

ЧАСТЬ III. ТОМ VI
ИНФОРМАЦИОННЫЕ КОНСТРУКЦИИ
В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ



ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДИЗАЙН-КОДА ПРИ ВЫБОРЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ИЛИ РЕКЛАМНОЙ КОНСТРУКЦИИ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ

ШАГ 1

Определение зоны в городе
и категории улицы

По схеме зонирования дизайн-кода
необходимо определить зону
регламентирования и категорию
улицы, на которой планируется
размещение конструкции

ШАГ 2

Определение типа
информационной или
рекламной конструкции

Выбрать тип информационной или
рекламной конструкции по таблицам
типологии носителей

ШАГ 3

Определение возможности
установки конструкции

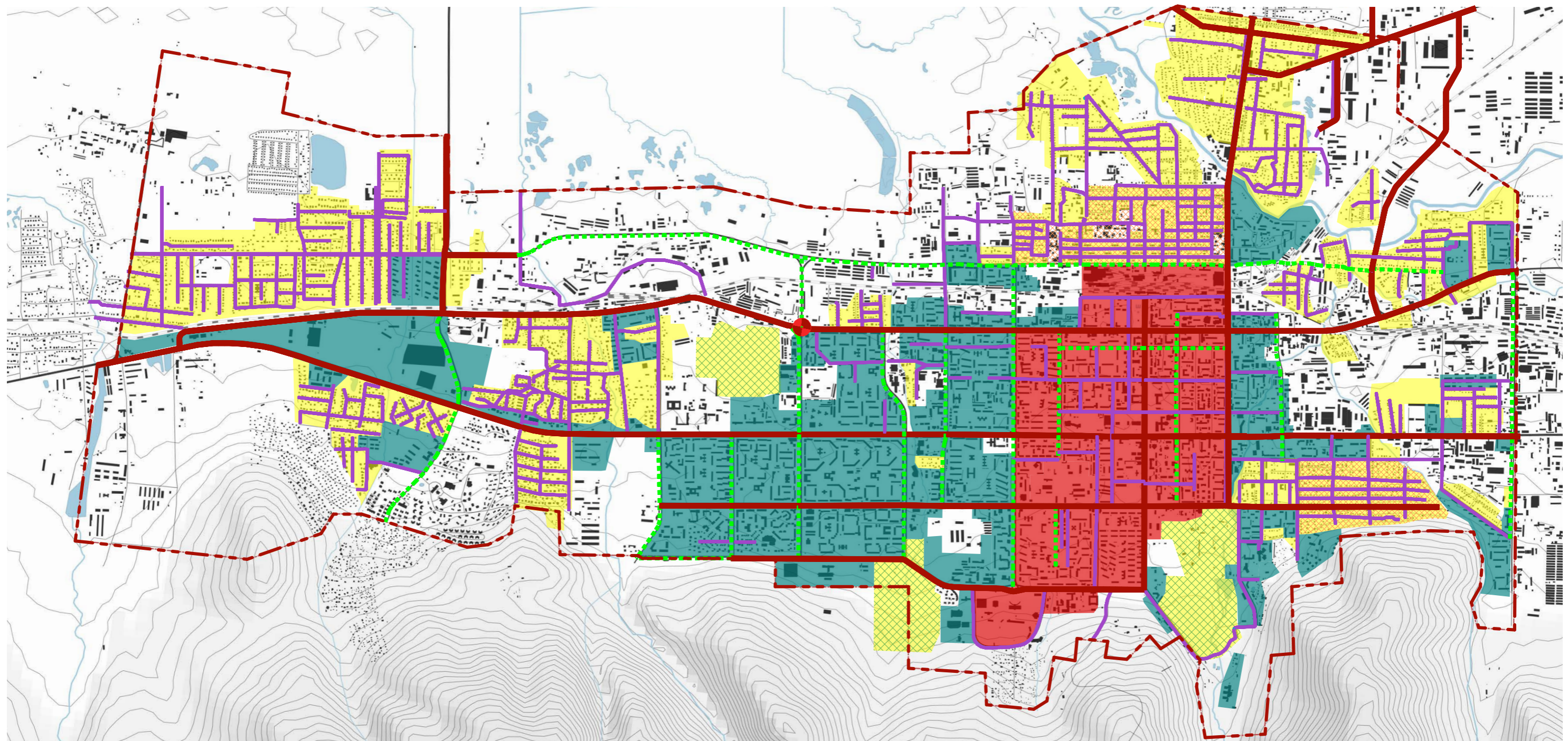
Определить параметры
по таблице «Разрешенные
и запрещенные информационные
и рекламные конструкции
в городской среде»

ШАГ 4

Выбор расположения
и оформления
конструкции










Выбрать вариант исполнения, цвет,
расположение на УДС согласно
правилам регламента

СХЕМА ЗОНИРОВАНИЯ ДИЗАЙН-КОДА ШАГ 1



В результате анализа городской планировочной структуры разработана схема зонирования города для применения дизайн-кода. Зонирование разделяет пространства по типу застройки и типу улиц. Таким образом, последующее регламентирование в дизайн-коде будет учитывать как тип среды, так и ширину улиц.

Неотмеченные на схеме улицы необходимо считать улицами местного значения.

- | | | | |
|--|---|---|-------------------------------------|
|  | А — дороги федерального значения, городские магистрали регулируемого движения |  | Зона 1 — ядро города |
|  | Б — магистральные улицы районного значения |  | Зона 2 — город |
|  | В — улицы местного значения |  | Зона 3 — ИЖС и зоны отдыха |
|  | Граница дизайн-кода |  | Зона 3.1 — застройка времен Тоёхары |
| | |  | Зона 3.2 — зоны отдыха |

ТИПОЛОГИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ КОНСТРУКЦИЙ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ

ШАГ 2



ТИПОЛОГИЯ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ

ШАГ 2



РАЗРЕШЕННЫЕ И ЗАПРЕЩЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ И РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ

ЗОНА I. ШАГ 3

Таблица разрешенных и запрещенных информационных и рекламных конструкций разработана для определения возможности установки таких конструкций в городской среде в зависимости от зоны города и класса улиц.

* Параметры указаны для одного модуля навигационного указателя

** Габариты конструкции определяются габаритами объекта, в который встроен сити-формат

*** Габариты, расположение и оформление знаков информирования об объектах притяжения должны соответствовать ГОСТ Р 52044-2003. Рекомендуется соблюдать расстояние между несколькими знаками на УДС не менее 100 м.

Зоны города

- 1 Ядро города
- 2 Город
- 3 ИЖС и зоны отдыха
 - 3.1 Застройка времен Тойохары
 - 3.2 Зоны отдыха

Классификация улиц

- A Дороги федерального значения, городские магистрали регулируемого движения
- B Магистральные улицы районного значения
- B Улицы местного значения

Условные обозначения

- 1A Комбинация зон города и класса улиц

- Разрешено размещать
- Может быть размещено по согласованию
- Запрещено размещать

Тип конструкции	Конструкция, м			Зона и класс улицы															
	Высота	Ширина	Длина	1A	1B	1B	2A	2B	2B	3A	3B	3B	3.1B	3.1B	3.2B	3.2B			
НАВИГАЦИОННЫЙ УКАЗАТЕЛЬ	2,5 - 4,5 ≤ 2	— 0,3*	— 1,2*	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
НАВИГАЦИОННАЯ СТЕЛА	≤ 1,8 ≤ 1,8	≤ 0,9 ≤ 0,9	≤ 0,2 —	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
НАВИГАЦИОННАЯ СТЕЛА ОБЩЕСТВЕННЫХ ЗДАНИЙ	≤ 1,8 ≤ 1,8	≤ 0,4 ≤ 0,4	≤ 0,2 —	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
ШТЕНДЕР	≤ 1,2 ≤ 1,2	≤ 0,8 ≤ 0,8	≤ 0,6 —	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
ИНФОРМАЦИОННЫЙ И АФИШНЫЙ СТЕНД	≤ 2,1 ≤ 1,5	≤ 1,5 ≤ 1,5	≤ 0,15 —	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
СИТИ-ФОРМАТ ОТДЕЛЬНО СТОЯЩИЙ	≤ 2,8 ≤ 1,8	≤ 1,4 ≤ 1,2	≤ 0,35 —	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
СИТИ-ФОРМАТ ВСТРОЕННЫЙ	** ≤ 1,8	** ≤ 1,2	** —	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
АФИШНАЯ ТУМБА	≤ 4 ≤ 2,2	≤ 1,7 ≤ 1,2	≤ 1,7 ≤ 1,2	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
ПИЛЛАР	≤ 4,2 ≤ 3	≤ 2 ≤ 1,4	≤ 2 ≤ 1,4	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
СТЕЛА АЗС	≤ 8 ≤ 8	≤ 2,5 ≤ 2,5	≤ 0,6 ≤ 0,6	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
СИТИ-БОРД	6,4 - 7,4 ≤ 2,7	≤ 4,4 ≤ 3,7	≤ 0,6 —	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
БИЛБОРД	7,6 - 9,6 ≤ 3	≤ 6,3 ≤ 6	≤ 0,6 —	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
ЗНАКИ ИНФОРМИРОВАНИЯ ОБ ОБЪЕКТАХ ПРИТЯЖЕНИЯ	***	***	***	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		

ИНФОРМАЦИОННЫЕ И РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ

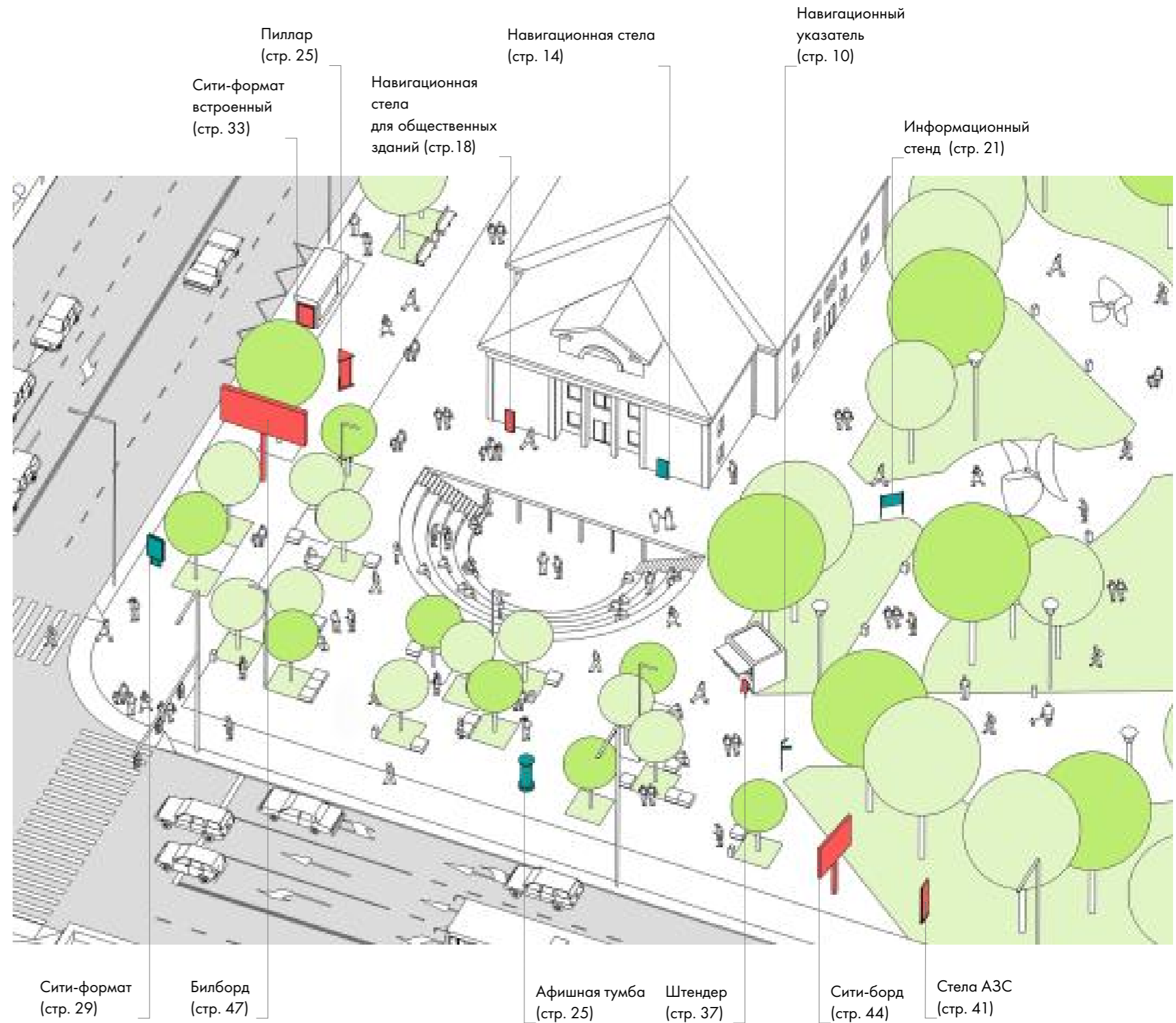
КЛАССИФИКАЦИЯ

Информационная и рекламная конструкция в городской среде – отдельно стоящая конструкция, которая размещается на городских улицах и содержит информацию или рекламу.

Информационные конструкции предназначены для размещения общественно значимой информации и городской навигации, а также вблизи объектов ритейла с указанием информации об арендаторах. Рекламные конструкции предназначены для размещения наружной рекламы. Размещение подобных объектов должно обеспечить комфортное ориентирование всех групп пользователей и способствовать органичному восприятию прилегающих улиц, площадей, зданий и сооружений, содержать функциональные связи и композиционно сочетаться с прочими элементами существующей городской среды. Рекомендуется использование минимального числа элементов для предотвращения визуального и информационного шума.

Дизайн-код определяет габариты рекламных и информационных конструкций, правила размещения и оформления, содержит информацию об эффективном расположении в контексте городской среды.

Принципиальная схема отражает типологию информационных и рекламных конструкций в городской среде, которые показаны условно.



ИНФОРМАЦИОННЫЕ И РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ

ОБЩИЕ ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ

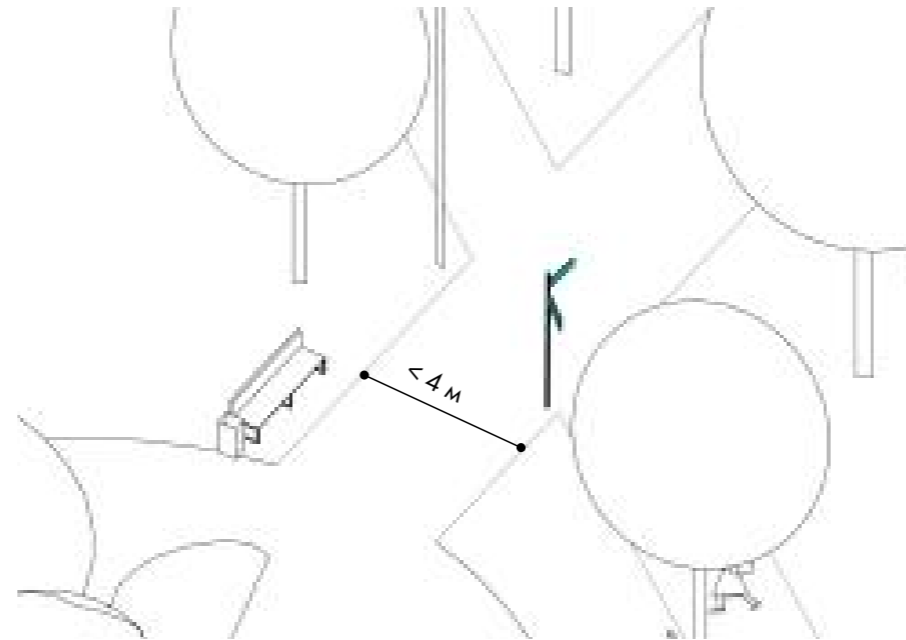
Информационная и рекламная конструкция — отдельно стоящая или монтируемая на зданиях, строениях, сооружениях, элементах городской среды конструкция, различаемая по типу размещаемой информации.

Информационные конструкции предназначены для размещения общественно значимой информации и городской навигации. Также они предназначены для установки вблизи объектов ритейла с указанием информации об арендаторах. Рекламные конструкции предназначены для размещения наружной рекламы. Размещение подобных объектов должно обеспечить комфортное ориентирование всех групп пользователей и способствовать органичному восприятию прилегающих улиц, площадей, зданий и сооружений, содержать функциональные связи и композиционно сочетаться с прочими элементами существующей городской среды. Рекомендуется использование минимального числа элементов для предотвращения визуального и информационного шума.

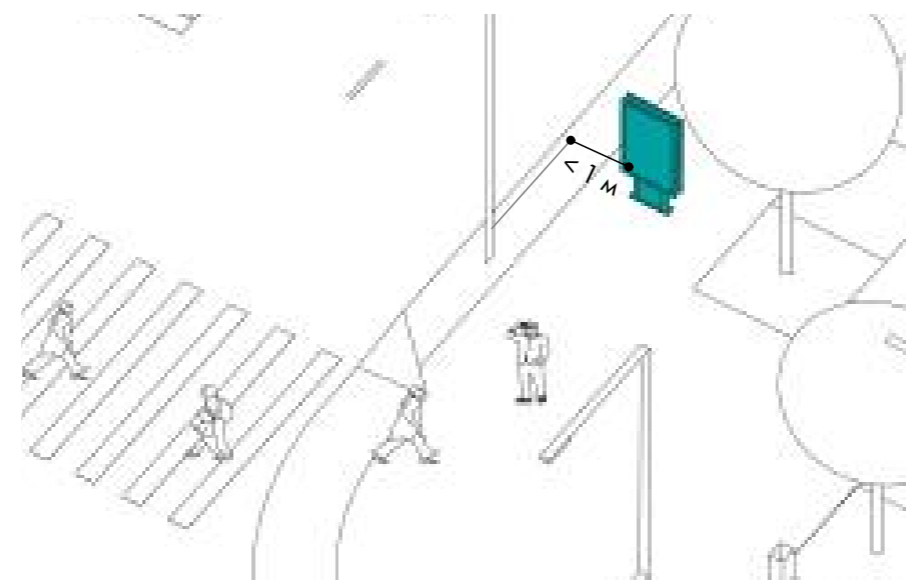
Дизайн-код определяет правила размещения рекламных и информационных конструкций, их габариты, размеры информационного поля, содержат информацию об эффективном расположении в контексте городской среды.

Запрещается расположение информационных и рекламных конструкций:

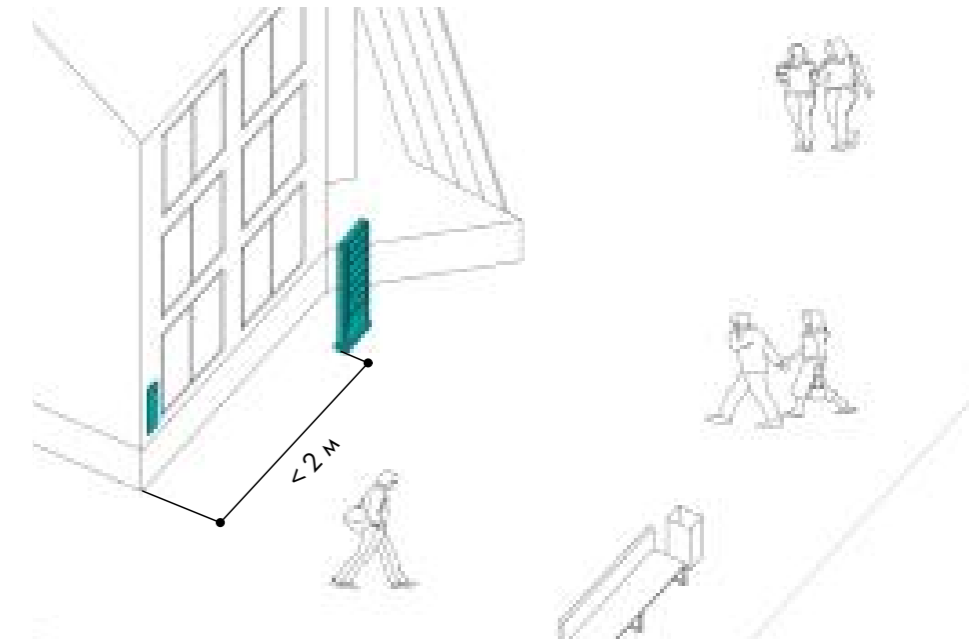
- на одной опоре с дорожными знаками и светофорами, на направляющих устройствах;
- на железнодорожных переездах, в туннелях и под путепроводами;
- над въездами и выездами из туннелей;
- над проезжей частью;
- на подпорных стенах, деревьях, скалах, не являющихся частью дорожной инфраструктуры, и других природных объектах;
- на дорожных ограждениях.



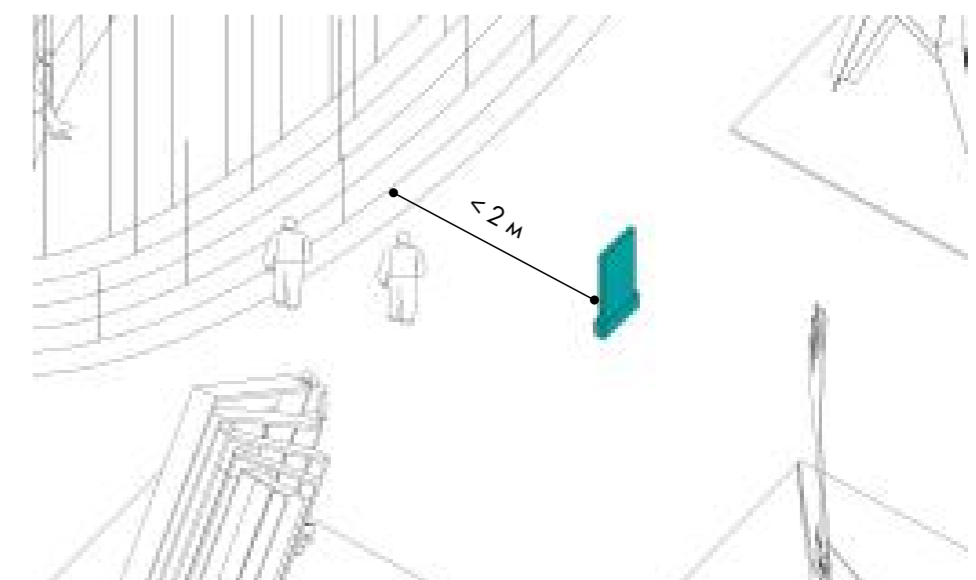
Отдельно стоящие рекламные и информационные конструкции на тротуарах следует размещать только при ширине тротуара более 4 м, при этом ширина прохода для пешеходов, а также для осуществления механизированной уборки должна составлять не менее 2 м



Рекламные конструкции необходимо размещать с соблюдением защитных зон подземных инженерных сетей и коммуникаций до фундаментов конструкций (не менее 1 м)

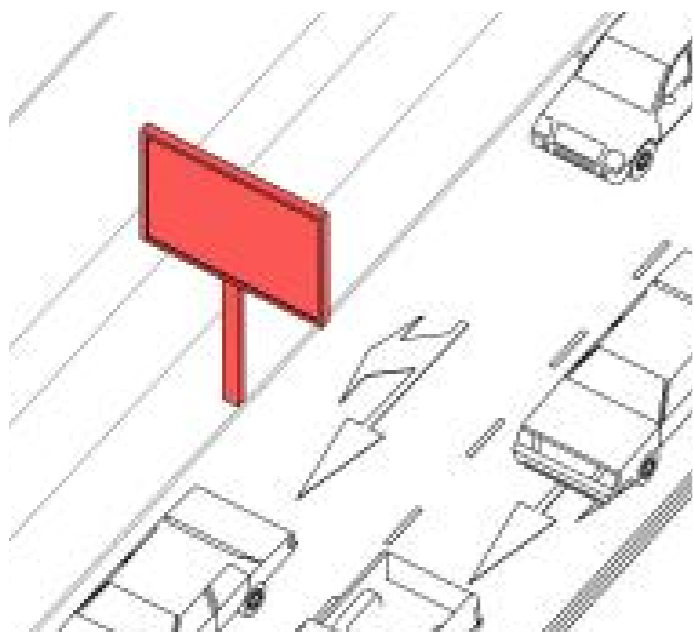


Рекламные конструкции необходимо размещать на расстоянии более 2 м от мемориальных досок, указателей с наименованиями улиц и табличек с номерами домов

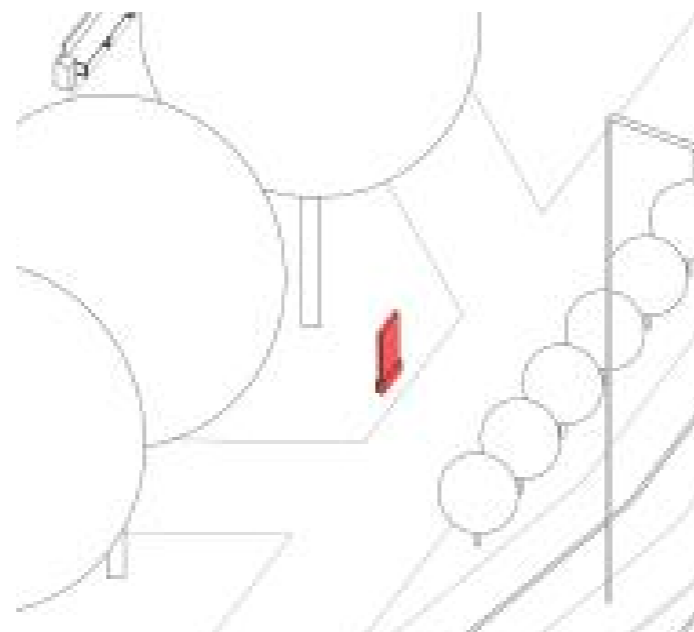


Рекламные конструкции необходимо размещать на расстоянии не менее 2 м от линий электропередач и иных наружных инженерных сетей

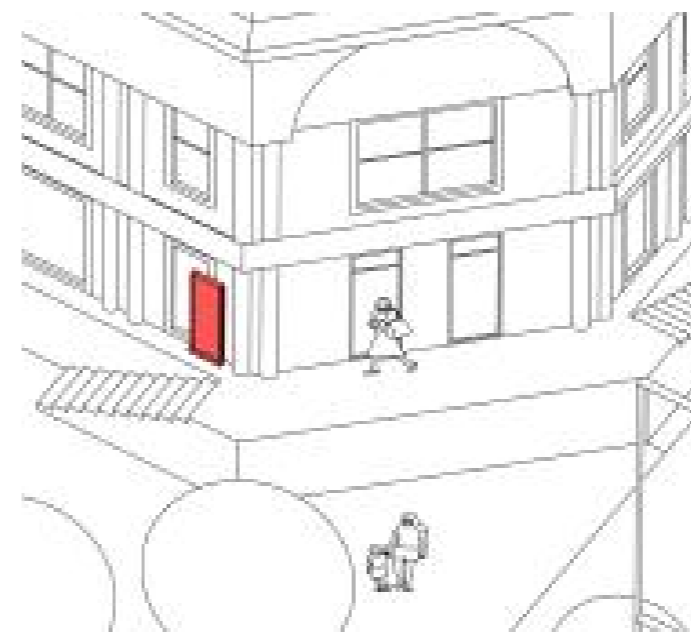
ИНФОРМАЦИОННЫЕ И РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ ОБЩИЕ ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ



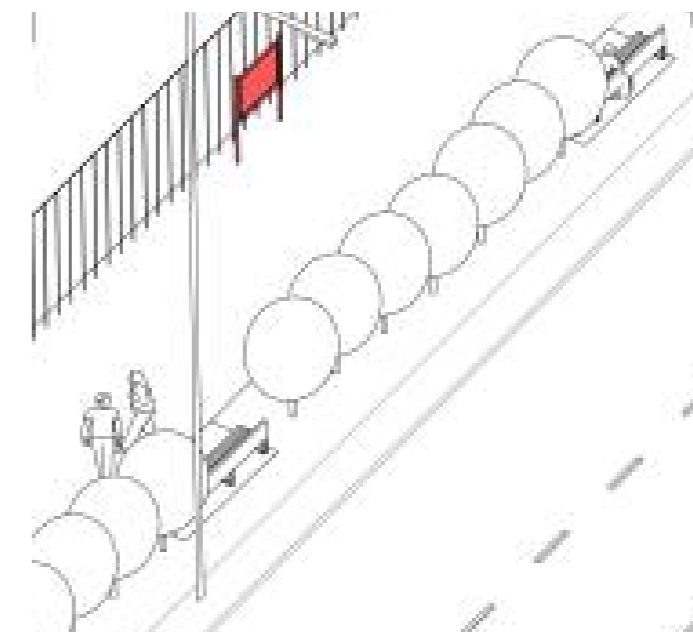
Рекламные конструкции вдоль проезжей части необходимо размещать на расстоянии не менее 0,6 м от ее края



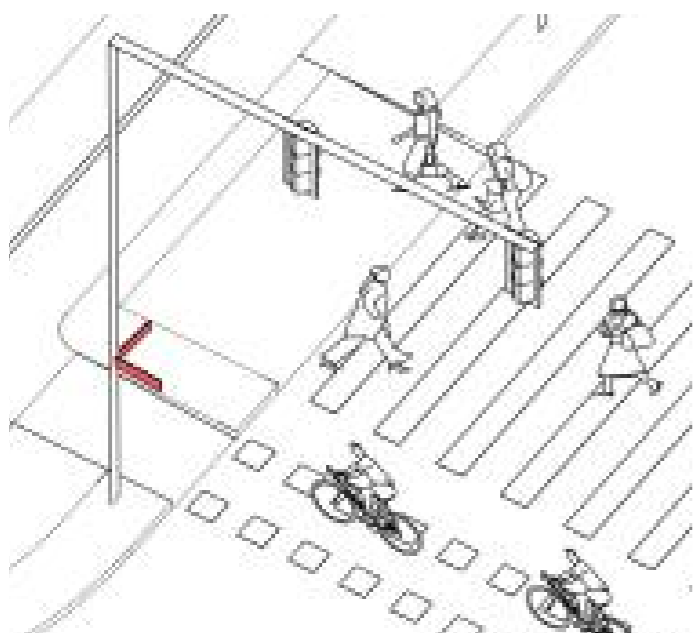
Запрещается установка рекламных конструкций на территориях, используемых для большого количества цветочного оформления города



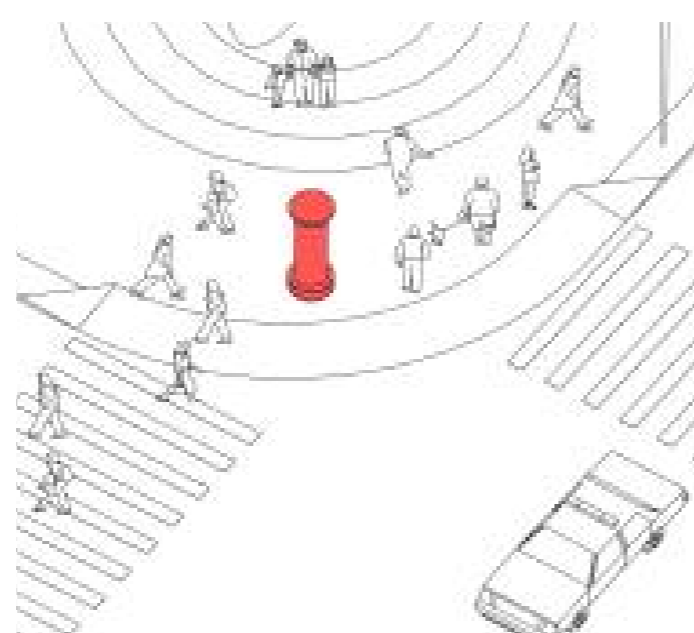
Запрещается размещать рекламные и информационные конструкции на расстоянии менее чем 0,6 м от фасадов зданий, а также перекрывать архитектурные детали



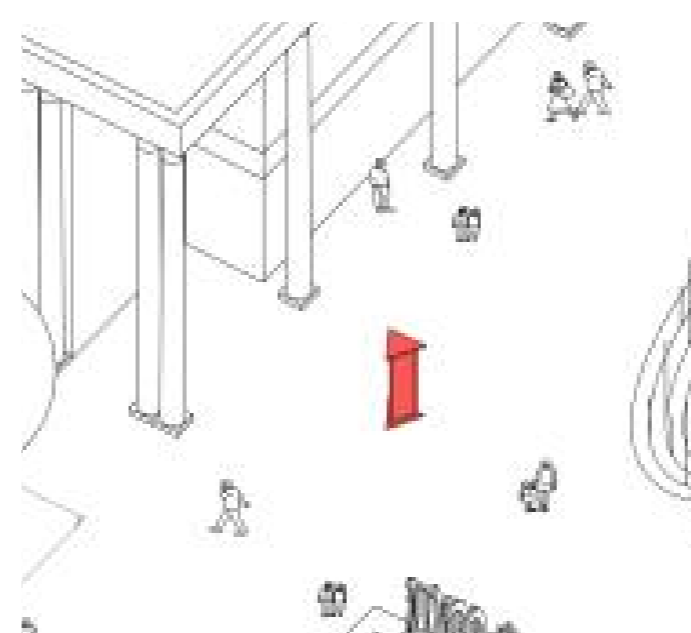
Запрещается размещать рекламные конструкции на расстоянии менее 30 м от входов в здания социального назначения (больниц, школ, детских садов и т. д.)



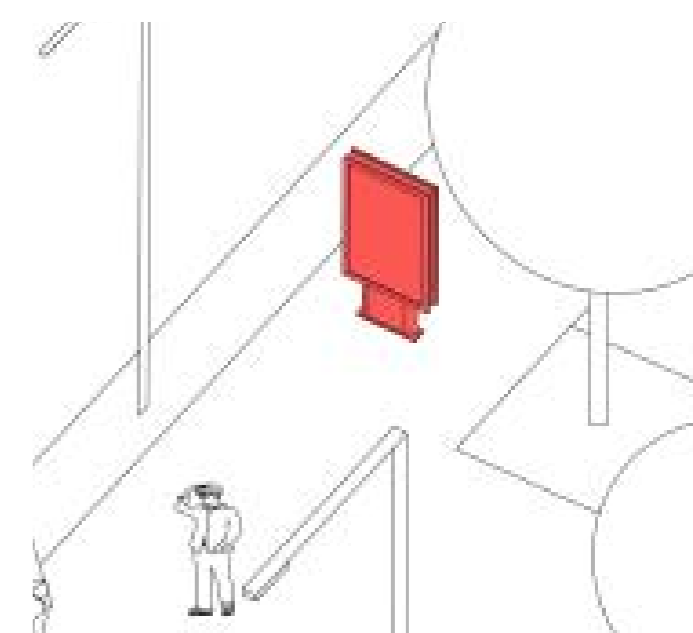
Запрещено размещать рекламные и информационные конструкции на дорожных знаках и светофорах



Запрещено размещать рекламные конструкции на перекрестках в границах треугольников видимости



Запрещается установка отдельно стоящих рекламных конструкций в границах защитной зоны объекта культурного наследия. Запрещено размещать рекламные конструкции на расстоянии менее 50 м от памятников



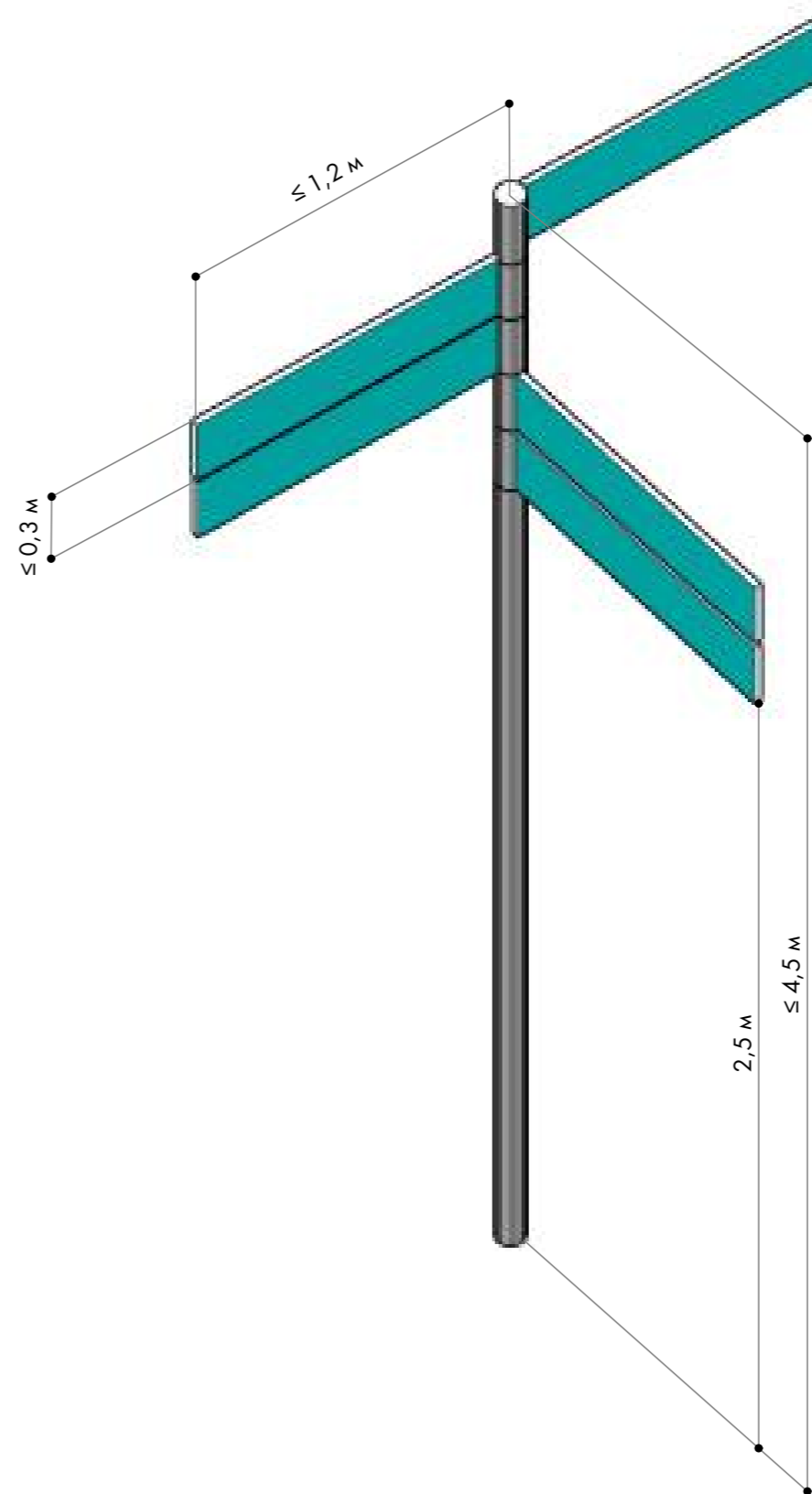
Запрещено использование звуковой рекламы. Не допускается размещение рекламных конструкций, являющихся источником шума, вибрации, мощных световых, электромагнитных и иных излучений и полей

НАВИГАЦИОННЫЙ УКАЗАТЕЛЬ

ОПИСАНИЕ

Навигационный указатель – отдельно стоящая малогабаритная информационная конструкция, представляет собой опору, на которой размещаются модули-указатели с информацией, расположенной на одном или на двух информационных полях. Задняя сторона односторонней конструкции должна быть дополнена декоративным обрамлением. Допустимая высота размещения информационных полей составляет не менее 2,5 м и не более 4,5 м (до верхнего края информационного модуля) и зависит от ширины улицы и типа пространства. Размеры модуля: не более 0,3 м х 1,2 м (высота к ширине).

Модули рекомендуется изготавливать в виде прямоугольных пластин из стали. Также допускается использование фигурных указателей. Для удобства туристов рекомендуется дублировать названия улиц и объектов на других языках (например, на английском). При этом следует использовать транслитерацию, а не перевод: важно обеспечить соответствие названий. Не следует размещать более 6 модулей на одном указателе, чтобы не усложнять восприятие информации.



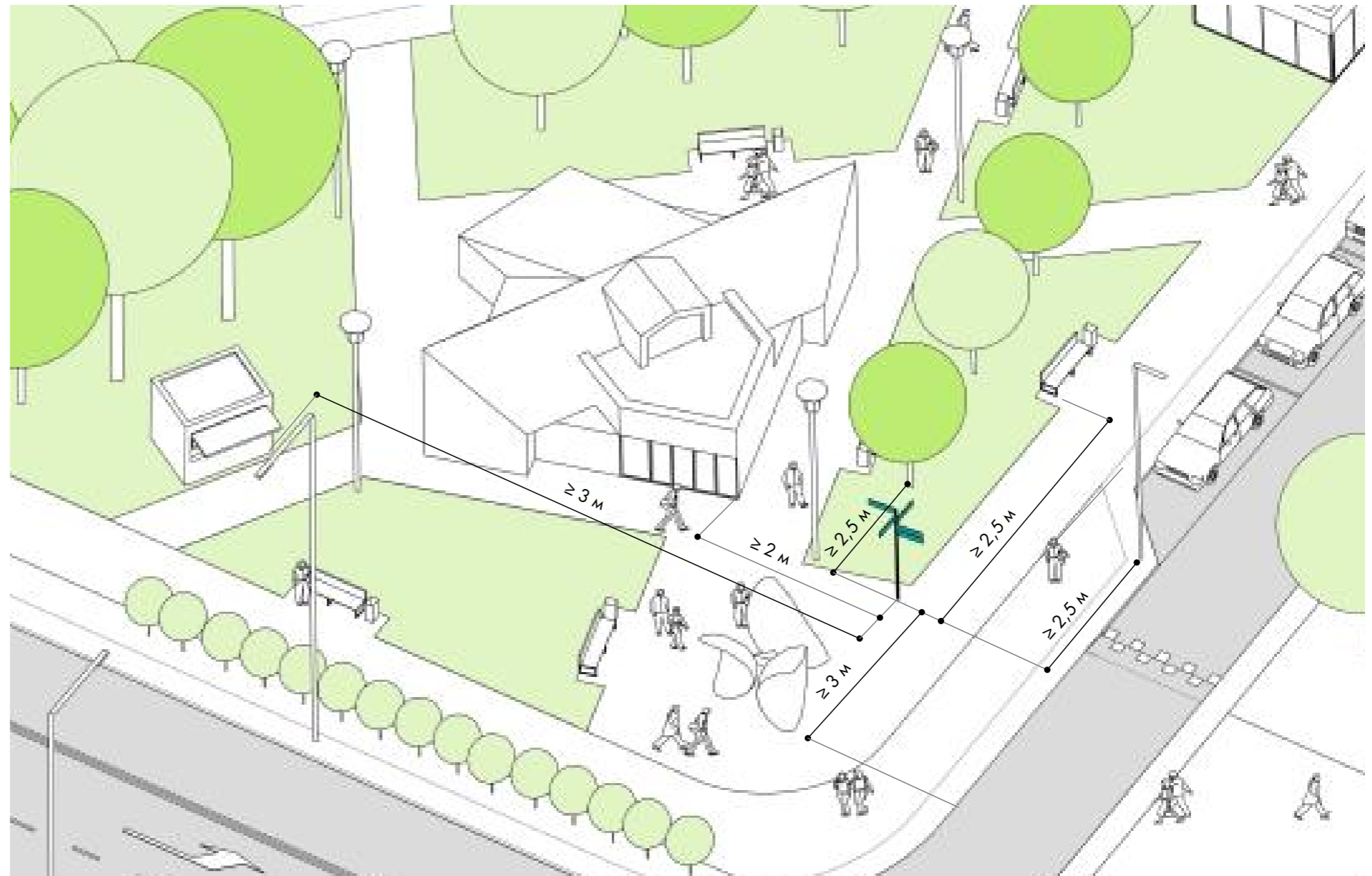
НАВИГАЦИОННЫЙ УКАЗАТЕЛЬ ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ

Навигационные указатели ориентированы преимущественно на пешеходов, разрешены для размещения на главных и второстепенных улицах с высокой интенсивностью пешеходных потоков, в местах наибольшего скопления людей. Выбранное место должно хорошо просматриваться, чтобы пешеход издалека, в том числе с противоположной стороны улицы, мог видеть конструкцию. Расположение конструкции не должно создавать неудобства для пешеходов и маломобильных групп населения, препятствовать механизированной уборке улиц.

Все элементы необходимо ориентировать с учетом основных направлений движения пешеходов. На перекрестках навигационные указатели следует устанавливать с одной стороны. Рекомендуется размещать указатели рядом с остановками общественного транспорта. Также их следует устанавливать на городских площадях, парках, скверах и других общественных пространствах.

Навигационные указатели рекомендуется размещать на расстоянии:

- не менее 2,5 м от осей стволов деревьев;
- не менее 2 м от перекрестков и пешеходных переходов;
- не менее 2 м от фасадов зданий;
- не менее 2 м от элементов городской мебели;
- не менее 3 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
- не менее 2 м от светофоров и дорожных знаков.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил дизайн-кода на пересечении улицы Емельянова и проспекта Мира

НАВИГАЦИОННЫЙ УКАЗАТЕЛЬ ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ

Навигационные указатели могут быть совмещены с опорами освещения в границах озелененных территорий (парки, скверы и пр.), вблизи объектов культурного наследия, где количество элементов должно быть сведено к минимуму. Допустимо совместное или совмещенное использование навигационных конструкций (указатель, стела, стенд).

Конструкция должна иметь простую форму и лаконичный дизайн, быть выполненной из металла с окраской в монохромные цвета (серый, черный). Рекомендуется использовать антивандальное покрытие.

Навигационные указатели не следует окрашивать в слишком яркие цвета, так как это мешает восприятию представленной на них информации и создает дополнительный визуальный шум.

Подсветка осуществляется по внешнему краю конструкции светодиодными лампами или отсутствует. В случае отсутствия подсветки рекомендуется установка конструкции вблизи опор освещения, подземное подведение кабеля.



ПЛОХО. Число модулей, размещенных вблизи дорожного знака, слишком велико



ПЛОХО. Яркий дизайн указателя табличек возможен в лесопарковой зоне, но превышено допустимое число модулей



ПЛОХО. Недопустимое расположение указателя на узком тротуаре и типовой дизайн не отражает городской идентичности



ПЛОХО. Не соблюдены расстояния до окружающих объектов, а типовой дизайн не отражает городской идентичности

НАВИГАЦИОННЫЙ УКАЗАТЕЛЬ

ПРИМЕРЫ



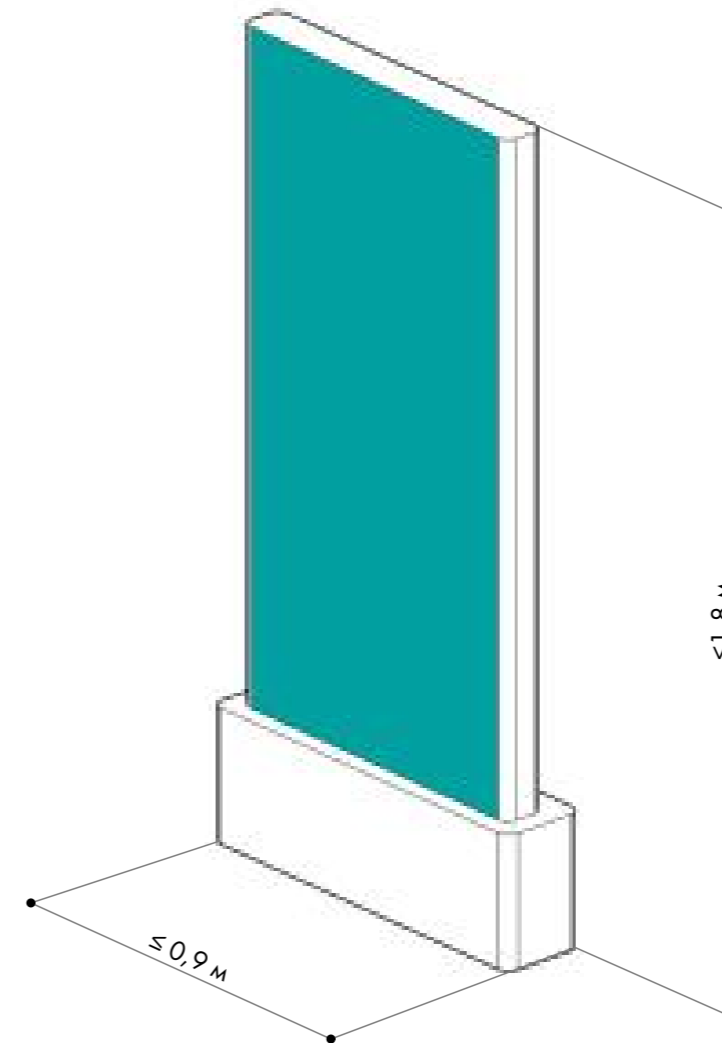
НАВИГАЦИОННАЯ СТЕЛА

ОПИСАНИЕ

Навигационная стена – отдельно стоящая малогабаритная конструкция с одним или двумя информационными полями. Задняя сторона односторонней конструкции должна быть дополнена декоративным обрамлением. Навигационные стены ориентированы преимущественно на пешеходов и предназначена для размещения информации о прилегающей территории, объектах притяжения, достопримечательностях или элементах транспортной инфраструктуры.

Наличие навигационных стен с картами и дополнительной информацией упрощает ориентирование в городе, создавая для него удобную систему.

Рекомендуемые габариты стены с городской навигацией (картами, схемами, городской информацией): ширина не более 0,9 м, высота – не более 1,8 м.



НАВИГАЦИОННАЯ СТЕЛА ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ

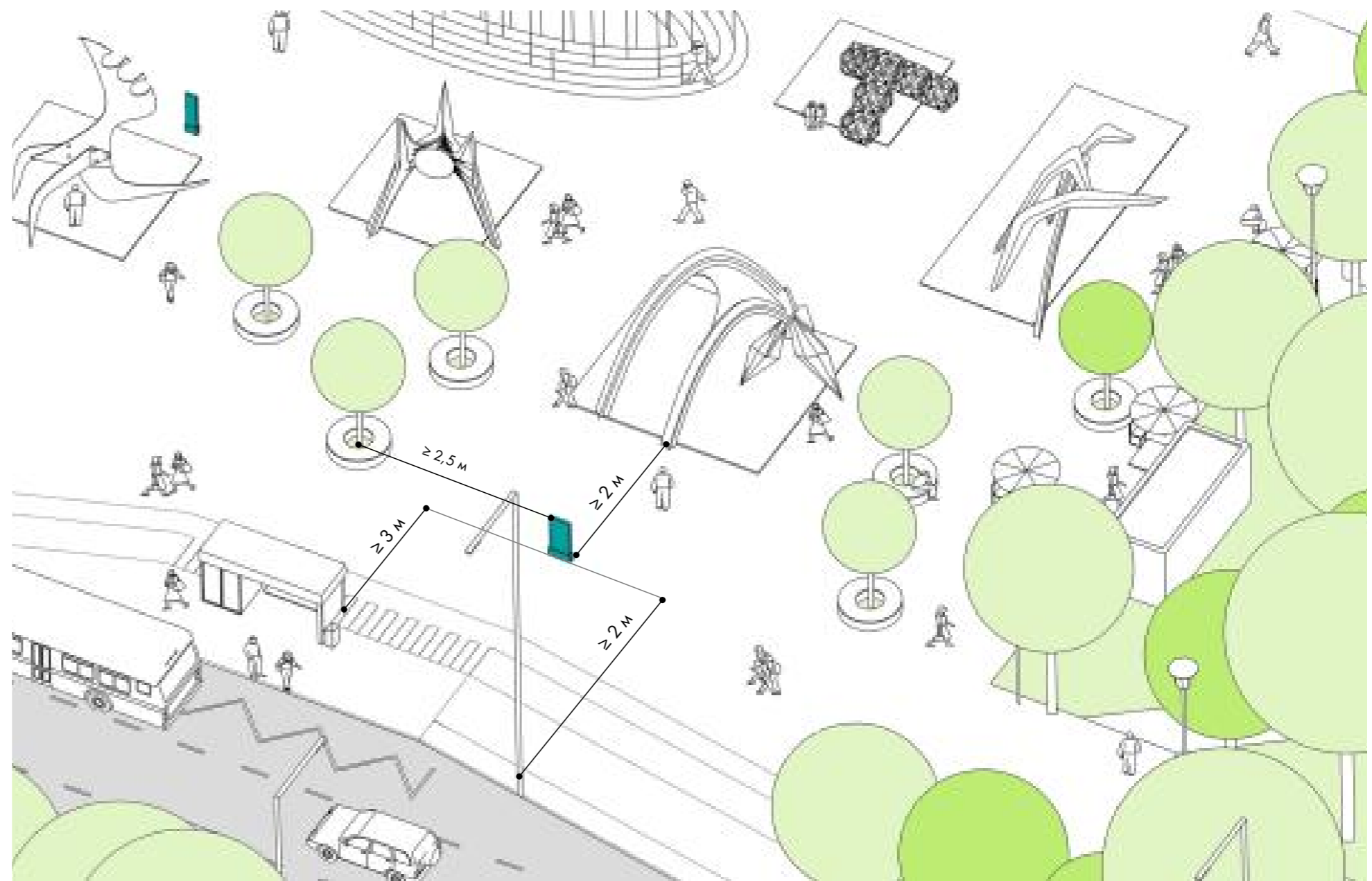
Навигационные стелы ориентированы преимущественно на пешеходов, разрешены для размещения на улицах с высокой интенсивностью пешеходных потоков, в местах наибольшего скопления людей. При размещении навигационных стел необходимо обеспечить непрерывность системы информирования пешеходов. Рекомендуемый шаг установки навигационных стел — не более 600 м.

Расположение конструкции не должно создавать неудобства для пешеходов и маломобильных групп населения, препятствовать механизированной уборке улиц. Запрещена установка навигационных стел на газонах: это мешает доступу пешеходов к носителю и приводит к вытаптыванию травы.

Стелы следует устанавливать перпендикулярно движению пешеходов на перекрестках — с двух сторон по диагонали друг от друга и с четырех сторон, если проезжая часть шире четырех полос.

Навигационные стелы рекомендуется размещать на расстоянии:

- не менее 2,5 м от осей стволов деревьев;
- 1,5-2 м от элементов освещения;
- не менее 2 м от перекрестков и пешеходных переходов;
- не менее 2 м от фасадов зданий;
- не менее 2 м от элементов городской мебели;
- не менее 3 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
- не менее 2 м от светофоров и дорожных знаков.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил дизайн-кода на пересечении проспектов Мира и Коммунистического

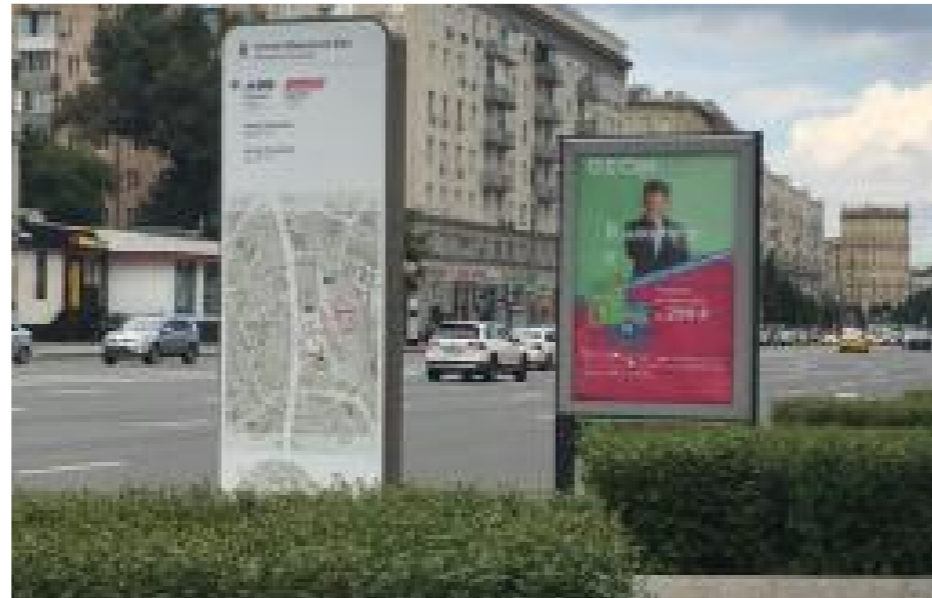
СТЕЛА ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ

Конструкции не следует окрашивать в слишком яркие цвета, так как это мешает восприятию представленной на них информации и создает дополнительный визуальный шум. Все элементы необходимо ориентировать с учетом основных направлений движения пешеходов. Допустимо совместное или совмещенное использование навигационных конструкций (указатель, стела, стенд).

Конструкция должна иметь простую форму и лаконичный дизайн, быть выполненной из металла с окраской в монохромные цвета (серый, черный). Рекомендуется использовать антивандальное покрытие.

Подсветка осуществляется по внешнему краю конструкции светодиодными лампами или отсутствует. В случае отсутствия подсветки рекомендуется установка конструкции вблизи опор освещения. Подведение кабеля подземное. Возможно оснащение стел системой Wi-Fi.

Кроме того, навигационные стелы должны быть доступны для маломобильных жителей города. Для удобства слабовидящих основной блок информации следует размещать на высоте 1,5 м с возможностью подхода к стеле на расстояние до 0,08 м. Информацию нужно дублировать шрифтом Брайля.



ПЛОХО. Обзор закрыт элементами благоустройства



ПЛОХО. Расположение стелы с навигацией на элементе благоустройства не соответствует рекомендациям



ПЛОХО. Расположение информационных конструкций на газоне запрещено

НАВИГАЦИОННАЯ СТЕЛА
ПРИМЕРЫ



НАВИГАЦИОННАЯ СТЕЛА ДЛЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ЗДАНИЙ

ОПИСАНИЕ

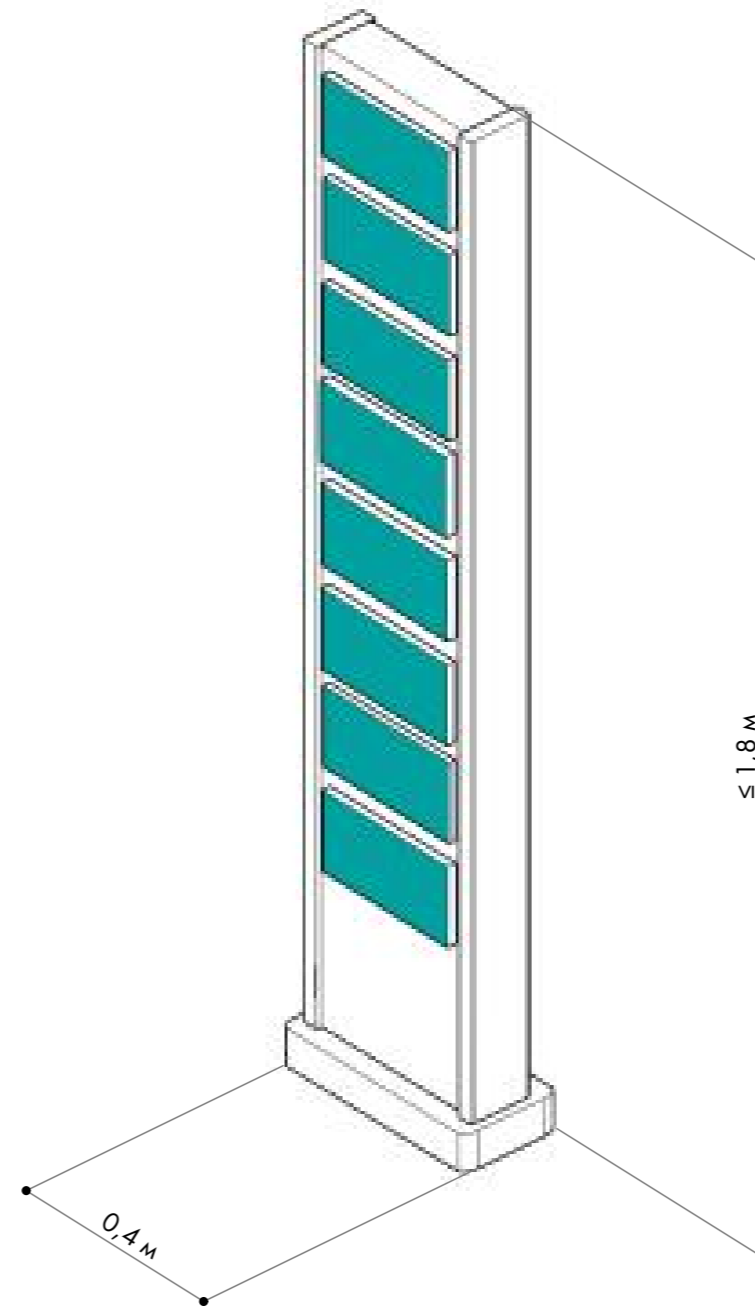
Навигационная стена для общественных зданий – отдельно стоящая конструкция, ориентированная преимущественно на пешеходов и предназначенная для размещения модулей вывесок общественных помещений, имеющих общий вход.

Максимальные габариты конструкции: высота – 1,8 м, ширина – 0,4 м.

Информационное поле должно состоять из одинаковых модулей – вывесок, имеющих высоту не более 0,3 м, длины – не более 0,4 м.

Модули должны иметь единое оформление и принцип размещения информации.

Конструкции данного типа рекомендуется располагать, если один вход ведет к помещениям более чем десяти организаций.

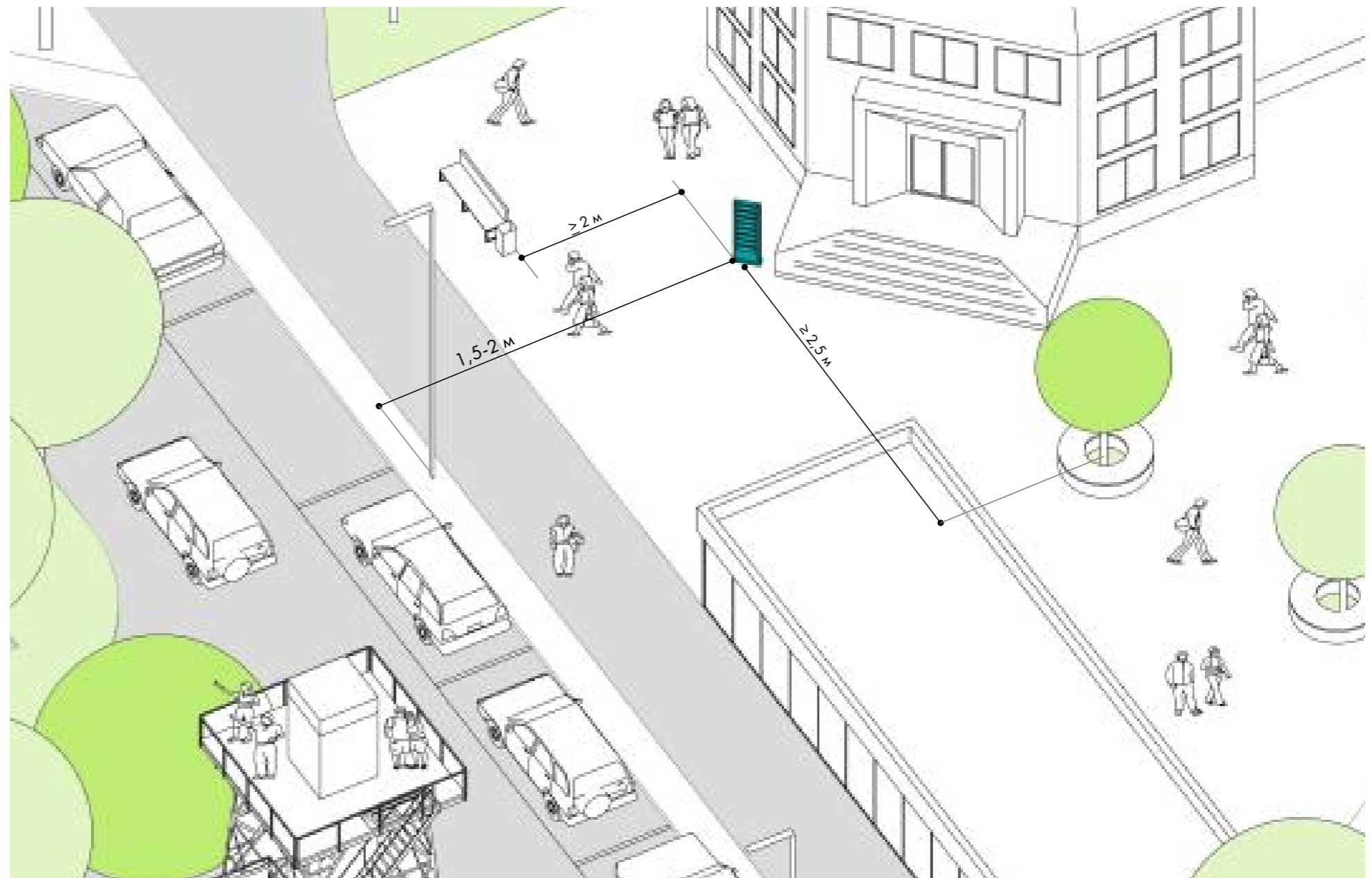


НАВИГАЦИОННАЯ СТЕЛА ДЛЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ЗДАНИЙ ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ

Этот вид рекламы рекомендуется размещать в технической или пешеходной зоне тротуара на расстоянии не менее 0,6 м от проезжей части. Рекомендуется размещать стелу не более чем в 6 м от входа, к которому она относится. Конструкция должна быть расположена так, чтобы не загромождать входы в здания или витрины со стороны проезжей части, а также не должно создавать неудобства для пешеходов и маломобильных групп населения, препятствовать механизированной уборке улиц.

Навигационные стелы для общественных зданий рекомендуется размещать на расстоянии:

- не более 6 м от входа (рекомендуется ориентировать стелу на пешеходный тротуар);
- не менее 2,5 м от осей стволов деревьев;
- 1,5–2 м от элементов освещения;
- не менее 2 м от перекрестков и пешеходных переходов;
- не менее 2 м от фасадов зданий;
- не менее 2 м от элементов городской мебели;
- не менее 3 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
- не менее 2 м от светофоров и дорожных знаков.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил дизайн-кода на пересечении проспекта Мира и улицы Емельянова

НАВИГАЦИОННАЯ СТЕЛА ДЛЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ЗДАНИЙ ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ

Стелы должны иметь модульную систему для легкой замены табличек, удобно располагаться, не загромождая фасад и не создавать препятствий для пешеходов.

Конструкция должна иметь простую форму и лаконичный дизайн, быть выполненной из металла с окраской в монохромные цвета (серый, черный). Рекомендуется использовать антивандальное покрытие.

Конструкция выполняется двухсторонней. Рекомендуется делать навигационные стелы с внутренней подсветкой светодиодами, неонов, люминесцентными лампами.

Кроме того, навигационные стелы должны быть доступны для маломобильных жителей города. Информацию нужно дублировать шрифтом Брайля.



ПЛОХО. Обилие табличек на фасаде создает визуальный шум



ХОРОШО. Лаконичный дизайн стелы и структурированная информация об арендаторах не мешают восприятию улицы и фасада здания



ПЛОХО. Недопустимые габариты стеллы для общественных зданий



ДОПУСТИМО. Габариты и размещение соответствуют правилам, но дизайн конструкции несовременен

ИНФОРМАЦИОННЫЕ И АФИШНЫЕ СТЕНДЫ

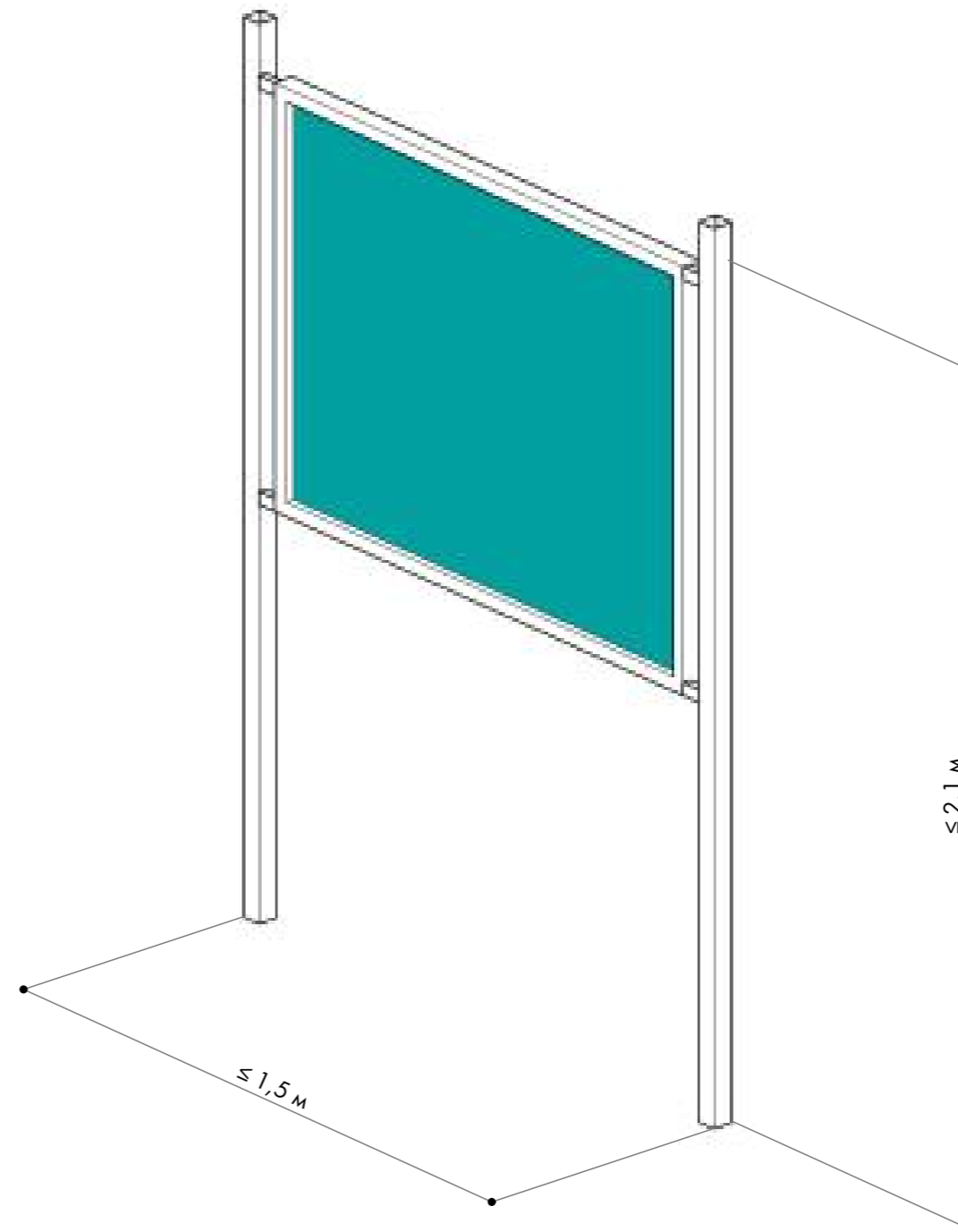
ОПИСАНИЕ

Стенд — отдельно стоящая малогабаритная конструкция, состоящая из фундамента, каркаса и информационных полей, устанавливаемая для размещения рекламы, справочных материалов, карт местности и объявлений или рассказывающая пользователям о каком-либо объекте. Максимальная общая высота стенда — 2,1 м, максимальная ширина — 1,5 м. Выделяется два вида конструкций в зависимости от размещаемой информации: информационный стенд и афишный стенд.

— Информационный стенд может быть выполнен с одним или двумя информационными полями. Задняя сторона односторонней конструкции должна быть дополнена декоративным обрамлением. Информационные стенды могут быть сгруппированы (в группе не более 4 конструкций).

— Афишный стенд — рекламная конструкция, с одним или двумя информационными полями, предназначенных для размещения рекламы и информации исключительно о событиях общественного, культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера.

К установке и эксплуатации допускается конструкция с неподвижными изображениями на плоскости информационных полей.



ИНФОРМАЦИОННЫЕ И АФИШНЫЕ СТЕНДЫ ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ

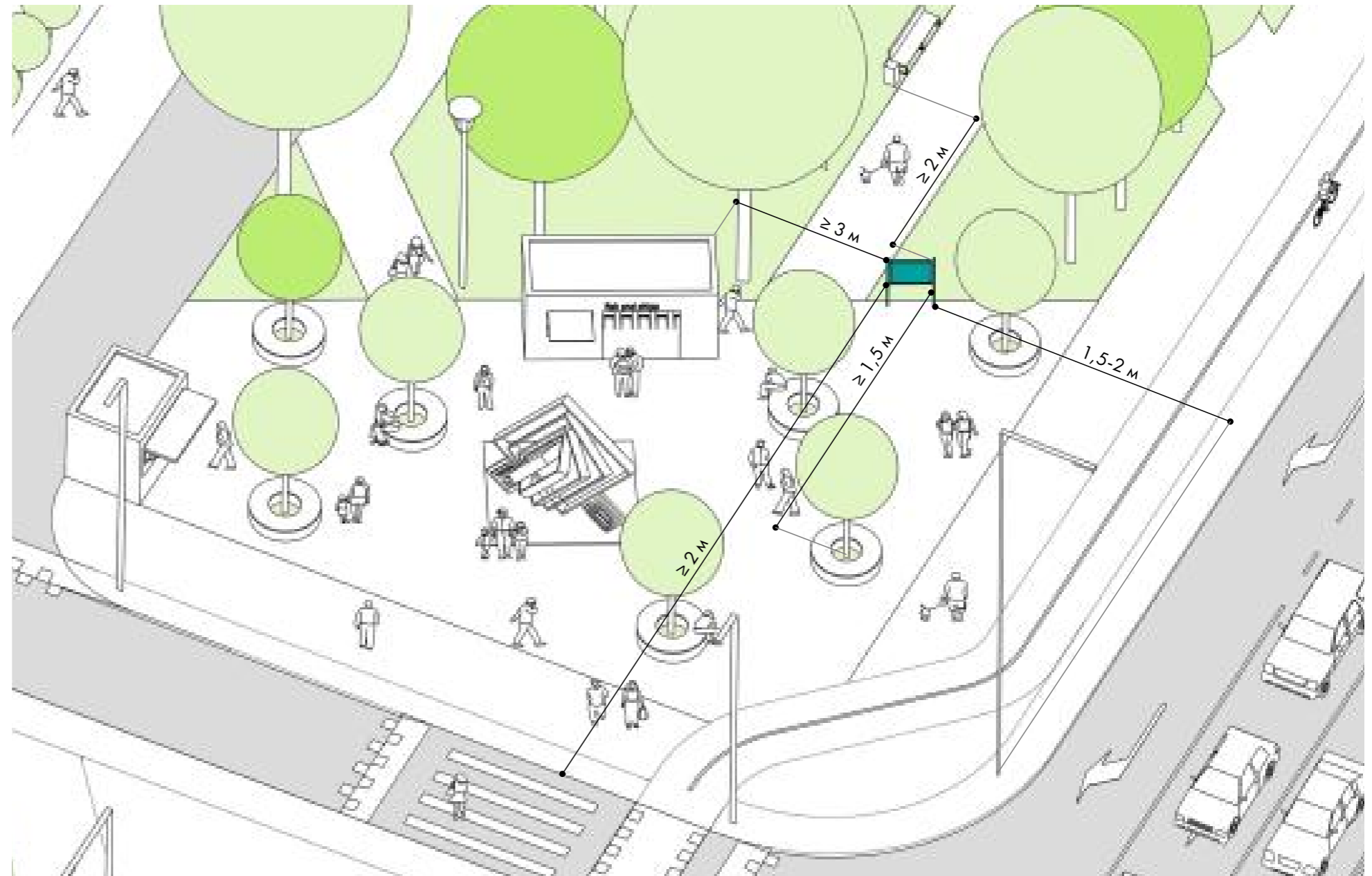
Информационный стенд и афишный стенд ориентированы на пешеходов и автомобилистов, разрешены для размещения на любых типах улиц. Афишные стенды допускается размещать исключительно вблизи зданий, с которыми они функционально связаны (театры, кинотеатры и др.).

Конструкция должна быть расположена так, чтобы не загромождать входы в здания или витрины со стороны проезжей части, а также не создавать неудобства для пешеходов и маломобильных групп населения.

Информационные стенды могут быть сгруппированы но не более четырех стендов в ряд на расстоянии 1 м друг от друга.

Информационные стенды рекомендуется размещать на расстоянии:

- не менее 1,5 м от осей стволов деревьев;
- 1,5—2 м от элементов освещения;
- не менее 2 м от перекрестков и пешеходных переходов;
- не менее 2 м от фасадов зданий;
- не менее 2 м от элементов городской мебели;
- не менее 3 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
- не менее 5 м от светофоров и дорожных знаков.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил дизайн-кода на пересечении проспекта Мира и Победы

ИНФОРМАЦИОННЫЕ И АФИШНЫЕ СТЕНДЫ ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ

Конструкция стенда имеет одно или два информационных поля. Информация в виде постеров размещается на статичном информационном поле. Рекомендуется дополнять конструкцию защитным экраном. Допускаются два варианта устройства фундамента конструкции — заглубляемый и незаглубляемый. Информационный стенд может быть оснащен внешней подсветкой со скрытым проведением кабеля.

При установке рекламных и информационных стендов для справочных материалов, карт местности и объявлений необходимо соблюдать определенные правила. Стенды должны быть модульными — для легкой замены одних материалов другими, иметь удобную для чтения высоту, лаконичный внешний вид и сочетаться с окружающей городской средой. Предпочтительно, чтобы стенды были нейтральных цветов, так как выбор ярких цветовых решений увеличивает визуальный шум, мешает восприятию городской среды.

Также важно учитывать, что незадействованная площадь щита привлекает внимание вандалов и расклейщиков нелегальных объявлений. Поэтому рекомендуется задействовать обе стороны конструкции и использовать антивандальное покрытие.



ХОРОШО. Группировка и оформление афишных стендов соответствуют рекомендациям



ДОПУСТИМО. Расположение стендов соответствует правилам группировки, но дизайн несовременен



ПЛОХО. Обилие визуального мусора



ПЛОХО. Неэстетичное праздничное оформление стенда создает визуальный шум

ИНФОРМАЦИОННЫЕ И АФИШНЫЕ СТЕНДЫ
ПРИМЕРЫ



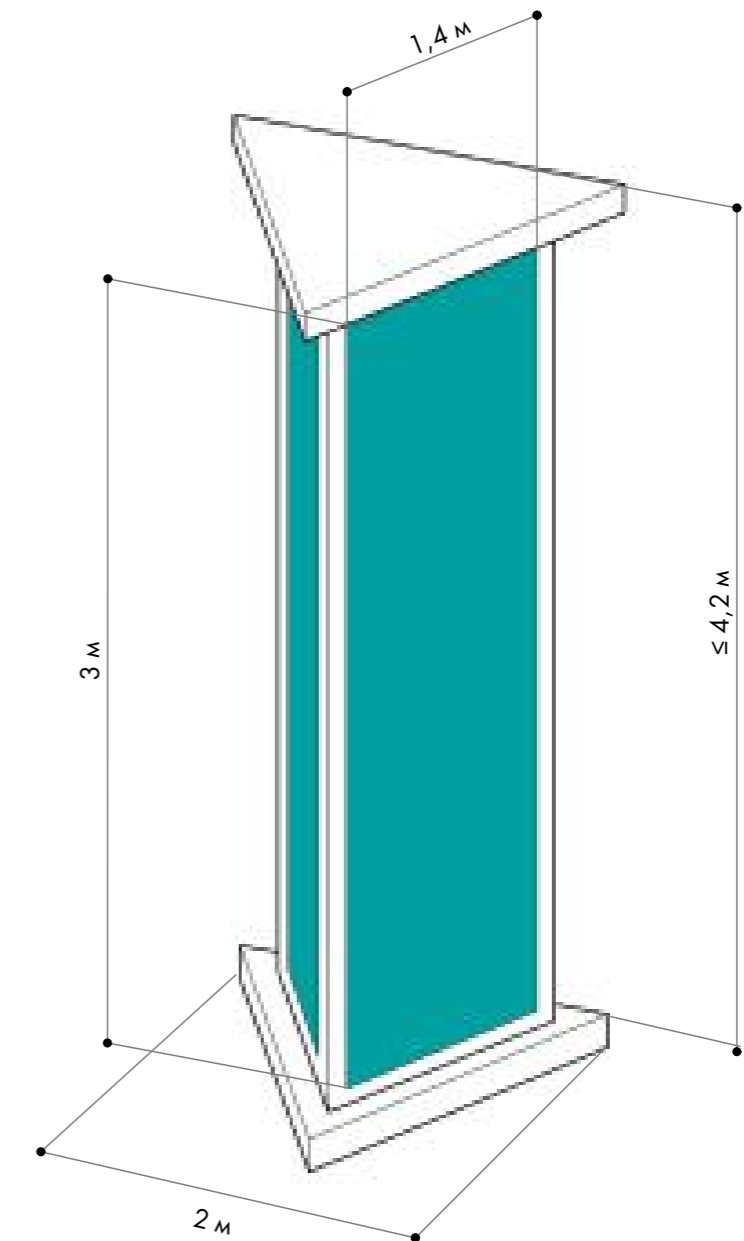
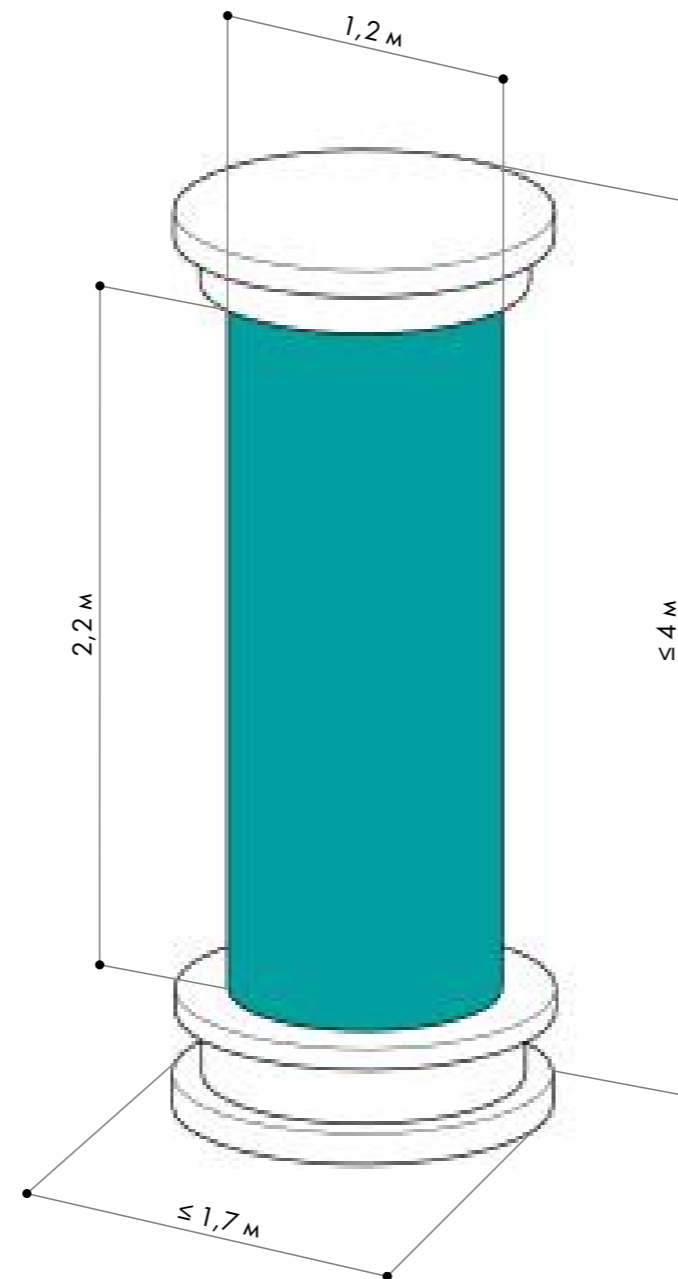
АФИШНАЯ ТУМБА И ПИЛЛАР

ОПИСАНИЕ

Афишная тумба — отдельно стоящая среднегабаритная информационная конструкция с одним (панорамным) информационным полем диаметром 1,2 м и высотой 2,2 м. Преимущественно ориентирована на пешеходов.

Пиллар — рекламная конструкция, имеющая внешние поверхности для размещения информации и состоящая из фундамента, каркаса и трех информационных полей. Размер информационного поля рекламной конструкции составляет 3 x 1,4 м.

Допускается установка пиллара с неподвижными изображениями на плоскости информационных полей или с демонстрацией рекламы на динамических системах смены изображений (роллерные системы).



АФИШНАЯ ТУМБА И ПИЛЛАР ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ

Пиллар и афишная тумба ориентированы на пешеходов и автомобилистов.

Этот вид рекламы рекомендуется размещать в технической или пешеходной зоне тротуара на расстоянии не менее 0,6 м от проезжей части.

Конструкция должна быть расположена так, чтобы не загромождать входы в здания или витрины со стороны проезжей части, а также не создавать неудобства для пешеходов и маломобильных групп населения. Запрещено размещение афишных тумб и пилларов на тротуарах с шириной менее 3 м.

Афишные тумбы и пиллары рекомендуется размещать на расстоянии:

- не менее 5 м от светофоров и дорожных знаков;
- не менее 10 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
- не менее 15 м от фасадов зданий;
- не менее 2,5 м от стволов деревьев;
- не менее 5 м от пешеходных переходов;
- не менее 30 м от других конструкций среднего формата;
- не менее 15 м от перекрестков.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил дизайн-кода на пересечении проспектов Мира и Коммунистического

АФИШНАЯ ТУМБА И ПИЛЛАР ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ

Информация в виде постеров размещается на статичном информационном поле. Рекомендуется дополнять конструкцию защитным экраном. Допускаются два варианта устройства фундамента конструкции — заглубляемый и незаглубляемый. Конструкция может быть оснащена внешней подсветкой со скрытым проведением кабеля.

Рекомендуется размещать в городе афишные тумбы и пиллары с нейтральным, минималистичным дизайном, без отсылок к историческому стилю. Использовать нейтральные монохромные цвета в отделке.



ПЛОХО. Не соблюдено расстояние от афишной тумбы до опоры освещения



ПЛОХО. Не соблюдено минимальное расстояние между разными типами рекламно-информационных конструкций

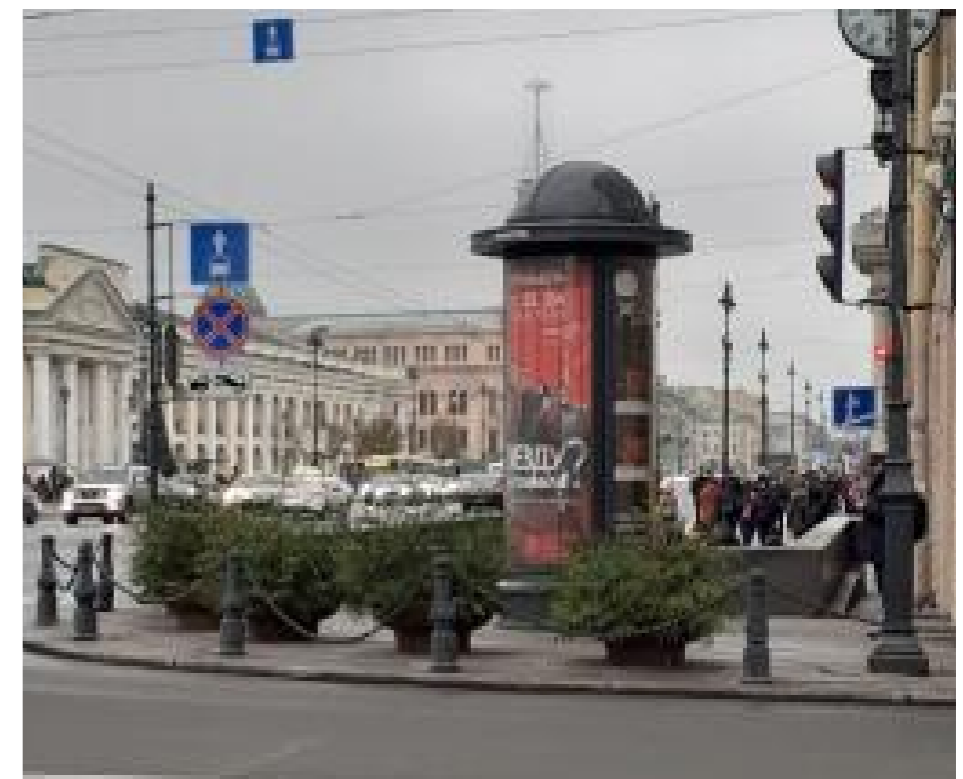


ПЛОХО. Размещение афишной тумбы опоры освещения и ствола дерева не соблюдено



ПЛОХО. Расположение тумбы не соответствует правилам

АФИШНАЯ ТУМБА И ПИЛЛАР
ПРИМЕРЫ



СИТИ-ФОРМАТ ОТДЕЛЬНО СТОЯЩИЙ

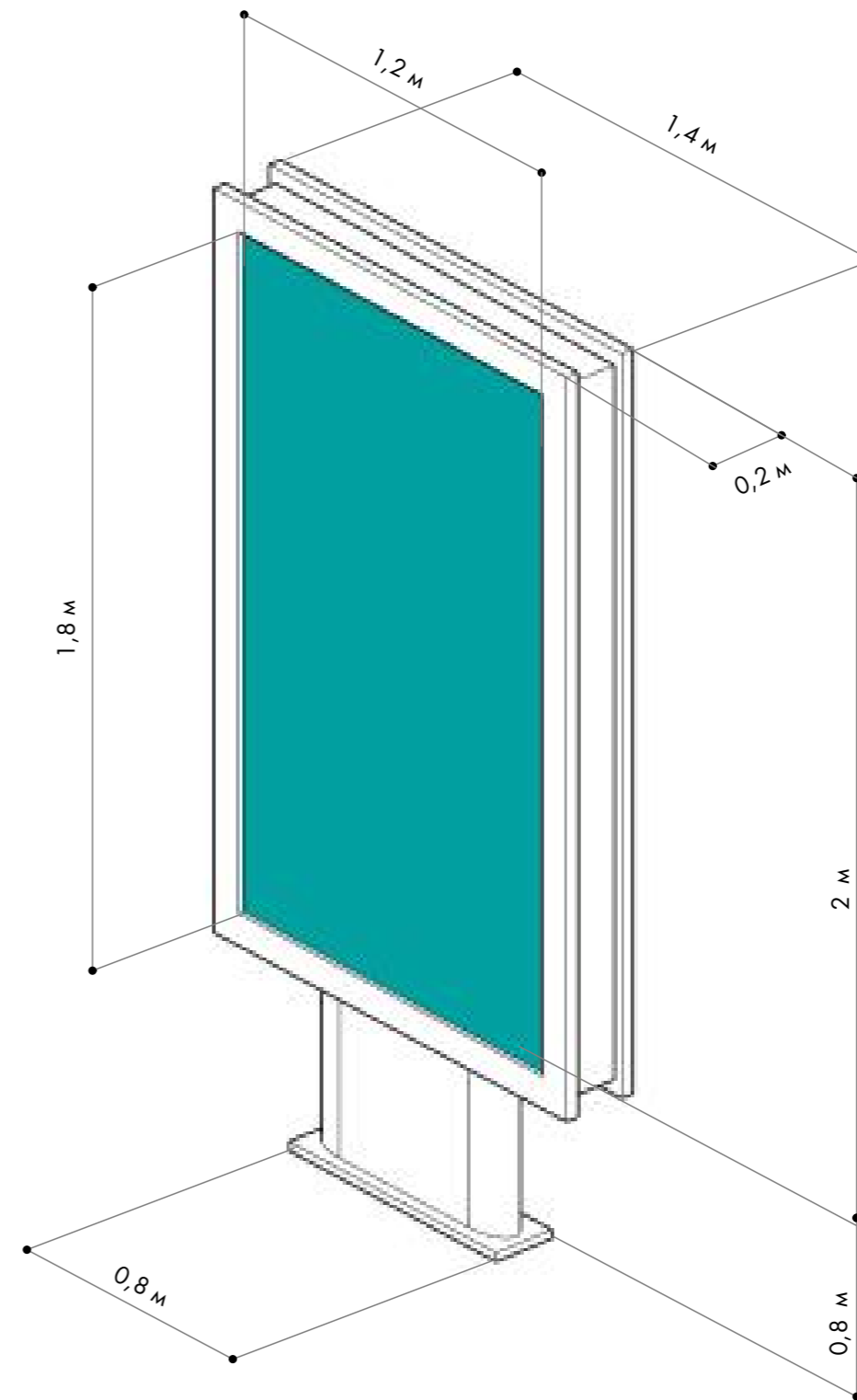
ОПИСАНИЕ

Сити-формат – малогабаритная рекламная конструкция (щит), состоящая из фундамента, каркаса и одного или двух информационных полей. Размер информационного поля рекламной конструкции составляет 1,8×1,2 м, общие габариты конструкции – 2,8×1,4 м.

Преимущественно ориентирована на пешеходов. Внешний вид сити-форматов должен сочетаться по стилю с другими малыми архитектурными формами, городской средой и окружающими зданиями. Конструкция изготавливается двухсторонней, имеет два информационных поля.

Виды отображения информации:

- Статичное информационное поле не содержит технологии смены изображения, размещать информацию рекомендуется на бумажных плакатах под закаленным стеклом или стеклом-триплексом. Запрещается размещать рекламу на торцах сити-формата.
- Скроллерное информационное поле снабжено роллерным механизмом, позволяющим автоматически сменять рекламные постеры, рекомендуется размещать информацию на бумажных плакатах.
 - Электронное информационное поле выполняется в виде светодиодного экрана, позволяющего демонстрировать различные изображения, рекомендуется использовать LED-панели.



СИТИ-ФОРМАТ ОТДЕЛЬНО СТОЯЩИЙ ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ

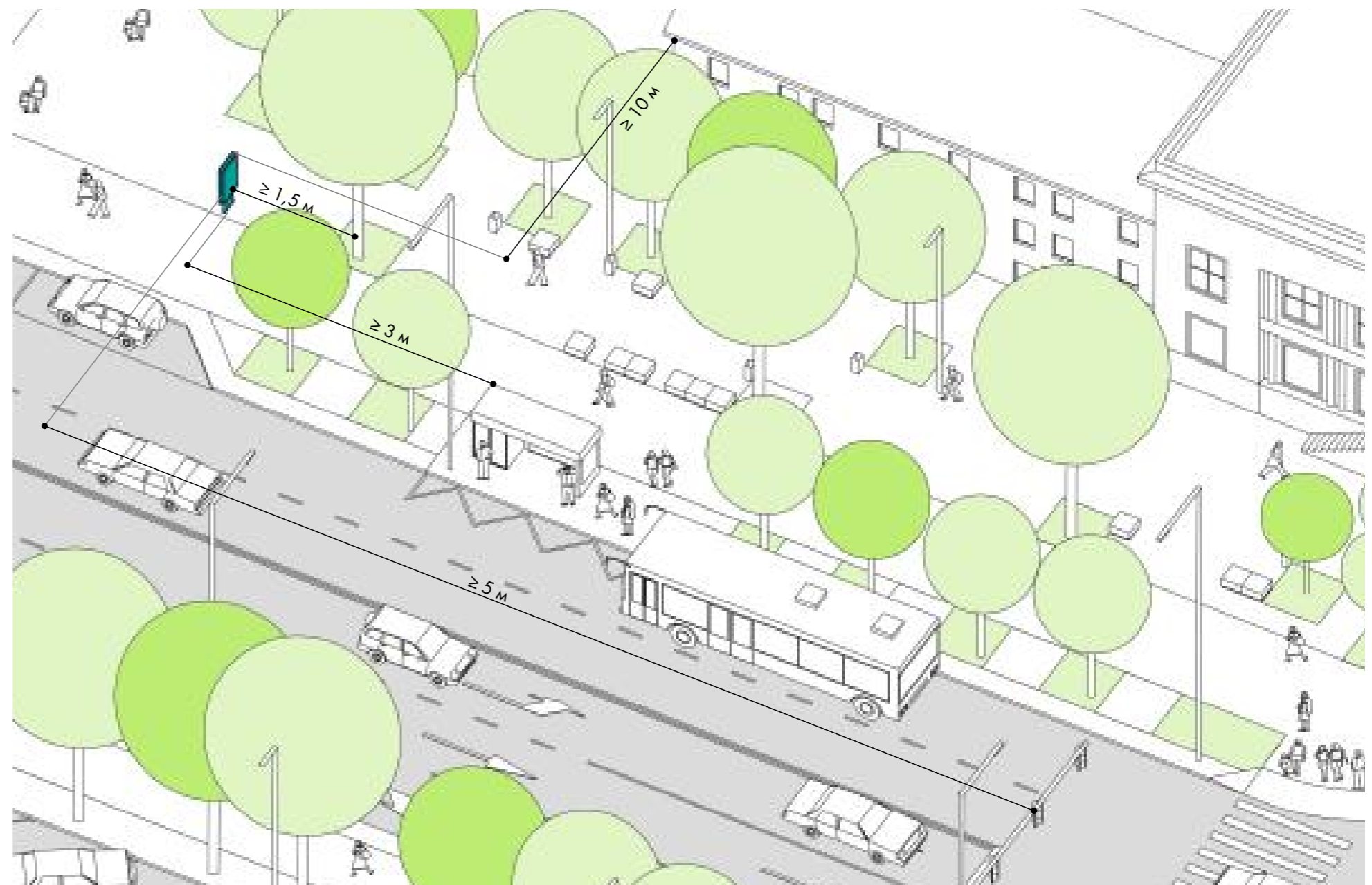
Сити-форматы ориентированы на пешеходов и автомобилистов, разрешены для размещения на любых типах улиц. Такой вид рекламы рекомендуется размещать в технической или пешеходной зоне тротуара на расстоянии не менее 0,6 м от проезжей части.

Расположение рекламной конструкции не должно загромождать входы в здания или витрины со стороны проезжей части, а также создавать неудобства для пешеходов и маломобильных групп населения. При необходимости установки рекламной конструкции вблизи остановки общественного транспорта, рекомендуется использование встроенного сити-формата. Запрещается устанавливать стенды на тротуарах с шириной менее 4 м, также не рекомендуется их размещение в зоне озеленения.

На сити-форматах, размещенных вблизи пешеходных переходов и перекрестков, запрещается трансляция видеороликов и анимации.

Сити-форматы рекомендуется размещать на расстоянии:

- не менее 5 м от светофоров и дорожных знаков;
- не менее 3 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
- не менее 10 м от фасадов зданий;
- не менее 1,5 м от стволов деревьев;
- не менее 5 м от перекрестков пешеходных переходов;
- не менее 30 м от других конструкций.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил дизайн-кода на улице Ленина

СИТИ-ФОРМАТ ОТДЕЛЬНО СТОЯЩИЙ ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ

При установке рекламных и информационных сити-форматов необходимо соблюдать следующие правила. Конструкции не должны мешать комфортному передвижению пешеходов.

Сити-форматы должны быть модульными для легкой замены одних материалов другими, иметь удобную для чтения высоту, сочетаться по стилю с другими малыми архитектурными формами и окружающими зданиями. Предпочтительно, чтобы стенды были нейтральных цветов, так как выбор ярких цветовых решений увеличивает визуальный шум, мешает восприятию городской среды. Также нужно учитывать, что незадействованная задняя сторона щита привлекает внимание вандалов и расклейщиков нелегальных объявлений, поэтому рекомендуется размещать рекламу на обеих сторонах конструкции. Информационное поле должно быть остеклено.

Рекомендуется оснащать конструкции подсветкой светодиодными лампами по внешнему или внутреннему краю. Фундамент опоры не должен выступать над уровнем земли более чем на 0,05 м. Рекомендуется подземное подведение кабеля.



ХОРОШО. Размещение, современный дизайн и тип информационного поля сити-формата соответствуют рекомендациям



ХОРОШО. Размещение и дизайн сити-формата соответствует рекомендациям



ПЛОХО. Не соблюдено минимальное расстояние до объекта благоустройства



ПЛОХО. Размещение сити-формата на велопарковке не допустимо



ПЛОХО. Габариты сити-формата не соответствуют рекомендациям



ПЛОХО. Допустимое расстояние от сити-формата до опоры освещения не соблюдено

СИТИ-ФОРМАТ ОТДЕЛЬНО СТОЯЩИЙ
ПРИМЕРЫ

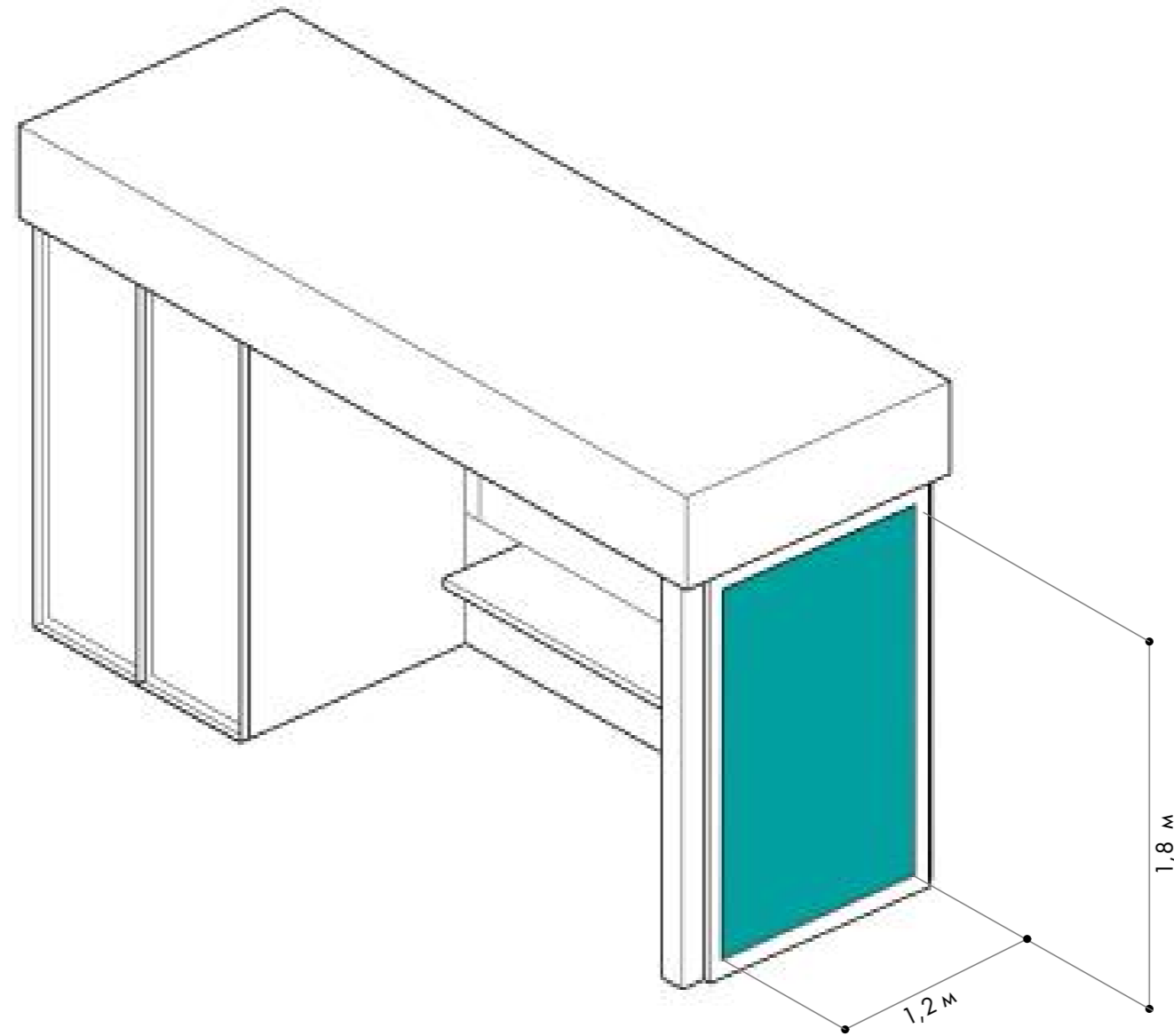


СИТИ-ФОРМАТ ВСТРОЕННЫЙ

ОПИСАНИЕ

Встроенный сити-формат – малогабаритная рекламная конструкция (щит), состоящая из каркаса и одного или двух информационных полей, монтируемая на объектах благоустройства. Размер информационного поля рекламной конструкции составляет 1,8 x 1,2 м. Площадь информационного поля рекламной конструкции определяется общей площадью двух его сторон.

Конструкция преимущественно ориентирована на пешеходов. Внешний вид сити-форматов должен сочетаться по стилю с другими малыми архитектурными формами, городской средой и окружающими зданиями.



СИТИ-ФОРМАТ ВСТРОЕННЫЙ ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ

Допустимо размещение встроенных сити-форматов только в составе остановочных павильонов и нестационарных торговых объектах.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил дизайн-кода на проспекте Мира

СИТИ-ФОРМАТ ВСТРОЕННЫЙ ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ

При установке рекламных и информационных сити-форматов необходимо соблюдать следующие правила. Конструкции не должны мешать комфортному передвижению пешеходов. Удачное решение – совмещение сити-формата с остановкой общественного транспорта.

Сити-форматы должны быть модульными для легкой замены одних материалов другими, иметь удобную для чтения высоту, сочетаться по стилю с другими малыми архитектурными формами и окружающими зданиями. Предпочтительно, чтобы стенды были нейтральных цветов, так как выбор ярких цветовых решений увеличивает визуальный шум, мешает восприятию городской среды.

Также нужно учитывать, что незадействованная задняя сторона щита привлекает внимание вандалов и расклейщиков нелегальных объявлений, поэтому рекомендуется размещать рекламу на обеих сторонах конструкции. Информационное поле должно быть остеклено.

Рекомендуется оснащать конструкции подсветкой светодиодными лампами по внешнему или внутреннему краю. Фундамент опоры не должен выступать над уровнем земли более чем на 0,05 м. Рекомендуется подземное подведение кабеля.



ХОРОШО. Размещение сити-формата на остановочном павильоне соответствует рекомендациям



ХОРОШО. Размещение сити-формата на остановочном павильоне соответствует рекомендациям



ДОПУСТИМО. Сити-формат размещен на торце павильона, но имеет большой выступ из плоскости торца



ХОРОШО. Размещение сити-формата на остановочном павильоне соответствует рекомендациям



ХОРОШО. Размещение сити-формата на остановочном павильоне соответствует рекомендациям



ХОРОШО. Размещение сити-формата на остановочном павильоне соответствует рекомендациям

СИТИ-ФОРМАТ ВСТРОЕННЫЙ
ПРИМЕРЫ



ШТЕНДЕР

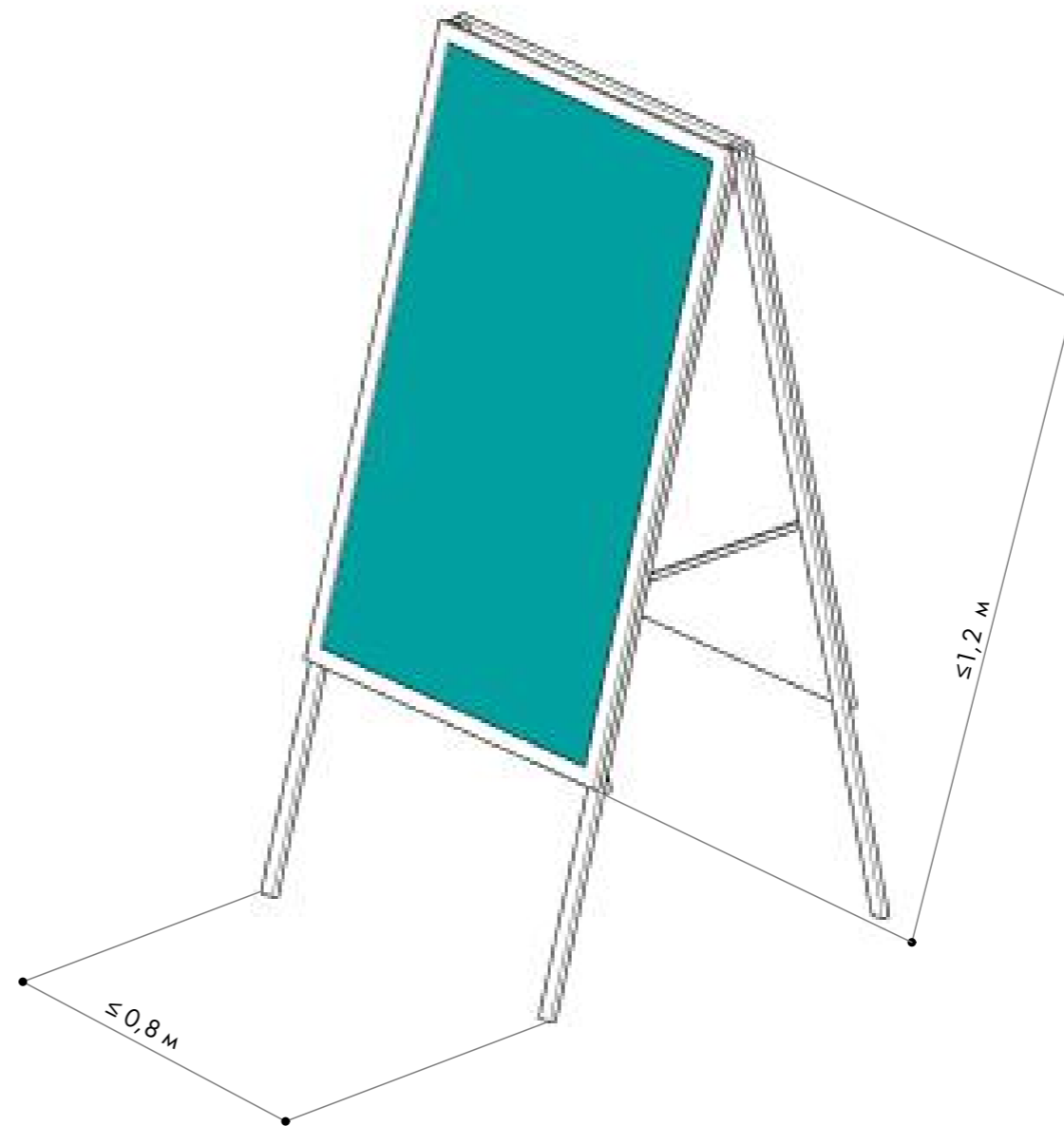
ОПИСАНИЕ

Штендер – отдельно стоящая конструкция малых габаритов для размещения наружной рекламы временного характера. Использование штендеров в качестве информационной конструкции запрещено.

Штендеры используются в качестве мобильного рекламного носителя на улицах, в торговых центрах и объектах ритейла.

Запрещено использование двух и более штендеров возле одного и того же входа. Если организации имеют общий вход, то собственники должны самостоятельно регулировать очередность смены штендеров на входе. Время установки штендера на площадку должно соответствовать времени работы торгового пункта. Такие конструкции не рекомендуется использовать как дублирующую рекламу.

Эксплуатируемое рекламное поле штендера не должно превышать 1,2 x 0,8 м.



ШТЕНДЕР ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ

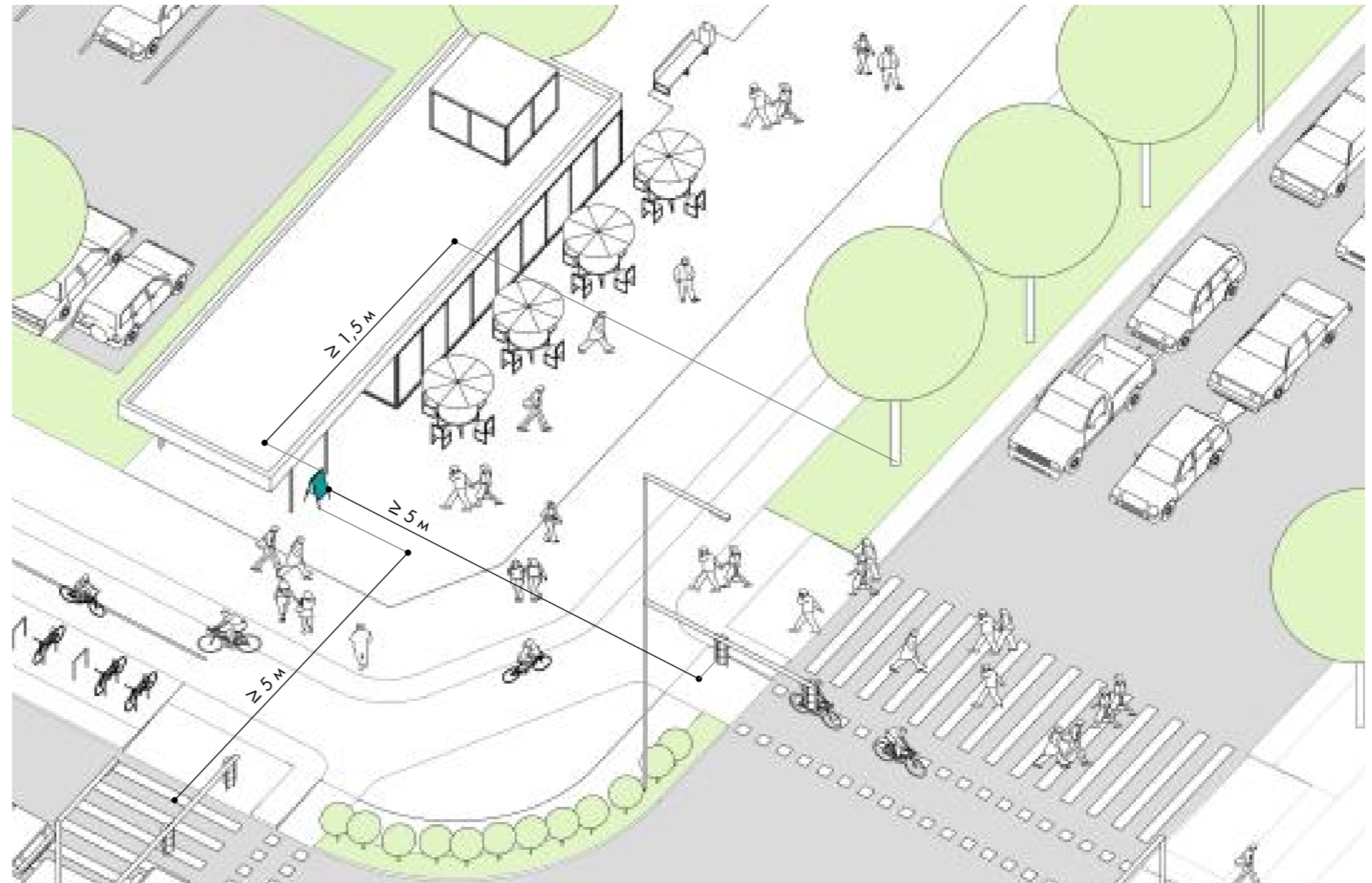
Штендеры размещаются в пешеходных зонах и на тротуарах в пределах 2 м от входа в предприятие, учреждение.

Штендеры рекомендуется размещать на расстоянии:

- не менее 5 м от других отдельно стоящих рекламных и информационных конструкций;
- не менее 0,5 м от фасада здания;
- не менее 5 м от светофоров и дорожных знаков;
- не менее 10 м от фасадов зданий;
- не менее 1,5 м от стволов деревьев;
- не менее 5 м от перекрестков пешеходных переходов;
- не менее 30 м от других конструкций.

С учетом климатических условий, штендеры должны иметь надежную конструкцию, исключающую возможность опрокидывания.

Запрещается присоединение или крепление штендера к зеленым насаждениям, иным природным объектам, либо к световым опорам, столбам, светофорам и иным объектам, не принадлежащим владельцу рекламной конструкции. Штендеры должны быть обеспечены временным креплением, позволяющим избежать произвольное перемещение выносной конструкции (цепочка, карабин и т.п.).



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил дизайн-кода на пересечении проспекта Мира и улицы Емельянова

ШТЕНДЕР ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ

Конструкция штендера изготавливается двухсторонней, имеет два информационных поля. Конструкции должны быть компактными, сочетаться по стилю с другими малыми архитектурными формами и окружающими зданиями.

Штендеры не рекомендуется исполнять в ярких активных цветах, так как это мешает восприятию представленной на щите информации, вносит визуальный шум в городскую среду. Предпочтительным вариантом является графичное сочетание черного мелового фона с белым шрифтом. Помимо того, такой вариант позволяет при необходимости менять информацию на носителе. Также возможны решения с прозрачным фоном и белыми, черными или нейтральными буквами. Рекомендуется установка графичных рекламных носителей во входных зонах кафе.

Фигурные (силуэтные) конструкции штендеров являются слишком назойливыми, поэтому должны иметь ограничение по высоте и размещению на улицах города.



ХОРОШО. Размещение, современный дизайн штендера соответствуют рекомендациям



ПЛОХО. Размещение не соответствует рекомендациям



ХОРОШО. Соблюдено минимальное расстояние до объекта благоустройства, лаконичный дизайн



ПЛОХО. Размещение штендера на недопустимом расстоянии до объекта благоустройства



ХОРОШО. Размещение штендера соответствует рекомендациям



ХОРОШО. Допустимое расстояние от здания, графичный дизайн

ШТЕНДЕР
ПРИМЕРЫ



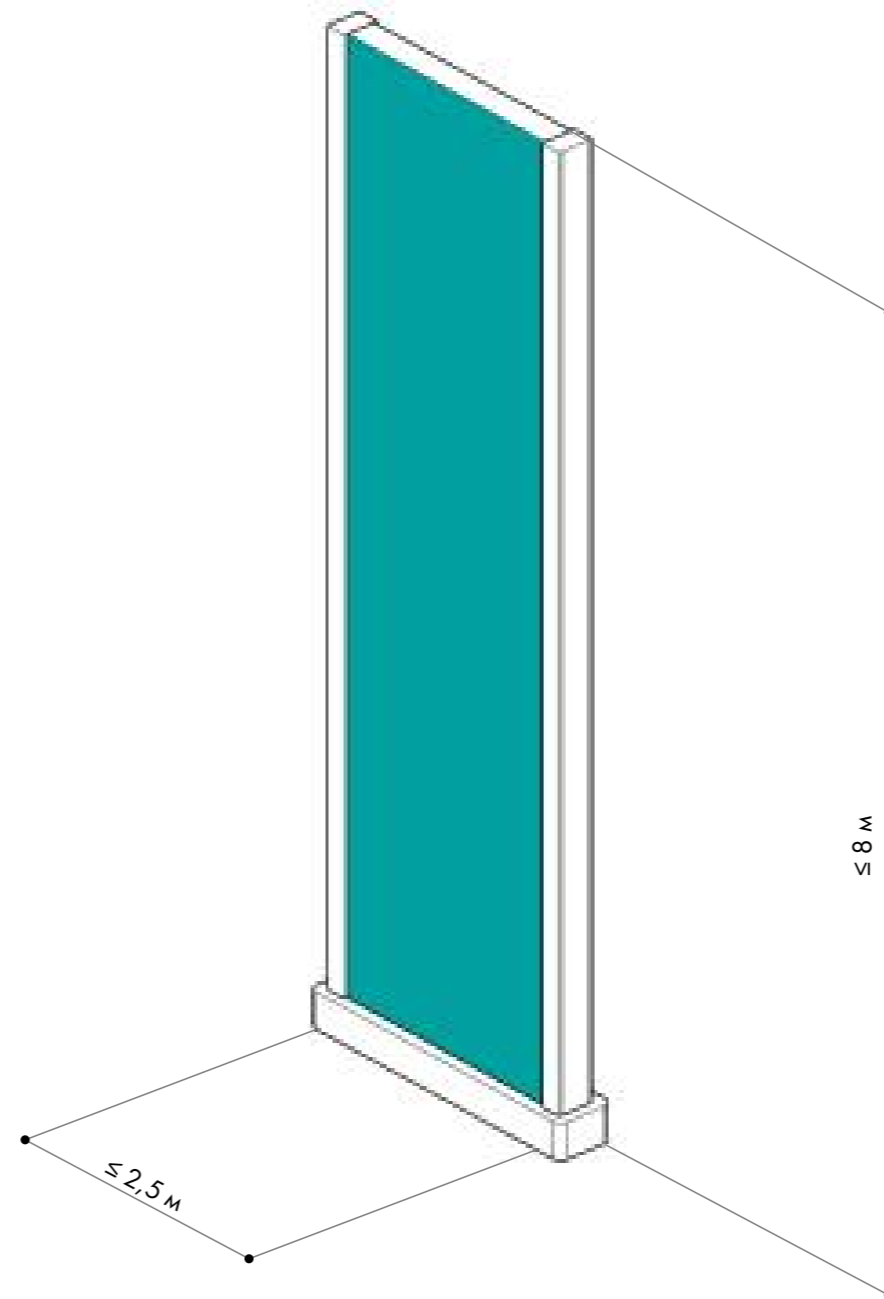
СТЕЛА АЗС

ОПИСАНИЕ

Стела АЗС – отдельно стоящая малогабаритная информационная конструкция индивидуального формата с одним или двумя объемными информационными полями шириной до 2,5 м и высотой до 8 м, предназначенная для информирования потребителей о наименовании автозаправочной станции, видах оказываемых услуг, экологическом классе и стоимости реализуемого топлива. Устанавливается вблизи АЗС. Преимущественно ориентирована на автомобилистов.

Виды отображения информации:

- Статичное информационное поле не содержит технологии смены изображения, размещать информацию рекомендуется на бумажных плакатах под закаленным стеклом или стеклом-триплексом. Запрещается размещать рекламу на торцах сити-формата.
- Скроллерное информационное поле снабжено роллерным механизмом, позволяющим автоматически сменять рекламные постеры, рекомендуется размещать информацию на бумажных плакатах.
- Электронное информационное поле выполняется в виде светодиодного экрана, позволяющего демонстрировать различные изображения, рекомендуется использовать LED-панели.

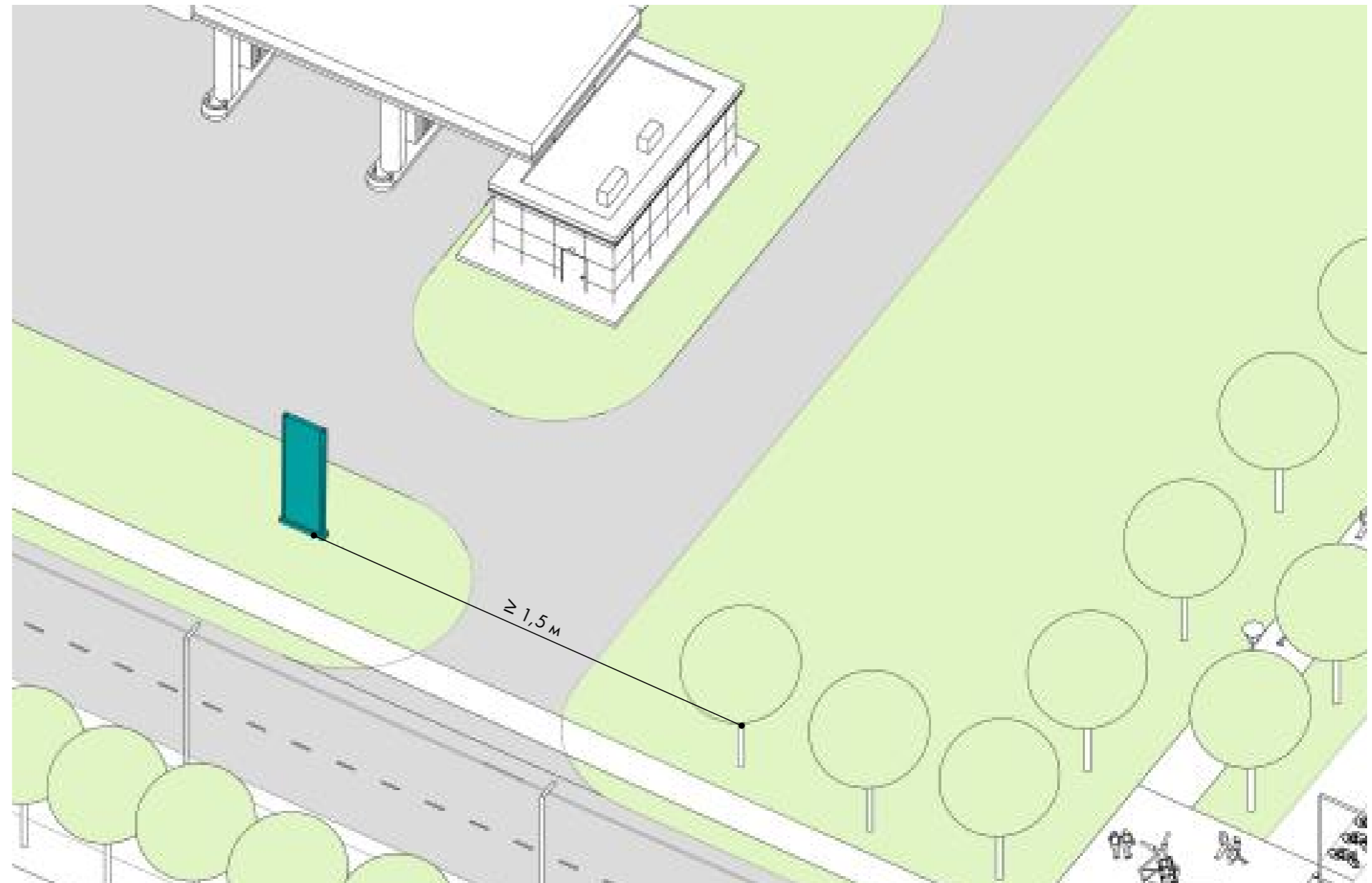


СТЕЛА АЗС ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ

Допускается размещение не более одной стелы АЗС в границах земельного участка, занимаемого автозаправочной станцией. Стела АЗС должна соответствовать требованиям нормативных актов по безопасности движения транспорта, в том числе обеспечение видимости дорожных знаков, светофоров и других технических средств организации дорожного движения.

Стелы АЗС рекомендуется размещать на расстоянии:

- не менее 5 м от светофоров и дорожных знаков;
- не менее 3 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
- не менее 10 м от фасадов зданий;
- не менее 1,5 м от стволов деревьев;
- не менее 5 м от перекрестков пешеходных переходов;
- не менее 30 м от других конструкций.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил дизайн-кода на улице Комсомольской

СТЕЛА АЗС ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ

Конструкция выполняется одно- или двухсторонней. Конструкция может быть с цельным информационным полем или с разделенным на несколько табличек. Дизайн стелы АЗС не должен иметь сходства с дорожными знаками или техническими средствами организации дорожного движения и отвлекать внимание участников дорожного движения.

Подсветка рекомендуется люминесцентными лампами, светодиодами, неоном и металлогалогенными прожекторами. Рекомендуется подземное подведение кабеля.



ХОРОШО. Стела размещена на достаточном удалении от других объектов городской среды



ХОРОШО. Подсветка стелы соответствует требованиям



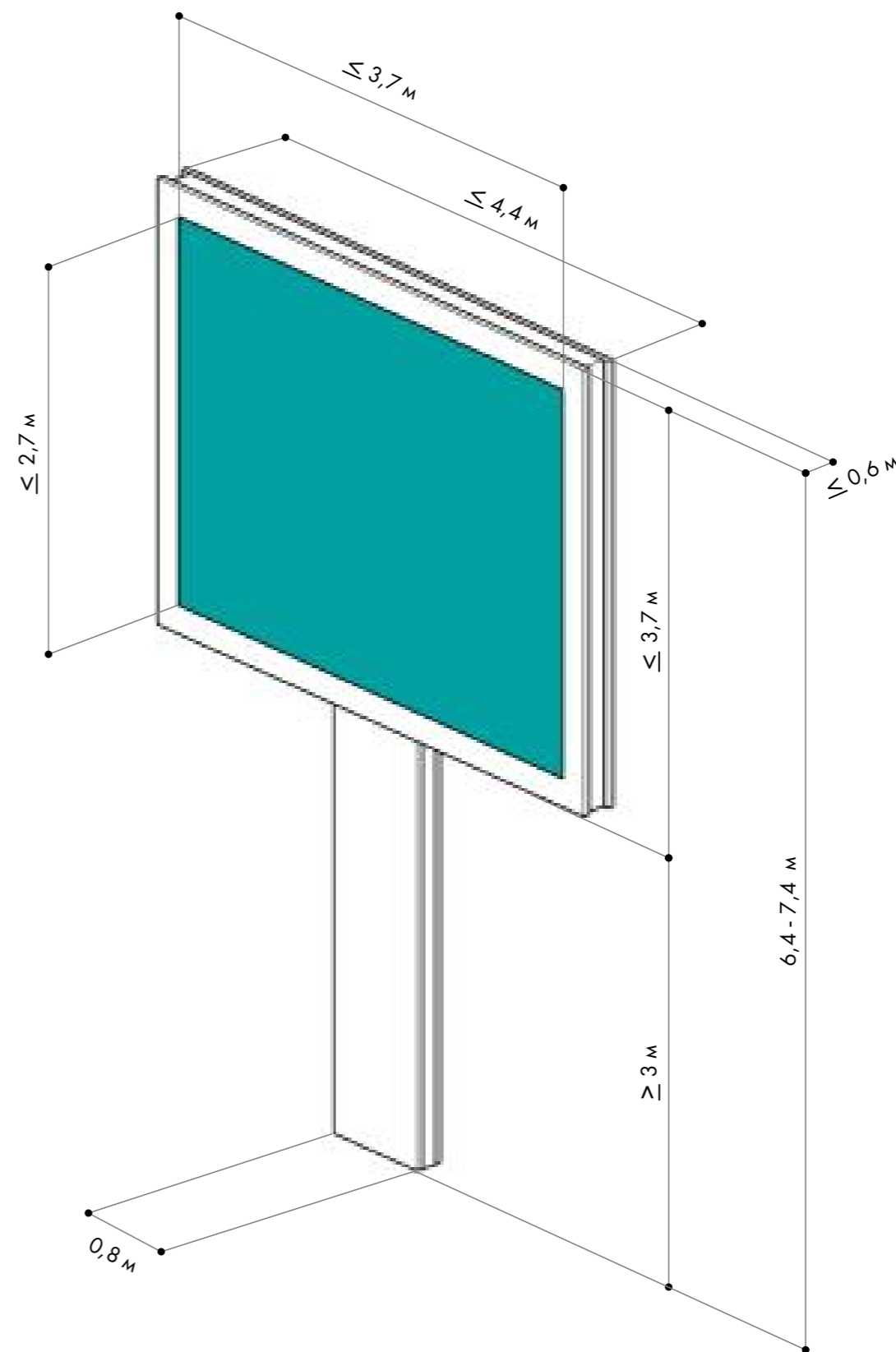
ПЛОХО. Близкое расположение к дорожным знакам. Знаки частично закрывают стелу

СИТИ-БОРД ОПИСАНИЕ

Сити-борд – отдельно стоящая крупногабаритная рекламная конструкция с одним или двумя информационными полями. Размеры одного поля не более 3,7 x 2,7 м. Общие максимальные габариты конструкции 7,4 x 4,4 м. Минимальная высота опоры 3 м. Ориентирована на пешеходов на автомобилистов.

Виды отображения информации:

- Статичное информационное поле не содержит технологии смены изображения, размещать информацию рекомендуется на бумажных плакатах под закаленным стеклом или стеклом-триплексом.
- Скроллерное информационное поле снабжено роллерным механизмом, позволяющим автоматически сменять рекламные постеры, рекомендуется размещать информацию на бумажных плакатах.
- Электронное информационное поле выполняется в виде светодиодного экрана, позволяющего демонстрировать различные изображения, рекомендуется использовать LED-панели.
- Призмадинамическое информационное поле состоит из набора трехсторонних динамических призм, позволяющих демонстрировать с заданным промежутком времени три различных изображения.

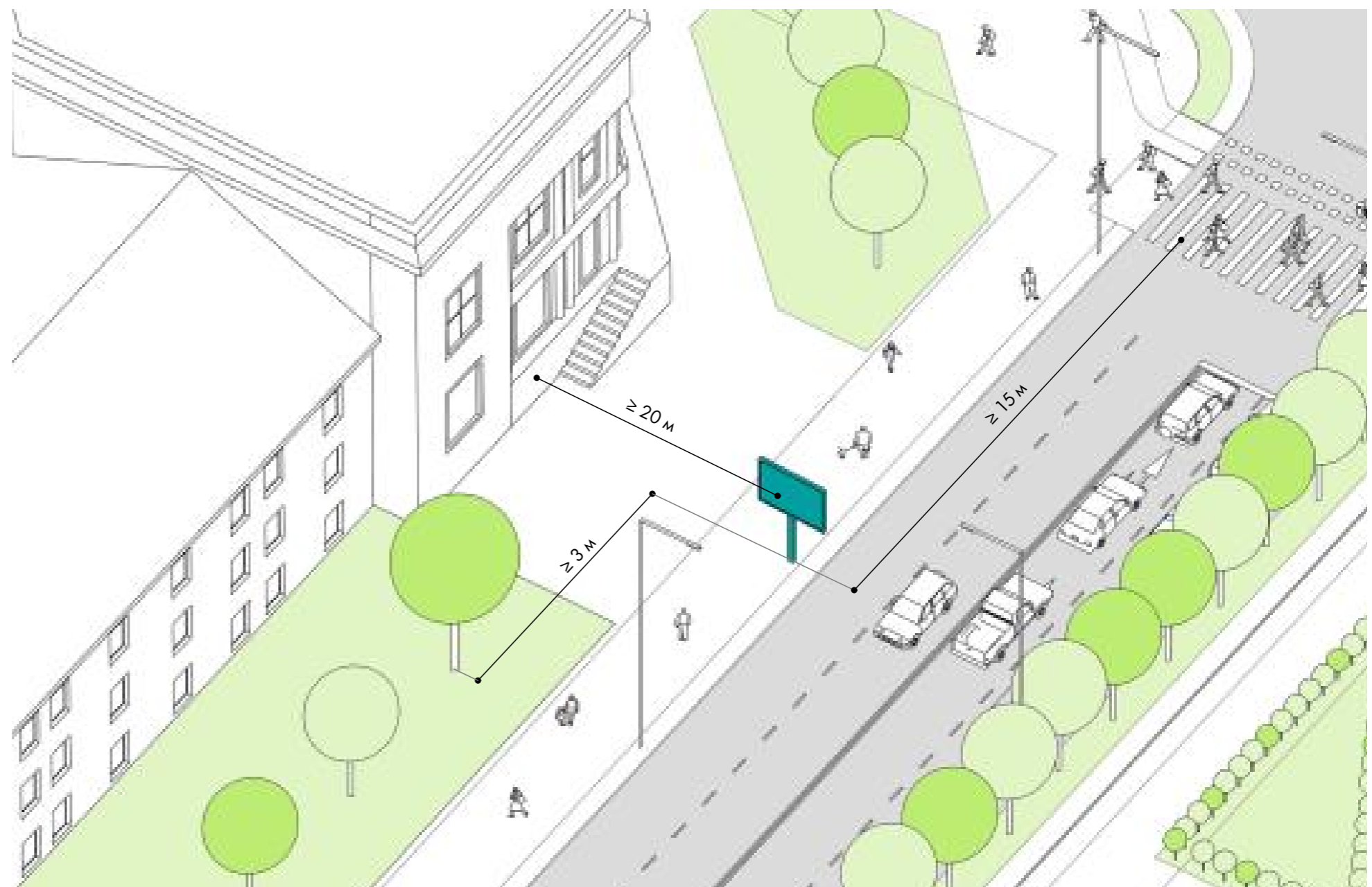


СИТИ-БОРД ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ

Сити-борды ориентированы преимущественно на автомобилистов, а также пешеходов, разрешены для размещения на второстепенных городских улицах. Этот вид рекламы рекомендуется размещать на тротуаре в зоне озеленения или на специально выделенной разделительной полосе на расстоянии не менее 0,6 м и не более 5 м от края проезжей части. Сити-борды следует располагать на единой оси с другими отдельно стоящими рекламными носителями крупного формата перпендикулярно проезжей части. Расположение рекламной конструкции не должно создавать неудобства для пешеходов и маломобильных групп населения. Разрешено размещение сити-бордов на разделительных полосах шириной более 7,5 м.

Сити-борды рекомендуется размещать на расстоянии:

- не менее 5 м от светофоров и дорожных знаков;
- не менее 5 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
- не менее 20 м от фасадов зданий;
- не менее 3 м от стволов деревьев;
- не менее 15 м от перекрестков пешеходных переходов;
- не менее 50 м от других конструкций.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил дизайн-кода на проспекте Мира

СИТИ-БОРД ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ

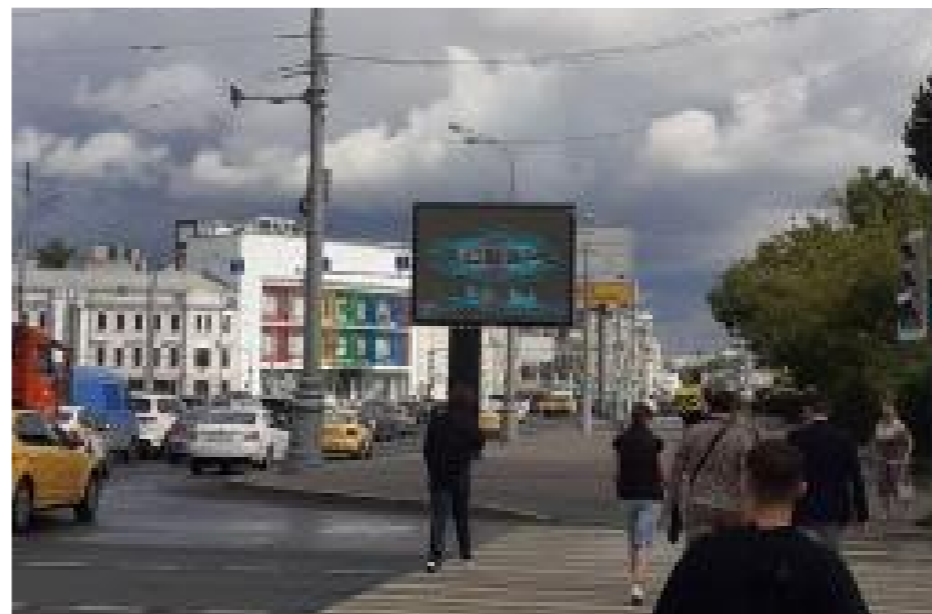
Сити-борды должны быть модульными – для легкой замены одних материалов другими, иметь внешнюю или внутреннюю подсветку, гармонично вписываться в городскую среду. Конструкцию сити-борда следует окрашивать в темные нейтральные цвета (черный, темно-серый, металлик), чтобы не мешать восприятию представленной на щите информации и не создавать дополнительный визуальный шум.



ПЛОХО. Расположение сити-борда в пределах треугольника видимости недопустимо



ПЛОХО. Сити-борд размещен на перекрестке и перекрывает видовую точку улицы



ХОРОШО. Расположение сити-борда соответствует рекомендациям, современный дизайн



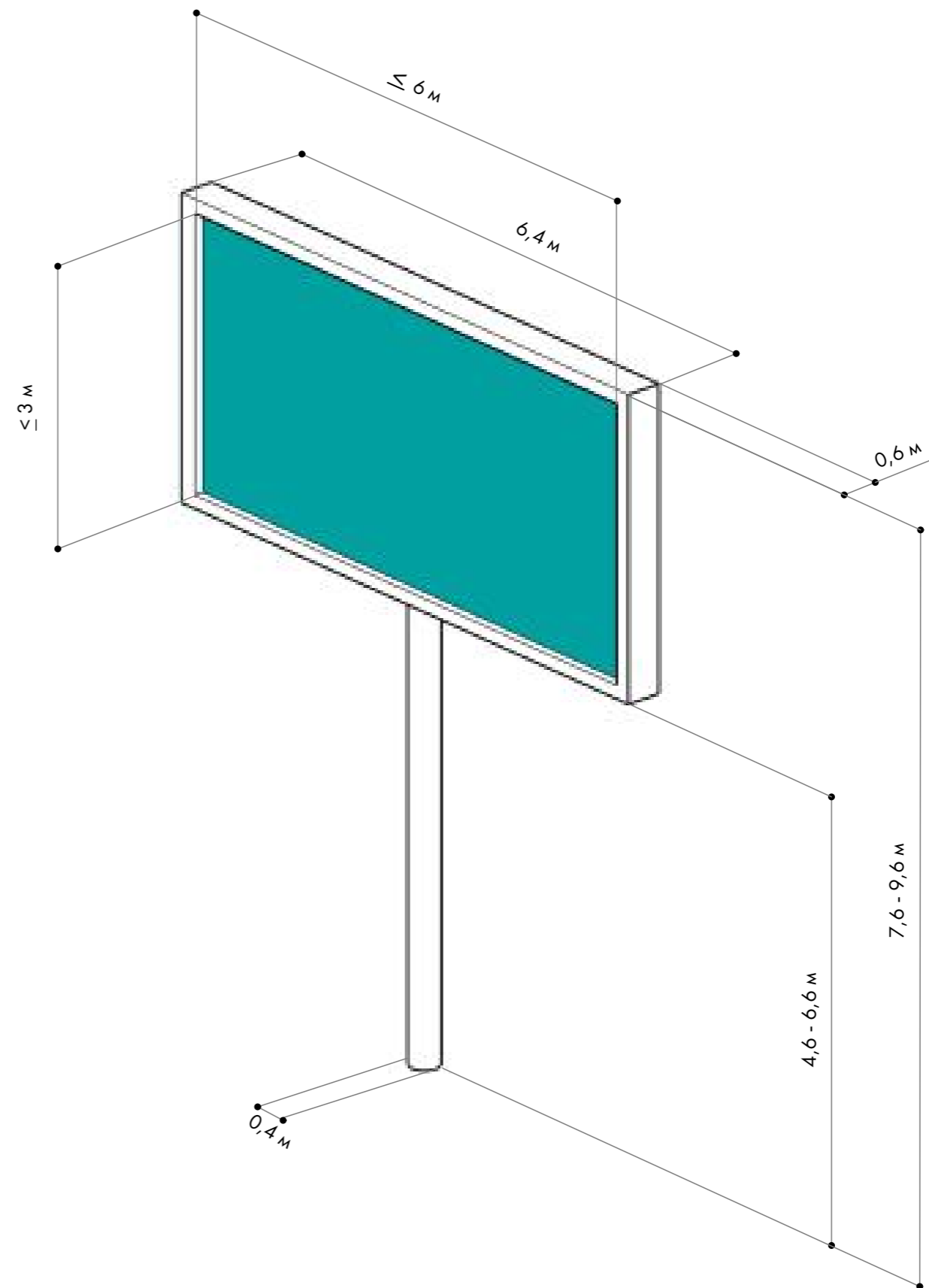
ХОРОШО. Расположение сити-борда соответствует рекомендациям, современный дизайн

БИЛБОРД ОПИСАНИЕ

Билборд – отдельно стоящая крупногабаритная рекламная конструкция, имеющая внешние поверхности для размещения рекламы и состоящая из фундамента, каркаса и информационных полей. Конструкция может иметь одно, два или три информационных поля. Размеры одного поля не более 6 x 3 м. Ориентирована преимущественно на автомобилистов.

Виды отображения информации:

- Статичное информационное поле не содержит технологии смены изображения, размещать информацию рекомендуется на бумажных плакатах под закаленным стеклом или стеклом-триплексом.
- Скроллерное информационное поле снабжено роллерным механизмом, позволяющим автоматически сменять рекламные постеры, рекомендуется размещать информацию на бумажных плакатах.
- Электронное информационное поле выполняется в виде светодиодного экрана, позволяющего демонстрировать различные изображения, рекомендуется использовать LED-панели.
- Призмадинамическое информационное поле состоит из набора трехсторонних динамических призм, позволяющих демонстрировать с заданным промежутком времени три различных изображения.

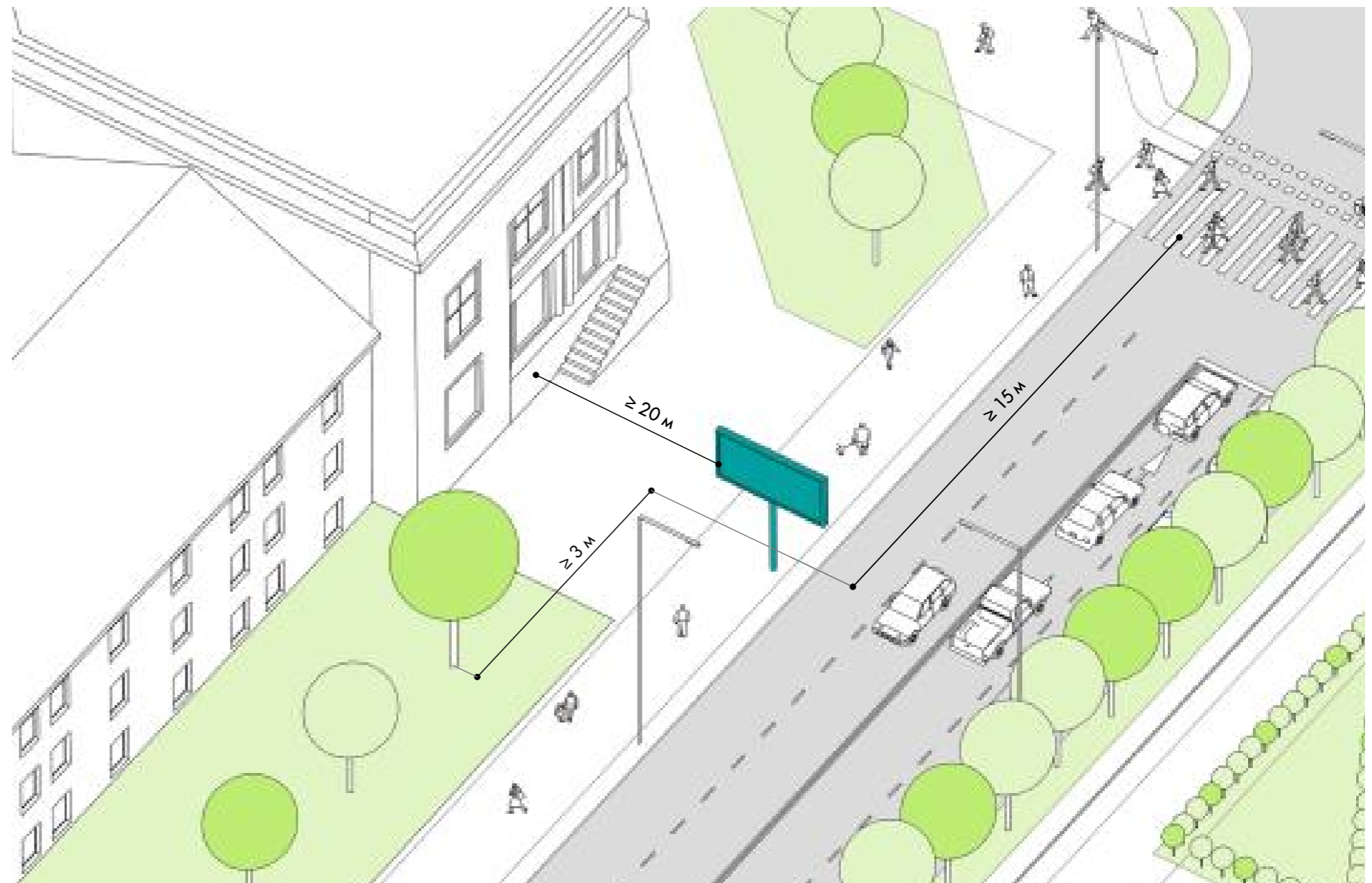


БИЛБОРД ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ

Билборды ориентированы преимущественно на автомобилистов, а также пешеходов, разрешены для размещения на второстепенных городских улицах. Этот вид рекламы рекомендуется размещать на тротуаре шириной более 4,5 м или на специально выделенной разделительной полосе на расстоянии не менее 0,6 м и не более 5 м от края проезжей части. Билборды следует располагать на единой оси с другими отдельно стоящими рекламными носителями крупного формата перпендикулярно проезжей части. Расположение рекламной конструкции не должно создавать неудобства для пешеходов и маломобильных групп населения. Разрешено размещение билбордов на разделительных полосах шириной более 7,5 м.

Билборды рекомендуется размещать на расстоянии:

- не менее 5 м от светофоров и дорожных знаков;
- не менее 5 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
- не менее 20 м от фасадов зданий;
- не менее 3 м от стволов деревьев;
- не менее 15 м от перекрестков и пешеходных переходов;
- не менее 50 м от других конструкций.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил дизайн-кода на проспекте Мира

БИЛБОРД ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ

Билборды должны быть модульными – для легкой замены одних материалов другими, иметь внешнюю или внутреннюю подсветку, гармонично вписываться в городскую среду. Конструкцию билборда следует окрашивать в темные нейтральные цвета (черный, темно-серый, металлик), чтобы не мешать восприятию представленной на щите информации и не создавать дополнительный визуальный шум.



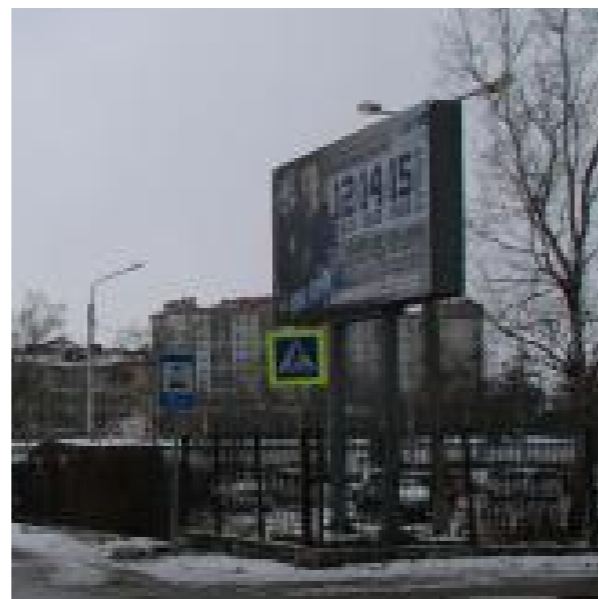
ХОРОШО. Дизайн билборда соответствует рекомендациям



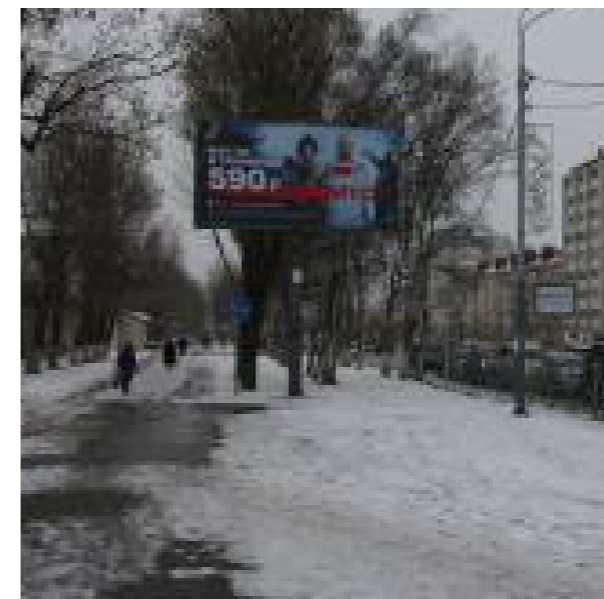
ХОРОШО. Расположение билборда соответствует рекомендациям, современный дизайн



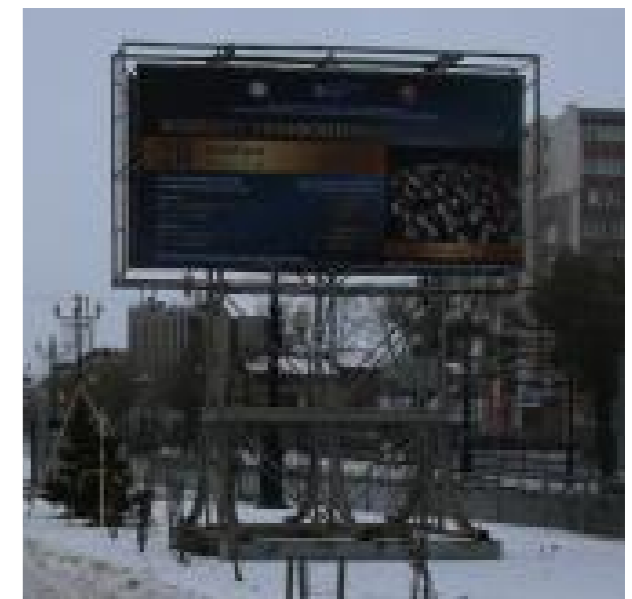
ПЛОХО. Расстояние до стволов деревьев не соблюдено, навязчивая реклама



ПЛОХО. Оформление билборда несовременно и не соответствует рекомендациям



ПЛОХО. Расстояние до стволов деревьев не соблюдено



ПЛОХО. Неэстетичное оформление билборда создает визуальный шум