

ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ



СОСТАВИЛ
ГЛАВНЫЙ АРХИТЕКТОР ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
Орёл 2016



ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И ПРИНЦИПЫ

Настоящие правила разработаны для целей соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки на территории Должанского района Орловской области и служат для определения типов и видов конструкций, размещаемых на зданиях, строениях и сооружениях, а также мест их размещения.

Настоящие правила разработаны для решения следующих задач:

- сохранение архитектурного облика поселения или городского округа;

- сохранение целостности историко-культурного и природного комплекса территорий;

- определение критериев оценки, архитектурных решений, используемых при размещении конструкций;

- прозрачность принятия решения при размещении конструкций на зданиях, строениях, сооружениях;

- обеспечение на территории Должанского района Орловской области единства рекламного информационного пространства;

- предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе;

- пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

При проектировании размещения рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях, размещаемых в цепях информирования о находящихся в этих зданиях и сооружениях организациях, индивидуальных предпринимателях, должны учитываться архитектурно-композиционные решения фасада здания, на котором будет размещена конструкция. Внешний облик конструкций должен гармонировать с окружающим городским ландшафтом.

Основными принципами выбора художественного решения конструкций на зданиях и сооружениях являются:

- сохранение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, архитектурного своеобразия, декоративного убранства, а также цельного и свободного восприятия фасадов;

- создание комфортного визуального пространства;

Таким образом, при правильном использовании вышеупомянутых рекомендаций, мы, несомненно,отрегулируем рекламную площадь, делая нашv область более красивой и удобной.



ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЕ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ПРАВИЛАХ

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

Рекламная конструкция - средство распространения рекламы с использованием стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений.

Крупногабаритная рекламная конструкция - конструкция, площадь информационного поля, которой составляет свыше 20 кв. м.

Ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

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

Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

Информационное поле рекламной конструкции - часть рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы.

Зеленая зона - специальные области на фасадах, отведенные для размещения вывесок.

Вывеска - конструкция, содержащая информацию о наименовании организации, находящейся в данном месте, например, «магазин одежды», «агентство недвижимости»; «салон красоты «каприз», «аптека №9», вывеска располагается на фасаде здания единожды, как правило, над входом и служит для идентификации места размещения той или иной организации.



ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЕ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ПРАВИЛАХ

Информационная вывеска - конструкция, содержащая информацию об организации, находящейся в данном месте, которая обязательна к размещению в силу требований законодательства и включает в себя фирменное наименование, наименование организации, юридического лица, адрес, режим работы. Информационная вывеска располагается на плоских участках фасада, свободных от архитектурных элементов, непосредственно у входа (справа или слева) в здание, помещение в котором находится данная организация или на входных дверях в здание, помещение, не выше уровня дверного проема. Параметры информационной вывески не должны превышать размеров 60 см на 40 см.



ОБЛАСТЬ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПРАВИЛ

Настоящие правила распространяются на:

- наружную рекламу с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, независимо от места их производства, если размещение рекламы осуществляется на территории Должанского района Орловской области.
- политическую рекламу, в том числе предвыборную агитацию и агитацию по вопросам референдума;
- справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой;
- вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера;
- объявления физических или юридических лиц.

СРОКИ РАЗМЕЩЕНИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

Федеральное законодательство устанавливает сроки, на которые могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы.

Конкретные сроки договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на здании, находящихся в государственной или муниципальной собственности, устанавливаются в зависимости от типа и вида рекламной конструкции, применяемых технологий демонстрации рекламы в границах соответствующих предельных сроков.



ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

полное соответствие проекта рекламной конструкции и места ее размещения требованиям технического регламента;

полное соответствие установки рекламной конструкции в заявленном месте схеме размещения рекламных конструкций;

соблюдение требований нормативных актов по безопасности движения транспорта;

соблюдение требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании;

соответствие внешнему архитектурному облику и историческому облику объектов культурного наследия, включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации;

УТВЕРЖДЕНИЕ СХЕМЫ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ КОНСТРУКЦИИ

Орган местного самоуправления Должанского района Орловской области осуществляет утверждение схемы размещения рекламных конструкций на зданиях, независимо от форм собственности.

Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. Схема размещения рекламных конструкций должна обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности с указанием площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат предварительному согласованию с уполномоченным органом исполнительной власти соответствующего субъекта Российской Федерации в порядке, установленном высшим исполнительным органом государственной власти данного субъекта Российской Федерации.



ОГРАНИЧЕНИЯ ПРИ РАЗМЕЩЕНИИ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ПРИ УСТАНОВКЕ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

Рекламная конструкция не должна нарушать внешний архитектурный облик сложившейся застройки в Должанском районе Орловской области. Органы местного самоуправления Должанского района вправе определять типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории Должанского района Орловской области в том числе требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа или поселения.

Распространение наружной рекламы на объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации допускается в случаях и на условиях, которые предусмотрены в правилах размещения наружной рекламы Должанского района Орловской области и Федеральным законом от 25 июня 2002 года № 73-ФЗ "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации".

Не допускается размещение рекламных конструкций на зданиях, строениях, сооружениях, расположенных на территориях, входящих в границы заповедной зоны.

Не допускается размещение рекламных конструкций на ограждениях, заборах, конструктивных элементах мостовых сооружений, опорах освещения, опорах контактной сети.

Не допускается размещение крупногабаритных рекламных конструкций, включая крышные установки.



УСТАНОВКА И ЭКСПЛУАТАЦИЯ

Установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее также - разрешение), выдаваемого органом исполнительной государственной власти специальной компетенции Орловской области, осуществляющий функции по выработке региональной политики, нормативного правового регулирования, а также правоприменительные функции в сфере государственного имущества, земельных отношений.

Установка и эксплуатация рекламной конструкции без разрешения, срок действия которого не истек, не допускаются. В случае установки и (или) эксплуатации рекламной конструкции без разрешения, срок действия которого не истек, она подлежит демонтажу на основании предписания органа исполнительной государственной власти специальной компетенции Орловской области, осуществляющий функции по выработке региональной политики, нормативного правового регулирования, а также правоприменительные функции в сфере государственного имущества.

Размещение наружной рекламы осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламодателем, с соблюдением требований правил.

Установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются ее владельцем по договору с собственником здания к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором.

В случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции предполагается использовать общее имущество собственников помещений в многоквартирном доме, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции возможно только при наличии согласия собственников помещений в многоквартирном доме, полученного в порядке, установленном Жилищным кодексом Российской Федерации. Заключение такого договора осуществляется лицом, уполномоченным на его заключение общим собранием собственников помещений в многоквартирном доме. По окончании срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции обязательства сторон по договору прекращаются.



ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНЫХ ЩИТОВ РАЗМЕЩАЕМЫХ НА ЗДАНИЯХ

Предлагаем следующие правила для размещения внешней рекламы:

1. Внешняя реклама своим обликом, конструкцией и размещением не должна нарушать архитектурную целостность отдельных строений и улиц. Рекламные щиты должны иметь конкретную симметричность.

2. Рекламные конструкции не должны закрывать балконы, окна, двери, узоры фасадов и другие архитектурные элементы.

3. Рекламные конструкции не должны полностью закрывать промежутки между окнами и должны размещаться минимум на 20 см дальше от окон и дверей.

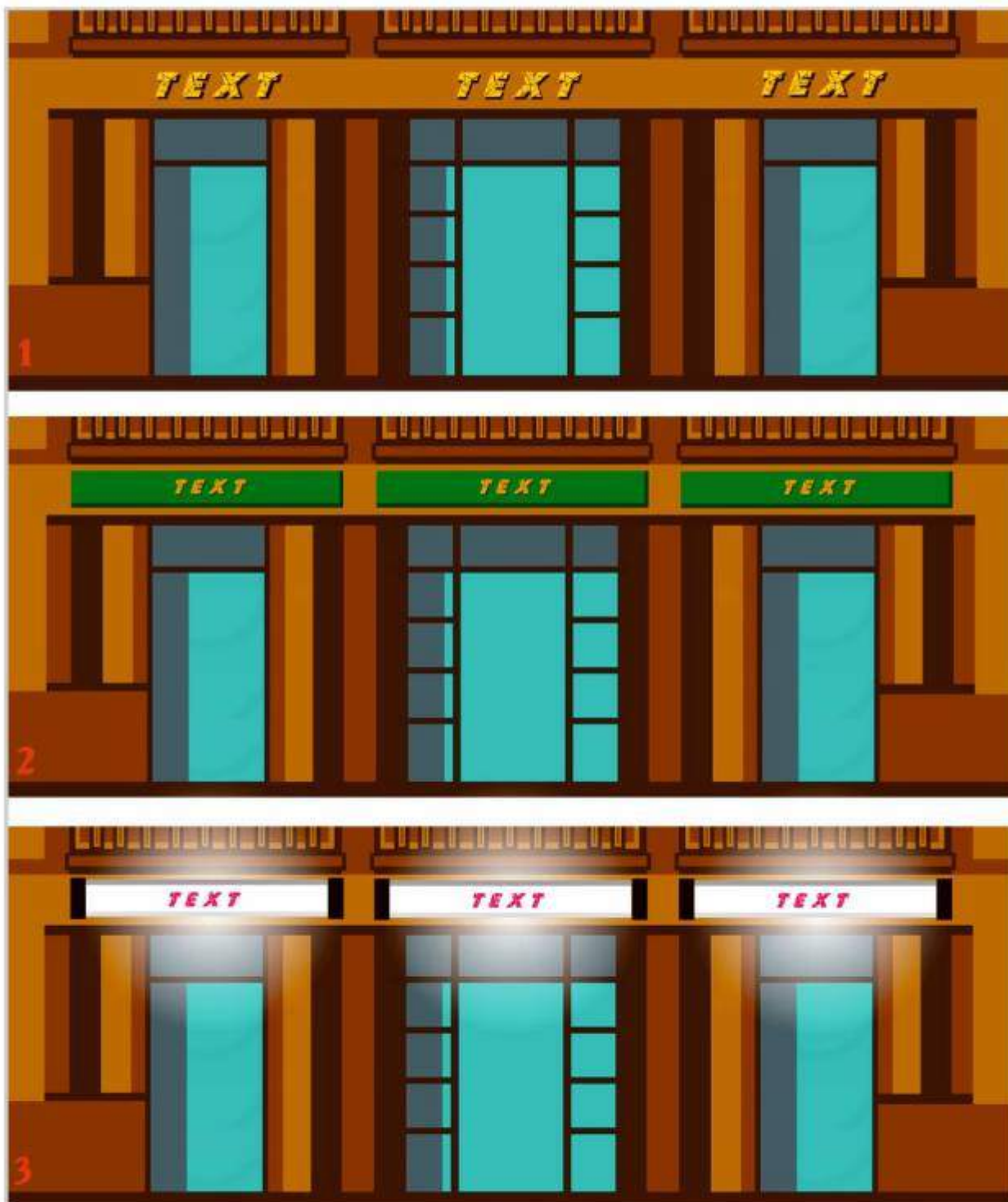
4. Рекламные конструкции так же должны быть симметричны по высоте, не должны пересекать видимую линию фасадных элементов (колонны, балконы, ниши, арки).

5. Результаты исследований показали, что высота рекламной конструкции должна быть от 60 до 90 см.

6. По мере возможностей могут применяться рекламные конструкции, опоясывающие фасады, которые в свою очередь будут подчеркивать общий стиль здания и визуально сделают рекламу симметричной.



КЛАССИФИКАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ ЩИТОВ В ГОРОДЕ ПО ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНОСТИ

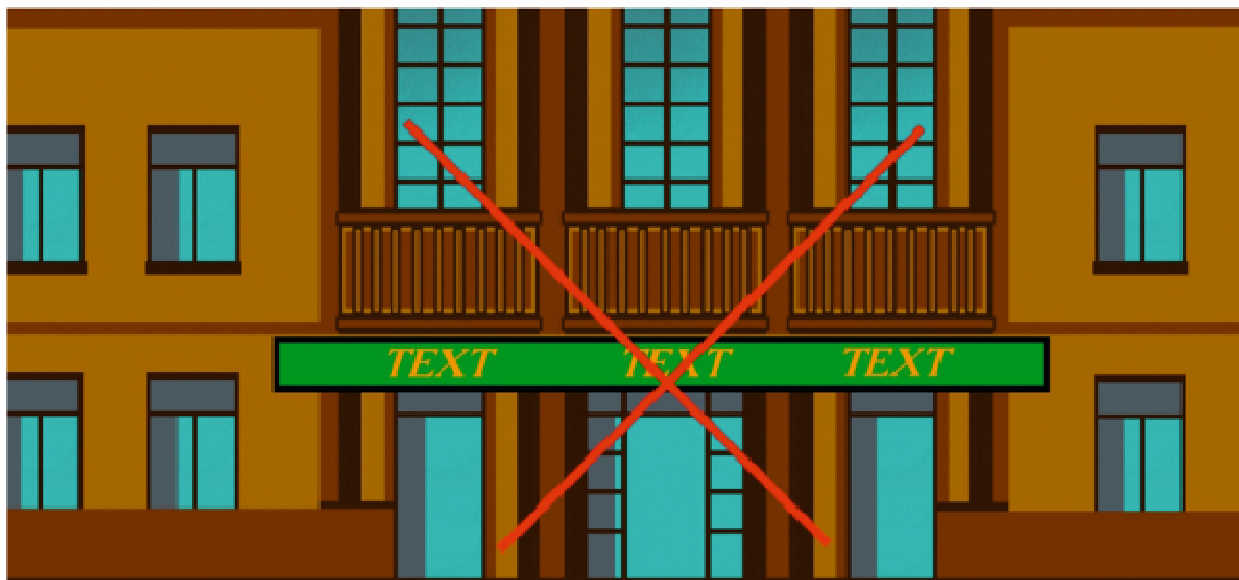


Более предпочтительны рекламные щиты без основания, состоящие из отдельных букв и знаков. Далее рекламные щиты на опорах, состоящие из отдельных букв и знаков. Менее предпочтительны лайтбоксы.



ПРЕНЕБРЕЖЕНИЕ АРХИТЕКТУРОЙ

Рекламный щит не соответствует архитектуре и не учитывает ее особенности.

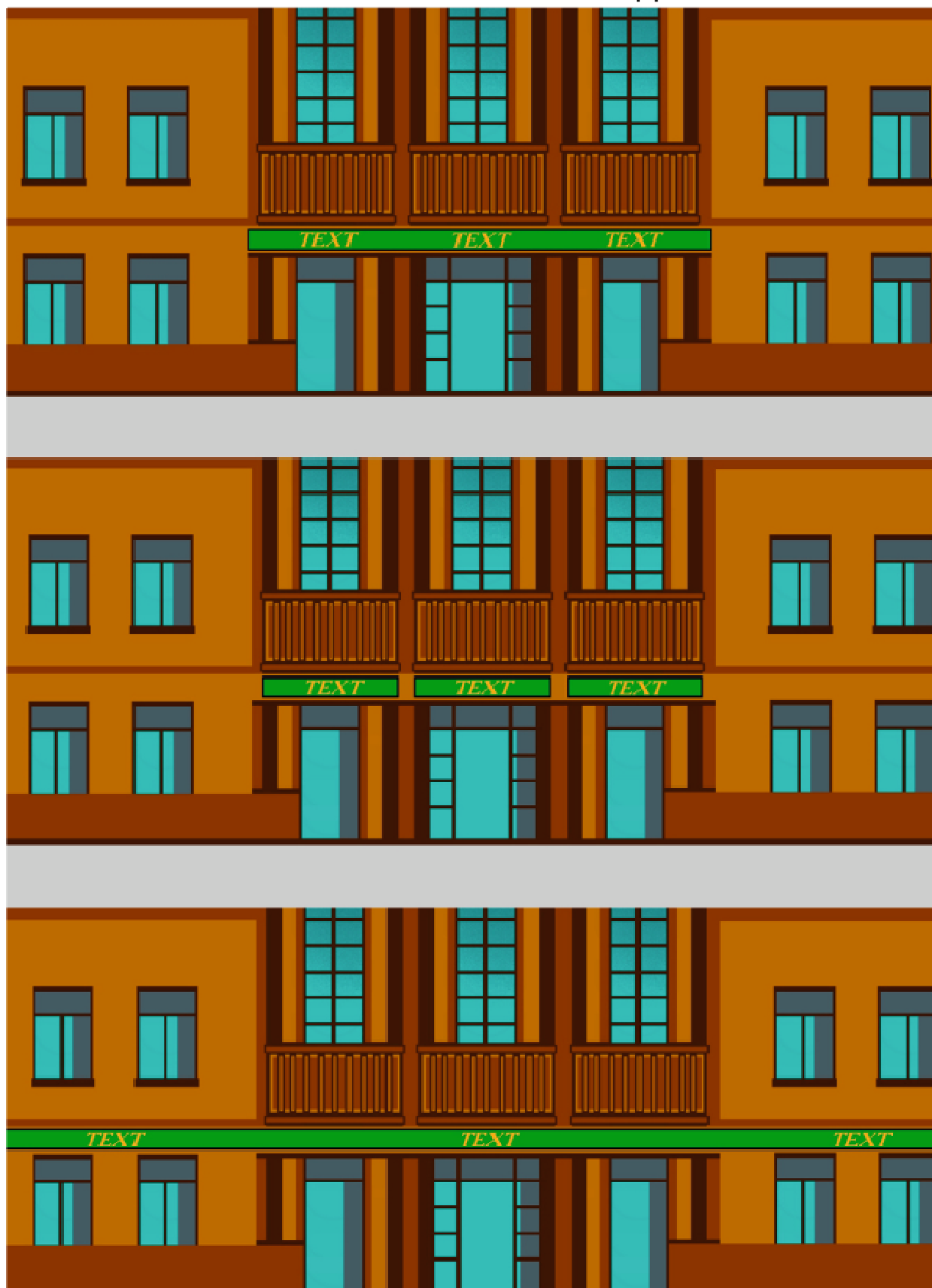


Ни один элемент фасада не перекрыт. Рекламные щиты установлены на границах витрины





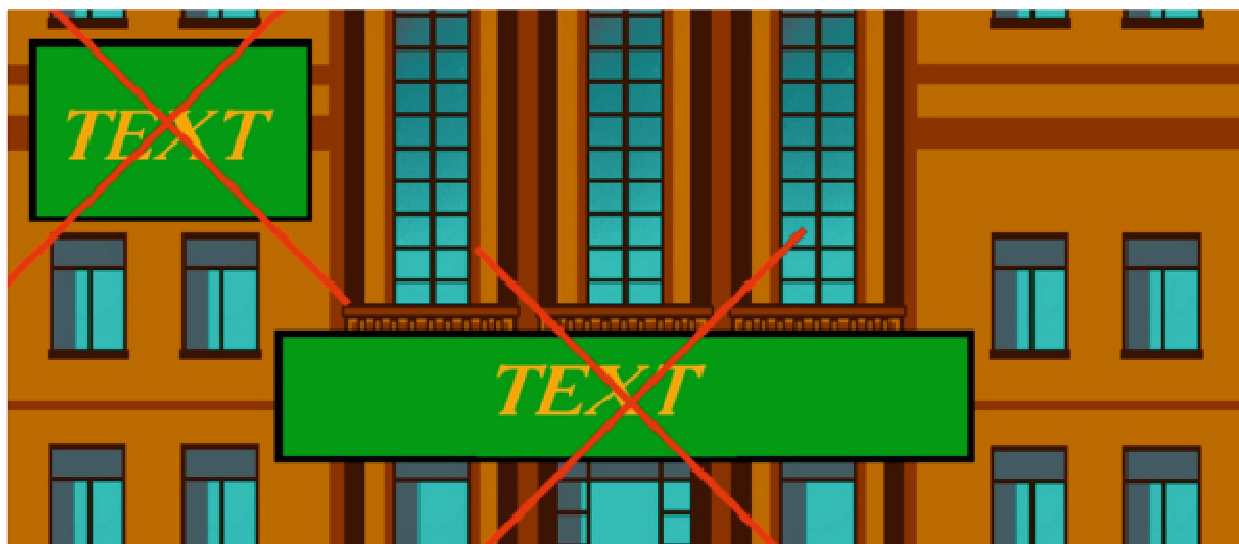
3 ВАРИАНТА РЕКЛАМНЫХ ЩИТОВ, НЕ ПРОТИВОРЕЧАЩИХ АРХИТЕКТУРНОМУ ОБЛИКУ ЗДАНИЯ





“ИСПОЛИНСКИЕ РАЗМЕРЫ”

Рекламный щит не соответствует архитектуре и не учитывает ее особенности.



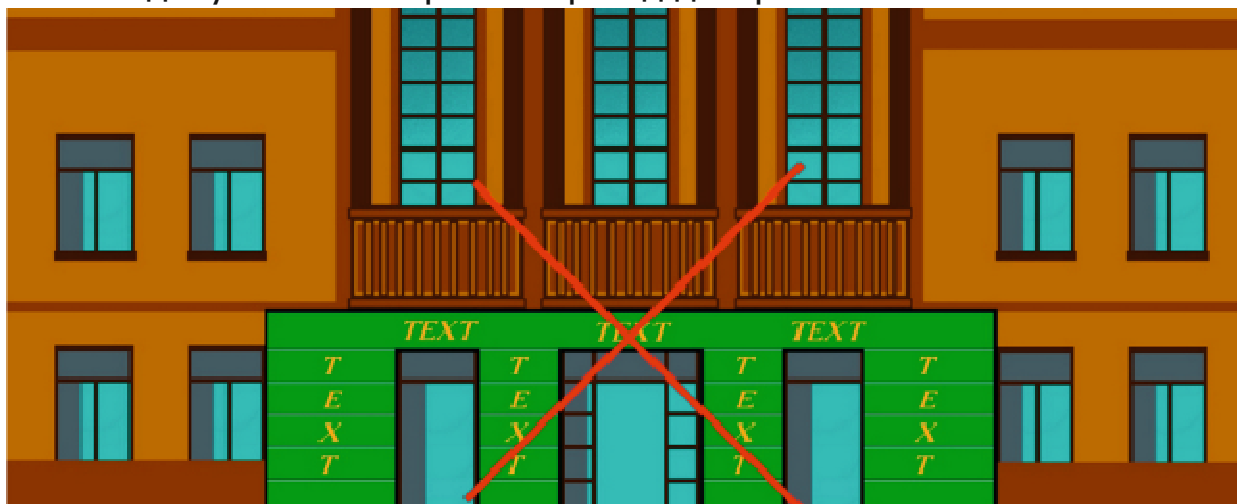
Рекламный щит не должен быть слишком большим и устанавливаться на большой высоте. Рекламный щит хорошо виден, если установлен на уровне глаз.





НЕУМЕСТНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДЕКОРАТИВНЫХ ПАНЕЛЕЙ

Не допускается закрывать фасад декоративными панелями.



Объемные буквы, закрепленные непосредственно на фасаде смотрятся лучше.





НЕУМЕСТНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕКЛАМНЫХ ЩИТОВ

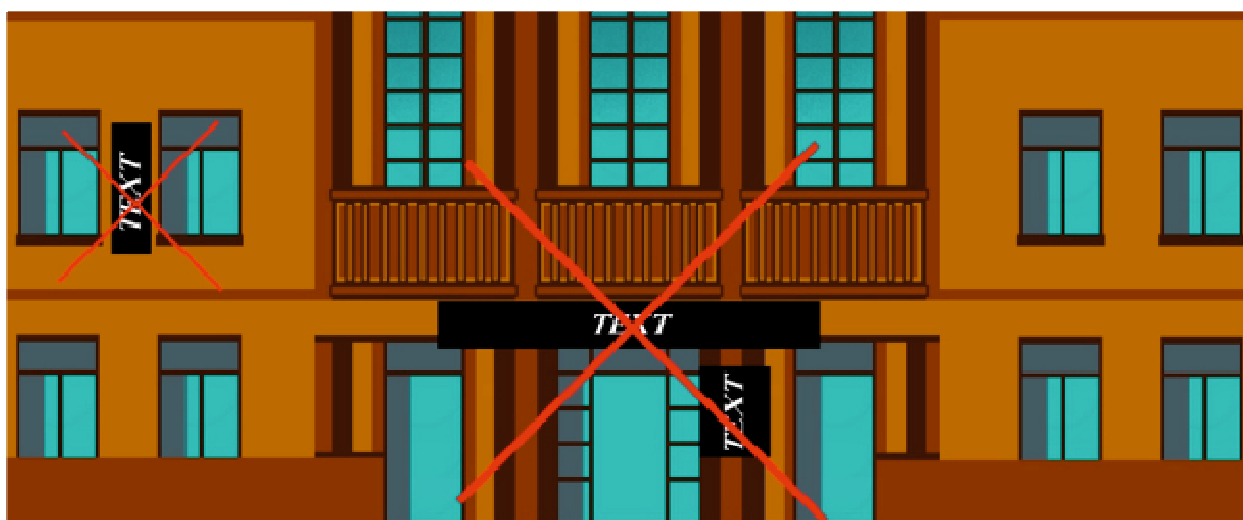
Запрещается установка лайтбоксов на исторических зданиях.



Не допускается использовать баннеры.



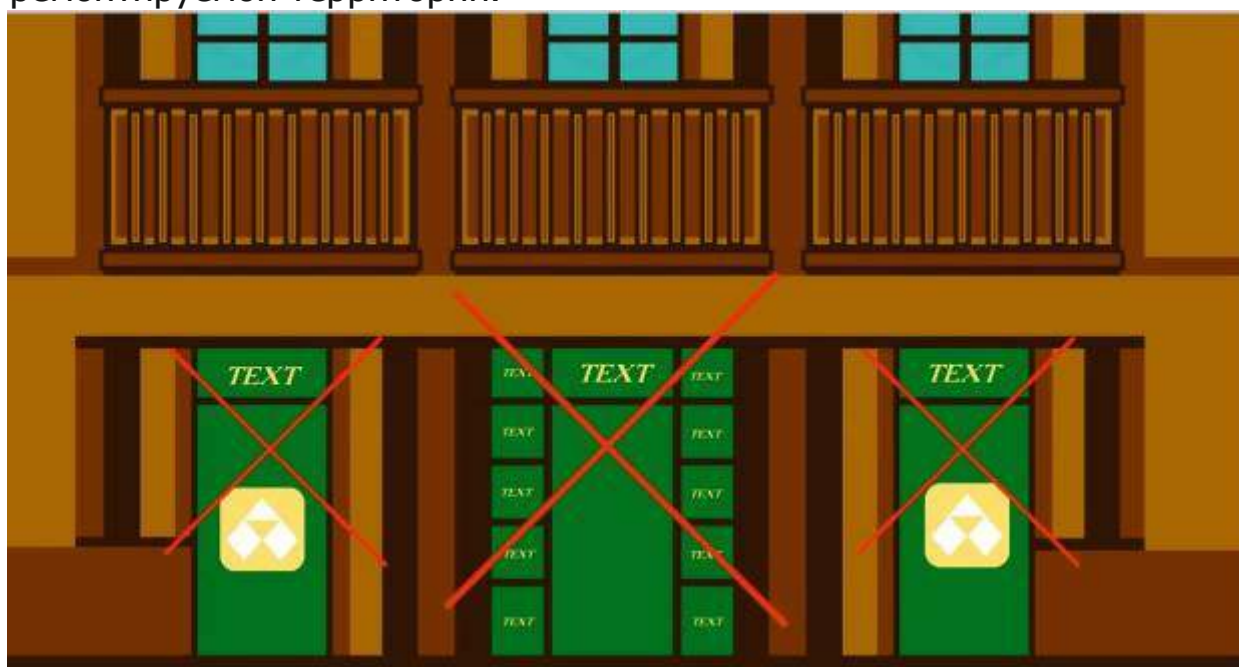
Рекламные щиты, противоречащие архитектуре.





ГЛУХИЕ ВИТРИНЫ

Витрина должна быть открытой и информировать о продукции и услугах. Глухие витрины создают ощущение заброшенной и ремонтируемой территории.



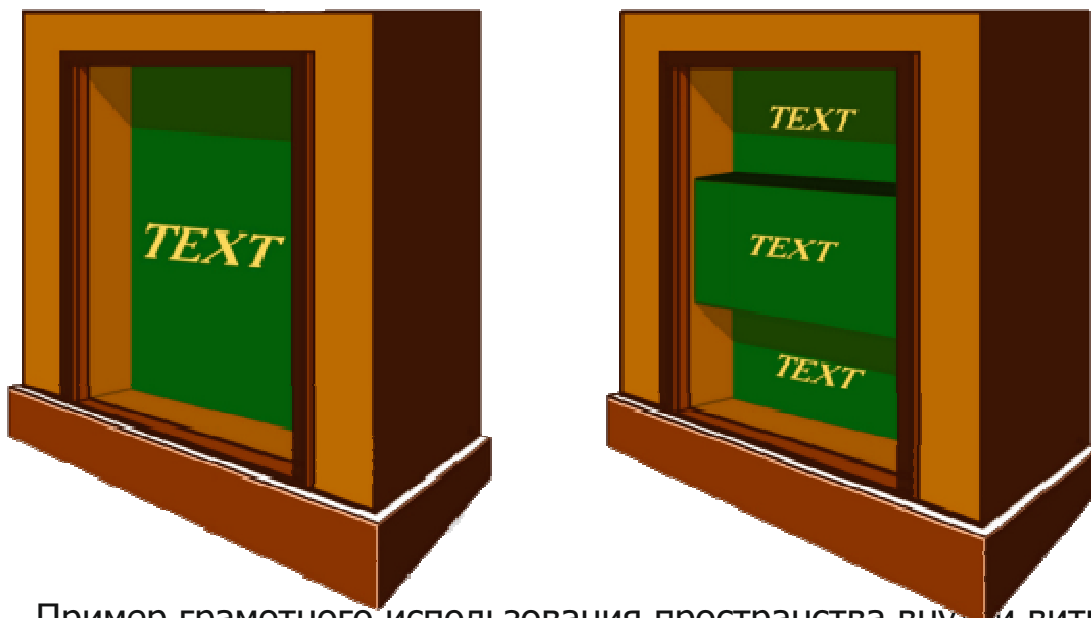
Не допускается закрывать (частично или полностью) витраж, оконный проем рекламой, в том числе с использованием самоклеющейся пленкой.





РЕКЛАМА ВНУТРИ ВИТРИНЫ

Реклама, логотип, информация об услугах должны располагаться на глубине 50 см и иметь освещение.



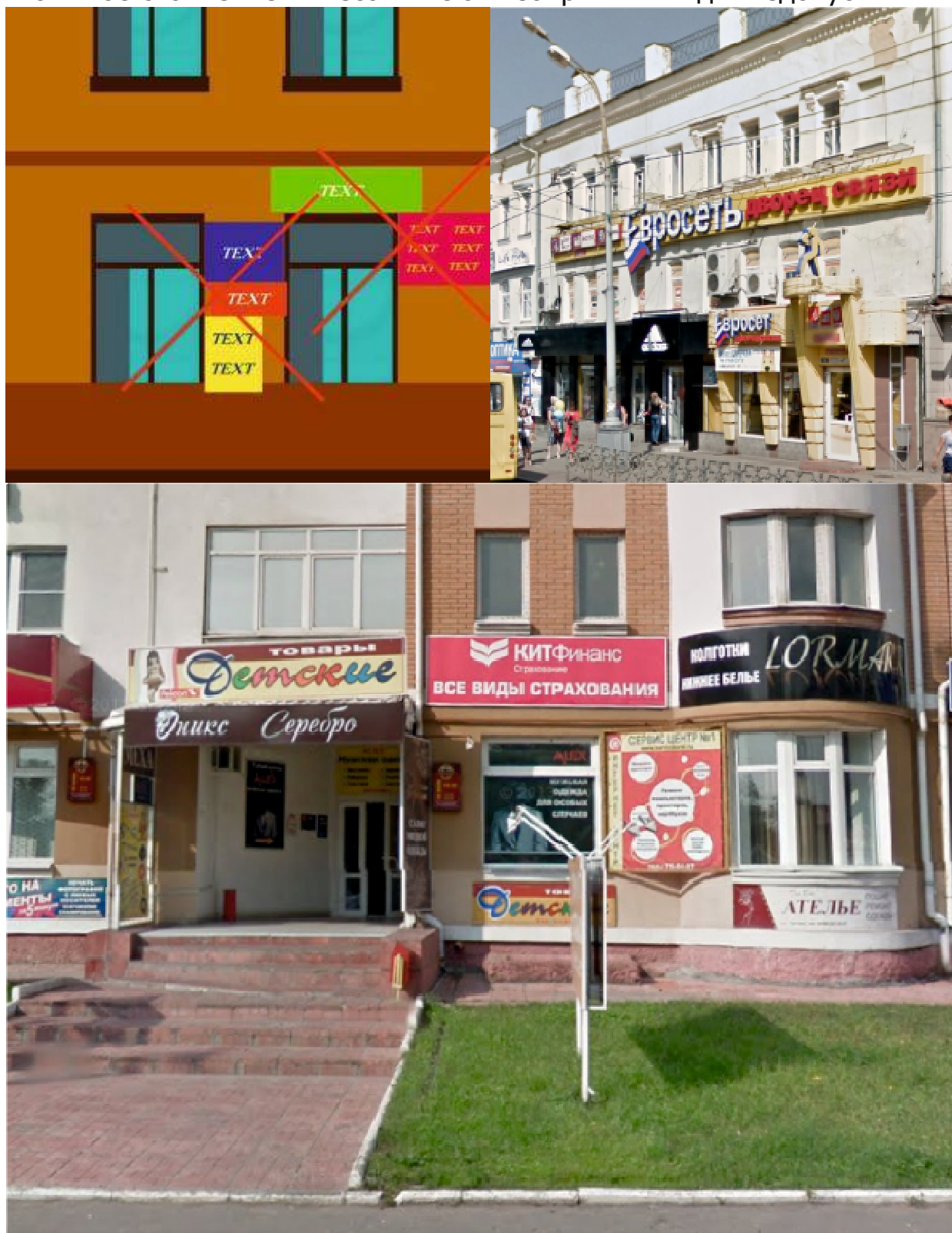
Пример грамотного использования пространства внутри витрины.





ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БОЛЬШОГО КОЛИЧЕСТВА ВЫВЕСОК И РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ НА ОГРАНИЧЕННОЙ ПЛОЩАДИ

Большое скопление вывесок имеют неопрятный вид и недопустимы.





ЕДИНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЩИТ

Все вывески, информационные вывески должны быть перемещены на один общий щит, учитывая при этом архитектурные особенности здания.





ВАРИАНТЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЩИТОВ

Общий вид щитов может изменяться учитывая особенности общей цветовой гаммы, форму здания и оформление примыкающих магазинов и учреждений.





ВАРИАНТЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЩИТОВ

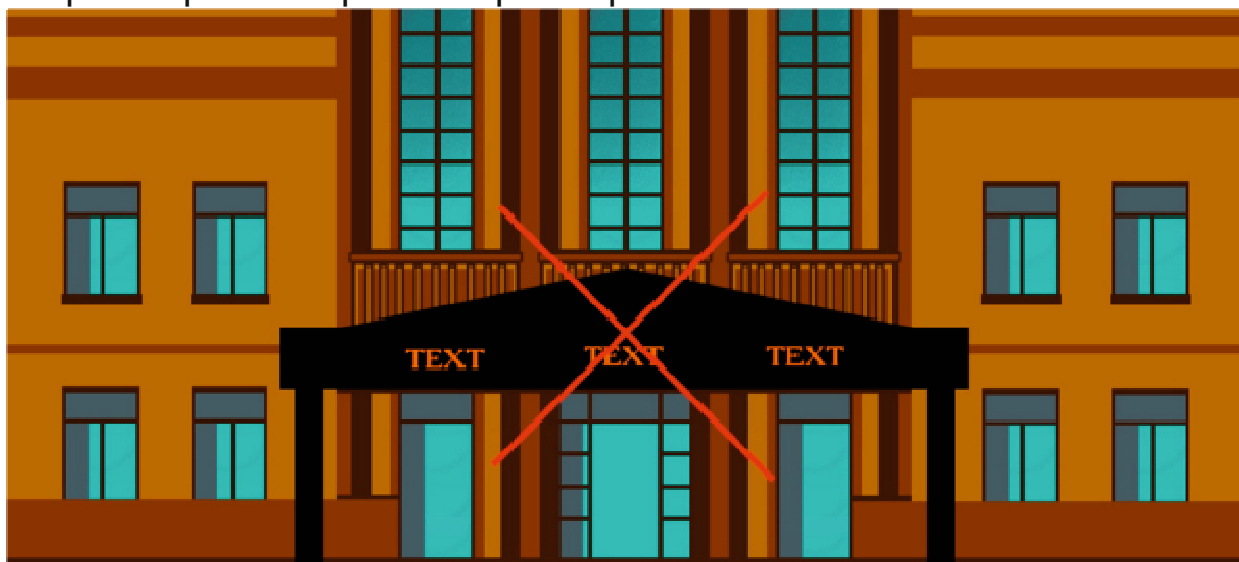
Для небольшого торгового центра была проработана версия информационного щита, единого для всех павильонов.



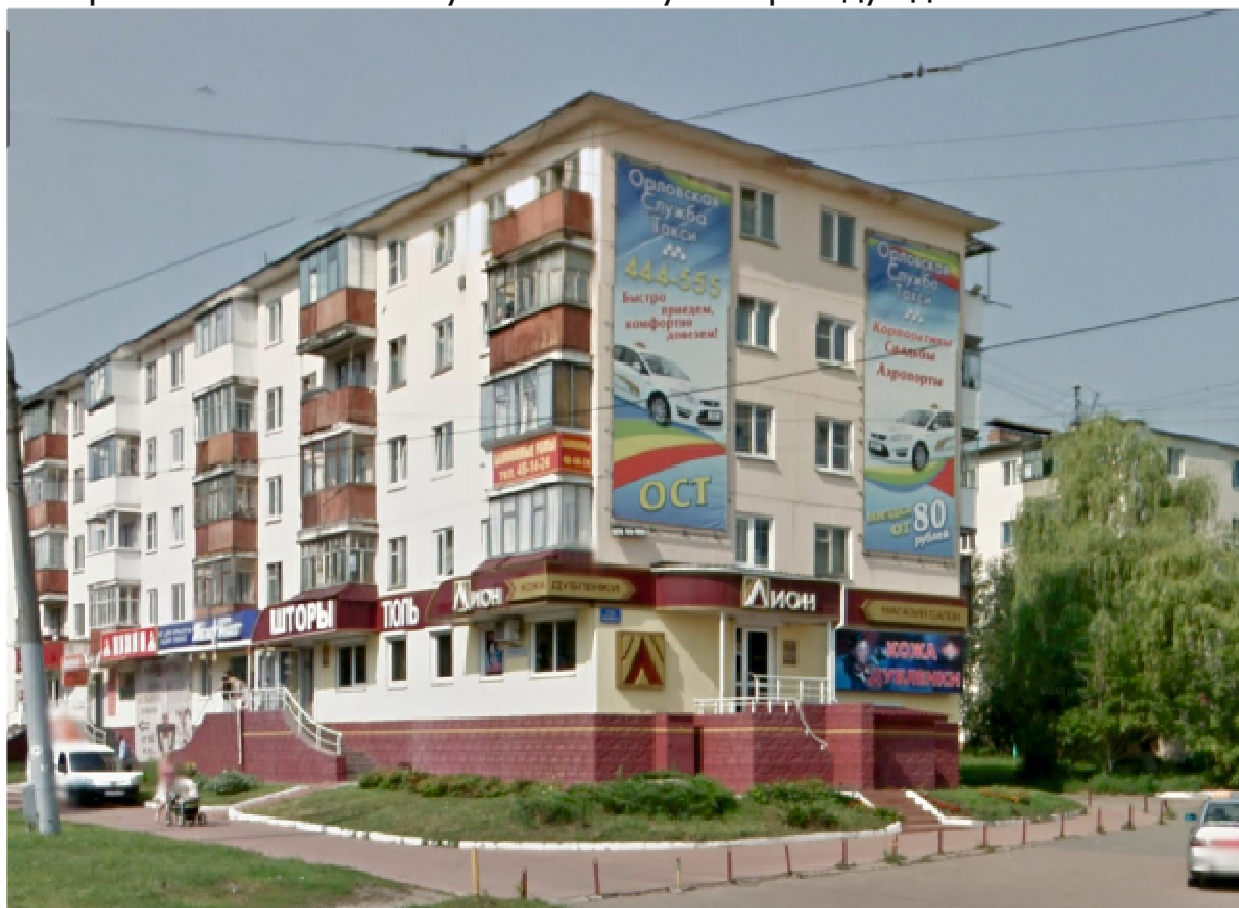


НАДСТРОЙКА

Зонтики, козырьки и другие типы надстроек редко бывают красивыми подходящими общему облику здания, так как не были запроектированы архитектором заранее.



Такие дополнения фасада, изготовленные, как правило, из дешевых материалов никак не могут быть созвучны фасаду здания.





ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ОБЪЕМНЫХ БУКВ, ЛОГОТИПОВ И ЗНАКОВ БЕЗ ОСНОВАНИЯ

Такое исполнение рекламной вывески более предпочтительно, особенно в маленьком центре города.



Эстетически наиболее предпочтительны такие материалы как металл, камень, дерево, стекло.



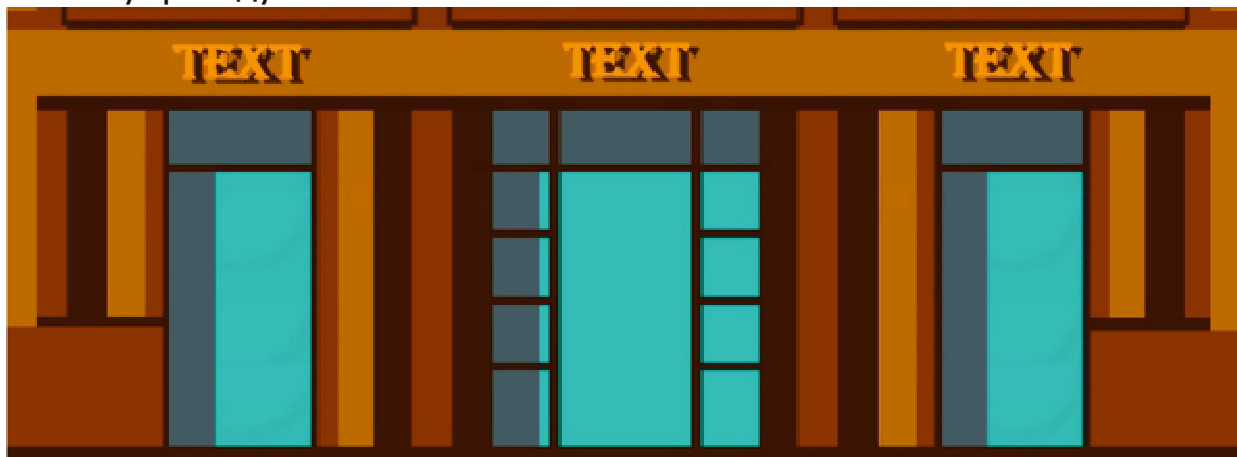
Отдельно расположенные буквы, знаки и логотипы должны быть достаточно объемными, чтобы распространять собственную тень на площади фасада. Такая версия сочетается с каждым элементом фасада.





ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ОБЪЕМНЫХ БУКВ, ЛОГОТИПОВ И ЗНАКОВ БЕЗ ОСНОВАНИЯ

Объемные буквы из металла с внешним освещением созвучны любому фасаду.



Буквы, имеющие малый объем и толщину - так же применимы.



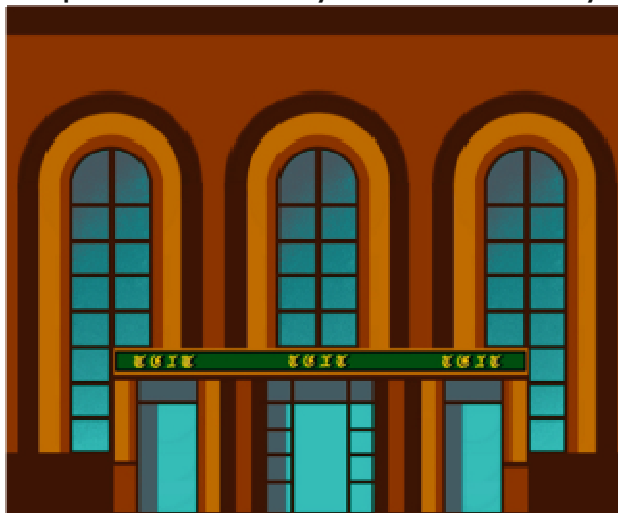
Достойно и впечатляюще смотрятся объемные буквы, которые имеют самостоятельное освещение.





ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБЪЕМНЫХ БУКВ НА ОПОРАХ И ОСНОВАНИЯХ

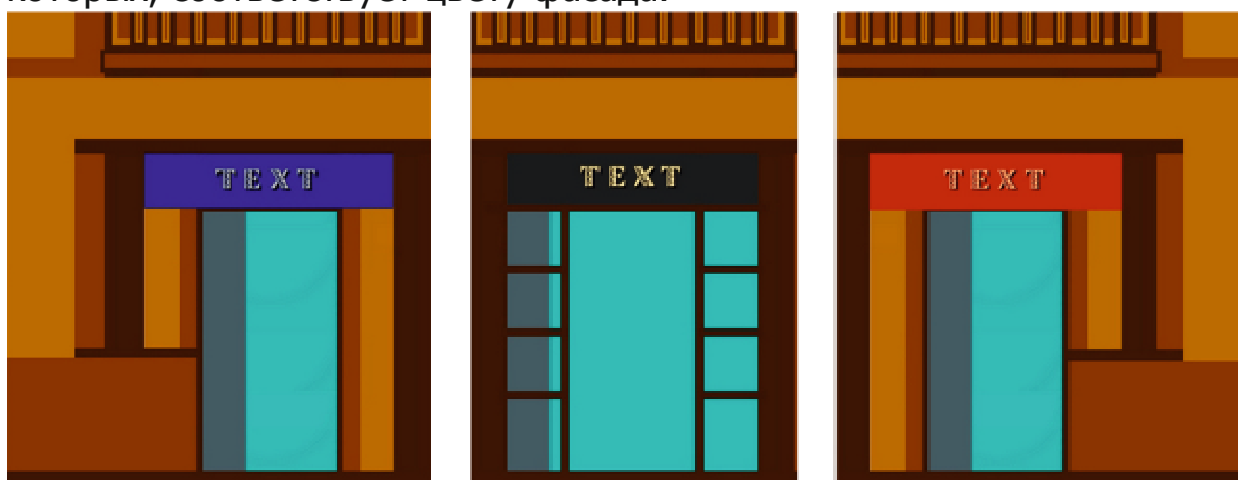
Объемные буквы на основаниях и опорах должны быть отдельно закреплены и могут иметь как внутреннее, так и внешнее освещение.





ЦВЕТОВЫЕ ВАРИАНТЫ ОПОР И ОСНОВАНИЙ

На площади, расположенной внутри фасада предпочтительнее использовать основания темного цвета, а так же основания цвет которых, соответствует цвету фасада.



В других случаях используются опоры светлого цвета.



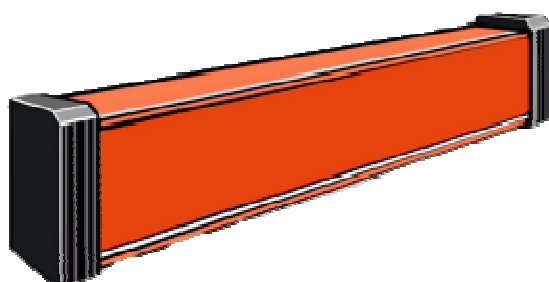
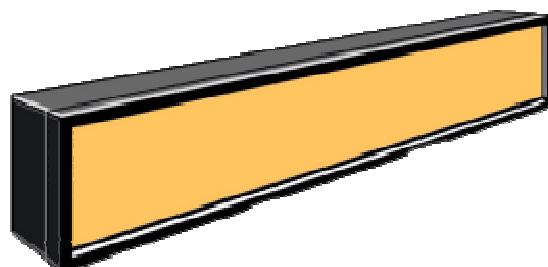
Недопустимо использовать яркие цвета.





ЛАЙТБОКСЫ

На лайтбоксах предпочтительнее использовать объемные буквы.



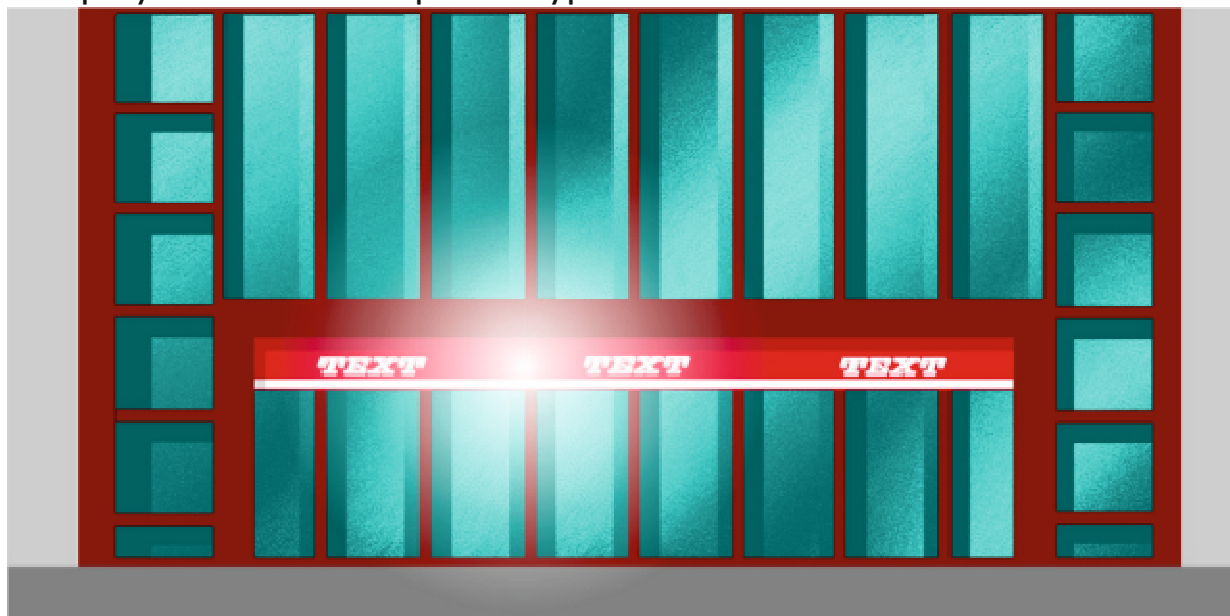
Все буквы на лайтбоксах должны быть симметричны и не должны закрывать всю площадь.



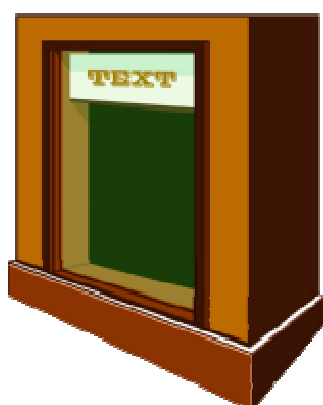


ЛАЙТБОКСЫ

Более красиво лайтбоксы смотрятся на фасадах современных зданий, но при учете всех его архитектурных особенностей.



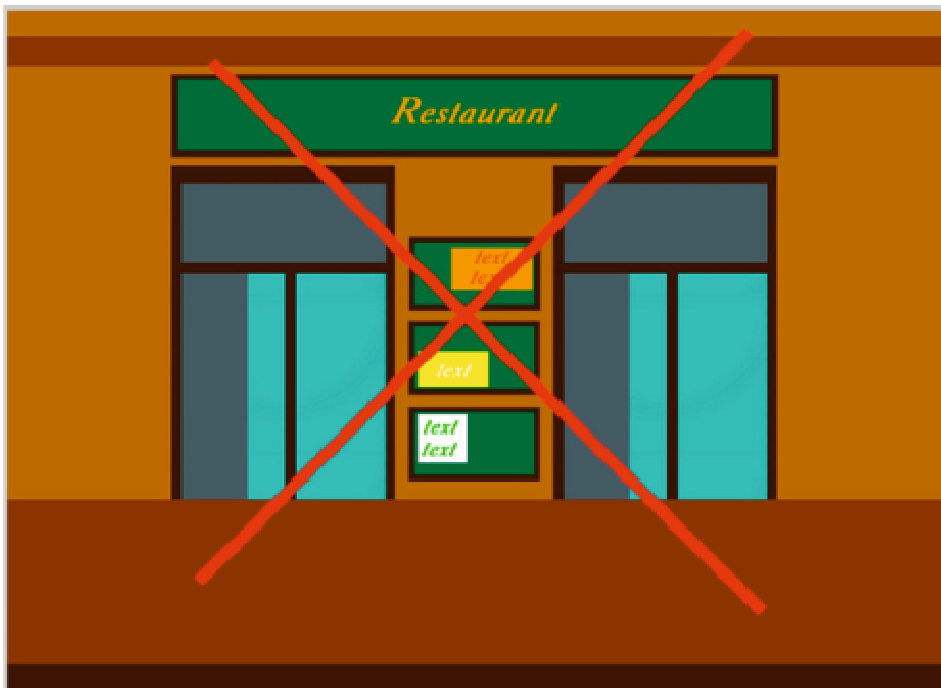
Маленькие лайтбоксы, размещенные на внутренней стороне витрины объемными буквами можно использовать даже в историческом центре.





ЩИТЫ С МЕНЮ КАФЕ И РЕСТОРАНОВ

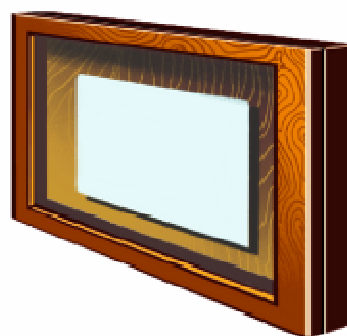
Наилучшим исполнением таких щитов станет доска с маленькой рамкой, на которой мелом написано меню.



Меню должно быть оформлено в фирменном стиле ресторана или кафе.



Напечатанные меню можно разместить в маленьких лайтбоксах с дверцей.





ОБЪЕМНЫЕ БУКВЫ И ЗНАКИ НА СТЕКЛЕ

В таких случаях буквы должны быть объемными, но высота не должна превышать 15 см и своим размещением не должны мешать общему восприятию витрины.

15 cm

TEXT



ОБЪЕМНЫЕ БУКВЫ И ЗНАКИ НА СТЕКЛЕ

Объемные буквы могут быть из черного, белого и золотого пластика.





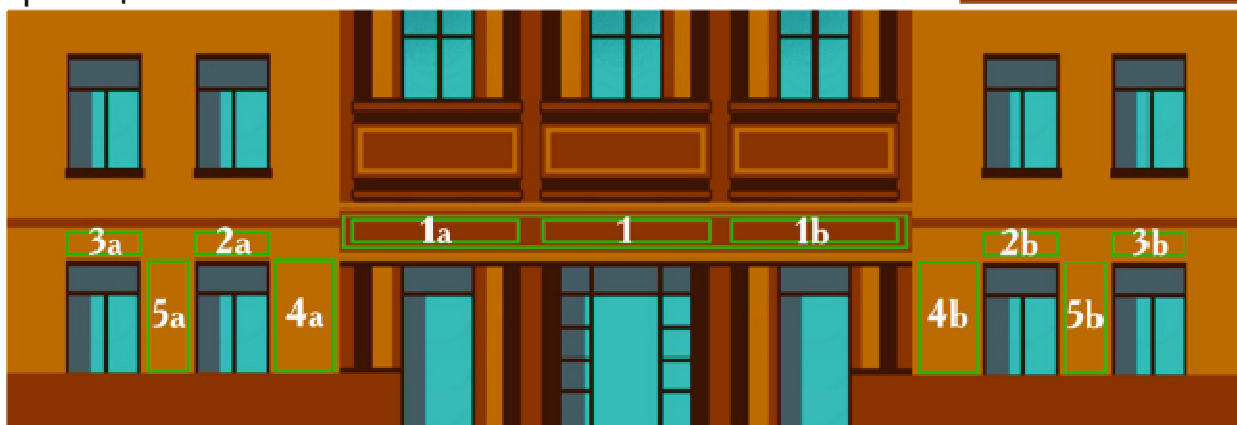
“ЗЕЛЕННЫЕ ЗОНЫ”

Размещать рекламные конструкции следует в так называемых зеленых зонах.

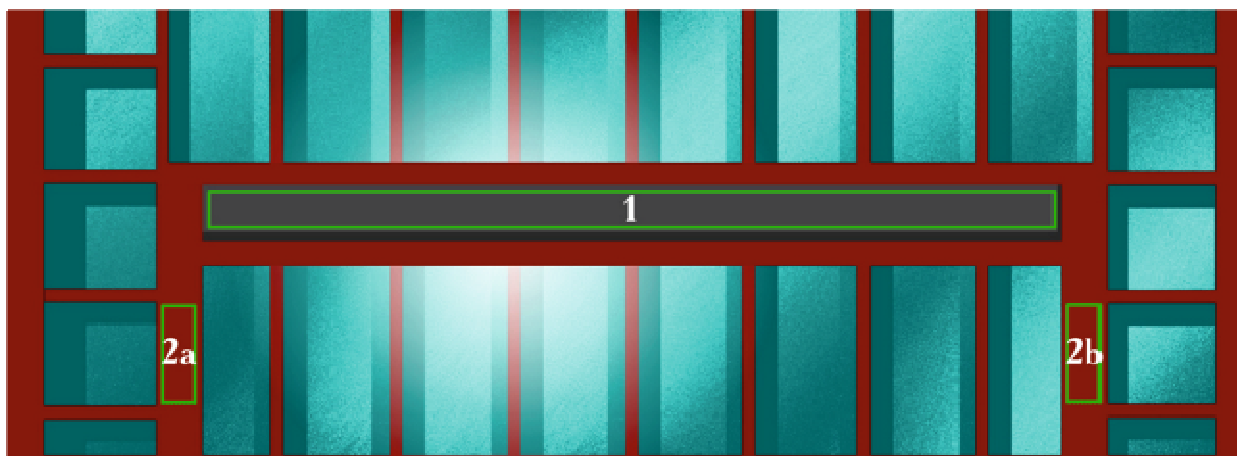


Буквы и знаки устанавливаются только в границах зеленых зон.

TEXT



Зеленые зоны имеют свои особенности размещения как для классических, так и для современных зданий.





ПРАВИЛЬНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНОГО ЩИТА В "ЗЕЛЕННОЙ ЗОНЕ"

Конструкции должны размещаться только в границах зеленой зоны.



Только при использовании рукописных букв допускается выйти за границы зеленой зоны



Конструкции с логотипами также должны быть размещены в границах зеленой зоны. Не допускается закрывать размещаемым логотипом архитектурные и иные фасадные элементы.





РАЗМЕЩЕНИЕ НЕСКОЛЬКИХ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ НА ОБЩЕЙ "ЗЕЛЕННОЙ ЗОНЕ"

Допускается размещение конструкций различных магазинов и организаций на одной общей зеленой зоне, учитывая при этом стиль здания и цветовую гамму фасада.



Примеры:



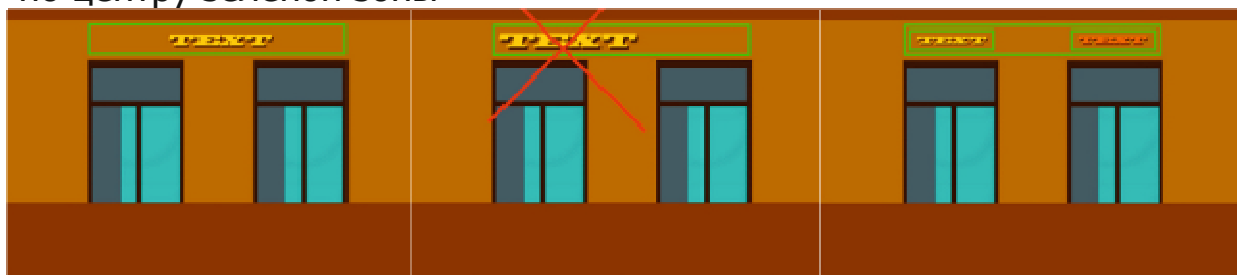


ПРАВИЛЬНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНОГО ЩИТА В "ЗЕЛЕННОЙ ЗОНЕ"

Выравнивание
конструкций по
фасадным элементам и
по центру зеленой зоны

Данная конструкция
не учитывает
фасадные элементы

По центру
окна или двери.

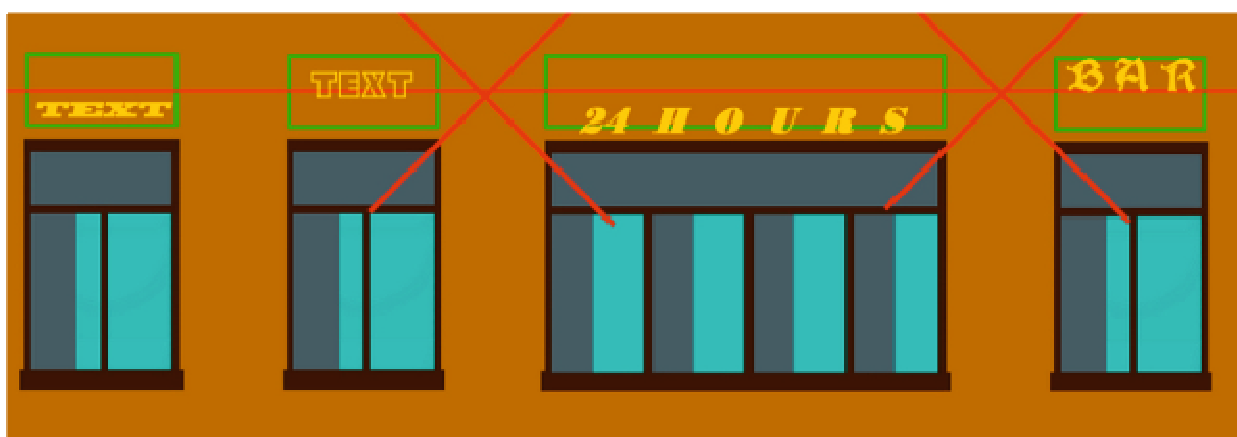


СОВМЕЩЕНИЕ ЩИТОВ

Рекламные конструкции размещены одной линией.



Несимметрично размещенные конструкции
создают зрительный хаос.



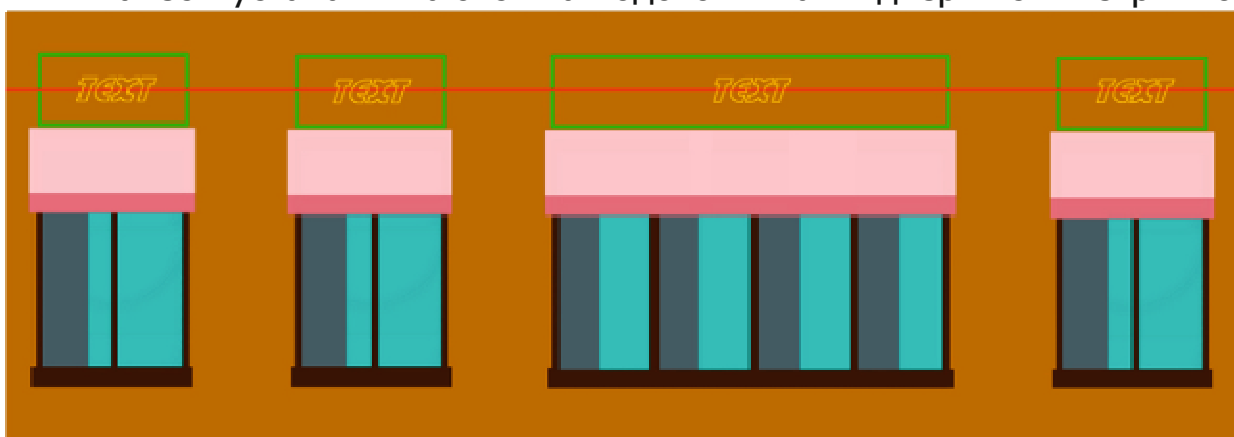


РАЗМЕЩЕНИЕ ЗОНТИКОВ, ТЕНТОВ, НАВЕСОВ, МАРКИЗ

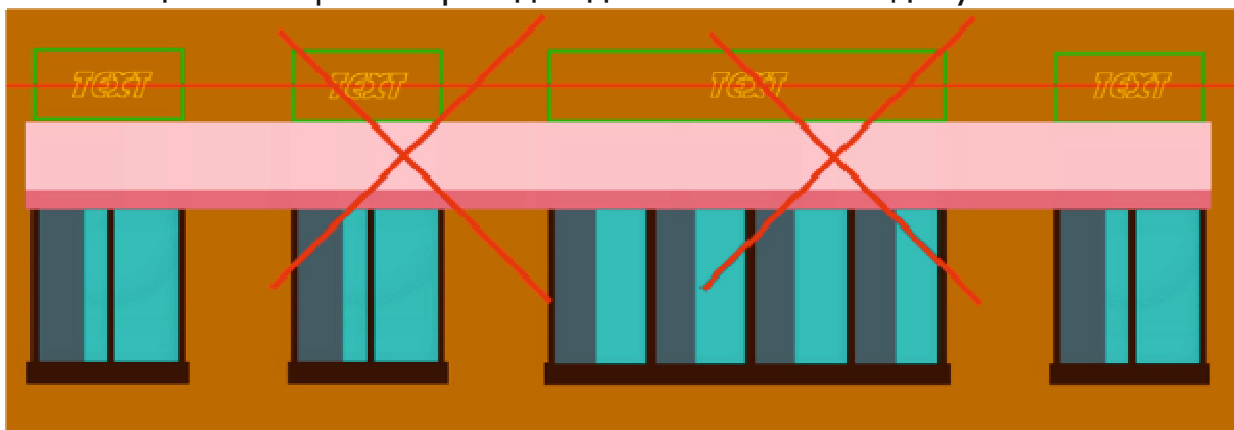
У зонтиков должна быть общая цветовая гамма. Все навесы должны соответствовать общей архитектуре здания.



Навесы устанавливаются на подоконниках и дверях симметрично.



Всецелое закрытие фасада одним навесом не допускается





РАЗМЕЩЕНИЕ ЗОНТИКОВ, ТЕНТОВ, НАВЕСОВ, МАРКИЗ

Допускается размещение зонтиков за счет зеленой зоны.



Не допускается перекрытие навесом архитектурных элементов и декоративных частей здания.



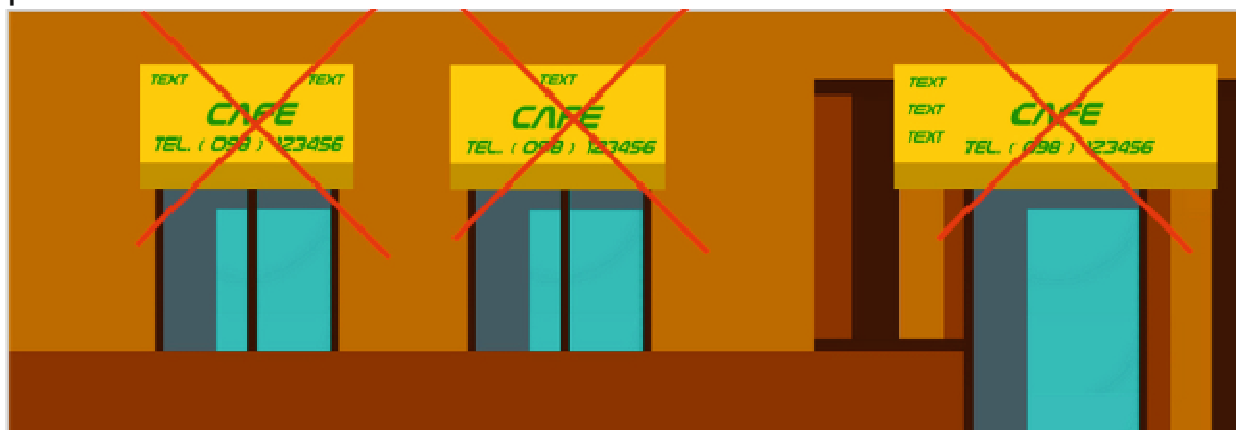
Маркизы не должны заслонять больше 30 % витрин или окон.





РАЗМЕЩЕНИЕ ЗОНТИКОВ, ТЕНТОВ, НАВЕСОВ, МАРКИЗ

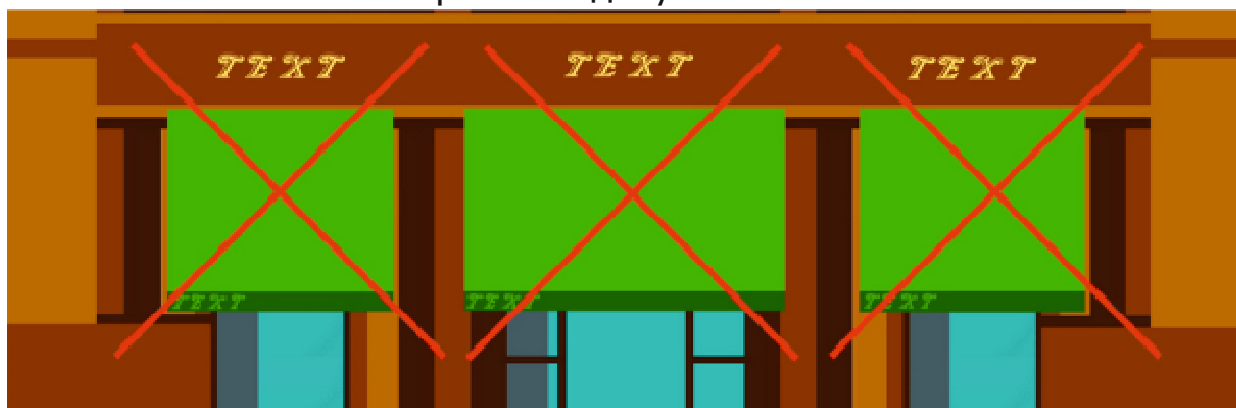
На маркизах не допускается размещение контактных данных и рекламы.



Более гармоничны те маркизы, которые симметричны размерам витрины. Допускается размещение на навесе наименования или логотипа магазина, ресторана или организации.



Слишком низкие маркизы недопустимы.

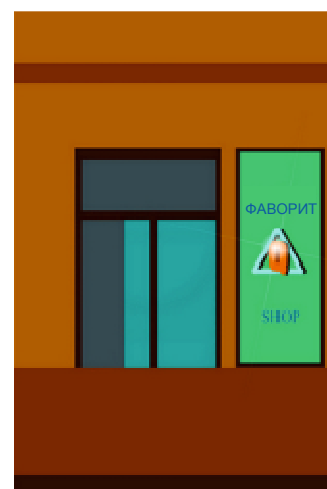
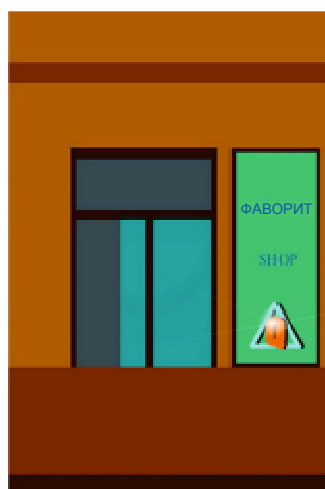






ЯЗЫК

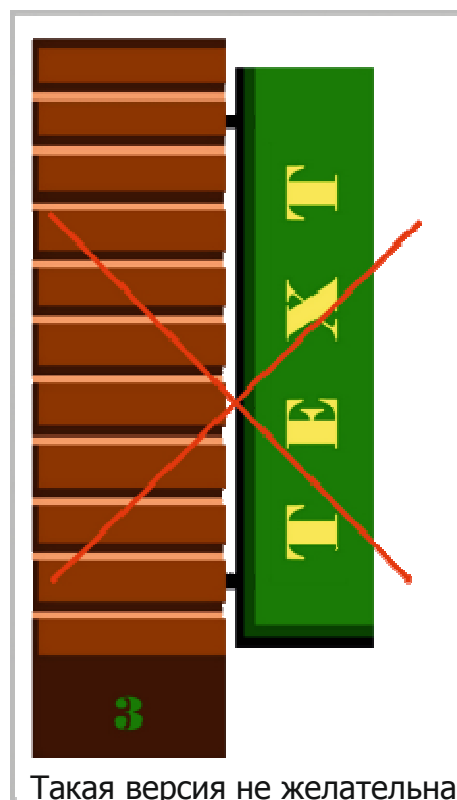
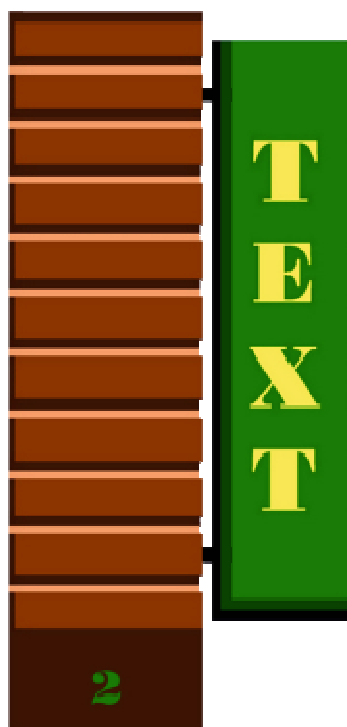
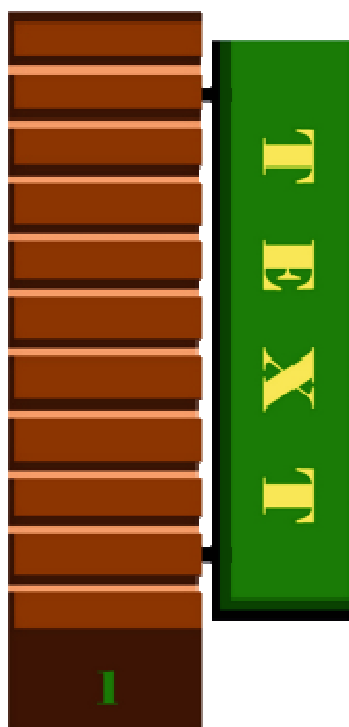
В городской рекламе первичным должен быть русский язык. Допускается использование иностранных языков, а также языка страны-производителя в том случае, если это название всемирного бренда.





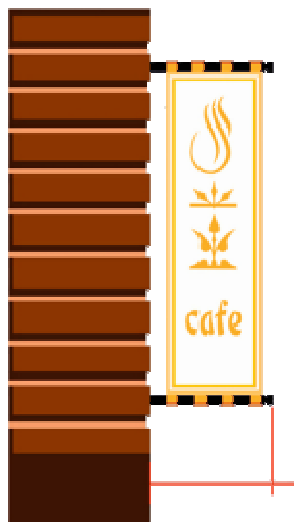
ТЕКСТ

Если рекламный щит находится в вертикальном положении - буквы должны быть размещены основанием на фасад или быть написаны сверху вниз в один столбец



Такая версия не желательна.

Изменяющиеся «растяжки» и флаги размещаются в междуоконных или междувитринных площадях. Они должны быть одноцветными и вмещать только наименование или логотип магазина, ресторана или организации. Размещение контактной информации не допускается.





ТЕКСТ

Временные плакаты, которые имеют рекламу какого-либо мероприятия размещаются лишь в месте проведения (на территории) данного мероприятия с учетом особенностей фасада здания. Срок размещения временной конструкции не более одного месяца.

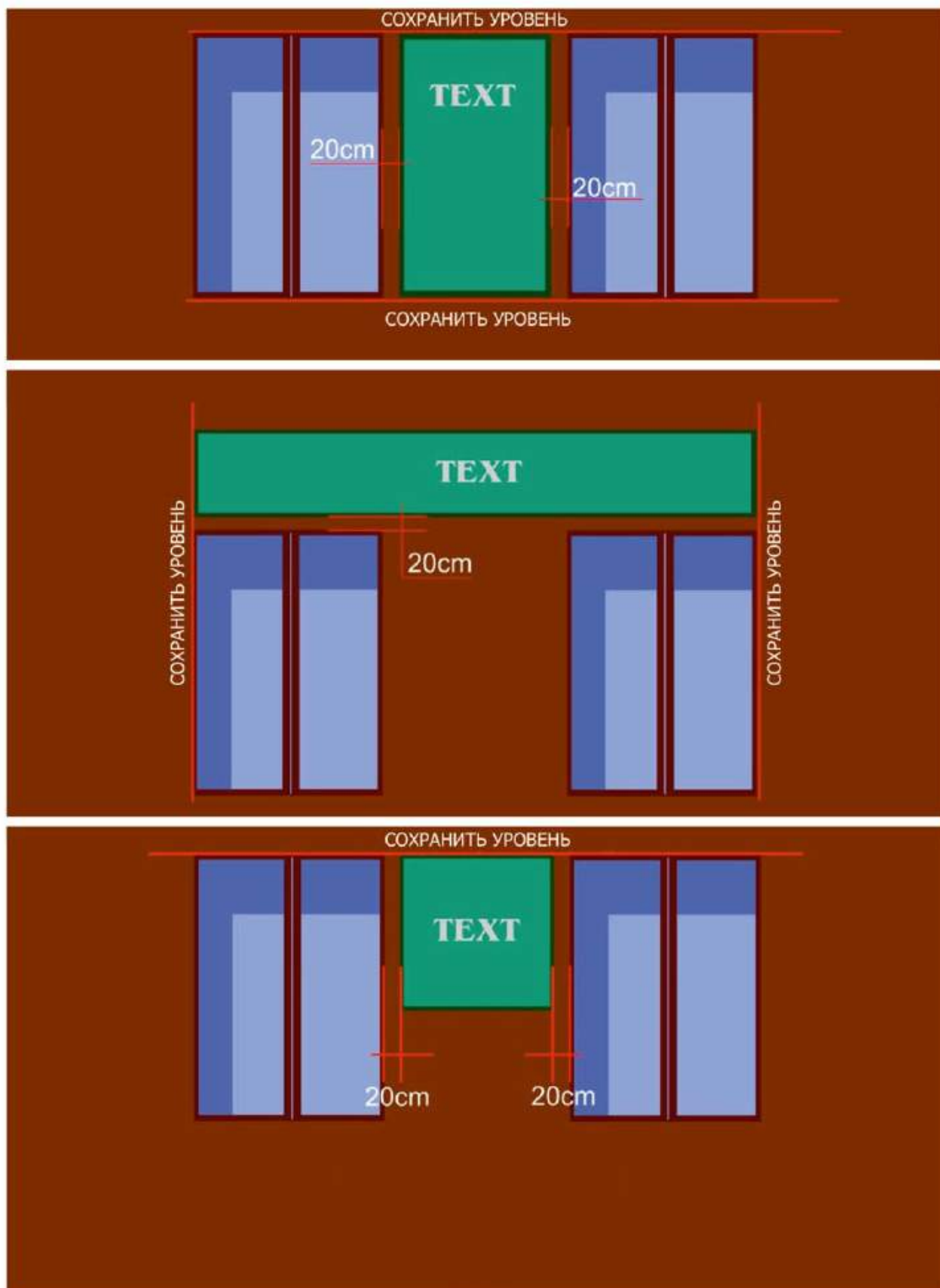


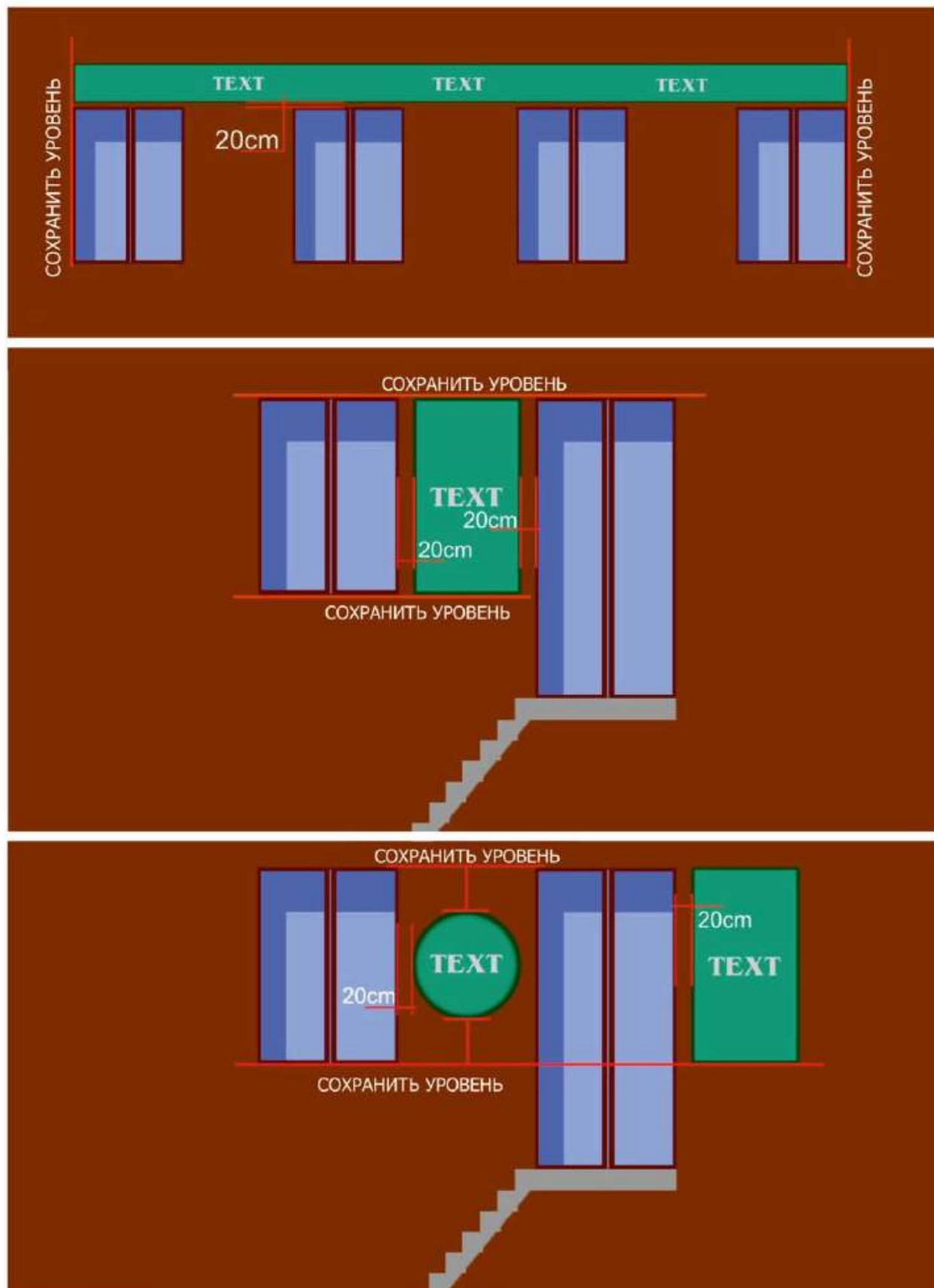
Пример правильного использования временной рекламы.

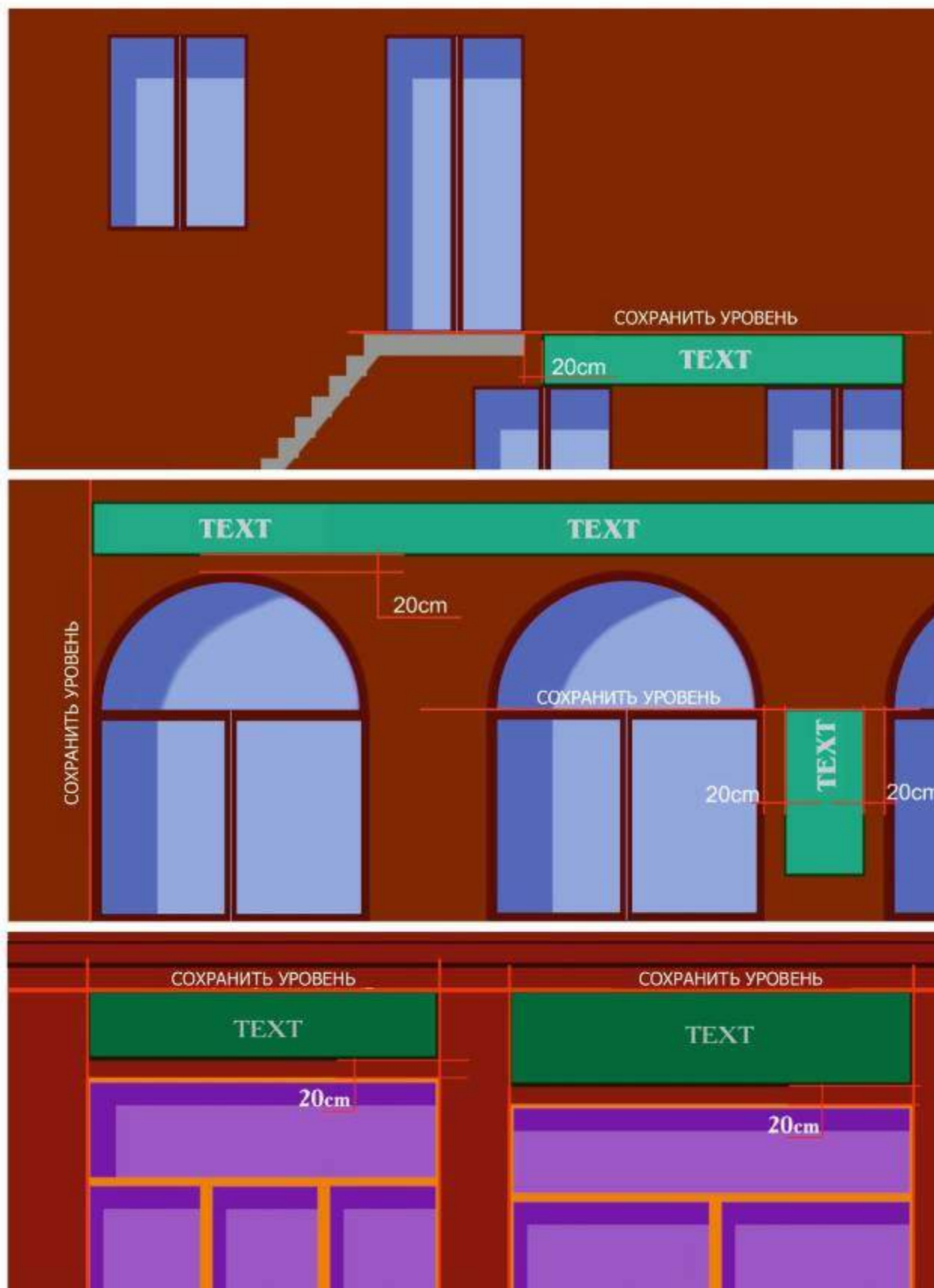




ПРИЛОЖЕНИЕ

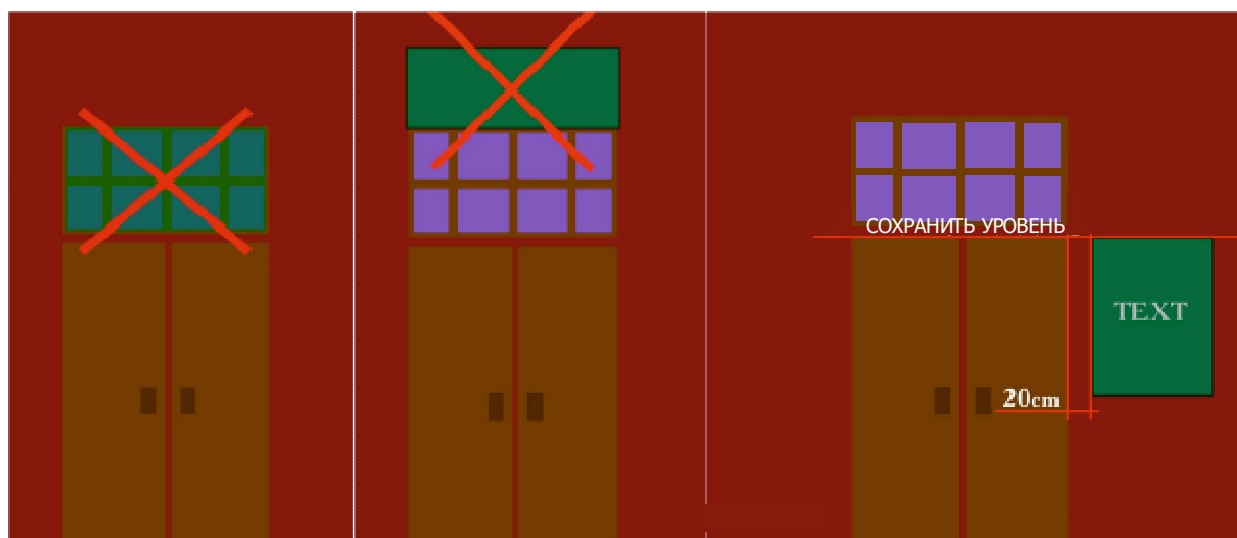


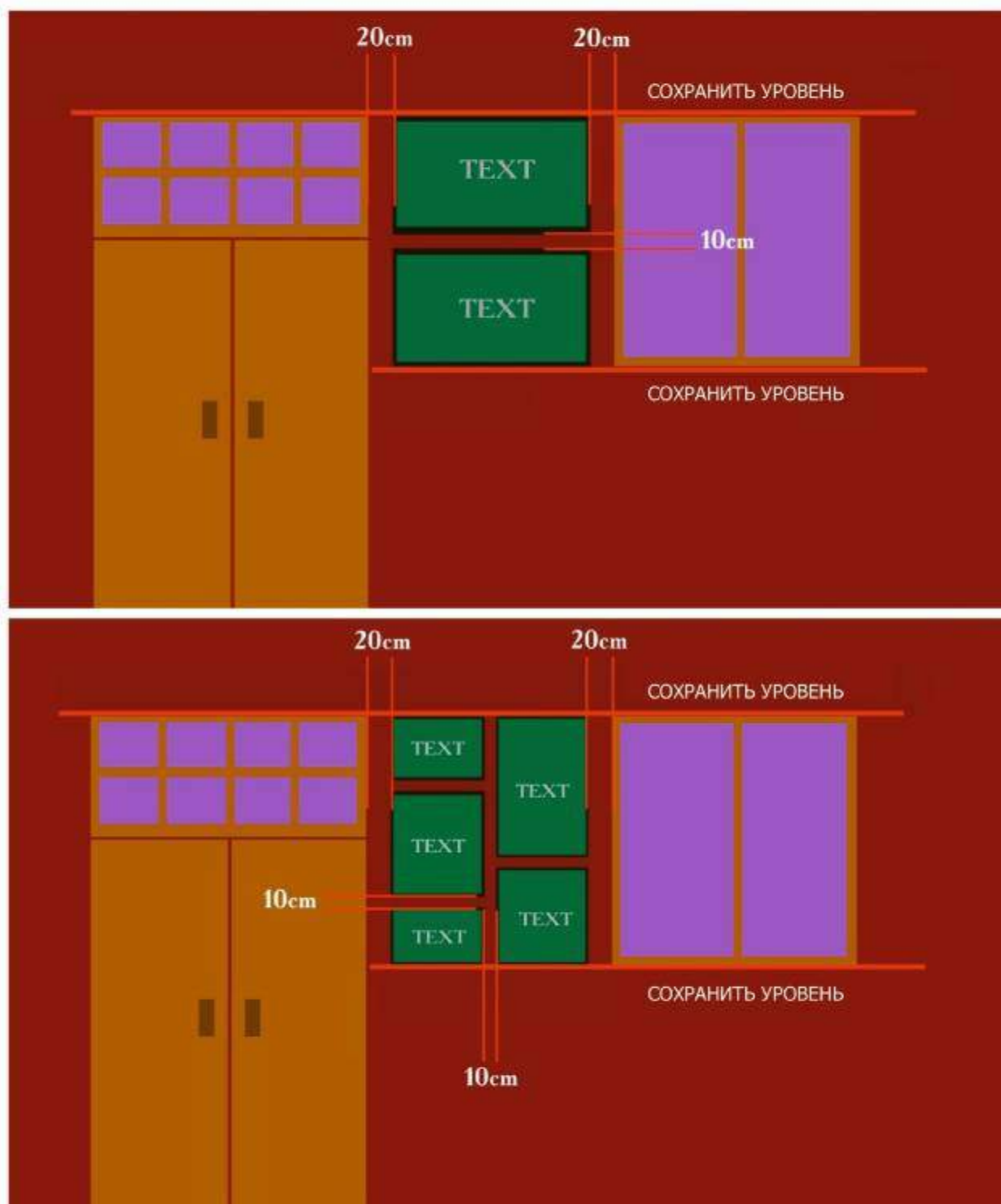


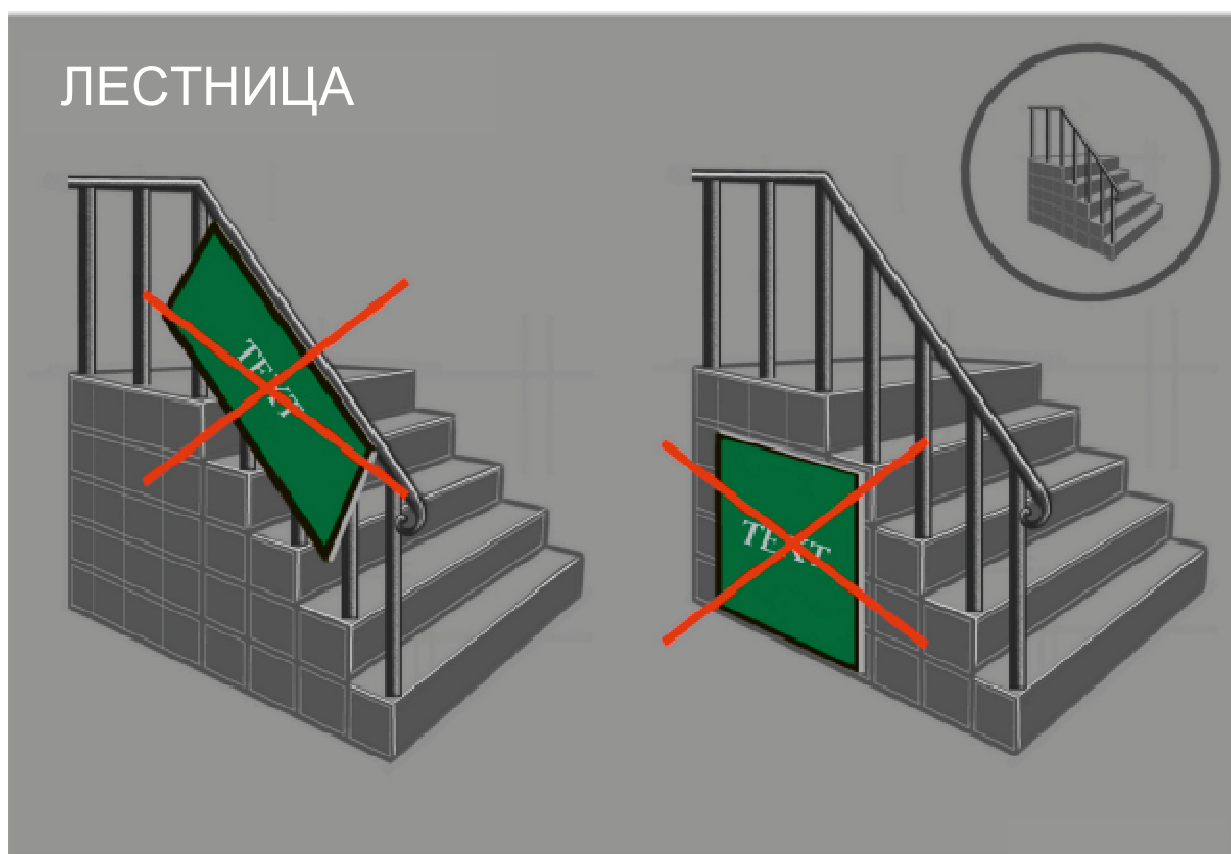
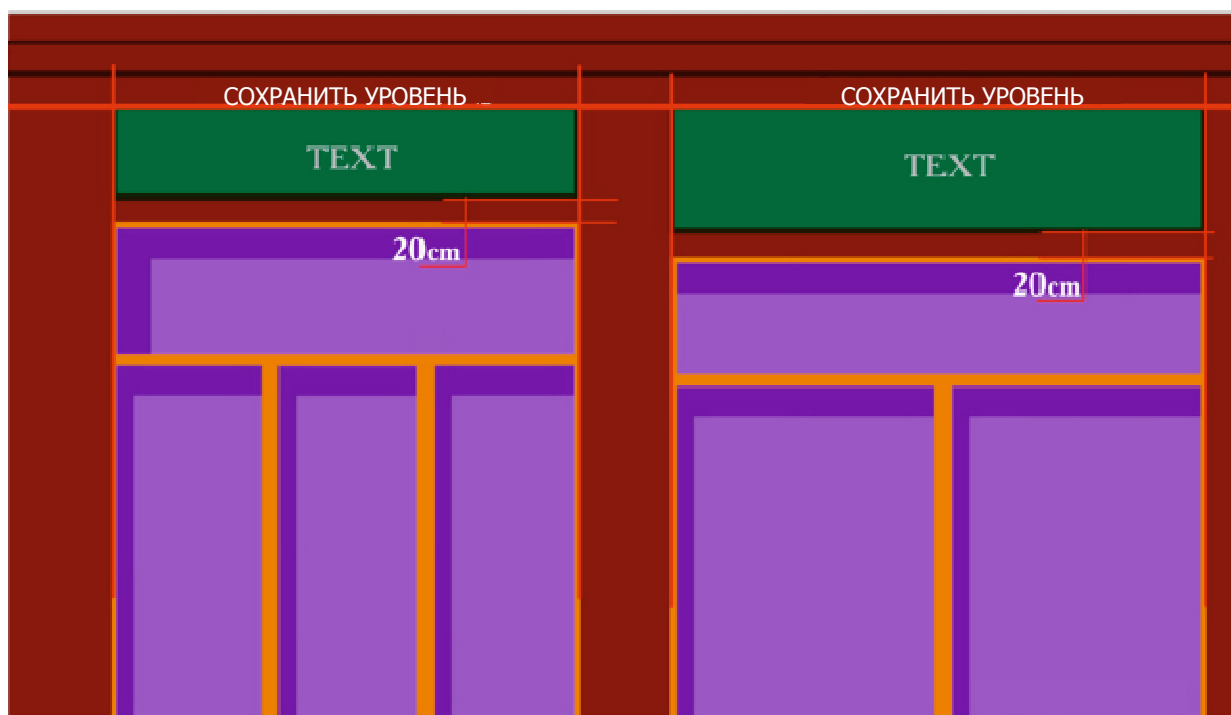


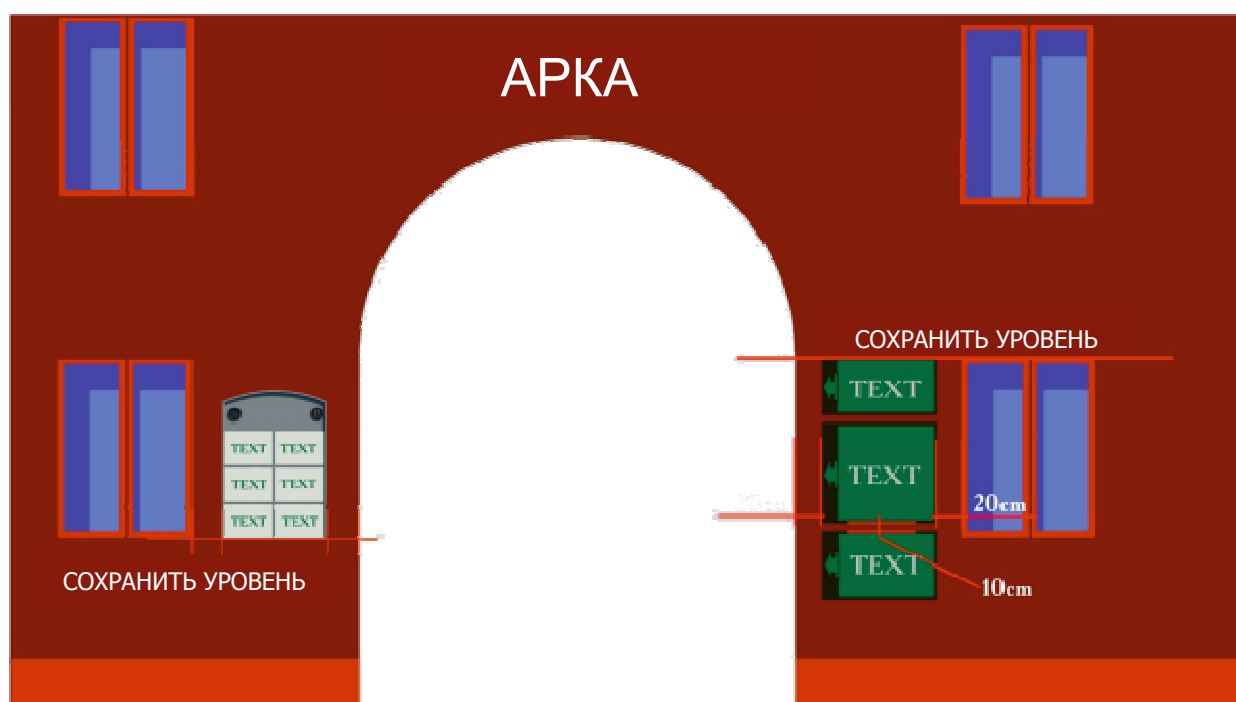
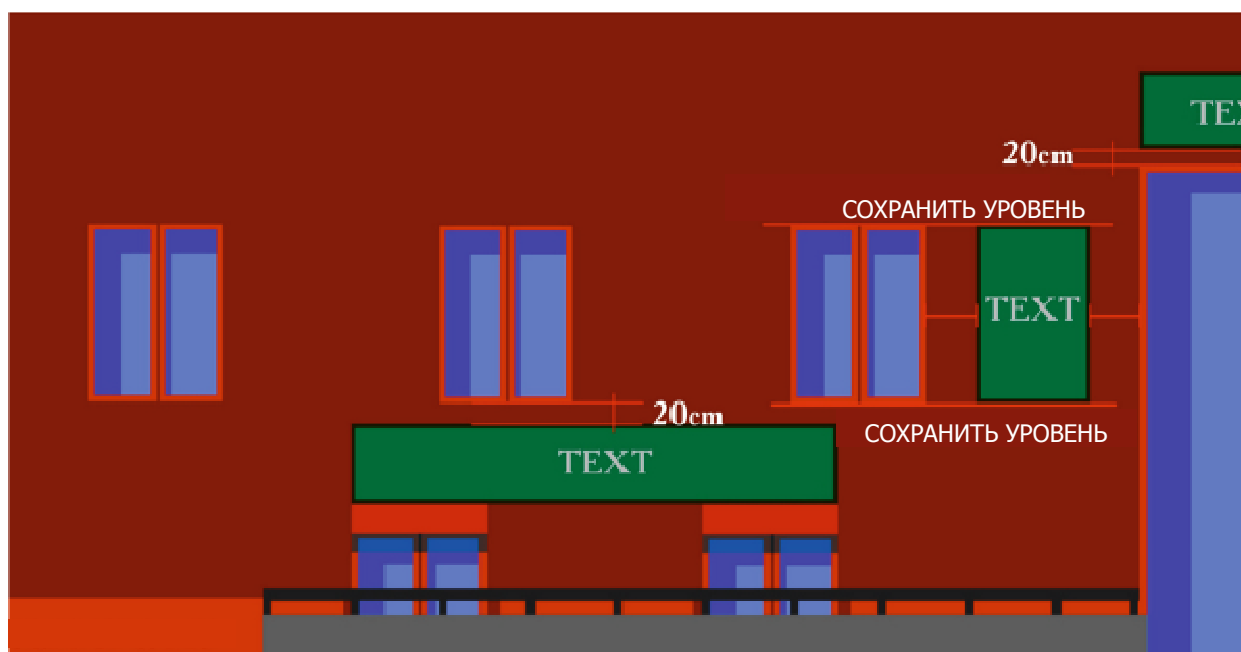


ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ



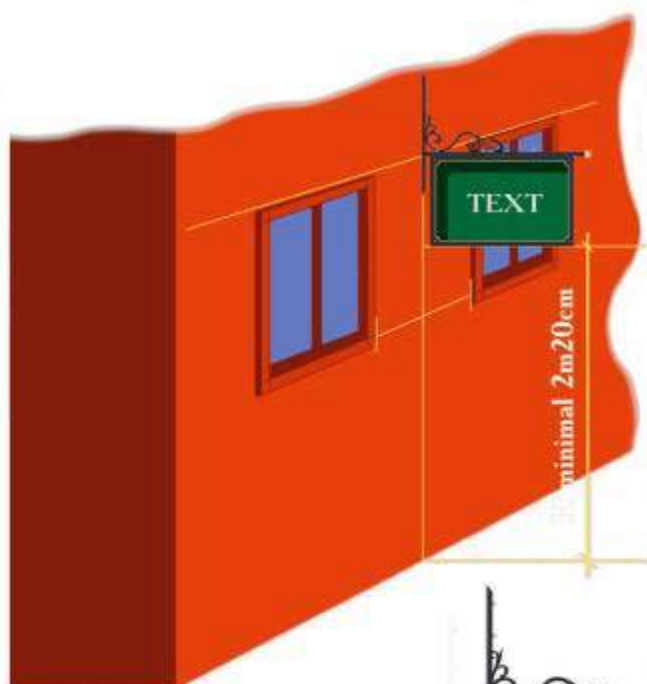








КОНСОЛЬНЫЕ ВЫВЕСКИ





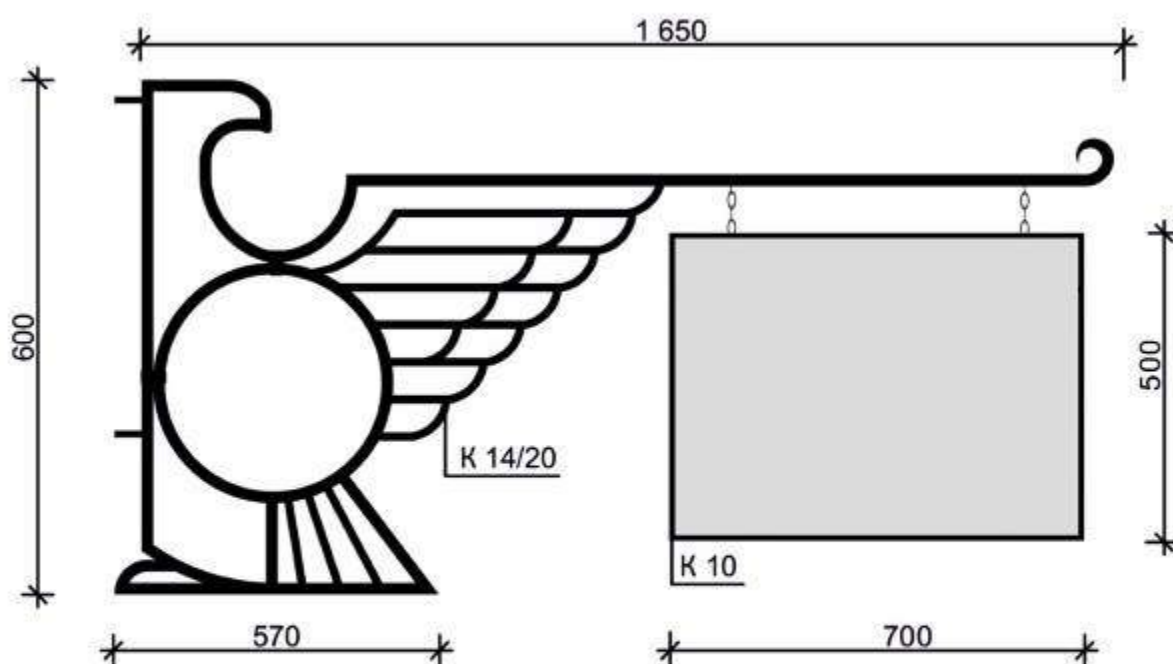
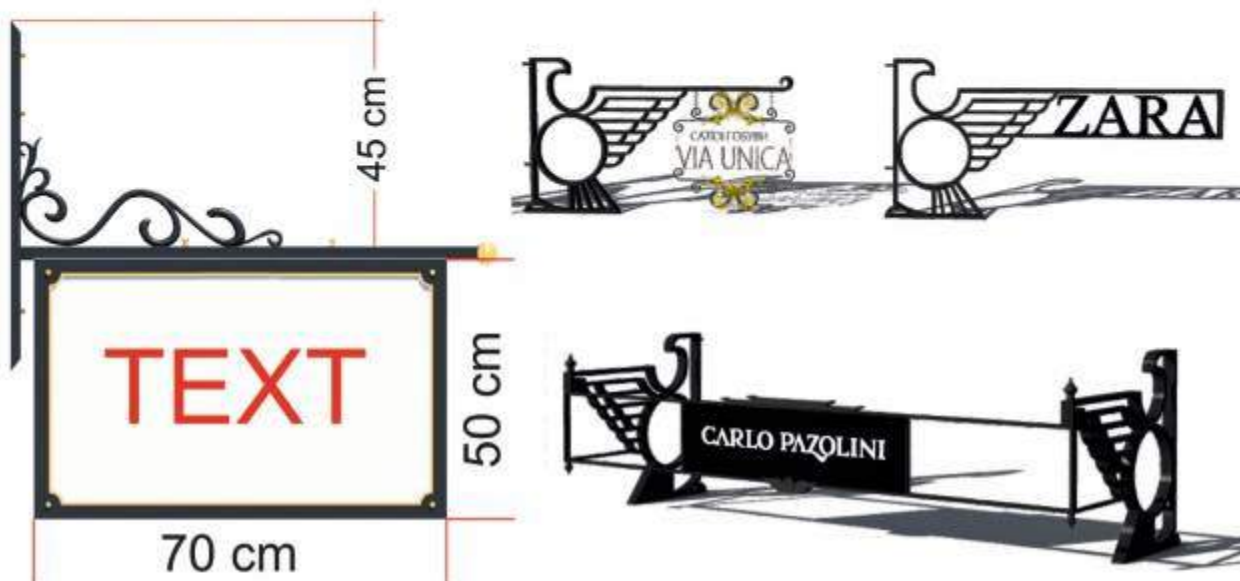
В пример можно привести город Зальцбург, Австрия. Австрийская наружная реклама имеет свои особенности. Главная черта – обилие панелей-кронштейнов.





КОНСОЛЬНЫЕ ВЫВЕСКИ

РАЗМЕРЫ

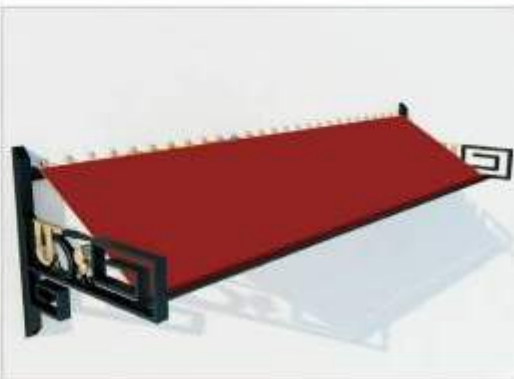
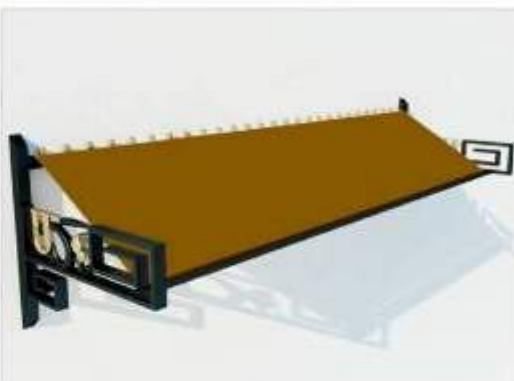
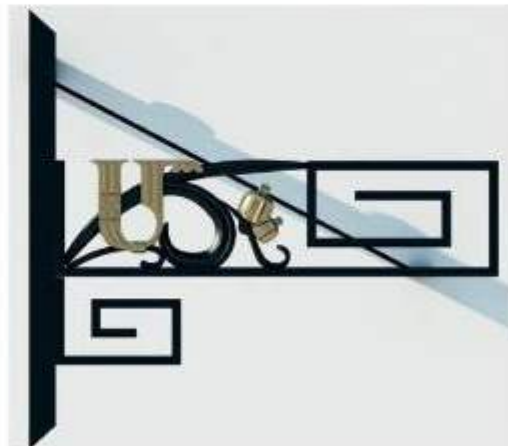


Поощряется использование небольших скульптур, чеканок, и высокохудожественных кованых элементов.



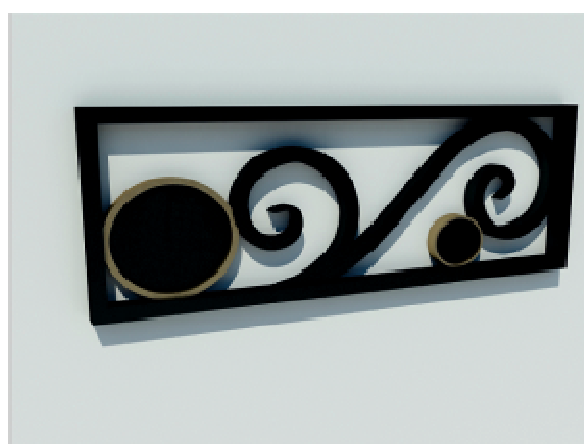
СЕЗОННЫЕ МАРКИЗЫ

ПРИМЕРЫ:



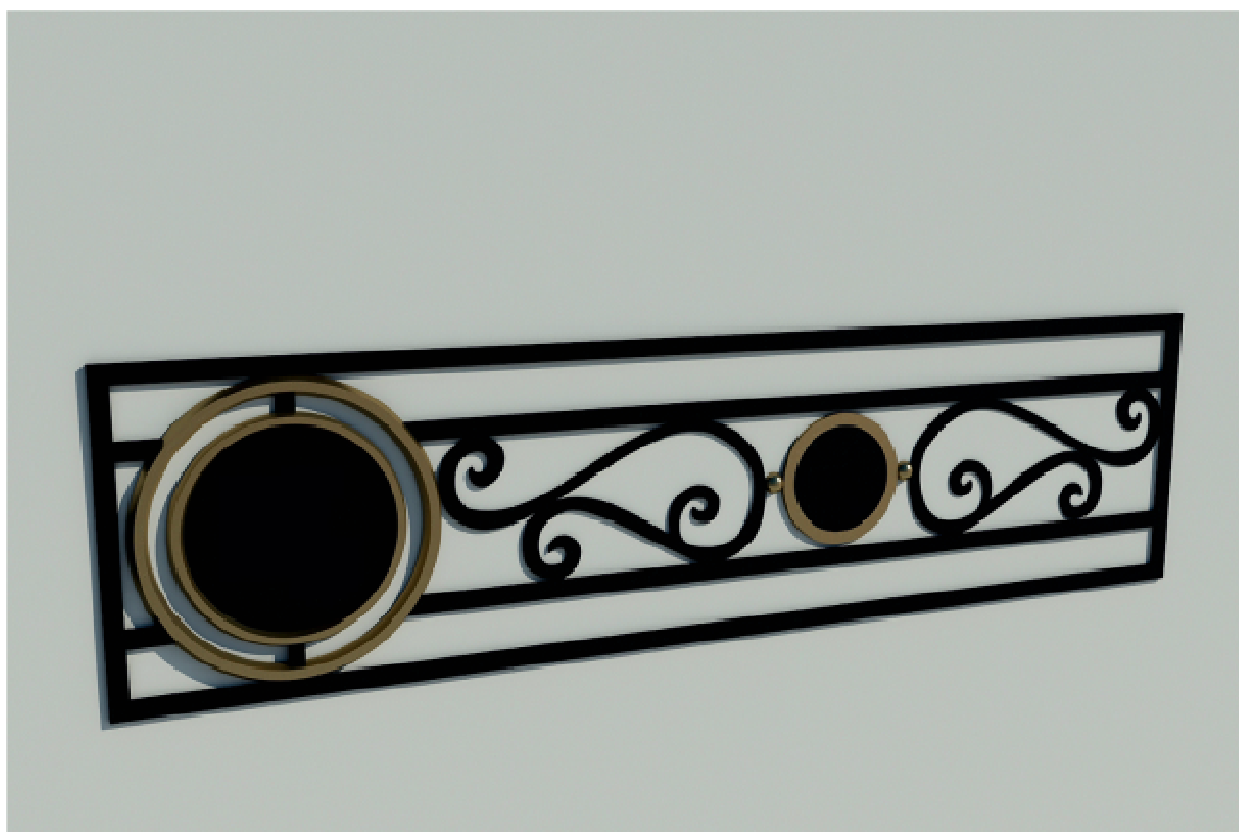


ПРИМЕРЫ ДЕКОРАТИВНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ





ПРИМЕРЫ ДЕКОРАТИВНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ







ГОРОД С ГРАМОТНОЙ РЕКЛАМОЙ

Без рекламы современная экономика невозможна, а наружная реклама давно стала неотъемлемой частью городского ландшафта, тем не менее в нашем городе наблюдается явный перебор. Мы уже настолько привыкли к засоренности рекламой своего окружения, что не осознаем масштабов сложившейся ситуации.

Как пример хочется привести необычную акцию в Вене, Австрия, проведенную в 2005 году. Все вывески, бигборды, плакаты и логотипы были заклеены желтой пленкой. Люди были поражены как много рекламы их окружает!

Акция "без рекламы" проходила 2 недели. Таким образом местные власти хотели сделать перезагрузку городского пространства и сделать город более привлекательным.

Такие эксперименты имеют важную социальную роль для жителей города. Людям надо иметь право выбора и хотя бы на некоторое время иметь возможность представить свой город без рекламы, чтобы понять для себя, как и что можно улучшить.





ГОРОД БЕЗ РЕКЛАМЫ - ВОЗМОЖНО!

В сентябре 2006 года мэр Сан Пауло подписал "Закон о чистом городе" - вся наружная реклама объявляется вне закона, включая рекламу на рекламных щитах, транспорте и перед магазинами.

В течении года было демонтировано 15 000 рекламных щитов. Владельцы магазинов должны были уменьшить размеры вывесок для соответствия требованиям закона. Были удалены уличные экраны и реклама на автобусах. Публичная раздача рекламных брошюр стала незаконной.

Сумма штрафов, выписанных за очистку Сан Пауло от загрязняющей внешний вид города рекламы достигла \$ 8 млн.

10 лет спустя, четвертый в мировом рейтинге и самый важный южно-американский город остается свободным от визуального мусора, который все еще загрязняет остальные города по всему миру.

