

АДМИНИСТРАЦИЯ ГОРОДА ФРЯЗИНО
ПОСТАНОВЛЕНИЕ
от 25.06.2014 № 415

Об утверждении Методических рекомендаций по внешнему виду и размещению рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях на территории городского округа Фрязино Московской области

В соответствии с постановлением Правительства Московской области от 23.01.2014 № 3/1 «Об утверждении методических рекомендаций по внешнему виду и размещению рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях», в целях упорядочения размещения и формирования благоприятного внешнего вида рекламных конструкций и средств размещения информации на территории городского округа Фрязино Московской области

П О С Т А Н О В Л Я Ю:

1. Утвердить Методические рекомендации по внешнему виду и размещению рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях на территории городского округа Фрязино Московской области (прилагаются).

2. Сектору пресс-службы отдела по делам молодежи и туризму администрации г. Фрязино (Индык М.В.) опубликовать настоящее постановление в печатном средстве массовой информации, распространяемом на территории городского округа Фрязино Московской области, и разместить на официальном сайте г. Фрязино в сети Интернет.

3. Контроль за выполнением настоящего постановления возложить на первого заместителя Руководителя администрации Котова О.В.

Руководитель администрации

В.А. Михайлова

УТВЕРЖДЕНЫ
постановлением администрации города
от 25.06.2014 № 415

**Методические рекомендации
по внешнему виду и размещению рекламных конструкций и средств
размещения информации на зданиях и сооружениях на территории
городского округа Фрязино Московской области**

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 городским ландшафтом.

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 потенциально-го 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 панель-кронштейнов, элементов оформления витрин и маркиз;

- 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 так же офисных и промышленных зданий. Высоту рекламных конструкций и средств размещения информации на плоских участках фасадов зданий и сооружений следует принимать равной 0,5 м. Изменение высоты рекламных конструкций и средств размещения информации возможно в случаи архитектурных особенностей конструктивных элементов и пластики фасада здания;

- 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 приложе-

ниях №1 и №2 к настоящим Методическим рекомендациям.

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, фриз, 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 высоте рекламных конструкций и средств размещения информации, но не выше линии второго этажа жилого здания с нежилыми помещениями расположенными на 1 этаже;

с учётом 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). Общую концепцию размещения рекламных конструкций и средств размещения информации разрабатывают собственники или группа собственников нежилых помещений.

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

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 (световой короб, объёмные световые буквы, панель-кронштейн) на зданиях и сооружениях должна быть организована внутренняя подсветка (приложение №4 к настоящим Методическим рекомендациям). Наружная подсветка возможна только в нежилой застройке.

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 на центральных и исторических улицах города Фрязино, рекламные конструкции и средства размещения информации устанавливаются в форме настенных конструкций или конструкций, состоящих из

отдельных объемных букв и 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 к настоящим Методическим рекомендациям);

на зданиях, вне центральных улиц допускается, размещать рекламные конструкции и средства размещения информации в виде цельной композиции (световой короб) высотой не более 0,5 м и выносом от плоскости фасада не более чем на 0,2 м, а так же непосредственно под козырьком (навесом) входной группы и в межоконных простенках (приложения №6 и №7 к настоящим Методическим рекомендациям).

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, собственникам необходимо разрабатывать и представлять на согласование, в соответствии с пунктом 14 настоящих Методических рекомендаций, общую концепцию (графическую схему) размещения рекламных конструкций и средств размещения информации (приложение №8 к настоящим Методическим рекомендациям).

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 к настоящим Методическим рекомендациям).

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 к настоящим Методическим рекомендациям) размещения рекламных конструкций и средств размещения информации, рекомендуемого к рассмотрению в порядке, предусмотренном пунктом 14 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.

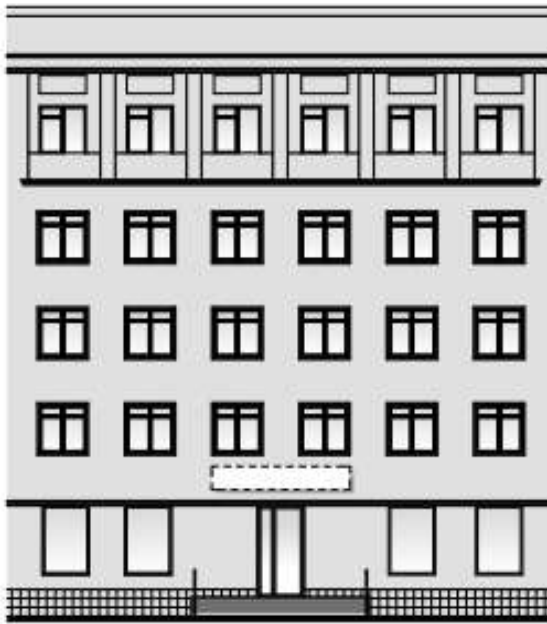
13. Проекты размещения рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях, имеющих (в соответствии с документами территориального планирования) особое значение в архитектурно-планировочной и историко-культурной структуре города, а также проекты размещения рекламных конструкций, не отнесённых к указанным в пункте 1 настоящих Методических рекомендаций и размещаемых (в том числе, на основании схем размещения рекламных конструкций) на зданиях, строениях, необходимо представлять на согласование (с подготовкой заключения об обеспечении соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки и градостроительных норм) в Управление по архитектуре и градостроительству города Фрязино.

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, необходимо представлять на рассмотрение (с подготовкой заключения об обеспечении соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки и градостроительных норм) в Управление по архитектуре и градостроительству города Фрязино.

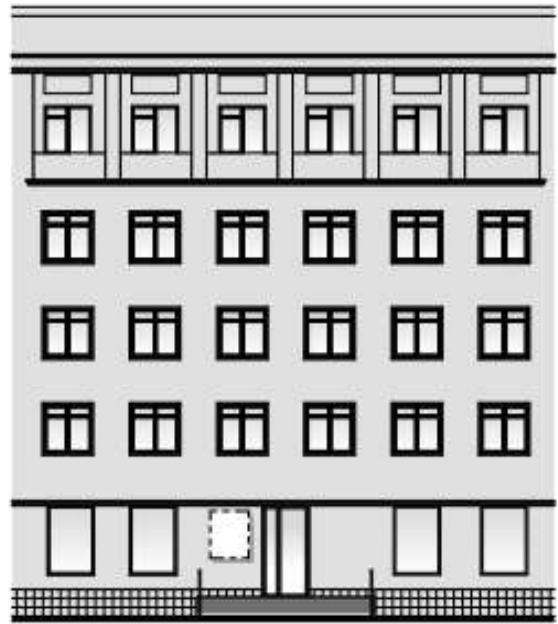
Приложение №1
к Методическим рекомендациям по внешнему
виду и размещению рекламных конструкций и
средств размещения информации на зданиях и
сооружениях на территории городского округа
Фрязино Московской области

Пример размещения

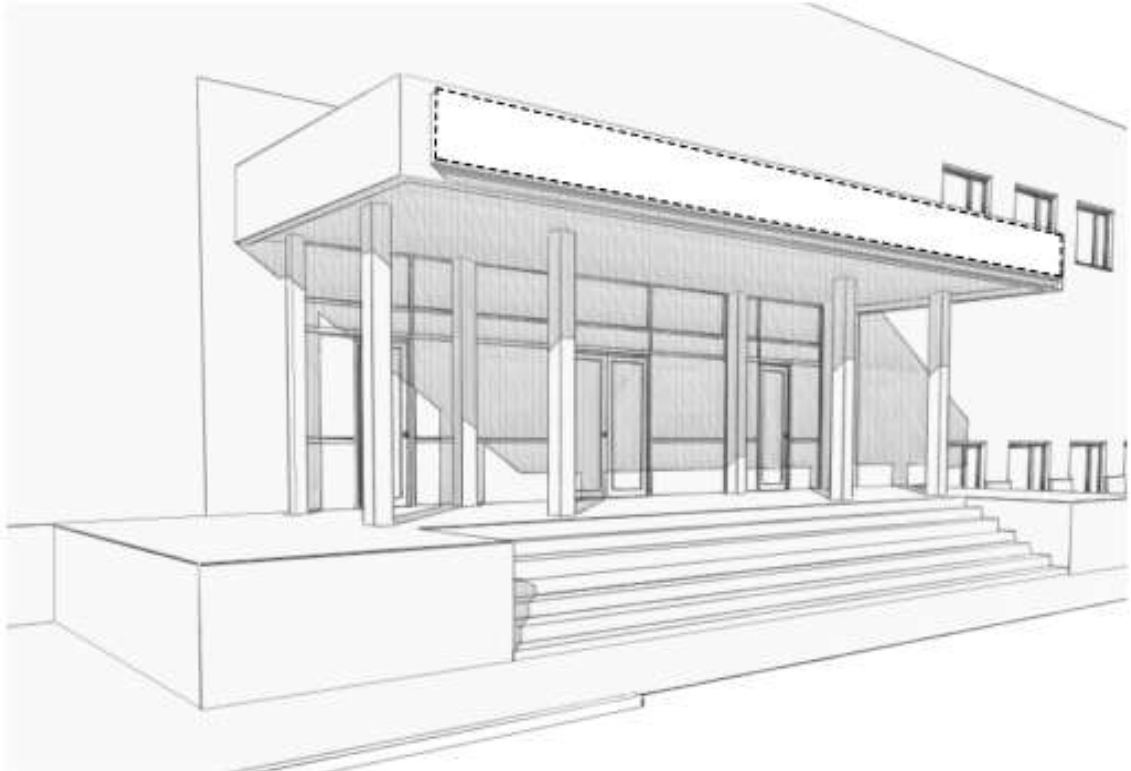
Размещение информационной
конструкции над входом



Размещение информационной
конструкции у входа



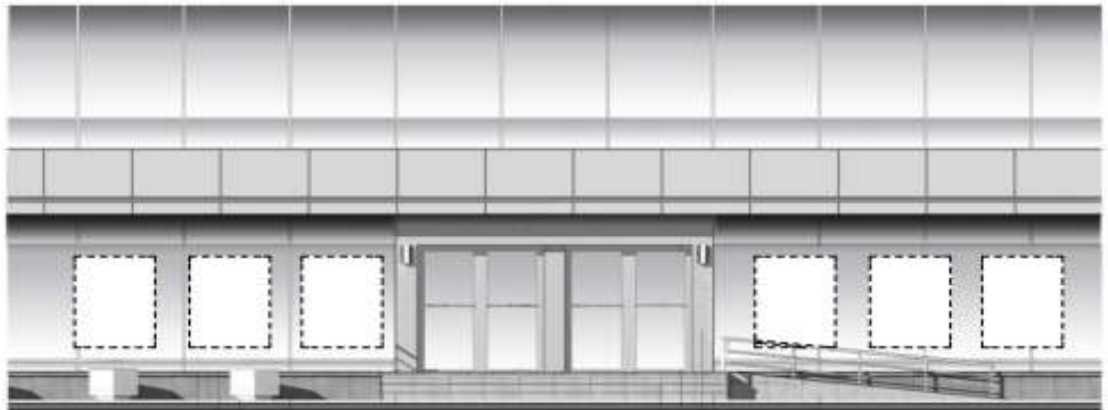
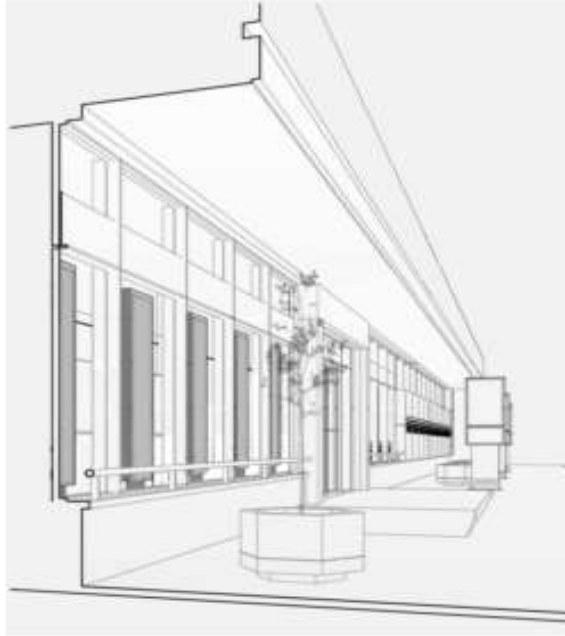
Размещение информационной конструкции на козырьке



Приложение №2
к Методическим рекомендациям по внешнему
виду и размещению рекламных конструкций и
средств размещения информации на зданиях и
сооружениях на территории городского округа
Фрязино Московской области

Пример размещения

Размещение информационных
конструкций в витринах.



Приложение №3

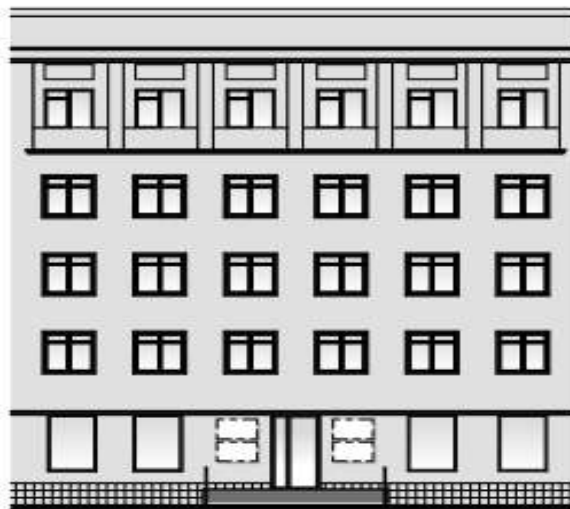
к Методическим рекомендациям по внешнему виду и размещению рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях на территории городского округа Фрязино Московской области

Пример размещения

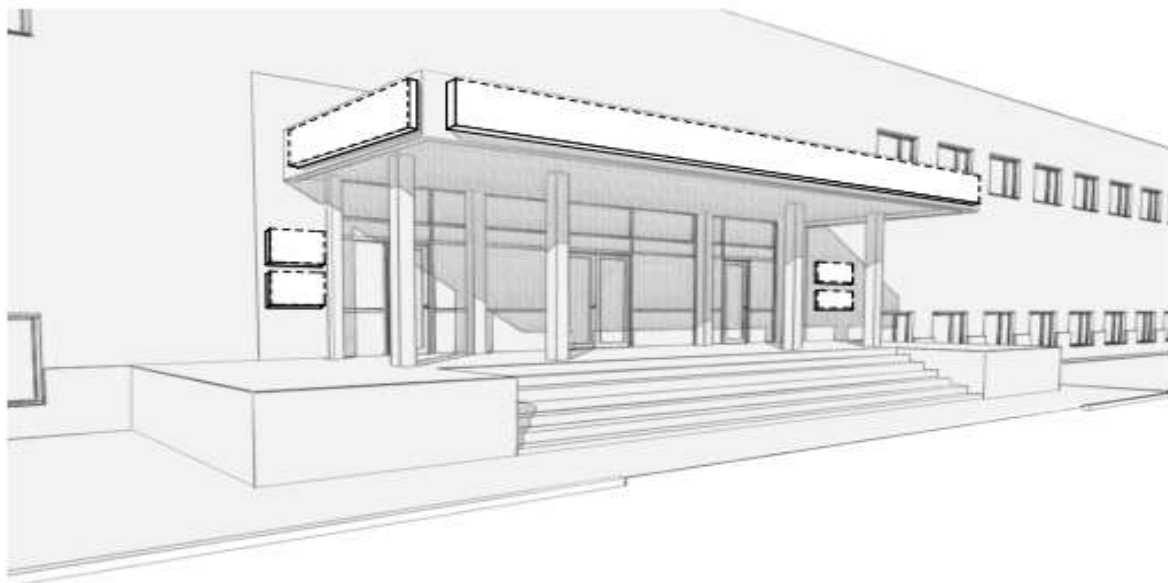
Размещение информационных конструкций над входом



Размещение информационных конструкций у входа (Пример 1)



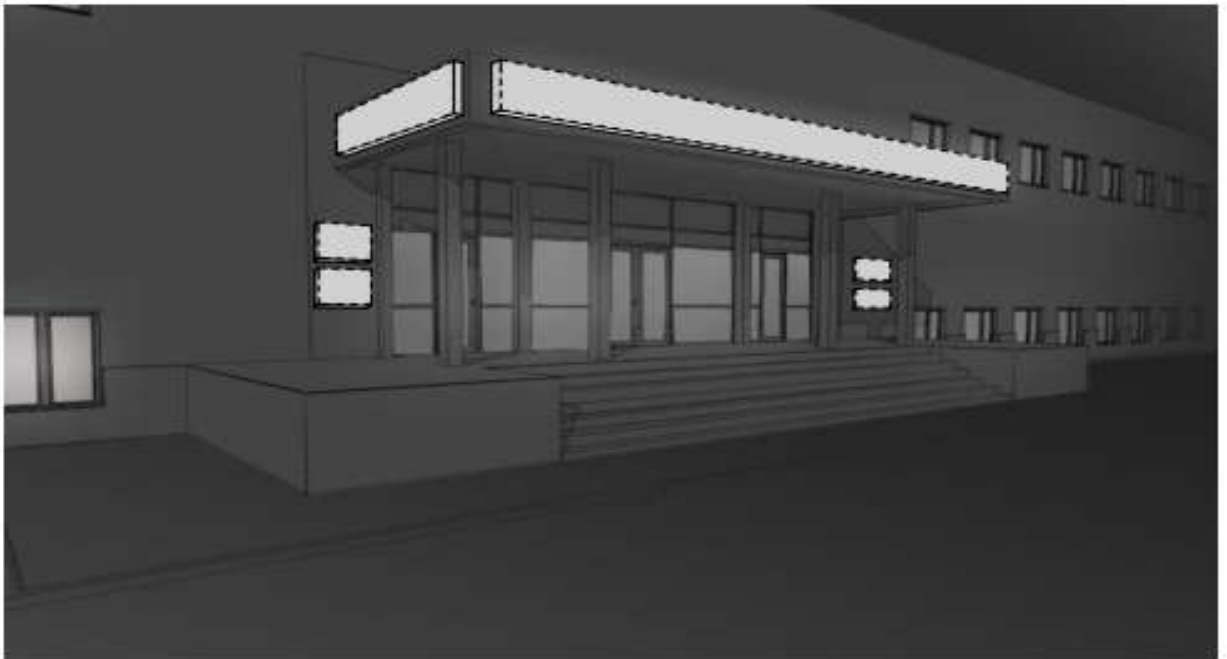
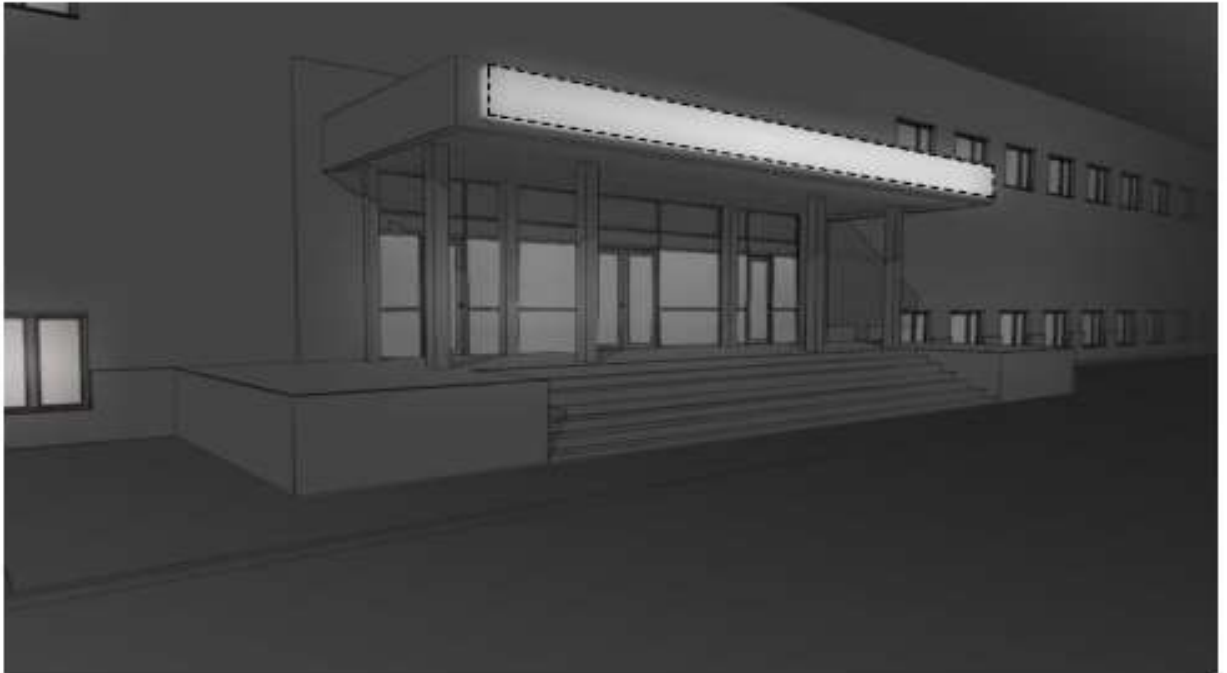
Размещение информационных конструкций у входа и на козырьке (Пример 2)



Приложение №4
к Методическим рекомендациям по внешнему
виду и размещению рекламных конструкций и
средств размещения информации на зданиях и
сооружениях на территории городского округа
Фрязино Московской области

Пример размещения

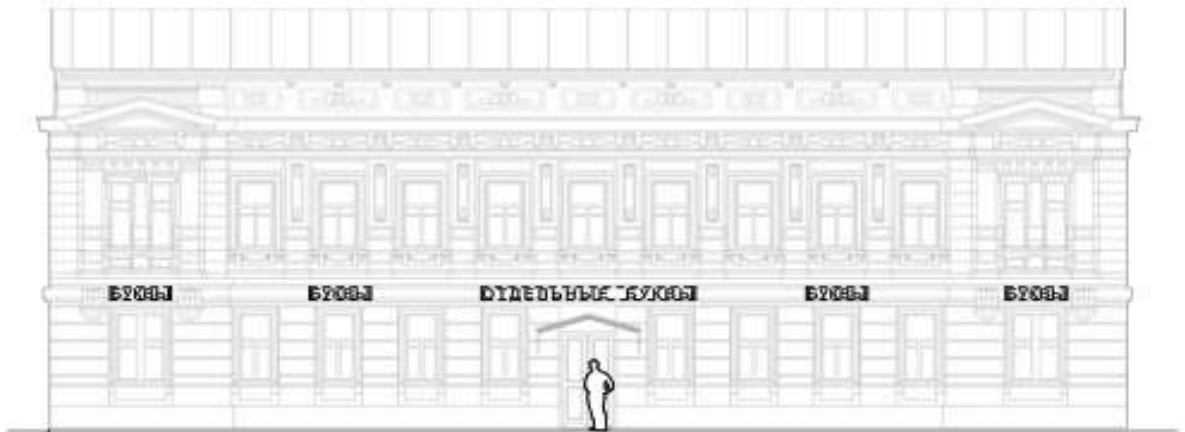
Освещение информационных конструкций



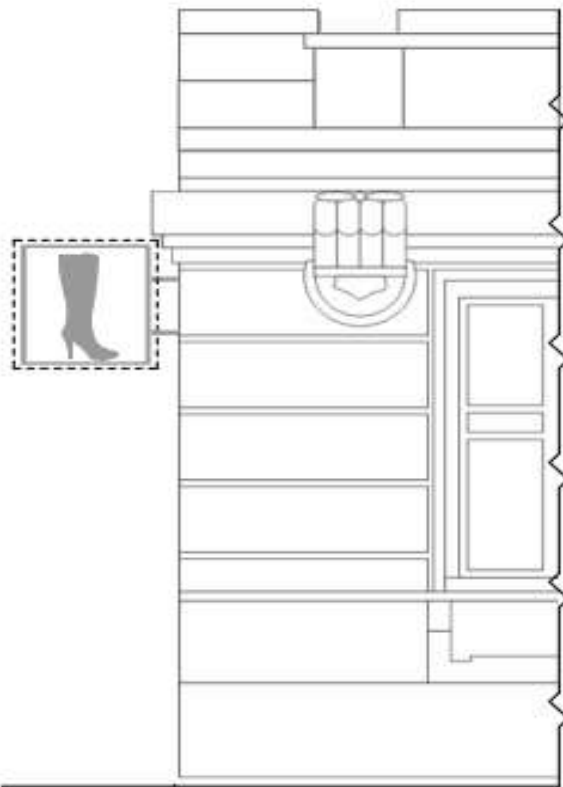
Приложение №5
к Методическим рекомендациям по внешнему
виду и размещению рекламных конструкций и
средств размещения информации на зданиях и
сооружениях на территории городского округа
Фрязино Московской области

Пример размещения

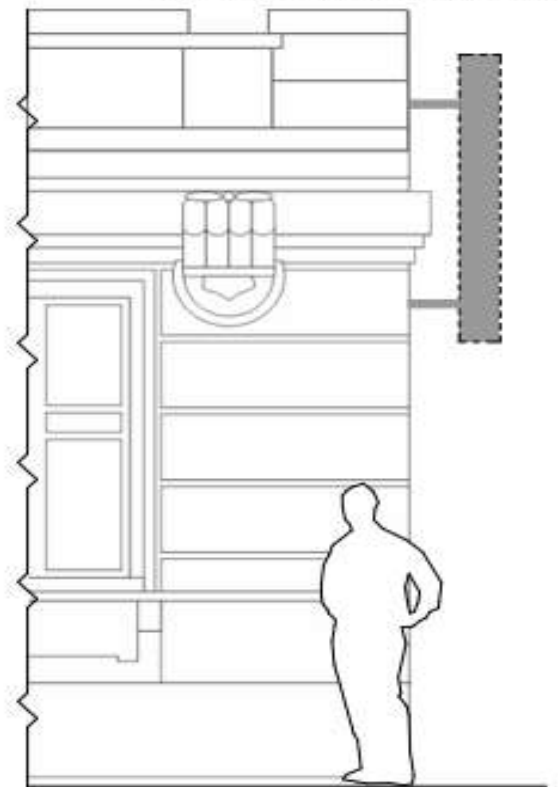
Отдельные буквы



Панель-кронштейн из декоративных элементов



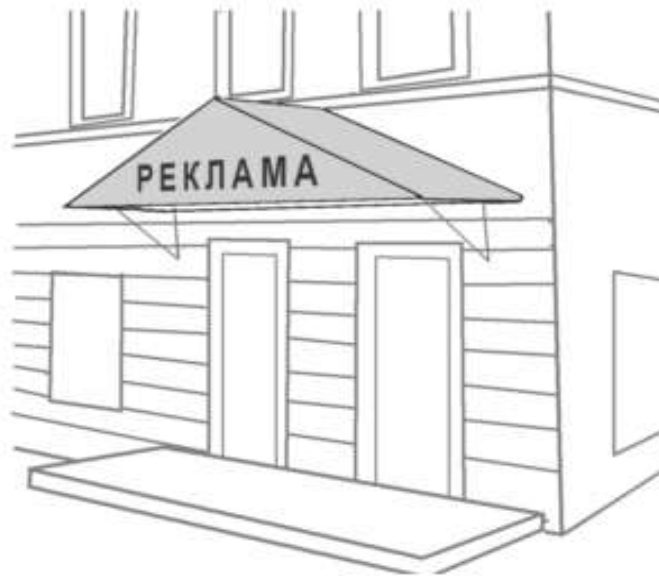
Панель-кронштейн в виде светового
короба или из отдельных букв



Приложение №6
к Методическим рекомендациям по внешнему
виду и размещению рекламных конструкций и
средств размещения информации на зданиях и
сооружениях на территории городского округа
Фрязино Московской области

Пример размещения

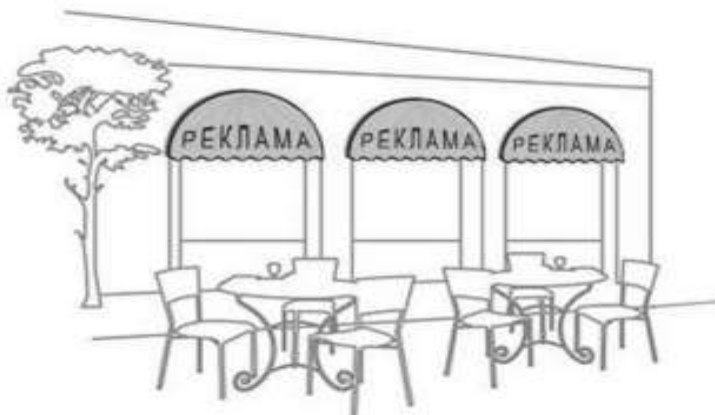
Возможные варианты размещения
информационных конструкций



Приложение №7
к Методическим рекомендациям по внешнему
виду и размещению рекламных конструкций и
средств размещения информации на зданиях и
сооружениях на территории городского округа
Фрязино Московской области

Пример размещения

Возможные варианты размещения
информации на маркизах



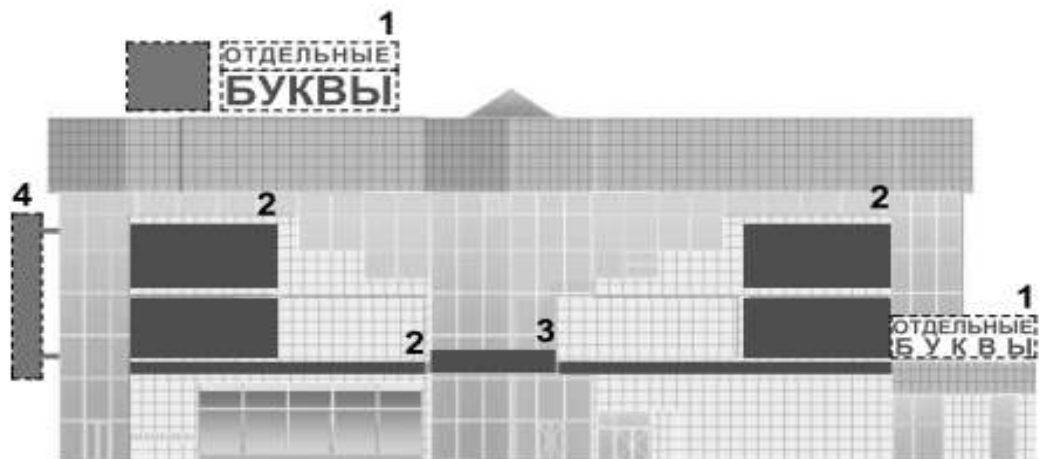
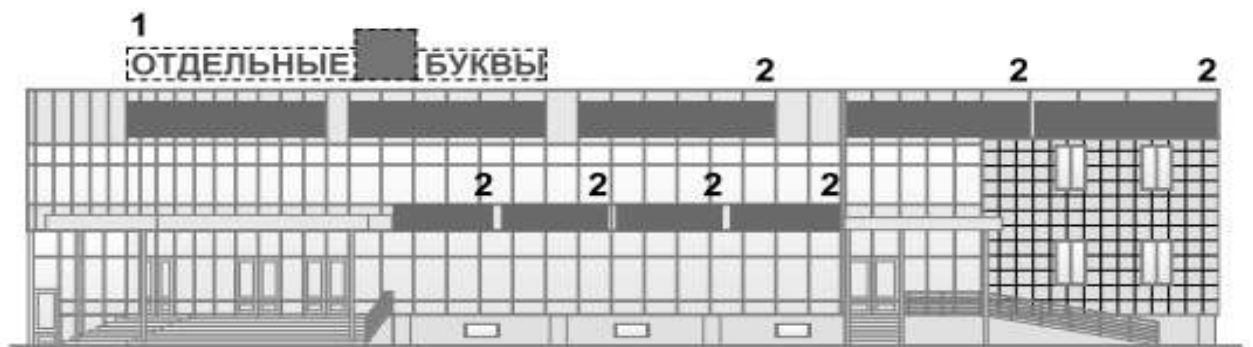
Приложение №8
к Методическим рекомендациям по внешнему виду и размещению рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях на территории городского округа Фрязино Московской области

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

Приложение №9
к Методическим рекомендациям по внешнему
виду и размещению рекламных конструкций и
средств размещения информации на зданиях и
сооружениях на территории городского округа
Фрязино Московской области

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 на территории городского округа
Фрязино Московской области

Пример разработки проектного решения

