аварій і наїздів, а загалом за шість місяців 2016 року — 72 тис. випадків. **

Інформація з сайту Національної поліції України https://www.npu.gov.ua.

Концентрація найбільшої кількості дорожньо-транспортних пригод, в тому числі із людськими жертвами, приходиться саме на перехрестя вулиць, зупинки громадського транспорту та інші місцях, які потребують особливої уваги від водія.

Однією з причин їх виникнення є відволікання уваги водіїв від керування автомобілем та послаблення контролю за дорожньою обстановкою. Серед іншого, послаблення контролю можливе внаслідок відволікання водіїв на зовнішню рекламу, яка встановлюється в межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування.

Через недосконалі механізми регулювання розміщення носіїв зовнішньої реклами у місті фактично порушується діюче законодавство, що спричиняє певні ризики порушення публічного правопорядку, а також порушення прав конкретних осіб та територіальної громади.

Також, проблемним залишається питання естетичної привабливості міста у зв'язку з перенасиченістю рекламними засобами. Тому, шляхом впровадження нових підходів до розміщення зовнішньої реклами з'являється можливість провести на території міста комплекс робіт спрямованих на поліпшення санітарного стану, покращання естетичного вигляду шляхом гармонійного поєднання зовнішньої реклами з іншими елементами благоустрою.

Особливої уваги потребує вирішення проблемного питання щодо паплюження рекламними засобами історично-культурного спадку міста Києва, що знаходиться під охороною ЮНЕСКО. Такими територіями, зокрема, є територія Софіївського собору та пов`язані з ним монастирські будівлі, територія Києво-Печерської лаври тощо.

Необхідність визнати таким, що втратило чинність рішення Київської міської ради від 26 січня 2012 року № 20/7357 «Про затвердження Концепції розвитку зовнішньої реклами в місті Києві» та прийняти нове рішення Київської міської ради «Про затвердження Правил розміщення рекламних засобів в місті Києві» обумовлена, зокрема, значною кількістю електронних петицій щодо впорядкування розміщення зовнішньої реклами в місті Києві, які розміщенні на офіційному сайті київської міської влади. Так, станом на 2016 рік зареєстровано 70 петицій, які стосуються врегулювання розміщення рекламних конструкцій, кількості та якості зовнішньої реклами, вивісок тощо. 66938 киян проголосували за ці петиції. Дві з них набрали понад 10000 голосів: щодо скорочення кількості зовнішньої реклами по всьому місту на 50% та щодо прибирання всієї зовнішньої реклами з історичного центру Києва. Серед цих 70-ти петицій 9 закликають прибрати всі рекламні засоби вздовж доріг, на розв'язках, над дорогами, ще в 9 петиціях громада вимагає повністю очистити місто від зовнішньої реклами будь-яких типів, 19 петицій стосуються значного скорочення зовнішньої реклами та врегулювання її розміщення, в тому числі, заборона монтажу рекламних засобів в історичному центрі Києва.*

Разом з загальною позицією територіальної громади міста Києва, Асоціація операторів зовнішньої реклами України додатково вказує на існування проблем, які необхідно та можливо виправити. Так, Асоціація операторів зовнішньої реклами України зверталась до Київського міського голови з проханням привести процедуру розміщення рекламних засобів у сувору відповідність із чинним законодавством України. Таким чином, запропонований регуляторний акт враховує інтереси територіальної громади міста Києва та представників бізнесу, що додатково підтверджує доцільність прийняття регуляторного акту.

Інформація з сайту Київської міської ради https://petition.kievcity.gov.ua

Разом з цим, Київським міжнародним інститутом соціології проведено дослідження у період з 2 по 30 вересня 2016 року з метою вивчення суспільної думки щодо розміщення зовнішньої реклами в 110 містах (в т.ч. 68 міст та смт), в населених пунктах (PSU) у всіх областях України, окрім автономної республіки Крим. У Донецькій і Луганській областях опитування проводилися тільки на територіях, що контролюється Україною.*

В результаті польового етапу було зібрано 2040 анкет (з них 1341 анкета в містах та смт).

За цими даними 64,5 % опитуваних підтримують необхідність значного зменшення (на 50 відсотків і більше) кількості зовнішньої реклами на вулицях міста, 49,5 % опитуваних погоджуються з необхідністю очистити місто від зайвої зовнішньої реклами, навіть якщо це призведе до можливого зменшення надходження коштів в місцевий бюджет від дозволів на її розміщення, 40,7 % опитуваних вважають, що прийнятною кількістю рекламних конструкцій (щити, білборди, лайтбокси) на вулицях міста є зменшення існуючих на 50% і більше в порівнянні з існуючою кількістю.

Інформація дослідження Київського міжнародного інституту соціології (вересень 2016).

Згідно із статтями 30, 38 ЗУ «Про місцеве самоврядування в Україні» до власних (самоврядних) повноважень виконавчих органів міських рад, серед іншого, належать: організація благоустрою населених пунктів.

Пунктом 4 частини 1 статті 21 Закону України «Про благоустрій населених пунктів» встановлено, що елементами благоустрою є засоби та обладнання зовнішньої реклами.

Відповідно до статті 22 ЗУ «Про столицю України – місто-герой Київ» у зв'язку зі здійсненням містом Києвом функцій столиці України Київська міська рада та Київська міська державна адміністрація, кожна в межах своєї компетенції, встановленої законами України, мають право, серед іншого, встановлювати порядок утримання та експлуатації об'єктів, розташованих у місті, та прилеглої до них території, правила благоустрою.

Враховуючи наведене, можливо виокремити такі проблеми:

- порушення вимог діючого законодавства України;
- порушення прав та законних інтересів громадян;
- перенасиченість центральної частини міста рекламними засобами різних форматів (у тому числі на територіях, що знаходяться під охороною ЮНЕСКО);
- створення завідомо небезпечних умов для учасників дорожнього руху;
- безсистемність розміщення рекламних засобів.

Основні групи (підгрупи), на які справляється вплив при підготовці проекту:

Групи (підгрупи)	Так	Ні
Громадяни	+	
Держава	+	
Суб'єкти господарювання,	+	
у тому числі суб'єкти малого підприємництва	+	

Проблема, яку пропонується врегулювати в результаті прийняття регуляторного акта, є важливою і не може бути розв'язана за допомогою ринкових механізмів.

"Кількісний аналіз змін на одного оператора ринку реклами у розрізі дати кінця дії Дозволів"

	2016р.	2017р.	2018-2021р.р.	За 5 років
Кількість операторів на яких поширюватимуться вимоги регулювання	61	91	178	
Кількість рекламних конструкцій, од.	573	3 059	4 371	8 003

* Аналіз проведено на підставі інформації, яка міститься в базі даних виконавчого органу Київської міської ради (КМДА).

Таким чином, з моменту прийняття зазначеного проекту, його дія буду відтерміновано для суб'єктів господарювання відповідно до строку на який видано в установленому порядку дозвіл на розміщення зовнішньої реклами.

Обґрунтування необхідності державного регулювання та неможливості розв'язання проблеми за допомогою чинного регулювання:

Прийняття рішення, яке досконально регламентуватиме порядок розміщення зовнішньої реклами, з урахуванням актів чинного законодавства в галузі зовнішньої реклами, слугуватиме фундаментальним підходом для:

- нарахування та отримання плати за право розміщення об`єктів зовнішньої реклами (користування місцями розміщення, що перебувають у комунальній власності);
- прийняття рішень про надання або відмову у наданні дозволів на розміщення зовнішньої реклами;
- посилення відповідальність розповсюджувачів реклами за порушення встановлених правил;
- сталого попиту при скороченні кількості рекламних засобів та в подальшому призведе до збільшення оренди рекламних засобів за експонування рекламних сюжетів, при скороченні операційних витрат на утримання (обслуговування) парку рекламних конструкцій за рахунок скорочення їх кількості;
- демонтажу розміщених рекламних засобів, які встановлені з порушенням.

Запропоноване регулювання покликане вирішити зазначені проблеми, вдосконаливши відносини, пов'язані з розміщенням об'єктів зовнішньої реклами на території міста Києва.

II. Цілі державного регулювання

Проект регуляторного акта спрямований на розв'язання проблем, визначених у першому розділі аналізу регуляторного впливу.

Метою державного регулювання є закладення основ переходу на якісно новий рівень забезпечення мешканців та гостей міста сучасними комунікативними носіями, впорядкування розміщення рекламних засобів, вирішення проблеми формування рекламної інфраструктури в архітектурному середовищі міста із врахуванням містобудівних умов, історичних та природно-географічних факторів.

Зазначений акт виконує функції важеля з регулювання розміщення зовнішньої реклами в умовах насичення міської території засобами зовнішньої реклами та сприяє переходу власників рекламоносіїв до інтенсивного використання міської території згідно вимог Правил розміщення зовнішньої реклами в місті Києві.

Одночасно, даним проектом запроваджуються технічні та естетичні вимоги до рекламних об'єктів на території міста, що сприятимуть найбільш повній реалізації конституційних прав мешканців та гостей міста на безпечне для життя і здоров'я довкілля. Крім того, такі заходи спрямовано на збереження архітектурного ансамблю історичної частини міста.

Вказані вимоги впроваджуються через нормативні інструменти (зокрема, через заборону розміщення великоформатних конструкцій, вимогу до заглиблення бетонних фундаментів наземних стаціонарних рекламних засобів тощо).

Проблеми, яку пропонується врегулювати в результаті прийняття регуляторного акта, є важливими і не можуть бути розв'язані за допомогою ринкових механізмів, оскільки існуватиме загроза врахування, перш за все, інтересів суб'єктів підприємницької діяльності, а не територіальної громади міста Києва.

III. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей

1. Визначення альтернативних способів

Вид альтернативи	Опис альтернативи
Залишення існуючої ситуації без змін	Не забезпечує досягнення цілей оскільки недосконалості існуючого механізму регулювання розміщення зовнішньої реклами в м. Києві порушує конституційні права громадян на безпеку життя та здоров'я, порушує вимоги діючого законодавства України;
Прийняття запропонованого проекту рішення	Повністю відповідає потребам у вирішенні проблеми; Передбачає задоволення інтересів всіх зацікавлених сторін; Встановлює прозоре, зрозуміле та просте регулювання;
Очікування прийняття нормативно-правових актів на загальнодержавному рівні	Не забезпечує досягнення цілей, є неприйнятною, враховуючи малоймовірність її реалізації у найближчому майбутньому;

2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу інтересів держави

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Залишення існуючої ситуації без змін	Відсутні	Альтернатива є неприйнятною, оскільки не забезпечує досягнення поставленої мети.
Прийняття запропонованого проекту рішення	Прийняття проекту регуляторного акту дозволить розв'язати визначені проблеми в цілому. Враховує містобудівні умови, історичні та природно-географічні фактори при формуванні рекламної інфраструктури в архітектурному середовищі міста. Створить систему контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами. Порівняно з існуючою ситуацією цей регуляторний акт дасть змогу досконально регламентувати порядок розміщення зовнішньої реклами, з урахуванням актів чинного законодавства в галузі зовнішньої реклами, сприятиме виключенню ситуацій, пов'язаних з можливими корупційними діями, неофіційними витратами розповсюджувачів зовнішньої реклами.	Опублікування прийнятого нормативного документа в засобах масової інформації. Зменшення надходжень коштів до бюджету міста.
Очікування прийняття нормативно-правових актів на загальнодержавному рівні	Не передбачаються.	Є неприйнятною, враховуючи малоймовірність її реалізації у найближчому майбутньому, оскільки зміни до чинного законодавства (зокрема, до Закону України «Про рекламу»,

		Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 (із змінами і доповненнями), у зв'язку із прийняттям змін до Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» на сьогоднішній день так і не були прийняті у встановленому порядку.

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Залишення існуючої ситуації без змін	Відсутні	Порушення конституційні права територіальної громади міста Києва. Перенасиченість центральної частини міста рекламними засобами різних форматів. Естетична та технічна застарілість значної частини розміщених рекламних засобів. Історично-культурний спадок міста Києва перебуває під загрозою. Небезпечне довкілля для водіїв та пішоходів.
Прийняття запропонованого проекту рішення	Врахування інтересів територіальної громади міста Києва. Збільшення пропускної здатності шляхів пішохідного сполучення. Безпечний підхід до основних об'єктів масового відвідування. Зручне, доступне вуличне середовище. Безпека дорожнього руху. Захист історично-культурного спадку міста Києва, що знаходиться під охороною ЮНЕСКО. Культурно-туристична привабливість міста.	Відсутні
Очікування прийняття нормативно-правових актів на загальнодержавному рівні	Відсутні	Зміни до чинного законодавства України не передбачатимуть задоволення інтересів територіальної громади міста Києва, оскільки є основою для нормативно-правових актів місцевого рівня.

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Показник	Великі	Середні	Малі	Мікро	Разом
Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць	X	X	18	213	**231**
Питома вага групи у загальній кількості, відсотків	X	X	7.8	92,2	**100**

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Залишення існуючої ситуації без змін	Відсутні	Монополізація рекламного ринку не дає змогу новим суб'єктам господарювання провадити діяльність в даній сфері. Через перенасиченість міста рекламними засобами ефективність такої реклами прирівнюється нулю, оскільки не сприймається споживачем. Відсутність законного розміщення реклами на фасадах будинків та конструкцій на дахах будівель (будинків) відповідно до зонування розміщення рекламних засобів в місті Києві.
Прийняття запропонованого проекту рішення	Наявність чітких та зрозумілих правил розміщення рекламних засобів у м. Києві. Впровадження механізму затвердження схеми розміщення рекламних засобів на території міста та визначення експлуатаційних вимог до їх розміщення. Запровадження сучасних типів рекламних засобів. Сприятливі інвестиційні умов та розвиток конкурентоздатного та високоефективного рекламного бізнесу. Сталий попит при скороченні кількості рекламних засобів в подальшому призведе до збільшення оренди рекламних засобів за експонування рекламних сюжетів, при скороченні операційних витрат на утримання (обслуговування) парку рекламних конструкцій за рахунок скорочення їх кількості. Проектом рішення передбачено законне розміщення реклами на фасадах будинків та конструкцій на дахах будівель (будинків) відповідно до зонування розміщення рекламних засобів в місті Києві із заборонами та обмеженнями щодо формату рекламних засобів.	На виконання вимог регулювання прогнозуються наступні грошові витрати на одного суб'єкта малого підприємництва - 254379 грн у перший рік регулювання. Відповідно до запропонованих змін середня кількість РЗ що підлягають демонтажу на одного оператора реклами складає 6 рекламних засобів. Під зміну рекламного засобу на виконання запропонованого проекту регулювання на одного суб'єкта малого підприємництва підпадає 1 рекламний засіб, заглибленню підлягають 2 рекламних засоби.

Очікування прийняття нормативно-правових актів на загальнодержавному рівні	Відсутні.	Загальне законодавство України не буде містити чітких правил розміщення зовнішньої реклами в місті Києві, яке буде відповідати сучасним критеріям ведення рекламного бізнесу.

IV. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей.

Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)	Бал результативності (за чотирибальною системою оцінки)	Коментарі щодо присвоєння відповідного бала
Залишення існуючої ситуації без змін	1	У разі залишення існуючої на даний момент ситуації без змін проблема продовжуватиме існувати, що не забезпечить досягнення поставленої мети.
Прийняття запропонованого проекту рішення	4	Оптимальний варіант збалансування інтересів місцевої влади, громадян та суб'єктів господарювання.
Очікування прийняття нормативно-правових актів на загальнодержавному рівні	1	Необґрунтований і невідомий час очікування можливого всебічно-охоплюючого нормативного документа затвердженого на рівні Верховної Ради України та/або Кабінету Міністрів України.

Рейтинг результативності	Вигоди (підсумок)	Витрати (підсумок)	Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу
Залишення існуючої ситуації без змін	Відсутні.	Порушення прав громадян та гостів столиці, небезпечне середовище, непривабливий зовнішній вигляд міста, відсутність конкуренція на ринку реклами, неефективність реклами на споживача	Не враховує інтереси жодної із сторін.
Прийняття запропонованого проекту рішення	Чіткі правила розміщення зовнішньої реклами, додержання інтересів територіальної громади міста Києва, створення сприятливих умов ведення діяльності для підприємств, установ та організацій, суб'єктів малого підприємництва	Зменшення надходжень коштів до бюджету міста, витрати суб'єктів господарювання, які пов'язані з виконанням вимог запропонованого проекту, які в даному випадку трансформуються у відкладену перспективу.	Проблема вирішена.

Очікування прийняття нормативно-правових актів на загальнодержавному рівні	Відсутні.	Час очікування можливого прийняття нормативних документів невідомий.	Загальні правила розміщення зовнішньої реклами.

Рейтинг	Аргументи щодо переваги обраної альтернативи / причини відмови від альтернативи	Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта
Залишення існуючої ситуації без змін	Аргументи для переваги відсутні. Відмова від цієї альтернативи дозволить реалізувати поставлені цілі.	X
Прийняття запропонованого проекту рішення	Причини для відмови відсутні. Обрана альтернатива є найбільш раціональним варіантом врахування інтересів всіх основних груп, на яких проблема справляє вплив.	X
Очікування прийняття нормативно-правових актів на загальнодержавному рівні	Аргументи для переваги відсутні. Відмова від цієї альтернативи дозволить реалізувати поставлені цілі.	X

V. Механізми та заходи, які забезпечать розв'язання визначеної проблеми

Відповідно до законів України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про столицю України - місто-герой Київ» основними напрямками реалізації удосконалення регулювання рекламних відносин у місті Києві є досягнення мети, цілей і завдань запропонованого регулювання та представляють комплекс заходів, спрямованих на створення у місті ефективного механізму: орган місцевого самоврядування (орган виконавчої влади) – територіальна громада – суб'єкт господарювання.

Проектом регуляторного акту стане можливо конкретизувати вимоги щодо розміщення та утримання рекламоносіїв на території міста, встановити єдині вимоги до розміщення рекламних конструкцій, визначити художньо-естетичні вимоги до конструкцій зовнішньої реклами, регулювати формування зовнішнього рекламного оформлення міста з виконанням вимог містобудівної ситуації, забезпечити раціонально-ефективного використання комунального фонду міста.

Для досягнення поставленої мети, проектом рішення пропонується встановити обмеження щодо формату рекламних засобів від меншого (форматна зона 0 (нульова) до більшого (форматна зона 4), змінити підхід до визначення відстані розміщення рекламних засобів по відношенню один до одного, впровадити механізм затвердження схеми розміщення рекламних засобів на території міста та визначити експлуатаційні вимоги до їх розміщення, обмежити максимально-дозволений розмір рекламних засобів (надвеликий формат від 36,1 кв. м (чинна редакція) (надвеликий формат понад 36,1 кв. м до 75 кв. м (запропонована редакція).

У зв'язку з тим, що суб'єкти господарювання будуть змушені поступово виконувати вимоги запропонованого проекту регуляторного акту, що призведе до зменшення кількості рекламних засобів, приведення у відповідність рекламних конструкцій до форматних зон шляхом зміни рекламних конструкцій та демонтажу рекламних конструкцій, тобто суб'єкти господарювання понесуть фінансові витрати, зазначений проект поступово, з урахуванням інтересів всіх зацікавлених сторін буде впроваджуватись з механізмами які містять в собі відтерміновану перспективу.

Також, проектом рішення змінений підхід до розміщення типових рекламних засобів. В запропонованих змінах розміщення типових рекламних засобів здійснюватиметься з додержанням вимог передбачених Державними будівельними нормами, Державними стандарти України, Правилами дорожнього руху, Правилами благоустрою.

Разом з цим, проектом рішення передбачено виключити як тип рекламні засоби, які не естетичні та морально застарілі, а також пропонується запровадити сучасні емоціонально-приємні рекламні засоби, такі як художньо-просторова композиція (зелені насадження, фіто композиція, тощо), об'ємно-просторова конструкція індивідуального дизайнерського рішення, що стоїть окремо.

Реалізація такого регуляторного акта сприятиме створенню сучасного правового простору, який буде відповідати потребам рекламного бізнесу та сприяти розвитку цієї сфери в місті Києві.

VI. Оцінка виконання вимог регуляторного акта залежно від ресурсів, якими розпоряджаються органи виконавчої влади чи органи місцевого самоврядування, фізичні та юридичні особи, які повинні проваджувати або виконувати ці вимоги

Органи виконавчої влади чи органи місцевого самоврядування, в т.ч. виконавчий орган Київської міської ради (Київська міська державна адміністрація), при введені в дію запропонованого проекту регуляторного акту не понесуть додаткових витрат коштів місцевого бюджету, а також витрат на контроль на його виконанням.

Питома вага суб'єктів малого підприємництва (малих та мікропідприємств разом) у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких поширюється регулювання, перевищує 10 відсотків, тому проведено розрахунок витрат на запровадження державного регулювання для суб'єктів малого підприємництва згідно з додатком 4 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта (Тест малого підприємництва).

VII. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта

Запропонований проект регуляторного акту запроваджується на довгостроковий термін дії, не менше 5 (п'яти) років або до прийняття нових нормативних актів.
У разі потреби, до нього вноситимуться зміни за підсумками аналізу відстеження результатів його дії.

VIII. Визначення показників результативності дії регуляторного акта

Прогнозними значеннями показників результативності регуляторного акта є:

- кількість суб'єктів господарювання, які здійснюють господарську діяльність у сфері реклами або за її допомогою які понесуть додаткові витрати при виконанні зазначеного проекту регуляторного;
- розмір надходжень до місцевого бюджету пов'язаних з дією акта - прогнозується та напряму залежить від кількості виданих дозволів на право тимчасового розміщення рекламних конструкцій на об'єктах комунальної власності територіальної громади м. Києва;
- розмір коштів і час, що витрачатимуться суб'єктами господарювання, пов'язаними з виконанням вимог акта – середній:

1) кошти – 254350 грн. у перший рік регулювання;

2) час – на виконання вимог регулювання у перший стартовий рік, складає - 350 год. та не менше ніж 44 календарних днів;

- кількість впорядкованих рекламних засобів;
- кількість демонтованих рекламних засобів.

Рівень поінформованості суб'єктів господарювання з основних положень акта – вище середнього. Акт буде розміщений на сайті КМДА -https://kievcity.gov.ua/.

IX. Визначення заходів, за допомогою яких здійснюватиметься відстеження результативності дії регуляторного акта.

Відносно цього регуляторного акта повинно послідовно здійснюватися базове, повторне та періодичне відстеження його результативності. Зокрема:

базове відстеження результативності регуляторного акта буде проведено після набрання чинності цим регуляторним актом з огляду на те, що для визначення значень показників результативності регуляторного акта використовуються виключно статистичні дані;

повторне відстеження результативності – через рік з дня набрання ним чинності, але не пізніше двох років з дня набрання чинності цим актом;

періодичне відстеження результативності – один раз на кожні три роки починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності цього акта.

Відповідні відстеження будуть проводитись шляхом аналізу статистичних даних.

Директор О. Свистунов

Додаток до
Аналізу регуляторного впливу до
проекту рішення Київської міської ради
« Про затвердження Правил розміщення
рекламних засобів в місті Києві»

ТЕСТ
малого підприємництва (М-Тест)

1. Консультації з представниками мікро- та малого підприємництва щодо оцінки впливу регулювання – Зміна форматних зон для розміщення об'єктів реклами у м. Києві

Консультації щодо визначення впливу запропонованого регулювання на суб'єктів малого підприємництва та визначення детального переліку процедур, виконання яких необхідно для здійснення регулювання, проведено розробником у період з 01 червня 2016 року по 01 листопада 2016 року.

№	Вид консультації	Кількість осіб	Основні результати консультацій (опис)
1.	Консультації із спеціалістами ТОВ «СВ Аутдор»: директором - Булан А.П.; Фінансовим директором – Полинською А. І. та юристом компанії - Рубашка А.А.	3	**В цілому регулювання не сприймається.** Отримано інформацію, що у перший стартовий рік впровадження регулювання одному суб'єкту малого підприємництва необхідно буде: 1.Придбати необхідне обладнання (нові РЗ) вартість яких в середньому становить - **252 350 грн.** за одиницю. 2. Погодити розташування РЗ з Київміськсвітлом та іншими установами. Вартість погодження в середньому – **2029 грн.** 3.Розірвати угоди на технічне та інше обслуговування РЗ з підрядниками з комунальними підприємствами, енергопостачальними компаніями та ін.). 4. Вартість демонтажу 1 РЗ складає 5 000 грн. 5. Заглибити фундамент в середньому 2 РЗ. Заглиблення фундаменту 1 РЗ складає 10 000 грн. Інші часові витрати: Витрати часу на отримання первинної інформації про вимоги регулювання складатимуть – 0,5 год на одного оператора ринку реклами. Витрати часу на процедури

			організації виконання вимог регулювання складатимуть – 176 год. Середня кількість процедур – 4.
2.	Робочі зустрічі із спеціалістами ТОВ «Сан Стрім»: менеджером - Карпина О.М.	3	**В цілому регулювання не сприймається.** Отримано інформацію, що у перший стартовий рік впровадження регулювання одному суб'єкту малого підприємництва необхідно буде: 1.Придбати необхідного обладнання(нові РЗ) вартість якого в середньому становить – **200 000 грн.** за одиницю. 2. Погодити розташування РЗ з Київміськсвітлом та іншими установами. Вартість погодження – **3 000 грн.** 3.Розірвати угоди на технічне та інше обслуговування РЗ з підрядниками з комунальними підприємствами, енергопостачальними компаніями та ін.). 4. Вартість демонтажу 1 РЗ складає 5 000 грн. 5. Заглибити фундамент в середньому 2 РЗ. Заглиблення фундаменту 1 РЗ складає 10 000 грн. Інші часові витрати: Витрати часу на отримання первинної інформації про вимоги регулювання складатимуть – 1 год. на одного оператора ринку реклами. Витрати часу на процедури організації виконання вимог регулювання складатимуть – 200 год. Середня кількість процедур – 4.
3.	Консультації із спеціалістами ТОВ «Луверс»: бухгалтером- Лепеховою Є.А.; заступником директора Росинським Є. В.; юристом Лежневою В. тел.(044)585-70-22.	3	**В цілому регулювання не сприймається.** Отримано інформацію, що у перший стартовий рік впровадження регулювання одному суб'єкту малого підприємництва необхідно буде: 1.Придбати необхідне обладнання (нові РЗ) середня вартість якого становить - **250 000 грн.** за одиницю. 2. Погодити розташування РЗ з Київміськсвітлом та іншими установами. Вартість погодження – **2000 грн.** 3.Розірвати угоди на технічне та інше обслуговування РЗ з підрядниками з комунальними

			підприємствами, енергопостачальними компаніями та ін.). 4. Вартість демонтажу 1 РЗ складає 5 000 грн. 5. Заглибити фундамент в середньому 2 РЗ. Заглиблення фундаменту 1 РЗ складає 10 000 грн. Інші часові витрати: Витрати часу на отримання первинної інформації про вимоги регулювання складатимуть – 0,5 год. на одного оператора ринку реклами. Витрати часу на процедури організації виконання вимог регулювання складатимуть – 180 год. Середня кількість процедур – 4.
4.	Консультації із спеціалістами ТОВ «МСА ГРУПП»: директором - Науменко О. В. тел. 38093697-72-93.	2	**В цілому регулювання не сприймається.** Отримано інформацію, що у перший стартовий рік впровадження регулювання одному суб'єкту малого підприємництва необхідно буде: 1.Придбати необхідне обладнання (нові РЗ), вартість якого становить – **250 000 грн.** за одиницю. 2. Погодити розташування РЗ з Київміськсвітлом та іншими установами. Вартість погодження – **2000 грн.** 3.Розірвати угоди на технічне та інше обслуговування РЗ з підприємствами, енергопостачальними компаніями та ін.). 4. Вартість демонтажу 1 РЗ складає 5 000 грн. 5. Заглибити фундамент в середньому 2 РЗ. Заглиблення фундаменту 1 РЗ складає 10 000 грн. Інші часові витрати: Витрати часу на отримання первинної інформації про вимоги регулювання складатимуть – 0,5 год. на одного оператора ринку реклами. Витрати часу на процедури організації виконання вимог регулювання складатимуть – 170 год. Середня кількість процедур – 4.

2. Вимірювання впливу регулювання на суб'єктів малого підприємництва (мікро- та малі):

кількість суб'єктів господарювання, на яких поширюється регулювання: **231** (одиниць), з них малого підприємництва 18 (одиниць) та мікропідприємництва 213 (одиниць);

питома вага суб'єктів малого підприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив **98,9 %.**

Оскільки, відповідно до п.5 проекту рішення КМР дозволи на розміщення реклами в місті Києві та погодження на розміщення реклами на транспорті комунальної власності, видані до набрання чинності цим рішенням, є чинними до закінчення строку їх дії, відповідно кількість суб'єктів малого підприємництва на яких поширюється регулювання в перший рік (стартовий рік упровадження регулювання) та наступний рік відповідатиме показникам зазначеним у наведеній нижче таблиці.

Кількісний аналіз змін на одного оператора ринку реклами у розрізі дати кінця дії Дозволів*				
	2016р.	**2017р.**	**2018-2021р.р.**	**За 5 років**
Кількість операторів, на яких поширюватимуться вимоги регулювання	**61**	**91**	**178**	
Кількість рекламних конструкцій, од.	**573**	**3 059**	**4 371**	**8 003**
Середня кількість рекламних конструкцій на одного оператора, од.	**9**	**34**	**26**	**14**
Кількість рекламних конструкцій, яка підлягає демонтажу, од.	**367**	**2066**	**3144**	**5 578**
Питома вага РЗ, що підлягає демонтажу після закінчення строку дії Дозволу	*64%*	*67%*	*68%*	*68%*
Питома вага РЗ, що підлягає демонтажу у розрізі строку реалізації	*7%*	*37%*	*56%*	*100%*
Середня кількість рекламних конструкцій, яка підлягає зміні, од.	**72**	**320**	**600**	**992**
Питома вага РЗ, що підлягає зміні після закінчення строку дії Дозволу	*13%*	*10%*	*13%*	*12%*
Питома вага РЗ, що підлягає зміні у розрізі строку реалізації	*7%*	*32%*	*61%*	*100%*
Середня кількість РЗ, що підлягають демонтажу на 1 оператора реклами	**6**	**23**	**18**	**9**
Середня кількість РЗ, що підлягають зміні на 1 оператора реклами	**1**	**4**	**3**	**2**
Середня кількість РЗ, що підлягає заглибленню на 1 одного оператора	**2**	**6**	**5**	**3**

* Аналіз проведено на підставі інформації, яка міститься в базі даних виконавчого органу Київської міської ради (КМДА).

3. Розрахунок витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання вимог регулювання

Порядковий номер	Найменування оцінки	У перший рік (стартовий рік впровадження регулювання)	Періодичні (за наступний рік)	Витрати за п'ять років
Оцінка «прямих» витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання				
1	Придбання необхідного обладнання (одноразові витрати) *Формула: кількість необхідних одиниць обладнання Х вартість одиниці*	1 РЗ(кількість РЗ, що потребують заміни)х252 350[1] грн.(вартість однієї одиниці)= **252 350 грн.**	4 РЗ (кількість РЗ, що потребують заміни) х 252 350 грн.(вартість однієї одиниці)= **1 009 400грн.**	2РЗ (кількість РЗ, що потребують заміни) х 252 350 грн.(вартість однієї одиниці)Х 5 років = **2 018 800грн.**
2	Процедури повірки та/або постановки на відповідний облік – погодження розташування РЗ з Київміськсвітлом та іншими установами *Формула: кількість необхідних одиниць обладнання Х вартість погодження*	1РЗ(кількість РЗ, що потребують заміни) х 2029 грн.(вартість погодження) = **2029 грн.**	4РЗ(кількість РЗ, що потребують заміни) х 2029 грн.(вартість погодження) = **8116 грн.**	2РЗ(кількість РЗ, що потребують заміни) х 2029 грн.(вартість погодження) х 5 років = **20 290 грн.**
3	Процедури експлуатації обладнання (експлуатаційні витрати - витратні матеріали)	0,00 (витрати відсутні)	0,00 грн. (витрати відсутні)	0,00 (витрати відсутні)
4	Процедури обслуговування обладнання (технічне обслуговування)	0,00 (витрати відсутні)	0,00 грн. (витрати відсутні)	0,00 (витрати відсутні)
5	Інші процедури (уточнити):	0,00 (витрати відсутні)	0,00 грн. (витрати відсутні)	0,00 (витрати відсутні)
6	Разом, гривень *Формула: (сума рядків 1 + 2 + 3 + 4 + 5)*	**254 379 грн.**	**1017516 грн.**	**2 039 090 грн.**
7	Кількість суб'єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць. *(Інформація отримана з бази даних виконавчого органу Київської міської ради (КМДА)*	**61** (кількість операторів реклами, які повинні виконати вимоги регулювання у 2016 році)	**91**(кількість операторів реклами, які повинні виконати вимоги регулювання у 2017році)	**231**(кількість операторів, які є суб'єктами малого підприємництва та містяться в базі даних виконавчого органу Київської міської ради (КМДА) та відповідно розміщують зовнішню рекламу у м. Києві на підставі отриманих дозволів та на яких поширюється регулювання)
8	Сумарно, тис. гривень *Формула: відповідний стовпчик «разом» Х кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання (рядок 6 Х рядок 7)*	**15 517 119 грн.**	Х	**471 029 790 грн.**
Оцінка вартості адміністративних процедур суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування				
9	Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання *Формула: витрати часу на отримання інформації про регулювання Х вартість часу суб'єкта малого підприємництва (заробітна плата) Х оціночна кількість актів*	0,5 год. (час, який витрачається суб'єктами на пошук акту в мережі Інтернет; за результатами консультацій)[2] Х 48,78 грн. (вартість 1 часу роботи виходячи з середньомісячної заробітної плати)[3] Х 1 акт (кількість нормативно-правових актів, з якими необхідно ознайомитись) = **28,39** грн.	0,00 грн. (витрати відсутні) (припущено, що суб'єкт отримує первинну інформацію про вимоги регулювання у перший рік; за результатами консультацій)	28,39 грн. (витрати на пошук акту в мережі Інтернет у перший рік) + 0,00 грн. (витрати на пошук акту в мережі Інтернет у наступний рік) Х 4 роки = **28,39** грн.

10	Процедури організації виконання вимог регулювання. Кількість процедур = 4 *Формула: витрати часу на розроблення та впровадження внутрішніх для суб'єкта малого підприємництва процедур на впровадження вимог регулювання Х вартість часу суб'єкта малого підприємництва (заробітна плата) Х оціночна кількість внутрішніх процедур*	176 год. (час, який витрачається суб'єктами на розроблення та впровадження внутрішніх процедур (за результатами консультацій))[2] Х 48,78 грн. (вартість 1 часу роботи виходячи з середньомісячної заробітної плати)[3] Х 4 процедури = **34 341 грн.**	176 год. (час, який витрачається суб'єктами на розроблення та впровадження внутрішніх процедур (за результатами консультацій))[2] Х 48,78 грн. (вартість 1 часу роботи виходячи з середньомісячної заробітної плати)[3] Х 4 процедури = **34 341 грн.**	34 341 грн. + 34 341 грн. Х 4 роки = **171 705 грн.**
11	Процедури офіційного звітування	0,00 (витрати відсутні)	0,00 грн. (витрати відсутні)	0,00 (витрати відсутні)
12	Процедури щодо забезпечення процесу перевірок	0,00 (витрати відсутні)	0,00 грн. (витрати відсутні)	0,00 (витрати відсутні)
13	**Інші процедури (уточнити):**			
13.1	Витрати на розірвання угод на технічне та інше обслуговування РЗ з підрядниками з комунальними підприємствами, енергопостачальними компаніями та ін.) *Формула: витрати часу на розірвання угод, тощо Х вартість часу суб'єкта малого підприємництва (заробітна плата)*	176 год. (час, який витрачається суб'єктами на процедуру (за результатами консультацій))[2] Х 48,78 грн. (вартість 1 часу роботи виходячи з середньомісячної заробітної плати)[3] = **8 585 грн.**	176 год. (час, який витрачається суб'єктами на процедуру (за результатами консультацій))[2] Х 48,78 грн. (вартість 1 часу роботи виходячи з середньомісячної заробітної плати)[3] = **8 585 грн.**	8 585 + 8 585 Х 4 роки = **42 925 грн.**
13.2	Витрати на демонтаж[4] РЗ для забезпечення виконання вимог регулювання *Формула: кількість РЗ, які підлягають демонтажу Х вартість роботи*	6 РЗ (*середня кількість РЗ, що підлягають демонтажу на 1 оператора в 2016 році*) х 5000 грн.(вартість демонтажу однієї РЗ)[5] = **30 000 грн.**	23 РЗ (середня кількість РЗ, що підлягають демонтажу на 1 оператора в 2017 році) х 5000 грн.(вартість демонтажу однієї РЗ)[5] = **115 000 грн.**	9 РЗ (середня кількість РЗ, що підлягають демонтажу на 1 оператора за 5 років) х 5000 грн.(вартість демонтажу однієї РЗ)[5] х 5років = **225 000 грн.**
13.3	Витрати на заглиблення фундаменту РЗ *Формула: кількість РЗ, які підлягають заглибленню Х вартість роботи*	2 РЗ(середня кількість РЗ, що підлягають заглибленню на 1 оператора в 2016 році) х 10 000 грн.(вартість заглиблення однієї РЗ)[5] = **20 000 грн[4].**	6 РЗ(середня кількість РЗ, що підлягають заглибленню на 1 оператора в 2017 році) х 10 000 грн.(вартість заглиблення однієї РЗ)[5] = **60 000 грн.**	3РЗ(середня кількість РЗ, що підлягають заглибленню на 1 оператора за 5 років) х 10 000 грн.(вартість заглиблення однієї РЗ)[5] = **150 000 грн.**
14	Разом, гривень *Формула: (сума рядків 9 + 10 + 11 + 12 + 13.1+13.2+13.3)*	**92 954 грн.**	**217 926 грн.**	**589 658 грн.**
15	Кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць. (Інформація отримана з бази даних виконавчого органу Київської міської ради (КМДА)).	61*(кількість операторів реклами, які повинні виконати вимоги регулювання у 2016 році)*	91 *(кількість операторів реклами, які повинні виконати вимоги регулювання у 2017році)*	231*(кількість операторів, які є суб'єктами малого підприємництва та містяться в базі даних виконавчого органу Київської міської ради (КМДА) та відповідно розміщують зовнішню рекламу у м. Києві на підставі отриманих дозволів та на яких поширюється регулювання)*
16	Сумарно, тис. гривень *Формула: відповідний стовпчик «разом» Х кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання (рядок 14 Х рядок 15)*	**5 670 194 грн.**	Х	**136 211 088 грн.**

Примітки:

1. Вартість нового РЗ- http://scrollerm2.com.ua/

2.Інформація про розмір часу, який витрачається суб'єктами на виконання процедури є оціночною, та отримана за результатами проведених консультацій (наведено у таблиці розділу 1)

3. У розрахунку вартості 1 години роботи використано розмір середньомісячної заробітної плати у місті Києві за 2016 рік (8 586,00 грн.). Джерело отримання інформації: офіційний сайт Державної служби статистики України http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/gdn/reg_zp_m/reg_zpm16_u.htm

4. Демонтаж - комплекс заходів, які передбачають відокремлення РЗ разом з основою від місця їх розташування.

5. Інформація є оціночною та отримана за результатами проведених консультацій (наведено у таблиці пункту 1 цього М-тесту).

Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва

Розрахунок бюджетних витрат на адміністрування регулювання Департаменту містобудування та архітектури Виконавчого органу Київської міської ради (КМДА)

Процедура регулювання суб'єктів малого підприємництва (розрахунок на одного типового суб'єкта господарювання малого підприємництва - за потреби окремо для суб'єктів малого та мікропідприємництва)	Планові витрати часу на процедуру	Вартість часу співробітника органу державної влади відповідної категорії (заробітна плата)	Оцінка кількості процедур за рік, що припадають на одного суб'єкта	Оцінка кількості суб'єктів, що підпадають під дію процедури регулювання	Витрати на адміністрування регулювання* (за рік), гривень
1. Облік суб'єкта господарювання, що перебуває у сфері регулювання	0,5	48,78	4	234	22829
2. Поточний контроль за суб'єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі:					
камеральні	0,1	48,78	28	234	31961
виїзні	0,5	48,78	28	234	159803
3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання	0,5	48,78	12	234	68487
4. Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання	0,25	48,78	12	234	34244
5. Оскарження одного окремого рішення 16 суб'єктами господарювання		48,78	1	234	182632
6. Підготовка звітності за результатами регулювання	0,1	48,78	28	234	31961
7. Інші адміністративні процедури (уточнити):	-	-	-	-	-
Разом за рік	X	X	X	X	**531 917**
Сумарно за п'ять років	X	X	X	X	**2 659 585**

Державне регулювання не передбачає утворення нового державного органу (або нового структурного підрозділу діючого органу).

4. Розрахунок сумарних витрат суб'єктів малого підприємництва, що виникають на виконання вимог регулювання

Порядковий номер	Показник	Перший рік регулювання (стартовий)	За п'ять років
1	Оцінка «прямих» витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання, грн.	**15 517 119**	**471 029 790**
2	Оцінка вартості адміністративних процедур для суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування, грн.	**5 670 194**	**136 211 088**
3	Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання, грн.	**21 187 313**	**607 240 878**
4	Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва, грн.	**531 917**	**2 659 585**
5	Сумарні витрати на виконання запланованого регулювання, грн.	**21 719 230**	**609 900 463**

5. Розроблення корегуючих (пом'якшувальних) заходів для малого підприємництва щодо запропонованого регулювання не передбачається.

Директор О.Свистунов

1.
https://kievcity.gov.ua/news/38707.html

Головна → Оприлюднення проектів регуляторних актів → 16 червня 2016

Проект рішення Київської міської ради «Про внесення змін до Концепції розвитку зовнішньої реклами в місті Києві, затвердженої рішенням Київської міської ради від 26 січня 2012 року № 20/7357»

Повідомлення про оприлюднення

Відповідно до статей 9, 13 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» Київська міська рада повідомляє про оприлюднення з 16.06.2016 року в мережі Інтернет за адресою: www.kievcity.gov.ua проекту рішення Київської міської ради «Про внесення змін до Концепції розвитку зовнішньої реклами в місті Києві, затвердженої рішенням Київської міської ради від 26 січня 2012 року № 20/7357» (далі – проект рішення) з метою одержання зауважень і пропозицій від фізичних і юридичних осіб, їх об'єднань.

Головним розробником проекту рішення регуляторного акта є Департамент містобудування та архітектури виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

Проект рішення розроблено з метою впровадження важливих змін, що матимуть істотний вплив на умови функціонування ринку зовнішньої реклами міста Києва, впорядкування розміщення рекламних засобів, вирішення проблеми формування рекламної інфраструктури в архітектурному середовищі міста із врахуванням містобудівних умов, історичних та природно-географічних факторів.

Зауваження та пропозиції до проекту рішення просимо надсилати за адресою: 01001, м. Київ, вул. Хрещатик, 32, тел. (044) 15-51, Департамент містобудування та архітектури виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), а також на електронну пошту: info@kga.gov.ua.

Зауваження та пропозиції до проекту рішення від фізичних та юридичних осіб, їх об'єднань прийматимуться Департаментом містобудування та архітектури виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) протягом одного місяця з дня оприлюднення до 15.07.2016.

2.

https://kievcity.gov.ua/news/45740.html
Головна → Оприлюднення проектів регуляторних актів → 16 грудня 2016

Інформація щодо проекту рішення Київської міської ради «Про внесення змін до рішення Київської міської ради від 26 січня 2012 року № 20/7357 «Про затвердження Концепції розвитку зовнішньої реклами в місті Києві»

Оприлюднюємо для ознайомлення доопрацьовану на підставі одержаних зауважень і пропозицій від фізичних та юридичних осіб, їх об'єднань, а також відкритих обговорень за участю представників громадськості питань, пов'язаних з регуляторною діяльністю, редакцію проекту рішення Київської міської ради «Про внесення змін до рішення Київської міської ради від 26 січня 2012 року № 20/7357 «Про затвердження Концепції розвитку зовнішньої реклами в місті Києві».

3.
https://kievcity.gov.ua/news/47072.html

Головна → Оприлюднення проектів регуляторних актів → 27 січня 2017

Для інформування громадськості: Правила розміщення рекламних засобів в місті Києві

Товариство з обмеженою відповідальністю «МСА-ГРУПП»
04071, м. Київ, вул. Костянтинівська, буд.№ 22/17, кв 19, тел. (096) 366-91-70, msa_groupp@ukr.net

Директору Департаменту
містобудування та архітектури
Свистунову О. В.
вул. Хрещатик, 32, м. Київ, 01001

Шановний Олександре Вікторовичу!

На Ваш лист від 15.02.2017 № 055-2740 щодо підтвердження даних та інформації, наведених у оприлюдненому на офіційному інтерет-порталі Київської міської державної адміністрації тексті М-тесту до проекту рішення Київської міської ради від 22.09.2011 №37/6253 «Про затвердження Порядку розміщення реклами в м.Києві» повідомляємо наступне.

Дані та інформація, наведені у зазначеному вище М-Тесті як основні результати консультацій (опис), відповідають дійсності.

Принагідно зазначаємо, що ТОВ «МСА-ГРУПП» підтвердження про включення його до складу членів чи/або учасників Громадської спілки «Асоціація зовнішньої реклами Києва» станом на сьогодні не отримувало.

Просимо врахувати, що участь в обговоренні приймала Науменко О.В.

Директор ТОВ «МСА-ГРУПП» О. Науменко

055/2196
16.02.2017

САН-СТРИМ

Директору
Департаменту містобудування та архітектури
Свистунову О. В.
вул. Хрещатик, 32, м. Київ, 01001

Шановний Олександре Вікторовичу!

На Ваш лист від 15.02.2017 № 055-2736 щодо підтвердження даних та інформації, наведених у оприлюдненому на офіційному інтерет-порталі Київської міської державної адміністрації тексті М-тесту до проекту рішення Київської міської ради від 22.09.2011 №37/6253 «Про затвердження Порядку розміщення реклами в м.Києві» повідомляємо наступне.

Дані та інформація, наведені у зазначеному вище М-Тесті як основні результати консультацій (опис), відповідають дійсності.

Принагідно зазначаємо, що ТОВ «Сан-Стрім» підтвердження про включення його до складу членів чи/або учасників Громадської спілки «Асоціація зовнішньої реклами Києва» станом на сьогодні не отримувало.

Просимо врахувати, що участь в обговоренні приймав Карпина О.М.

Директор ТОВ «Сан-Стрім» Скрипник О. М.

04071, м. Київ, вул. Костянтинівська, 22/17, оф. 19; тел.: (044) 361-26-64;
e-mail: sun-stream@ukr.net

055/2197
20.02.17