

РАЗДЕЛ I. ИНФОРМАЦИОННЫЕ И РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ

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

Статья 1. ЭТАПНОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ИЛИ РЕКЛАМНОЙ КОНСТРУКЦИИ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ

1. ШАГ 1. Определение зоны в городе и категории улицы

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

2. ШАГ 2. Определение типа информационной или рекламной конструкции

Выбрать тип информационной или рекламной конструкции по таблицам типологии конструкций в городской среде

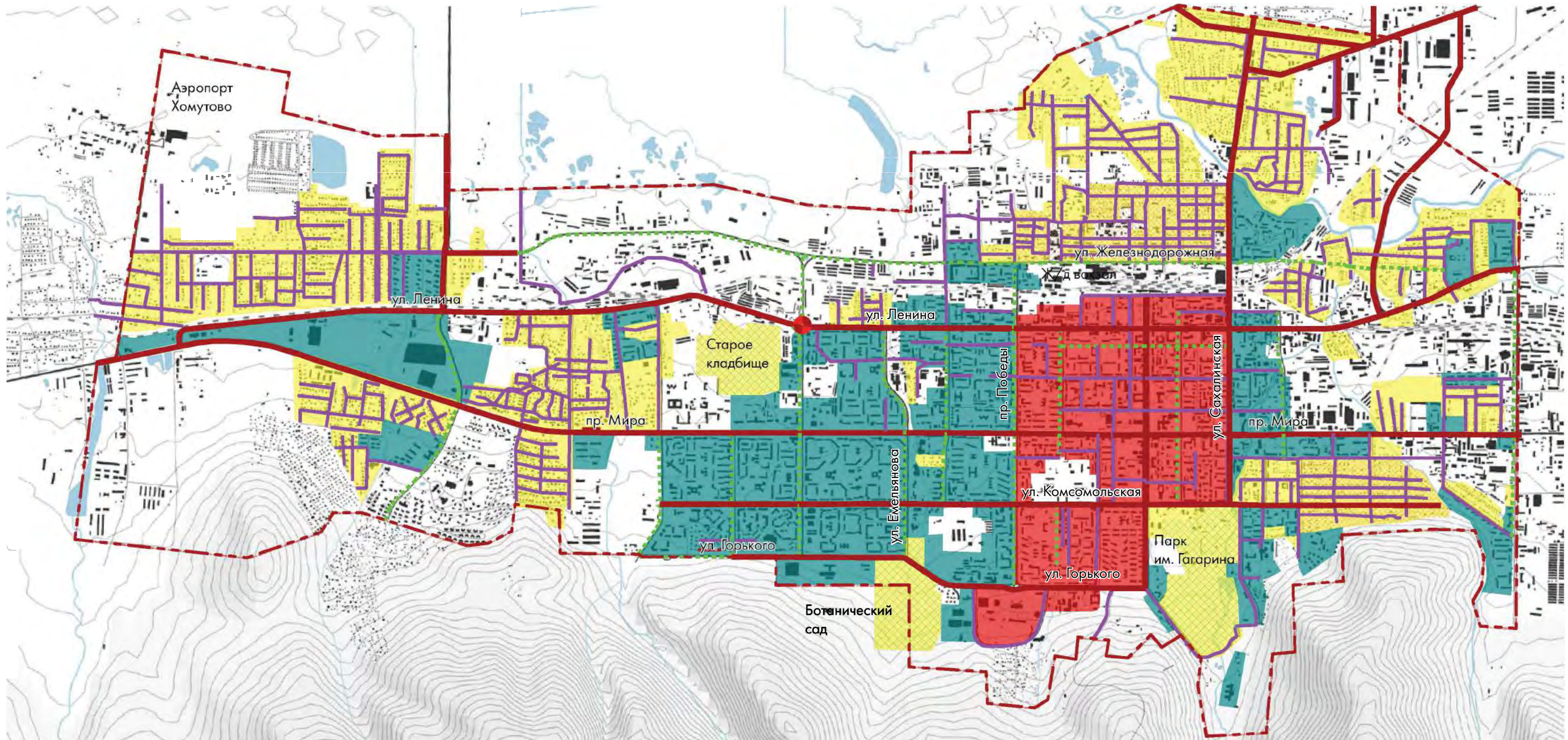
3. ШАГ 3. Определение возможности установки конструкции

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

4. ШАГ 4. Выбор расположения и оформления конструкции

Выбрать вариант исполнения, цвет, расположение на УДС

Статья 2. СХЕМА ЗОНИРОВАНИЯ ГОРОДА ДЛЯ ПРИМЕНЕНИЯ ДИЗАЙН-КОДА. ШАГ 1

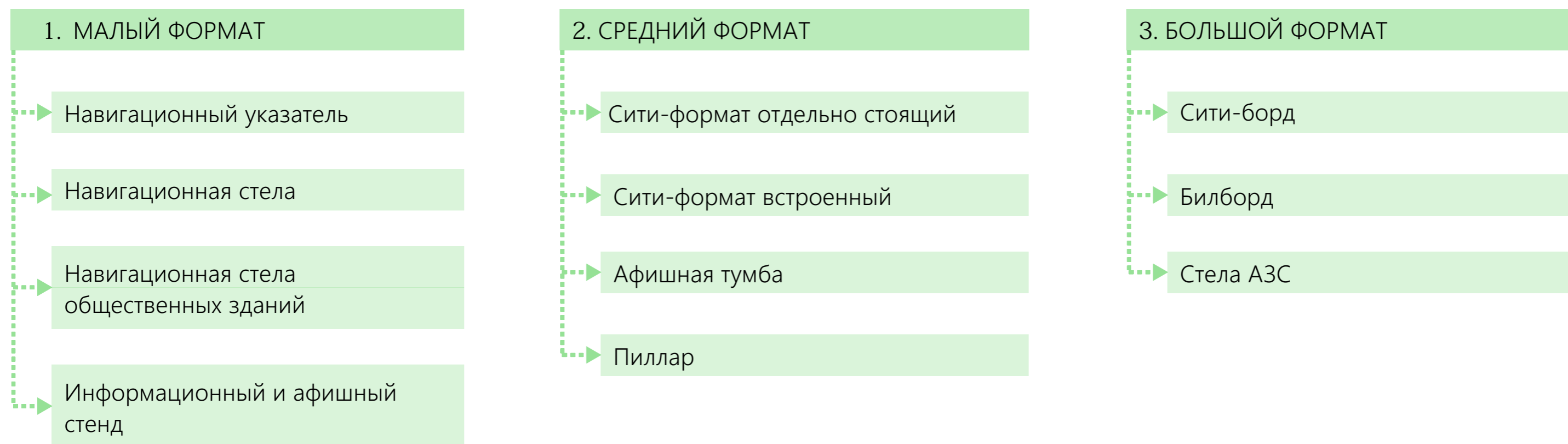


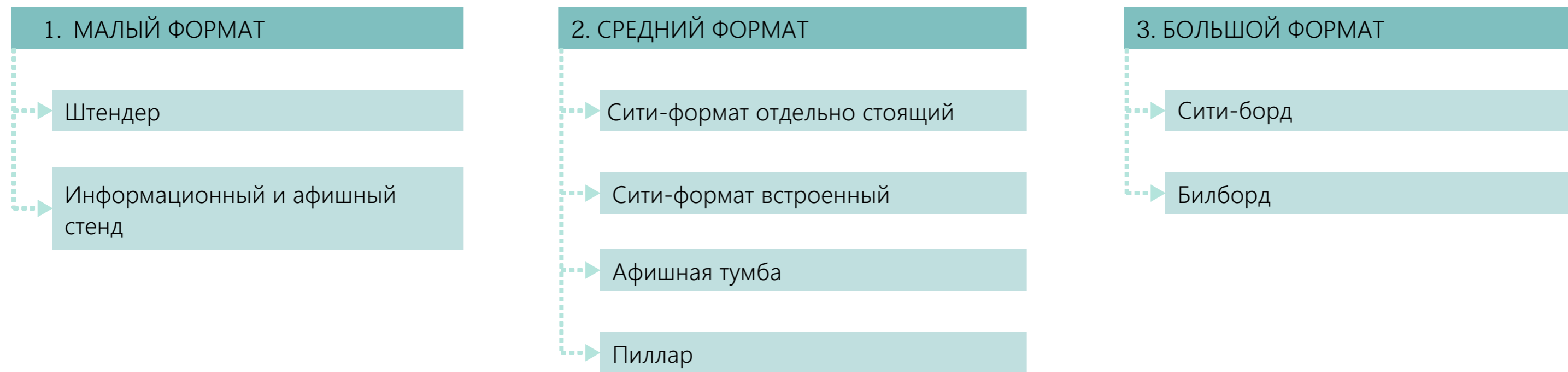
1. В результате анализа городской планировочной структуры разработана схема зонирования города для применения Дизайн-кода. Зонирование разделяет пространства по типу застройки и типу улиц. Таким образом, последующее регламентирование в Дизайн-коде будет учитывать как тип среды, так и ширину улиц.

——— А — магистральные городские дороги (улицы) регулируемого движения
- - - - - Б — магистральные улицы районного значения
——— В — улицы местного значения
- - - - - Граница Дизайн-кода

■ Зона 1 — ядро города
■ Зона 2 — город
■ Зона 3 — ИЖС, зоны отдыха или специального назначения
■ Зона 3.1 — застройка времен Тоёхари
■ Зона 3.2 — зоны отдыха или специального назначения

2. Не отмеченные на схеме улицы необходимо считать улицами местного значения.



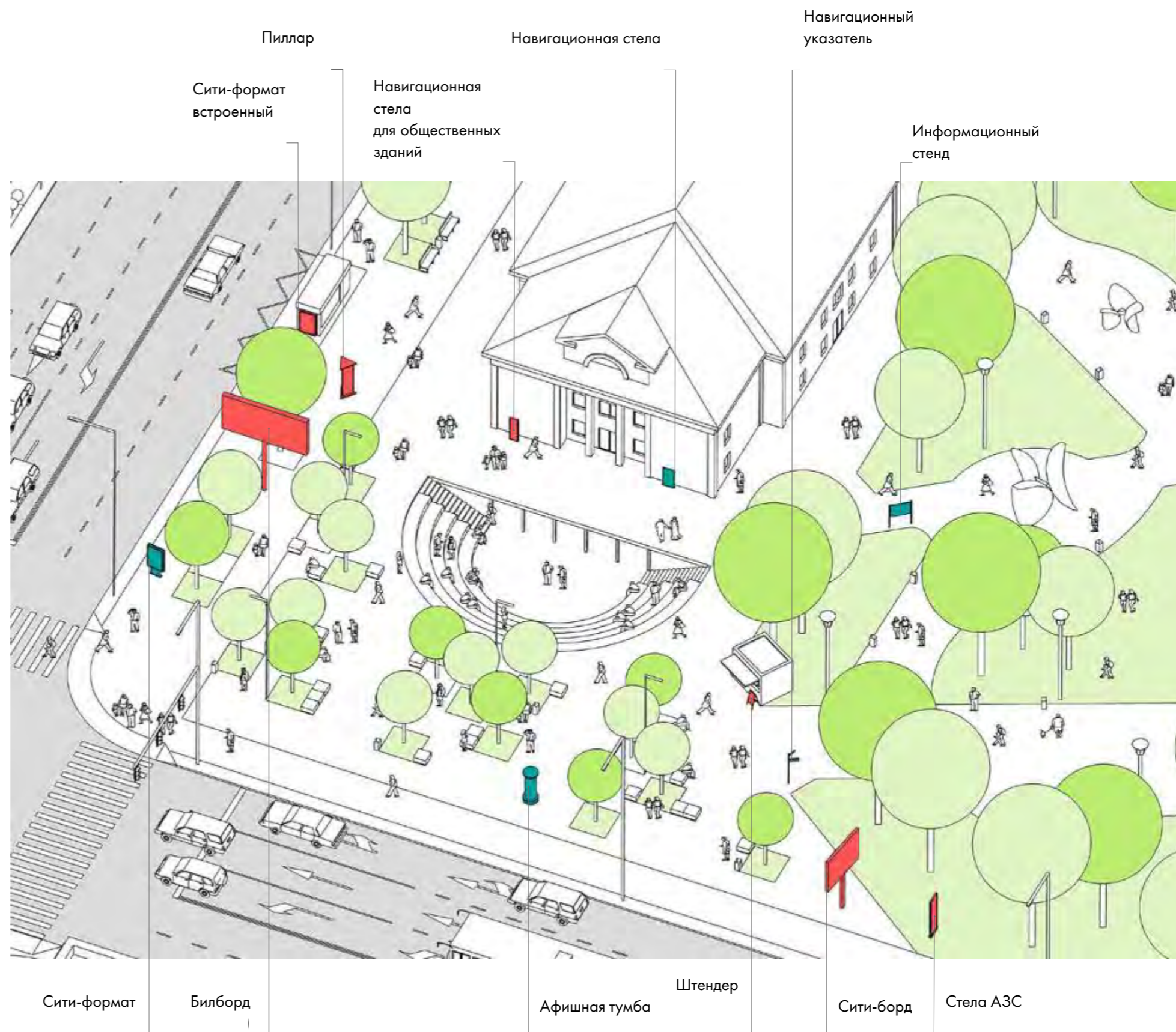


ГЛАВА II. ИНФОРМАЦИОННЫЕ И РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ

Статья 5. ТИПОЛОГИЯ

1. Информационная и рекламная конструкция — отдельно стоящая или монтируемая на зданиях, строениях, сооружениях, элементах городской среды конструкция, различаемая по типу размещаемой информации.
2. Информационные конструкции предназначены для размещения общественно значимой информации и городской навигации. Также они предназначены для установки вблизи общественных зданий с указанием информации о находящихся в этих зданиях субъектах.
3. Рекламные конструкции предназначены для размещения наружной рекламы.
4. 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.
5. 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.

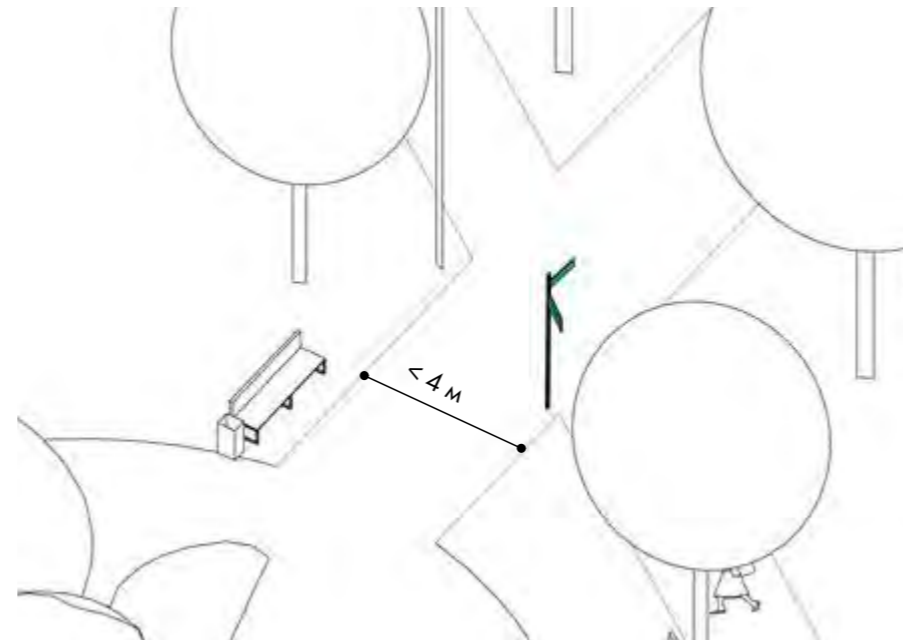


Статья 6. ОБЩИЕ ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ КОНСТРУКЦИЙ

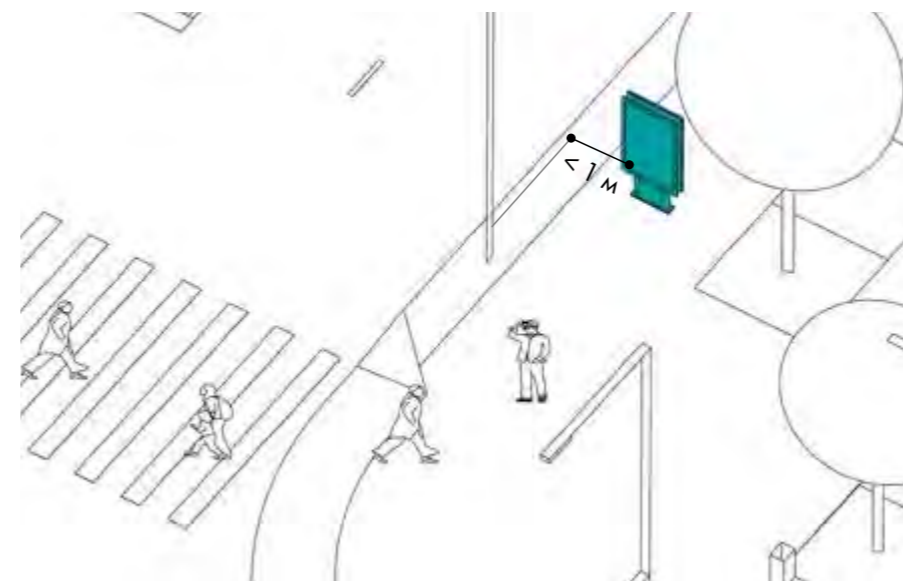
1 Запрещается расположение информационных и рекламных конструкций:

- 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.

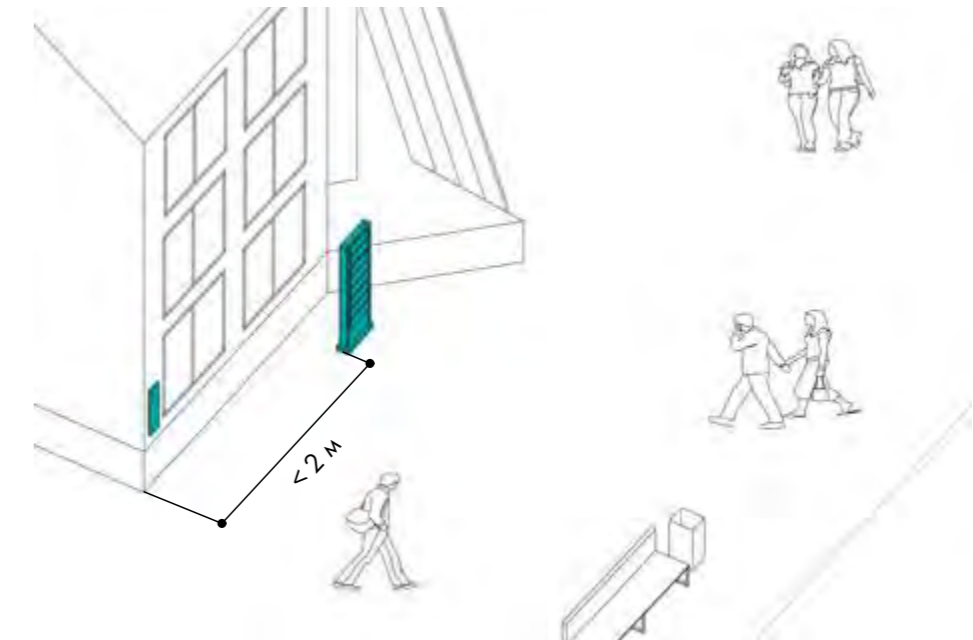
2. Информационные и рекламные конструкции не должны нарушать пешеходные связи и вызывать затруднение восприятия архитектуры фасадов зданий и их декоративных элементов, в том числе памятников архитектуры и градостроительных комплексов, памятников истории, культуры, городских, сельских и природных ландшафтов.



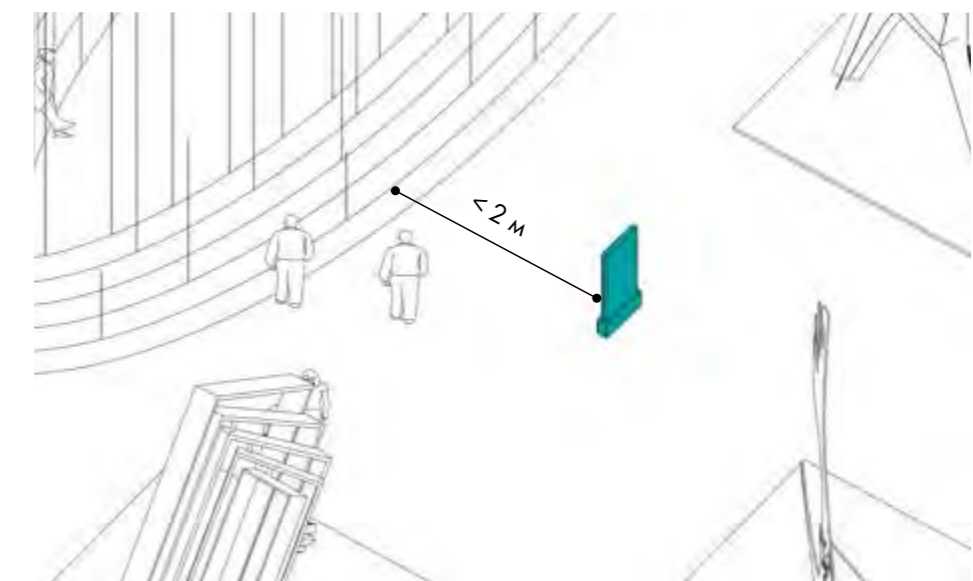
3. Отдельно стоящие рекламные и информационные конструкции на тротуарах следует размещать только при ширине тротуара более 4 м, при этом ширина прохода для пешеходов, а также для осуществления механизированной уборки должна составлять не менее 2 м.



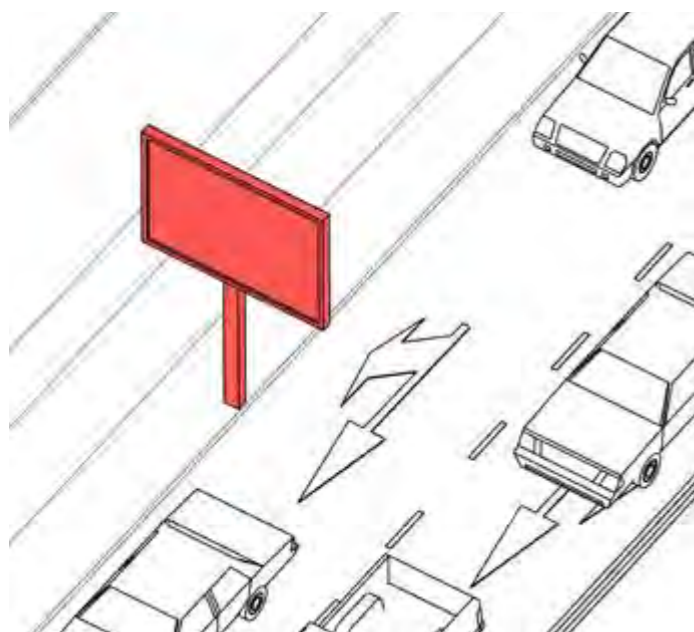
5. Рекламные конструкции необходимо размещать с соблюдением защитных зон подземных инженерных сетей и коммуникаций до фундаментов конструкций (не менее 1 м).



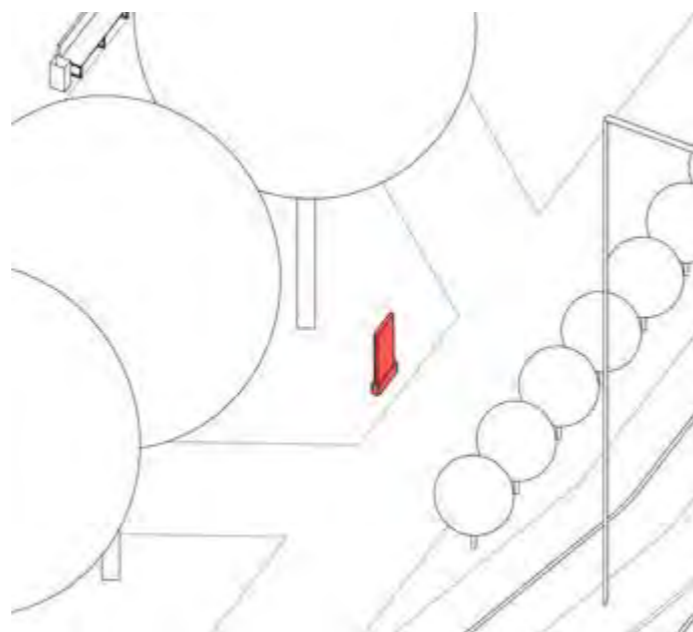
4. Рекламные конструкции необходимо размещать на расстоянии более 2 м от мемориальных досок, указателей с наименованиями улиц и табличек с номерами домов.



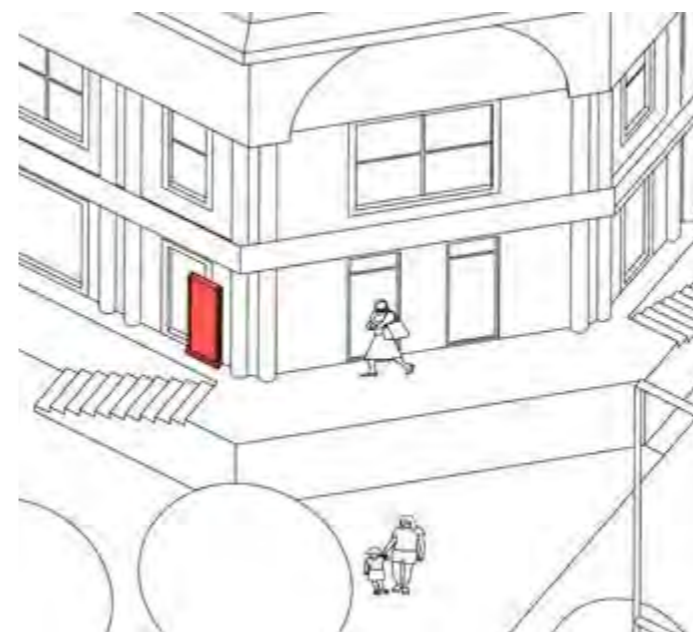
6. Рекламные конструкции необходимо размещать на расстоянии не менее 2 м от линий электропередач и иных наружных инженерных сетей.



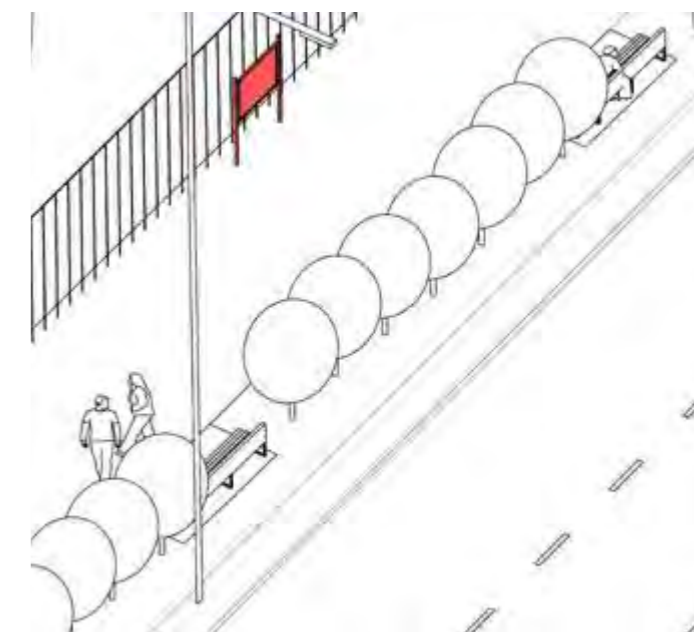
7. Рекламные конструкции вдоль проезжей части необходимо размещать на расстоянии не менее чем 0,6 м от ее края.



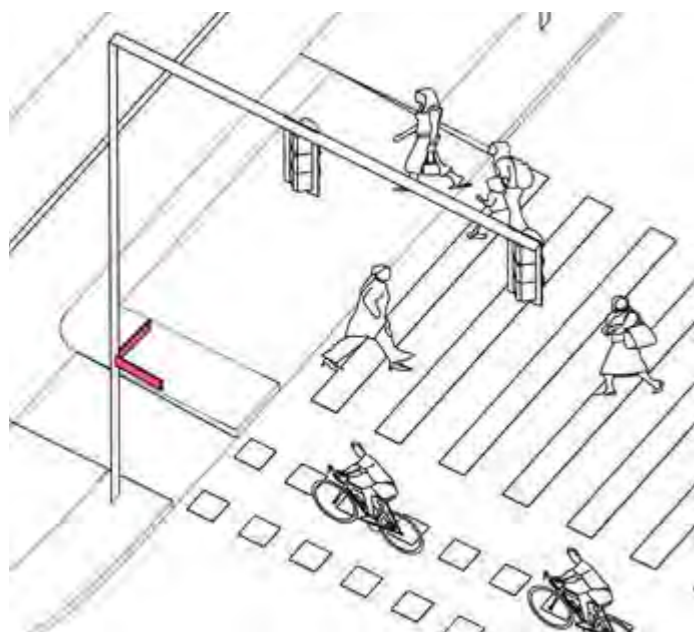
8. Запрещается установка рекламных конструкций на территориях, используемых для большого количества цветочного оформления города.



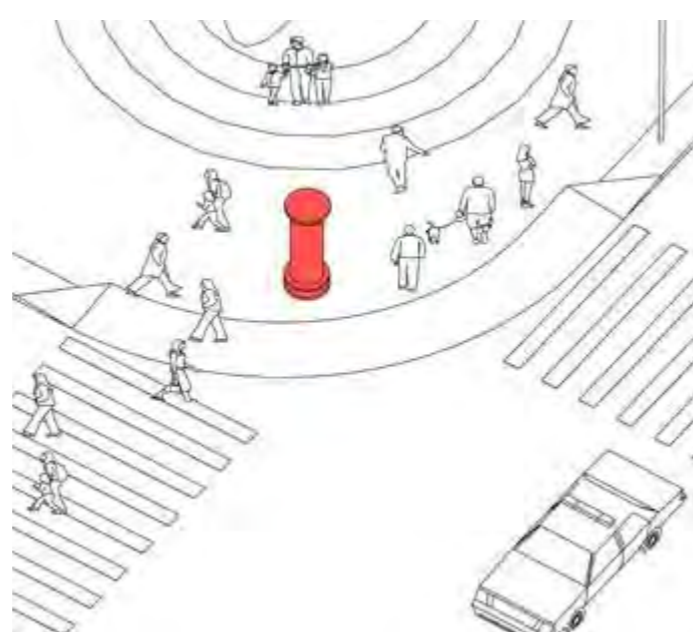
9. Запрещается размещать рекламные и информационные конструкции на расстоянии менее чем 0,6 м от фасадов зданий, а также перекрывать архитектурные детали.



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



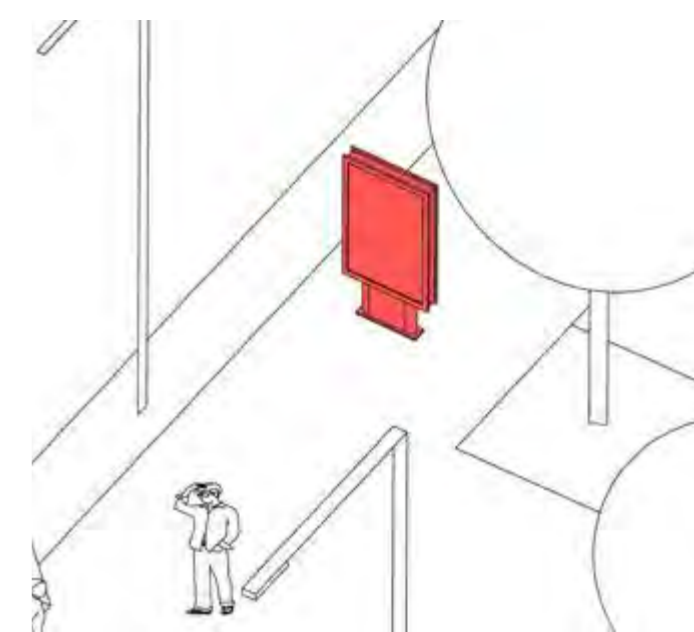
11. Запрещено размещать рекламные и информационные конструкции на дорожных знаках и светофорах.



12. Запрещено размещать рекламные конструкции на перекрестках в границах треугольников видимости.



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



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

Статья 7. РАЗРЕШЕННЫЕ И ЗАПРЕЩЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ И РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ В РАМКАХ ЗОНИРОВАНИЯ ГОРОДА ДЛЯ ПРИМЕНЕНИЯ ДИЗАЙН-КОДА. ЗОНА I. ШАГ 3

1. 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

2. Зоны города:

- 1 Ядро города
- 2 Город
- 3 ИЖС, зоны отдыха или специального назначения
 - 3.1 Застройка времен Тойохары
 - 3.2 Зоны отдыха или специального назначения

3. Классификация улиц

- A Магистральные городские дороги (улицы) регулируемого движения
- Б Магистральные улицы районного значения
- В Улицы местного значения

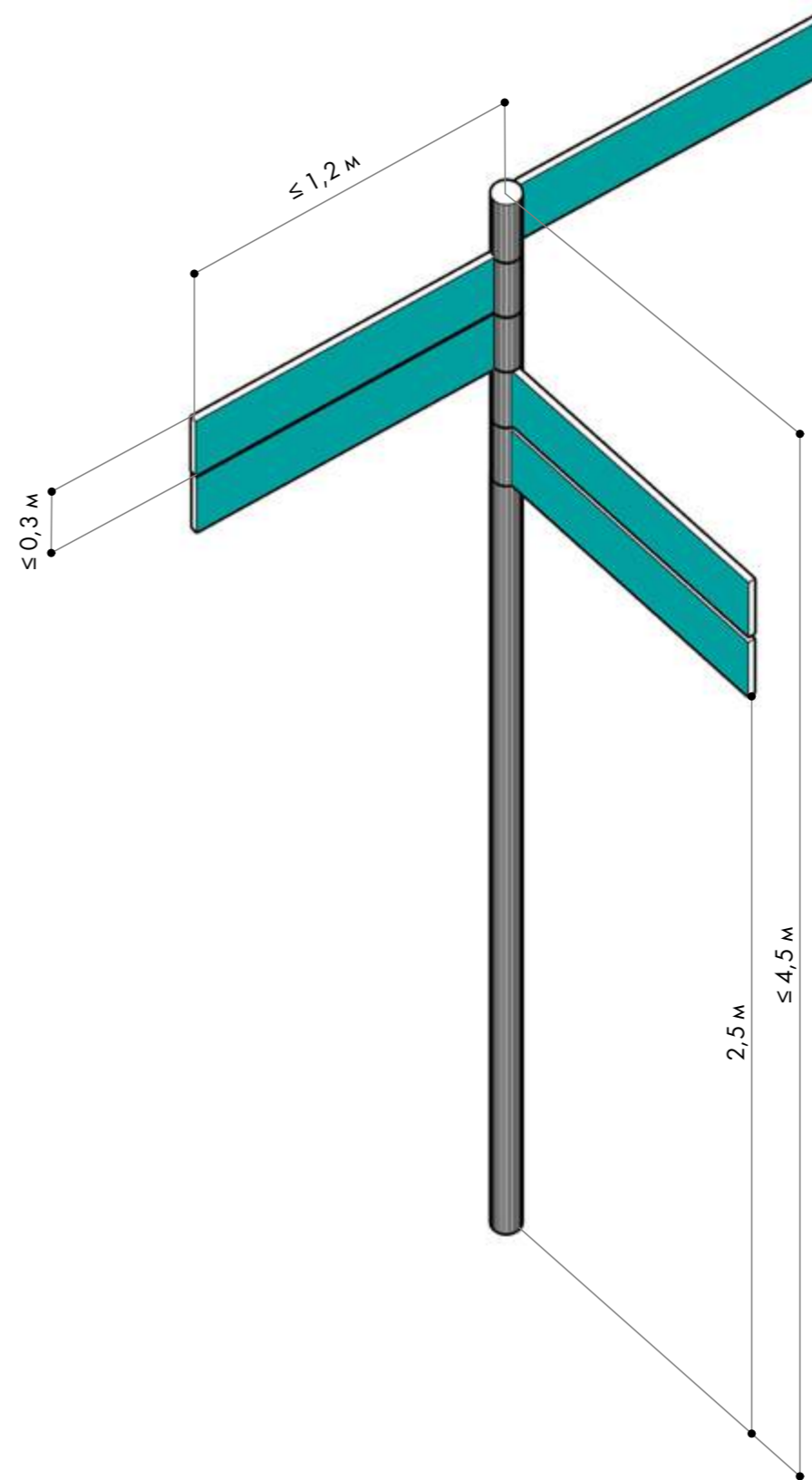
4. Условные обозначения

1А 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	1А	1Б	1В	2А	2Б	2В	3А	3Б	3В	3.1Б	3.1В	3.2Б	3.2В	
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	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
СИТИБОРД	6,4 - 7,4 ≤ 2,7	≤ 4,4 ≤ 3,7	≤ 0,6 —	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
БИЛБОРД	7,6 - 9,6 ≤ 3	≤ 6,3 ≤ 6	≤ 0,6 —	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

1. Навигационный указатель – отдельно стоящая малогабаритная информационная конструкция, представляющая 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 в ширину и 1,2 м в высоту
2. 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, так как важно обеспечить соответствие названий.
3. Не следует размещать более 6 модулей на одном указателе, чтобы не усложнять восприятие информации.



Статья 9. ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ НАВИГАЦИОННОГО УКАЗАТЕЛЯ

1. 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.
2. На перекрестках навигационные указатели следует устанавливать с одной стороны. Рекомендуется размещать указатели рядом с остановками общественного транспорта. Также их следует устанавливать на городских площадях, в парках, скверах и других общественных пространствах.
3. Навигационные указатели рекомендуется размещать на расстоянии:
 - не менее чем 2,5 м от осей стволов деревьев;
 - не менее чем 2 м от перекрестков и пешеходных переходов;
 - не менее чем 2 м от фасадов зданий;
 - не менее чем 2 м от элементов городской мебели;
 - не менее чем 3 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
 - не менее чем 2 м от светофоров и дорожных знаков.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил настоящего Дизайн-кода

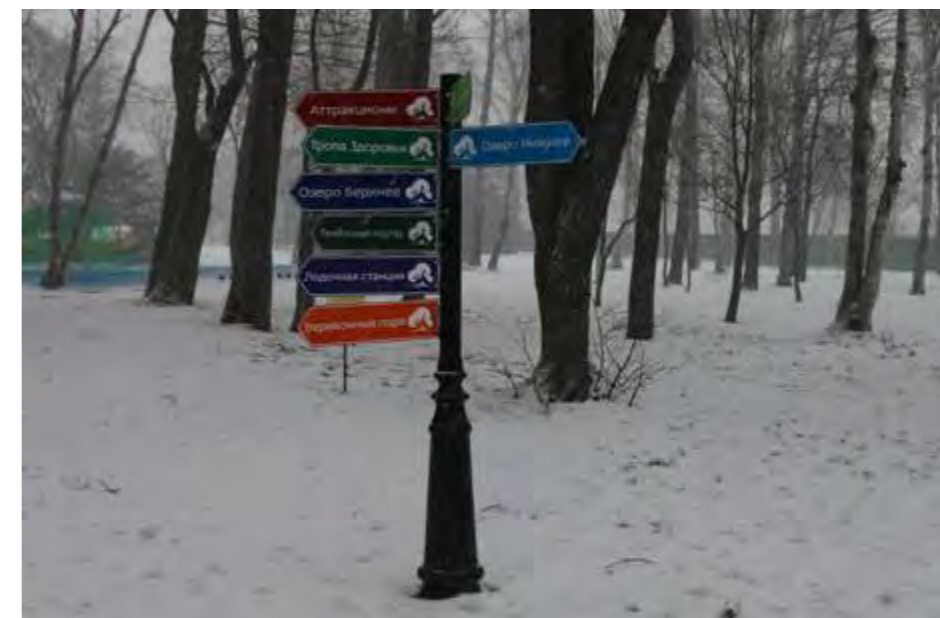
Статья 10. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ НАВИГАЦИОННОГО УКАЗАТЕЛЯ

1. 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 информационных конструкций (указатель, стела, стенд).
2. Конструкция должна иметь простую форму и лаконичный дизайн, быть выполненной из металла с окраской в монохромные цвета (серый, черный). Рекомендуется использовать антивандальное покрытие.
3. Навигационные указатели не следует окрашивать в слишком яркие цвета, так как это мешает восприятию представленной на них информации и создает дополнительный визуальный шум.
4. Подсветка осуществляется по внешнему краю конструкции светодиодными лампами или отсутствует. В случае отсутствия подсветки рекомендуется установка конструкции вблизи опор освещения, подземное подведение кабеля.

Далее представлены примеры размещения и оформления навигационных указателей.



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



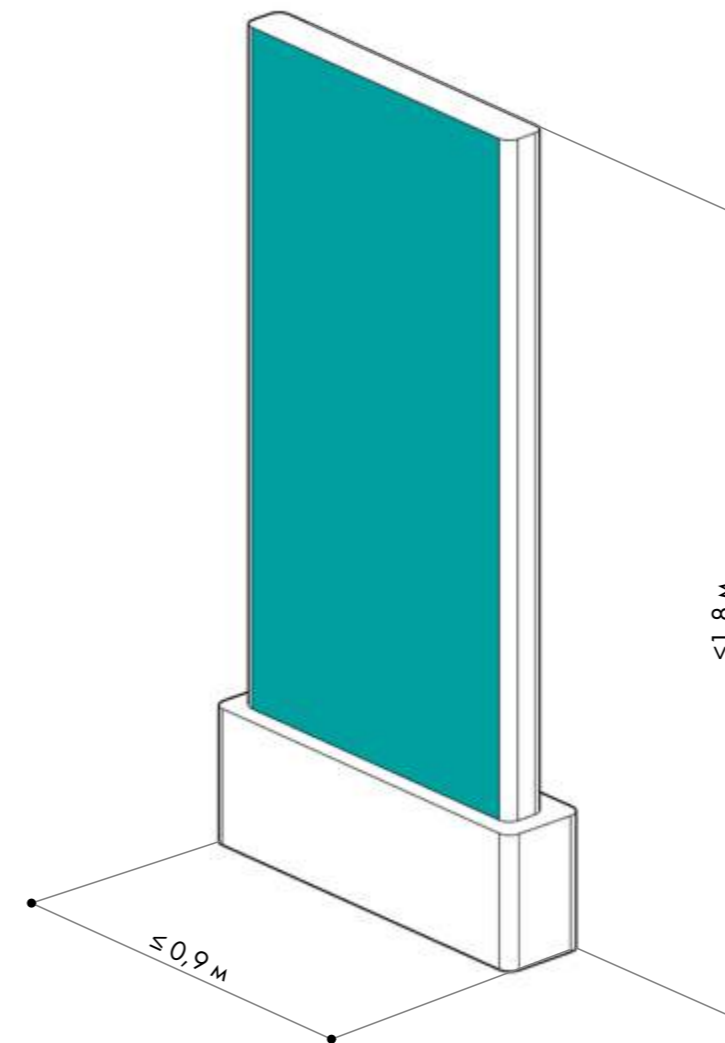
ПЛОХО. Не соблюдены расстояния до окружающих объектов, а типовой дизайн не отражает уникальных архитектурных особенностей города



ГЛАВА IV. НАВИГАЦИОННАЯ СТЕЛА

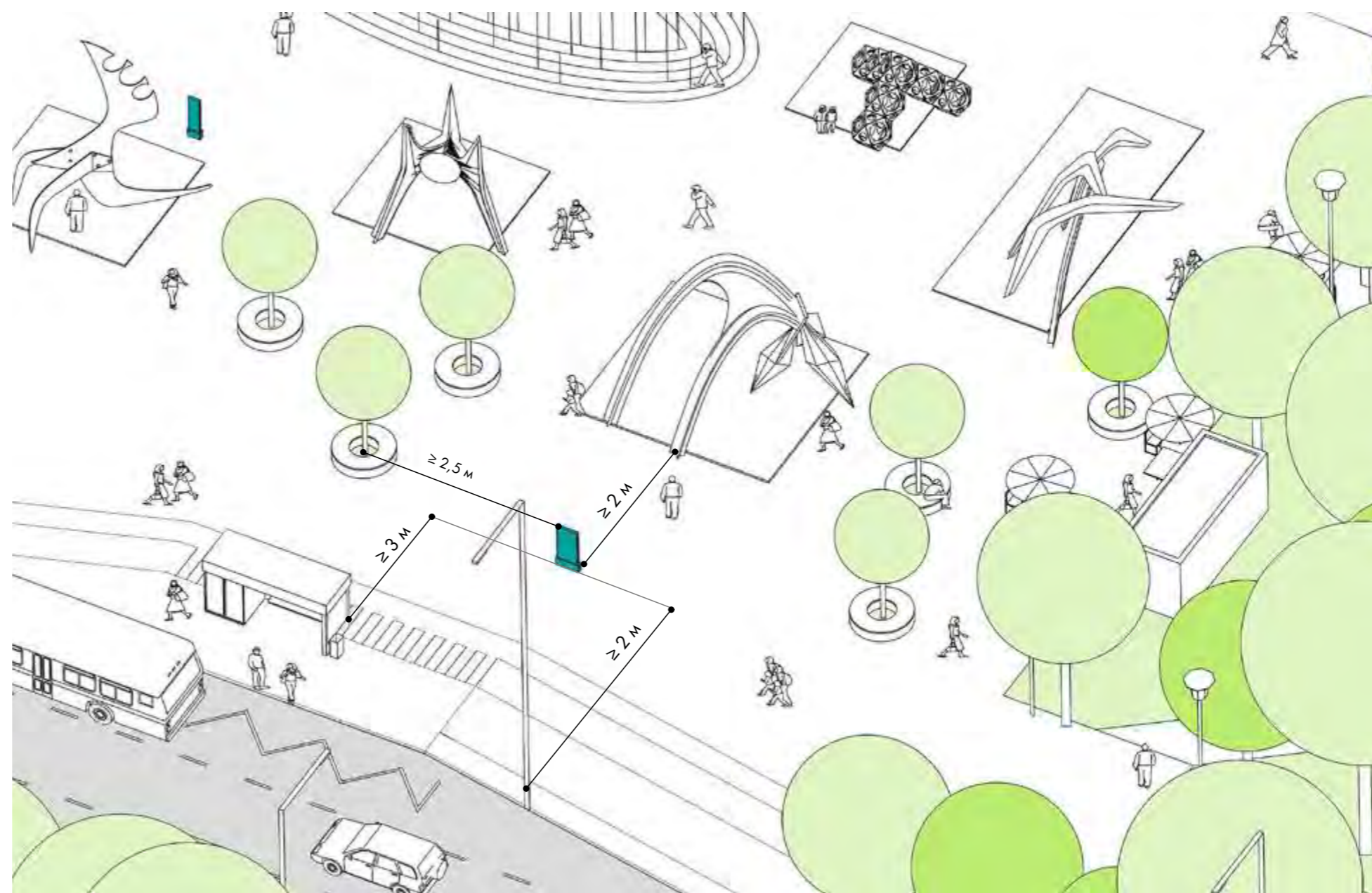
Статья 11. ОПИСАНИЕ

1. 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 предназначены для размещения информации о прилегающей территории, объектах притяжения, достопримечательностях или элементах транспортной инфраструктуры.
2. Наличие навигационных стен с картами и дополнительной информацией упрощает ориентирование в городе, создавая для него удобную систему.
3. Рекомендуемые габариты стены с городской навигацией (картами, схемами, городской информацией): ширина не более 0,9 м, высота не более 1,8 м.



Статья 12. ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ НАВИГАЦИОННОЙ СТЕЛЫ

1. 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.
2. Расположение конструкции не должно создавать неудобства для пешеходов и маломобильных групп населения, препятствовать механизированной уборке улиц.
3. Запрещена установка навигационных стел на газонах — это мешает доступу пешеходов к носителю и приводит к вытаптыванию травы.
4. 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.
5. Навигационные стелы рекомендуется размещать на расстоянии:
 - не менее чем 2,5 м от осей стволов деревьев;
 - 1,5-2 м от элементов освещения;
 - не менее чем 2 м от перекрестков и пешеходных переходов;
 - не менее чем 2 м от фасадов зданий;
 - не менее чем 2 м от элементов городской мебели;
 - не менее чем 3 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
 - не менее чем 2 м от светофоров и дорожных знаков.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил настоящего Дизайн-кода

Статья 13. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ НАВИГАЦИОННОЙ СТЕЛЫ

1. 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 информационных конструкций (указатель, стела, стенд).
2. Конструкция должна иметь простую форму и лаконичный дизайн, быть выполненной из металла с окраской в монохромные цвета (серый, черный). Рекомендуется использовать антивандальное покрытие.
3. 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 беспроводной сети (Wi-Fi).
4. 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.
Далее представлены примеры размещения и оформления навигационных указателей.



ПЛОХО. Обзор закрыт элементами благоустройства



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



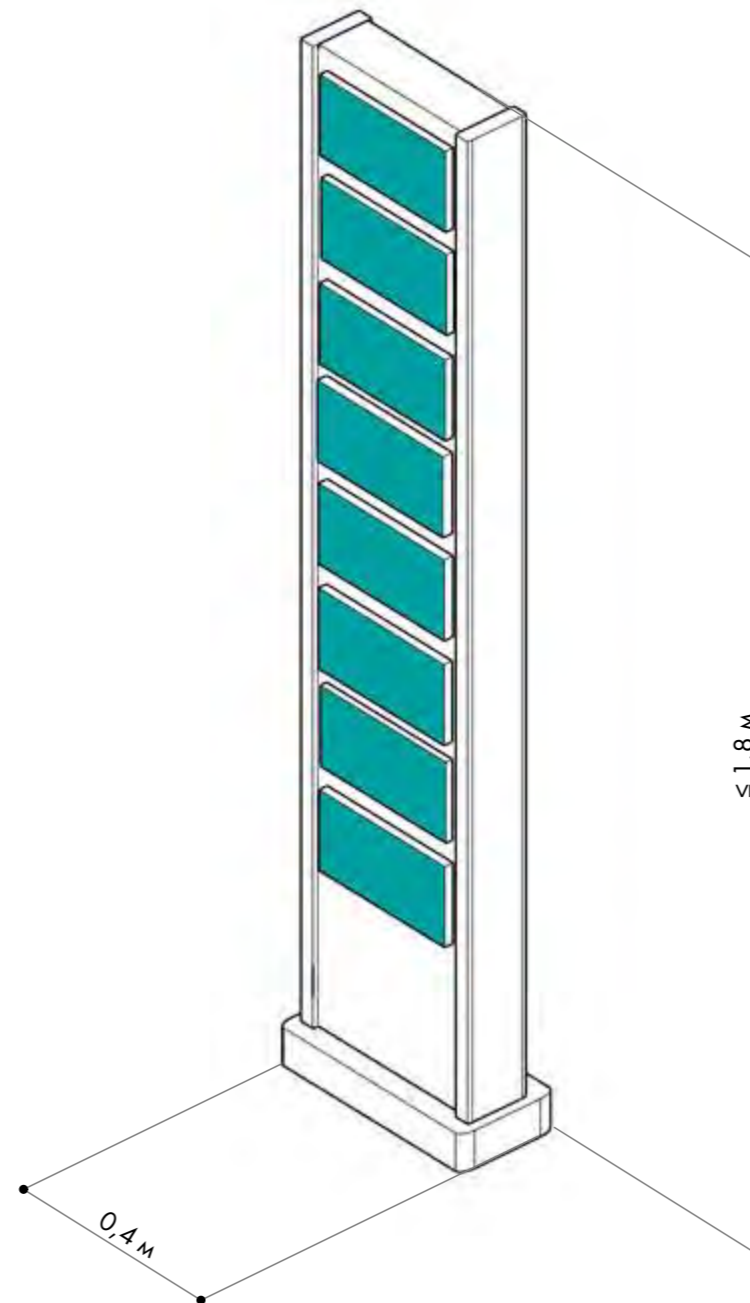
ПЛОХО. Расположение информационных конструкций на газоне запрещено



ГЛАВА V. НАВИГАЦИОННАЯ СТЕЛА ДЛЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ЗДАНИЙ

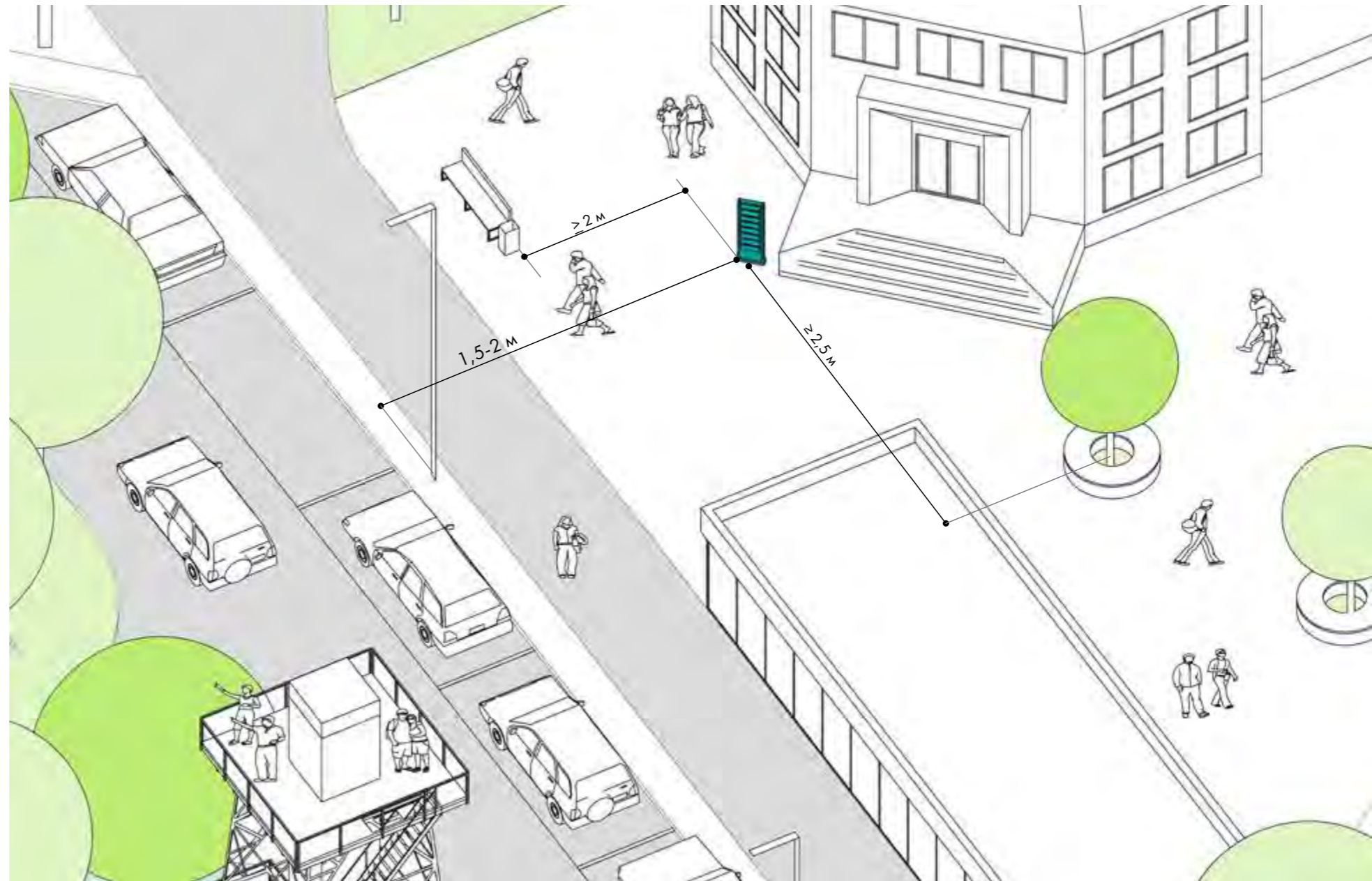
Статья 14. ОПИСАНИЕ

1. Навигационная стена для общественных зданий – малогабаритная отдельно стоящая конструкция, ориентированная преимущественно на пешеходов и предназначенная для размещения модулей вывесок общественных помещений, имеющих общий вход.
2. Максимальные габариты конструкции: высота – 1,8 м, ширина – 0,4 м.
Информационное поле должно состоять из одинаковых модулей – вывесок, имеющих высоту не более чем 0,3 м, длины – не более чем 0,4 м.
3. Модули должны иметь единое оформление и принцип размещения информации.
Конструкции данного типа рекомендуется располагать, если один вход ведет к помещениям более чем десяти организаций.



Статья 15. ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ НАВИГАЦИОННЫХ СТЕЛ

1. Навигационную стелу для общественных зданий рекомендуется размещать в технической или пешеходной зоне тротуара на расстоянии не менее чем 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 должна создавать неудобства для пешеходов и маломобильных групп населения, препятствовать механизированной уборке улиц.
2. Навигационные стелы для общественных зданий рекомендуется размещать на расстоянии:
 - не более чем 6 м от входа (рекомендуется ориентировать стелу на пешеходный тротуар);
 - не менее чем 2,5 м от осей стволов деревьев; — 1,5—2 м от элементов освещения;
 - не менее чем 2 м от перекрестков и пешеходных переходов;
 - не менее чем 2 м от фасадов зданий;
 - не менее чем 2 м от элементов городской мебели;
 - не менее чем 3 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
 - не менее чем 2 м от светофоров и дорожных знаков.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил настоящего Дизайн-кода

Статья 16. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ НАВИГАЦИОННОЙ СТЕЛЫ

1. Навигационные стелы для общественных зданий должны иметь модульную систему для легкой замены табличек, удобно располагаться, не загромождая фасад, и не создавать препятствий для пешеходов.
2. Конструкция должна иметь простую форму и лаконичный дизайн, быть выполненной из металла с окраской в монохромные цвета (серый, черный). Рекомендуется использовать антивандальное покрытие.
3. Конструкция выполняется двухсторонней. Рекомендуется делать навигационные стелы с внутренней подсветкой светодиодами, неоном, люминесцентными лампами.
4. Навигационные стелы должны быть доступны для маломобильных групп населения. Информацию нужно дублировать шрифтом Брайля.



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



ПЛОХО. Недопустимые габариты стелы для общественных зданий

ГЛАВА VI. ИНФОРМАЦИОННЫЕ И АФИШНЫЕ СТЕНДЫ

Статья 17. ОПИСАНИЕ

1. 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.

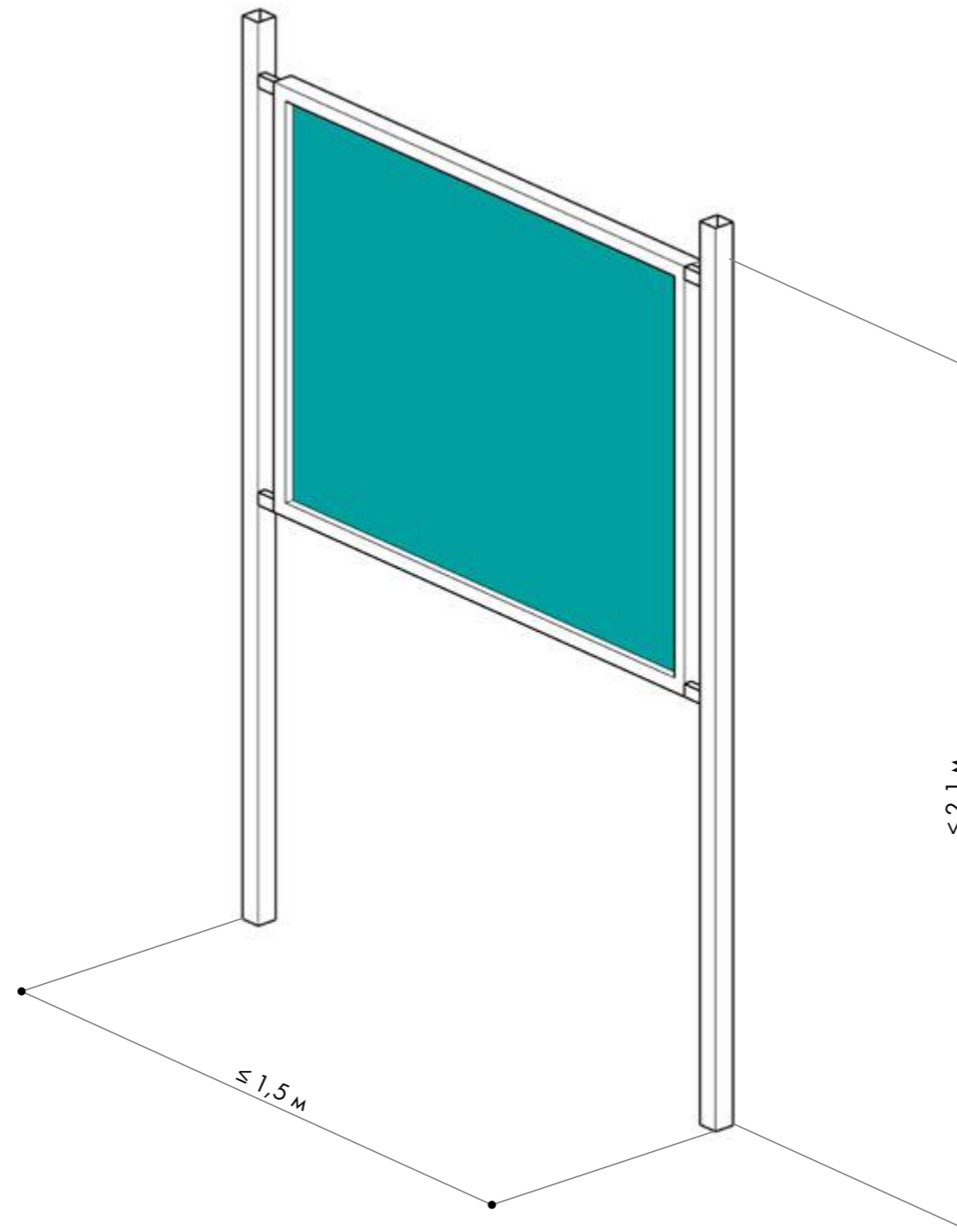
2. Максимальная высота стенда — 2,1 м, максимальная ширина — 1,5 м.

3. 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).

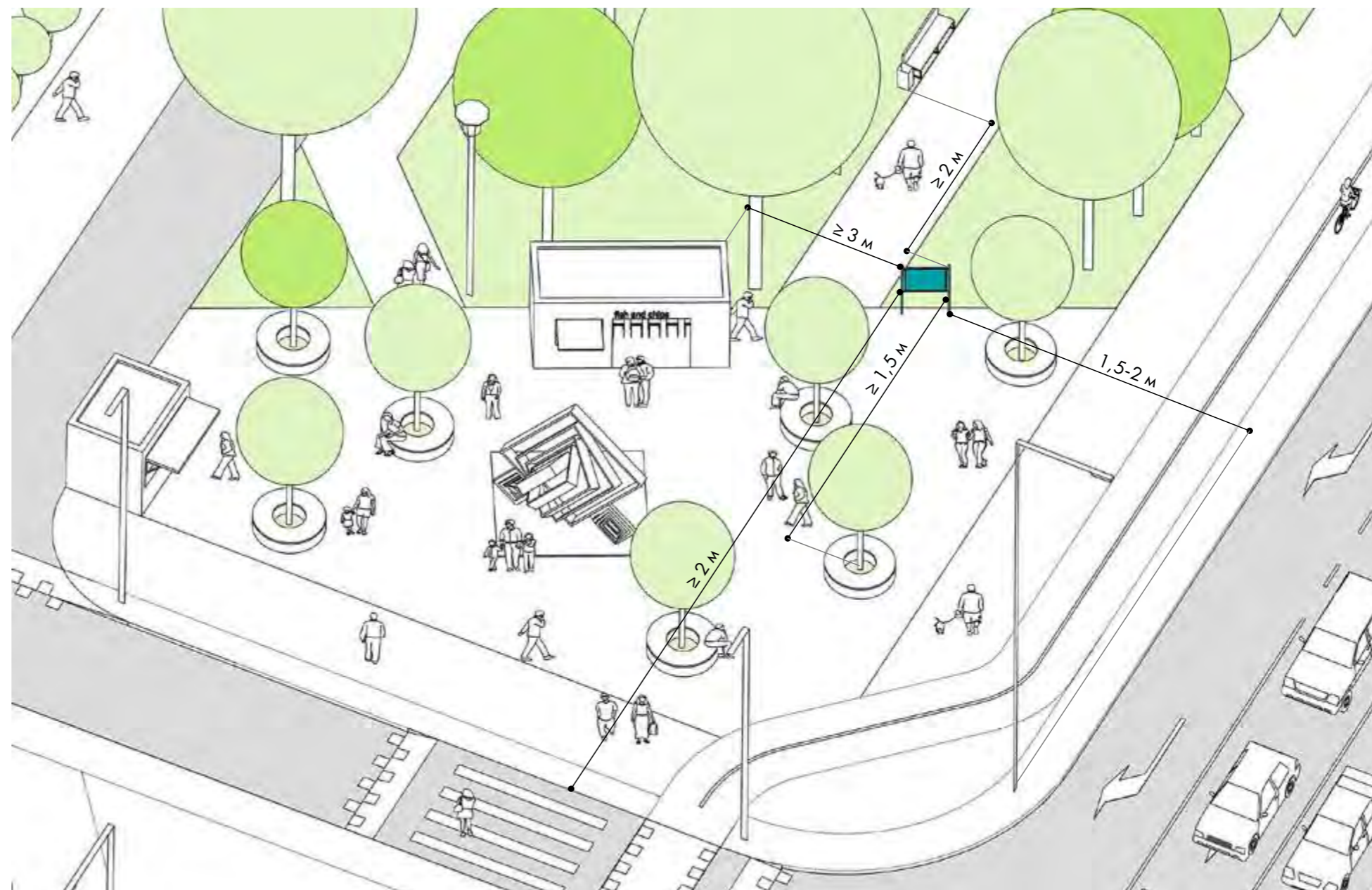
Афишный стенд — конструкция с одним или двумя информационными полями, предназначенными для размещения рекламы и информации исключительно о событиях общественного, культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера.

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



Статья 18. ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ СТЕНДОВ

1. Информационный 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.).
2. Конструкция должна быть расположена так, чтобы не загромождать входы в здания или витрины со стороны проезжей части, а также чтобы не создавать неудобства для пешеходов и маломобильных групп населения.
3. Информационные стенды могут быть сгруппированы но не более четырех стендов в ряд на расстоянии 1 м друг от друга.
4. Информационные стенды рекомендуется размещать на расстоянии:
 - не менее чем 1,5 м от осей стволов деревьев;
 - 1,5–2 м от элементов освещения;
 - не менее чем 2 м от перекрестков и пешеходных переходов;
 - не менее чем 2 м от фасадов зданий;
 - не менее чем 2 м от элементов городской мебели;
 - не менее чем 3 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
 - не менее чем 5 м от светофоров и дорожных знаков.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил Дизайн-кода

Статья 19. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СТЕНДОВ

1. Конструкция информационного и афишного стендов 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.
2. 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. Рекомендуется задействовать обе стороны конструкции и использовать антивандальное покрытие. Далее представлены примеры оформления и расположения стендов.



ХОРОШО. Группировка и оформление афишных стендов соответствуют рекомендациям настоящего Дизайн-кода



ДОПУСТИМО. Расположение стендов соответствует правилам группировки, но дизайн несовременен



ПЛОХО. Обилие объявлений создает визуальный шум



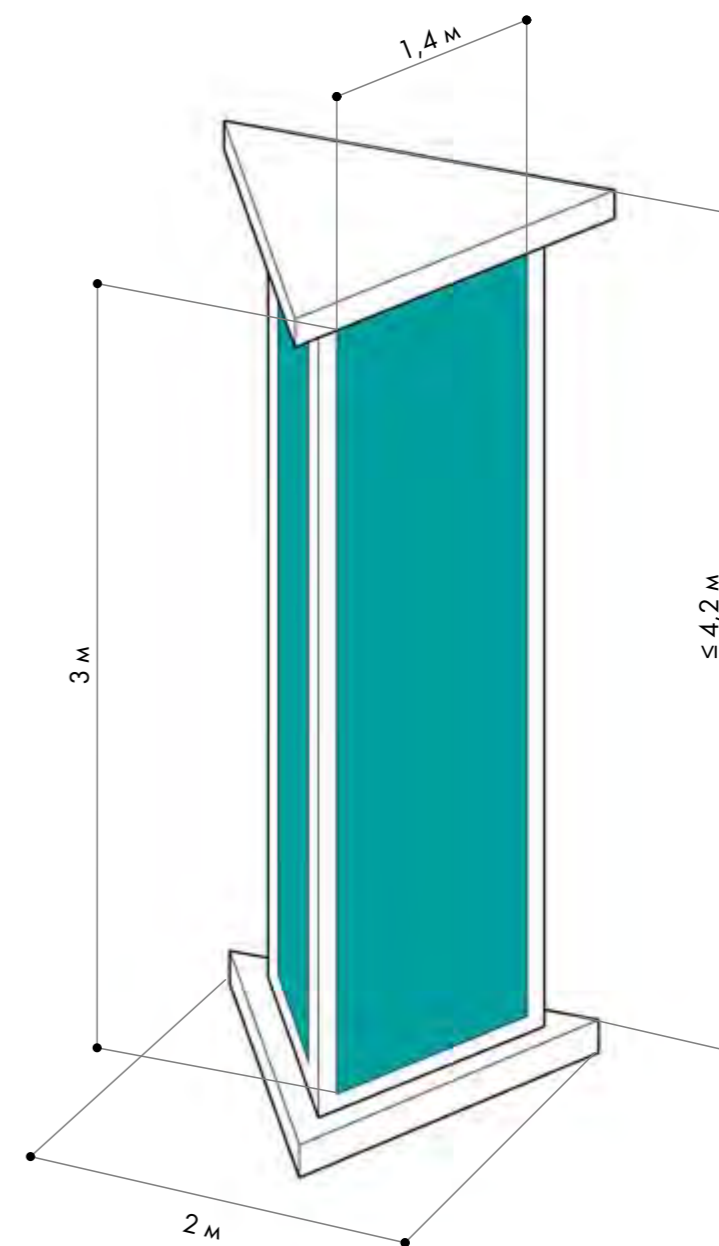
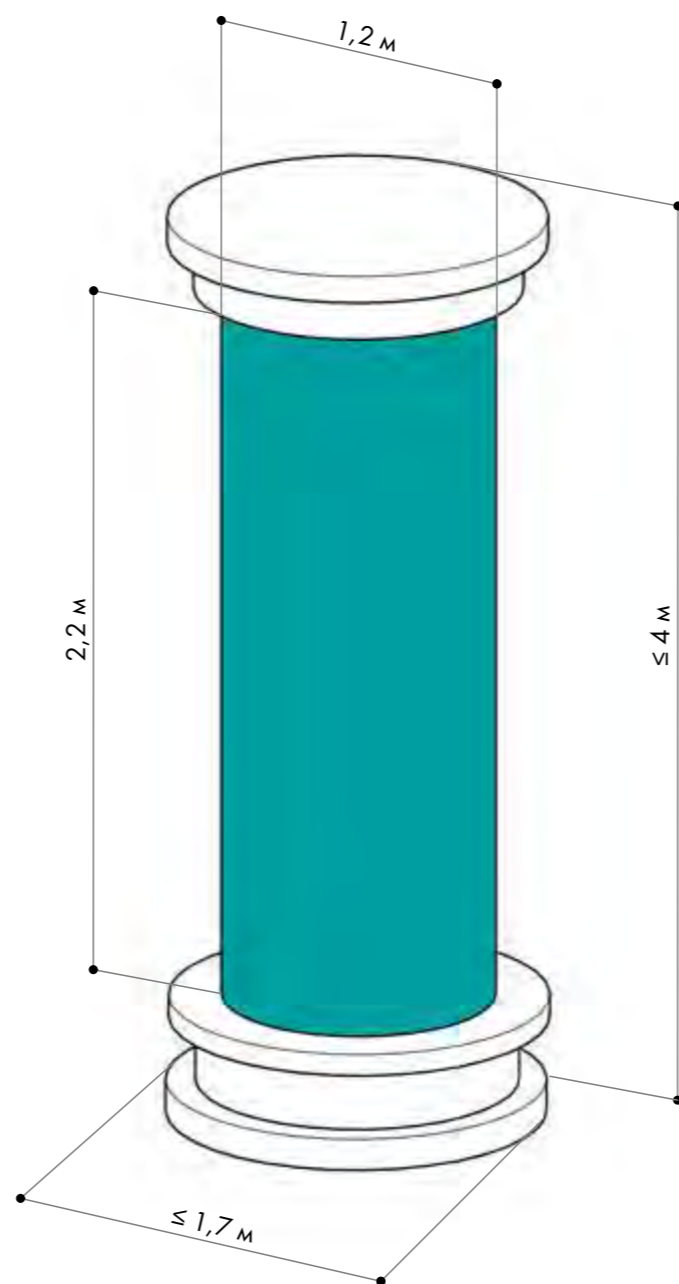
ПЛОХО. Неэстетичное праздничное оформление стенда создает визуальный шум



ГЛАВА VII. АФИШНАЯ ТУМБА И ПИЛЛАР

Статья 20. ОПИСАНИЕ

1. 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.
2. Пиллар — конструкция, имеющая внешние поверхности для размещения информации и состоящая из фундамента, каркаса и трех информационных полей. Размер информационного поля конструкции составляет 3х1,4 м.
3. Допускается установка пиллара с неподвижными изображениями на плоскости информационных полей или с демонстрацией рекламы на динамических системах смены изображений (роллерные системы).



Статья 21. ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ АФИШНОЙ ТУМБЫ И ПИЛЛАРА

1. Пиллар и афишная тумба ориентированы на пешеходов и автомобилистов.
Этот вид конструкции рекомендуется размещать в зоне тротуара, не создавая помехи пешеходному движению, на расстоянии не менее чем 0,6 м от проезжей части.
2. Конструкция должна быть расположена так, чтобы не загораживать входы в здания или витрины со стороны проезжей части, а также не должна создавать неудобства для пешеходов и маломобильных групп населения.
3. Запрещено размещение афишных тумб и пилларов на тротуарах с шириной менее чем 3 м.
4. Афишные тумбы и пиллары рекомендуется размещать на расстоянии:
 - не менее чем 5 м от светофоров и дорожных знаков;
 - не менее чем 10 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
 - не менее чем 15 м от фасадов зданий;
 - не менее чем 2,5 м от стволов деревьев;
 - не менее чем 5 м от пешеходных переходов;
 - не менее чем 30 м от других конструкций среднего формата;
 - не менее чем 15 м от перекрестков.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил Дизайн-кода

Статья 22. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ АФИШНОЙ ТУМБЫ И ПИЛЛАРА

1. 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.
2. Рекомендуется размещать в городе афишные тумбы и пиллары с нейтральным, минималистичным дизайном, без отсылок к стилистике окружающей застройки, также рекомендуется использовать нейтральные монохромные цвета в отделке. Далее представлены примеры.



ПЛОХО. Не соблюдено расстояние от афишной тумбы до опоры освещения



ПЛОХО. Не соблюдено минимальное расстояние между разными типами рекламных и информационных конструкций



ПЛОХО. Допустимое расстояние между афишной тумбой и стволом дерева не соблюдено



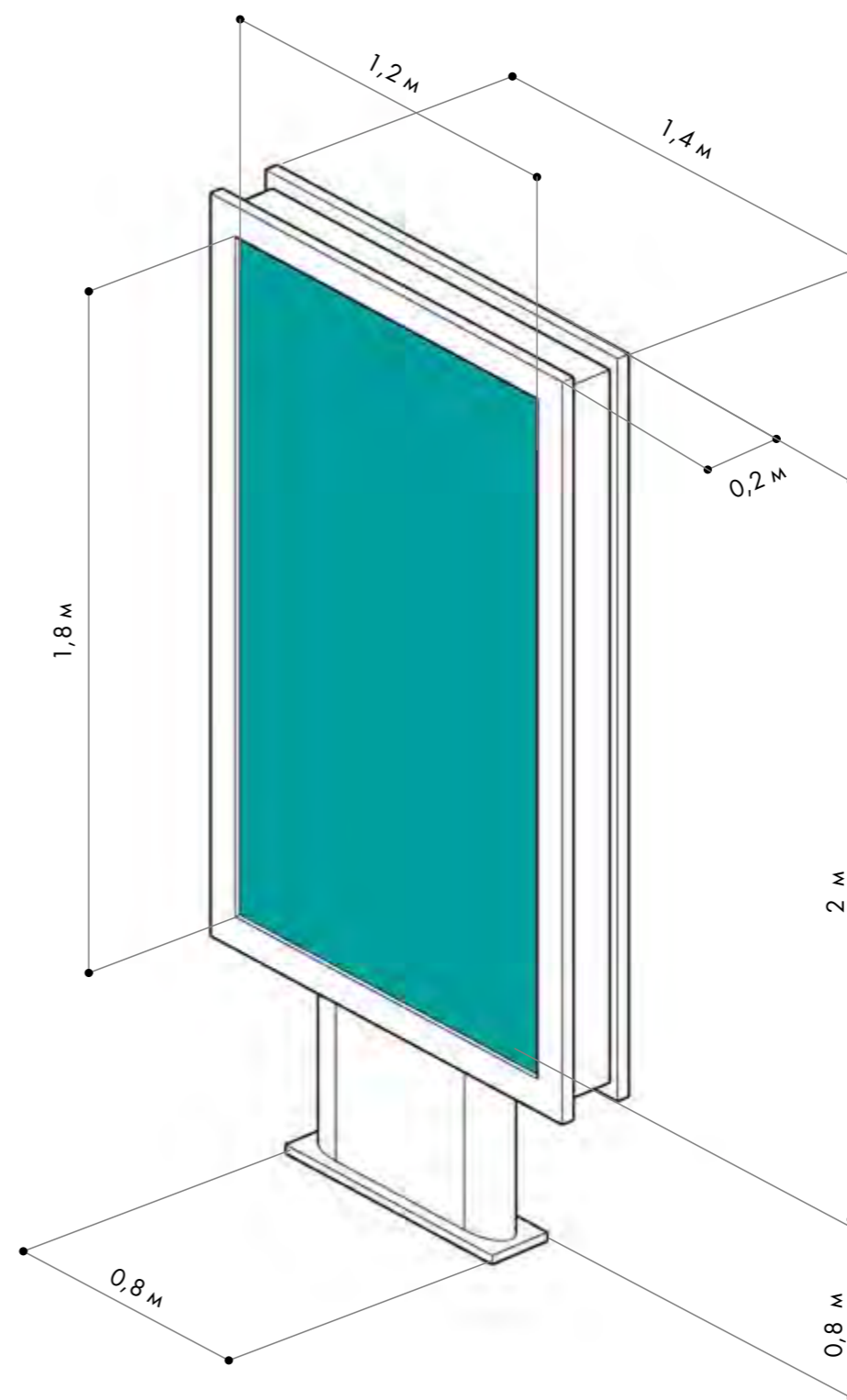
ПЛОХО. Расположение тумбы не соответствует правилам Дизайн-кода



ГЛАВА VIII. СИТИ-ФОРМАТ ОТДЕЛЬНО СТОЯЩИЙ

Статья 23. ОПИСАНИЕ

1. Сити-формат – конструкция среднего формата (щит), состоящая из фундамента, каркаса и двух информационных полей. Размер информационного поля конструкции составляет $1,8 \times 1,2$ м, общие габариты конструкции – $2,8 \times 1,4$ м (высота к ширине).
2. Преимущественно конструкция ориентирована на пешеходов. Внешний вид сити-форматов должен сочетаться по стилю с другими объектами и сооружениями городской среды и окружающими зданиями. Конструкция изготавливается двухсторонней, имеет два информационных поля.
3. 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.



Статья 24. ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ СИТИ-ФОРМАТОВ ОТДЕЛЬНО СТОЯЩИХ

1. 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 чем 0,6 м от проезжей части.
2. 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.
3. 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.
4. На сити-форматах, размещенных вблизи пешеходных переходов и перекрестков, запрещается трансляция видеороликов и анимации.
5. Сити-форматы рекомендуется размещать на расстоянии:
 - не менее чем 3 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
 - не менее чем 10 м от фасадов зданий;
 - не менее чем 1,5 м от стволов деревьев;
 - не менее чем 5 м от перекрестков пешеходных переходов;
 - не менее чем 30 м от других конструкций.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил настоящего Дизайн-кода

Статья 25. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СИТИ-ФОРМАТОВ ОТДЕЛЬНО СТОЯЩИХ

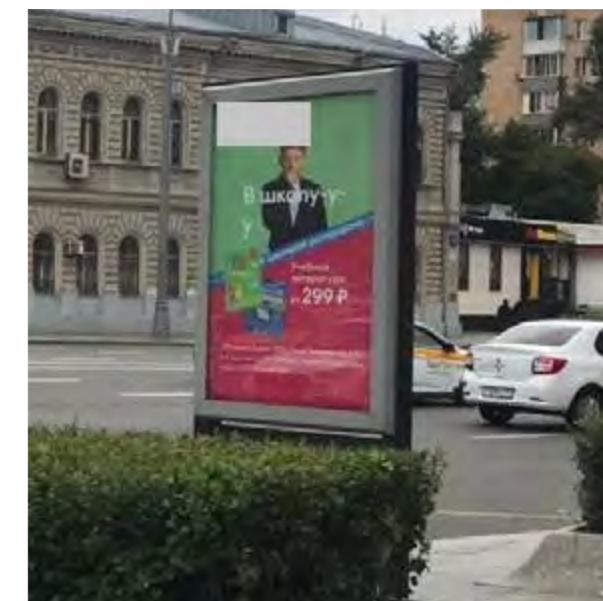
1. При установке рекламных и информационных сити-форматов необходимо соблюдать следующие правила. Конструкции не должны мешать комфортному передвижению пешеходов.
2. Сити-форматы должны быть модульными для легкой замены одних материалов другими, иметь удобную для чтения высоту, сочетаться по стилю с другими объектами и сооружениями городской среды и окружающими зданиями.
3. Предпочтительно, чтобы стенды были нейтральных цветов, так как выбор ярких цветовых решений увеличивает визуальный шум, мешает восприятию городской среды. В случае наличия двух информационных полей рекомендуется задействовать обе стороны, во избежание фактов вандализма.
4. Информационное поле должно быть остеклено.
5. Рекомендуется оснащать конструкции подсветкой светодиодных ламп по внешнему или внутреннему краю. Фундамент опоры не должен выступать над уровнем земли более чем на 0,05 м. Рекомендуется подземное подведение кабеля. Далее представлены примеры.



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 городской среды



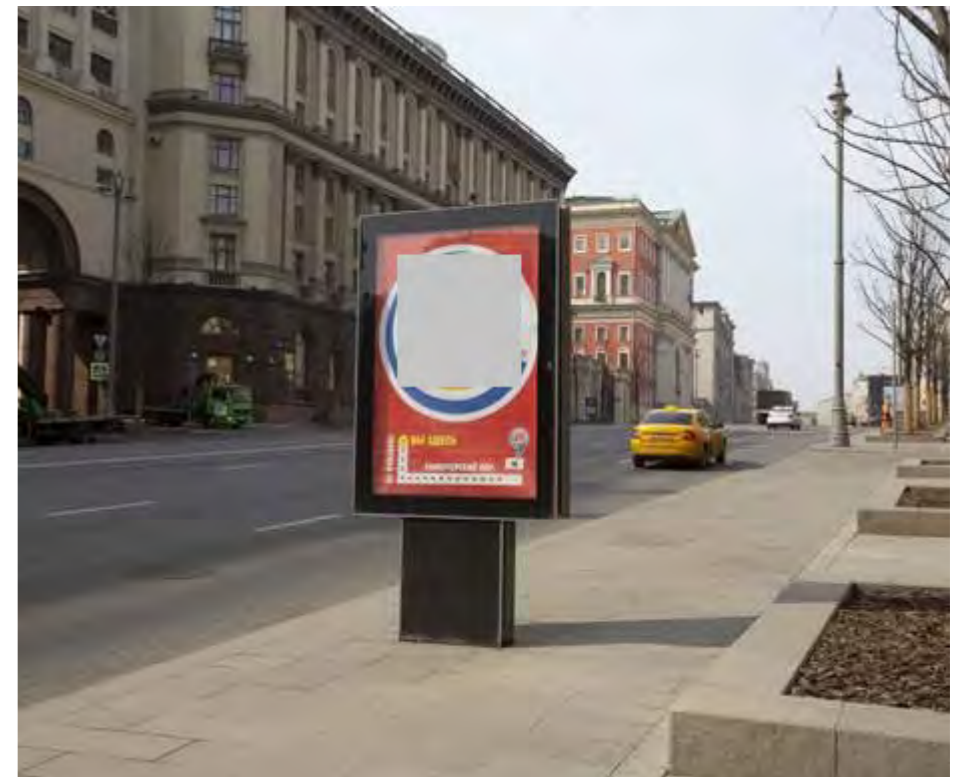
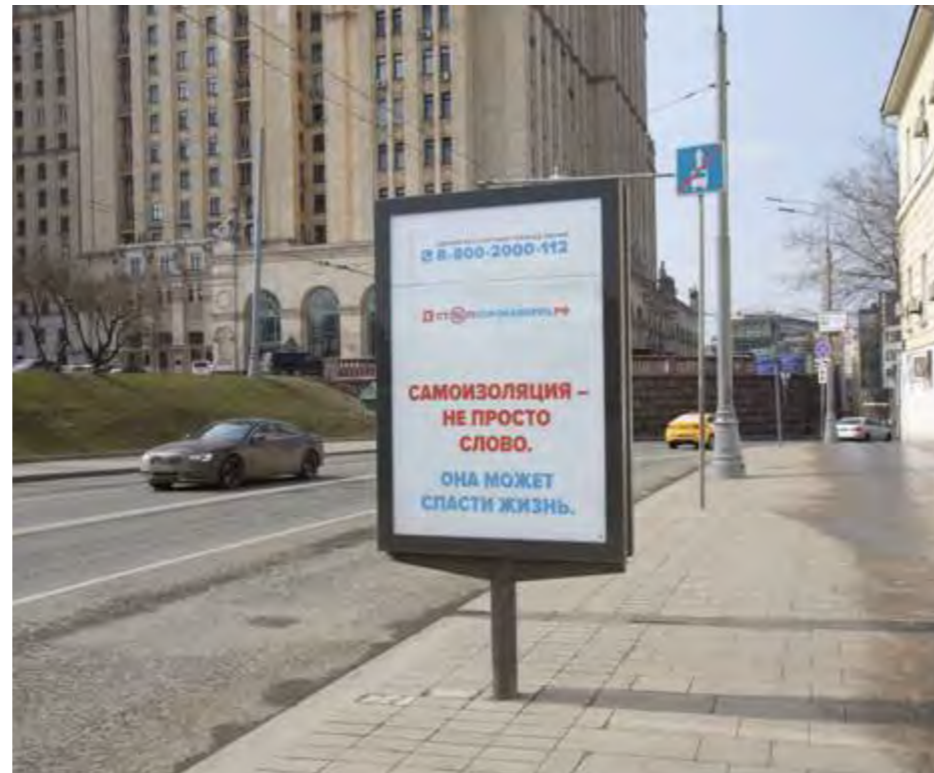
ПЛОХО. Размещение сити-формата на велопарковке не допустимо



ПЛОХО. Габариты сити-формата не соответствуют рекомендациям



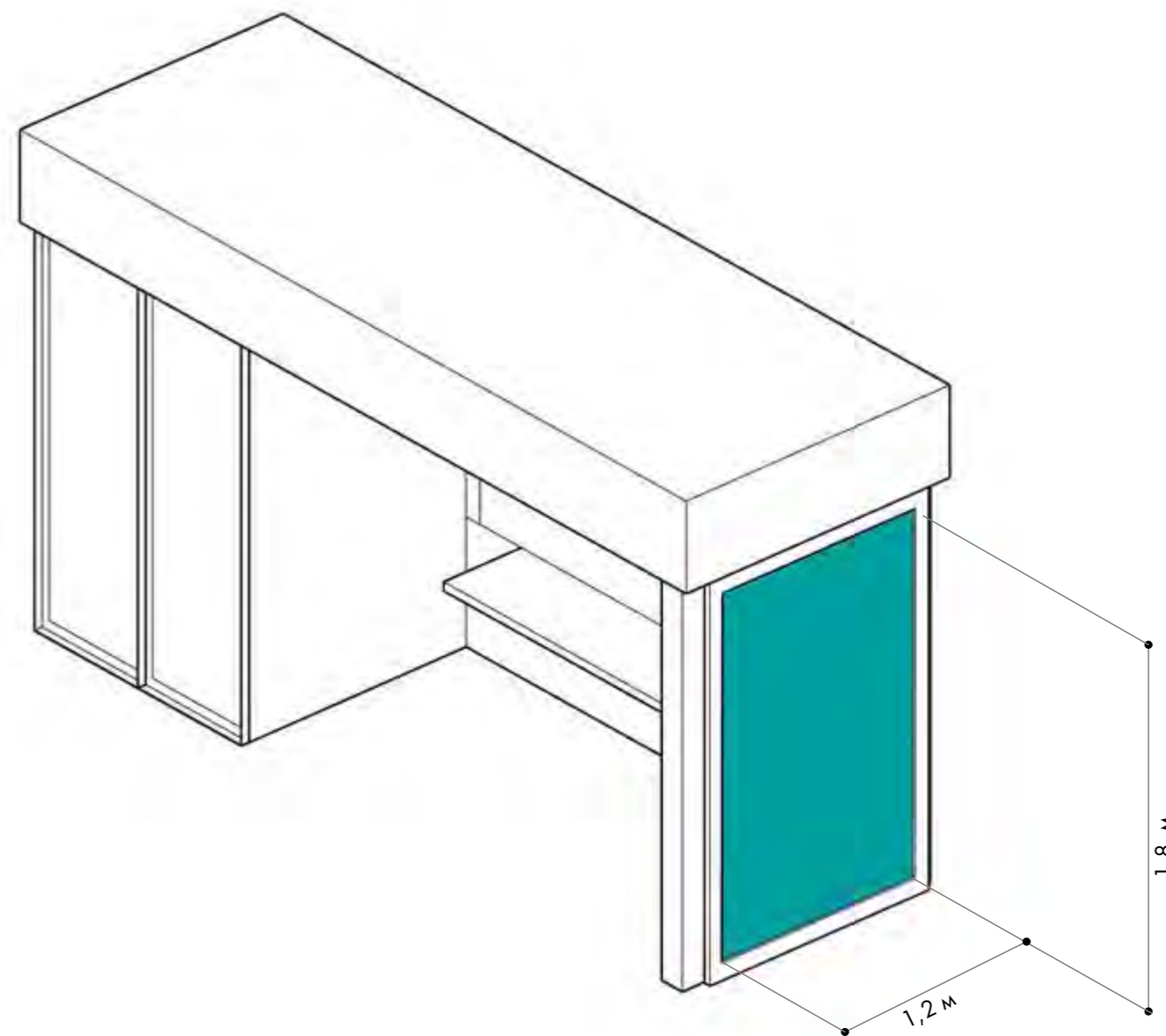
ПЛОХО. Допустимое расстояние от сити-формата до опоры освещения не соблюдено



ГЛАВА IX. СИТИ-ФОРМАТ ВСТРОЕННЫЙ

Статья 26. ОПИСАНИЕ

1. Встроенный сити-формат – конструкция среднего формата (щит), состоящая из каркаса и одного или двух информационных полей, монтируемая на объектах и сооружениях городской среды.
2. Размер информационного поля конструкции составляет 1,8х1,2 м. Площадь информационного поля конструкции определяется общей площадью двух его сторон.
3. Конструкция преимущественно ориентирована на пешеходов. Внешний вид сити-форматов должен сочетаться по стилю с другими объектами и сооружениями городской среды



Статья 27. ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ СИТИ-ФОРМАТА ВСТРОЕННОГО

Допустимо размещение встроенных сити-форматов в составе остановочных павильонов.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил Дизайн-кода

1. 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.
2. Сити-форматы должны быть модульными для легкой замены одних материалов другими, иметь удобную для чтения высоту, сочетаться по стилю с другими объектами и сооружениями городской среды. Предпочтительно, чтобы стенды были нейтральных цветов, так как выбор ярких цветовых решений увеличивает визуальный шум, мешает восприятию городской среды.
3. Рекомендуется размещать рекламу на обеих сторонах конструкции. Информационное поле должно быть остеклено.
4. Также 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



ХОРОШО. Размещение сити-формата на остановочном павильоне соответствует рекомендациям

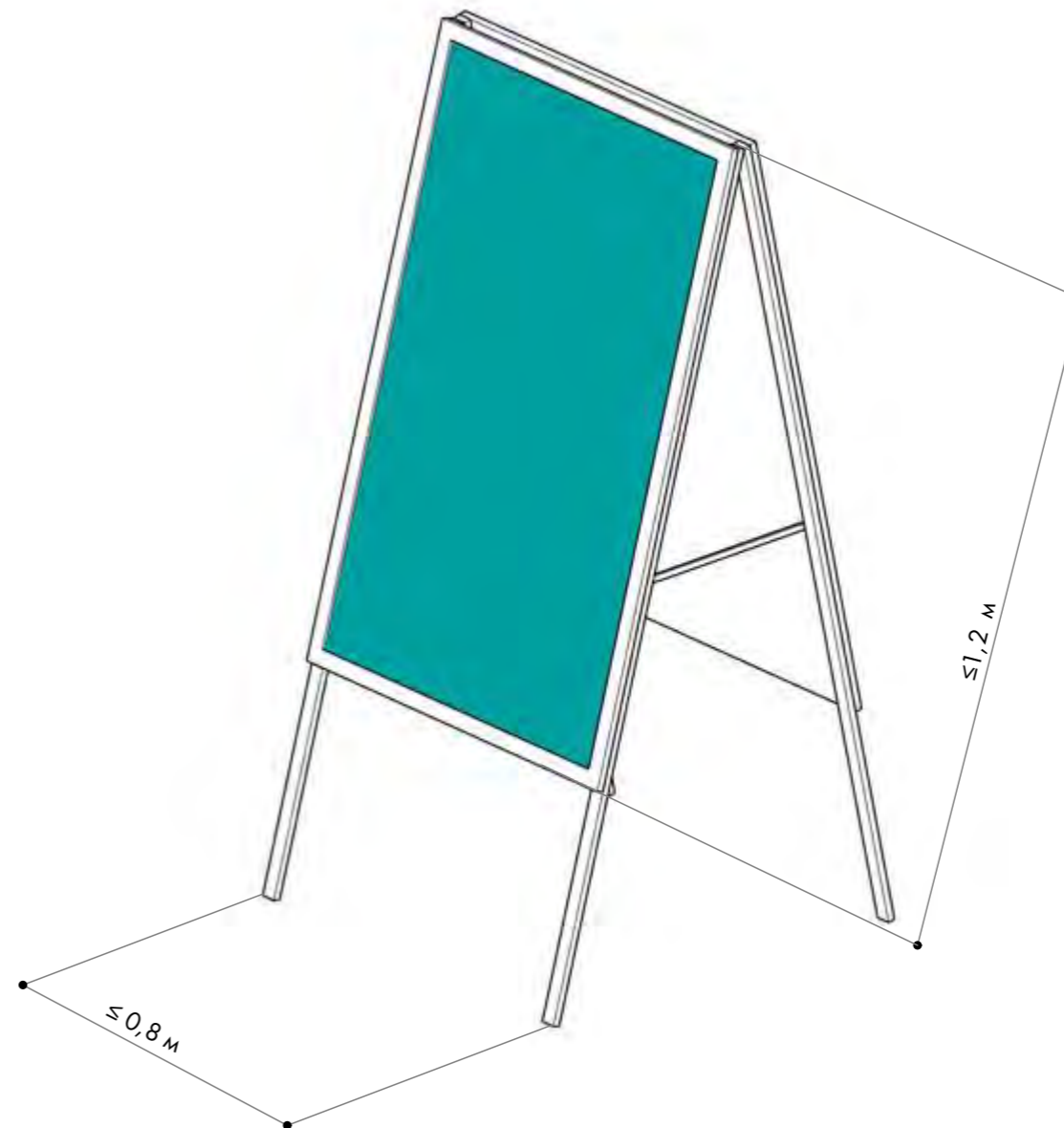


ХОРОШО. Размещение сити-формата на остановочном павильоне соответствует рекомендациям

ГЛАВА X. ШТЕНДЕР

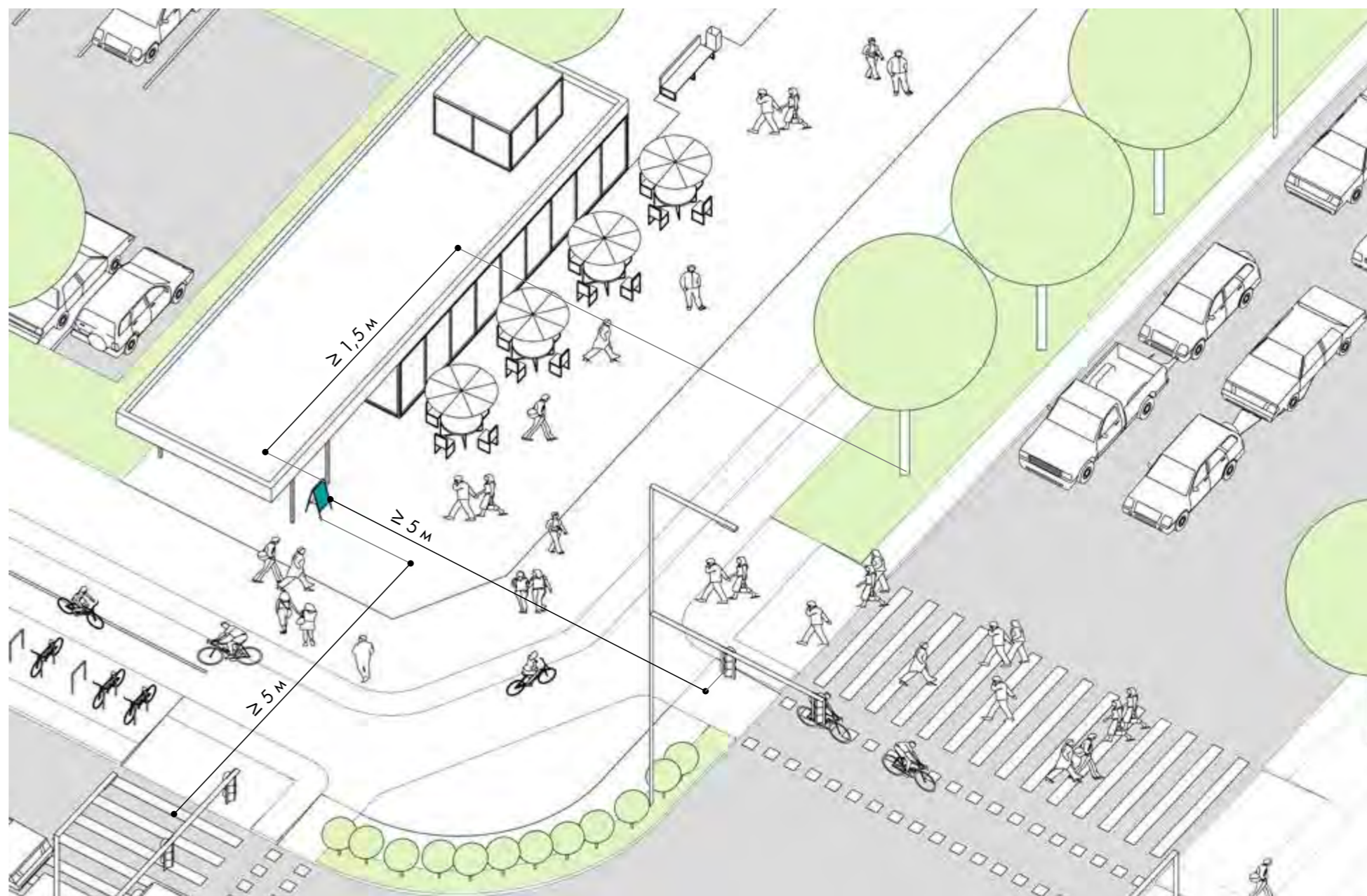
Статья 29. ОПИСАНИЕ

1. Штендер – отдельно стоящая конструкция малых габаритов для размещения наружной рекламы временного характера. Использование штендеров в качестве информационной конструкции запрещено.
2. Штендеры используются в качестве мобильного рекламного носителя на улицах, в торговых центрах и на торговых объектах.
3. 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.
4. Эксплуатируемое рекламное поле штендера не должно превышать 1,2x0,8 м.



Статья 30. ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ ШТЕНДЕРА

1. Штендеры размещаются в пешеходных зонах и на тротуарах в пределах 2 м от входа на предприятие, в учреждение.
2. С учетом климатических условий, штендеры должны иметь надежную конструкцию, исключающую возможность опрокидывания.
3. 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.).
4. Штендеры рекомендуется размещать на расстоянии:
 - не менее чем 5 м от других отдельно стоящих рекламных и информационных конструкций;
 - не менее чем 0,5 м от фасада здания;
 - не менее чем 5 м от светофоров и дорожных знаков;
 - не менее чем 10 м от фасадов зданий;
 - не менее чем 1,5 м от стволов деревьев;
 - не менее чем 5 м от перекрестков пешеходных переходов;
 - не менее чем 30 м от других конструкций.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил Дизайн-кода

Статья 31. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ШТЕНДЕРОВ

1. Конструкция штендера изготавливается двухсторонней, имеет два информационных поля. Конструкция должна быть компактными, сочетаться по стилю с другими объектами и сооружениями городской среды и окружающими зданиями.
2. Штендеры не рекомендуется исполнять в ярких активных цветах, так как это мешает восприятию представленной на щите информации, создает 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 возможно решение с прозрачным фоном и белыми, черными или нейтральными буквами. Рекомендуется установка графичных рекламных носителей во входных зонах кафе. Фигурные (силуэтные) конструкции штендеров должны иметь ограничение по высоте и размещению на УДС. Далее представлены примеры.



ХОРОШО. Размещение, современный дизайн штендера соответствуют рекомендациям



ПЛОХО. Размещение не соответствует рекомендациям



ХОРОШО. Соблюдено минимальное расстояние до объекта городской среды, лаконичный дизайн



ХОРОШО. Размещение штендера соответствует рекомендациям



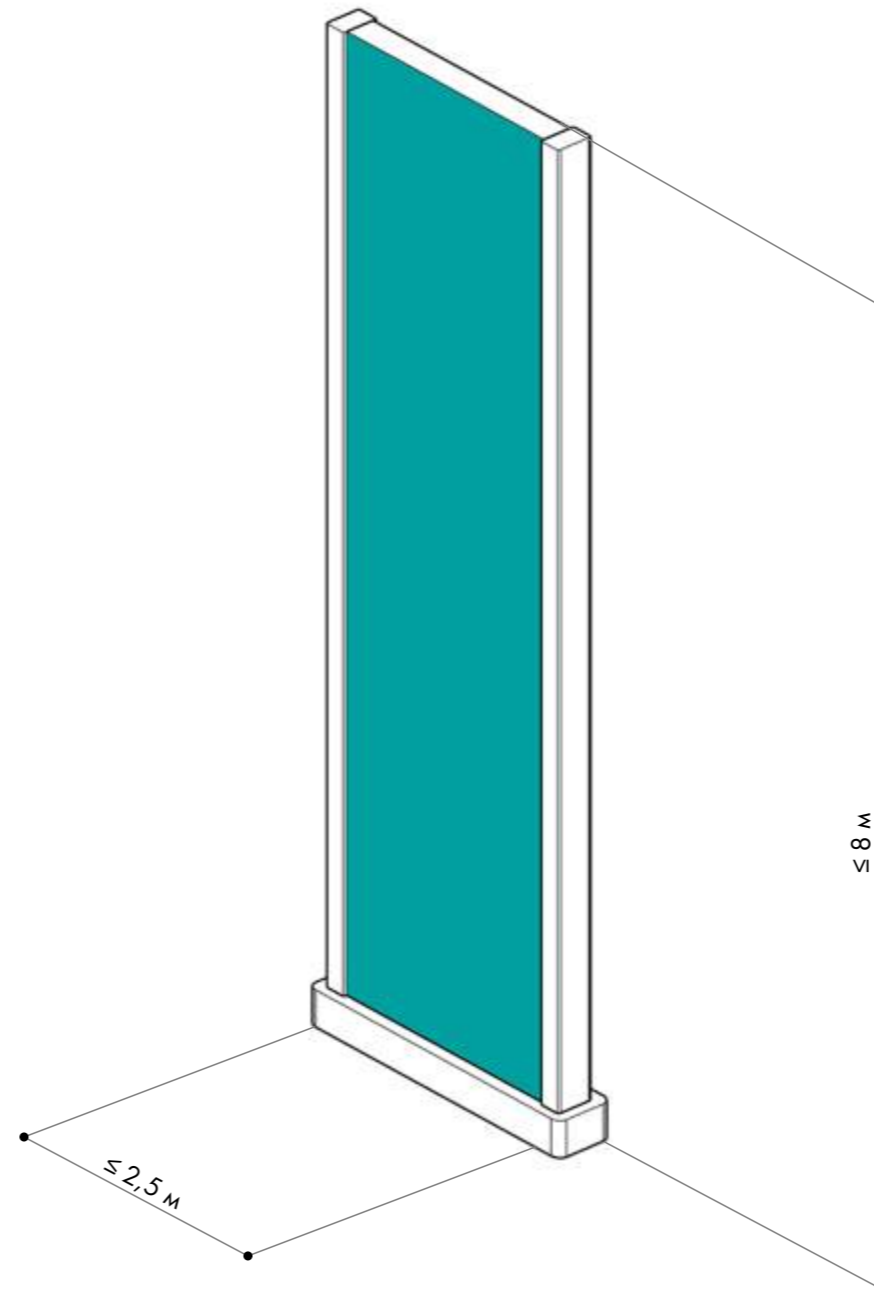
ХОРОШО. Допустимое расстояние от здания, графичный дизайн



ГЛАВА XI. СТЕЛА АЗС

Статья 32. ОПИСАНИЕ

1. Стела АЗС – отдельно стоящая крупногабаритная 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.
2. 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.



Статья 33. ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ СТЕЛЫ АЗС

1. 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 обеспечивать видимость дорожных знаков, светофоров и других технических средств организации дорожного движения.
2. Стелы АЗС рекомендуется размещать на расстоянии:
 - не менее чем 5 м от светофоров и дорожных знаков;
 - не менее чем 3 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
 - не менее чем 10 м от фасадов зданий;
 - не менее чем 1,5 м от стволов деревьев;
 - не менее чем 5 м от перекрестков пешеходных переходов;
 - не менее чем 30 м от других конструкций.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил Дизайн-кода

Статья 34. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СТЕЛ АЗС

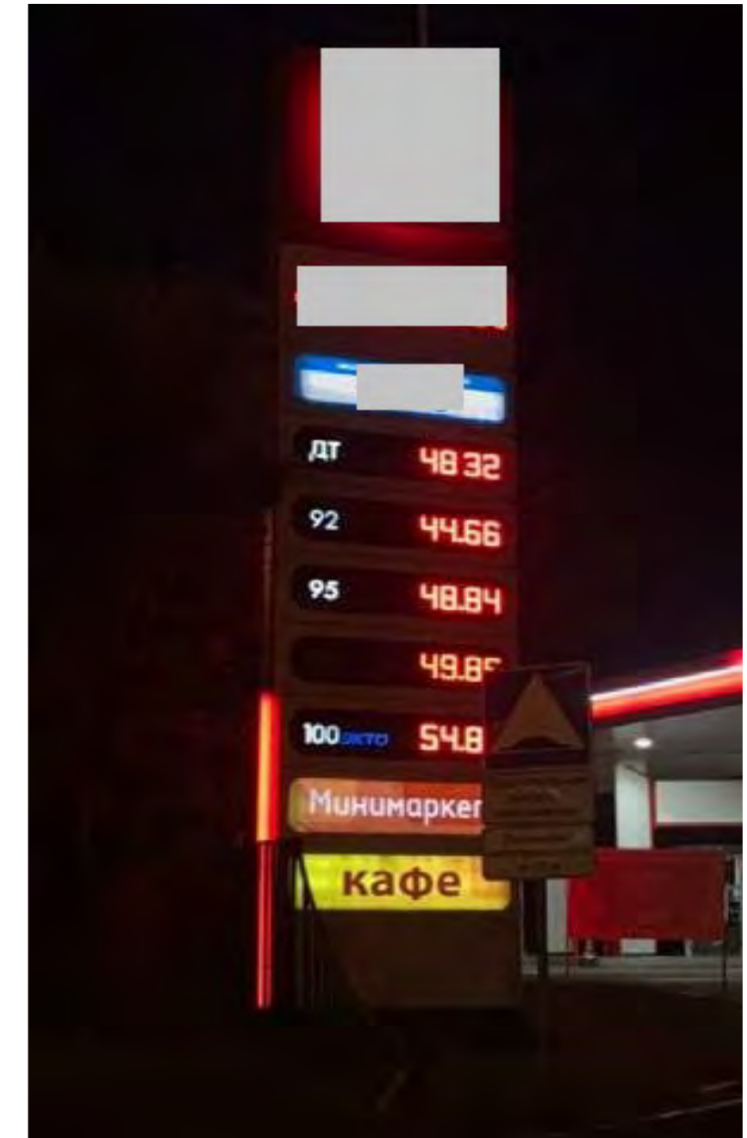
1. Конструкция выполняется одно- или двухсторонней. Конструкция может быть с цельным информационным полем или с разделенным на несколько табличек. Дизайн стелы АЗС не должен иметь сходства с дорожными знаками или техническими средствами организации дорожного движения и отвлекать внимание участников дорожного движения.
2. Подсветка рекомендуется люминесцентными лампами, светодиодами, неон и металлогалогенными прожекторами. Рекомендуется подземное подведение кабеля.



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

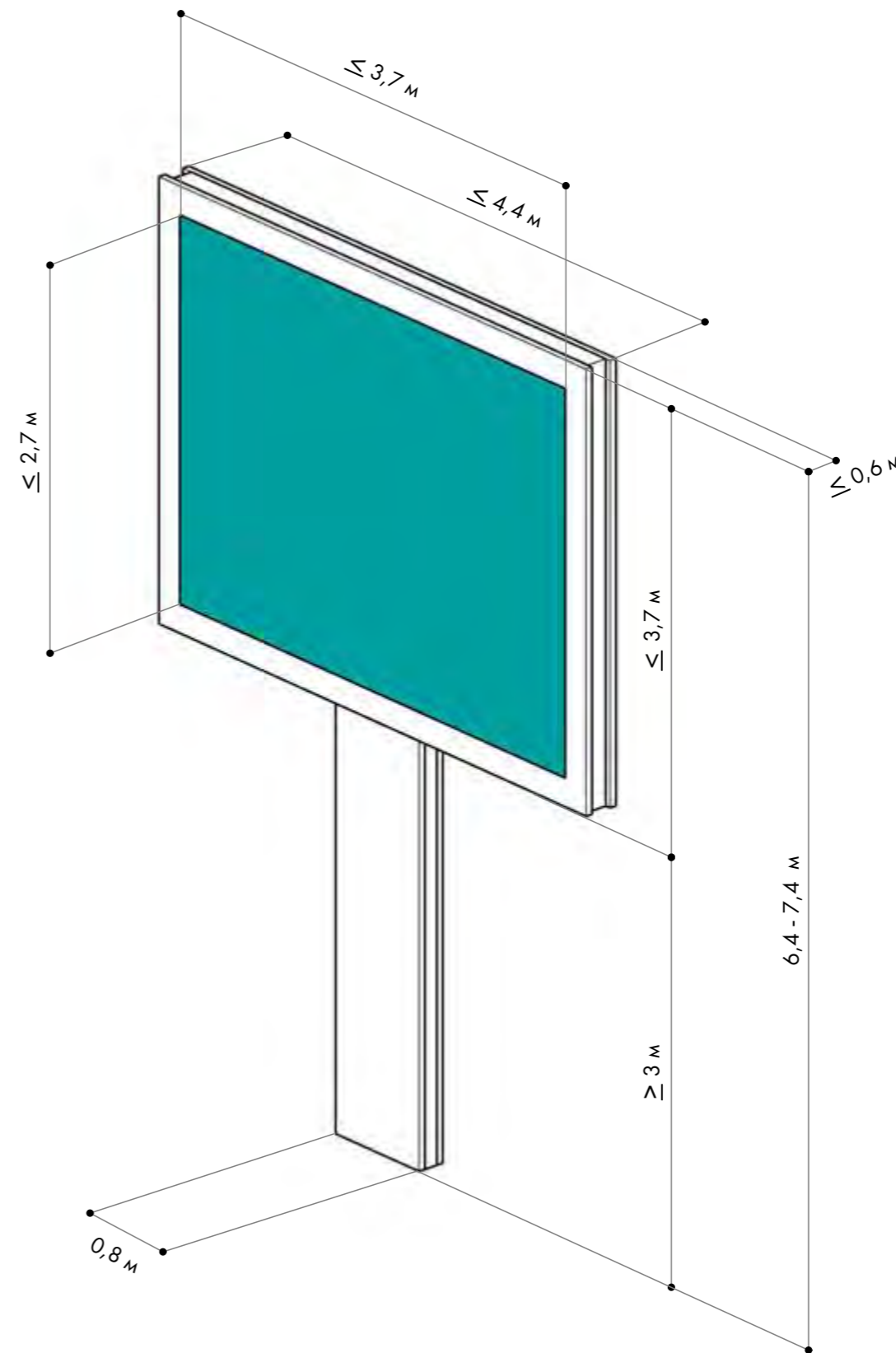


ХОРОШО. Подсветка стелы соответствует требованиям



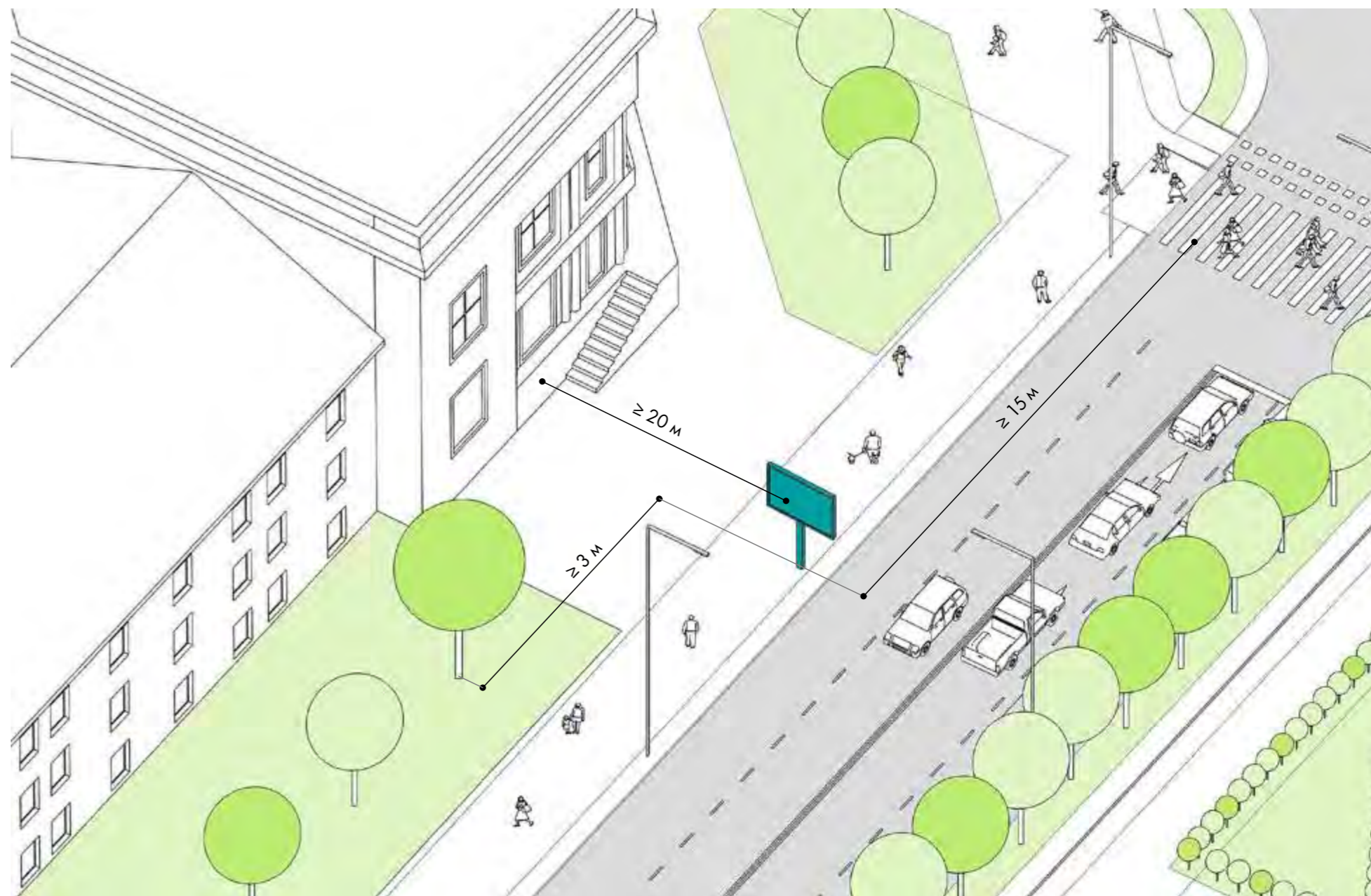
ПЛОХО. Близкое расположение к дорожным знакам. Знаки частично закрывают стелу

1. Сити-борд – отдельно стоящая крупногабаритная конструкция с одним или двумя информационными полями.
2. Размеры одного поля не более 3,7х2,7 м. Общие максимальные габариты конструкции 7,4 высота и 4,4 м длина. Минимальная высота опоры 3 м. Ориентирована на пешеходов и на автомобилистов.
3. 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;
 - призмадинамическое информационное поле состоит из набора трехсторонних динамических призм, позволяющих демонстрировать с заданным промежутком времени три различных изображения.



Статья 36. ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ СИТИ-БОРДА

1. Сити-борды ориентированы преимущественно на автомобилистов, а также пешеходов, разрешены для размещения на второстепенных городских улицах. Этот вид конструкции рекомендуется размещать на тротуаре в зоне озеленения или на специально выделенной разделительной полосе на расстоянии не менее чем 0,6 м и не более чем 5 м от края проезжей части.
2. Сити-борды следует располагать на единой оси с другими отдельно стоящими носителями крупного формата перпендикулярно проезжей части. Расположение данной конструкции не должно создавать неудобства для пешеходов и маломобильных групп населения. Разрешено размещение сити-бордов на разделительных полосах шириной более 7,5 м.
3. Сити-борды рекомендуется размещать на расстоянии:
 - не менее чем 5 м от светофоров и дорожных знаков;
 - не менее чем 5 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
 - не менее чем 20 м от фасадов зданий;
 - не менее чем 3 м от стволов деревьев;
 - не менее чем 15 м от перекрестков пешеходных переходов;
 - не менее чем 50 м от других конструкций.



Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил Дизайн-кода

Статья 37. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СИТИ-БОРДА

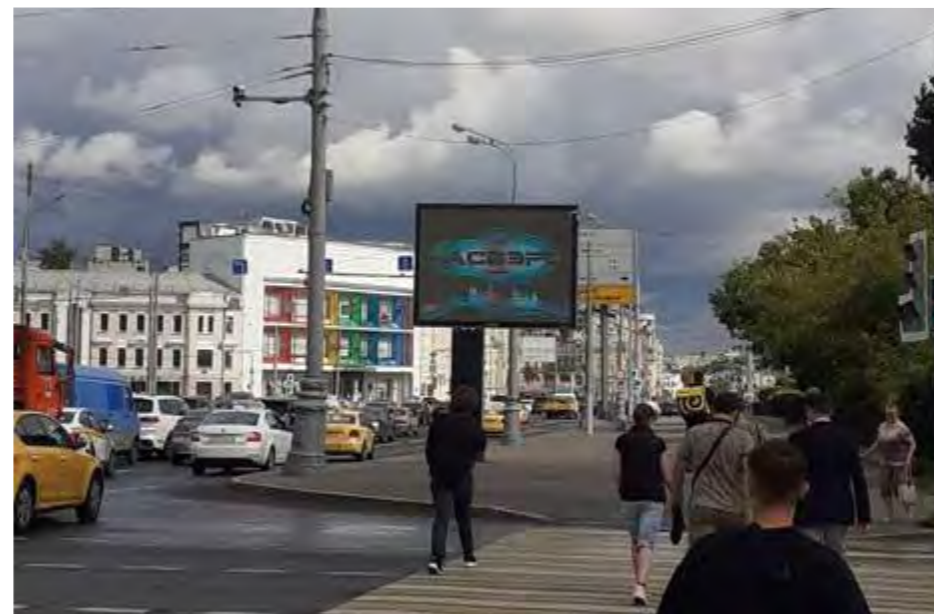
1. Сити-борды должны быть модульными – для легкой замены одних материалов другими, иметь внешнюю или внутреннюю подсветку, гармонично вписываться в городскую среду.
2. Конструкцию сити-борда следует окрашивать в темные нейтральные цвета (черный, темно-серый, металлик), чтобы не мешать восприятию представленной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



ХОРОШО. Расположение сити-борда соответствует рекомендациям, современный дизайн



ХОРОШО. Расположение сити-борда соответствует рекомендациям, современный дизайн



ХОРОШО. Расположение сити-борда соответствует рекомендациям, современный дизайн

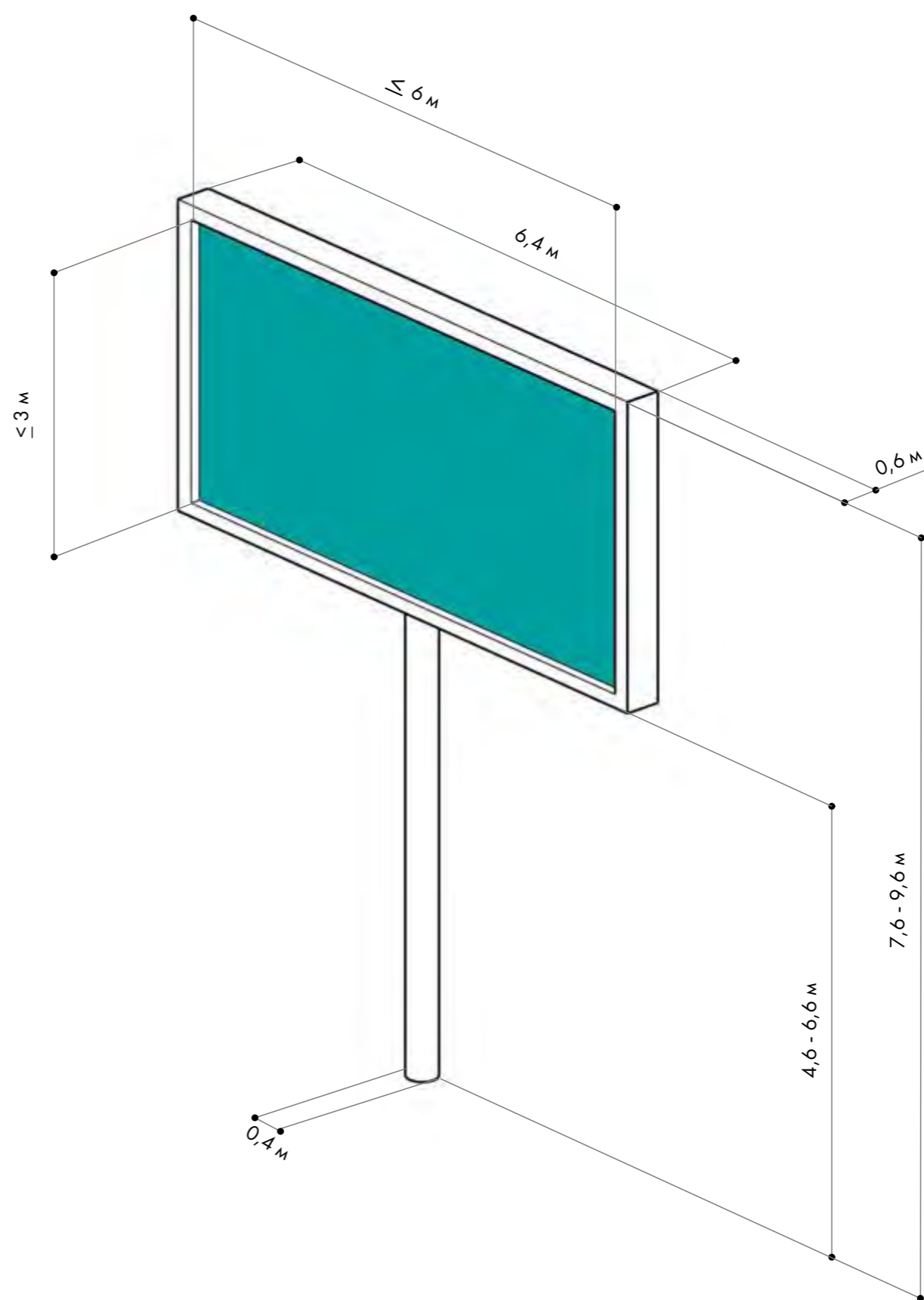


ХОРОШО. Расположение сити-борда соответствует рекомендациям, современный дизайн

ГЛАВА XIII. БИЛБОРД

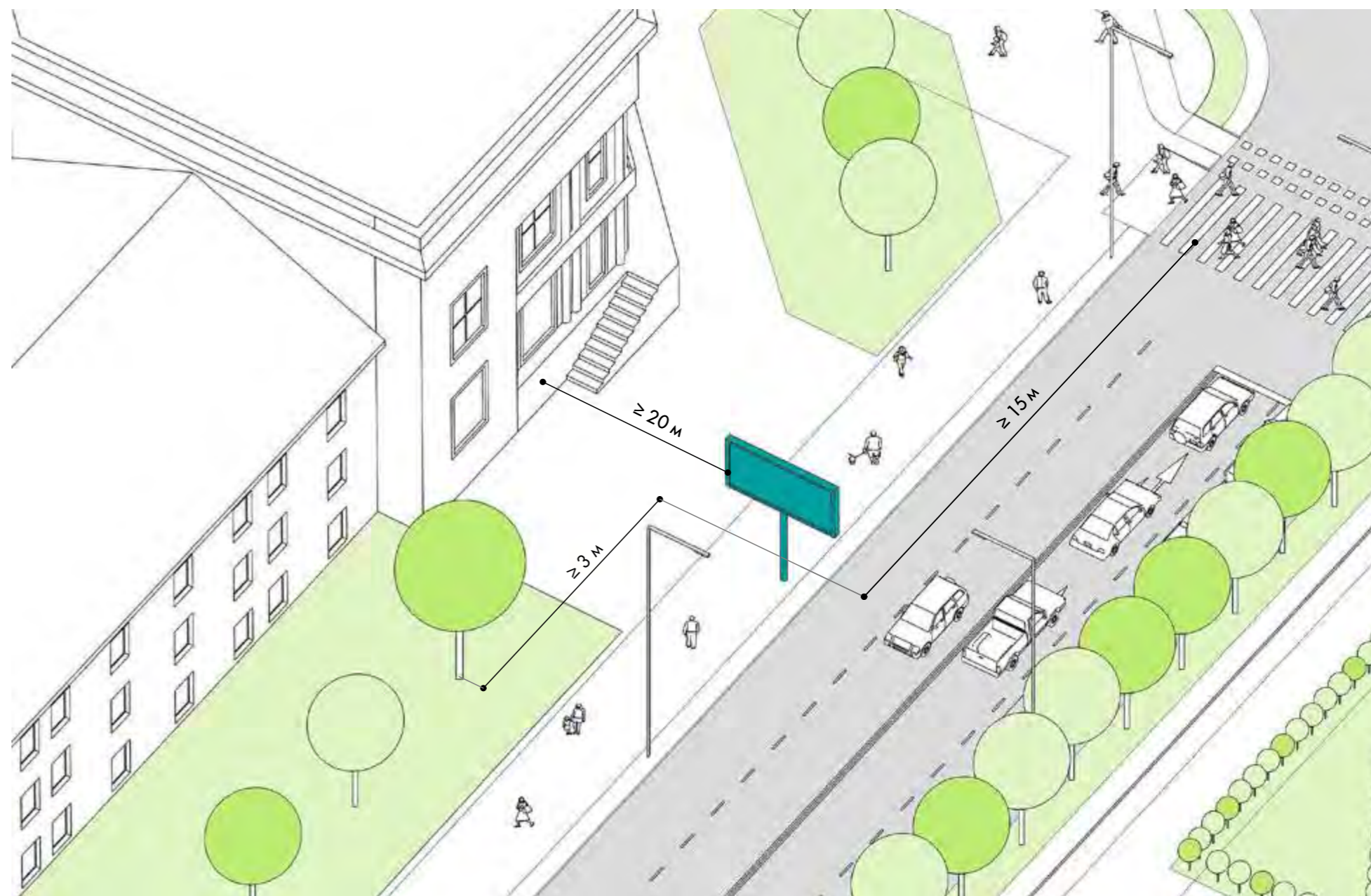
Статья 38. ОПИСАНИЕ

1. Билборд – отдельно стоящая крупногабаритная конструкция, имеющая внешние поверхности для размещения, в том числе рекламы, и состоящая из фундамента, каркаса и информационных полей.
2. Конструкция может иметь одно, два или три информационных поля. Размеры одного поля не более 6х3 м. Ориентирована преимущественно на автомобилистов.
3. 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;
 - призмадинамическое информационное поле состоит из набора трехсторонних динамических призм, позволяющих демонстрировать с заданным промежутком времени три различных изображения.



Статья 39. ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ БИЛБОРДА

1. Билборды ориентированы преимущественно на автомобилистов, а также пешеходов, разрешены для размещения на второстепенных городских улицах. Этот вид конструкции рекомендуется размещать на тротуаре шириной более 4,5 м или на специально выделенной разделительной полосе на расстоянии не менее чем 0,6 м и не более чем 5 м от края проезжей части. Билборды следует располагать на единой оси с другими отдельно стоящими конструкциями крупного формата перпендикулярно проезжей части. Расположение данной конструкции не должно создавать неудобства для пешеходов и маломобильных групп населения. Разрешено размещение билбордов на разделительных полосах шириной более 7,5 м.
2. Билборды рекомендуется размещать на расстоянии:
 - не менее чем 5 м от светофоров и дорожных знаков;
 - не менее чем 5 м от остановочных павильонов и нестационарных торговых объектов;
 - не менее чем 20 м от фасадов зданий;
 - не менее чем 3 м от стволов деревьев;
 - не менее чем 15 м от перекрестков и пешеходных переходов;
 - не менее чем 50 м от других конструкций.



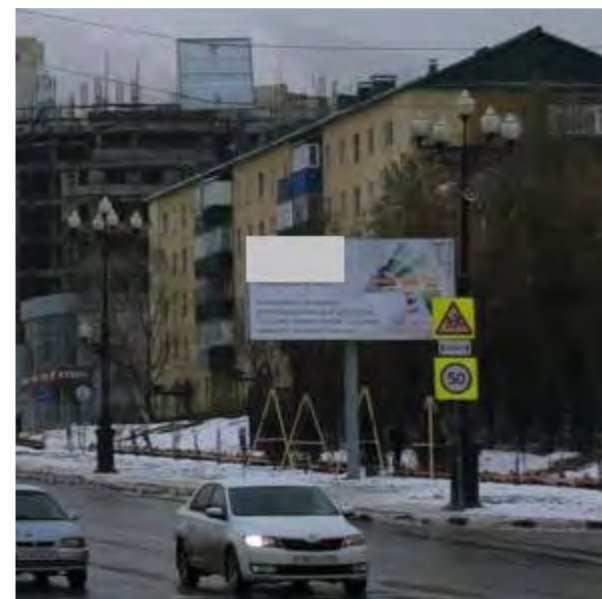
Визуализация иллюстрирует принципиальное применение правил Дизайн-кода

Статья 40. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ БИЛБОРДА

1. Билборды должны быть модульными – для легкой замены одних материалов другими, иметь внешнюю или внутреннюю подсветку, гармонично вписываться в городскую среду.
2. 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.



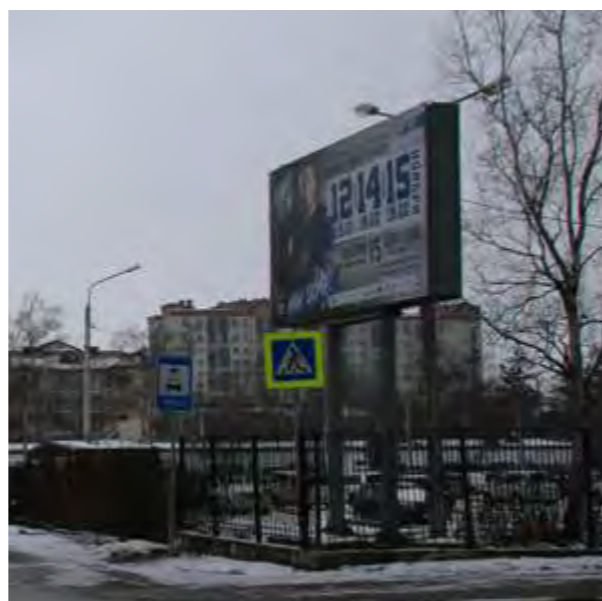
ХОРОШО. Дизайн билборда соответствует рекомендациям



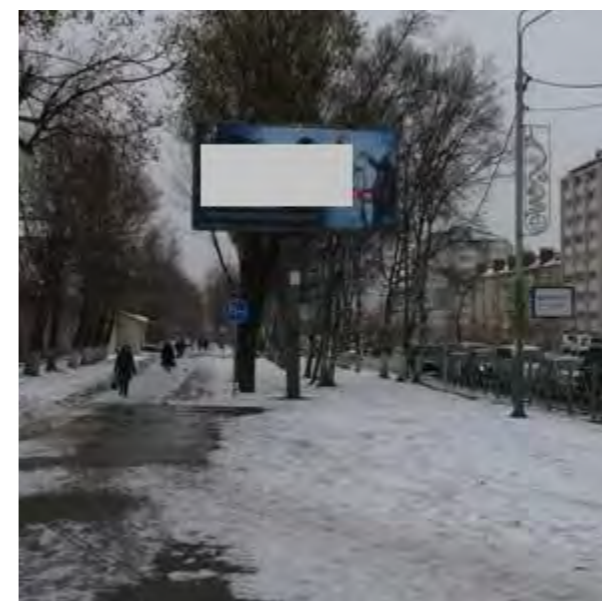
ХОРОШО. Расположение билборда соответствует рекомендациям, современный дизайн



ПЛОХО. Расстояние до стволов деревьев не соблюдено, вызывающая реклама



ПЛОХО. Оформление билборда является устаревшим и не соответствует рекомендациям



ПЛОХО. Расстояние до стволов деревьев не соблюдено



ПЛОХО. Неэстетичное оформление билборда создает визуальный шум