

Suvestinė redakcija nuo 2006-12-22 iki 2008-07-17

Sprendimas paskelbtas: TAR 2006-05-18, i. k. 2006-00324



KAUNO MIESTO SAVIVALDYBĖS TARYBA

**SPRENDIMAS
DĖL KAUNO MIESTO IŠORINĖS VAIZDINĖS REKLAMOS SPECIALIOJO PLANO
PATVIRTINIMO**

2006 m. gegužės 18 d. Nr. T-206
Kaunas

Vadovaudamasi Lietuvos Respublikos teritorijų planavimo įstatymo (Žin., 1995, Nr. [107-2391](#); 2004, Nr. [21-617](#), Nr. [152-5532](#)) 14, 15, 16, 17 ir 18 straipsniais, Lietuvos Respublikos vietos savivaldos įstatymo (Žin., 1994, Nr. [55-1049](#); 2000, Nr. [91-2832](#); 2003, Nr. [17-704](#)) 17 straipsnio 30 punktu ir Teritorijų planavimo dokumentams rengti sąlygų parengimo ir išdavimo taisyklėmis, patvirtintomis Lietuvos Respublikos aplinkos ministro 2004 m. gegužės 7 d. įsakymu Nr. D1-262 (Žin., 2004, Nr. [83-3028](#)), Kauno miesto savivaldybės taryba n u s p r e n d ž i a:

Patvirtinti Kauno miesto išorinės vaizdinės reklamos specialųjį planą (pridedama).

Savivaldybės meras

Arvydas Garbaravičius

KAUNO MIESTO IŠORINĖS VAIZDINĖS REKLAMOS SPECIALUSIS PLANAS

I. BENDROSIOS NUOSTATOS

1. Kauno miesto išorinės vaizdinės reklamos (toliau – IVR) specialiuoju planu vadovaujasi Savivaldybės administravimo subjektai koordinuodami ir reklaminės veiklos subjektai įrengdami reklamą Kauno miesto savivaldybės (toliau – Savivaldybė) teritorijoje.

2. IVR specialiojo plano reikalavimai taikomi miesto vaizdinei erdvei formuoti nepriklausomai nuo pastatų ir žemės nuosavybės formos.

3. Jei kiti teisės aktai nustato papildomus ar kitus reklamos naudojimo reikalavimus, taikomos tų teisės aktų nuostatos.

4. Svarbiausi IVR specialiojo plano uždaviniai:

4.1. suformuoti harmoningos IVR plėtros mieste programinę-reglamentinę bazę, lemiančią miestovaizdžio vertybių toleravimą, Kauno savitumo plėtojimą, naujų dizaino elementų diegimą;

4.2. suskirstyti miestą į zonas pagal specifinius IVR tipus ir reikalavimus;

4.3. išsaugoti Kauno Senamiesčio, Naujamiesčio ir kitų kultūros vertybių bei jų apsaugos zonų teritorijų kultūrinę vertę, sudaryti tinkamas sąlygas jai respektuoti, sutvarkyti tinkamas investuoti teritorijas, gerinti miesto estetinį vaizdą;

4.4. siekiant išsaugoti nekilnojamojo kultūros paveldo ir kitų vertingų architektūros objektų įvaizdį bei vertę ir bendrą Senamiesčio ir Naujamiesčio estetinį vaizdą, organizuoti konkursus bendros stilistikos IVR projektams parengti ir įgyvendinti;

4.5. skatinti įdomių vienetinių meninės reklamos darbų sukūrimą, siekiant puošti miestą autoriniais profesionalių dailininkų darbais;

4.6. mažinti IVR poveikį vertingiausioms miesto panoramoms. IVR neturi daryti įtakos Kauno miesto savivaldybės teritorijos bendrajame plane nustatytoms ir papildomoms ypač vertingoms kraštovaizdžio panoramoms (nekeisti silueto, neužstoti kultūros vertybių objektų, šlaitų ir želdinių, nedominuoti jų atžvilgiu ir t. t.);

4.7. stengtis, kad naujai įrengiama IVR išsaugotų ir paryškintų atskirų kultūros vertybių teritorijų savitumą, pabrėžtų atskirų laikotarpių stilistiką, neleisti, kad ant pastatų įrengiama IVR keistų jų fasadus;

4.8. suvienodinti esamų stendų pagrindinėse magistralinėse gatvėse (G zona) tipus ir dydį;

4.9. įrengti naujus IVR statinius tik pagal parengtas statinių išdėstymo G zonoje schemas, organizuoti konkursus IVR statiniams kitose svarbiose miesto vietose įrengti arba projektuoti kelis, vienai vietai skirtus, IVR statinių projektus ir iš jų išrinkti geriausią;

4.10. įsteigti Komisiją naujiems, svarbiems miestui IVR projektams aptarti ir įvertinti estetiniu požiūriu;

4.11. nuolat atlikti IVR įrenginių stebėseną, siekiant užtikrinti kokybišką jų eksploatavimą ir priežiūrą;

4.12. diegti naujoves, sudaryti galimybes plėtoti miesto savitumą, įrengiant pagrindiniuose įvažiuojamuosiuose keliuose miesto vartus, pagyvinti šviesos ir spalvos akcentais miesto šiaurinių gyvenamųjų rajonų panoramą, įrengiant IVR ant pastatų stogų;

4.13. keisti palaipsniui senesius IVR įrenginius į modernios technologijos įrenginius.

5. IVR specialusis planas parengtas vadovaujantis šiais teisės aktais:

5.1. Lietuvos Respublikos civiliniu kodeksu (Žin., 2000, Nr. [74-2262](#));

5.2. Lietuvos Respublikos teritorijų planavimo įstatymu (Žin., 1995, Nr. [107-2391](#); 2004, Nr. [21-617](#));

5.3. Lietuvos Respublikos statybos įstatymu (Žin., 1996, Nr. [32-788](#); 2001, Nr. [101-3597](#));

5.4. Lietuvos Respublikos saugomų teritorijų įstatymu (Žin., 1993, Nr. [63-1188](#); 2001, Nr. [108-3902](#));

5.5. Lietuvos Respublikos nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatymu (Žin., 1995, Nr. [3-37](#); 2004, Nr. [153-5571](#));

5.6. Lietuvos Respublikos reklamos įstatymu (Žin., 2000, Nr. [64-1937](#));

5.7. Lietuvos Respublikos ūkio ministro 2005 m. rugpjūčio 8 d. įsakymu Nr. 4-293 „Dėl Lietuvos Respublikos ūkio ministro 2000 m. gruodžio 1 d. įsakymo Nr. 405 „Dėl Išorinės reklamos įrengimo tipinių taisyklių patvirtinimo“ pakeitimo“ (Žin., 2005, Nr. [97-3683](#));

5.8. Lietuvos Respublikos kultūros ministro 2005 m. balandžio 13 d. įsakymu Nr. IV-138 „Dėl Reklamos kultūros paveldo objektuose, jų teritorijose ir apsaugos zonose įrengimo taisyklių patvirtinimo“ (Žin., 2005, Nr. [50-1674](#)).

6. Specialiajame plane vartojamos sąvokos:

IVR specialusis planas – Savivaldybės tarybos sprendimu patvirtintas Kauno miesto išorinės vaizdinės reklamos specialusis planas. Tai teritorijų planavimo dokumentas, kuriame nustatomi IVR įrengimo principai ir apribojimai pagal zonas.

Išorinė vaizdinė reklama (IVR) – rašytinis reklamos tekstas arba vaizdo reklama, kurių pateikimo priemonės yra ne patalpose.

Informacinė reklama – tai informacinio, visuomeninio pobūdžio reklama: iškabos, turizmo, draustinių, parkų, skverų, saugomų teritorijų informaciniai stendai.

Komercinė reklama – tai reklama, kurioje skelbiama su komercine-ūkine, finansine ar profesine veikla susijusi informacija, kuria siekiama skatinti prekių įsigijimą ar naudojimąsi paslaugomis, įskaitant nekilnojamojo turto įsigijimą, turtinių teisių ir išsipareigojimų perėmimą.

Socialinė reklama – tai reklama, kurioje visuomenei pateikiama nekomercinė informacija apie valstybės ar vietos savivaldos institucijų, visuomeninių organizacijų bei asmenų vykdomą socialinės apsaugos, sveikatos, aplinkos apsaugos, švietimo, kultūros, mokslo ir pan. politiką bei jos įgyvendinimo priemones.

Politinė reklama – valstybės politiko, politinės partijos, jos nario, politinės kampanijos dalyvio vardu ir (ar) interesais bet kokia forma ir priemonėmis už užmokestį ar kitokį atlygį arba kaip auka viešai skleidžiama informacija, kuria siekiama paveikti rinkėjų motyvaciją balsuojant rinkimuose ar referendume arba kurios skleidimu siekiama propaguoti politinę partiją, jos narį ar kandidatą.

Trumpalaikė išorinė reklama – tai vienkartinė trumpalaikė (iki 1 mėnesio) įvykio, renginio ir pan. išorinė reklama (pranešimas, kvietimas), pateikiama specialiai tam skirtose vietose.

Reklaminis įrenginys – speciali išorinės reklamos pateikimo priemonė (stendas, skydas, stulpas, iškaba, nuoroda, ekranas ir pan.).

Reklaminis statinys – tvirtai sujungtas su žeme reklaminis įrenginys, pastatytas suplanuotoje teritorijoje, naudojant statybos produktus.

Kilnojamasis reklaminis įrenginys – neturintis tvirto sujungimo su žeme, be pamatų pastatomas ant žemės reklaminis įrenginys.

Kompleksiniai įrenginiai – unifikuoti – bendro projekto, vienodų medžiagų arba specifiniai – su specifiniais elementais, detalėmis, specifinių medžiagų, kolorito įrenginiai.

Reklamos plotas – IVR skleidimo, pateikimo plokštuma.

Iškaba – prie juridinio asmens ar jo padalinio buveinės pastato pateikta informacija, nurodanti juridinio asmens ar jo padalinio pavadinimą, arba prie juridinio asmens ar individualia veikla besiverčiančio fizinio asmens verslo vietos pateikta informacija, nurodanti juridinio asmens ar individualia veikla besiverčiančio asmens verslo pobūdį (parduotuvė, viešbutis, kirpykla ir pan.). Iškaboje gali būti nurodytas prekių ar paslaugų ženklas, vėliava, emblema, individualia veikla besiverčiančio asmens vardas, pavardė, individualios veiklos vykdymo registracijos pažymos arba įsigyto verslo liudijimo numeris ar kita papildoma informacija (darbo laikas ir pan.).

Nuoroda – informacija, kurioje nurodomas gamintojo ar paslaugos teikėjo (objekto) pavadinimas (asmens žymuo) pagal įmonės registravimo pažymėjimą ir / ar pagrindinė veikla, ir / ar adresas, ir / ar kelio kryptis ir kurios pateikimo vieta turi tiesioginį ryšį su reklamuojamo objekto

vieta.

IVR įrenginio projektas – iš anksto parengtų nustatytos sudėties dokumentų, kuriuose pateikiami reklaminės veiklos subjekto sumanyto IVR įrenginio sprendiniai (aiškinamoji dalis, brėžiniai), skirtų IVR įrenginio įrengimui įteisinti ir vykdyti, visuma.

Kompleksinis projektas – bendros kompozicijos architektūros ir dizaino projektas tam tikros miesto zonos, aikštės, gatvės, pastatų komplekso ar pastato IVR įrenginių išdėstymui bei jų tipui nustatyti.

Reklamos davėjas – asmuo, kurio iniciatyva ir interesais naudojama (užsakoma, gaminama, skleidžiama) reklama.

Reklaminės veiklos subjektas – reklamos davėjas, gamintojas, tarpininkas ar skleidėjas.

Architektūrinės detalės – portikai, erkeriai, karnizai, frizai, kolonos, parapetai, piliastrai, rustikos, markizės, rozetės, nišos, langų apvadaai, architektūros skaidymus imituojantis tinkas ir panašiai.

Fasado elementai – langai, durys, balkonai, lodžijos ir panašiai.

Komisija – Savivaldybės administracijos direktoriaus įsakymu sudaryta komisija, kuri turi patariamąjį balsą nagrinėjant estetinius ir architektūrinius klausimus.

A zona – Senamiesčio (U-15) teritorija:

A-1 – XVII–XVIII a. senamiesčio teritorija, kurioje išliko Lietuvos Didžiosios Kunigaikštystės laikotarpiu susiformavusi autentiška arba artima autentiškai urbanistinė struktūra;

A-2 – XVIII–XIX a. urbanistinė struktūra, kurioje išlikę pavieniai Lietuvos Didžiosios Kunigaikštystės laikotarpio architektūros elementai.

B zona – Senamiesčio apsaugos nuo fizinio poveikio zona.

C zona – Naujamiesčio (U-30) teritorija.

D zona – kultūros vertybių vizualinės apsaugos zona.

E zona – kitų kultūros, gamtos vertybių ir kitų saugomų teritorijų zona.

F zona – intensyvioji IVR išdėstymo zona.

G zona – magistralinių gatvių zona.

H zona – ekstensyvioji IVR išdėstymo zona.

PASTABA. Zonų ribos nurodytos specialiojo plano brėžinyje „IVR reguliavimo ir vystymo miesto atskirose zonose schema“.

II. REKLAMINIŲ ĮRENGINIŲ KLASIFIKAVIMAS

7. Pagal reklamos turinį reklaminiai įrenginiai yra šie:

7.1. informaciniai įrenginiai. Juose gali būti ši informacija:

7.1.1. viešojo miesto informacija:

7.1.1.1. miesto vartų sistema patekimo į miestą vietose (riboženklis, miesto schemos su turistiniais objektais, aptarnavimo įstaigomis);

7.1.1.2. turizmo informacinė sistema (įrenginiai su turistinėmis schemomis, žemėlapiai, krypties į turistinius objektus nuorodos);

7.1.1.3. miesto rajonų, seniūnijų informacinė sistema (įrenginiai, kuriuose yra teritorijos ribų schemos ir bendra informacija);

7.1.1.4. parkų, draustinių informacinė sistema (informaciniai įrenginiai su schemomis ir bendra informacija patekimo į objektus vietose, informacinės krypties nuorodos);

7.1.1.5. memorialinės, paminklinės lentos ir pan.;

7.1.2. trumpalaikė nekomercinė reklama;

7.1.3. iškabos;

7.2. komerciniai įrenginiai:

7.2.1. komercinė reklama;

7.2.2. komercinės nuorodos;

7.2.3. trumpalaikė komercinė reklama;

7.3. politinė reklama (politinės kampanijos laikotarpiu).

8. Pagal techninius parametrus ir įrengimo vietą reklaminiai įrenginiai yra šie:
 - 8.1. įrenginiai ant pastatų:
 - 8.1.1. ant pastato sienų;
 - 8.1.2. ant pastato stogo;
 - 8.2. atskirai stovintys reklaminiai įrenginiai:
 - 8.2.1. reklaminiai statiniai;
 - 8.2.2. kilnojamieji reklaminiai įrenginiai;
 - 8.3. įrenginiai ant infrastruktūros objektų (miesto erdvėje virš gatvių, integruoti miesto transporto laukimo paviljonuose);
 - 8.4. IVR ant transporto priemonių;
 - 8.5. įrenginiai ant laikinųjų statinių (kioskų, paviljonų, lauko kavinių, statybviečių aptvarų).
9. Pagal įrengiamos reklaminės plokštumos padėtį reklaminiai įrenginiai yra šie:
 - 9.1. statmeni (konsoliniai) pastato fasadui, gatvei;
 - 9.2. lygiagretūs pastato fasadui, gatvei.
10. Pagal užimamą tūrį reklaminiai įrenginiai yra šie:
 - 10.1. plokštuminiai;
 - 10.2. tūriniai.
11. Pagal apšvietimą reklaminiai įrenginiai yra šie:
 - 11.1. šviečiantys (apšvietimas įrengtas įrenginio viduje ar įrenginys apšviestas specialia įranga, nukreipta į reklamos plotą);
 - 11.2. nešviečiantys.
12. Pagal vienos reklaminės plokštumos dydį reklaminiai įrenginiai yra šie:
 - 12.1. maži (iki 3 kv. m);
 - 12.2. vidutiniai (nuo 3 iki 10 kv. m);
 - 12.3. dideli (nuo 10 iki 32 kv. m);
 - 12.4. labai dideli (nuo 32 kv. m).
- PASTABA. IVR įrenginių ploto formatai dėl techninių bei konstrukcinių sprendimų gali turėti iki 10 procentų paklaidą.
13. Pagal reklamos skleidimo laiką reklaminiai įrenginiai yra šie:
 - 13.1. trumpalaikiai:
 - 13.1.1. trumpalaikė reklama;
 - 13.1.2. politinė reklama (rinkimų agitacijos metu);
 - 13.1.3. ant statybviečių aptvarų, pastolių, rekonstruojamų pastatų pastolių (iki statybos pabaigos);
 - 13.2. ilgalaikiai (ilgiau kaip 30 kalendorinių dienų, išskyrus 13.1.2 ir 13.1.3 punktuose nurodytus atvejus).
14. Pagal reklamos turinio kaitą, dinamiką reklaminiai įrenginiai yra šie:
 - 14.1. statiški (nekintamo vaizdo);
 - 14.2. kinetiniai (kintamo vaizdo):
 - 14.2.1. mechaniniai dinaminiai (kelių besikeičiančių plokštumų);
 - 14.2.2. elektroniniai (vaizdo ekranai ir pan.).
15. Pagal reklamos pateikimą reklaminiai įrenginiai yra šie:
 - 15.1. specialūs (stendai, skydai, stulpai, vitrinos, iškabos ir pan.);
 - 15.2. pritaikyti (pastatų sienos, stogai, laikinieji statiniai ir pan.).

III. REKLAMOS ĮRENGIMO PRINCIPAI

BENDRIEJI PRINCIPAI

16. IVR turi derėti prie aplinkos, neužgožti pastatų, išlaikyti pastato architektūrinį vientisumą – neuždengti pastato architektūros detalių ar fasado elementų ir derėti prie fasado ir

gatvės išsklotinės savo forma, stilistika ir spalva.

17. Pritariama tik aukštąjį profesinį išsilavinimą turinčių dizainerių parengtiems IVR įrenginių projektams. Reklaminių statinių projektavimui ir įrengimui taikomi statybos veiklą reglamentuojantys teisės aktai.

18. Leidžiama įrengti IVR įrenginius saugomose ir nekilnojamųjų kultūros vertybių teritorijose tik suderinus su valstybės įstaiga, atsakinga už kultūros vertybių apsaugą, ir saugomos teritorijos steigėjo įgaliota įstaiga.

19. IVR įrenginiai neturi užstoti istorinio miesto centro turistinėse trasose atsiveriančių vertingų panoramų, gatvių ašyse esančių vertingų architektūros, skulptūros objektų, todėl, rengiant IVR projektus, privaloma patikrinti jų poveikį panoramoms iš brėžinyje „IVR reguliavimo ir vystymo miesto atskirose zonose schema“ pažymėtų apžvalgos vietų.

20. Įrengiant reklaminius įrenginius, prioritetas teikiamas viešosios miesto informacijos įrenginiams.

21. Draudžiama įrengti reklaminius įrenginius:

21.1. aikštėse, parkuose, skveruose, rekreacinėse zonose, išskyrus juose esančių aptarnavimo įstaigų informacinę reklamą;

21.2. apžvalgos aikštelėse, jei būtų užstotos iš jų atsiveriančios vertingos panoramos;

21.3. ant medžių, krūmų ir kitų želdinių, juos uždengti, jiems kenkti ar kitaip juos gadinti;

21.4. upių krantinių ar kitų vandens telkinių apsaugos juostose, pažymėtose specialiojo plano brėžinyje „IVR reguliavimo ir vystymo miesto atskirose zonose schema“;

21.5. ant tiltų, viadukų ir estakadų ar jų apsaugos zonose;

21.6. ant objektų, kurie nėra pritaikyti reklamai įrengti (vėliavų stiebų, gatvės apšvietimo stulpų, kelio ženklų stiebų, suolų, šiukšliadėžių ir pan.);

21.7. ant savavališkų statinių;

21.8. neturint žemės, statinių ar kitų objektų, ant kurių jie įrengiami, savininko sutikimo;

21.9. kapinių vizualinės įtakos zonose (išskyrus informacinius įrenginius);

21.10. automobilių stovėjimo aikštelėse, jei būtų užimamos automobilių stovėjimo vietos;

21.11. automobilių keliuose ir jų apsaugos zonose, taip pat gatvėse ir prie jų, jeigu jie gali užstoti technines eismo reguliavimo priemones, kelio ženklus, pabloginti matomumą, akinti eismo dalyvius, atitraukti jų dėmesį, tuo keliant pavojų eismo dalyviams, taip pat draudžiama naudoti reklamą, imituojančią kelio ženklus;

21.12. virš gatvių, išskyrus trumpalaikę išorinę reklamą.

22. Ant tvoros, išskyrus statybietės aptvėrimus, galima įrengti tik iškabas ir tik tais atvejais, jei nėra galimybės jas įrengti ant pastatų ar jie yra toliau nuo gatvės.

23. Ant laikinųjų statinių (kioskų, paviljonų), nepritaikytų reklamai pateikti, galima įrengti tik iškabas.

24. Reklaminiai įrenginiai, įrengti ant pritaikytų reklamos pateikimo priemonių (pastatų, tvorų, laikinųjų pastatų, automobilių) neturi keisti šių objektų dydžio.

25. Atskiri reklaminiai įrenginiai ant pastato įrengiami pagal kompleksinį projektą, išskyrus atvejus, kai reklaminių įrenginių išdėstymas ir jų dydžiai nurodyti pastato projekte.

26. Konsoliniai reklaminiai įrenginiai negali būti įrengiami toliau kaip 1 m nuo pastato fasado, jie neturi būti didesnio kaip šaligatvis pločio ir pagal techninius gatvės reikalavimus negali būti arčiau kaip 0,75 m nuo važiuojamosios gatvės dalies, taip pat neturi užstoti kelio ženklų.

27. Draudžiama įrengti (kabinti, klijuoti ar kitaip tvirtinti) reklamą ant taksofonų kabinų, bankomatų, automobilių stovėjimo aikštelių bilietų pardavimo automatų (išskyrus šių objektų savininkų skiriamuosius ženklus), ant monumentaliosios dailės kūrinių, koplytėlių, koplytstulpių, stogastulpių, memorialinių kryžių, memorialinių statinių ir jų apžvalgos zonose.

28. Draudžiama IVR gamybai naudoti neilgaamžes, nepatvarias medžiagas. Reklaminiams įrenginiams gaminti naudojamų metalo konstrukcijų ir detalių paviršiai turi būti apdoroti antikorozinėmis priemonėmis ir padengti kokybiškomis dangomis.

29. Pageidautina, kad IVR būtų apšviesta.

30. Politinė reklama įrengiama vadovaujantis Lietuvos Respublikos teisės aktais,

reglamentuojančiais politinę reklamą.

31. IVR įrenginiams projektuoti ir įrengti geležinkelio ir autobusų stočių teritorijose taikomi IVR išdėstymo Kauno miesto kultūros vertybių (D zona) ir jų apsaugos zonų (E zona) teritorijose reikalavimai.

32. IVR įrenginiai negali uždengti kitų reklaminių įrenginių.

IŠKABOS

33. Kiekvienam reklamos davėjui leidžiama įrengti vieną iškabą pastato fasado plokštumoje virš ar šalia vitrinų ar durų ir vieną konsolinę iškabą – statmenai fasadui. Kai reklamos davėjui priklauso kelios įeigos į pastatą, leidžiama įrengti iškabas prie kiekvienos įeigos.

34. Iškabos ant fasadų įrengiamos tarp pirmojo ir antrojo aukštų (ne aukščiau kaip antrojo aukšto palangė). Kai vienos paskirties pastatą valdo / nuomoja vienas naudotojas arba kai pastatas aukštesnis negu 3 aukštų, iškabas galima įrengti aukščiau antrojo aukšto, parenkant konkrečiu atveju tinkamiausią aukštą ir dydžius.

35. Jei fasade yra specialiai suprojektuotos iškabų vietos, kitur jas kabinti draudžiama.

36. Gyvenamųjų namų kiemuose įsikūrusių įstaigų, turinčių bendrą su gyventojais įėigą, iškabos tvirtinamos šalia tarpuvarčių ar durų. Draudžiama kabinti iškabas ant bendrų vartų ar durų.

37. Leidžiama tarpuvarčiuose kabinti tik plokščias iškabas, tvirtinamas prie įvažos pagrindinių ar šoninių sienų, nemažinant tarpuvarčių pločio.

38. Draudžiama iškaboje nurodyti įmonės teikiamas paslaugas.

KOMERCINĖS REKLAMOS ĮRENGINIAI

39. Prioritetas turi būti teikiamas didesnių investicijų reikalaujantiems, naujesnių technologijų komercinės reklamos įrenginiams.

40. Reklaminiai statiniai turi būti projektuojami ir įrengiami vienodais atstumais tarp reklaminių įrenginių, bendroje lygiagrečioje ašyje nuo gatvės važiuojamosios dalies krašto.

41. Atstumas vienoje gatvės pusėje arba lygiagrečioje ašyje turi būti:

41.1. tarp mažų reklaminių statinių arba tarp architektūriškai sujungtų šių įrenginių grupių – ne mažesnis kaip 15 m;

41.2. tarp vidutinių reklaminių statinių arba tarp architektūriškai sujungtų šių įrenginių grupių – ne mažesnis kaip 50 m;

41.3. tarp didelių reklaminių statinių – ne mažesnis kaip 100 m;

41.4. tarp labai didelių reklaminių statinių – ne mažesnis kaip 300 m.

42. Didelių ir labai didelių reklaminių statinių reklaminė plokštuma negali būti žemiau kaip 3 metrai nuo žemės.

43. Reklaminiai įrenginiai ant pastato gali būti įrengiami tik ant ugniasienių ar belangių pastato fasadų.

44. Ant pastato stogo leidžiama įrengti tik atskirų tūrinių raidžių teksto ar logotipo reklaminius įrenginius (negalima įrengti skydų).

45. Draudžiama įrengti reklaminius statinius specialiojo plano brėžinyje „IVR reguliavimo ir vystymo miesto atskirose zonose schema“ pažymėtose magistralinių gatvių zonose, kuriose yra per daug IVR įrenginių.

46. Naujus didelius ir labai didelius reklaminius statinius galima įrengti G zonoje tik nustatytų dydžių ir konstrukcijų tipų pagal patvirtintas reklaminių statinių išdėstymo schemas.

47. Kai nėra galimybės įrengti iškabą ant pastato sienos, gali būti statomas kilnojamasis reklaminis įrenginys – dekoracija, reklaminė mozaika ne didesniu kaip 1 m atstumu nuo šio pastato durų. Jis gali užimti ne daugiau kaip $\frac{1}{4}$ šaligatvio pločio (turi likti ne mažiau kaip 0,9 m neužstatyto šaligatvio pločio). Kilnojamojo reklaminio įrenginio plotis negali būti didesnis kaip 0,7 m, aukštis – didesnis kaip 1,2 metro.

48. Reklaminis įrenginys negali būti įrengiamas ant dviračių takų, šaligatvio pėsčiųjų

srautų zonoje.

49. Draudžiama statyti reklaminius įrenginius ant šaligatvių, siauresnių kaip 2 m (viešojo transporto stotelėse esanti šaligatvio dalis, skirta keleiviams laukti, suolams pastatyti, taip pat stovintys medžiai į šaligatvio plotį neįskaičiuojami). Reklaminius įrenginius turi būti lengvai apeinamas iš visų pusių mažiausiai 0,9 m spinduliu. Prireikus gali būti suformuojamas šaligatvio dangos išplatėjimas.

KOMERCINĖS NUORODOS

50. Nuorodos gali būti įrengiamos tik pagal patvirtintus tipinius nuorodų projektus.

51. Vienas reklamos davėjas gali turėti vieną iki 3 kv. m reklaminio ploto nuorodą į jo buveinę. Nuorodoje nurodomas tik įmonės pavadinimas, veiklos rūšis ir / ar adresas, išskyrus atvejus, kai yra kelios įvažos į teritoriją ar įeigos į pastatą.

52. Prie sankryžų ar įvažų į teritorijas, kuriose įsikūrę du ar daugiau reklamos davėjų, atskiros nuorodos įrengiamos pagal kompleksinį projektą.

IV. REKLAMOS ĮRENGIMO A, B, C, D IR E ZONOSE REIKALAVIMAI

53. IVR, įrengiama A, B, C, D ir E zonose, turi būti aukštos estetinės kokybės – turi būti skatinama kurti vienetinius meninius kūrinius, turinčius išliekamąją ir visuomeninę vertę.

54. Rengiant iškabų projektus turi būti atsižvelgiama į architektūrinės aplinkos specifiką, spalvinę dermę, projektuojamos iškabos dydžio ir formos santykį su architektūrine aplinka. Iškabos negali vizualiai pažeisti fasadų detalių ritmikų.

55. Rengiant iškabų projektus turi būti ieškoma analogų istorinėse formose, dekorų elementuose.

56. Iškabų spalvinis sprendimas turi būti derinamas prie bendro fasado spalvinio sprendimo.

57. Rekomenduojama iškabose pateikti minimalią informaciją, o kitą reklamą pateikti vitrinose.

58. Iškabų įranga siaurose gatvėse turi būti įrengiama tik pagal sienų plokštumą arba ant persviečiamų metalinių konstrukcijų konsolių.

59. Ant fasado komponuojamas tūrinių raidžių užrašas privalo derėti prie pastato architektūros stiliaus, jis turi būti atitinkamo šrifto ir mastelio. Didžiausias raidžių aukštis – 0,36 m (didžiosios raidės).

60. Draudžiama įrengti atskirus įmonių tipinius reklaminius šviečiančius įrenginius su prekių ženklais. Jie gali būti komponuojami pačioje iškaboje, neužgožiant jos savo dydžiu, arba įrengiami vitrinose.

61. Draudžiama įrengti A, B, C, D ir E zonose kilnojamuosius reklaminius įrenginius.

62. Tvarkant vitrinas, rekomenduojama atkurti autentišką pastato skaidymą ir apdailą.

63. Draudžiama A, B ir D zonose esančių pastatų vitrinose įrengti IVR, kurioje pateikiami dideli fotografuoti vaizdai.

64. Turi būti skatinama, kad gaminant IVR, įrengiamą A ir B zonose, būtų tęsiamos istorinių amatų tradicijos, gaminant IVR, įrengiamą kitose miesto zonose, – panaudojamos šiuolaikinės technologijos.

65. Jei autentiškas pastato tinkas nėra saugomas, galima įrengti polichrominį užrašą / dekorą arba grafitą atitinkančią reklamą. Pastatų fasaduose išlikusius istorinius reklaminius užrašus arba polichrominį dekorą ar jų fragmentus rekomenduojama restauruoti ir eksponuoti, o naują reklamą – derinti prie esamo fasado dekorų.

66. IVR gamybai leidžiama naudoti tradicines medžiagas: polichrominį dekorą, metalą, medį, tekstilę, keramiką, gipsą, stiklą, akmenį ir kita. Iš plastiko leidžiama gaminti tik kai kurias reklamos įrenginio dalis. Draudžiama IVR gamybai naudoti fluorescencinius dažus.

67. Natūralios pastatų apdailos medžiagos reklamos tikslams negali būti dažomos.

68. Galimas vietinis (aureolinis) iškabos apšvietimas, priderintas prie pastato apšvietimo.
69. IVR įrenginių įrengimo A, B, C, D ir E zonose reikalavimai nurodyti priede pateiktoje lentelėje.

V. BAIGIAMOSIOS NUOSTATOS

70. IVR specialųjį planą tvirtina Kauno miesto savivaldybės taryba. Jis įsigalioja kitą dieną po paskelbimo vietinėje spaudoje.

71. Iki IVR specialiojo plano įsigaliojimo nustatyta tvarka įrengtai IVR IVR specialiojo plano reikalavimai taikomi nuo 2008 m. birželio 1 d., išskyrus didelius ir labai didelius reklaminius statinius G zonoje. G zonoje esantiems dideliems ir labai dideliems reklaminiams statiniams IVR specialiojo plano reikalavimai bus taikomi po to, kai teisės aktų nustatyta tvarka bus patvirtintos ir įsigaliojusios šių statinių išdėstymo gatvėse schemas.

Punkto pakeitimai:

Nr. [T-511](#), 2006-12-21, paskelbta TAR 2006-12-21, i. k. 2006-00903

72. Asmenų skundai dėl IVR specialiojo plano sprendinių nagrinėjami Lietuvos Respublikos administracinių bylų teisenos įstatymo nustatyta tvarka.

73. Kauno miesto savivaldybės administracijos Miesto plėtros departamento specialistas, atsakingas už IVR įrengimą, priima sprendimus dėl IVR įrenginių estetinio vaizdo ir jų dydžių atitikties IVR specialiojo plano sprendiniams. Jei asmenys nesutinka su Miesto plėtros departamento specialisto sprendimu, jų pageidavimu skundai perduodami nagrinėti Komisijai.

74. IVR specialiojo plano pagrindu turi būti parengtos išorinės vaizdinės reklamos įrengimo taisyklės.

75. IVR specialiojo plano įgyvendinimo programa:

75.1. patvirtinti trumpalaikės IVR vietų sąrašą;

75.2. patvirtinti tipinių nuorodų projektus (1–5 variantus);

75.3. parengti leidimų įrengti išorinę reklamą išdavimo tvarkos aprašą;

75.4. pakeisti Vietinės rinkliavos už leidimų įrengti išorinę reklamą ant Savivaldybei priklausančių ar valdytojo teise valdomų objektų išdavimą nuostatus;

75.5. įsteigti IVR registrą ir įpareigoti kiekvieną reklaminės veiklos subjektą užregistruoti jame visus jam priklausančius IVR įrenginius;

75.6. organizuoti didelių ir labai didelių reklaminių statinių, tarp jų lauko ekranų, išdėstymo G zonoje schemų parengimą, numatyti šių reklaminių statinių dydžius ir konstrukcijų tipus.

IVR ĮRENGINIŲ ĮRENGIMO A, B, C, D IR E ZONOSE REIKALAVIMAI

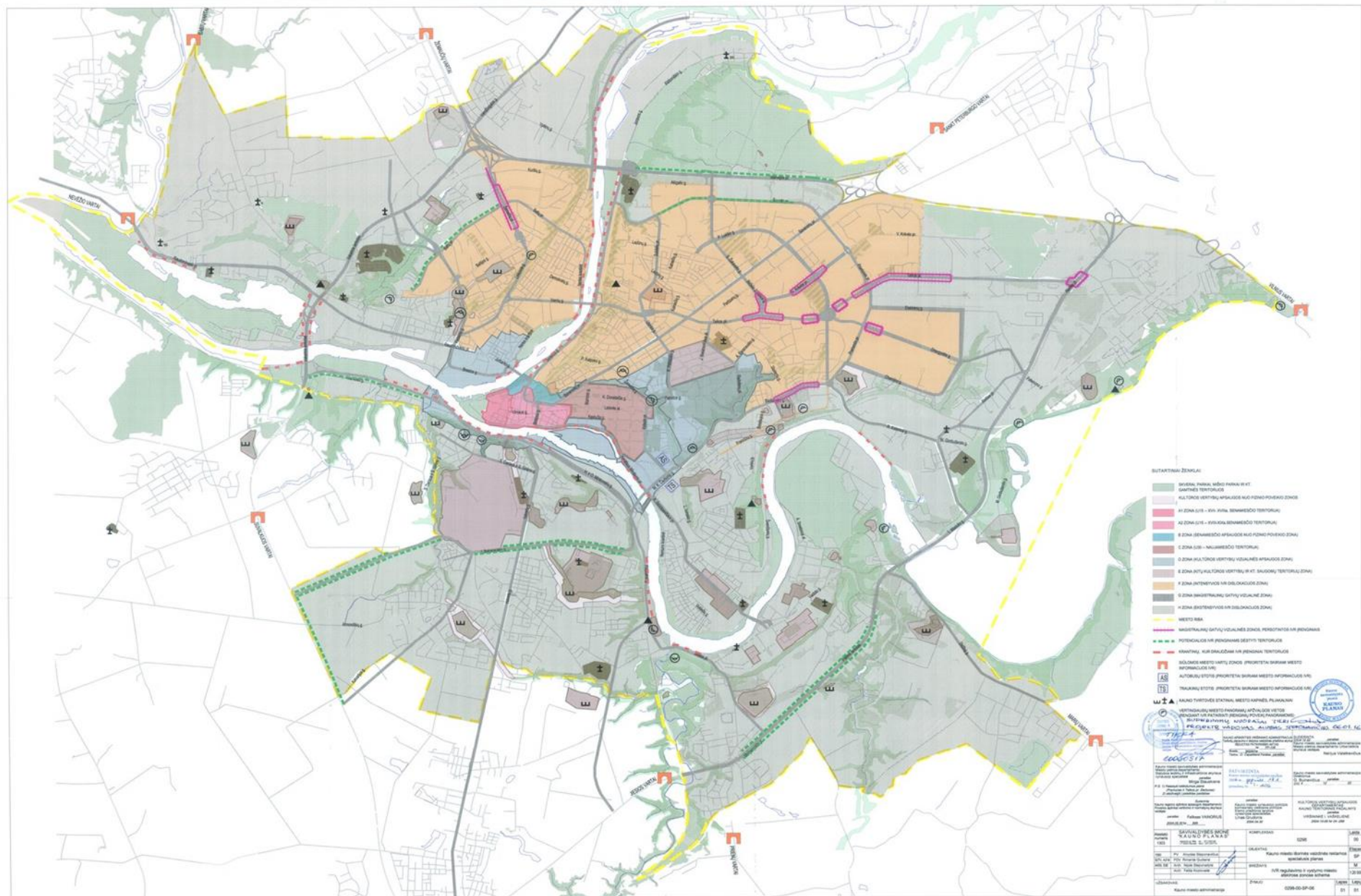
IVR įrenginių tipai	Taikymo zonos					
	A1	A2	B	C	D	E
I. Informaciniai reklaminiai įrenginiai						
Viešojo miesto informacija	S	S	S	N	+	KV
Trumpalaikė nekomercinė reklama	-	+	+	+	+	+
Iškabos:						
plokštuminės (įrengtos lygiagrečiai pastato fasadui)	S	S	S	N	+	KV
konsolinės (įrengtos statmenai pastato fasadui)	S	S	S	N	+	KV
ant pastato stogo (tik peršviečiamos)	-	-	-	N	+	-
II. Komerciniai reklaminiai įrenginiai						
Komercinės nuorodos	-	-	-	N	+	KV
Komerciniai reklaminiai statiniai:						
maži	-	S	S	N	+	KV
vidutiniai	-	S	S	N	+	KV
dideli	-	-	-	-	+	KV
labai dideli	-	-	-	-	-	-
Reklaminiai įrenginiai ant pastatų:						
ant pastato fasado	-	S	S	N	+	KV
ant pastato stogo	-	-	-	-	-	-
Trumpalaikė komercinė reklama	-	+	+	+	+	+

Santrumpos:

S – specialiai Senamiesčiui suprojektuoti reklaminiai įrenginiai + leidžiama įrengti

N – specialiai Naujamiesčiui suprojektuoti reklaminiai įrenginiai - draudžiama įrengti

KV – specialiai atskirų kultūros vertybių saugomoms teritorijoms suprojektuoti reklaminiai įrenginiai



Pakeitimai:

1.

Kauno miesto savivaldybės taryba, Sprendimas

Nr. [T-511](#), 2006-12-21, paskelbta TAR 2006-12-21, i. k. 2006-00903

Dėl Kauno miesto savivaldybės tarybos 2006 m. gegužės 18 d. sprendimo Nr. T-206 „Dėl Kauno miesto išorinės vaizdinės reklamos specialiojo plano patvirtinimo“ pakeitimo