КИЇВМІСТОБУДУВАННЯ
ВИКОНАВЧИЙ ОРГАН КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ (КИЇВСЬКА МІСЬКА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ)
ДЕПАРТАМЕНТ МІСТОБУДУВАННЯ ТА АРХІТЕКТУРИ
01001, Київ-1, вул. Хрещатик, 32 тел. (044) 278 19 85 тел./факс 279 41 67 http://www.kga.gov.ua

_____№_____

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

на вх. №19850/0/02-15 від 21.12.2015

Відповідно до листа постійної комісії Київської міської ради з питань транспорту, зв'язку та реклами Департаментом містобудування та архітектури розглянуто петицію щодо зовнішньої реклами в центральній та історичній частині міста Києва.

За результатами інформуємо, що Департамент містобудування та архітектури підтримує ініціативу киян щодо необхідності скорочення кількості рекламних засобів на території міста та розширення нульової форматної зони.

На виконання доручення Київського міського голови В. Кличка щодо зменшення кількості рекламо носіїв Департаментом на сьогодні проведено детальний, ґрунтовний аналіз діючої системи регулювання рекламного ринку. Для його впорядкування розпочато реалізацію комплексного підходу, який включає прийняття таких документів:

-нового Порядку розміщення зовнішньої реклами в міст Києві, який передбачатиме можливість подачі, розгляду та погодження документів за допомогою електронних ресурсів;

-нової Концепції розвитку зовнішньої реклами в місті, яка чітко та обґрунтовано окреслить межі форматних зон міста за максимально можливими розмірами та типами рекламних засобів, визначить правила розміщення в місті Києві рекламних засобів на фасадах та покрівлях будинків;

-Концепції розвитку реклами на транспорті;

-Порядку розміщення інформаційних стендів, дошок та вивісок на будинках;

-Порядку розміщення інформаційних вивісок та інформаційних тумб для інформування громадян про проведення культурних заходів в міських театрах та музеях;

-Порядку використання в місті Києві державної символіки в рекламних цілях тощо.

Зараз Департамент містобудування та архітектури проводить роботу щодо підготовки змін до Концепції розвитку зовнішньої реклами в місті Києві, затвердженої рішенням Київської міської ради від 26.01.2012 № 20/7357.

Для цього на базі Департаменту, із залученням фахівців структурних підрозділів та комунальних підприємств виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), створено робочу групу з напрацювання змін та доповнень до наведеної Концепції.

На сьогодні робочою групою напрацьовано пропозиції щодо внесення змін до Концепції в частині врахування положень проекту Генерального плану розвитку міста Києва до 2025 року та Історико-архітектурного опорного плану міста.

Зокрема пропонується обмежити розміщення об'єктів зовнішньої реклами на таких територіях:

в охоронній (буферній) зоні об'єктів всесвітньої спадщини, затвердженої Міністерством культури України (Охоронна зона Софії Київської та Києво-Печерської лаври);

в зонах охорони пам'яток культурної спадщини;

вулицях-пам'ятках містобудування національного та місцевого значення;

парках та скверах;

пам'ятках ландшафту (історичний ландшафт Київських гір та долини р. Дніпро), пам'яток садово-паркового мистецтва, пам'яток природи, ботанічних садів, заказників, регіональних ландшафтних парків, лісопарків, бульварних частин вулиць;

в історичних ареалах та територіях пам'яток;

в зонах регулювання забудови 1, 2 та 3 категорій;

у безпосередній близькості до адміністративних та культових будівель і споруд;

на мостах, шляхопроводах тощо.

Територію міста Києва планується поділити на 5 форматних зон з окремим режимом розміщення об'єктів зовнішньої реклами у кожній. У нульовій форматній зоні пропонується заборонити розміщення будь-яких об'єктів зовнішньої реклами, а максимальний розмір рекламного поля наземного окремо розміщеного рекламного засобу у четвертій форматній зоні пропонується визначити у 36 кв.м.

Наразі робота щодо напрацювання змін до Концепції розвитку зовнішньої реклами в місті Києві триває. Її результати планується оприлюднити широкому загалу у лютому 2016 року.

В.о. директора Г. Бондар

Білий
Терещенко 278-80-65

Стратегія реформування зовнішньої реклами у Києві

Київ Містобудування

Департамент містобудування та архітектури
Київської Міської Державної Адміністрації

kga.gov.ua

Мета

Зробити,

щоб реклама працювала,

була корисною для городян
та прикрашала Київ,

приносила прибуток місту,
операторам та рекламодавцям

Проблеми: кількість

26 000
рекламних
конструкцій

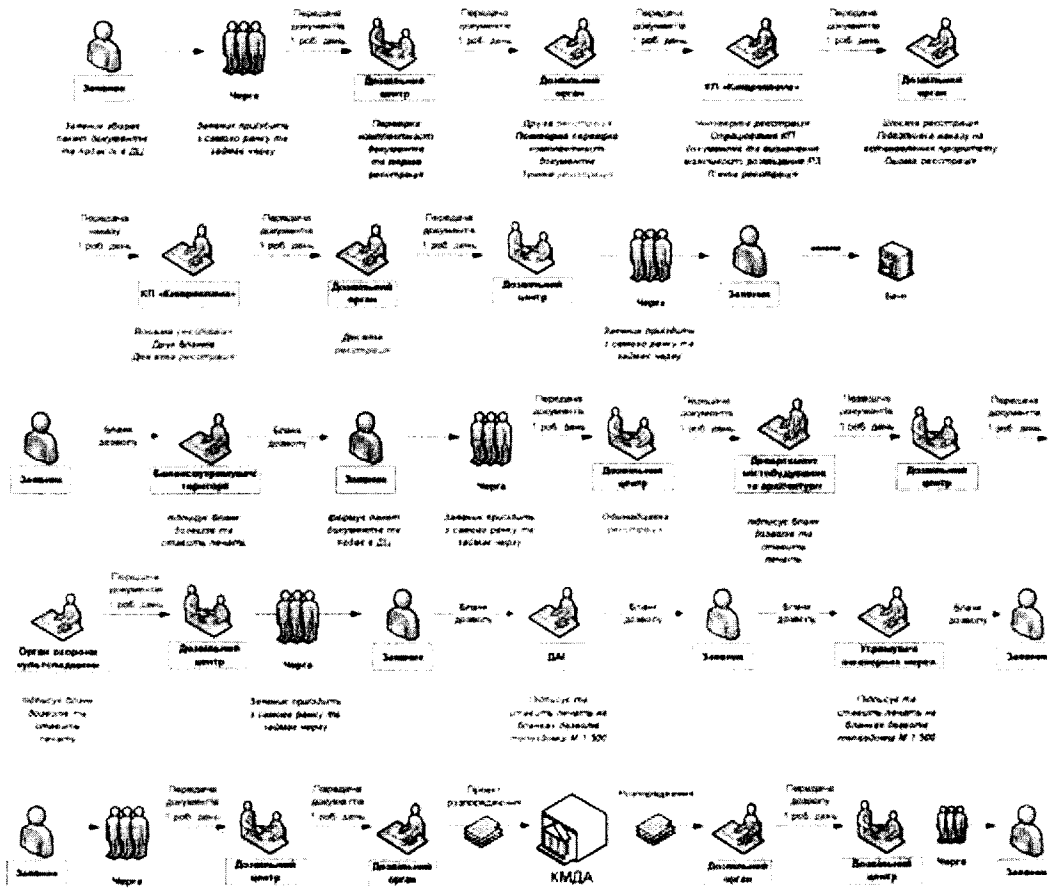
- Захаращене місто
- 1/3 не приносить прибутку операторам

Надмірна кількість

68% експертів та гравців ринку вважають це слабкою стороною ринку*

*) «OOH media глазами клиентов, властей и самой отрасли», ноябрь 2015, InMind

Проблеми: процедура



Існуюча процедура

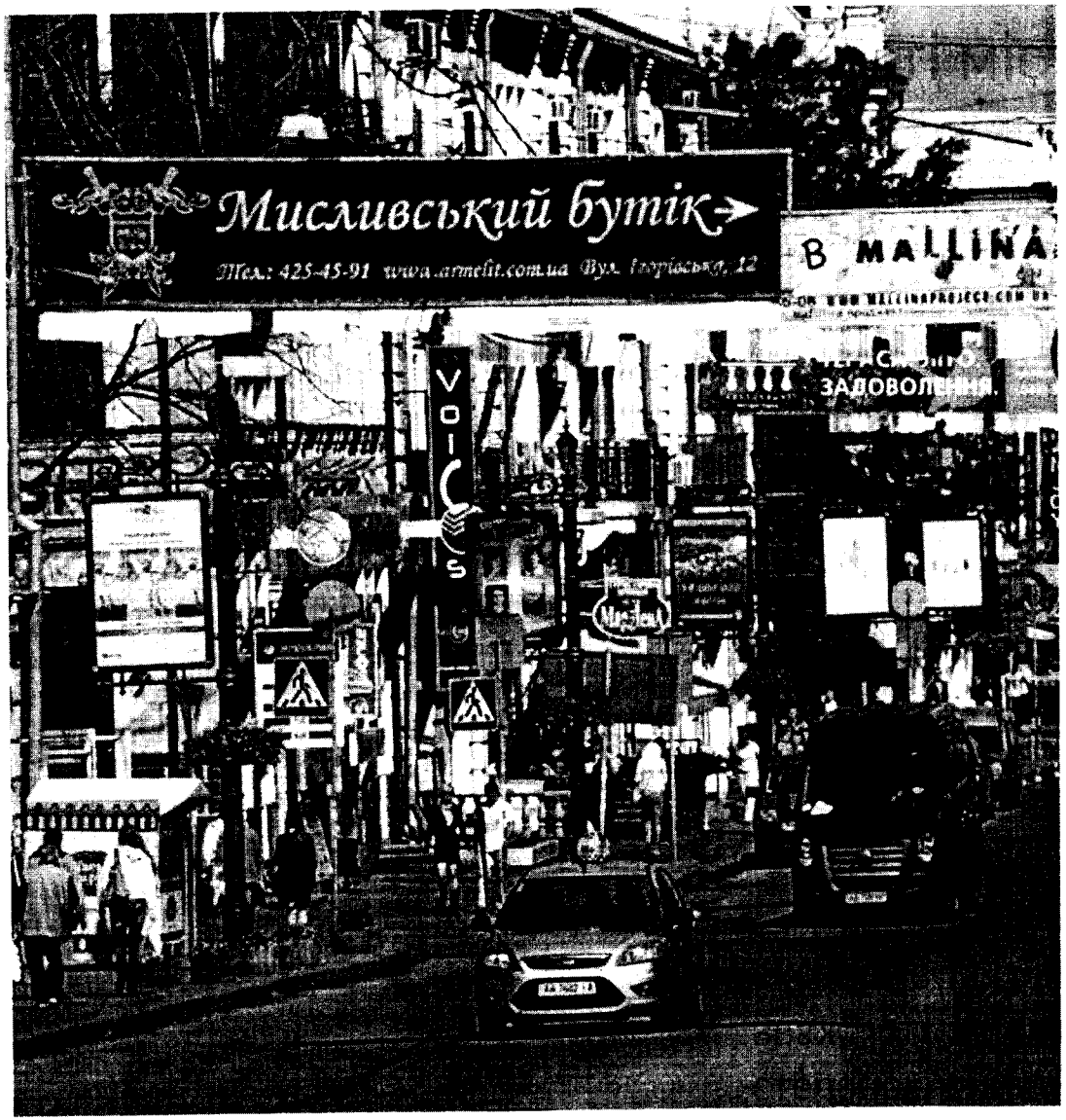
- складна
- корупційна
- не працює
- **2-6 місяців**

Велика залежність від міської влади

49% експертів та гравців ринку вважають це слабкою стороною ринку*

*) «OOH media глазами клиентов, властей и самой отрасли», ноябрь 2015, InMind

Проблеми: якість



В реальності місто не впливає на те, як все це виглядає

Низька якість інвентаря

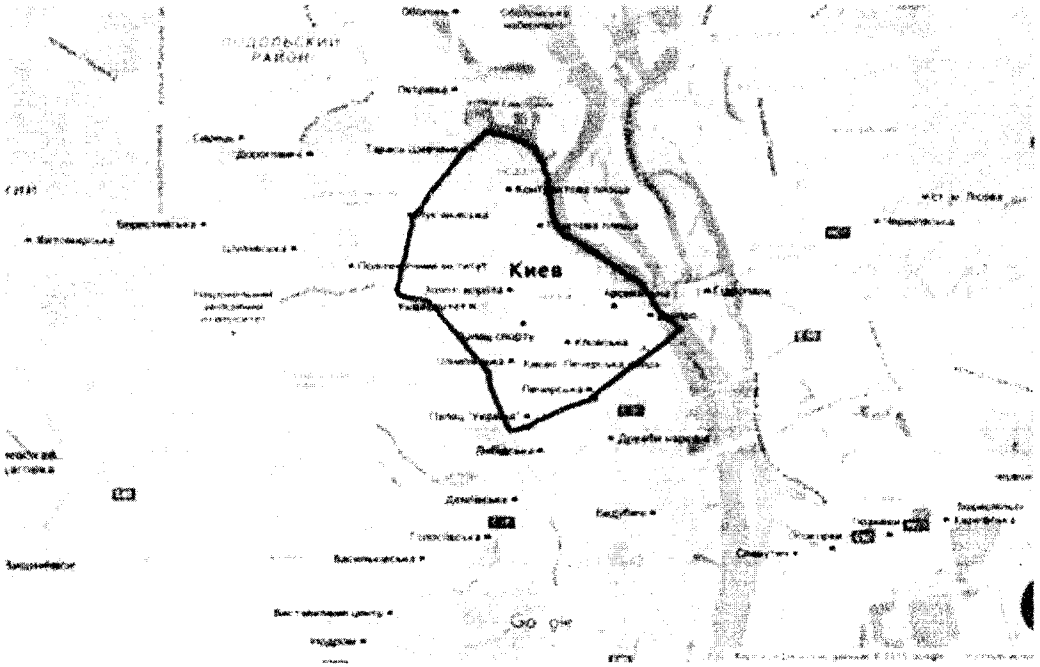
61% експертів та гравців ринку вважають це слабкою стороною ринку*

*) «OOH media глазами клиентов, властей и самой отрасли», ноябрь 2015, InMind

Проблеми: результат

публікація 24.11.2015 13:38

Направлено на розгляд



Автор петиції: Кравченко Ольга Юріївна

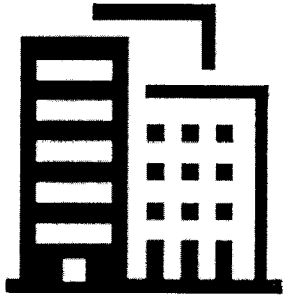
Проблема вийшла до електоральної площини

Петиція до Київради:

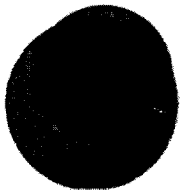
10 000 голосів за 14 днів

Предмети регулювання

Зовнішня реклама



Фасадна реклама

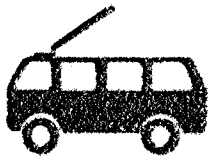


Соціальна реклама

Культурна реклама

Символіка міста

Мурали



Транспорт

Окремо в кожній сфері

1.
Типологія реклами

2.
Нові правила

3.
Система обліку

4.
Прозорі електронні процедури

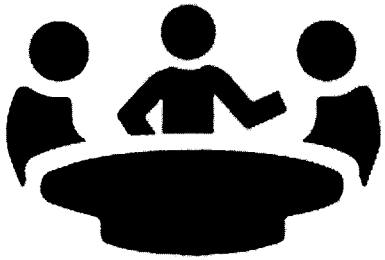
5.
Максимізація прибутків міста

Реклама

Туризм

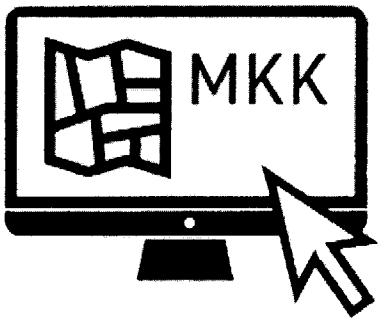
Методи

Вироблюємо правила разом



Відсутність конфліктів

Електронні процедури



Прозорість

Аукціон

Реальна ціна встановлена ринком

Зовнішня реклама

Стратегічні кроки

Нові правила

Процедури

Аукціон

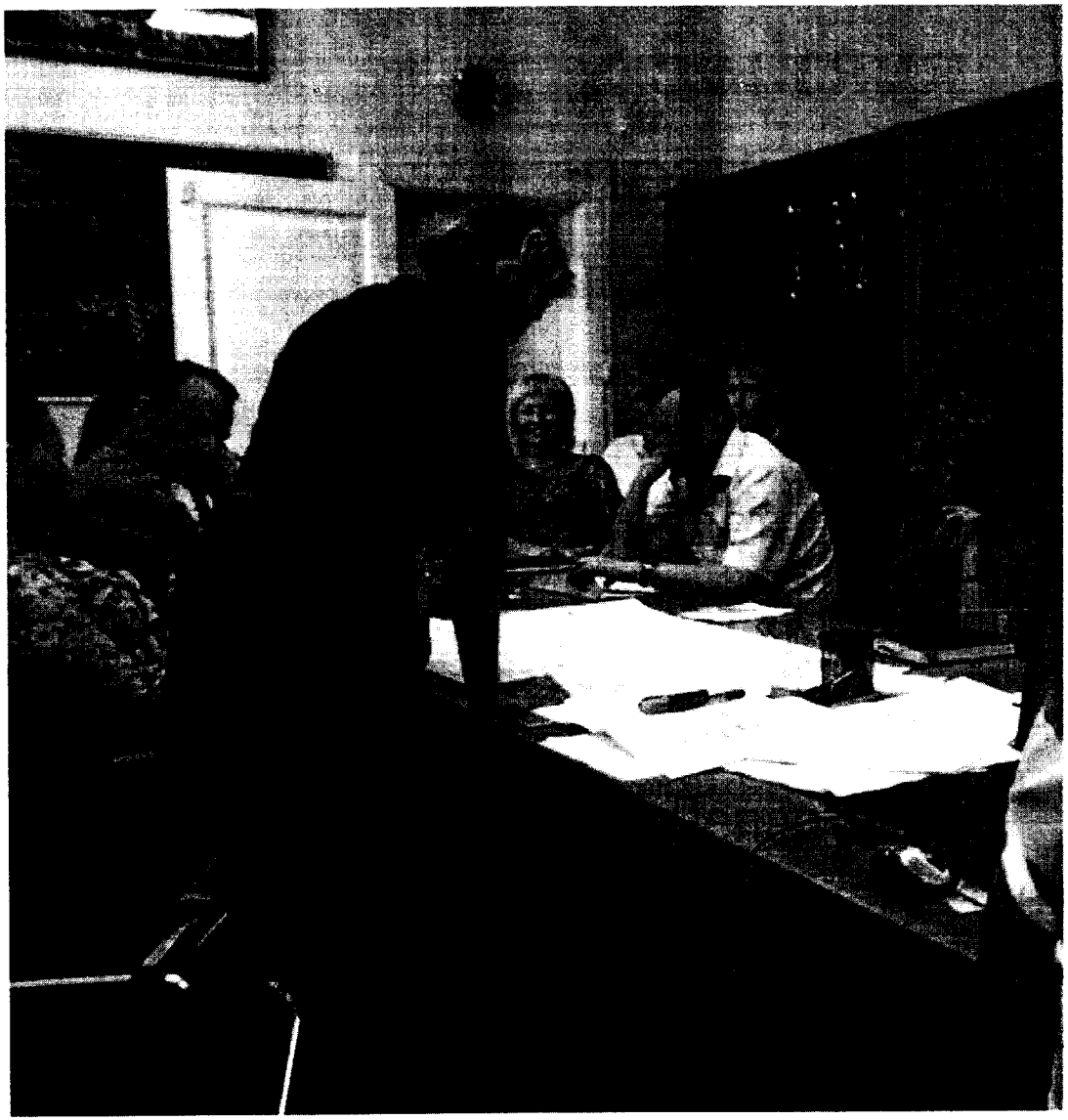
↓

Нові дозволи

↓

За 5 років вся реклама легальна, облікована та розміщена за новими правилами

Нові правила



2,5 місяця
працювала робоча
група

Представники:

- КП «Київреклама»
- Оператори ринку
- Департамент містобудування
- Антикорупційна рада при Міському Голові

Нові правила: ключові принципи

1.

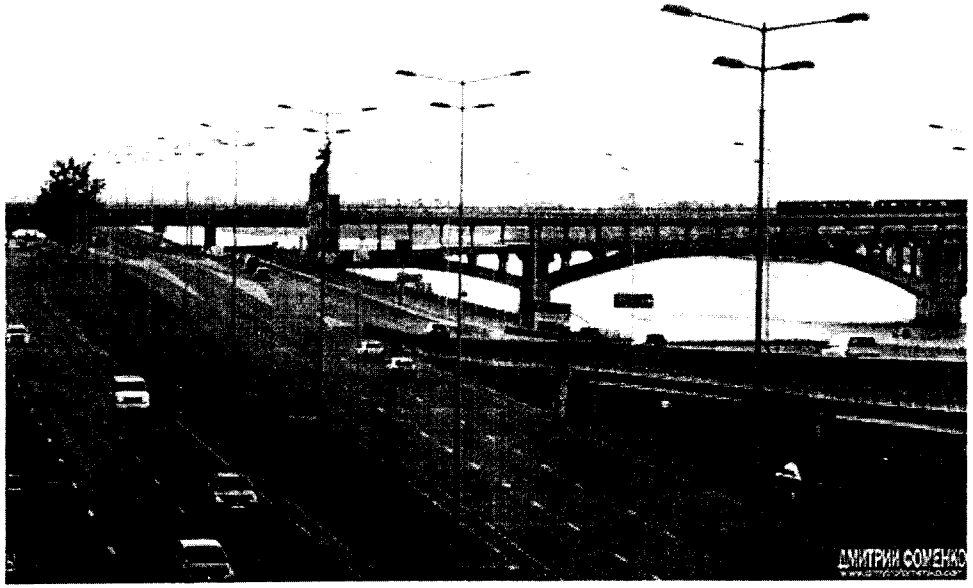
Цінне міське середовище

Туризм: Подол, Хрещатик, Липки, Верхне місто

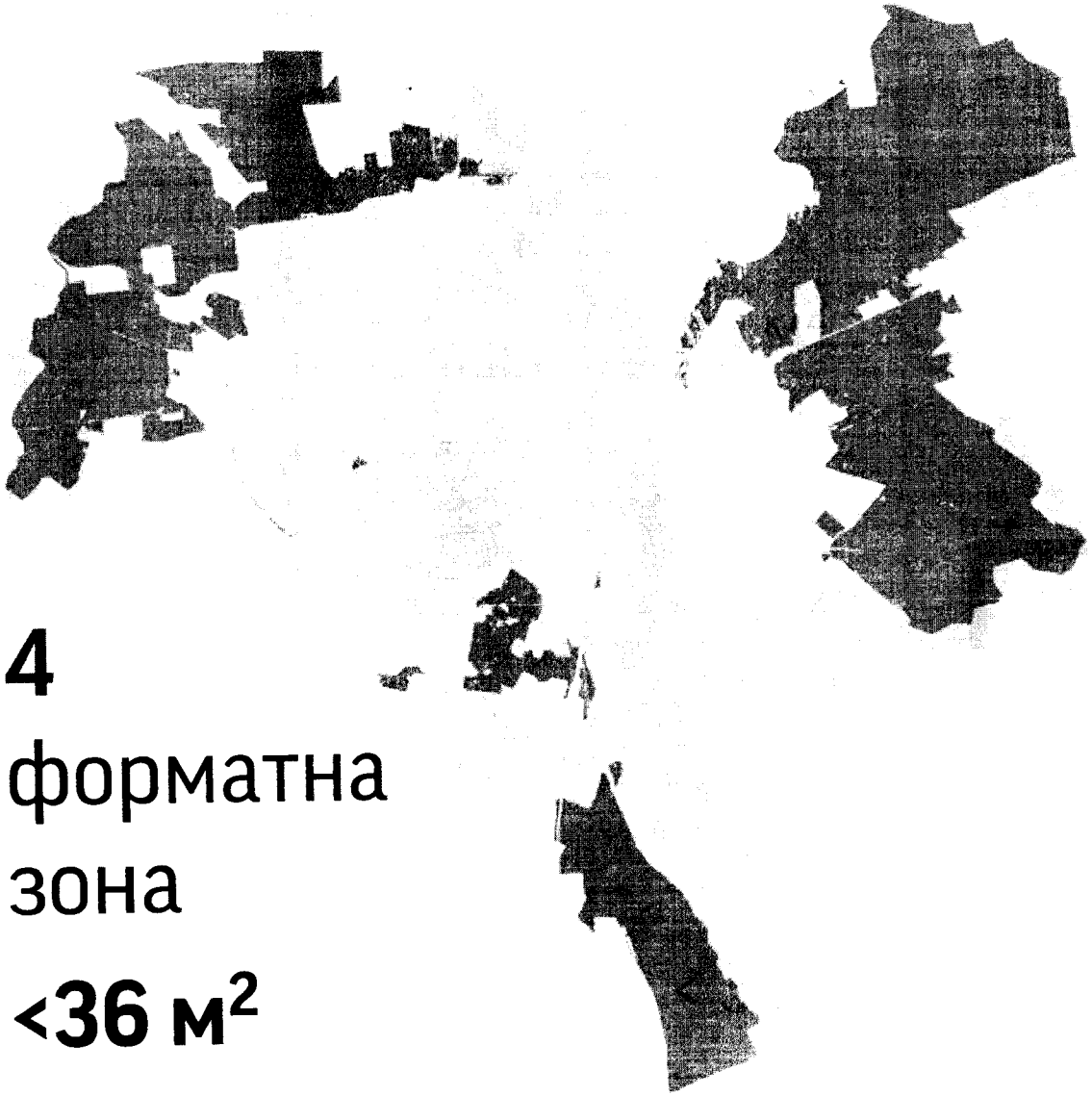
Нові правила: ключові принципи

2.

Безпека на розв'язках та перехрестях



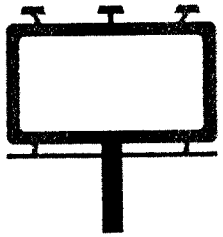
Нові правила: типологія та зони



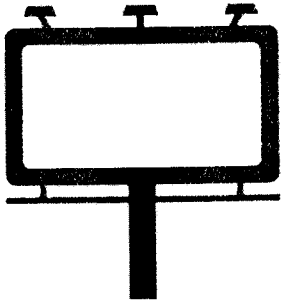
4
форматна
зона
<36 м²

< 2,16 м²
citylight

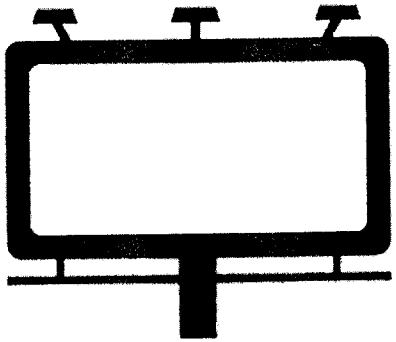
< 8 м²



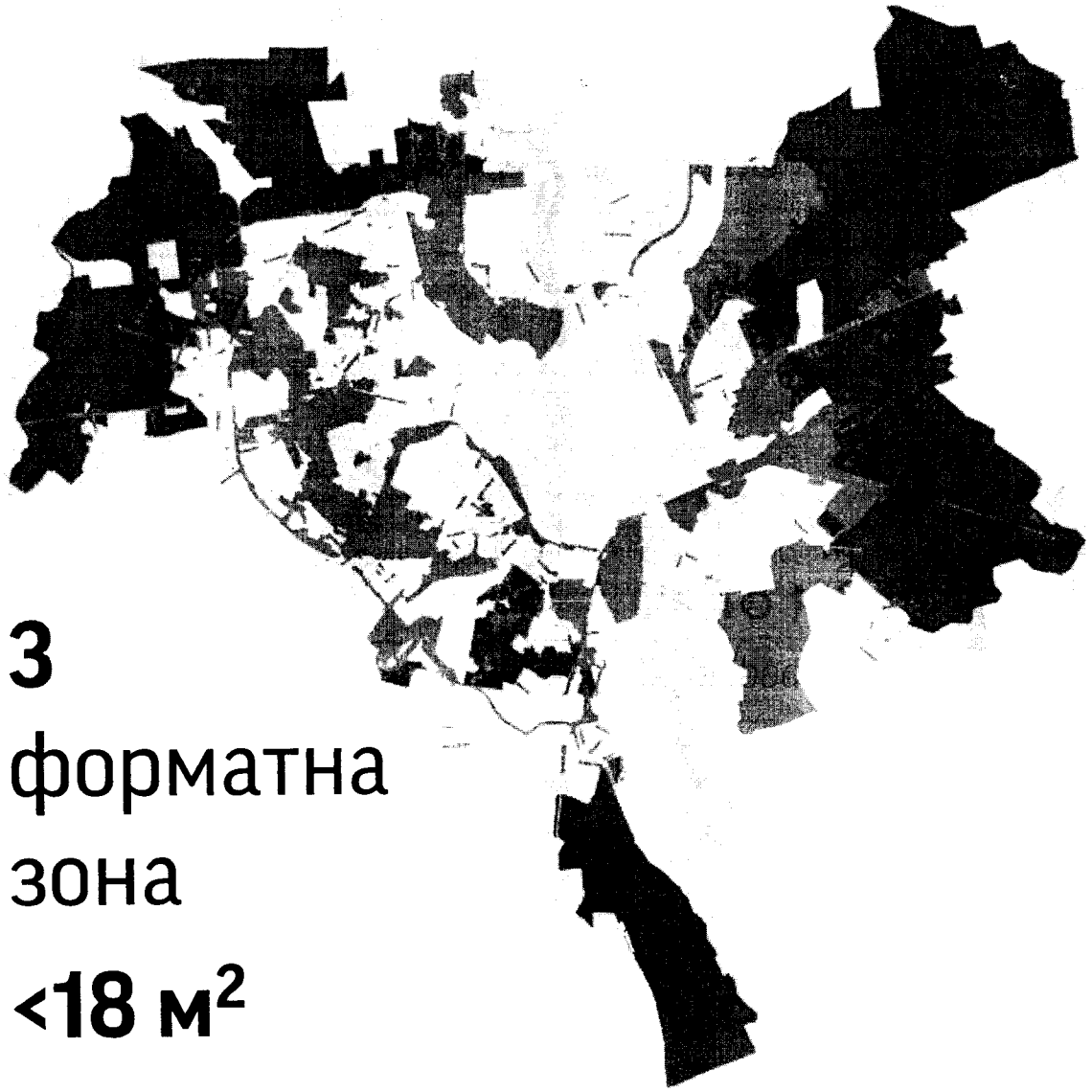
< 18 м²
billboard



< 36 м²



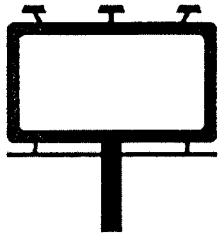
Нові правила: типологія та зони



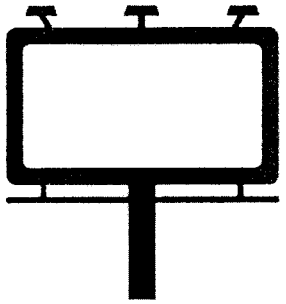
3
форматна
зона
<18 м²

< 2,16 м²
citylight

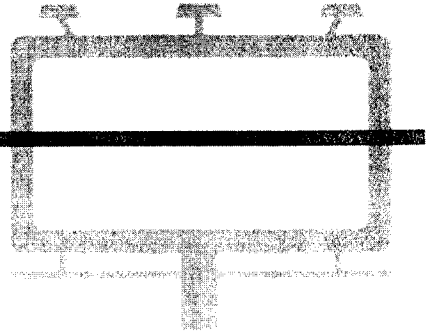
< 8 м²



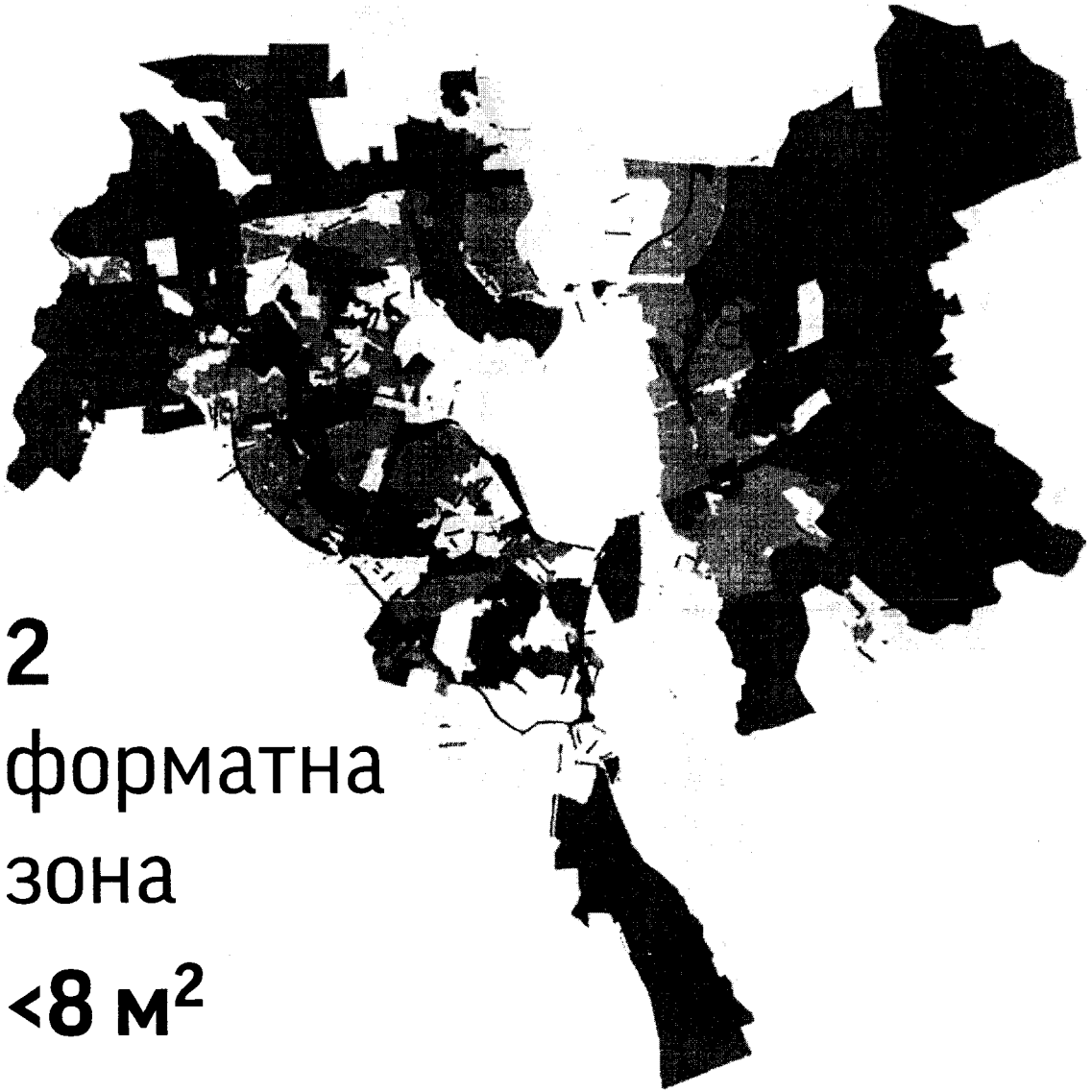
< 18 м²
billboard



< 36 м²



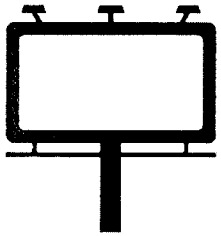
Нові правила: типологія та зони



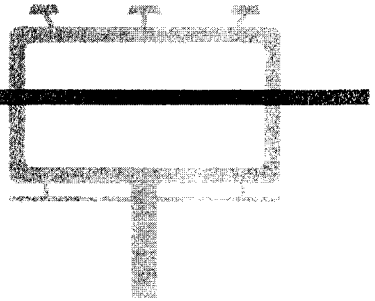
2
форматна
зона
<8 м²

< 2,16 м²
citylight

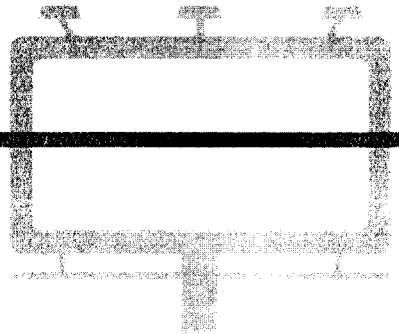
< 8 м²



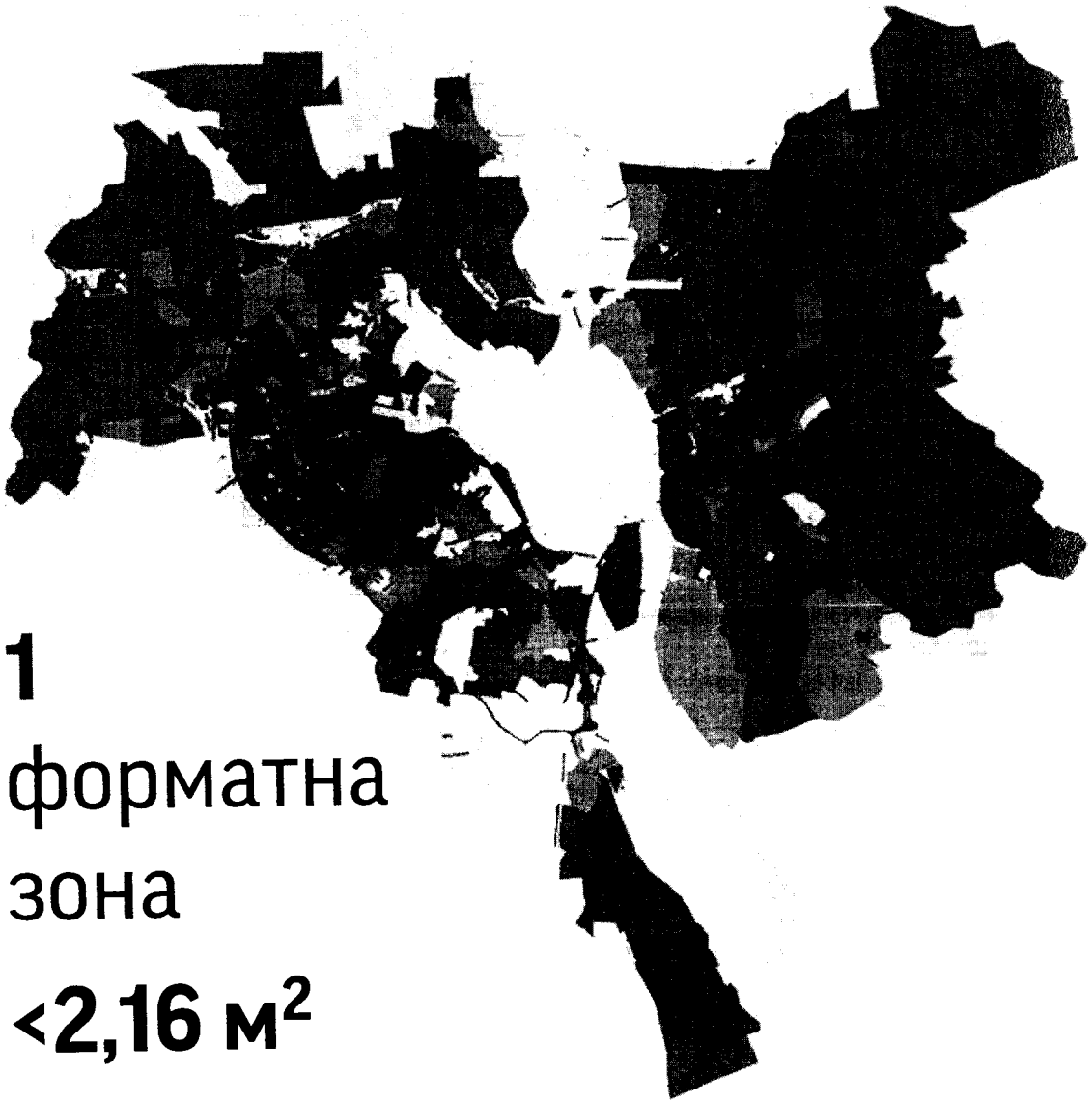
< 18 м²
billboard



< 36 м²

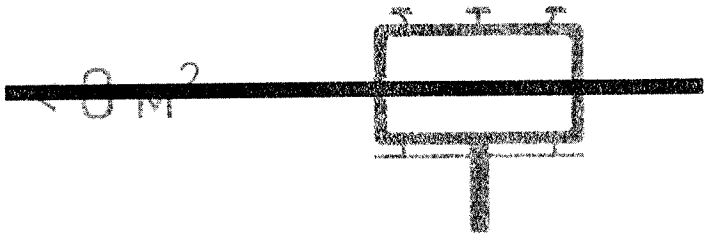


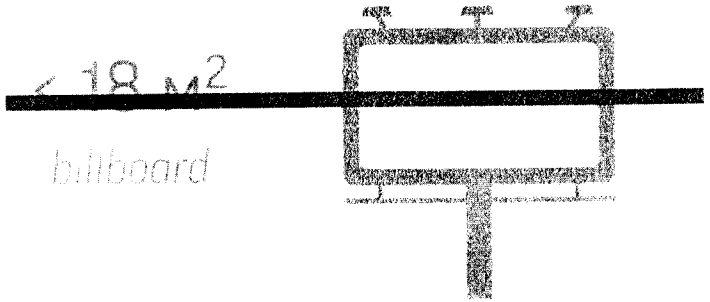
Нові правила: типологія та зони

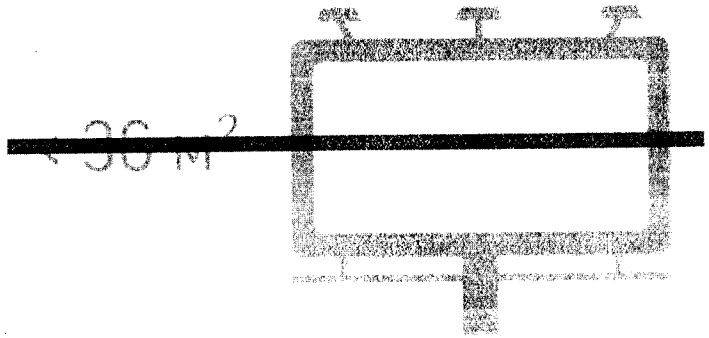


1
форматна
зона
<2,16 м²

< 2,16 м²
citylight







Нові правила: типологія та зони

0
форматна
зона

БЕЗ
РЕКЛАМИ

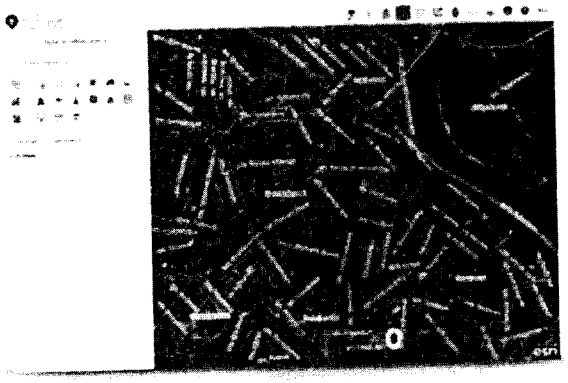
Форматні зони
базуються на

**Історіко-
архітектурному
опорному плані
Києва**
(Мінкульт)

Електронні заявки та аукціон

2016

Е-процедура



Містобудівний кадастр

Аукціон

За моделлю аукціону по ТС

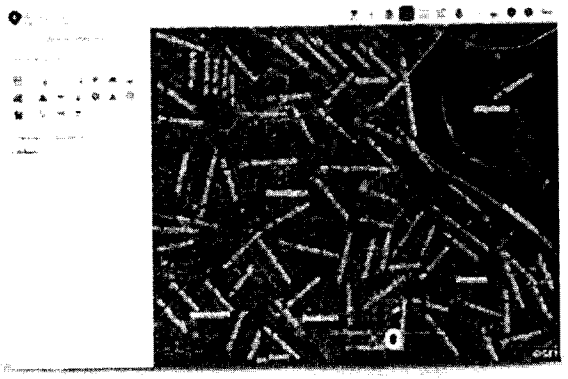
Реальна ціна, прозорість

рішення КиївРади по «Порядку», фінансування

Електронні заявки та аукціон

2016 | 2017+

Е-процедура



Містобудівний кадастр

Аукціон

За моделлю аукціону по ТС

Реальна ціна, прозорість

Розвиток

KYIV SMART CITY

Додаткові дані про кількість аудиторії

рішення КиївРади по «Порядку», фінансування

транспортна модель, тощо

Тактичні кроки: Угода з ринком

1.

Мораторій на розміщення нової реклами *(3 роки)*

2.

Оператори

- Демонтаж конструкцій
- 10% від ціни

Місто

- Комплексна схема за 1 рік

3.

Аукціон з врахуванням часток рынку

Тактичні кроки: Угода з ринком

1.

Мораторій на розміщення реклами *(2 місяця)*

2.

Оператори

- Демонтаж конструкцій
- 10% від ціни

Місто

- Комплексна схема за 1 рік

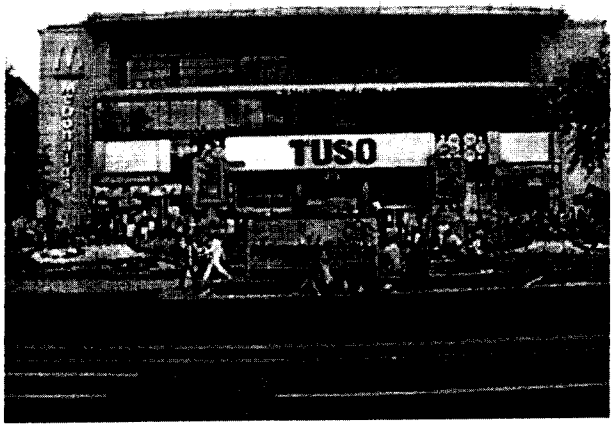
3.

Аукціон з врахуванням часток рынку

Угоду зірвано

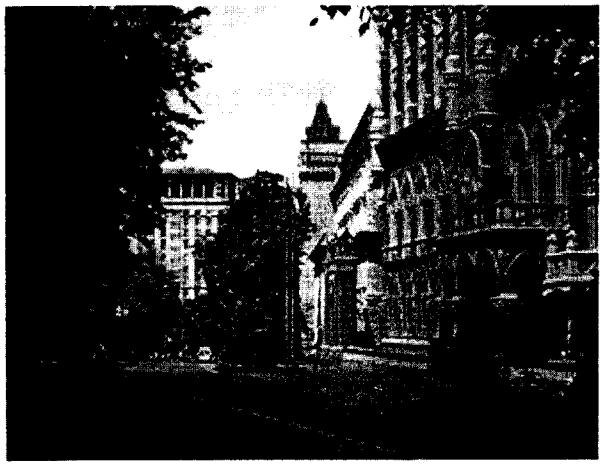
Тактичні кроки: Важливі місця

Пріорітетні місця для демонтажу
в рамках угоди з ринком



Крещатік

Подол



Софія/Лавра

Фасади

Якість міського середовища –
на висоті людського зрісту

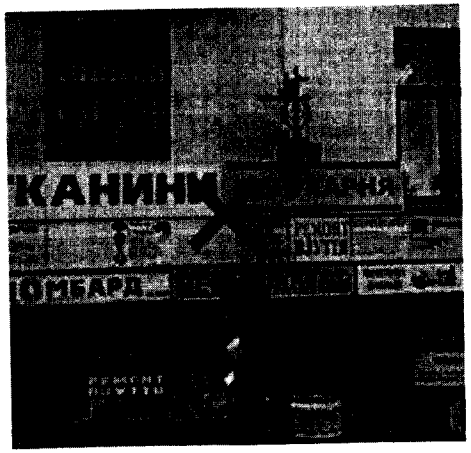
Врегулювати рекламу на фасадах можливо!

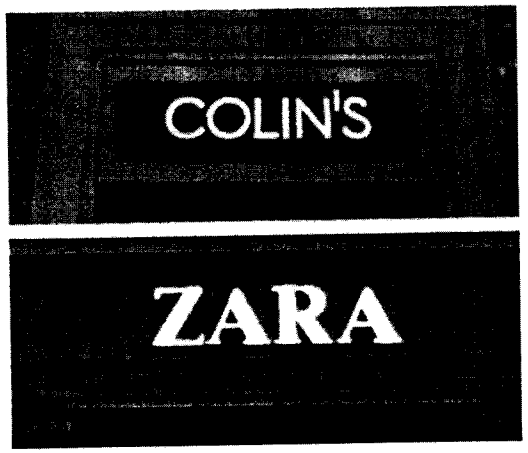
Київ

Львів

Як це зробити? – Типові для світу правила

Де на фасаді можна?

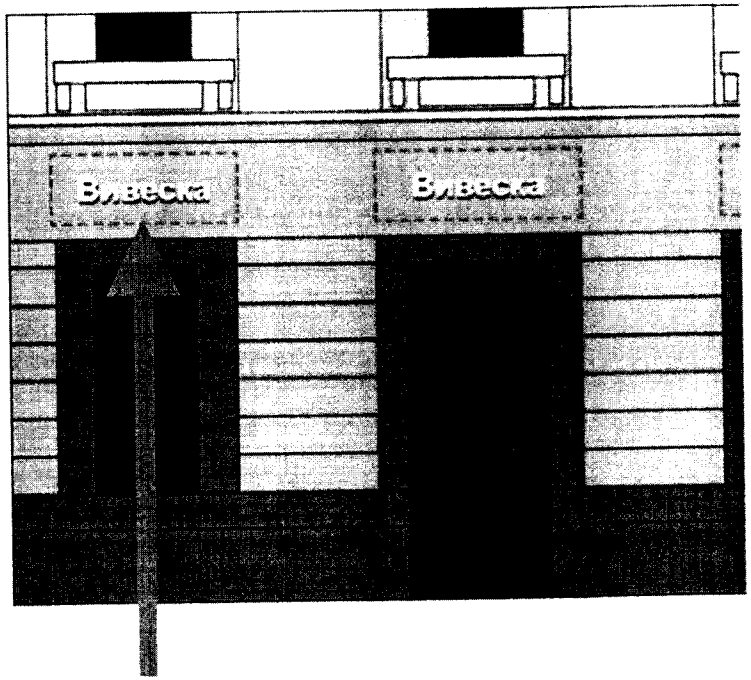




Не закривати деталі фасаду

Враховувати декоратуру фасаду

Прозоре регулювання

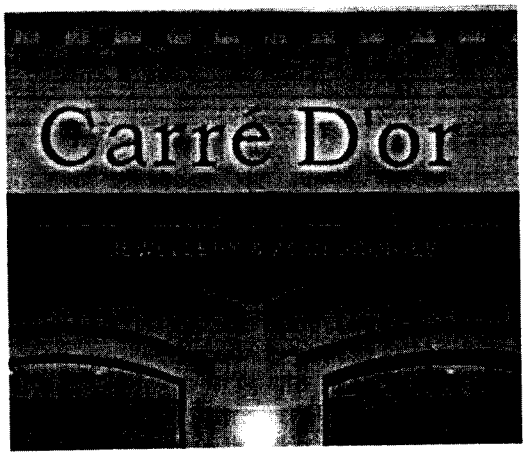


Зелені зони розміру на схемах фасадов

Як це зробити? – Типові для світу правила

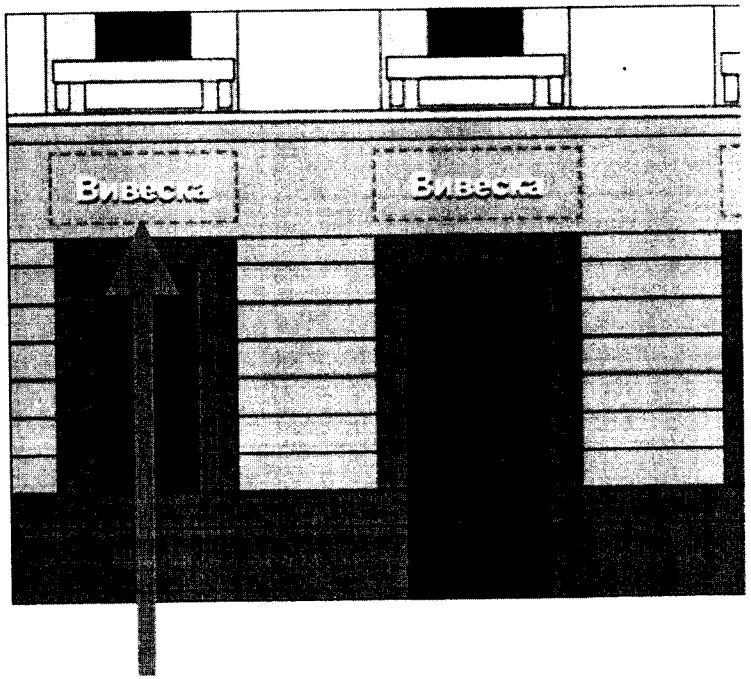
Як на фасаді можна?

Не заклеювати вітрини



Окремі букви замість лайтбоксів

Прозоре регулювання



Правила щодо загородження фасадів

Як зробити, щоб це працювало

1.

Правила – обов'язкові

Де можна?

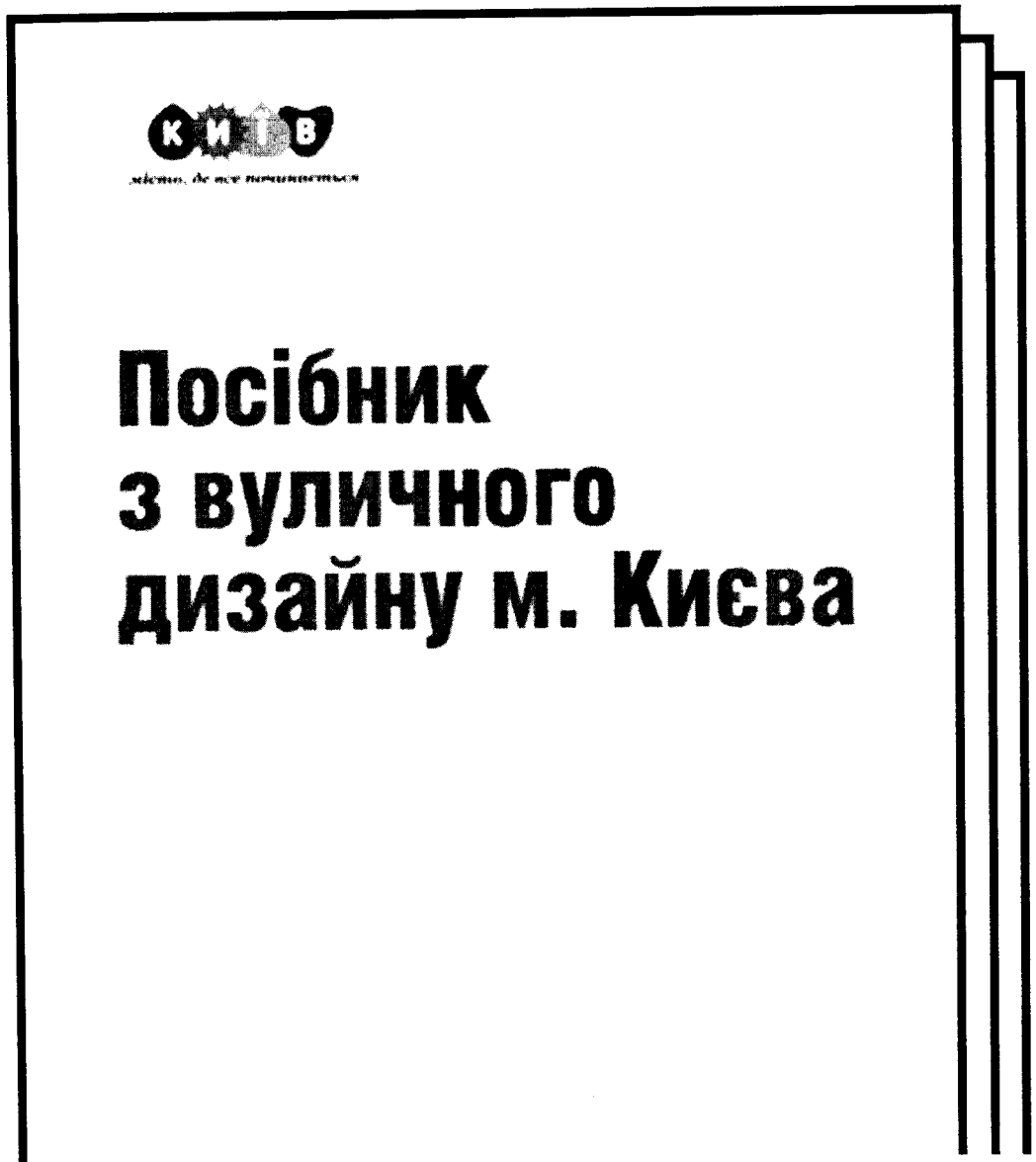
Як можна?

2.

Перехід – зрозумілий та цивілізований

Коли замінювати?

Комплекс нових правил дизайну вулиць



Молода команда Департамента Містобудування

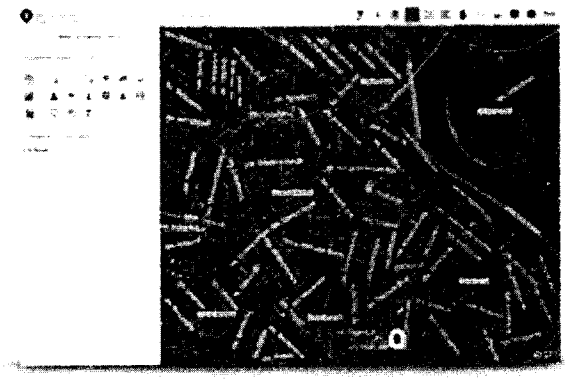
Проаналізовано 250 міст

Типові правила для цивілізованих міст світу

Прості приклади з Києва та Європи

Облік та фіксація: електроні заявки

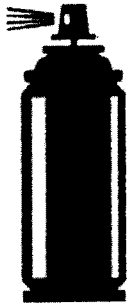
- Чистий фасад
- Що є зараз
- Проект
- Що зроблено



Містобудівний кадастр

Прозорий документообіг в електроному вигляді

Мурали



- Важливий активістський рух
- Починаються конфлікти зсередини середовища
- «Куда дивиться влада?»

Що потрібно зробити

Робоча група по правилах розміщення муралів

Місто фіксує домовленості середовища

Символіка Києва

- Зараз розміщення символікі Києва та районів є нелегальним

Що потрібно зробити

Затвердити символи: герб, лого, прапор міста

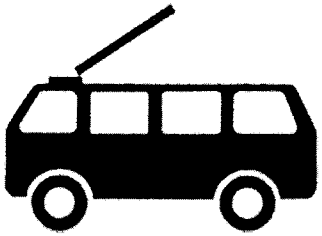
Вікдрити можливість створення брендів історичних районів *(Подол, Верхне місто, Липки тощо)*

Соціальна реклама

Що потрібно зробити

Віддати повноваження
щодо визначення пріоритету
розміщення соціальної реклами
Департаменту суспільних комунікацій

Реклама на транспорті



Що потрібно зробити:

Фасади споруд метро:

Перевести з категорії «Реклама на транспорті» до загального порядку

Метро та рухомий склад:

Окремий порядок та концепція розроблена разом

Дякуємо

Київ Містобудування

Департамент містобудування та архітектури
Київської Міської Державної Адміністрації

kga.gov.ua