



ЯРЦЕВО

дизайн-код

ВВЕДЕНИЕ

Дизайн-код — это свод правил и рекомендаций по проектированию стилистически единой, комфортной и безопасной городской среды. Внедрение дизайн-кода позволяет повысить качество городской среды, упростить проектирование городских пространств, увеличить экономическую привлекательность территории.

Дизайн-код для города Ярцево регулирует использование и оформление следующих деталей, формирующих визуальное восприятие городской среды:

- размещение и внешний вид вывесок и рекламных конструкций
- размещение и оформление нестационарных торговых объектов, брендинг городских мероприятий,
- оформление входных групп в коммерческие помещения и уличные кафе.

На сегодняшний день в городе Ярцево вывески часто расположены хаотично, часто перекрывают архитектурные элементы фасадов зданий.

Из-за общей загруженности визуального фона увеличение габаритов вывесок становится для предпринимателей единственным способом стать заметными среди большого числа конкурентов. Крупные игроки используют фасады целиком для размещения рекламы. Часто рекламные и информационные конструкции делаются из некачественных материалов, они не обновляются в течение длительного времени и изнашиваются. Из-за этих действий города теряют привлекательность и индивидуальность, в городах создается визуальный шум.

Визуальный шум создает две проблемы в городской среде. Во-первых, это невозможность лаконично и эффективно донести рекламную информацию до потенциального клиента, а следовательно снижение экономической привлекательности города. Во-вторых — избыток ненужной информации оказывает влияние на внимательность как пешеходов, так и автомобилистов, что влияет на безопасность дорожного движения и увеличение числа аварийных ситуаций..

Нестационарные торговые объекты нарушают фронт улиц — внешний вид киосков и павильонов не приведен к единообразию. Вывески и рекламные конструкции на витринах нестационарных торговых объектов расположены хаотично и часто закрывают продукцию, что отталкивает покупателей.

Внешний вид элементов входных групп — витрин, зонтов, маркиз, ограждений, настилов и мебели — не унифицирован. Уличные кафе, расположенные на транзитных пешеходных путях, и их ограждения в некоторых случаях мешают свободно перемещаться и заставляют выходить на проезжую часть, в других — не благоустроены и не вписаны в среду города, что также снижает комфорт посетителей.

Эти факторы приводят к снижению качества городской среды. Проигрывают все участники: городские жители, малый и средний бизнес, городская власть и сам город, теряющий идентичность из-за большого количества рекламы.

Дизайн-код — универсальный инструмент решения упомянутых проблем. Корректировка местных нормативно-правовых документов в соответствии с дизайн-кодом нормализует рекламу и создание вывесок, остановит постоянный рост размеров и числа рекламных баннеров, снизит визуальный шум города, улучшит ситуацию на дорогах. Городская среда станет визуально привлекательной и не будет перегружать пользователей информацией, пребывание в городе станет по-настоящему комфортным.

Стандарты дизайн-кода разработаны с применением классификации улиц, позволяющей выбирать элементы городской среды в зависимости от характеристик застройки и эстетических предпочтений балансодержателей.

В дизайн-коде представлены правила и рекомендации для размещения и оформления внешнего вида:

- городской мебели;
- озеленения;
- уличных вывесок;
- рекламных элементов;
- витрин;
- нестационарных торговых объектов;

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНТЕРФЕЙСА ВПЕЧАТЛЕНИЙ ГОРОДА

Что такое интерфейс впечатлений города?

Любой город создает определённые впечатления о себе. Эти впечатления формируются в многочисленных и разнообразных ситуациях, местах и сервисных локациях, в которых происходит соприкосновение потребителей с городом. Каждый раз, когда человек любым способом, в любое время контактирует с городом, возникает точка контакта. Из точек контакта состоит интерфейс впечатлений города. В точках контакта люди (жители, инвесторы, гости и так далее) решают, нравится им в городе или нет, рекомендовать ли его своим знакомым и друзьям и т. д.

Дизайн-код города как часть его интерфейса впечатлений

Дизайн-код города является частью системы интерфейса впечатлений, применяемой для формирования и сохранения постоянства качества потребительского опыта и управления качеством взаимодействия с целевыми аудиториями и заинтересованными сторонами. В большей степени Дизайн-код ориентируется на визуальные точки контакта городской среды: повторяющиеся элементы экстерьеров и интерьеров города и отдельных общественных пространств, элементы благоустройства и городской навигации. Вместе с тем Дизайн-код взаимодействует также с другими частями интерфейса впечатлений – точками контакта бренда города, точками контакта его ценностного предложения, точками контакта маркетинговой и сервисной коммуникации.

Например, в Дизайн-коде могут проявляться атрибуты бренда города, такие как: символы бренда, цветовая палитра, шрифтовые гарнитуры. В маркетинговой коммуникации с целевыми потребителями Дизайн-код может регулировать размеры и оформление наружной рекламы, стиль витринной рекламы, размеры и оформление вывесок. В сервисной коммуникации визуальный контент, связанный с качеством сервиса, может быть синхронизирован с общей системой визуальных коммуникаций, определяемой Дизайн-кодом. К примеру, POS-материалы (материалы, способствующие продвижению товаров и услуг в местах продаж) ресторанов и магазинов могут оформляться в едином визуальном стиле, применяемом в оформлении города, использовать элементы городской айдентики и так далее.

Дизайн-код в точках контакта бренда города должен помогать формировать у целевых аудиторий одинаково чёткое и понятное восприятие всех средств выражения индивидуальности и атрибутов бренда города.

Например, определённые элементы индивидуальности бренда, такие как городская символика, цветовая палитра, шрифтовые гарнитуры и так далее, должны воспроизводиться с одинаковым качеством на всех носителях, параметры и характеристики которых управляются правилами дизайн-кода.

Все точки контакта ценностного предложения и коммуникации, то есть там, где целевые аудитории могут понять, осознать ценность или принять решение о взаимодействии с городом, его сервисами и территориальными продуктами, должны также соответствовать требованиям Дизайн-кода.

В точках контакта сервиса должна проявляться городская культура обслуживания целевых аудиторий. Это значит, что, например, объекты городской среды должны размещаться с заботой о пользователях и горожанах, они не должны чрезмерно доминировать над другими объектами, не мешать восприятию важной информации.

Ниже представлена примерная матрица точек контакта, параметры и характеристики которых регулируются настоящим дизайн-кодом:

	Фасады и экстерьерный дизайн (в т.ч. мурали)	Наружная реклама	Вывески и витринная реклама	Уличная мебель и МАФы	Городская символика	Ландшафтный дизайн и озеленение	Освещение и городская подсветка	Доски информации, карты и схемы	Афиши	Остановки и расписания транспорта	Навигация и паспорта объектов
Точки контакта бренда города	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Точки контакта предложения	•	•					•	•	•	•	•
Точки контакта коммуникации	•	•		•			•	•	•	•	•
Точки контакта окружения	•	•	•	•	•					•	
Точка контакта сервиса			•				•	•	•	•	•

Почему это важно?

Точки контакта – своего рода «моменты истины», так как это точки взаимодействия с конкретной потребностью человека в конкретное время и в конкретном месте. Эта потребность возникает в любом случае, игнорирует ли город данный контакт или учитывает его в своей маркетинговой коммуникации. В точках контакта можно укрепить отношения с гостями города, сформировать у них определённый потребительский опыт, подтвердить репутацию, или, наоборот, разочаровать их и получить негативные рекомендации.

Что с этим делать?

В идеале, ни одна точка контакта в городе не должна оказаться «бесхозной» или хотя бы не учтённой. Задача муниципалитета и его жителей заключается в том, чтобы создать в точках контакта максимально чёткое, эмоционально сильное и позитивное взаимодействие с горожанами и посетителями города. Поэтому проектирование впечатлений в точках контакта должно являться частью единой стратегии взаимодействия с гостями и значимым окружением города.

РУКОВОДСТВО ПО УПРАВЛЕНИЮ ВПЕЧАТЛЕНИЯМИ В ТОЧКАХ КОНТАКТА

Для создания правильных впечатлений о городе необходимо, в первую очередь, идентифицировать все возможные точки контакта, в которых они формируются, определить их цели и функции при взаимодействии с целевыми аудиториями.

В первую очередь следует учитывать тот факт, что точки контакта могут контролироваться:

- непосредственно самим городом;
- каналами продвижения/продаж (например, наружная реклама);
- самими потребителями (целевыми группами);
- третьими лицами (бизнес, общественные организации, органы власти и т. п.).

Соответственно, при идентификации и составлении матрицы точек контакта города необходимо определить кому они принадлежат и как регулируются отношения с их владельцами.

Например, на центральных улицах города, может быть, от нескольких десятков до нескольких сотен точек контакта, которые влияют на впечатления горожан и гостей города. Для того, чтобы эффективно управлять впечатлениями в данных локациях необходимо синхронизировать каждую точку контакта с общей концепцией. Таким образом, городу следует определить и постоянно актуализировать данные обо всех факторах на ключевых локациях, чтобы иметь возможность своевременно регулировать размещение и обслуживание точек контакта, создающих целевые впечатления.

Для идентификации точек контакта, требующих изменений, в том числе с учётом требований настоящего Дизайн-кода, необходимо организовать и провести нативные исследования постоянства качества впечатлений в целевых локациях, результатом которых будет являться заполненный реестр по всем точкам контакта с указанием того, какие впечатления эти точки контакта производят в настоящий момент, какими функциями сейчас они обладают и что требует изменений.

При оценке качества впечатлений в точках контакта должен применяться комплексный подход, целью которого является выявление взаимосвязей (существующих и возможных) между всеми элементами интерфейса впечатлений города. То есть, если планируется создать целевое впечатление для определенной потребительской аудитории, например, для гостей города, то оценка точек контакта должна производиться по всем возможным маршрутам их передвижений и сервисным локациям (отели, кафе, достопримечательности и так далее).

На следующем этапе определяются уникальные целевые сценарии по созданию необходимых впечатлений, в которых задействованы точки контакты. Исходя из этих сценариев проектируется новый функционал существующих точек контакта.

Целевыми функциями точек контакта могут быть:

- формирование определенного имиджа и репутации города в глазах целевых аудиторий;
- стимулирование приобретения городских территориальных продуктов и сервисов;
- стимулирование развития определённых видов бизнеса в сервисных локациях;
- навигация по городу и продающая навигация, направленная на упрощение выбора целевыми потребителями;
- информирование целевых аудиторий;
- защита объектов городской среды и так далее.

Настоящее руководство определяет решения и правила, позволяющие создать основу для формирования базовых впечатлений о городе, определить стандарты восприятия городской среды, на основе которых город может разрабатывать уникальные сценарии в соответствии со стратегией развития города.

ТЕРМИНОЛОГИЯ

Информационная конструкция

Объект городского благоустройства, выполняющий информационную или рекламную функцию. Вывески, рекламные конструкции и таблички относятся к информационным конструкциям.

Вывеска

Конструкция, которая размещается на фасаде или крыше здания, сооружения, строения, а также в витринах, на ограждениях и нестационарных торговых объектах. Вывески располагаются в местах, где находятся или осуществляют свою деятельность предприятия и компании. Вывеска может содержать название предприятия, его логотип, сведения о профиле деятельности (банк, кафе, магазин), указывать на вид реализуемого товара (продукты, цветы, канцелярские товары) или сообщать об оказываемых услугах (автосервис, химчистка, ремонт обуви).

Рекламная конструкция

Конструкция, на которой размещается рекламное сообщение: информация о продукте, услуге или организации, призванная привлечь к ним внимание.

Информационное поле

Часть рекламной конструкции, предназначенная для размещения рекламного сообщения.

Подложка

Жесткая основа для крепления букв, знаков или художественных элементов информационной конструкции.

Адресная табличка

Табличка, размещаемая на фасаде здания, с указанием его номера и названия улицы.

Знаковые объекты

Здания, ансамбли зданий, элементы зданий и монументы, являющиеся частью истории города и ключевыми для идентичности города.

Исторические здания

Здания, построенные до 1960 года, по которым не проведена экспертиза и не принято окончательное решение о включении в тот или иной реестр либо об отсутствии оснований для отнесения выявленного объекта к культурному наследию.

Нестационарный торговый объект (НТО)

Торговый объект, представляющий собой временное сооружение или временную конструкцию (например, павильон или киоск), не связанный прочно с земельным участком, без устройства фундамента, вне зависимости от наличия или отсутствия подключения инженерно-техническим сетям. К НТО также относятся передвижные сооружения, за исключением мобильных торговых объектов.

Фриз

Горизонтальный плоский участок фасада, подходящий для размещения вывесок. Как правило, располагается над окнами первых этажей, в верхней части фасада малоэтажного здания или на козырьке входной группы.

ГОРОДСКИЕ ПРОСТРАНСТВА

Типология городских предполагает два уровня различения.

Во-первых — разделение на пространство улиц и внутридворовые пространства. К пространствам улиц относятся общественные пространства и пешеходные зоны, прилегающие к проезжим частям дорог всех категорий, находящихся в городской черте. В части пространства улиц дизайн-код регулирует организацию пешеходного пространства и тротуаров, расстановку уличной мебели и НТО, а также отделку фасадов, выходящих на пространство улиц и оформление всех рекламных и информационных материалов, расположенных на фасадах и рядом с ними. К внутридворовым пространствам относятся территории внутри контуров блоков и кварталов, входящие в зону жилой застройки с точки зрения ПДД. В части внутридворовых пространств дизайн-код регулирует расстановку городской мебели, материалы отделки фасадов, расположенные внутри дворов рекламные и информационные материалы.

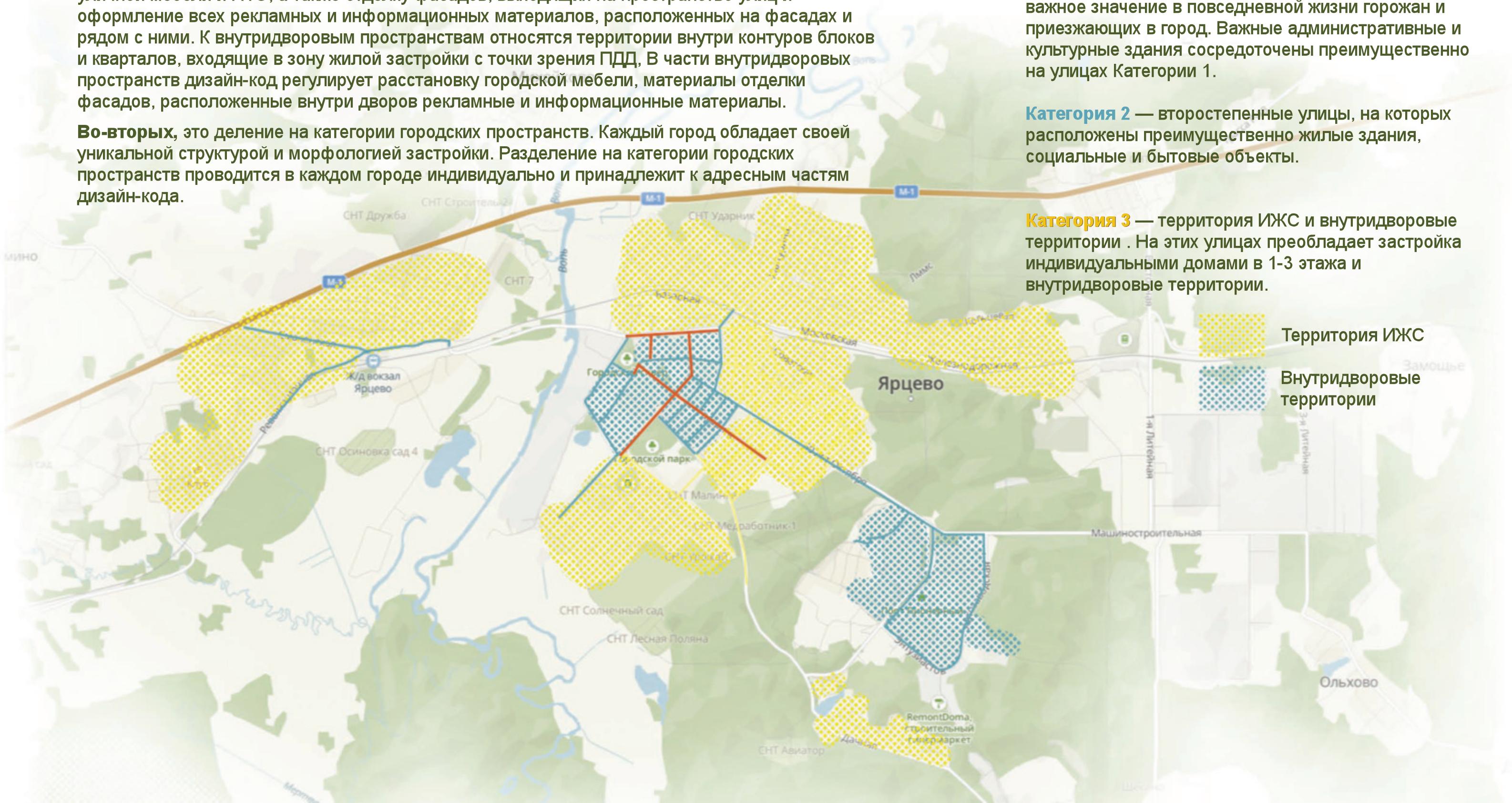
Во-вторых, это деление на категории городских пространств. Каждый город обладает своей уникальной структурой и морфологией застройки. Разделение на категории городских пространств проводится в каждом городе индивидуально и принадлежит к адресным частям дизайн-кода.

Для применения Дизайн-кода в городе Ярцево улично-дорожную сеть предлагается разделить на три категории.

Категория 1 — центральная часть города, являющаяся средоточием жизни города, имеющая важное значение в повседневной жизни горожан и приезжающих в город. Важные административные и культурные здания сосредоточены преимущественно на улицах Категории 1.

Категория 2 — второстепенные улицы, на которых расположены преимущественно жилые здания, социальные и бытовые объекты.

Категория 3 — территория ИЖС и внутридворовые территории. На этих улицах преобладает застройка индивидуальными домами в 1-3 этажа и внутридворовые территории.



ТРЕБОВАНИЯ К БЛАГОУСТРОЙСТВУ. СХЕМЫ ТИПОВОЙ РАССТАНОВКИ ОБЪЕКТОВ УЛИЧНОЙ МЕБЕЛИ

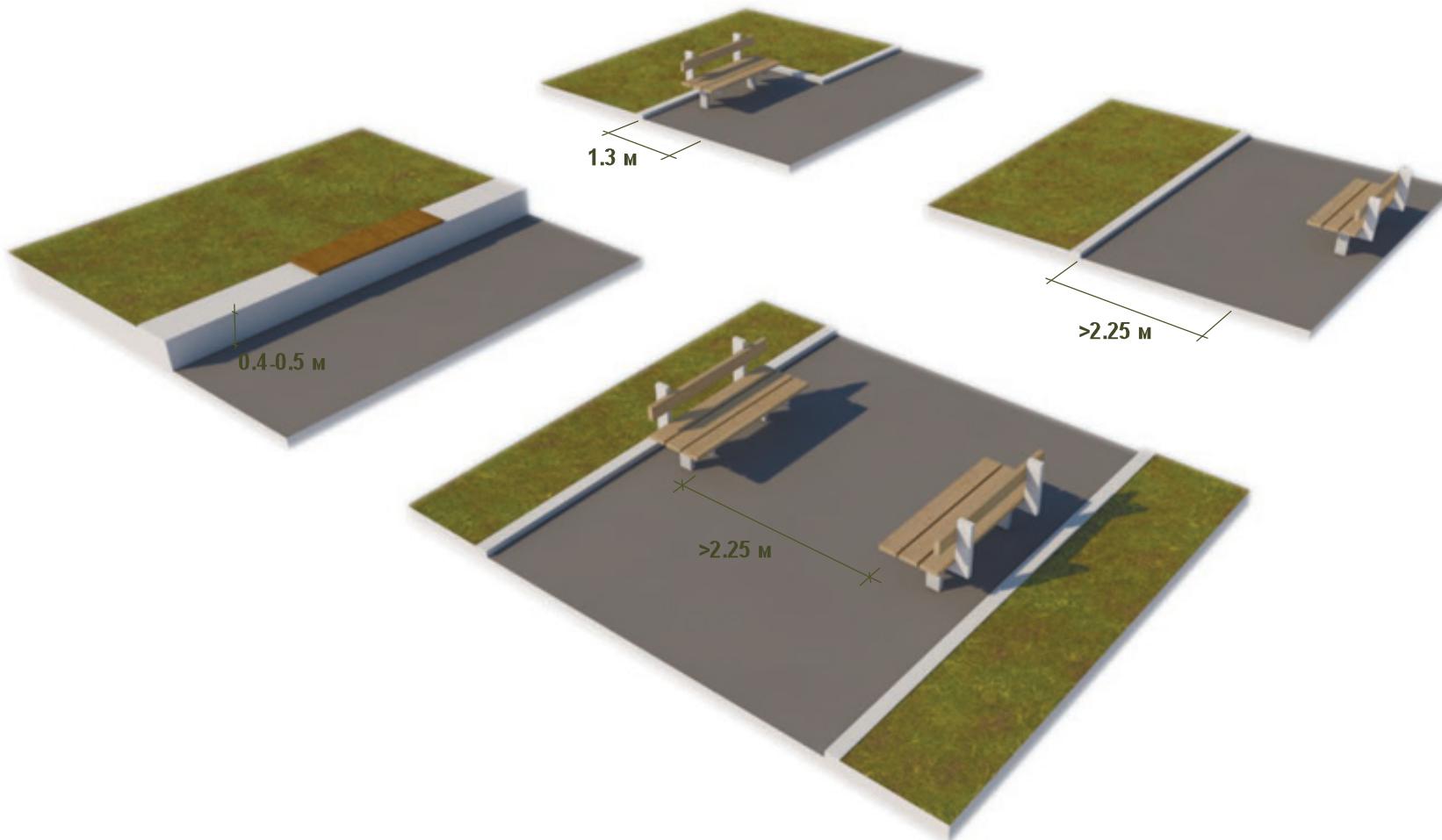
В дизайн-коде предусматриваются требования по благоустройству городской среды. Предлагаются рекомендации по зонированию территорий внедрения дизайн-кода, учитывающее все аспекты видовых изменений объектов и пространств, и влияющее на выбор отдельных элементов благоустройства, цветовых и световых решений.

Требования к благоустройству касаются следующих территорий:

- территории, прилегающая к входным группам жилых подъездов;
- пространства перекрестков с пешеходными переходами;
- входные группы магазинов, кафе и ТЦ и прилегающее к ним пешеходное пространство;
- регламенты благоустройства пешеходных территорий, прилегающих к участкам застройки ИЖС.

Требования и рекомендации к организации, размещению и оформлению элементов городской среды, в том числе остановок общественного транспорта, парковок, велопарковок, ограждений, летних веранд и киосков. Для каждого элемента предлагается ряд общих требований, обеспечивающих удобство и безопасность всех групп пользователей, а также рекомендации, которые позволяют сделать тот или иной элемент комфортнее и безопаснее.

Подбор рекомендованных для каждого города объектов уличной мебели производится с учетом идентичности города. В перечне рекомендуемых объектов в первую очередь предлагаются продукция местных производителей.



Скамьи могут располагаться как в углублениях пешеходного пространства, так и на краю пешеходного пути при условии, что они не мешают потоку. Размещение скамей в общественных пространствах города обязательно. Это могут быть деревянные настилы на каменных и бетонных парапетах, отдельно стоящие композиции из пространств для сидения, индивидуальные скамьи с 1 посадочным местом или классические скамьи.



РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДБОРУ БАЗОВОГО НАБОРА ОБЪЕКТОВ УЛИЧНОЙ МЕБЕЛИ

РОССИЙСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО
СКАМЬИ



ООО "МЕТАЛЛООБРАБОТКА"/Ярцево



Toruda/Москва

Хоббика/Москва

РОССИЙСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО
УРНЫ, ОСВЕЩЕНИЕ



Toruda/Москва



ООО "МЕТАЛЛООБРАБОТКА"/
Ярцево

Toruda/Москва

ОЗЕЛЕНЕНИЕ

Озеленение играет важную роль в визуальном восприятии городской среды и также подлежит регулированию в рамках внедрения Дизайн-кода.

При расположении деревьев и кустарников важно помнить о двух ограничениях:

- зеленые насаждения не разрешается располагать в границах охранных зон подземных коммуникаций
- зеленые насаждения не разрешается располагать в границах треугольников видимости на перекрестках

Высокие деревья не рекомендуется высаживать на территории, непосредственно прилегающей к фасадам зданий. Здесь высаживаются деревья средней высоты и кустарники.

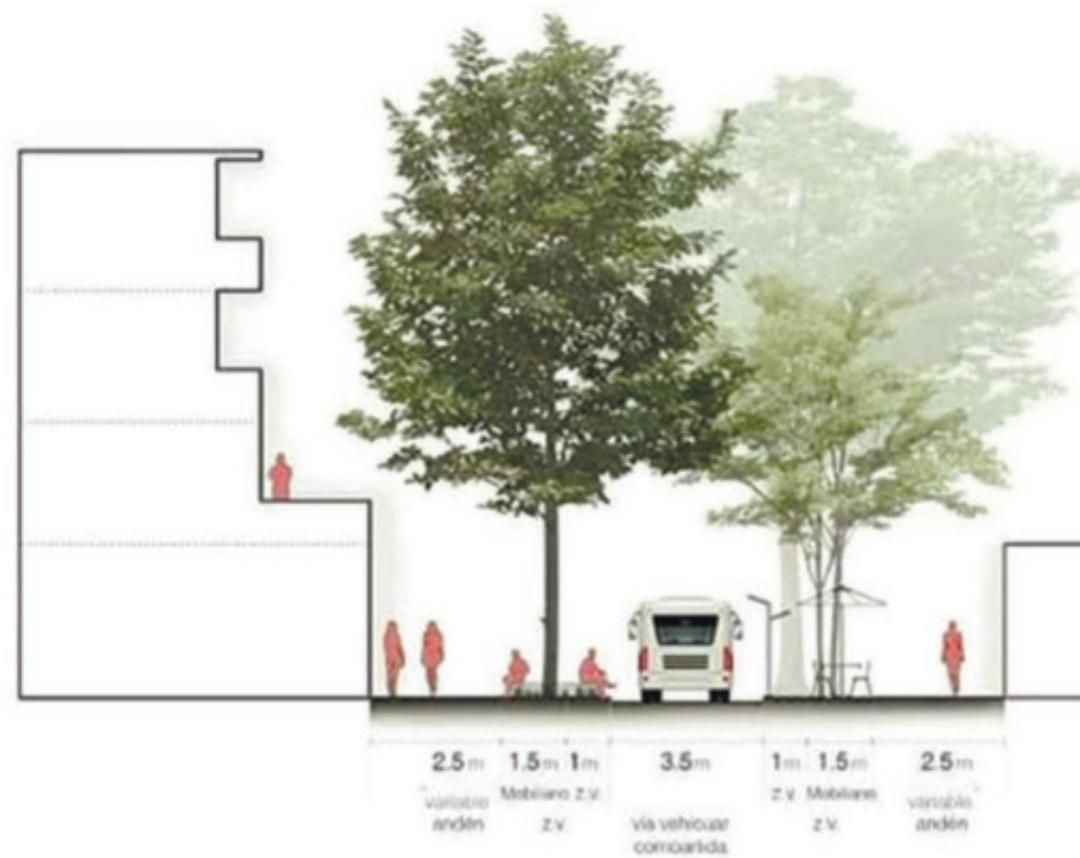
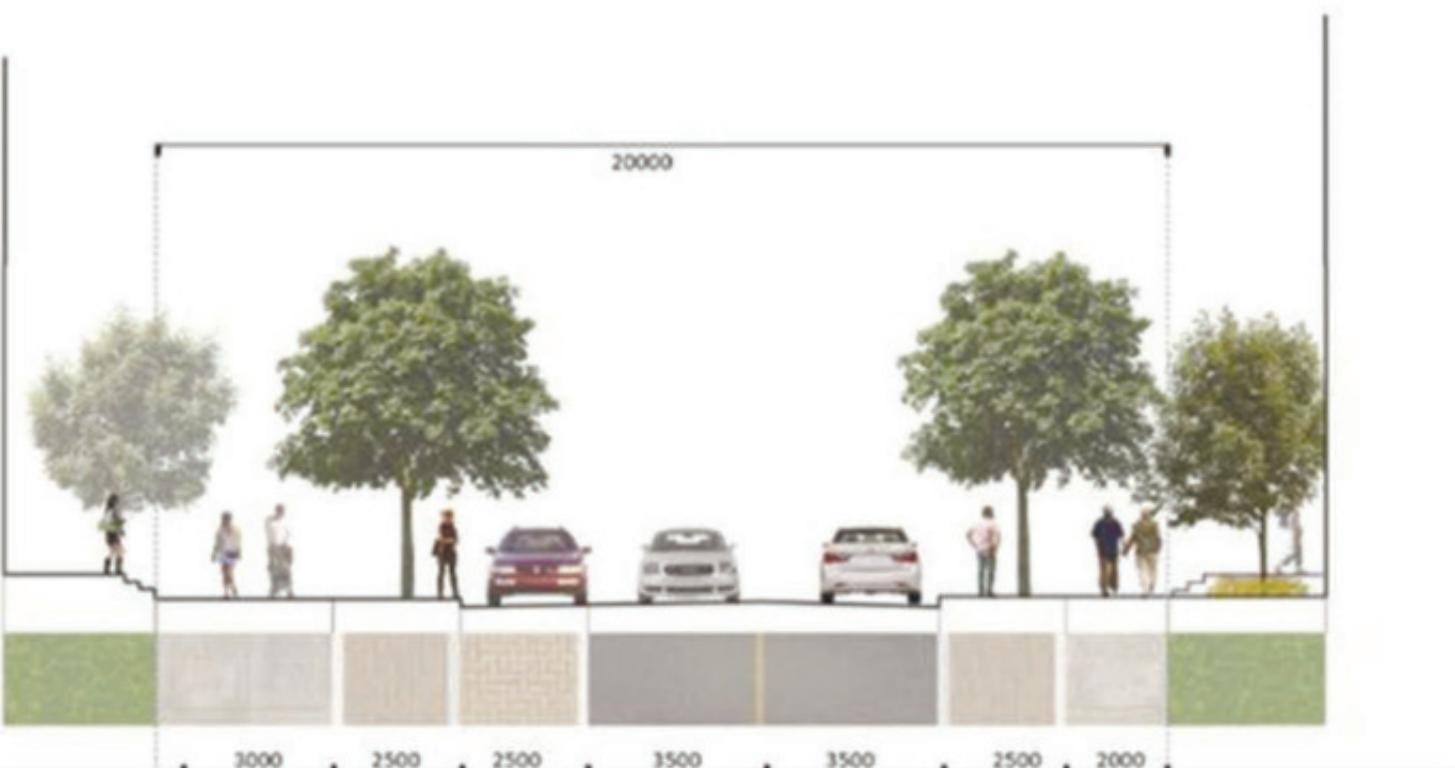
Деревья рекомендуется высаживать группами деревьев разных сортов и высот.

От опор освещения деревья должны отстоять не менее, чем на 4 метра.

Расстояние между высокими деревьями, высаженными не в группе, должно составлять 5–7 метров. При высадке в группе — не менее полуметра.



Примеры озеленения



РЕКОМЕНДУЕМЫЙ АССОРТИМЕНТ ДЕРЕВЬЕВ



Клен гиннала
Acer ginnala



Клен остролистный
Acer platanoides



Липа крупнолистная
Tilia platyphyllos



Ель колючая
Picea pungens



Клен ясенелистный
Acer negundo



Яблоня Недзвецкого
Malus niedzwetzkiana Dieck



Береза повислая
Betula pendula



Ива белая
Salix alba



Конский каштан обыкновенный
Aesculus hippocastanum



Яблоня ягодная
Malus baccata



Черемуха Маака
Padus maackii



Орех серый
Juglans cinerea



Липа мелколистная
Tilia cordata



Вяз голландский
Ulmus hollandica



Ясень
Fraxinus



Груша домашняя
Pyrus



Ольха серая
Alnus incana (L.) Moench



Черемуха виргинская Шуберт



Тополь
Populus



Лиственница европейская
Larix decidua



Рябина обыкновенная
Sorbus aucuparia

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ АССОРТИМЕНТ КУСТАРНИКОВ



Барбарис Тунберга
Berberis thunbergii



Бересклет европейский
Euonymus europaeus



Боярышник однопестичный
Crataegus monogyna



Роза морщинистая
Rosa rugosa



Сирень венгерская
Syringa josikaea



Сирень обыкновенная
Syringa vulgaris



Бирючина обыкновенная
Ligustrum vulgare



Дерен белый
Cornus alba



Дерен кроваво-красный
Cornus sanguinea



Смородина
Ribes



Снежноягодник
Symphoricarpos



Рододендрон гибридный
Rhododendron hybrida



Жимолость татарская
Lonicera tatarica



Кизильник блестящий
Cotoneaster lucidus



Можжевельник казацкий
Juniperus sabina



Спирея ванхутта
Spiraea vanhouttei



Спирея японская
Spiraea japonica



Спирея пепельная
Spiraea cinerea Grefsheim



Лещина обыкновенная
Corylus avellana



Лох серебристый
Eleagnus commutata



Пузыреплодник калинолистный
Physocarpus opulifolius



Форзиция средняя
Forsythia intermedia



Чубушник венечный
Philadelphus coronarius



Робиния (Белая акация)
Robinia pseudoacacia

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ АССОРТИМЕНТ ГАЗОННЫХ ТРАВ

Основные виды газонных трав



Плевел многолетний (райграс
пастбищный, английский
райграс)
Lolium perenne



Мятлик луговой
Poa pratensis



Овсяница красная
Festuca rubra L.



Полевица тонкая
Agrostis tenuis
волосовидная или обыкновенная
A. capillaris, A. vulgaris



Полевица белая (гигантская)
Agrostis alba (A. gigantea)

Дополнительные виды злаков, используемых для создания газона



Полевица побегоносная
Agrostis stolonifera



Полевица собачья, форма
волосовидная
Agrostis canina capillaris



Полевица собачья, форма горная
Agrostis canina montana



Мятлик лесной
Poa silvestris



Мятлик однолетний
Poa annua



Мятлик узколистный (подвид
мятлика лугового)
Poa pratensis subsp



Овсяница овечья
Festuca ovina



Овсяница длиннолистная
Festuca longifolia



Мятлик обыкновенный
Poa trivialis



Гребенник обыкновенный
Cynodon dactylon



Тимофеевка луговая
Phleum pratense (Phleum nodosum)



Тимофеевка малая
Phleum bertolonii

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ АССОРТИМЕНТ ГАЗОННЫХ ТРАВ

Почвопокровные растения для солнечных участков



Алиссум
Alyssum



Арабис
Arabis



Гвоздика травяника
Dianthus deltoids L.



Иберис
Iberis



Котовник Фассена
Portulaca



Лапчатка скальная
Potentilla rupestris L.



Манжетка
Alchemilla



Обриета дельтоваидная
Aubrieta deltoidea



Очиток лидийский
Sedum lydium Boiss

Почвопокровные растения для полутенистых и затененных участков



Горечавка
Gentiana



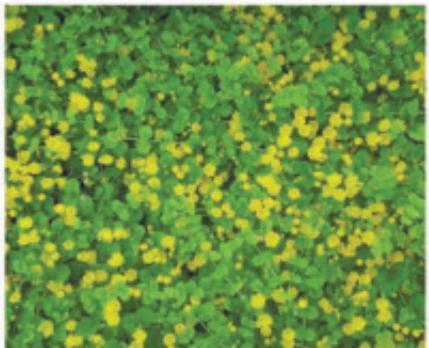
Аюга ползучая или живучка
Ajuga reptans L.



Барвинок
Vinca



Будра плющелистная
Glechoma hederacea



Вербейник монетчатый
Lysimachia nummularia



Камнеломка
Saxifraga L.



**Анемона дубравная,
или ветреница**
Anemone nemorosa L.



Копытень
Asarum



Пахизандра
Pachysandra

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ АССОРТИМЕНТ ГАЗОННЫХ ТРАВ

Ассортимент растений используемых для создания мавританского газона



Житняк
Agropyron



Гайллардия остистая
Gaillardia aristata



Золотарник
Solidago



Водосбор или аквилегия
Aquilegia



Льнянка
Linaria



Лагурес яйцевидный,
или зайцехвост
Lagurus ovatus



Мак восточный или мак
малолистный
Papaver orientale



Зубровка душистая,
или зубровка паухучая
Hierochloe odorata



Нивяник обыкновенный
или поповник
Leucanthemum vulgare



Арника или баранец
Arnica



Маргаритки
Bellis



Пижма
Tanacetum



Райграс пастбищный,
или плевел многолетний,
или английский райграс
Lolium perenne



Клевер
Trifolium



Колокольчики
Campanula

Раннецветущие луковичные



Тюльпаны
Tulipa



Цикламен, или альпийская
фиалка или дряква
Cyclamen

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ АССОРТИМЕНТ ЦВЕТОЧНЫХ РАСТЕНИЙ

Многолетние цветочные растения



Хоста гибридная, смесь, *Hosta x hybrida*



Астра альпийская, *Aster alpinus*



Зопник клубненосный, *Phlomoídes tuberósa*



Седум видный, *Sedum spectabile*



Стахис шерстистый, *Stachys lanata*



Армерия приморская, *Armeria maritima*



Астильба китайская, низкие гибриды, *Astilbe chinensis (Pumila Hybrida)*



Ирис сибирский, *Iris sibirica*



Лилейник, смесь, *Hemerocallis*

Луковичные цветочные растения



Крокус весенний, *Crocus vernus*



Мускари гроздевидный, *Muscari bothryoides*



Нарцисс гибридный, *Narcissus x hybridus*



Гусиный лук желтый, *Gagea lutea*



Пролеска сибирская, *Scilla siberica*

Однолетние цветочные растения



Бегония вечноцветущая, *Begonia semperflorens*



Вербена гибридная, *Verbena x hybrida*



Амарант трехцветный, *Amaranthus tricolor*

ТРЕБОВАНИЯ К ОТДЕЛОЧНЫМ МАТЕРИАЛАМ, МАТЕРИАЛАМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ ОБЪЕКТОВ, ФОРМУЛИРОВАНИЕ ИХ СОСТАВА И СПОСОБОВ РАЗМЕЩЕНИЯ

Дизайн-кодом устанавливаются требования по использованию качественных и безопасных отделочных материалов зданий. Также предусматривается перечень материалов, их характеристики, в том числе визуально подходящие под общую видовую конструкцию элементов преобразования территории и объектов.

Подбор конкретных материалов отделки осуществляется в соответствии с цветовыми решениями города, и также в соответствии с принятым делением территории города на различные категории.

- Собственник помещения обязан поддерживать состояние фасадов в надлежащем виде.
- Отделка коммерческих помещений в жилых домах должна поддерживать цветовые и стилистические решения фасада.
- Наружные блоки сплит-систем выходящие на главные улицы должны быть закрыты специальными коробами поддерживающими цветовые и стилистические решения фасада. Размещаться блоки строго по одной вертикальной и горизонтальной оси. Размещение наружных блоков на фасадах улиц 1 категории разрешено только со стороны двора. Размещаться должны строго по одной вертикальной и горизонтальной оси.
- Отклонения от стандартов дизайн-кода может происходить при наличии архитектурно - экспериментного обоснования и согласования.

Штукатурка

Плюсы	Минусы	Типы
<ul style="list-style-type: none">• Относительно низкая цена• Экологичность• Привлекательный внешний вид• Неограниченный выбор цвета	<ul style="list-style-type: none">• Подвержена внешнему воздействию	<ul style="list-style-type: none">• С гладкой фактурой• Рельефная• «Декоративная, с каменной крошкой»



Облицовочная плитка

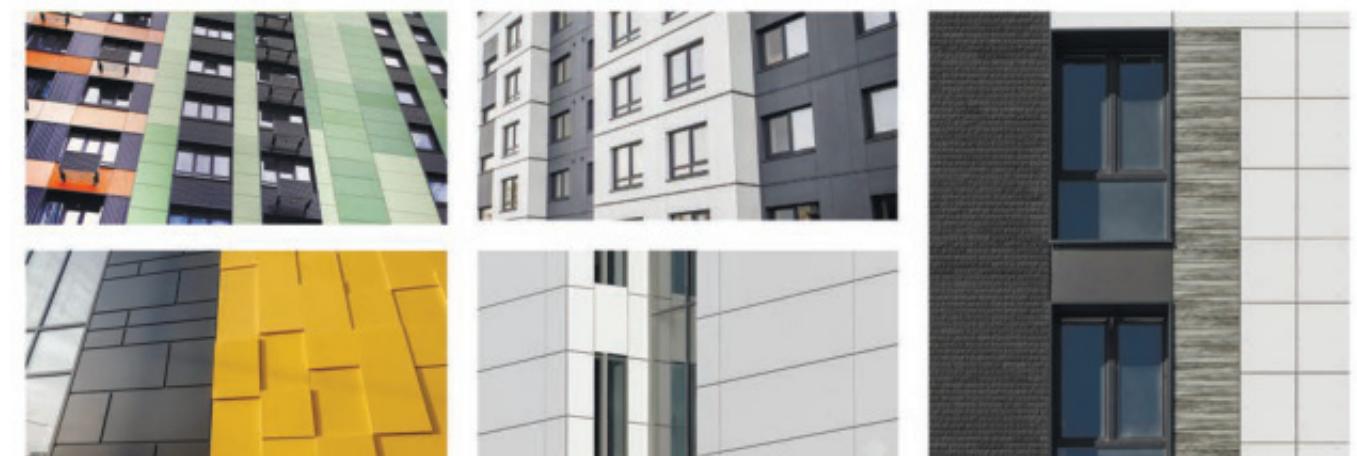
Плюсы	Минусы	Типы
<ul style="list-style-type: none">• Прочность• Износостойкость• Разнообразие текстур• Привлекательный внешний вид	<ul style="list-style-type: none">• Относительно высокая цена• Относительно высокая трудоемкость работ	<ul style="list-style-type: none">• Декоративный кирпич и камень• Мозаика• Керамогранитная плитка



Крупноформатные фасадные панели

Предпочтительны системы со скрытым креплением, с минимальными швами.

Плюсы	Минусы	Типы
<ul style="list-style-type: none">• Прочность• Износостойкость• Разнообразие материалов и цветов• Относительно высокая скорость отделки• Привлекательный внешний вид	<ul style="list-style-type: none">• Подходят в основном для современной архитектуры в стиле минимализм• Не подходят для фасадов с выраженным архитектурными элементами: карнизами, лепниной, пилястрами и т.д.	<ul style="list-style-type: none">• Фиброцементные панели• Керамические панели• HPL-панели (ламинат высокого давления)• Алюминиевые композитные панели АКП• Из базальтового волокна (ROCKPANEL)



ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА ГОРОДА

Цветовая палитра города во многом определяет его восприятие, оказывает серьезное психологическое воздействие на горожан. Сбалансированная цветовая среда позволяет создать гармоничный визуальный код города.

Предложенная палитра распространяется на все элементы городской среды:

- цвет отделочных материалов зданий
- цветовые гаммы вывесок и логотипов, если не согласовано иное
- выбор цвета для объектов благоустройства — киоски и иные НТО, лавки, скамейки, урны, ограждения, клумбы, рекламные конструкции
- выбор цвета для инженерных объектов, в том числе опор освещения

Яркие (акцентные) цвета применяются в меньшей доле, нежели нейтральные.

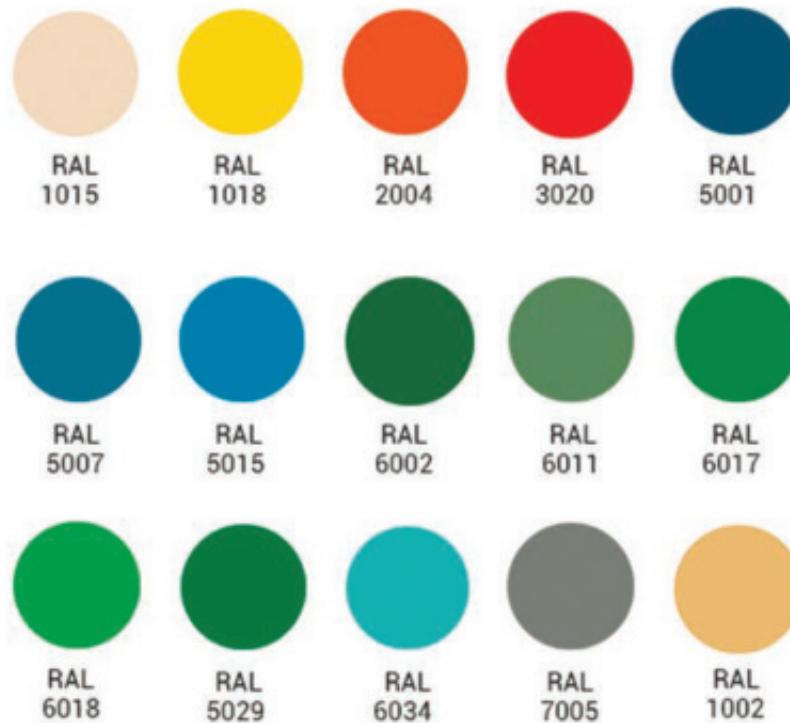
Дизайн-проект разрабатывается в каждом конкретном случае отдельно проектировщиком и/или оформителем витрин, следование рекомендациям дизайн-кода желательно, но возможны отступления при наличии обоснования исходя из контекста, особенностей материала и требований конкретного бренда.

Цвета фасадов жилых домов, общественных зданий, коммерческих помещений должны соответствовать паспорту цветового решения фасадов г. Ярцево.

Киоски и иные НТО, остановки общественного транспорта



Акцентные цвета



Основные цвета элементов благоустройства



РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОСВЕЩЕНИЮ ГОРОДА. СХЕМЫ ТИПОВОГО ОСВЕЩЕНИЯ

Рекомендации по освещению предлагаются с целью создания световой среды в городе, обеспечивающей необходимую светотехническую эффективность светильных установок с учетом их функционального назначения и физиологии зрения. Эффективность оценивается, главным образом, по уровню видимости водителями транспорта и безаварийности их работы при минимальных затратах электроэнергии, материалов и оборудования на улицах и площадях, условиями зрительной работы пешеходов и эстетики освещения.

Для создания комфортной городской среды принципиально важным является создание достаточного уровня освещенности в местах притяжения людей. Это делается для достижения максимального уровня безопасности, в том числе на психологическом уровне.

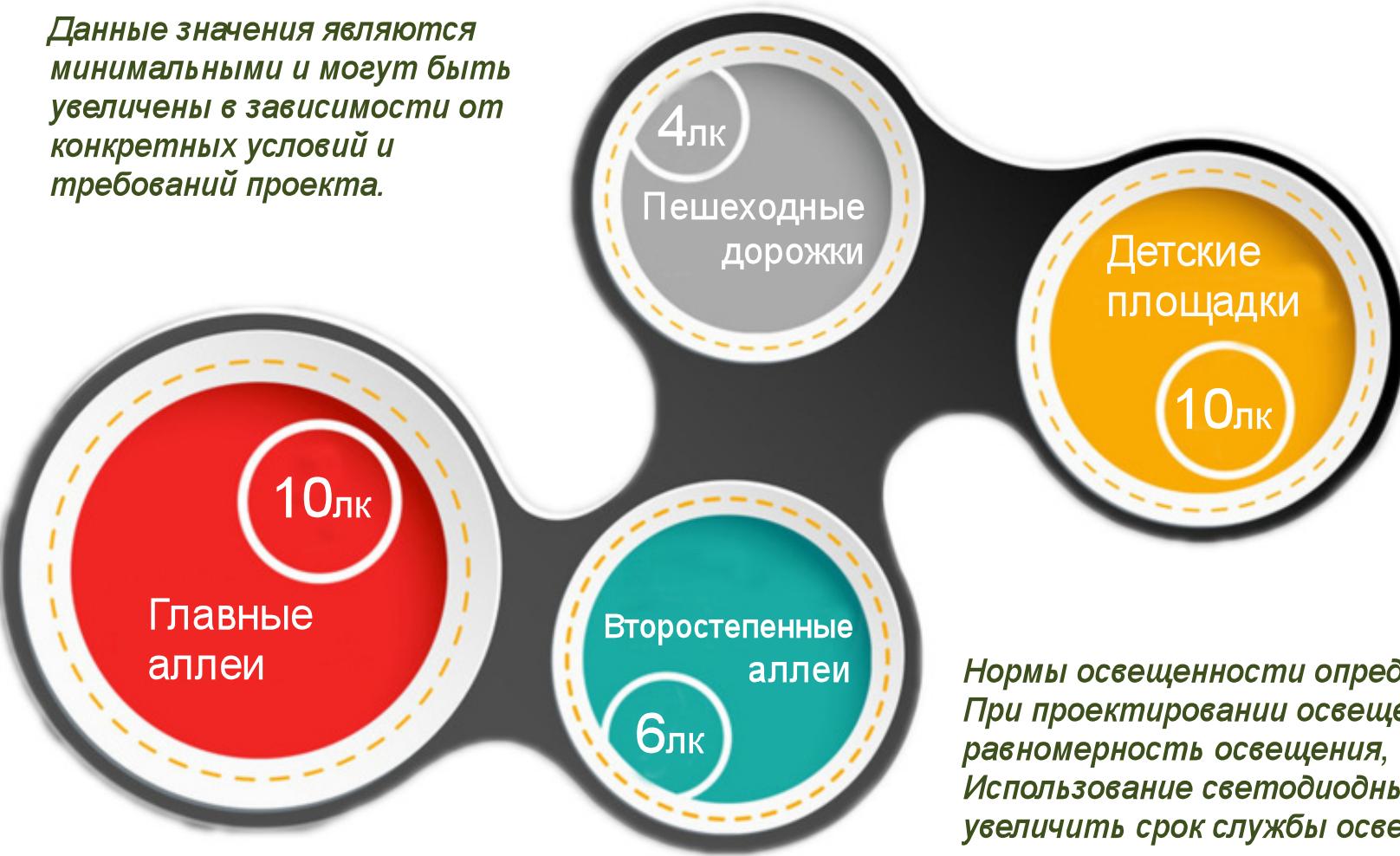
Архитектурная подсветка зданий осуществляется по желанию собственника и не должна мешать жилым домам.

Примеры архитектурной подсветки зданий:



Минимальная освещенность:

Данные значения являются минимальными и могут быть увеличены в зависимости от конкретных условий и требований проекта.



Нормы освещенности определяются СНиП 23-05-95 и зависят от функционального назначения зоны. При проектировании освещения необходимо учитывать не только нормы освещенности, но и равномерность освещения, цветовую температуру источников света и их энергоэффективность. Использование светодиодных светильников позволяет значительно снизить энергопотребление и увеличить срок службы светильной установки.



РАЗРАБОТКА ТИПОЛОГИИ НОСИТЕЛЕЙ.

ОБЩИЕ ПРАВИЛА

При необходимости устройства объемной или плоскостной рекламы на фасаде здания, если при этом такая установка выходит за рамки правил установленных дизайн-кодом, необходима разработка архитектурного проекта, который должен содержать помимо технических решений, как разработка крепления установки на фасаде, полный вид фасада с такой рекламой, а также виды с нескольких точек восприятия.

При этом это правило должно быть выполнено и при установке рекламы вписывающейся в рамки правил оговоренных в дизайн-коде. Разрешение на установку и эксплуатацию рекламной или информационной конструкции выдается управлением по градостроительной деятельности и земельным отношениям Администрации муниципального образования "Ярцевской муниципальный округ" Смоленской области.

Процесс монтажа и демонтажа должен быть реализован с обеспечением безопасности для людей и дорожного движения, а также сохранности зданий, сооружений, имущества города и граждан.

Конструкции, место и способ их установки и должны быть безопасны

Любые информационные конструкции должны размещаться на расстоянии не ближе 2 м от мемориальных досок и знаков дорожного движения.

Не допускается наносить изображения и надписи непосредственно на поверхность фасадов зданий.

Установленные конструкции не должны мешать функционированию объектов инженерной инфраструктуры.

Поврежденные при установке информационных конструкций фасады должны быть отремонтированы

Запрещается размещение на информационных конструкциях посторонних объявлений, надписей изображений и других сообщений, не относящихся к непосредственным задачам конструкции.

Запрещается использовать в качестве лицевой стороны информационной конструкции баннерную ПВХ-ткань (за исключением световых коробов).

Все элементы конструкции должны быть спроектированы, изготовлены и установлены в соответствии со строительными нормами и правилами, а также нормативными правовыми актами, содержащими требования для конструкций соответствующего типа.

Владелец информационной конструкции, собственник или арендатор объекта недвижимости, на котором установлены информационные конструкции, не соответствующие требованиям дизайн-кода, обязаны демонтировать их.

Установка информационных конструкций должна проводиться с обеспечением целостности и сохранности несущих элементов здания, строения, объекта, на котором осуществляется монтаж.

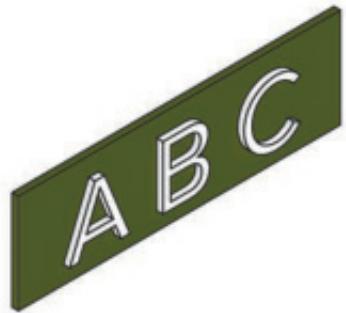
Содержание вывесок, информационных конструкций, рекламных щитов и архитектурной подсветки в исправном, безопасном, целостном, чистом и эстетически приемлемом состоянии является ответственностью организаций, осуществляющих управление и обслуживание жилищного фонда, или юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, граждан, являющихся собственниками, владельцами или арендаторами зданий и помещений.

Запрещена вертикальная ориентация надписей вывесок, информационных табличек и указателей, расположенных на фасадах зданий. Исключение — существующие вывески советского периода.

Информационные конструкции, печатная продукция, баннеры или сообщения, наносимые на поверхность остекления с помощью краски или пленки, могут занимать не более 30% площади оконных проемов и витрин первых и цокольных этажей.

Расклейка газет, афиш, плакатов, различного рода объявлений и рекламы возможна только на специально предназначенных для этого стенах

ТИПЫ ВЫВЕСОК



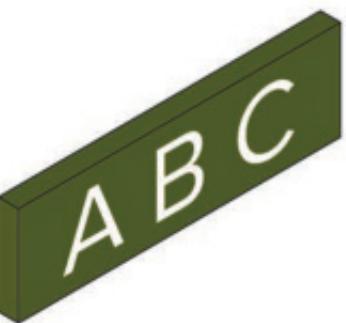
Вывеска с подложкой

Конструкция, состоящая из декоративной панели, на которой размещен ряд символов и/или логотипа. Закрепляется на плоскости фасада и закрывает его часть.



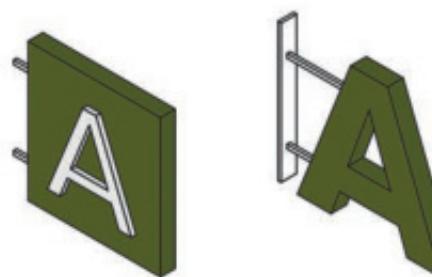
Вывеска без подложки

Конструкция, состоящая из ряда отдельных символов и/или логотипа, закрепленных прямо на фасаде.



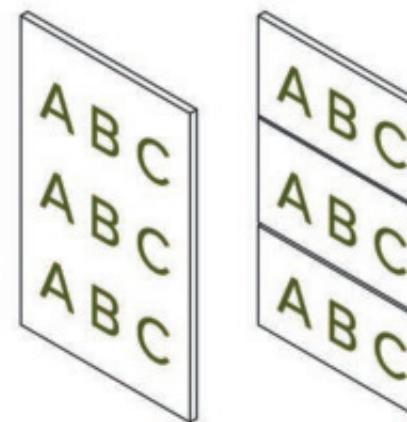
Вывеска — световой короб

Объемная конструкция, оборудованная внутренней подсветкой, лицевая панель которой выполнена из светорассеивающего материала. Световой короб может быть прямоугольным или сложной геометрической формы.



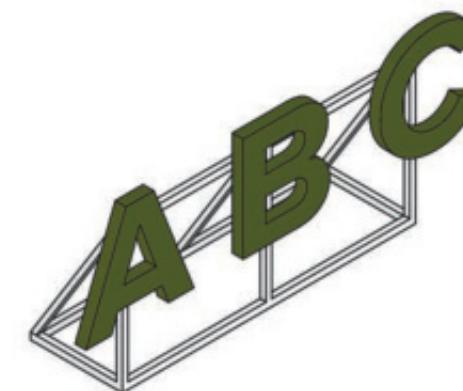
Панель-кронштейн

Конструкция, размещаемая перпендикулярно плоскости фасада и состоящая из ряда символов и/или логотипа на подложке или без нее.



Табличка

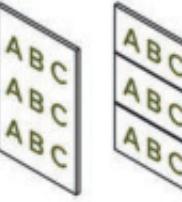
Прямоугольная конструкция с краткой информацией о предприятии либо с информацией о нескольких предприятиях и указанием направлений, размещенная на фасаде рядом с входом в помещение.



Крышная установка

Крупногабаритная вывеска, размещаемая на крыше здания.

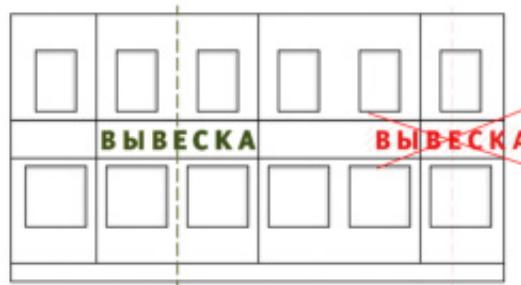
ДОПУСТИМЫЕ ТИПЫ РАЗМЕЩАЕМОЙ ИНФОРМАЦИИ

Тип вывески	Тип информации					
	Название	Вид услуг	Логотип	Меню	Режим работы	Прочее
 Вывеска с подложкой	✓	✓	✓	✗	✗	✗
 Вывеска без подложки	✓	✓	✓	✗	✗	✗
 Световой короб	✓	✓	✓	✗	✗	✗
 Панель-кронштейн	✓	✓	✓	✗	✓	✗
 Табличка	✓	✓	✓	✓	✓	✗
 Крышная установка	✓	✗	✓	✗	✗	✗

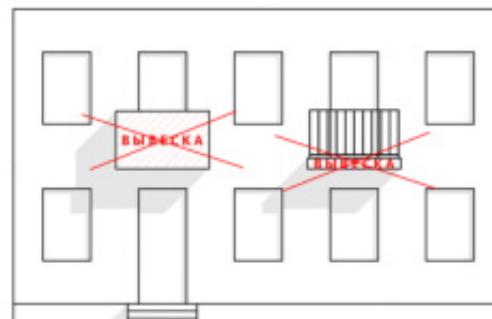
РАЗРАБОТКА ПРАВИЛ ОФОРМЛЕНИЯ И РАЗМЕЩЕНИЯ ВЫВЕСОК

При проведении реконструкции с устройством отдельного входа в помещение, помимо выполнений требований к проектированию изложенных в градостроительном кодексе, должны быть выполнены требования вписывающейся в рамки оговоренных в дизайн-коде. Разрешение на установку и эксплуатацию рекламной или информационной конструкции выдается управлением по градостроительной деятельности и земельным отношениям Администрации муниципального образования "Ярцевский муниципальный округ" Смоленской области.

При оформлении светопрозрачных конструкций запрещено перекрывать вывеской более 30 % площади остекления

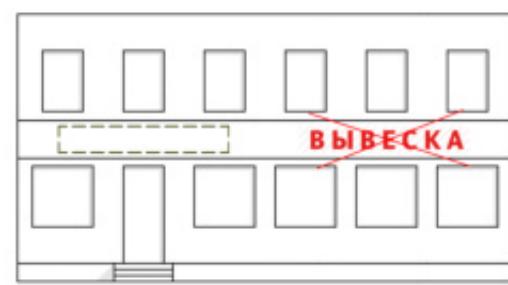


Нельзя размещать вывески с выступом за боковые пределы фасада и без учета его архитектурного членения.



Нельзя размещать вывески на ограждениях и плитах балконов, на лоджиях и эркеров (если это не предусмотрено архитектурным проектом).

Запрещается использовать в качестве лицевой стороны информационной конструкции юаннерную ПВХ-ткань (за исключением световых коробов).



Вывеску желательно размещать непосредственно над входом.

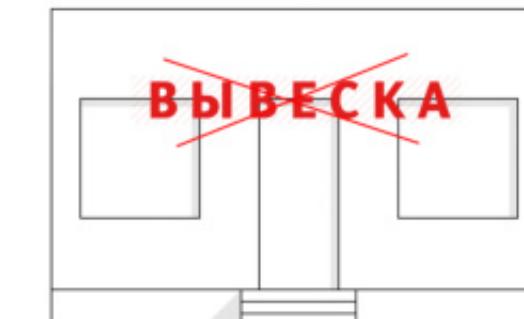


Нельзя перекрывать архитектурные элементы зданий (карнизы, лепнину, пилasters and т. п.).

Запрещается размещение вывесок перекрывая значимые части города, архитектуру, памятники. Соседствующие вывески должны не конфликтовать между собой по стилю и расположению



Вывески разных предприятий, находящихся в одном здании, размещаются на одной горизонтальной оси, проходящей по центру фриза. Подложки таких вывесок должны быть одинаковой высоты и выполнены из одного материала.



Нельзя размещать вывески с заступом на поле оконных или дверных проемов.



Нельзя располагать вывески в два и более ряда (исключение — торговые и многофункциональные центры). При этом в рамках одной вывески возможно расположение текста в две строки при соблюдении допустимой суммарной высоты.



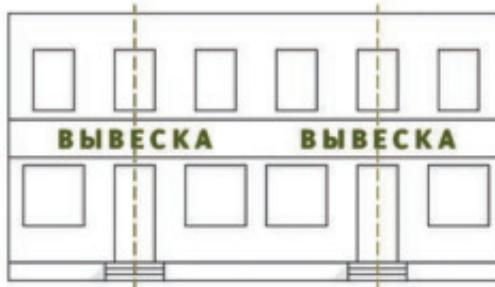
Панели-кронштейны, одинаковые по размеру, следует устанавливать на одной высоте, на уровне вывесок, с шагом не менее 3 м.



Нельзя размещать вывески на фасадах жилых зданий, где нет входа в помещение, к которому относится вывеска.

РАЗРАБОТКА ПРАВИЛ ОФОРМЛЕНИЯ И РАЗМЕЩЕНИЯ ВЫВЕСОК

Любые информационные конструкции должны размещаться на расстоянии не ближе 2 м от мемориальных досок и знаков дорожного движения.



Необходимо выравнивать вывески относительно центральных вертикальных осей архитектурных элементов фасадов (дверей, окон).

Поврежденные при установке информационных конструкций фасады должны быть отремонтированы.



Вывески на фасадах размещаются строго в один ряд (исключение — торговые и многофункциональные центры).

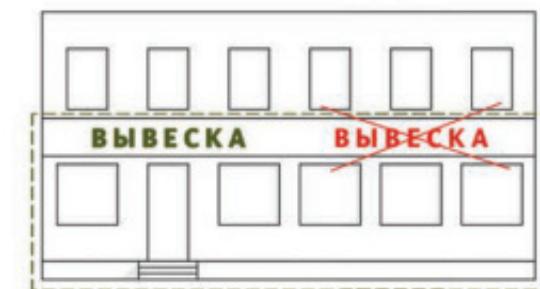
Расклейка газет, афиш, плакатов, различного рода объявлений и рекламы возможна только на специально предназначенных для этого стендах



Запрещается использовать электронные табло (бегущие строки) в качестве вывесок.



Все компоненты вывески (надписи, графика) должны располагаться на одной горизонтальной оси в центре фриза (промежутка между этажами, козырька и т. п.).



На одном фасаде здания для одной организации полагается только одна основная вывеска и одна панель-кронштейн.



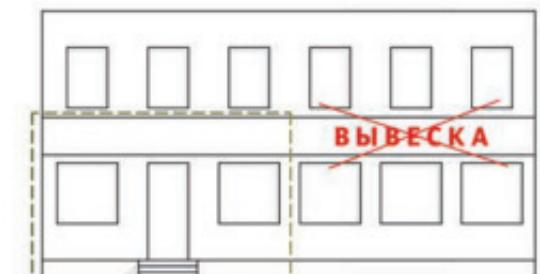
Нельзя размещать вывески на уровне жилых этажей.



Нельзя дублировать одну и ту же информацию на плоскости фасада и в проемах светопрозрачных конструкций.



Вывеска должна занимать не более 80 % высоты и ширины подложки. Общее поле, которое занимают элементы вывески, должно быть выровнено по горизонтальной и вертикальной осям подложки.



Вывеска размещается в той части фасада, где непосредственно расположена организация, к которой она относится.

ОБЩИЕ ПРАВИЛА ДЛЯ РАЗНЫХ ТИПОВ ОБЪЕКТОВ

ПРИСТРОЙКИ И ОТДЕЛЬНО СТОЯЩИЕ ЗДАНИЯ



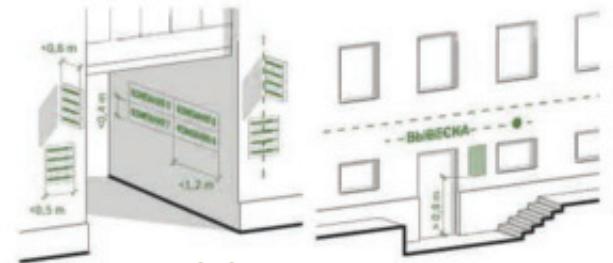
- допускается использование не более 30% поверхности светопрозрачных конструкций
- допускается расположение вывесок над входом в помещение при размещении вывески строго по центральной оси дверного проема и по оси фриза или карниза пристройки
- при расположении информационных табличек в полотне светопрозрачной конструкции, на двери или на стене рядом с дверью высота от нижней части таблички до уровня входа в помещение должна быть не менее 0,8 м.
- установка крышных конструкций возможна только при плоской кровле или на карнизах скатных кровель. Установка крышных конструкций на коньке скатной кровли недопустима.

ТОРГОВЫЕ И МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ЦЕНТРЫ



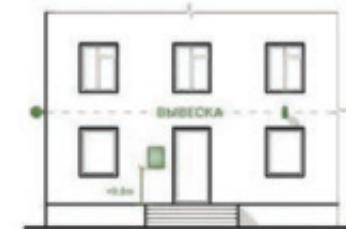
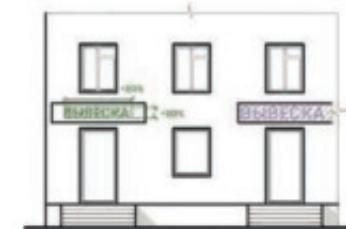
- допускается использование не более 30% поверхности светопрозрачных конструкций
- допускается расположение вывесок над входом в помещение и над светопрозрачными конструкциями при размещении вывески строго по центральной оси проема и по оси фриза или карниза
- при расположении нескольких вывесок в ряд в широкопролетном проеме по оси проема центрируется вся группа вывесок
- допустимо расположение нескольких табличек группами в глухих простенках по центральной оси

ПОМЕЩЕНИЕ НА ЦОКОЛЬНОМ ЭТАЖЕ, ПОДВАЛЕ И ВНУТРИДОМОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ



- высота нижнего края информационных табличек — не менее 0,8 м от уровня входа в помещение
- допускается использование не более 30% поверхности светопрозрачных конструкций
- вывески располагаются над входом в помещение по оси дверного полотна или на козырьках и навесах над спуском в подвал/цоколь допускается размещение вывесок и групп вывесок в арках не глухих стенах. В таком случае высота одной вывески не превышает 0,4 м, ширина - 1,2.
- при размещении табличек и групп табличек на фасадных стенах их ширина не должна превышать 50 см
- консольные вывески не должны быть шире 0,4 м(Категория 1)/ 0,6 м (Категория 2)/ 0,7 м(Категория 3)

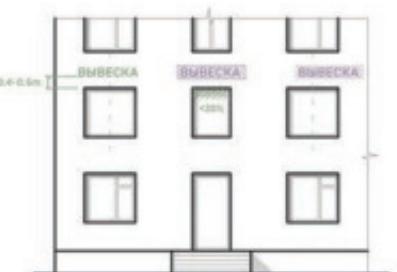
ПОМЕЩЕНИЕ НА 1-М ЭТАЖЕ



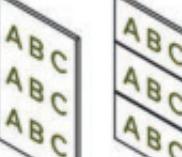
- высота нижнего края информационных табличек — не менее 0,8 м от уровня входа в помещение
- допускается использование не более 30% поверхности светопрозрачных конструкций
- вывески располагаются на стене над входом в помещение по оси дверного полотна
- не допускается размещение вывесок на балконных ограждениях над входом

ПОМЕЩЕНИЕ НА 2-М ЭТАЖЕ

- допускается использование не более 30% поверхности светопрозрачных конструкций
- допускается расположение вывесок над окном помещения при размещении вывески строго по центральной оси оконного проема
- недопустимо размещение информации на светопрозрачной конструкции
- расстояние от нижнего края вывески до верхнего края окна должно составлять 0,4–0,6 м.



МАКСИМАЛЬНО ДОПУСТИМЫЕ РАЗМЕРЫ ВЫВЕСОК

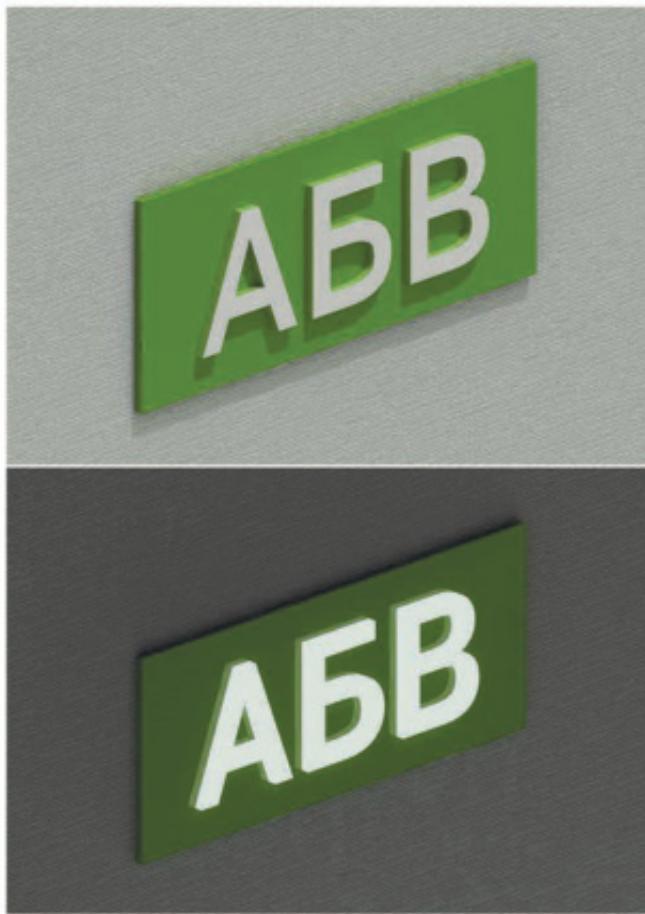
Тип вывески	Категория (Высота мм, Ширина мм, Толщина мм; отступ от фасада мм)		
	Категория 1	Категория 2	Категория 3
 Вывеска с подложкой	 (искл. Фриз по всему фасаду)	600*1200*80	700*1200*80
 Вывеска без подложки	400*12000*40; 20	600*1200*60; 40	700*1200*60; 40
 Световой короб		600*1200*100	700*1200*100
 Панель-кронштейн	400*400*100; 100	600*600*110; 120	700*700*120; 120
 Табличка	800*500*20; 10	800*500*20; 10	800*500*20; 10
 Крышная установка	<p>Высота</p> <p>1500 — для объектов высотой 12–24 м 3000 — для объектов высотой 24–39 м 4000 — для объектов высотой 39 м и больше</p>	<p>Ширина</p> <p>При длине фасада менее 35 м — не более 80 % длины фасада При длине фасада более 35 м — не более 50 % длины фасада</p>	<p>Отступ</p> <p>10 % длины фасада от угла здания Не менее 800 и не более 1200 по высоте от крыши или парапета Не менее 500 и не более 1500 вглубь от плоскости фасада</p>
Толщина 20 % от высоты установки			

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ

В настоящем разделе представлены рекомендации по оформлению различных типов вывесок и информационных носителей.



ВЫВЕСКА С ПОДЛОЖКОЙ

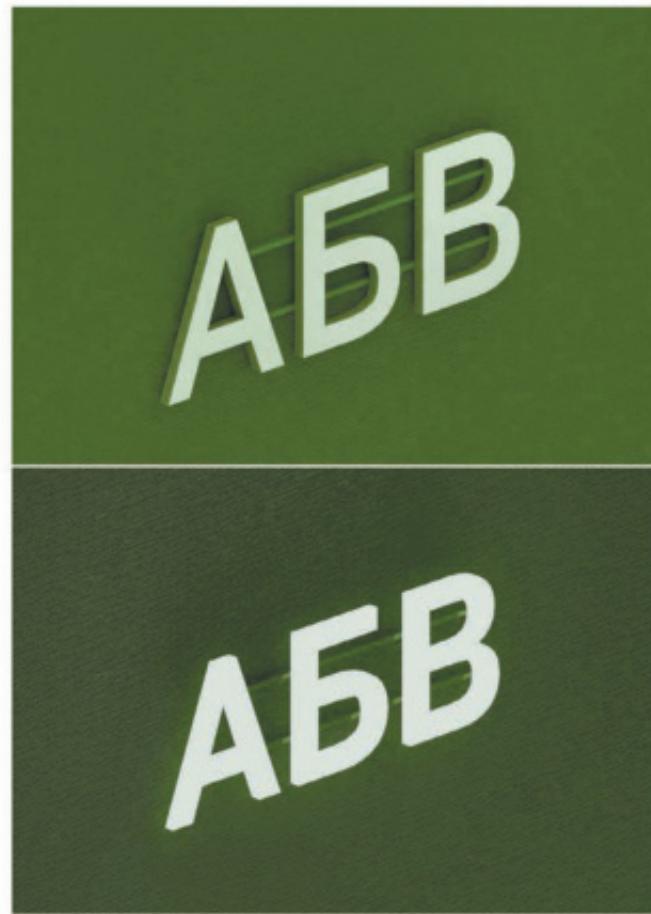


При выполнении объемных букв с внутренней подсветкой – рекомендуемая толщина букв – 1/2 от толщины основного штриха шрифта. Текст лучше читается, когда боковые части объемных элементов выполнены в цвет подложки.



При использовании плоских элементов с внешней подсветкой рекомендуется использовать контрастные решения по цвету в сочетании с матовой финишной поверхностью.

ВЫВЕСКА БЕЗ ПОДЛОЖКИ



Все элементы и крепления окрашиваются в цвет фасада. При установке вывески из объемных элементов с внутренней подсветкой рекомендуемая толщина букв – 1/2 от толщины основного штриха шрифта.



В варианте с Плоскими элементами с контражурной подсветкой элементы вывески рекомендуется делать темнее фасада. Рекомендуемая толщина букв – не более 1 см.



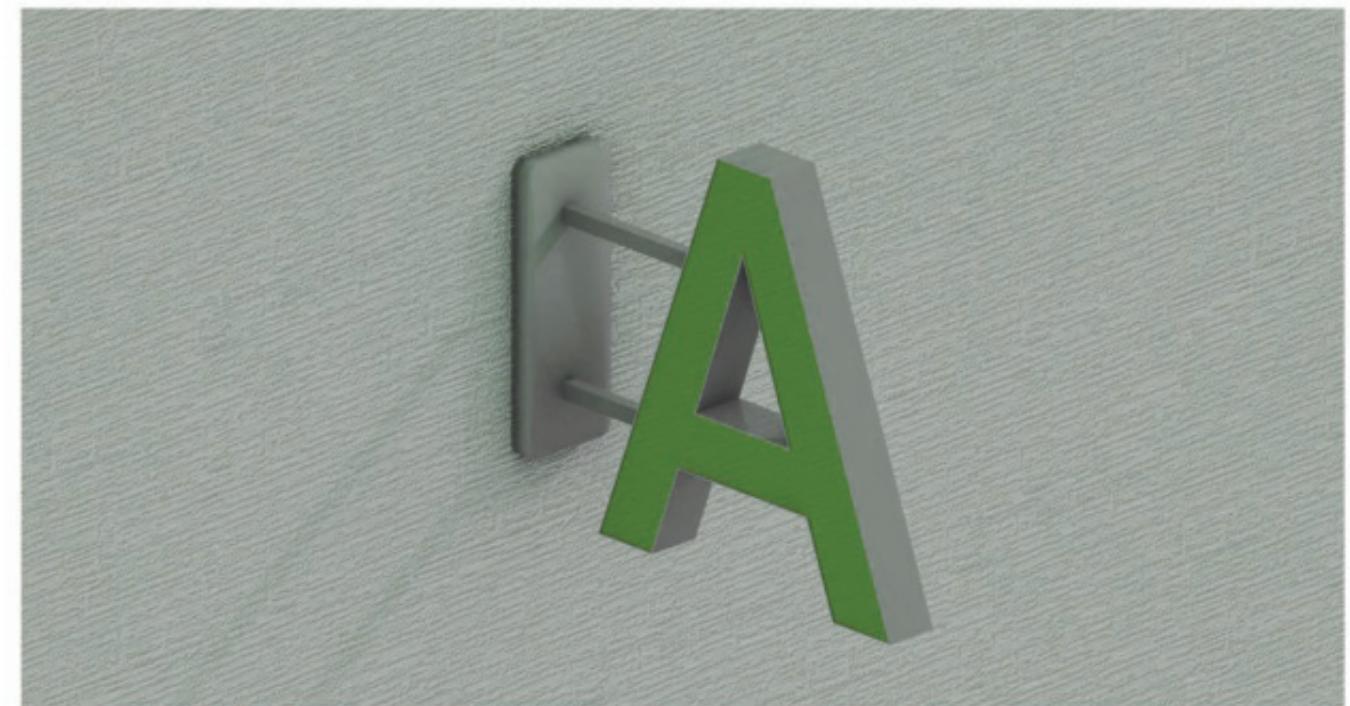
При контражурной подсветке рекомендуется делать элементы темнее подложки. Толщина букв при этом не более 1 см.

СВЕТОВОЙ КОРОБ



Световой короб нельзя монтировать на отдалении от фасада, он должен плотно прилегать к фасаду. Торцы короба рекомендуется окрашивать в цвет фасада. Нельзя располагать световые короба не прямоугольной формы вблизи от других световых коробов: при монтаже светового короба сложной формы на расстоянии 1 м не должно быть других вывесок.

ПАНЕЛЬ-КРОНШТЕЙН

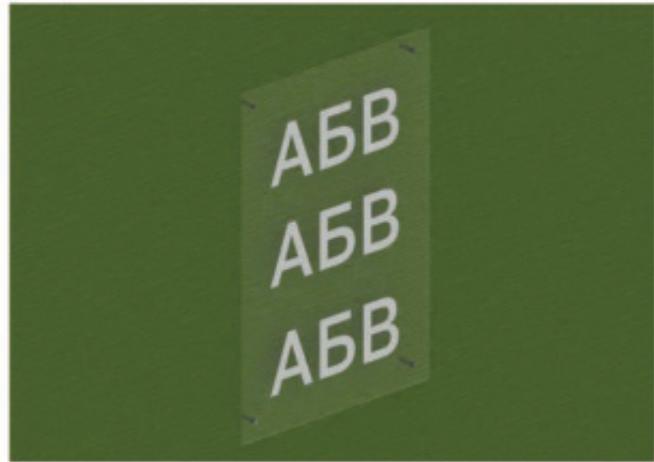


Все детали крепления и монтажа окрашиваются в цвет фасада. При элементе без подложки рекомендуется торцы объемного элемента окрашивать черным, темно-серым или в цвет фасада.

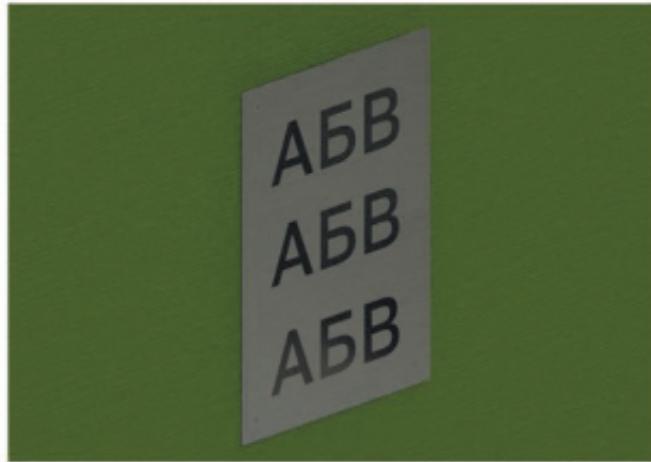


При кронштейне с подложкой рекомендуется отдавать предпочтение круглой форме.

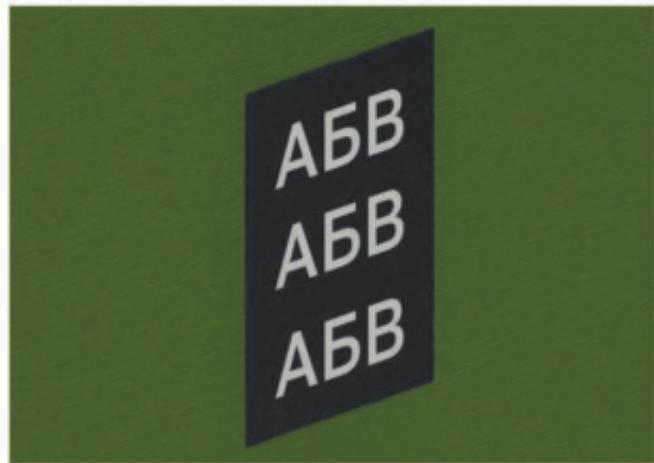
ТАБЛИЧКА



При прозрачной подложке следует выбирать цвет букв, контрастный цвету фасада. Использование слишком ярких цветов не рекомендуется.

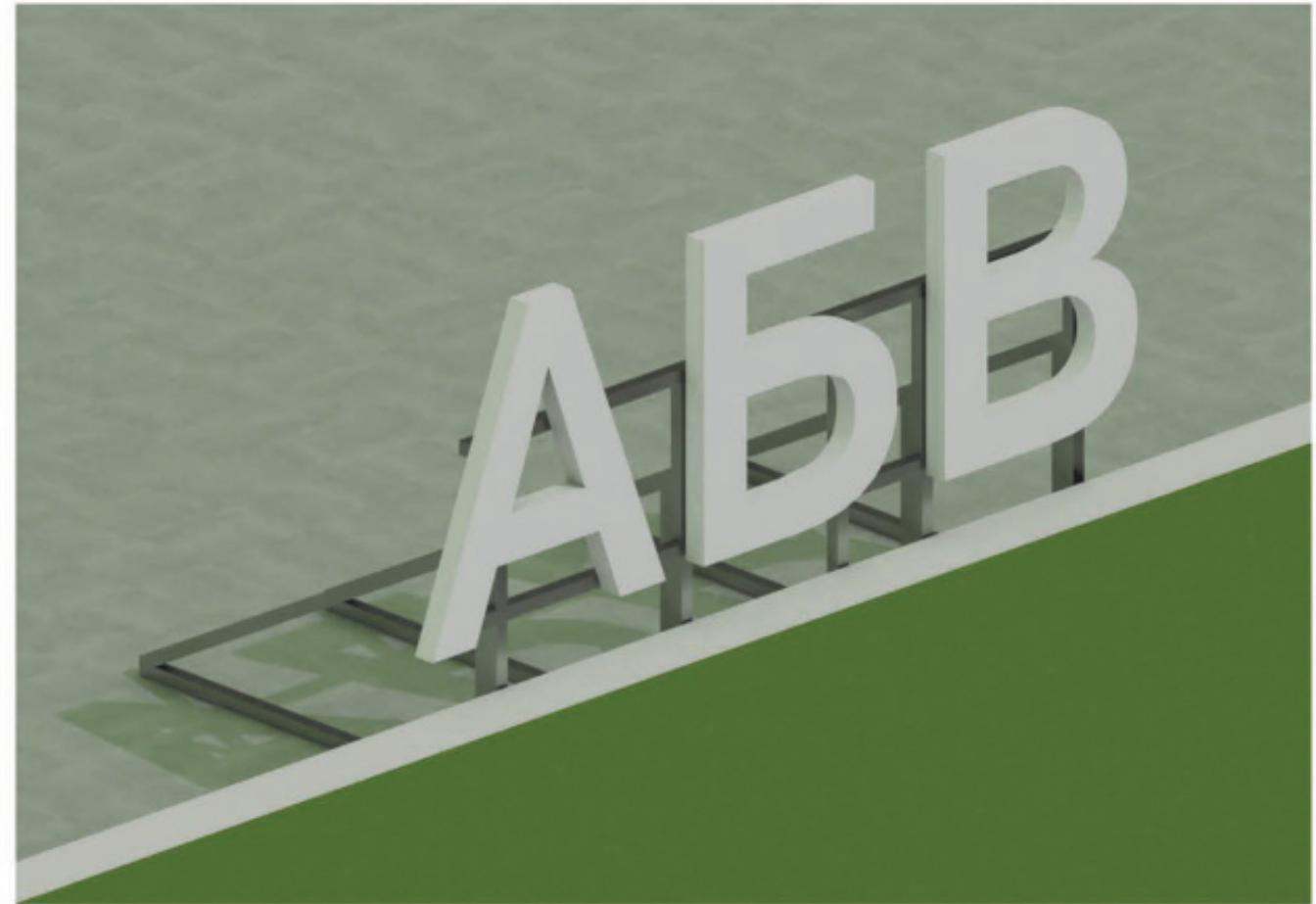


Варианты исполнения табличек – металлическая с черной гравировкой, пластиковая.



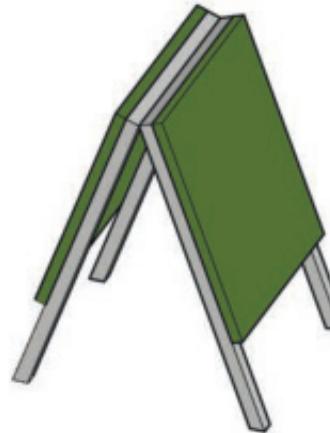
Табличка окрашенная нейтрального цвета с текстом, контрастным фону.

КРЫШНАЯ УСТАНОВКА



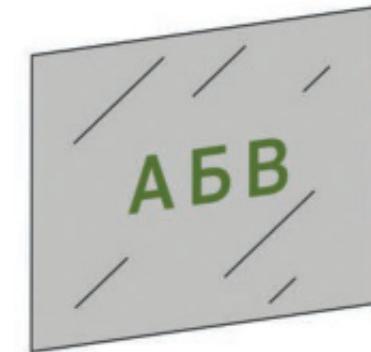
Установка крышной вывески возможна только из отдельно стоящих букв без подложки с внутренней подсветкой. Каркас и элементы монтажа должны быть окрашены в темно-серый цвет.

УНИВЕРСАЛЬНЫЕ НОСИТЕЛИ ИНФОРМАЦИИ



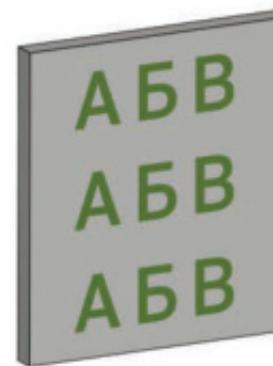
Штендеры

Мобильные конструкции, располагающиеся у входа в помещение в часы его работы и несущая информацию из категории «другое».



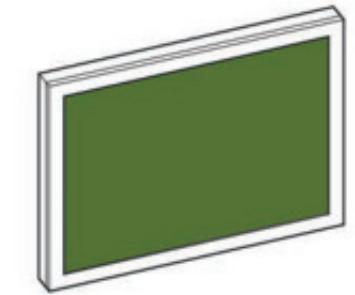
Оформление светопрозрачных конструкций

Оформление, расположенное на витринах и в оконных проемах с внутренней стороны.



Баннеры и афиши

Временные носители, размещаемые на глухих участках стен и в проемах между архитектурными элементами, как правило на специально предназначенных для этого местах.



Настенные видеоэкраны

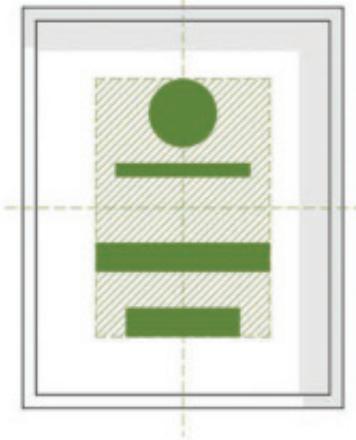
Электронные носители, установленные на фасаде здания и транслирующие видеоряд

ОФОРМЛЕНИЕ СВЕТОПРОЗРАЧНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

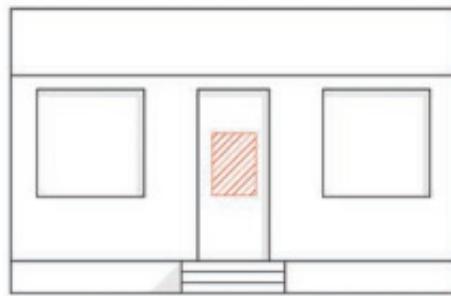
Под светопрозрачными конструкциями понимаются окна, двери со стеклянными элементами, витрины, стеклянные фризы. Основное требование дизайн-кода — сохранить просматриваемость светопрозрачных ограждающих конструкций.



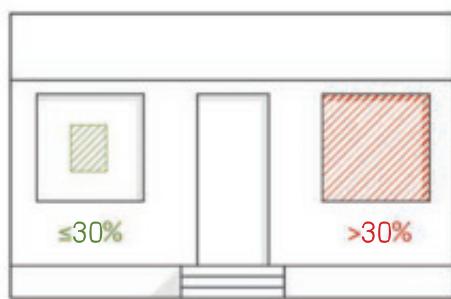
Информация и элементы оформления на светопрозрачных может располагаться только с внутренней стороны. На внешней стороне недопустимо размещение каких-либо элементов оформления, в том числе наклеек.



Элементы оформления должны быть выровнены по центральным осям окна или витрины относительно рамы и импостов.



Размещение рекламных постеров и афиш в поле дверных проемов недопустимо. На светопрозрачной части двери может быть нанесена только справочная информация и логотипы.



Оформление, расположенное на светопрозрачной конструкции, не может перекрывать более 30% площади остекления.

ВРЕМЕННОЕ ОФОРМЛЕНИЕ СВЕТОПРОЗРАЧНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

В качестве носителей используются плакаты, объявления в рамках, элементы в виде отдельных объемных букв или декоративных элементов, наклейки на стекле.

Оформление рекомендуется делать без подложки или использовать подложку темного цвета — так оформление будет органичнее смотреться в витрине.

При размещении информации без подложки буквы и декоративные элементы лучше делать белого цвета — так оформление будет хорошо смотреться и в светлое, и в темное время суток.

Допустимые варианты исполнения в зависимости от категории городского пространства

Тип	Категория 1	Категория 2	Категория 3
Без подложки	✓	✓	✓
На подложке	✗	✓	✓
Световой короб	✗	✓	✓
Неон или светодиодная лента	✗	✓	✓
Бегущая строка	✗	✗	✗

ШТЕНДЕРЫ

Штендеры служат в первую очередь для размещения дополнительной информации об акциях, актуальном предложении и доступных в заведении услугах. К их расположению и наполнению предъявляются следующие требования:

Штендеры соответствовать профилю организации, которую они представляют, и быть оформлены в ее цветах и фирменном стиле.

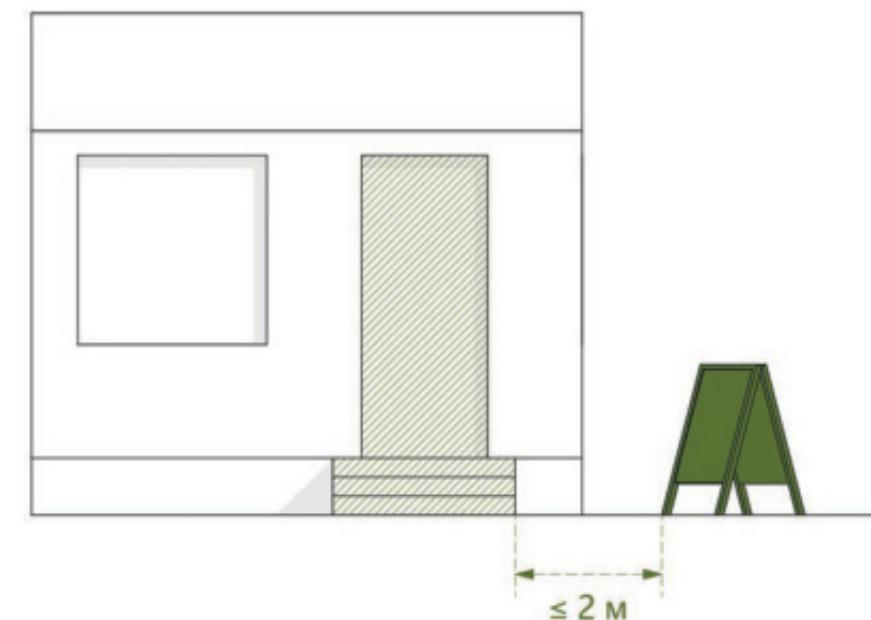
центральной части города допускается только размещение штендеров с покрытием меловой доски.

Внешне штендеры рекомендуется использовать нейтрального темного на каркасе нейтрального цвета.

Штендеры устанавливаются только в часы работы организации и размещаются на тротуаре или газоне в пределах 2 м от входа в нее.

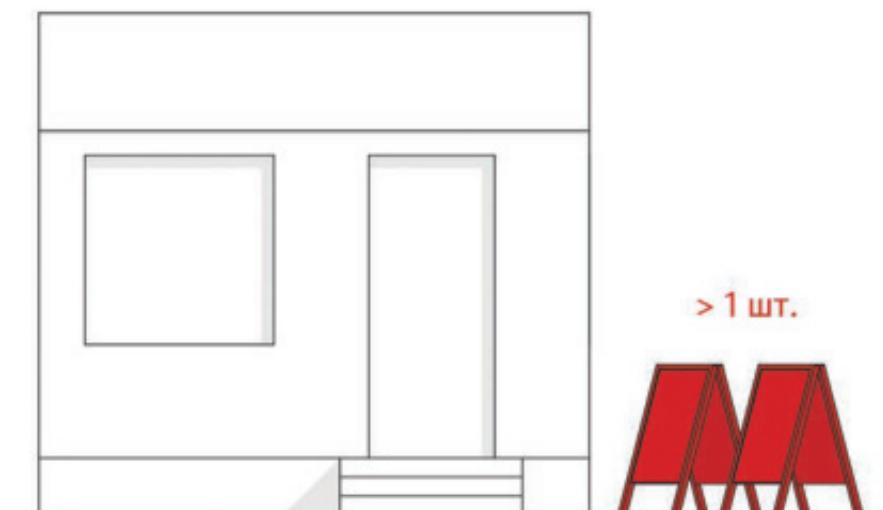
В оформлении штендера не рекомендуется использовать более трех цветов.

У входа нельзя ставить больше одного штендера.



Допустимые варианты исполнения в зависимости от категории городского пространства

Тип	Категория 1	Категория 2	Категория 3
Меловая доска на черном или деревянном каркасе, предназначенная для размещения меню	✓	✓	✓
Пластиковый, металлический или композитный штендер	✗	✓	✓



НАСТЕННЫЕ ВИДЕОЭКРАНЫ

Место для установки видеоэкрана и его допустимый размер определяются исходя из архитектурных особенностей здания.

Экран должен быть закреплен таким образом, чтобы ни он сам, ни элементы крепления не выступали за пределы конструкция здания.

Видеоэкраны допустимо размещать на глухих участках стен нежилых зданий высотой не менее 9 м.

Видеоэкраны допустимо располагать на расстоянии не менее 4 м от нижней границы экрана до поверхности земли.

Размер видеоэкрана не должен превышать размеры фасада, на котором он расположен. При этом общая площадь поля видеоэкрана не должна превышать 50 м².

Минимальное расстояние от видеоэкрана до стволов деревьев — 10 м, до проезжей части — 20 м, до окон зданий, расположенных напротив — 50 м.

Использование звуковых рекламных сообщений недопустимо.

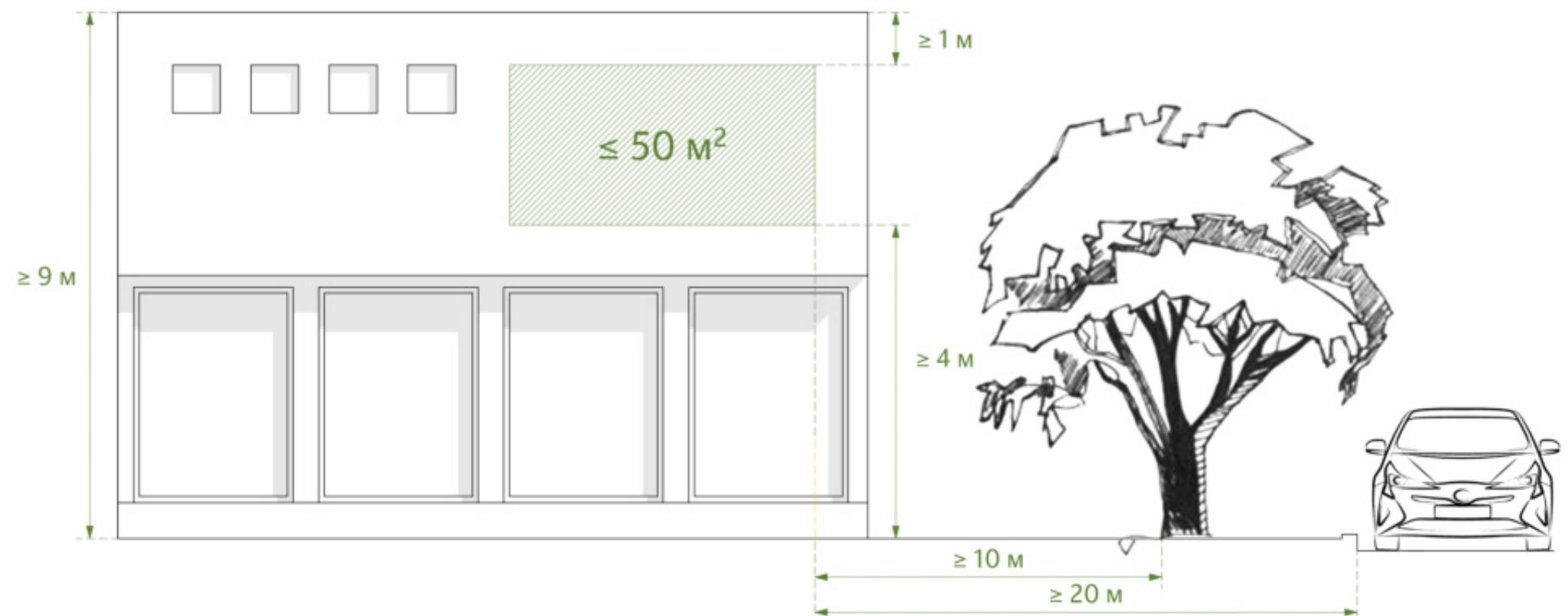
Элементы крепления не должны быть видны за экраном и окрашены в цвет фасада или в нейтральные темные цвета.

Верхняя граница видеоэкрана должна располагаться на расстоянии не менее 1 м от верхней границы парапета здания

Размещение видеоэкранов в центральной части города (пространства 1-й категории) недопустимо.

Допустимые варианты исполнения в зависимости от категории городского пространства

Тип	Категория 1	Категория 2	Категория 3
LED - видеоэкран	✗	✓	✓
Бегущая строка	✗	✗	✗
Проект размещения медиафасадов в индивидуальном порядке согласуется с местными регулирующими органами			



БАННЕРЫ И АФИШИ

Баннеры и афиши разрешены только на нежилых зданиях в городских пространствах 2-й и 3-й категорий. В городских пространствах 1-й категории этот вид носителей запрещен.

В городских пространствах 1-й категории разрешены только в специально отведенных местах на территориях культурно-массового назначения

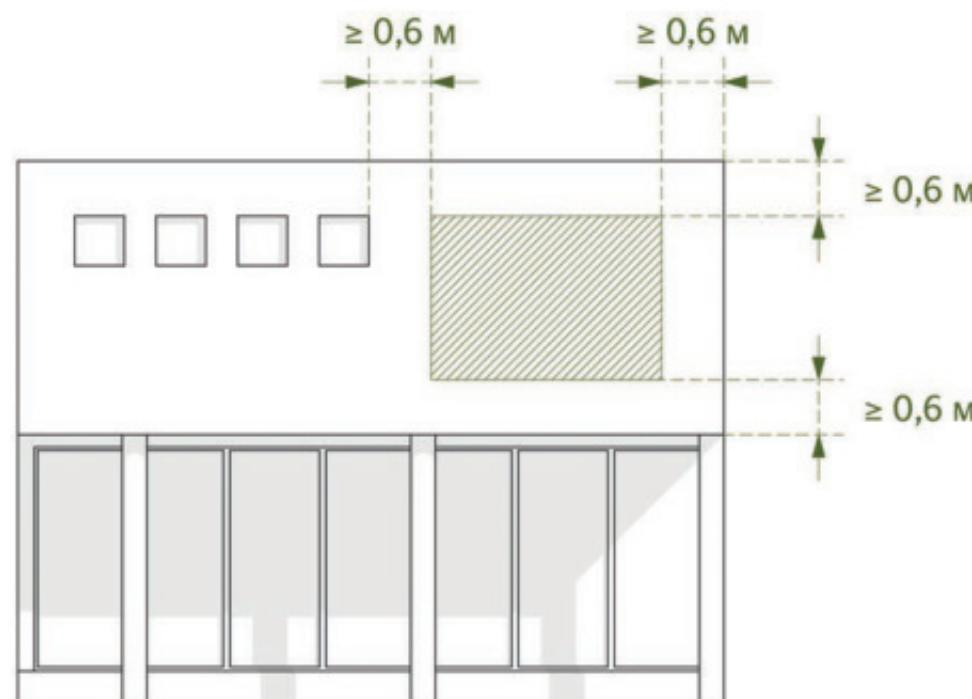
Афиши на растяжках разрешены только на учреждениях культуры, медицины и образования; они крепятся в нишах, порталах, промежутках между колоннами и пилонами. Минимальный зазор между афишой и архитектурными элементами здания — 0,2 м.

Расстояние от расположенного на стене баннера или афиши до углов здания, архитектурных элементов, оконных проемов, парапета, нижней границы глухого участка стены должно быть не менее 0,6 м.

В качестве носителя информации используются баннеры на растяжках, полупрозрачные тканевые фасадные баннеры, настенные рекламные щиты.

Баннеры в пределах одного фасада должны быть выполнены в едином конструктивном решении.

Если баннер располагается в углублении (в промежутке между колоннами, в нише), рекомендуется использовать темный фон подложки.



Допустимые варианты исполнения в зависимости от категории городского пространства

Тип	Категория 1	Категория 2	Категория 3
Афиша мероприятия	✗	✓	✓
Реклама товаров или услуг	✗	✗	✓



ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ И РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

Требования к размещению рекламных конструкций разработаны с учетом таких типов и характеристик как габариты конструкций, способы их размещения, подсветки и особенности восприятия пешеходами и автомобилистами. Требования позволяют выбрать подходящее место для размещения рекламных конструкций, устанавливая рекомендуемые расстояния до элементов городской среды, средств организации дорожного движения, фасадов зданий и сооружений.

В городе допустимо размещение следующих типов рекламных конструкций:

- рекламные щиты / билборды
- рекламные щиты формата сити-лайт

Иные типы постоянного размещения рекламы в городе не рекомендованы дизайн-кодом.

Билборды следует размещать на газонах с учетом охранных зон подземных коммуникаций. Размеры билборда могут достигать максимальных размеров 3x6 м. Билборды можно размещать только на магистральных улицах и за пределами исторической застройки города. Расстояние от крайней точки билборда до фасадов зданий должно достигать не менее 10 метров.

Щиты формата сити-лайт являются рекламными щитами со внутренней подсветкой. Они могут быть оборудованы механизмом смены рекламного изображения. В центральной части города размещение щитов формата сити-лайт недопустимо (за исключением совмещения с остановочными павильонами).

При расположении рекламных конструкций на стенах зданий важно соблюдать ряд принципов:

- для размещения рекламных конструкций следует выбирать глухие стены без оконных проемов
- высота от нижнего края рекламной конструкции до земли должна составлять не менее 4 метров
- расстояние от края рекламной конструкции до крон деревьев должно составлять не менее 10 метров

Расстояние рекламных конструкций от остановок наземного городского транспорта:

- не менее 3 метров до щитов формата сити-лайт
- не менее 10 метров до билбордов
- не менее 15 метров до городских экранов

Расстояние между рекламными конструкциями разных типов должно составлять не менее 30 метров, при расположении более 3 конструкций в ряд - суммарное расстояние не менее 70 метров.

Расстояние от городских экранов до окон зданий должно составлять не менее 50 метров во избежании засветов.

НЕСТАЦИОНАРНЫЕ ТОРГОВЫЕ ОБЪЕКТЫ

НТО могут находиться в любой из трех категорий городского пространства, правила размещения вывесок одинаковые для любой из них.

При отсутствии глухого простенка информационные таблички размещаются с прозрачной подложкой или без нее на светопрозрачных элементах конструкции.

Вывеска НТО должна быть размещена строго на фризе над витриной по оси входа или по оси павильона.

Если на фризе павильона НТО недостаточно места для размещения вывески, допустимо размещение вывески на козырьке в одной плоскости с передним краем.

Вывеска НТО выполняется из отдельных букв без подложки фирменным или рекомендуемым шрифтом.

Дополнительно допустимо размещение фирменного логотипа возможно под витриной киоска.

Информационные таблички должны быть размещены на глухом простенке рядом со входной группой на высоте не менее 0,8 м нижней отметки входа.

Размещение вывесок на глухой стене павильона НТО, где нет входа, недопустимо. Надпись размещается строго в одну строку.

Запрещается размещение НТО перекрывая значимые части города, архитектуру, памятники.

Соседствующие НТО должны не должны конфликтовать между собой по стилю и расположению

Допустимые материалы наружней отделки:

Вентилируемый фасад:

- окрашенные металлокассеты (RAL 7024, 9005).
- фасадная доска (серый дуб или иные натуральные цвета)



Дверь, окно:

- двухкамерный стеклопакет, окрашенный алюминиевый теплый профиль, (RAL 7024, 9005.).



НЕСТАЦИОНАРНЫЕ ТОРГОВЫЕ ОБЪЕКТЫ ЯРМАРОЧНОГО ТИПА

Ярмарочные конструкции могут находиться только в специально разрешенных местах.

Вывеска ярмарочной конструкции должна быть размещена строго на фризе над витриной по оси павильона.

Вывеска ярмарочной конструкции выполняется из отдельных букв без подложки фирменным или рекомендуемым шрифтом.

Надпись размещается строго в одну строку.

При отсутствии глухого простенка информационные таблички размещаются с прозрачной подложкой или без нее на светопрозрачных элементах конструкции.

Если на фризе ярмарочной конструкции недостаточно места для размещения вывески, допустимо размещение вывески на козырьке в одной плоскости с передним краем.

Дополнительно допустимо размещение фирменного логотипа возможно под витриной киоска.

Запрещается размещение ярмарочных конструкций перекрывая значимые части города, архитектуру, памятники. Соседствующие конструкции должны не должны конфликтовать между собой по стилю и расположению

Допустимые материалы наружней отделки:



ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ НЕСТАЦИОНАРНЫХ ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТОВ

Павильоны НТО должны располагаться минимум в 6 м от глухих фасадов зданий, в 10 м — от фасадов с окнами, не менее 5 м от границ входных дверей, не менее 50 м на расстоянии от наружных стен технических сооружений.

Расстояние павильонов НТО от границы пешеходного перехода не менее 5 м, от пересечения перекрестка не менее 10 м. При этом размещение на нерегулируемых перекрестках, в местах примыкания второстепенных и внутренних проездов к дорогам, на нерегулируемых пешеходных переходах не допускается: в пределах треугольников видимости для условий «пешеход — транспорт» и «транспорт — транспорт» должно обеспечиваться открытое пространство.

Минимальное расстояние от НТО до границы проезжей части — 3 м.

Минимальное расстояние от НТО до оси ствола дерева — 5 м.

ОСТАНОВКИ НАЗЕМНОГО ТРАНСПОРТА И ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ

Остановки наземного транспорта должны быть выполнены по единому проекту на всей территории города.

Цвета для оформления остановок должны соответствовать палитре

Киоски и иные НТО должны быть установлены на расстоянии не более 3 метров от остановок наземного транспорта. Исключение остановка со встроенным павильоном

Посадочный карман или зона посадки пассажиров должна составлять не менее 20 метров и иметь беспрепятственный доступ.

При расположении киосков и НТО в границах посадочной зоны остановок наземного транспорта, расстояние от края киоска до границы проезжей части должно составлять не менее 3 метров.

Отклонение от стандартов допускается при установке авторских остановок, при наличии разрешения от Администрации муниципального образования «Ярцевский муниципальный округ» Смоленской области

Остановки наземного транспорта должны иметь зону для размещения рекламы, места для сидения и навес

Остановки наземного транспорта должны быть оборудованы урнами

Допустимые материалы наружной отделки:

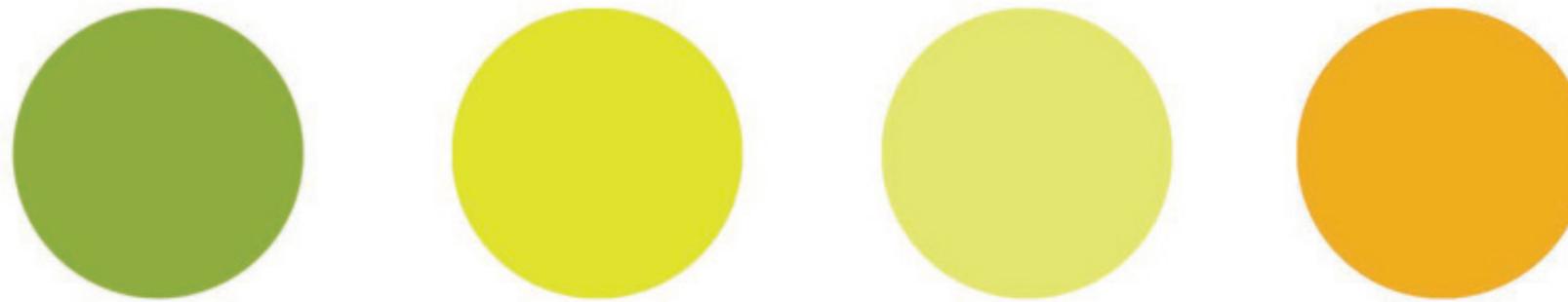
- окрашенные металлокассеты (RAL 7024, 9005).
- фасадная доска (серый дуб или иные натуральные цвета)



- стеклопакет или монолитный поликарбонат,
- окрашенный алюминиевый профиль, (RAL 7024, 9005.).

ГОРОДСКОЙ ТРАНСПОРТ

Основные цвета:



Недопускается:

- нанесение рисунка на светопрозрачные конструкции



Состояние транспортных средств должно способствовать комфортному и безопасному перемещению пассажиров

СИСТЕМА НАВИГАЦИИ

АДРЕСНЫЕ ТАБЛИЧКИ

Адресные указатели должны соответствовать установленному дизайн-кодом образцу, в первую очередь в части подбора шрифтов.

Таблички на зданиях одной улицы следует размещать на одном уровне.

На улицах с односторонним движением транспорта — на стороне главного фасада дома, ближней по направлению движения транспорта.

Адресные таблички следует размещать на участках дома, которые хорошо просматриваются со стороны проезжей и пешеходной части улиц, не загороженных фонарями, деревьями и другими препятствиями.

На ограждениях и помещениях производственных предприятий таблички размещаются справа от главного входа или въезда.

У арки — на расстоянии не менее 400 мм от арки с правой стороны или над проемом.

На угловых зданиях размещается по одной табличке на каждом фасаде, выходящем в сторону проезжей части.

При смене наименования улицы, номера дома или изменении требований к внешнему виду и конфигурации необходима замена таблички с соблюдением требований дизайн-кода или иного документа.

Адресная табличка с номером дома и названием улицы размещаются на первом и последнем доме квартала или через каждые 500 м, на остальных домах размещается табличка с номером дома.

При длине фасада строения 100 м и более таблички размещаются на противоположных сторонах.

Вариант 1



Вариант 2 (контрастный цвет, без подложки)



Стратегии внедрения дизайн-кода с учётом возможностей города и целевых аудиторий

В зависимости от задач и имеющихся ресурсов внедрение новых требований к благоустройству может осуществляться как формате масштабного редизайна городской среды, так и постепенного развертывания правил благоустройства.

При масштабном редизайне городской среды и внедрении дизайн-кода может применяться стратегия субсидирования замены ранее утверждённых элементов, форматов и конструкций, а также интенсивного стимулирования бизнеса и собственников зданий на скорейшее применение новых норм.

Масштабный редизайн может быть осуществлён только лишь при наличии ресурсов и готовности заинтересованных сторон к быстрым изменениям, например, при подготовке к празднованию важных событий или в соответствии с потребностями территориального маркетинга.

Следует также учитывать, что даже при наличии ресурсов активное внедрение норм и правил дизайн-кода может оказывать определенное давление на целевые аудитории, и как следствие, вызывать публичные конфликты и негативные реакции отдельных заинтересованных сторон, в том числе лидеров общественного мнения.

При постепенном внедрении дизайн-кода изменения могут происходить постепенно с учётом реальных возможностей целевых аудиторий, местного бюджета и заинтересованных сторон.

Пошаговое внедрение не даёт быстрого эффекта, но, в свою очередь, позволяет выстраивать доверительные отношения со всеми акторами изменений, предоставляя им комфортные сроки и ресурсные возможности для замены элементов городской среды в соответствии с дизайн-кодом. Более того, такая стратегия может включать в себя корректировку положений дизайн-кода на основе реального опыта внедрения.

При постепенном внедрении следует определить важность и первостепенность точек контакта, а также средство выражения индивидуальности города, которые важно заменить в ближайшее время без существенных временных и материальных затрат.

Для поэтапного внедрения дизайн-кода необходимо определить:

Общие компоненты. Следует найти компоненты, которые можно повторно использовать сразу в нескольких городских локациях, чтобы, например, сэкономить на масштабе или визуально объединить сразу несколько зон и пространств.

Общие паттерны. Это могут быть дизайн-шаблоны, которые можно повторно использовать при оформлении фасадов зданий, навигации или в цветовых решениях.

Компоненты с высокой ценностью. Здесь важно определить компоненты или шаблоны, имеющие большую ценность для города. Речь может идти об элементах, которые являются неотъемлемой частью городской среды, имеют необычно высокую ценность для всех или сразу нескольких целевых аудиторий.

Техническая возможность. В первую очередь могут внедряться дизайн-решения, которые просты в технической реализации, когда требуется лишь небольшой редизайн или несущественное изменение функционала.

Примеры внедрения. Важно определить «евангелистов» изменений, то есть тех, кто готов применять дизайн-код уже сейчас и вдохновлять других на его использование.

Техническая независимость. Здесь можно определить решения, которые можно технически реализовать отдельно от других частей города, чтобы внедрить их независимо в конкретные сроки.

Маркетинговый потенциал. В первую очередь следует внедрять решения, которые могут вдохновлять другие целевые аудитории на использование дизайн-кода, и формировать принудительную силу реальности, когда масштабирование решений будет происходить под влиянием общественного мнения или коммерческой целесообразности.

До применения дизайн-кода:



После применения дизайн-кода:



До применения дизайн-кода:



После применения дизайн-кода:



До применения дизайн-кода:



После применения дизайн-кода:



До применения дизайн-кода:



После применения дизайн-кода:



До применения дизайн-кода:



После применения дизайн-кода:



Пример дизайн-кода:



До применения дизайн-кода:



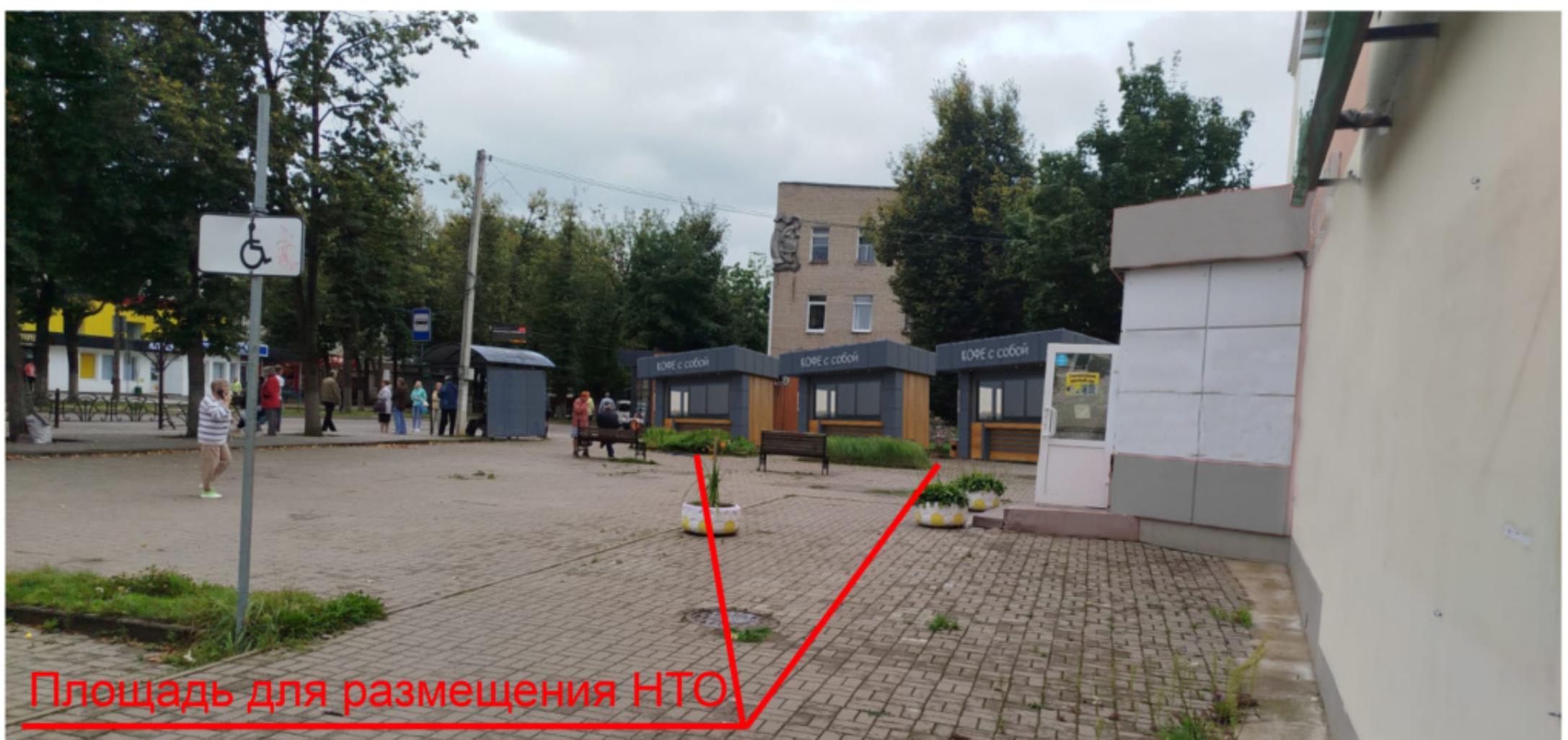
После применения дизайн-кода:



До применения дизайн-кода:



После применения дизайн-кода:



Паспорт цветового решения ИЖД
(таблица RAL официальные сайты http://ral.ru/design_colours)

№ п/п	Адрес, элемент фасада	Цвет по шкале RAL	Фактура поверхности
ул.50 лет Октября, дом 5			
1.	цоколь	RAL	
	стены 1-го этажа	RAL5024	
	стены 2, 3, 4 этажей	RAL5024	
	крыша	RAL8017	
	детали фасада	белый	
	ул. Карла Маркса, дом 13		
2.	цоколь	RAL3016	
	стены 1-го этажа	Красный кирпич	
	стены 2, 3, 4 этажей	Красный кирпич	
	крыша	RAL8017	
	детали фасада	белый	
	ул.Краснооктябрьская, дом 33а		
3.	цоколь		
	стены 1-го этажа	Белый кирпич	
	стены 2, 3, 4 этажей	Белый кирпич	
	крыша	RAL8017	
	детали фасада	белый	
	ЛММС, дом 1		
4.	цоколь	RAL3016	
	стены 1-го этажа	Красный кирпич	
	стены 2, 3, 4 этажей	Красный кирпич	
	крыша	RAL8017	
	детали фасада	белый	

	ул.Максима Горького, дом 28/2	
5.	цоколь	
	стены 1-го этажа	Белый кирпич
	стены 2, 3, 4 этажей	Белый кирпич
	крыша	RAL8017
	детали фасада	белый
	ул.Маршала Жукова, дом 1	
6.	цоколь	
	стены 1-го этажа	Белый кирпич
	стены 2, 3, 4 этажей	Белый кирпич
	крыша	RAL8017
	детали фасада	белый
	ул.Маршала Жукова, дом 6	
7.	цоколь	
	стены 1-го этажа	Белый кирпич
	стены 2, 3, 4 этажей	Белый кирпич
	крыша	RAL8017
	детали фасада	белый
	ул.Маршала Жукова, дом 7	
8.	цоколь	
	стены 1-го этажа	Белый кирпич
	стены 2, 3, 4 этажей	Белый кирпич
	крыша	RAL8017
	детали фасада	белый
	ул.Ольховская, дом 17	
9.	цоколь	

	стены 1-го этажа	Белый кирпич	
	стены 2, 3, 4 этажей	Белый кирпич	
	крыша	RAL8017	
	детали фасада	белый	
ул.Ольховская, дом 19			
10.	цоколь		
	стены 1-го этажа	Белый кирпич	
	стены 2, 3, 4 этажей	Белый кирпич	
	крыша	RAL8017	
	детали фасада	белый	
ул.Первомайская, дом 14/6			
11.	цоколь		
	стены 1-го этажа	Белый кирпич	
	стены 2, 3, 4 этажей	Белый кирпич	
	крыша	RAL8017	
	детали фасада	белый	
ул.Первомайская, дом 16			
12.	цоколь		
	стены 1-го этажа	Белый кирпич	
	стены 2, 3, 4 этажей	Белый кирпич	
	крыша	RAL8017	
	детали фасада	белый	
ул.Советская, дом 9			
13.	цоколь		
	стены 1-го этажа	Белый кирпич	
	стены 2, 3, 4 этажей	Белый кирпич	

	крыша	RAL8017	
	детали фасада	белый	
14.	ул.Советская, дом 11		
	цоколь		
	стены 1-го этажа	Белый кирпич	
	стены 2, 3, 4 этажей	Белый кирпич	
	крыша	RAL8017	
	детали фасада	белый	
15.	ул.Советская, дом 16		
	цоколь		
	стены 1-го этажа	RAL2000	
	стены 2, 3, 4 этажей	RAL2000	
	крыша	RAL8017	
	детали фасада	белый	
16.	ул.Советская, дом 18		
	цоколь		
	стены 1-го этажа	RAL2000	
	стены 2, 3, 4 этажей	RAL2000	
	крыша	RAL8017	
	детали фасада	белый	
17.	ул.Советская, дом 19		
	цоколь		
	стены 1-го этажа	Белый кирпич	
	стены 2, 3, 4 этажей	Белый кирпич	
	крыша	RAL8017	
	детали фасада	белый	

	ул.Советская, дом 21	
18.	цоколь	
	стены 1-го этажа	Белый кирпич
	стены 2, 3, 4 этажей	Белый кирпич
	крыша	RAL8017
	детали фасада	белый
19.	ул.Советская, дом 22/2	
	цоколь	
	стены 1-го этажа	RAL2000
	стены 2, 3, 4 этажей	RAL2000
	крыша	RAL8017
20.	детали фасада	белый
	ул.Чайковского, дом 31	
	цоколь	
	стены 1-го этажа	
	стены 2, 3, 4 этажей	
21.	крыша	RAL8017
	детали фасада	белый
	ул.Чернышевского, дом 3	
	цоколь	RAL3016
	стены 1-го этажа	Красный кирпич
22.	стены 2, 3, 4 этажей	Красный кирпич
	крыша	RAL8017
	детали фасада	белый
	ул.Чернышевского, дом 9/8	
	цоколь	

	стены 1-го этажа	2004	
	стены 2, 3, 4 этажей	RAL090-90-20	
	крыша	RAL8017	
	детали фасада	белый	
23.	ул.Школьная, дом 9		
	цоколь		
	стены 1-го этажа	Белый кирпич	
	стены 2, 3, 4 этажей	Белый кирпич	
	крыша	RAL8017	
	детали фасада	белый	
24.	ул.Шоссейная, дом 27		
	цоколь		
	стены 1-го этажа	RAL6034	
	стены 2, 3, 4 этажей	RAL6034	
	крыша	RAL8017	
	детали фасада	белый	
25.	ул.Шоссейная, дом 35		
	цоколь		
	стены 1-го этажа	RAL6033	
	стены 2, 3, 4 этажей	RAL6033	
	крыша	RAL8017	
	детали фасада	белый	