

Предложения по внесению изменений в Правила благоустройства, утвержденные Постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 31.01.2017 № 40, в части Эстетического регламента наружной рекламы и информации
Часть 1

| Текущая редакция | Предлагаемая редакция | Обоснование |
|---|---|---|
| <p>2.4.2. В зависимости от размера информационного поля рекламные конструкции подразделяются на поля:</p> <p>площадь одного информационного (рекламного) поля (стороны) от 2,16 кв. м включительно и до 4,2 кв. м включительно (далее - рекламные конструкции малых форматов);</p> <p>площадь одного информационного (рекламного) поля (стороны) от 4,2 кв. м включительно и до 9,36 кв. м включительно (далее - рекламные конструкции средних форматов);</p> <p>площадь одного информационного (рекламного) поля (стороны) более 9,36 кв. м включительно и до 60 кв. м включительно (далее - рекламные конструкции крупных форматов);</p> <p>площадь одного информационного (рекламного) поля (стороны) от 60 кв. м включительно и более (далее - рекламные конструкции особо крупных форматов).</p> | <p>2.4.2. В зависимости от размера информационного поля рекламные конструкции подразделяются на следующие:</p> <p>площадь одного информационного (рекламного) поля (стороны) от 0,96 кв. м включительно и до 4,2 кв.м включительно (далее – рекламные конструкции малых форматов);</p> <p>площадь одного информационного (рекламного) поля (стороны) более 4,2 кв.м и до 9,36 кв.м включительно (далее – рекламные конструкции средних форматов);</p> <p>площадь одного информационного (рекламного) поля (стороны) более 9,36 кв.м и до 60 кв.м включительно (далее – рекламные конструкции крупных форматов);</p> <p>площадь одного информационного (рекламного) поля (стороны) более 60 кв.м (далее – рекламные конструкции особо крупных форматов).</p> | <p>Ограничение малых форматов минимальным размером 2,16 кв. м не является обоснованным. Рекламные конструкции меньшего формата не противоречат законодательству и не наносят ущерба архитектурному облику города. Учитывая вышесказанное, просим установить минимальный размер малого формата 0,96 кв. м.</p> |
| <p>2.5. Максимальная высота рекламных конструкций территории, на которой расположены объекты жилой застройки составляет 10 м, в остальных случаях-18 м.</p> | <p>2.5. Максимальная высота рекламных конструкций, расположенных на расстоянии менее 30 м до жилого здания от проекции ближайшей точки рекламной конструкции, составляет 18 метров.</p> | <p>Действующая редакция данного пункта исключает возможность установки суперсайтов.</p> <p>Кроме того, Закон Санкт-Петербурга № 820-7 содержит требования по максимальной высоте застройки в целях защиты объектов культурного наследия. Данные требования являются достаточными и для рекламных</p> |

| | | |
|---|---|--|
| | | конструкций. При этом в целях обеспечения комфортных условий проживания предлагается установить максимальную высоту в 18 м для конструкций, расположенных ближе 30 м до жилых домов. |
| 2.6. При размещении рекламных конструкций, планируемых к размещению в одном направлении (на одной стороне проезда, улицы, магистрали, одном разделительном газоне) и предназначенных для обзора с одного направления: | Исключить | |
| <p>2.6.1. Расстояние от края информационного поля рекламной конструкции до фасада ближайшего здания, сооружения или его любого конструктивного элемента, а также ограждения должно обеспечивать ширину свободного прохода не менее 3 м и составлять:</p> <p>для рекламных конструкций малого формата не менее 3 м, за исключением рекламных конструкций малого формата, совмещенных с павильонами ожидания городского пассажирского транспорта;</p> <p>для рекламных конструкций среднего и крупного формата не менее 6 м,</p> <p>для рекламных конструкций особо крупного формата не менее 12 м.</p> | <p>2.6.1. Расстояние от края информационного поля рекламной конструкции, а если нижний край информационного поля располагается на высоте 3 м и более, то от опоры рекламной конструкции до фасада ближайшего здания, сооружения или его любого конструктивного элемента, ближайшего ограждения либо до края проезжей части хотя бы с одной стороны от рекламной конструкции должно составлять не менее 2,5 м для рекламных конструкций малых форматов и не менее 3 м – для остальных рекламных конструкций.</p> <p>Данное правило не распространяется на расстояния от рекламных конструкций до ограждений, установленных со стороны проезжей части, до зданий, сооружений, ограждений, расположенных над рекламной конструкцией, на рекламные конструкции малого формата, совмещенные с павильонами ожидания городского пассажирского транспорта, а также на случаи, когда ширина свободного</p> | <p>Данный пункт имеет своей целью обеспечить при размещении рекламных конструкций возможность свободного прохода пешеходов, а также механизированной уборки. При этом, утвержденная редакция содержит нецелесообразные требования по минимальным расстояниям до зданий и ограждений. Очевидно, что предложенные чрезмерные расстояния – 6 и 12 метров - не могут объясняться целями механизированной уборки и удобства прохода пешеходов. Кроме того, предложенная редакция не учитывает различные ситуации, когда указанное расстояние вообще не требуется, например, когда рекламная конструкция расположена вблизи дорожного ограждения, а проход и уборка осуществляется с противоположенной от рекламной конструкции стороны.</p> |

| | | |
|---|---|--|
| | <p>прохода до здания, сооружения, ограждения в результате установки рекламной конструкции не сокращается (свободным проходом также считается пространство под информационным полем рекламной конструкции, нижний край которого расположен на высоте 3 м и более)</p> | <p>В то же время указанные в данном пункте требования влекут невозможность размещения значительно количества наиболее качественных рекламоносителей, что крайне негативно отражается на характеристиках рынка наружной рекламы Санкт-Петербурга и ощутимо сокращает доходы городского бюджета от отрасли.</p> <p>Предлагаемые правки устанавливают достаточные расстояния, позволяющие достигнуть целей правового регулирования - свободного прохода пешеходов и механизированной в местах установки рекламоносителей.</p> |
| <p>2.6.2. Расстояние от края рекламной конструкции любого формата до края проезжей части должно составлять не менее 0,6 м.</p> | <p>Исключить</p> | |
| <p>Отсутствует</p> | <p>2.6.3. Расстояние от края информационного поля рекламной конструкции, нижний край которого располагается на высоте 3 м и более, до ближайшего жилого здания должно составлять не менее 3 м</p> | <p>Предлагается ввести минимальное расстояние до жилых зданий, которое будет обеспечивать комфорт проживающих в нем лиц, не создавая необоснованных ограничений для предпринимательской деятельности.</p> |
| <p>2.7. Расстояние между рекламными конструкциями малых форматов по отношению ко всем другим отдельно стоящим рекламным конструкциям должно составлять не менее 50 м.</p> | <p>2.7. При размещении рекламных конструкций, за исключением театральных афишных стендов и лайтпостеров, совмещенных с павильоном ожидания городского пассажирского транспорта, планируемых к размещению в одном направлении (на одной стороне проезда, улицы, магистрали, одном разделительном газоне) и</p> | <p>Предлагается ввести исключение к требованию о расстояниях между рекламными конструкциями в отношении театральных афишных стендов и лайтпостеров, совмещенных с ПОГТ.</p> |

| | | |
|---|---|--|
| | предназначенных для обзора с одного направления: | |
| Отсутствует | 2.7.1. Расстояние между рекламными конструкциями малых форматов по отношению ко всем другим отдельно стоящим рекламным конструкциям должно составлять не менее 50 м. | |
| Отсутствует | 2.7.2. Расстояние между рекламными конструкциями средних и крупных форматов по отношению к другим рекламным конструкциям средних и крупных форматов должно составлять не менее 100 м. | |
| Отсутствует | 2.7.3. Расстояние между рекламными конструкциями особо крупных форматов по отношению к другим рекламным конструкциям особо крупных форматов должно составлять не менее 200 м, по отношению к рекламным конструкциям средних и крупных форматов – не менее 100 м | Предлагается сократить чрезмерное минимальное расстояние между рекламными конструкциями особо крупных форматов до 200 метров, поскольку данное расстояние в полной мере позволяет не перегружать городское пространство скоплением особо крупных форматов. |
| Отсутствует | 2.7.4. В случае, если на одной стороне проезда, улицы, магистрали, одном разделительном газоне произошло пересечение с другой улицей или магистралью, расчет допустимых расстояний между рекламными конструкциями начинается снова. | |
| 2.8. Расстояние между рекламными конструкциями средних и крупных форматов по отношению к другим рекламным конструкциям средних и крупных форматов должно составлять не менее 100 м. | Исключить | |

| | | |
|---|--|--|
| <p>2.9. Расстояние между рекламными конструкциями особо крупных форматов по отношению к другим рекламным конструкциям особо крупных форматов должно составлять не менее 500 м, по отношению к рекламным конструкциям средних и крупных форматов - не менее 200 м, по отношению к рекламным конструкциям малых форматов - не менее 50 м.</p> | <p>Исключить</p> | |
| <p>2.10. Запрещается размещение рекламных конструкций: на лицевых фасадах, крышах зданий, сооружений; на ограждениях, объектах для размещения информации, опорах стационарного электрического освещения и на опорах контактной сети, оборудовании, архитектурных деталях и конструктивных элементах фасадов, элементах декора фасадов; в радиусе 50 м от границ территорий кладбищ; с нарушением единой объемно-пространственной композиции площадей и скверов; на путепроводах транспортных развязок.</p> | <p>2.10. Запрещается размещение рекламных конструкций: на ограждениях, объектах для размещения информации, опорах стационарного электрического освещения и на опорах контактной сети, оборудовании, архитектурных деталях и элементах декора фасадов; в радиусе 50м от границ территорий кладбищ на путепроводах транспортных развязок.</p> | <p>Необходимо привести эстетический регламент в соответствии Закону Санкт-Петербурга № 820-7 и устранить запрет на размещение рекламных конструкций на лицевых фасадах и крышах зданий.</p> <p>Понятие единой объемно-пространственной композиции не имеет определенного значения, поэтому невозможно оценить рекламную конструкцию на предмет соответствия или несоответствия данному критерию.</p> |
| <p>2.14. При размещении отдельно стоящих рекламных конструкций запрещается использование воздушных линий электропередачи.</p> | <p>2.14. При размещении отдельно стоящих рекламных конструкций использование воздушных линий электропередачи для подключения к электрическим сетям допускается в случае, если в пределах 50 м от места установки отдельно стоящей рекламной конструкции расположены воздушные линии электропередачи.</p> | <p>Полный запрет на использование воздушных линий электропередачи не позволит обеспечить электроэнергией большинство рекламных конструкций. Наличие вблизи рекламной конструкции воздушных линий электропередач оправдывает использование воздушного способа подключения, так как не</p> |

| | | |
|---|--|---|
| | | ухудшает внешний вид окружающей застройки. |
| <p>2.15. При размещении отдельно стоящих рекламных конструкций в окраске конструктивных элементов и обрамления информационного поля следует использовать:</p> <p>для лайтпостеров, дисплеев (электронное табло) - RAL 7024 или аналог в другой цветовой системе; для стенда для размещения театральных афиш - RAL 7024, RAL 6005 или аналог в другой цветовой системе, цвет декоративных элементов (шары) - золото, бронза;</p> <p>для ситибордов, лайтпостеров, остановочных пунктов движения общественного транспорта с рекламными конструкциями, щитов - RAL 7023 или аналог в другой цветовой системе;</p> <p>для суперсайтов, биллбордов, щитов магистральных - RAL 7035 или аналог в другой цветовой системе.</p> | <p>2.15. При размещении отдельно стоящих рекламных конструкций в окрасе конструктивных элементов и обрамления информационного поля следует использовать:</p> <p>для лайтпостеров, линз, дисплеев (электронное табло) – RAL 7005, RAL 7024 или аналог в другой цветовой системе; для стенда для размещения театральных афиш – RAL 7024, RAL 6005, RAL 7005 или аналог в другой цветовой системе, цвет декоративных элементов (шары) – золото, бронза;</p> <p>для ситибордов, линз, лайтпостеров, остановочных пунктов движения общественного транспорта с рекламными конструкциями, щитов – RAL 7005, RAL 7023, RAL 7045 или аналог в другой цветовой системе;</p> <p>для суперсайтов, биллбордов, щитов магистральных – RAL 7035, RAL 7045 или аналоги в другой цветовой системе</p> | <p>Текущая редакция эстетического регламента противоречит ранее размещенному Комитетом по печати и взаимодействию со средствами массовой информации проекту изменений в схему размещения рекламных конструкций в части допустимых к использованию цветов. Предлагается устранить данное противоречие.</p> <p>Используемый в настоящий момент RAL 7045, который предлагается ввести в число допустимых, более сочетается с иными элементами городской среды, например, с опорами Ленсвета, цветом асфальта. В то же время, указанный в утвержденной редакции Правил RAL 7035 является более светлым и будет вызывать диссонанс в городском пространстве.</p> <p>Кроме того, полагаем необходимым при изложении данного пункта учесть иные не запрещенные действующим законодательством форматы рекламоносителей.</p> |
| Отсутствуют | <p>2.17. Требования к размещению и внешнему виду рекламных конструкций на ограждениях строительных площадок на период строительства, реконструкции, капитального ремонта.</p> | |

| | | |
|-------------|--|--|
| | <p>2.17.1. Допускается размещение рекламной конструкции на ограждении территории строительства, высота которой не превышает высоты ограждения.</p> <p>2.17.2. Габариты рекламного поля определяются с учетом габаритов ограждения.</p> | |
| Отсутствует | <p>2.17.3. На ограждении одной строительной площадки допускается размещение нескольких рекламных конструкций встык с максимальной общей длиной не более длины ограждения.</p> | |
| Отсутствует | <p>2.17.4. Материалы и технологии, применяемые для изготовления рекламной конструкции должны обеспечивать ровную окраску, равномерные зазоры конструкции, отсутствие внешнего технологического крепежа.</p> | |
| Отсутствует | <p>2.17.5. Рекламная конструкция должна быть выполнена в соответствии с требованиями проектной документации, изготовленной соответствующей компетентной организацией в соответствии с действующими СП и ГОСТами.</p> | |
| Отсутствует | <p>2.17.6. Крепление рекламной конструкции к ограждению территории строительства должно быть скрытого типа.</p> | |

Часть 2

Бизнес-сообщество города Санкт-Петербурга, в связи ситуацией, возникшей в сфере согласования информационных и рекламных вывесок после вступления в силу Постановления № 40 от 31 января 2017 года об утверждении Правил благоустройства территории Санкт-Петербурга в части, касающейся эстетических регламентов объектов благоустройства и элементов благоустройства, Приложение № 6 (далее – Постановление), обращается к Вам с просьбой о пересмотре некоторых пунктов и параграфов Постановления.

С момента вступления в силу Постановления процесс согласования размещения информационных и рекламных конструкций крайне затруднен, а порой просто невозможен, в силу ряда причин, которые подробно освещены ниже, в следующем виде: пункт Постановления курсивом, комментарий к нему и перечисление необходимых изменений (выделены цветом):

1. *1.1.4. . Не допускается размещение вывесок, указателей, меню на фасадах в границах жилых помещений, а также в уровне выше второго этажа в случае если помещение, принадлежащее заинтересованному лицу, расположено в многоквартирном доме.*

В Санкт-Петербурге существует значительное количество зданий, в том числе и жилых многоквартирных, где под офисные либо коммерческие помещения отведены не только первые, но и вторые и третьи этажи, встречаются также коммерческие помещения и на последних этажах.

Согласно этому пункту предприниматели, чьи помещения расположены выше первого этажа, практически лишены возможности разместить о себе информацию в виде информационной вывески, им предлагается, в лучшем случае, нечитаемая уже с расстояния более двух шагов табличка у входа. Таким образом, нарушается принцип предоставления участникам рынка равных условий, необходимый для соблюдения принципов антимонопольной политики, в части создания, развития, поддержания конкурентной среды, предупреждения и пресечения антиконкурентной практики. В связи с этим просим внести соответствующие изменения /дополнения/ в Постановление, а именно:

1.1.4. Не допускается размещение вывесок, указателей, меню на фасадах в границах жилых помещений, а также в уровне выше второго этажа в случае если помещение, принадлежащее заинтересованному лицу, расположено в многоквартирном доме на первом этаже. В случаях, когда помещение, принадлежащее заинтересованному лицу, расположено в многоквартирном доме на втором, третьем и выше этажах, допускается размещение вывески после индивидуального рассмотрения специалистами Отдела рекламы и информации Управления эстетики и монументального искусства (далее - ОРИ УЭиМИ)

- 1.1.6. Не допускается размещения вывесок, указателей, меню:
на козырьках;*

Согласно приведенного параграфа указанного пункта, предприниматели и организации, чьи помещения имеют входы, оборудованные козырьками, лишены возможности разместить какую-либо вывеску на козырьке. Нередко, ввиду особенностей архитектурного решения фасада (декоративные элементы, наличники), либо ввиду особого расположения помещения (окна выходят во двор), козырек является единственным местом, где технически возможно размещение вывески.

Просим данный пункт дополнить следующим образом: *«Не допускается размещение вывесок, указателей, меню на козырьках, за исключением случаев, когда такой способ размещения вывески является единственно возможным»*

1.1.6. Не допускается размещения вывесок, указателей, менюв композиции исторических порталов, если это не предусмотрено архитектурным решением фасада;

Как правило, таких решений просто не существует. Просим предусмотреть альтернативное решение.

1.1.6. Не допускается размещения вывесок, указателей, менюна воротах, оградах, в том числе с креплением на ограждения витрин, прямков и на защитные решетки окон;

В промышленных зонах Санкт-Петербурга функционируют многочисленные предприятия автосервиса, шиномонтажные мастерские, и в основном они расположены за ограждениями, ограничивающими или исключаящими визуализацию стен временных строений, в которых расположены эти мастерские. Также, в спальных районах, за пределами центра города, в пригородных зонах, которые подчиняются постановлениям г. Санкт-Петербурга - г. Колпино, г. Сестрорецк, г. Пушкин и т.д., осуществляют свою деятельность кафе и торговые павильоны, расположенные за оградами, и теперь все эти организации будут вынуждены либо работать без вывесок и указателей, что приведет к уже описанной ситуации нарушения принципов антимонопольной политики, либо размещать объекты для размещения информации (далее – ОРИ) без согласования, на свой страх и риск, что повлечет за собой наложение административных взысканий в виде штрафов.

Просим пересмотреть данный параграф, дополнив его следующим образом:

« 1.1.6.1на воротах, оградах при условии затрудненности или невозможности визуализации фасадов строений или сооружений, расположенных за ограждениями, в том числе и по причине их удаленности от ограждения, допускается размещение информационных вывесок в следующих видах:

1) объемные буквы на раме, при этом нижний край вывески должен быть расположен не ниже 1,5 м от поверхности тротуара, габаритная высота ОРИ не должна превышать 550 мм, а высота строчного знака не должна превышать 450 мм.

2) информационной таблички с площадью информационного поля не более 0,5 м.кв,

при этом нижний край таблички должен быть расположен не ниже 1,5 м от поверхности тротуара, а габаритная высота ОРИ не должна превышать 600 мм.

1.1.6. Не допускается размещения вывесок, указателей, менюна крышах некапитальных объектов, в том числе нестационарных торговых объектов, за исключением случаев, когда на указанных объектах имеется выделенное архитектурное поле;

На крышах указанных объектов в 90 % случаев выделенных полей нет, т.о., априори обращение 90 % представителей малого и среднего бизнеса, осуществляющих свою деятельность в таком павильоне, за согласованием вывески на крыше этого павильона приведет к отказу в размещении вывесок.

В связи с этим просим внести изменения /дополнения/ в Постановление, а именно: вместо запрета на размещение на крышах НТО, козырьках, в поле порталов, на ограждениях ввести определенное ограничение по формату, цвету, типу размещаемых на крышах конструкций, либо выработать стандарт типовых конструкций, допустимых к размещению в перечисленных ситуациях.

2. 1.2.9. В композиционно-графическом решении допускается использование следующих гарнитур шрифтов:

1.2.9.1. Антиквенные шрифты

| Группа | Название гарнитуры |
|--|---|
| Антиква старого стиля (Ренессансная антиква) | Kis, Lazurski, Aldine 401, Arno |
| Переходная антиква | Georgia |
| Антиква нового стиля (Классицистическая антиква) | Oranienbaum, ПТ Елизаветинская , Bodoni, Didot |
| Шрифты в латинском стиле | PT Serif Pro |
| Брусковая антиква | Academy, Luga, SchoolBook, Journal (Журнальная), Вакцина (Vaccine), Baltica |

1.2.9.2. Гротески или рубленые шрифты

| Группа | Название гарнитуры |
|--------------------------|--|
| Старые гротески | ITC Franklin Gothic, Gothic 725, Nat Grotesk, TextBook, Textbook New |
| Новые гротески | Akcidenz Grotesk, Helvetica, Univers |
| Геометрические гротески | ITC Avant Garde Gothic, Futura, Journal Sans, Journal Sans New Display, ITC Kabel |
| Гуманистические гротески | Gill Sans (Humanist 521), FreeSet (Frutiger), Barnaul Grotesk, ITC Officina Sans, PT Sans Pro, ITC Stone Sans, Verdana |

1.2.9.3. Акцидентные и рукописные шрифты

| Группа | Название гарнитуры |
|-----------------------------------|--|
| Акцидентные шрифты: | |
| Шрифты в стиле модерн | ITC Korinna, Secession, Pollock, Hermes, Farer |
| Шрифты в стиле конструктивизма | Rodchenko (Steinbach), Bauhaus Futura, Gazetta |
| Рукописные шрифты: | |
| Шрифты с исторической стилизацией | Retropekan, Roundhand |

На территории Санкт-Петербурга ведёт хозяйственную, коммерческую, торговую деятельность огромное количество предприятий и организаций, представителей малого и среднего бизнеса. Существенная их доля приходится на предприятия, работающие по договору франшизы, агентскому договору, дилерскому соглашению. Такие организации в рамках выполнения заключенных договоров обязаны использовать товарные знаки /знаки обслуживания/ организаций-партнеров, чьи товары /услуги/ они продвигают на рынке.

Общеизвестно, что такие знаки имеют определенный шрифт, определенное соотношение между шрифтовой и графической частями логотипа, определенное цветовое решение и, как правило, зарегистрированы Роспатентом, либо патентной службой иностранного государства. Игнорирование требований договора франшизы/ дилерского соглашения/ может повлечь за собой его расторжение, изменение и ухудшение его условий, невозможность дальнейшего ведения бизнеса. В равной степени ущемляются и права организаций, являющихся правообладателями товарных знаков.

Между тем, вышеприведенный пункт Постановления исчерпывает допустимые к использованию шрифты приведенным в нём перечнем. Излишне упоминать, что этот императив ставит предпринимателей-франчайзи перед выбором – нарушение условий договора франшизы, с вытекающими отсюда негативными последствиями для бизнеса, или административное правонарушение в виде размещения вывески без согласования, ввиду невозможности согласовать написание зарегистрированного логотипа франчайзера.

Для организаций, уже имеющих ранее согласованные вывески, и желающих по окончании срока действия документа произвести пролонгацию согласования, данный пункт Постановления становится причиной неоправданных, вынужденных дополнительных расходов на изготовление новой вывески, выполненной требуемым шрифтом. В условиях кризиса для определенного сегмента малого бизнеса такие расходы могут оказаться просто непосильными.

С целью исключения подобных ситуаций, представляющих препятствие к развитию малого и среднего бизнеса в нашем городе, предлагаем перечень гарнитур шрифтов рассматривать, как рекомендуемые, а не единственно допустимые, о чем сделать в тексте Постановления соответствующее дополнительное пояснение.

3. *1.2.18. Заинтересованное в размещении вывесок, указателей, меню лицо обеспечивает равномерную окраску фасада в предполагаемом месте размещения вывесок, указателей, меню.*

Не допускается монтаж вывесок, указателей, меню на фасад, имеющий следы, отверстия, повреждения.

Данный пункт, фактически, запрещает размещение ОРИ на большинстве фасадов зданий, расположенных в исторической части города, так как в основном все эти здания имеют фасады с повреждениями, отверстиями, неравномерной окраской, следами эксплуатации, в большей или меньшей степени. Исключение составляют только новостройки, недавно введенные в эксплуатацию. Производство же работ по ремонту и окраске фасада, во-первых, требует ряда согласовательных процедур в Управлении ландшафтной архитектуры Комитета по градостроительству и архитектуре (далее – УЛА КГА), во-вторых, влечет за собой дополнительные расходы, усложняя таким образом процесс согласования ОРИ. Если же учесть, что значительная часть зданий в исторической части города является объектами культурного наследия и находится под охраной КГИОП, то статус производимых работ переходит из разряда ремонтных в реставрационные, получить согласование на которые в КГИОП - задача по силам далеко не каждому, как технически, так и финансово. Не секрет, что ряд согласований в КГИОП сопряжён с предоставлением в Комитет результатов историко-культурной экспертизы, стоимость заказа которой составляет десятки тысяч рублей. Пути решения мы видим в переносе данного параметра из разряда обязательных в разряд рекомендуемых, с индивидуальным подходом в каждом из случаев.

1.2.19. Не допускается размещения вывесок, указателей, меню на фасаде здания, сооружения с ценной отделкой (каменная, терразитовая, керамическая, фактурная).

Соблюдение этого пункта приводит к тому, что и на фасадах большинства новых, недавно построенных домов, за некоторым исключением, вывески размещать нельзя, т.к. очень часто первые этажи высотных жилых домов проектируются с отделкой из натурального камня или керамогранита. Не на всех фасадах есть возможность закрепить вывески «подвесом» за выступ, как это практиковалось до сих пор. Во множестве случаев облицовка первых этажей фасадов таких зданий выполнена в единой плоскости с остальным фасадом, и закрепить вывеску щадящим путем просто не за что.

Решением проблемы может стать разработка стандартного типа направляющих для вывесок, с возможностью смены буквенной части и логотипа в случае смены арендатора помещения. Такой подход позволит минимизировать повреждения облицовки, не ущемляя прав организаций и предпринимателей на размещение информации о себе над входом и окнами помещения.

1.2.20. Подсветка вывесок, указателей, меню должна быть равномерной, обеспечивать видимость в вечернее время, излучать немерцающий, приглушенный, рассеянный свет.

1.2.23. Допускается использование следующего цвета света: теплый, белый (цветовая температура 2900-4000 К).

При использовании белых светодиодов в темное время суток восприятие цветового решения меняется, например, вывеска красного цвета становится оранжевой.

Предлагаем вопрос о цветовой характеристике светодиодов оставлять на рассмотрение специалиста *ОРИ УЭиМИ* в каждом конкретном случае, прописав это в пункте Постановления.

4. 1.3.7. В случае, если один вход в здание обеспечивает проход к нескольким организациям (более одной), то есть является общим для нескольких организаций (более одной), размещение настенных вывесок над общим входом не допускается.

Не совсем понятно, каковы же рекомендации и альтернативные варианты по размещению ОРИ в таких случаях. Данный пункт не учитывает интересы предпринимателей, оказавшихся в описываемой ситуации. Просим предоставить альтернативные варианты размещения ОРИ.

1.3.8. Допустимые габариты настенных вывесок рассчитываются исходя из габаритов мест размещения настенных вывесок с учетом визуальных полей (боковых, нижнего, верхнего).

В случае размещения настенных вывесок на рустованной поверхности фасада высота настенной вывески не может превышать высоту одного квадрата.

1.3.9. В зависимости от фасадных решений и композиционных приемов допускается высота настенной вывески в виде отдельных букв 250-400 мм для строчных знаков.

1.3.10. Максимальная высота настенной вывески в виде отдельных букв - не более 550 мм с учетом требований пункта 1.3.8 настоящего приложения.

Максимальная высота настенной вывески иного конструктивного решения - не более 620 мм с учетом требований пункта 1.3.8 настоящего приложения.

Соблюдение перечисленных требований приведет к массовому демонтажу ранее согласованных вывесок на фасадах зданий и торговых комплексов (далее – ТК), расположенных далее 20 метров от проезжей части.

Не учтены интересы предпринимателей, которые своими силами и за свой счет разрабатывали на протяжении предшествующих лет **Концепции размещения вывесок на фасаде** (далее – Концепции). Упомянутые Концепции ранее были согласованы в Комитете по градостроительству и архитектуре (далее КГА), и на основании именно этих Концепций предприниматели/ заявители должны были проектировать и изготавливать свои вывески.

Из данного пункта следует, что демонтажу подлежат теперь почти 70 % конструкций на фасадах отдельно стоящих зданий, как то: торговые центры, торгово-развлекательные комплексы, аэропорты, стадионы и др.

Мы полагаем, что прописывать четкие размеры вывесок при рассмотрении размещения на фасадах ТК, ТРЦ нельзя, т.к. в этих случаях критериями должны быть прежде всего читаемость, соразмерность фасаду, хорошее визуальное восприятие, упорядоченность.

5. 1.4. Специальные требования к размещению и внешнему виду вывесок в витринах:

1.4.3. Габариты вывесок в витринах, устанавливаемых на остеклении витрины в виде отдельных букв:

в высоту до 0,3 м, в длину - длина остекления витрины;

толщина букв - не более 50 мм;

максимальный размер высоты букв - 0,15 м.

1.4.4. Площадь пленочного изображения информационного характера, при размещении на поверхности остекления витрин составляет не более 1/10 поля крупных витрин (площадью свыше 2 кв.м) и не более 1/5 витрин площадью до 2 кв.м.

Недопустимо прописывать размеры вывесок такого маленького габарита без учета ширины тротуара, отдаленности фасада здания от проезжей части, визуальной доступности плоскостей остекления. С учетом требования п.1.2.19. (*Не допускается размещения вывесок, указателей, меню на фасаде здания, сооружения с ценной отделкой (каменная, терразитовая, керамическая, фактурная)*), данный пункт лишил предпринимателей возможности полноценно информировать о себе потребителей, нарушая тем самым принципы предоставления равных условий развития участникам рынка. *Просим увеличить нормативы следующим образом: «не более 1/6 поля крупных витрин (площадью свыше 2 кв.м) и не более 1/4 витрин площадью до 2 кв.м.»*

6. 1.5. Специальные требования к размещению и внешнему виду консольных вывесок и консольных указателей:

1.5.1. Консольные вывески размещаются в случае невозможности размещения настенных вывесок у арок, на границах и углах зданий, сооружений, а также при протяженной и сложной архитектурной линии фасада здания, сооружения в местах архитектурных членений фасада.

Размещение заинтересованным лицом настенной вывески исключает возможность размещения консольной вывески.

Пункт не учитывает интересы предпринимателей, чьи вывески в силу графических особенностей наименования, или обозначения сферы деятельности требуют на фасаде больше места для написания, чем стандартные вывески, и при нехватке места могли бы разместить информацию, логотип, зарегистрированный знак на консольной вывеске.

Также просим отразить в тексте пункта возможность в ситуации *«при протяженной и сложной архитектурной линии фасада здания»* размещения консольной вывески именно в дополнение к фасадной, а не как единственно возможный вид ОРИ.

1.5.15. В случае размещения консольных вывесок, консольных указателей на рустованной поверхности стены, крепление осуществляется в руст.

В данном пункте требуется уточнить, что подразумевается под слова «крепление осуществляется в руст». КГИОП при рассмотрении возможности размещения консольных вывесок требует крепления в «швы между рустами». Таким образом, возникает противоречие между Комитетами в рекомендациях и требованиях к креплению.

7. 1.6.3. Размещение отнесенных вывесок на лицевом фасаде здания не допускается.

Пунктом не предусмотрены интересы предпринимателей в ситуациях, когда закончился срок ранее выданного разрешения на такую вывеску, а так же в отсутствии по техническим или иным причинам возможности размещения вывески на боковом фасаде здания.

Просим предусмотреть такие ситуации и отразить в тексте Постановления.

8. 1.8. Специальные требования к размещению и внешнему виду меню:

Предлагаем дополнить данный пункт параграфом следующего содержания:

1.8.9. Конструкция меню может быть выполнена с учетом возможности замены информации.

9. 1.10. Требования к размещению и внешнему виду вывесок на крышах:

1.10.1. Размещение вывесок на крыше допускается на магистралях и площадях с благоприятными условиями визуального восприятия, на зданиях, не имеющих выразительного силуэта.

Из данного пункта следует необходимость массового демонтажа в спальных районах крышных установок якорных арендаторов, при наличии на крыше бизнес-центра (далее – БЦ), торгово-развлекательного комплекса (далее - ТРК), ТЦ крышной конструкции с названием БЦ, ТРК, ТЦ.

Учитывая высокую стоимость данных ОРИ, невозможность после демонтажа их размещения на фасаде, ввиду недопустимых для фасадной вывески габаритов, означает для владельцев ОРИ значительные убытки, куда совокупно входят средства на уже изготовленные крышные вывески и средства, которые придется потратить на изготовление и монтаж новой, допустимой на фасаде, вывески.

Просим пересмотреть данный пункт, уточнив, что подразумевается под термином «выразительный силуэт», и что не подпадает под эту классификацию. При согласовании размещения крышных конструкций на таких зданиях просим исходить из существующей на сегодняшний день ситуации, а также руководствоваться принципом индивидуального подхода к каждому подобному зданию, отразив этот принцип в тексте Постановления.

1.10.2. Размещение вывесок на крыше допускается только в случае, если здание принадлежит заинтересованному лицу на праве собственности.

Пункт не учитывает интересы предпринимателей, которым на праве аренды принадлежат от 80% до 100% площадей здания, или на праве собственности принадлежат от 50% до 100% площадей. Крышные конструкции таких владельцев также подвергнутся массовому демонтажу, со всеми описанными в предыдущем комментарии последствиями.

Просим пересмотреть данный пункт, с учетом интересов и прав перечисленных категорий владельцев и арендаторов помещений.

1.10.3. Размещение нескольких вывесок на крышах зданий торговых комплексов допускается в случае, если указанные вывески предусмотрены проектом благоустройства, согласованным с Комитетом по градостроительству и архитектуре, с учетом требований пункта 1.10.1 настоящего приложения.

Разрешения на крышные установки, выданные ранее на базе согласованных с КГА концепций (которые разрабатывались для использования не на один год), не соответствуют ныне действующему Постановлению. В КГА не признают валидными даже Концепции, согласованные в 2015 - 2016 годах, в связи с чем встает вопрос о необходимости их полной переделки с учетом требований нового Постановления. При этом формат Проекта благоустройства, предлагаемого взамен действовавших до января 2017 г. Концепций, остается неясным, не называются сроки, в которые формат будет определен, а в это время сроки действия выданных ранее Разрешений подходят к концу, и предприниматели и организации, в отсутствие определенности в этом вопросе, вынуждены стоять перед выбором – продолжать эксплуатировать ранее согласованную конструкцию или демонтировать её. В обоих случаях владелец вывески несет неоправданные убытки. Просим пересмотреть данный пункт и внести изменения.

1.10.4. При неравномерной высоте застройки размещение вывесок на крышах зданий, сооружений должно осуществляться на здании или на части здания, имеющей меньшую высоту.

Меньшая высота может быть у части здания или сооружения, размещение крышной конструкции на которой будет противоречить законам симметрии и являться причиной неблагоприятного визуального восприятия. Просим скорректировать данный пункт, путем добавления следующего текста: «1.10.4. При неравномерной высоте застройки размещение вывесок на крышах зданий, сооружений должно осуществляться на здании или на части здания, имеющей меньшую высоту, если это не нарушает сбалансированности зрительного восприятия фасадов здания.

1.10.5. Установка вывесок на крышах зданий, сооружений должна осуществляться на расстоянии не более 1,0 м от карниза и не менее 1,0 м от края кровли в глубину, если это не противоречит архитектурно-градостроительному облику здания, сооружения.

Необходимо пояснить, как в этом подпункте, так и в других местах, где данная формулировка имеет место, что именно противоречит архитектурно-градостроительному облику здания, сооружения. Без соответствующих пояснений, хотя бы в краткой, тезисной форме, на основании данного пункта можно отказать в размещении любой крышной установки, по принципу «мне так не нравится».

1.10.10. Высота вывесок на крышах:

не более 0,80 м для 1-2 этажных объектов;

не более 1,20 м для 3-5 этажных объектов;

не более 1,80 м для 6-9 этажных объектов;

не более 2,20 м для 10-15 этажных объектов;

не более 3 м - для объектов, имеющих 16 и более этажей.

По этому пункту 90 % ранее согласованных крышных ОРИ не подлежат пролонгации, а их демонтаж и изготовление новых вывесок повлечет за собой новые значительные расходы.

Максимальная высота вывески, выполненной в соответствии с требованиями данного пункта, на здании высотой в 9 этажей просто не будет читаться.

1.10.11. Ширина вывесок на крыше здания, сооружения не может превышать половину ширины фасада здания, сооружения, на котором они размещены.

Пункт не учитывает здания и сооружения, имеющие малую протяженность по ширине в сочетании с большой высотой. Крышная конструкция на таком здании, состоящая, например, из нескольких слов названия «Северо-Западный Центр Дорожной и Коммунальной Техники», или «Санкт-Петербургский экспериментально-механический завод» при соблюдении требований, может превысить по длине половину ширины фасада.

Просим о переносе данного параметра из разряда обязательных в разряд рекомендуемых, с индивидуальным подходом в каждом из случаев.

10. 2. Требования к внешнему виду и размещению наружной рекламы

2.10. Запрещается размещение рекламных конструкций: на лицевых фасадах, крышах зданий, сооружений;

Просим внести изменение в данный пункт, в связи с ущемлением прав владельцев **некапитальных** строений типа автосервисов, автомоек, автозаправочных станций в возможности размещения ими рекламных конструкций на стенах и перегородках находящихся в собственности некапитальных строений. Размещение рекламных конструкций в указанных местах не нарушает архитектурного облика Санкт-Петербурга, так как расположены эти предприятия вне исторического центра города, в отдалении от магистралей, в промышленных зонах. Более того, размещение этих рекламных конструкций, не нарушая городскую среду, принесет свою лепту в бюджет города, в виде государственной пошлины за выдачу разрешений на размещение рекламных конструкций.

Просим внести изменения в указанный пункт в виде следующего дополнения и уточнения *«2.10. Запрещается размещение рекламных конструкций: на лицевых фасадах, крышах зданий, сооружений, за исключением плоскостей перегородок моечных и ремонтных боксов временных сооружений автомоек и автосервисов, фасадов автозаправочных комплексов;*

На основании изложенного просим Вас принять меры по пересмотру вышеперечисленных пунктов Постановления Правительства Санкт-Петербурга № 40 в части, касающейся регламента размещения и согласования объектов информации и рекламных конструкций в Санкт-Петербурге.