Утверждены
решением Совета депутатов
Одинцовского муниципального
района
от 07.04.2014 № 8/38

# МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВНЕШНЕМУ ВИДУ И РАЗМЕЩЕНИЮ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ И СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ НА ЗДАНИЯХ И СООРУЖЕНИЯХ

1. При проектировании размещения рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях, размещаемых в целях информирования о находящихся (осуществляющих деятельность) в этих зданиях и сооружениях организациях, индивидуальных предпринимателях, должны учитываться архитектурно-композиционные решения фасада здания, на котором будет установлена рекламная конструкция или средство размещения информации. Кроме того, внешний облик рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях должен гармонировать с окружающим городской средой.

Основными принципами выбора художественного решения рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях являются:

сохранение архитектурного своеобразия, декоративного убранства, тектоники, пластики, а также цельного и свободного восприятия фасадов;

создание комфортного визуального пространства;

обеспечение в легко доступном режиме информирования потенциального потребителя о деятельности предприятия, организации, учреждения.

2. Рекламные конструкции и средства размещения информации на зданиях и сооружениях размещаются:

на плоских участках фасада, свободных от архитектурных элементов, навесах ("козырьках") входных групп или в виде панелей-кронштейнов, элементов оформления витрин и маркизов;

не выше линии второго этажа (линии перекрытий между первым и вторым этажами) для жилых (в том числе многоквартирных) домов, первые этажи которых заняты нежилыми помещениями, а также офисных и промышленных зданий. Высоту рекламных конструкций и средств размещения информации на плоских участках фасадов зданий и сооружений следует принимать равной 0,5 м;

непосредственно у главного входа или над входом в здание, строение, сооружение или помещение, в котором фактически находится (осуществляет деятельность) организация, индивидуальный предприниматель, сведения о котором содержатся на размещаемом носителе.

Примеры размещения рекламных конструкций и средств размещения

информации на зданиях и сооружениях по данному пункту приведены в приложениях № 1 и № 2.

3. При размещении рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях не допускается перекрытие оконных и дверных проемов, а также витражей и витрин, архитектурных деталей фасадов объектов (в том числе карнизов, фризов, поясков, пилястр, медальонов, орнаментов и др.).

4. В случае если в здании (сооружении) располагается несколько организаций и (или) индивидуальных предпринимателей, имеющих общий вход, каждой организации (индивидуальному предпринимателю) необходимо:

учитывать художественное решение ранее установленных рекламных конструкций и средств размещения информации и располагать их в один высотный ряд по средней линии рекламных конструкций и средств размещения информации, но не выше линии второго этажа;

с учетом положений пункта 9 настоящих Методических рекомендаций формировать из нескольких рекламных конструкций и средств размещения информации общую художественную композицию, соразмерную с входной группой, при необходимости располагающуюся по обе стороны от нее (в случае, если рекламные конструкции и средства размещения информации расположены у входа в здание, сооружение).

Примеры размещения рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях по данному пункту приведены в приложении № 3.

5. Следует избегать на зданиях и сооружениях хаотичного расположения, а также негармонизованных разноцветных и разноразмерных рекламных конструкций и средств размещения информации, создающих визуальный диссонанс.

6. При размещении рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях должна быть организована подсветка (приложение № 4).

Подсветка должна иметь немерцающий, приглушенный свет, не создавать прямых направленных лучей в окна жилых помещений и обеспечивать безопасность для участников дорожного движения.

7. На зданиях, имеющих статус объектов культурного наследия, выявленных объектов культурного наследия, рекламные конструкции и средства размещения информации устанавливаются в соответствии с законодательством об объектах культурного наследия по согласованию с Министерством культуры Московской области.

8. При проектировании и размещении рекламных конструкций и средств размещения информации:

на зданиях, расположенных в границах зон охраны объектов культурного наследия, в исторических центрах городов (населенных пунктов), а также на фасадах зданий, выполненных по индивидуальным проектам, имеющим своеобразную тектонику, пластику, деталировку и насыщенную орнаментику, рекламные конструкции и средства размещения информации устанавливаются только в форме настенных конструкций, состоящих исключительно из отдельных объемных символов высотой не более 0,5 м, или панелей-кронштейнов из декоративных элементов с габаритами по высоте не более 2,0 м и по ширине не

более 0,5 м, в том числе с организацией внутренней подсветки, а также маркиз или элементов оформления витрин. Настенная конструкция не должна выступать от плоскости фасада более чем на 0,2 м (если иное не предусмотрено проектом здания (сооружения) (приложение № 5);

на зданиях, являющихся объектами исторического или культурного наследия, или типового строительства первой половины XX века, не имеющих ярко выраженной пластики фасадов, их сложной деталировки и насыщенной орнаментики, допускается, кроме указанного выше в данном пункте, размещать рекламные конструкции и средства размещения информации в виде цельной композиции (конструкции) высотой не более 0,5 м и выносом от плоскости фасада не более чем на 0,2 м, а также непосредственно под козырьком (навесом) входной группы и в межоконных простенках (приложения № 6 и № 7).

9. На зданиях общественных, общественно-деловых, торговых, торгово-выставочных, спортивных и развлекательных центров целесообразно располагать рекламные конструкции и средства размещения информации на глухих поверхностях наружных стен (без проемов и архитектурных деталей). Возможно размещение рекламных конструкций и средств размещения информации (в дополнение к конструкциям, указанным в пункте 2 настоящих Методических рекомендаций) в виде крышной композиции (установки). В целях формирования целостного визуального восприятия и увязки по габаритам и местам размещения отдельных конструкций (элементов) информационно-рекламного оформления указанных в настоящем пункте зданий и комплексов рекомендуется разрабатывать и представлять на рассмотрение в соответствии с пунктом 15 настоящих Методических рекомендаций общую концепцию (графическую схему) размещения рекламных конструкций и средств размещения информации (приложение № 8).

10. Внешний облик и место размещения рекламных конструкций и средств размещения информации, устанавливаемых на объектах, не являющихся объектами капитального строительства, определяются архитектурными решениями (проектами) таких объектов либо на основании самостоятельных эскизов, разрабатываемых в рамках оформления соответствующего разрешения на размещение рекламной конструкции и средства размещения информации (приложение № 9).

11. Рекламные конструкции и средства размещения информации, параметры и место размещения которых на зданиях и сооружениях не соотносятся с положениями, установленными настоящими Методическими рекомендациями, устанавливаются на основании индивидуального проекта (приложение № 10) размещения рекламных конструкций и средств размещения информации, рекомендуемого к рассмотрению в порядке, предусмотренном пунктом 15 настоящих Методических рекомендаций.

12. При разработке индивидуальных проектов и архитектурно-художественных концепций размещения рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях следует учитывать:

архитектурные особенности фасадов и функциональное назначение зданий различных архитектурных стилей, выполненных по индивидуальным проектам, или типовой застройки;

место размещения объекта (в исторической или в современной застройке городских кварталов или сельских поселений);

наличие в застройке уникальных зданий и сооружений, архитектурных ансамблей, имеющих доминантное значение в архитектурно-планировочной структуре города, а также объектов высокого общественного и социального значения.

13. Проекты размещения рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях, имеющих (в соответствии с документами территориального планирования) особое значение в архитектурно-планировочной и историко-культурной структуре города (населенного пункта), а также проекты размещения рекламных конструкций, не отнесенных к указанным в пункте 1 настоящих Методических рекомендаций и размещаемых (в том числе на основании схем размещения рекламных конструкций) на зданиях, строениях, рекомендуется представлять на рассмотрение (с подготовкой заключения об обеспечении соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки и градостроительных норм) Художественным советом (или его рабочими группами) при Главном управлении архитектуры и градостроительства Московской области.

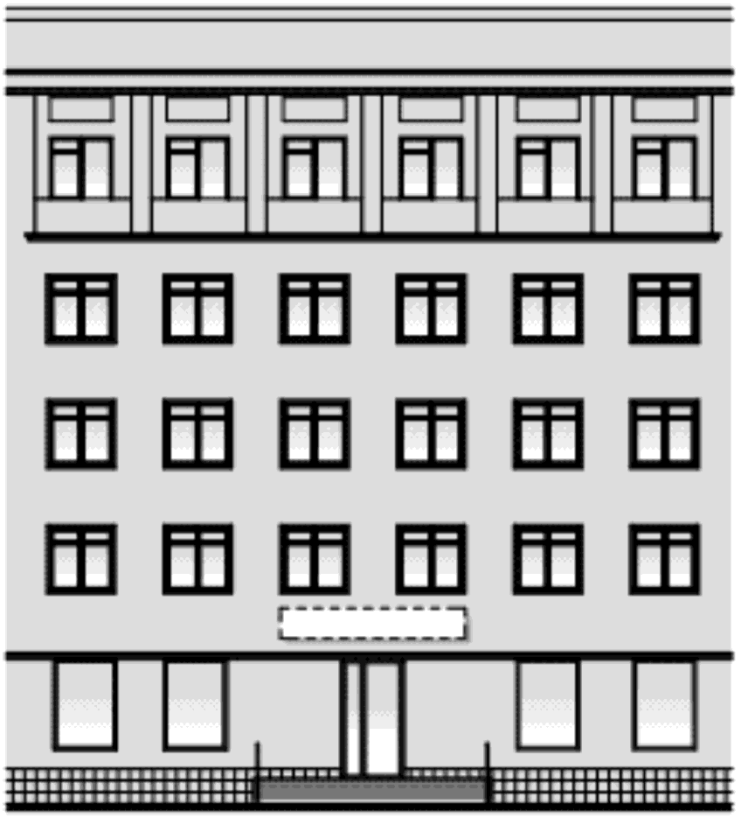
14. Архитектурно-художественные концепции (графические схемы) и индивидуальные проекты, указанные (пункт 10 и пункт 12) в настоящих Методических рекомендациях размещения на зданиях и сооружениях рекламных конструкций и средств размещения информации, рекомендуется представлять на рассмотрение (с подготовкой заключения об обеспечении соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки и градостроительных норм) Художественным советом (или его рабочими группами) при Главном управлении архитектуры и градостроительства Московской области.

15. Заключение об обеспечении соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки и градостроительных норм подготавливает Управление архитектуры и градостроительства Администрации Одинцовского муниципального района в течение 14 рабочих дней со дня поступления проекта рекламной конструкции в уполномоченный орган.

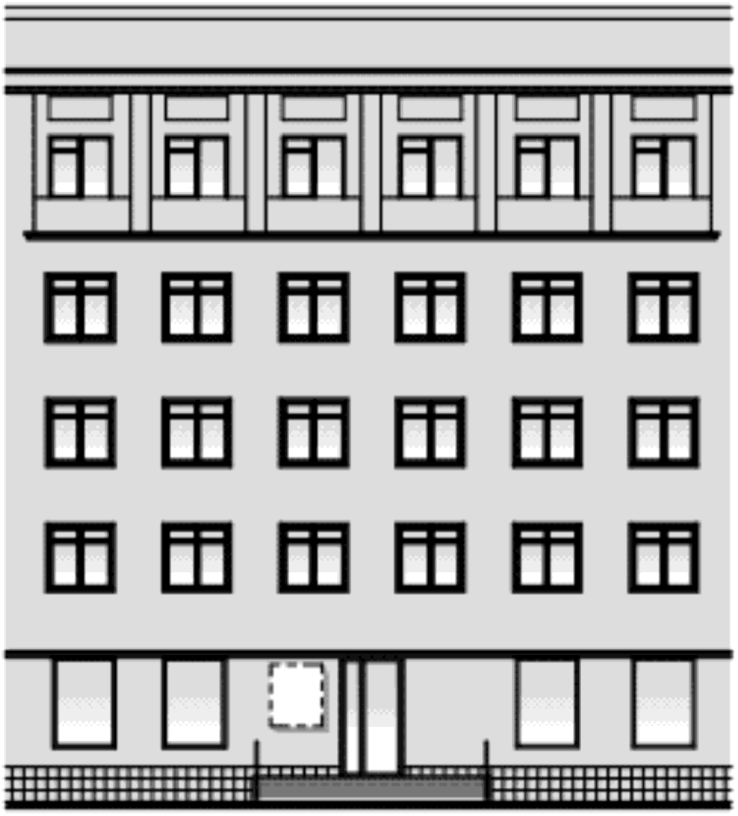
Приложение № 1
к Методическим рекомендациям
по внешнему виду и размещению
рекламных конструкций и средств
размещения информации
на зданиях и сооружениях

# ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

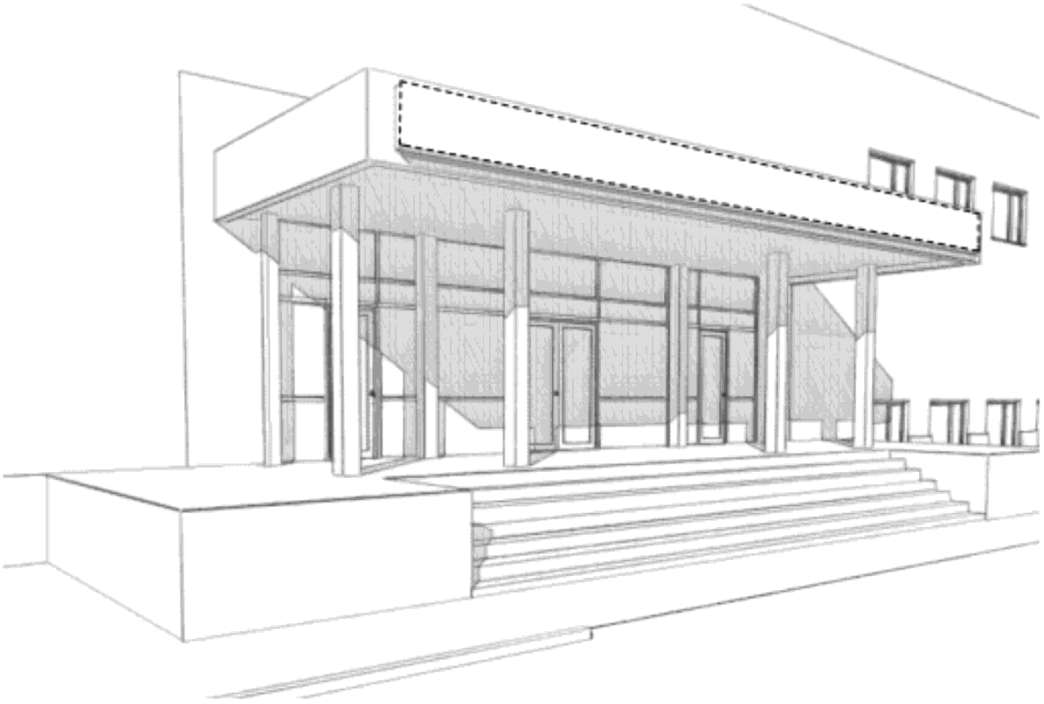
Размещение информационной конструкции над входом



Размещение информационной конструкции у входа



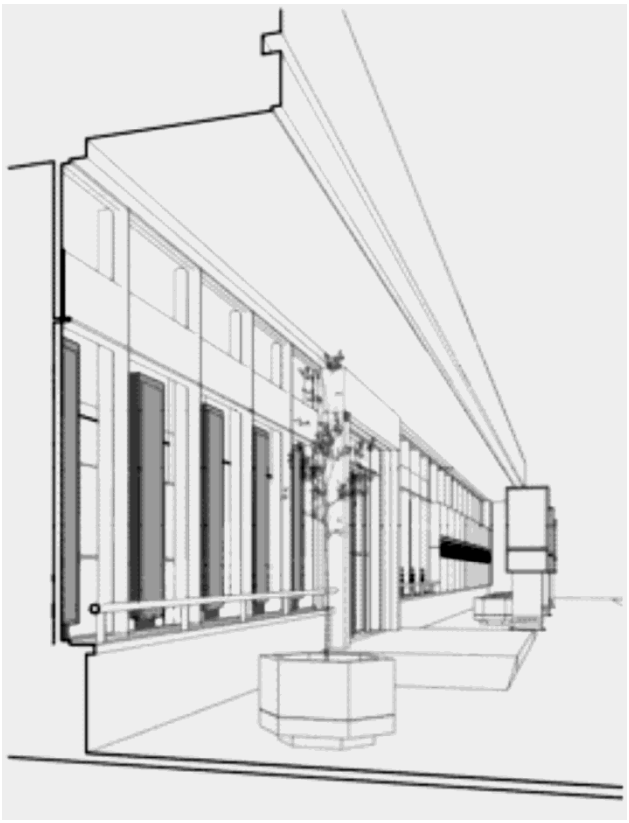
Размещение информационной конструкции на козырьке

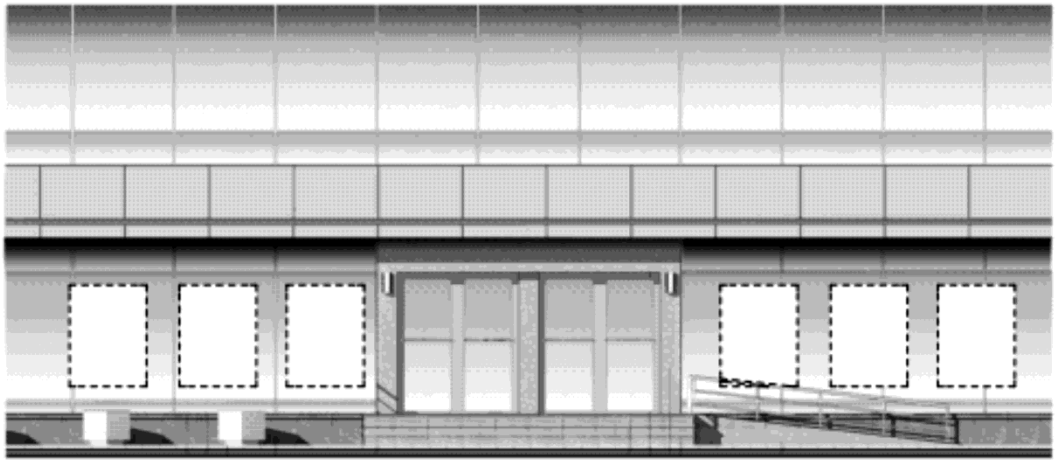


Приложение № 2
к Методическим рекомендациям
по внешнему виду и размещению
рекламных конструкций и средств
размещения информации
на зданиях и сооружениях

ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

Размещение информационных конструкций в витринах

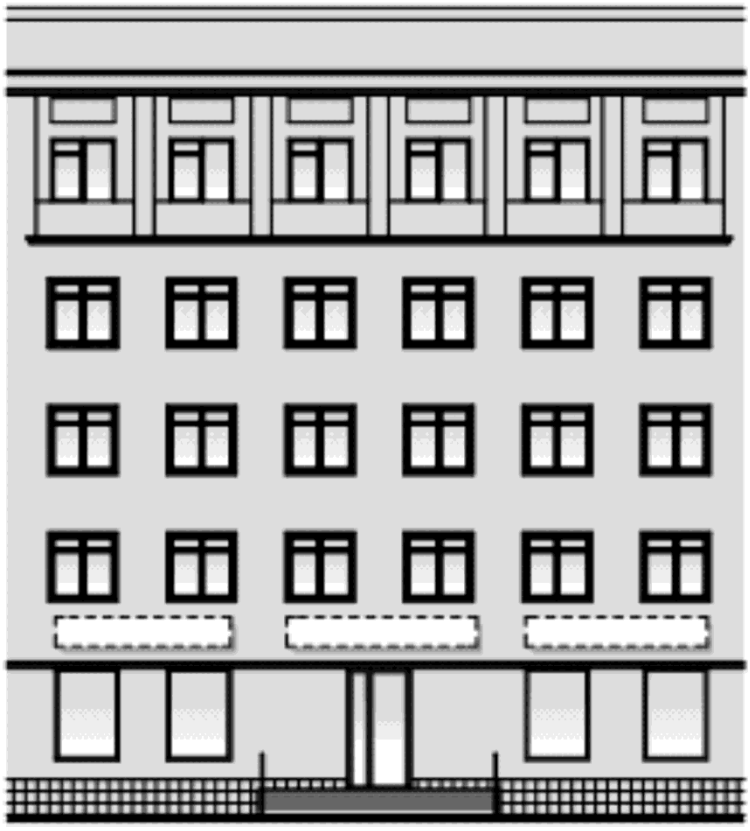




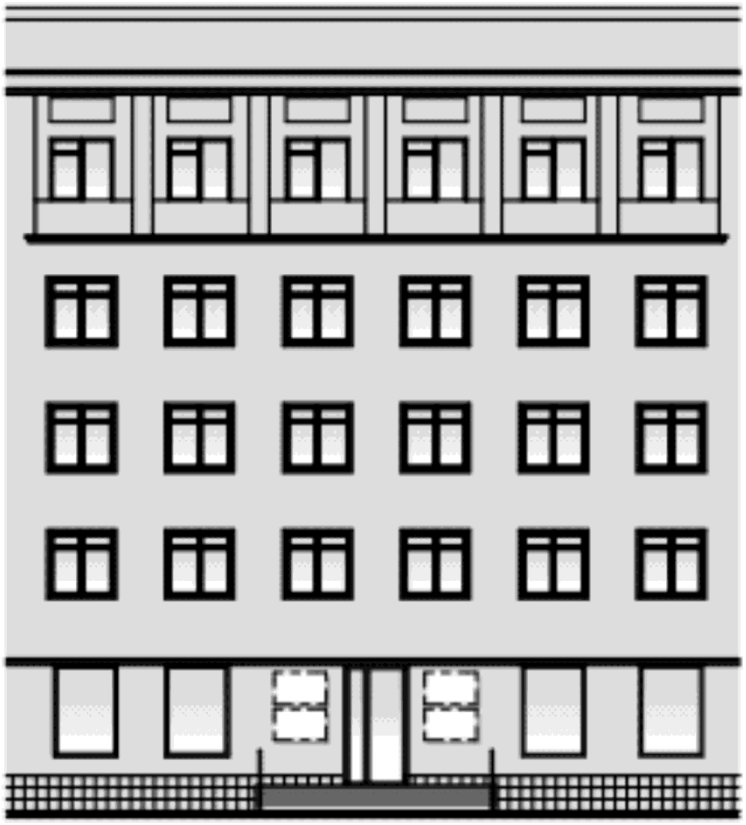
Приложение 3
к Методическим рекомендациям
по внешнему виду и размещению
рекламных конструкций и средств
размещения информации
на зданиях и сооружениях

ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

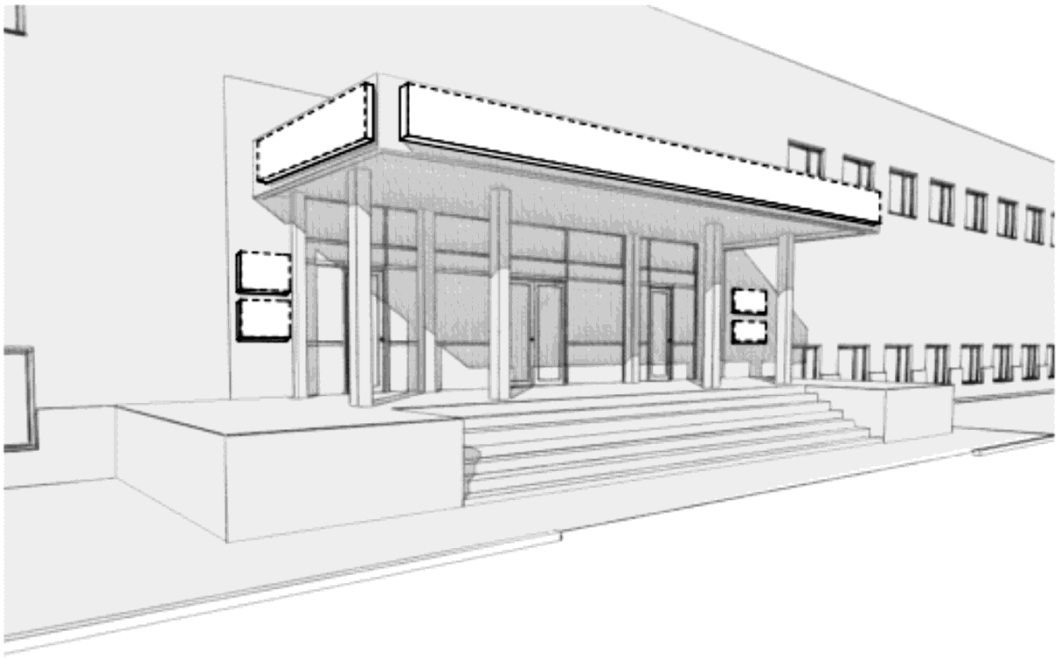
Размещение информационных конструкций над входом



Размещение информационных конструкций у входа (пример 1)



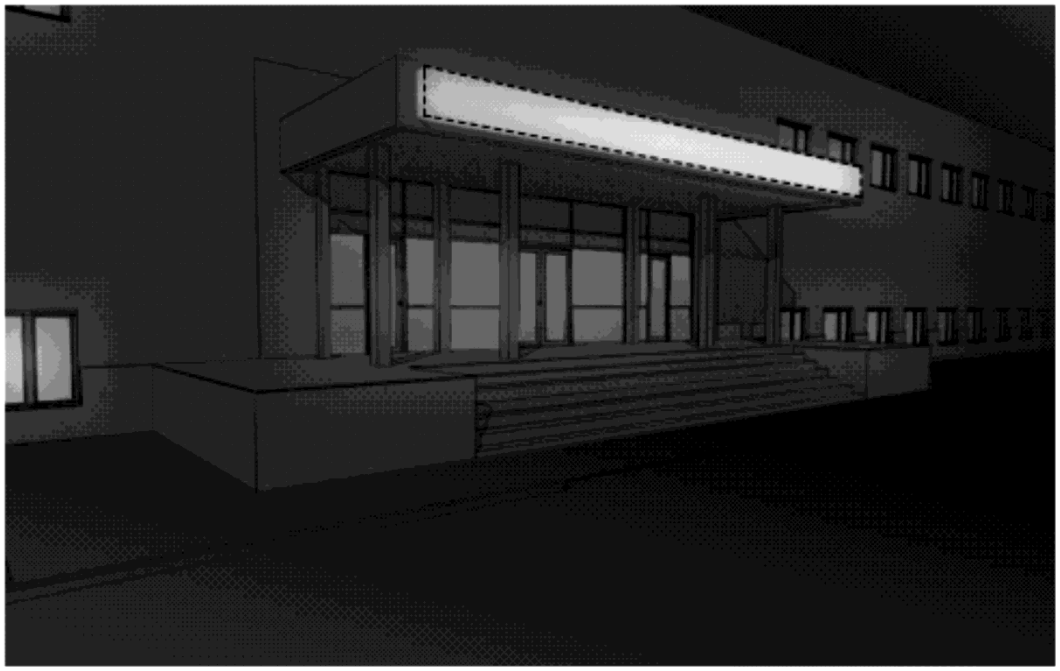
Размещение информационных конструкций у входа и на козырьке (пример 2)

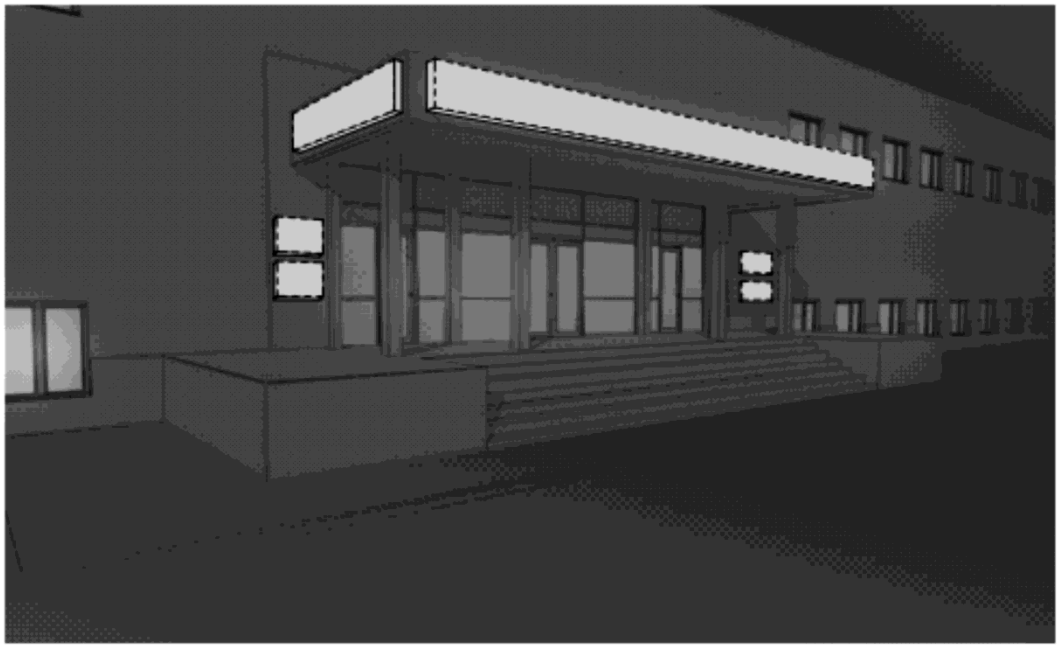


Приложение № 4
к Методическим рекомендациям
по внешнему виду и размещению
рекламных конструкций и средств
размещения информации
на зданиях и сооружениях

ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

Освещение информационных конструкций

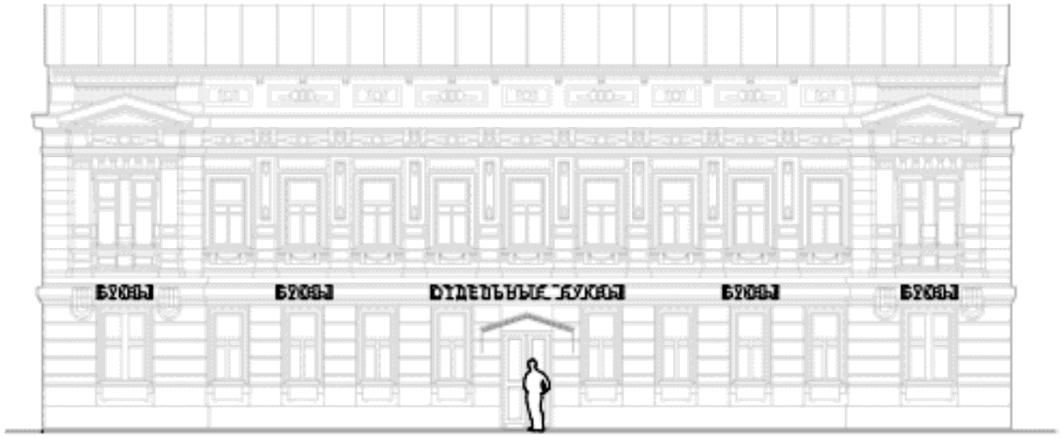




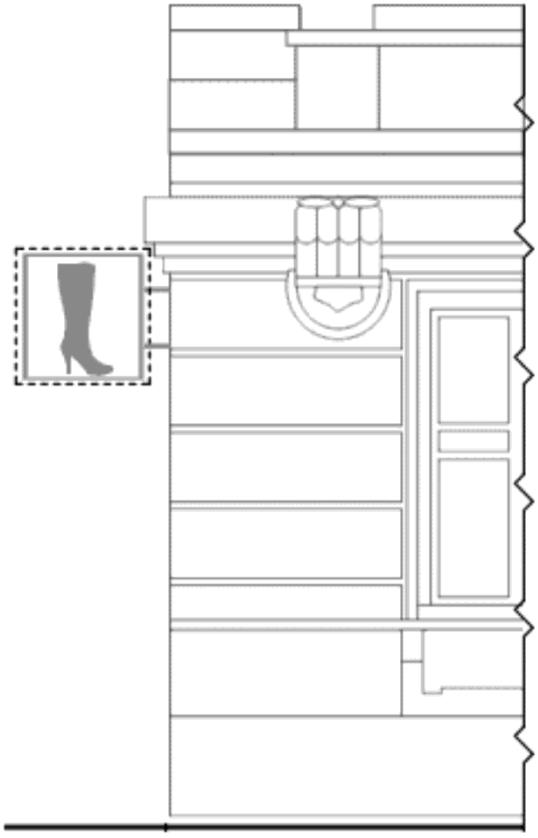
Приложение № 5
к Методическим рекомендациям
по внешнему виду и размещению
рекламных конструкций и средств
размещения информации
на зданиях и сооружениях

ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

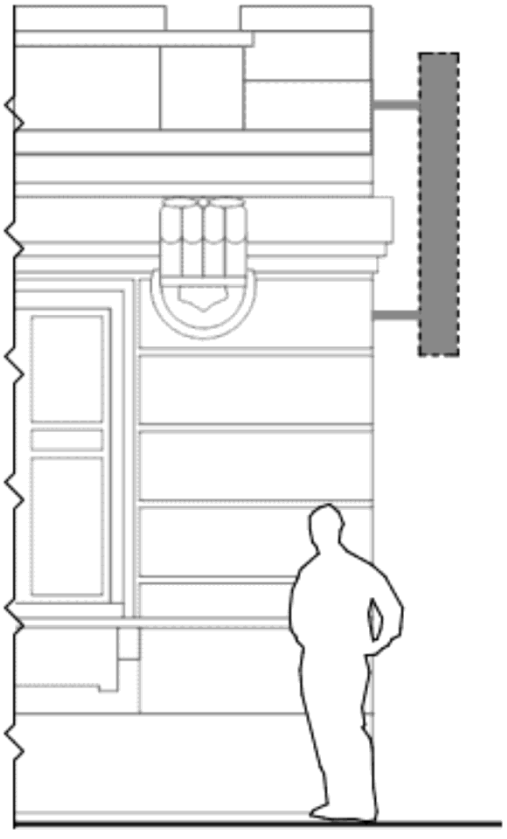
Отдельные буквы



Панель-кронштейн из декоративных элементов



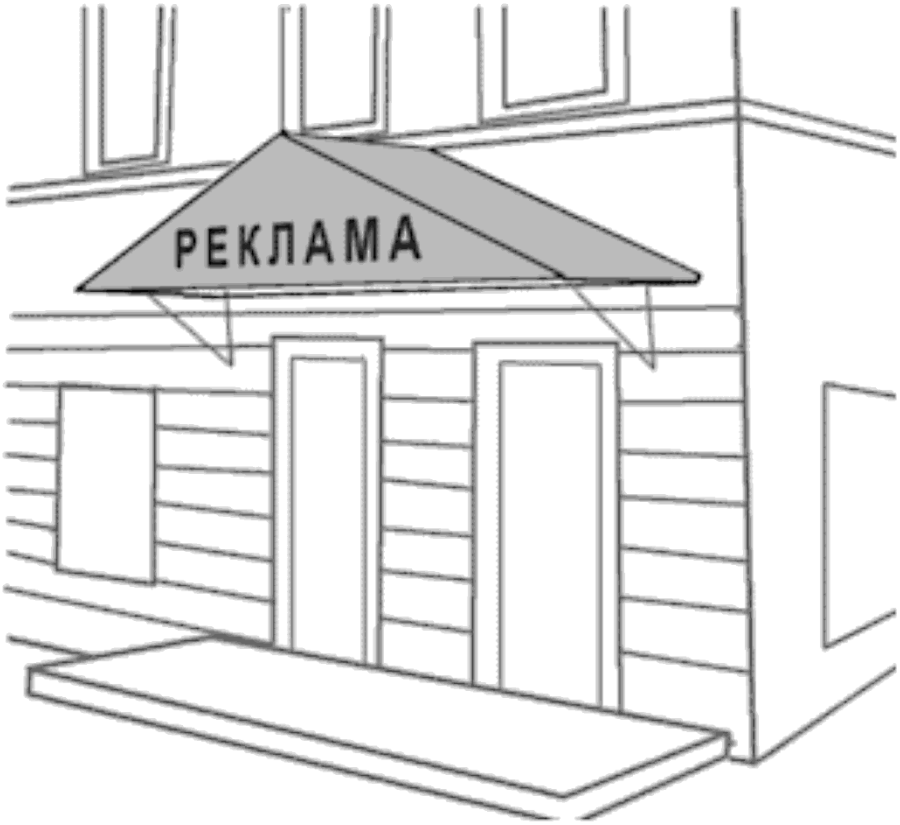
Панель-кронштейн в виде светового короба
или из отдельных букв



Приложение № 6
к Методическим рекомендациям
по внешнему виду и размещению
рекламных конструкций и средств
размещения информации
на зданиях и сооружениях

ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

Возможные варианты размещения информационных конструкций



Приложение № 7
к Методическим рекомендациям
по внешнему виду и размещению
рекламных конструкций и средств
размещения информации
на зданиях и сооружениях

ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

Возможные варианты размещения информации на маркизах

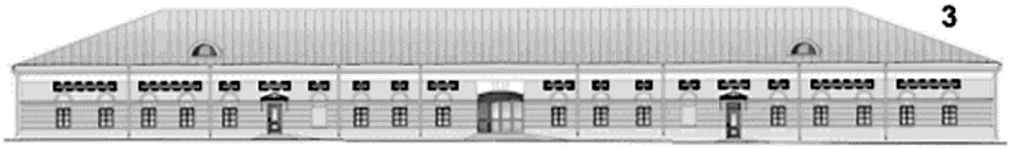
РЕКЛАМА
РЕКЛАМА

РЕКЛАМА
РЕКЛАМА
РЕКЛАМА

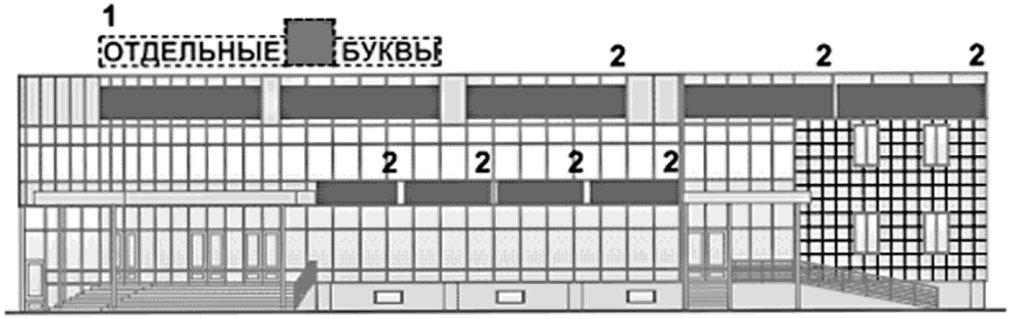
Приложение № 8
к Методическим рекомендациям
по внешнему виду и размещению
рекламных конструкций и средств
размещения информации
на зданиях и сооружениях

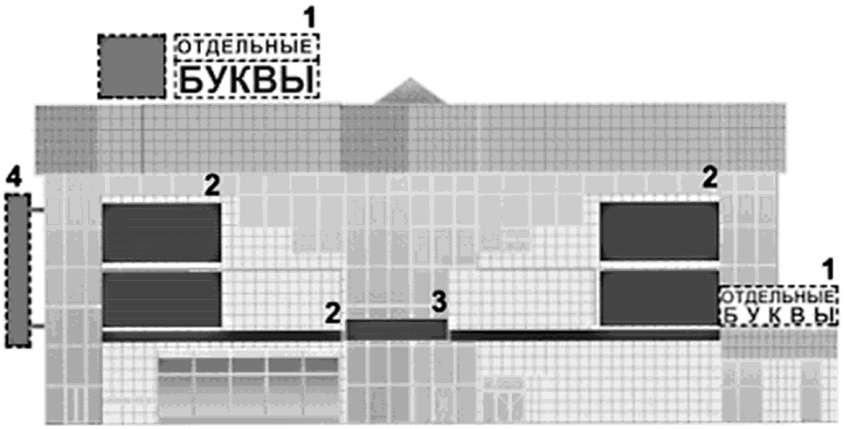
# ПРИМЕР РАЗРАБОТКИ ОБЩЕЙ КОНЦЕПЦИИ (ГРАФИЧЕСКОЙ СХЕМЫ)

Размещение информационных конструкций на исторических зданиях или зданиях, имеющих фасады, насыщенные элементами декора




Размещение информационных конструкций на зданиях, фасады которых имеют простую архитектурную форму



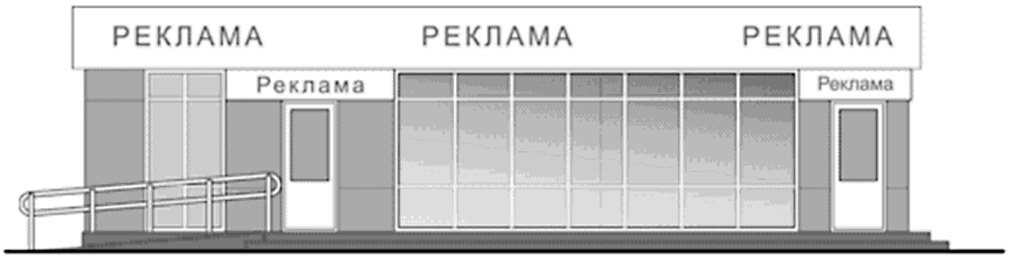



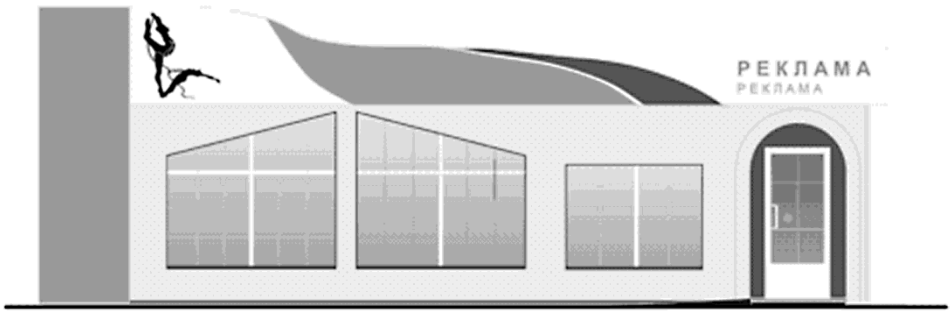

1 - отдельные буквы (крышная установка)
2 - информационный короб с подсветом
3 - отдельные буквы на участке стены
4 - панель-кронштейн

Приложение № 9
к Методическим рекомендациям
по внешнему виду и размещению
рекламных конструкций и средств
размещения информации
на зданиях и сооружениях

# ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

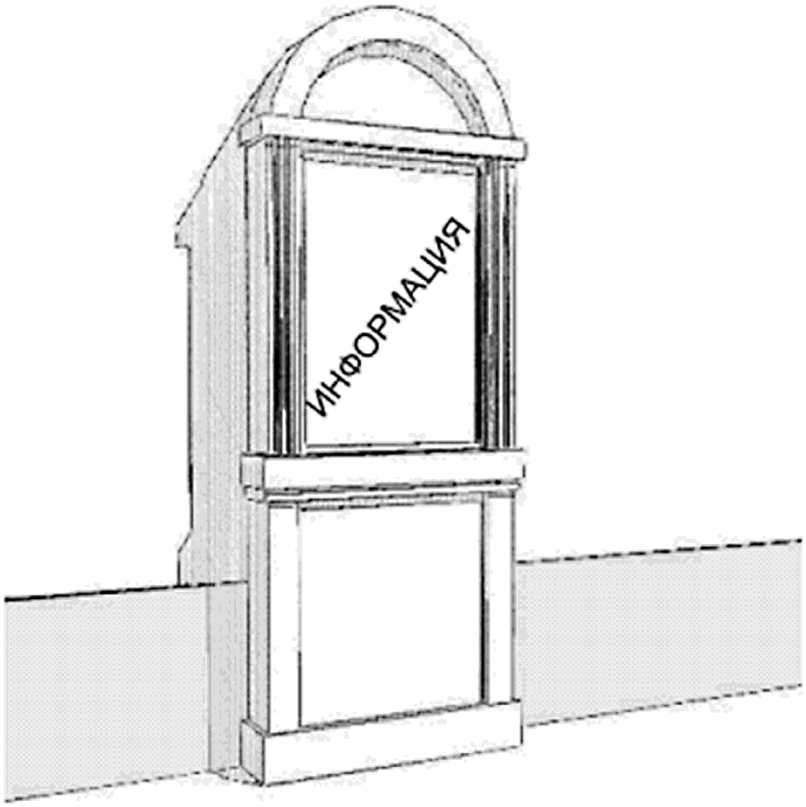
## Возможные варианты размещения информационных конструкций

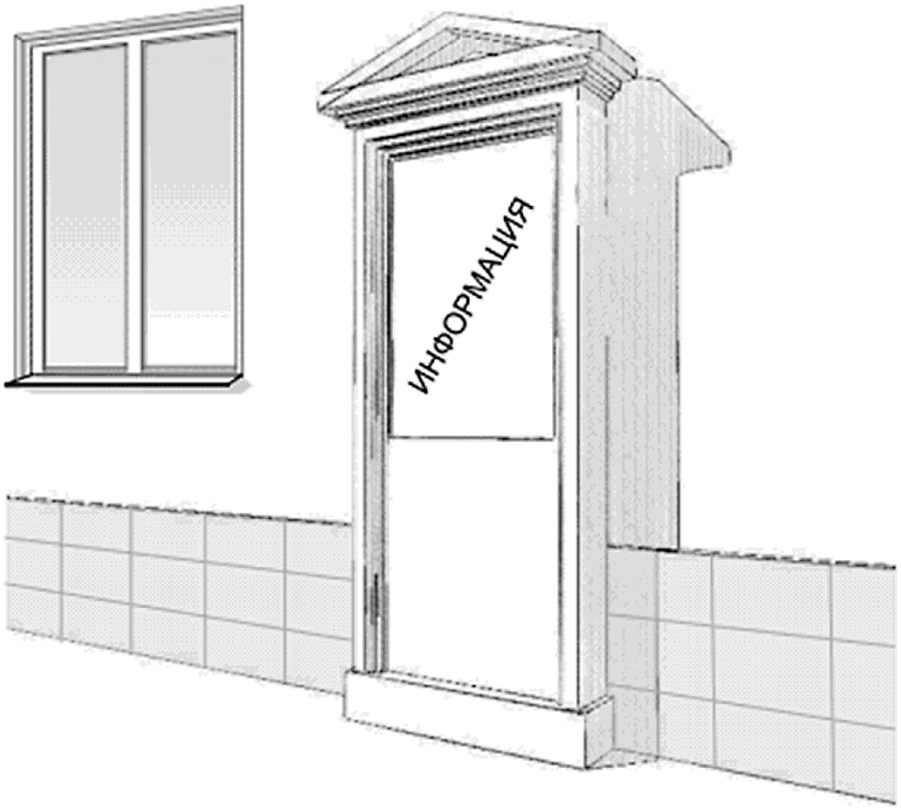


Приложение № 10
к Методическим рекомендациям
по внешнему виду и размещению
рекламных конструкций и средств
размещения информации
на зданиях и сооружениях

# ПРИМЕР РАЗРАБОТКИ ПРОЕКТНОГО РЕШЕНИЯ




ИНФОРМАЦИЯ