

СОВЕТ ДЕПУТАТОВ
ОДИНОВСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА
МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

РЕШЕНИЕ

от 07.04.2014г. № 8/38

г. Одинцово

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 зданиях и сооружениях при выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, расположенных на территории Одинцовского муниципального района Московской области, Совет депутатов Одинцовского муниципального района

РЕШИЛ:

1. Утвердить прилагаемые Методические рекомендации по внешнему виду и размещению рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях.
2. Опубликовать настоящее решение в средствах массовой информации Одинцовского муниципального района и разместить на официальном сайте Администрации Одинцовского муниципального района.
3. Настоящее решение вступает в силу со дня его принятия.

И.о. Главы Одинцовского
муниципального района

М.А. Шибанова

Утверждены
решением Совета депутатов
Одинцовского муниципального
района
от 18.03.2014 № 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, детализировку 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 маркизы 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 детализировки 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.

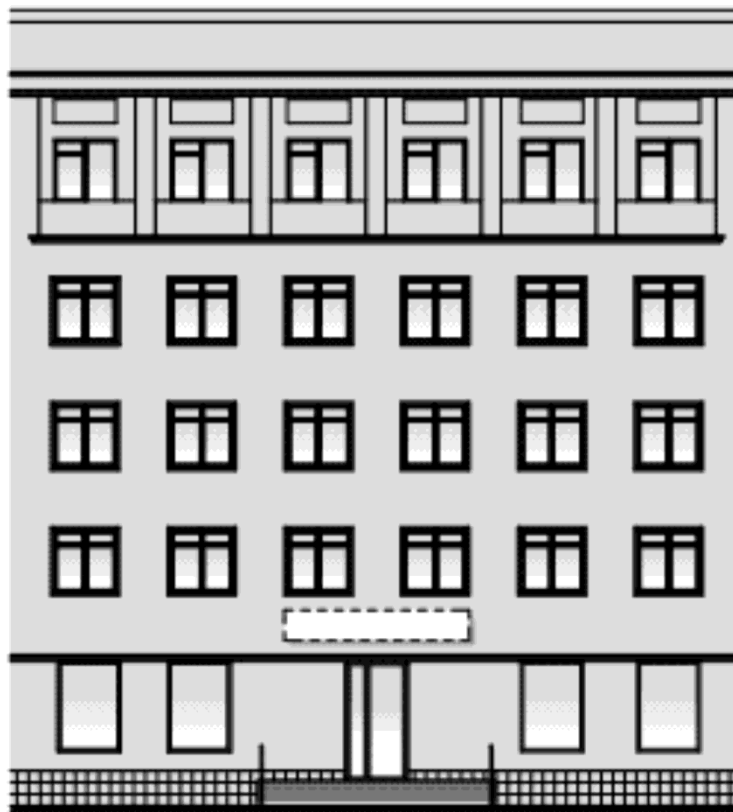
14. Архитектурно-художественные концепции (графические схемы) и индивидуальные проекты, указанные (пункт 10 и пункт 12) в настоящих Методических рекомендациях размещения на зданиях и сооружениях рекламных конструкций и средств размещения информации, рекомендуется представлять на рассмотрение (с подготовкой 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.

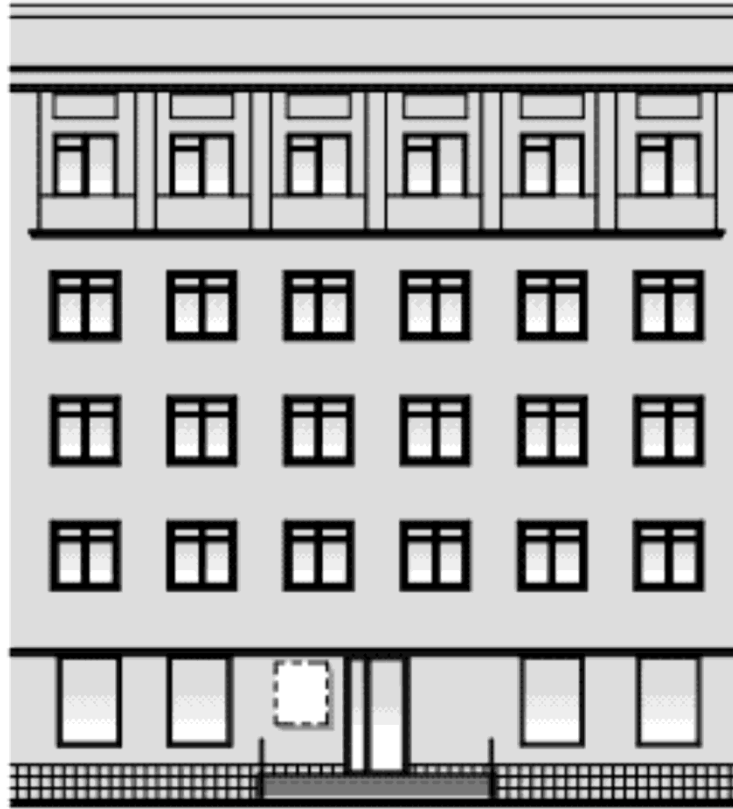
Приложение № 1
к Методическим рекомендациям
по внешнему виду и размещению
рекламных конструкций и средств
размещения информации
на зданиях и сооружениях

ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

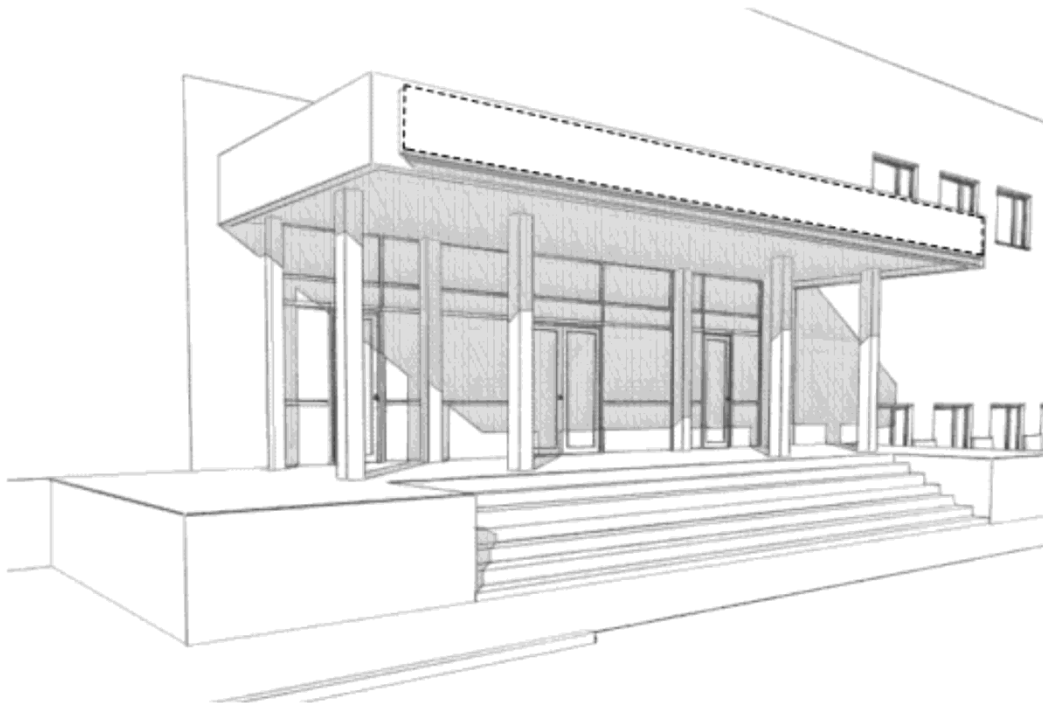
Размещение информационной конструкции над входом



Размещение информационной конструкции у входа



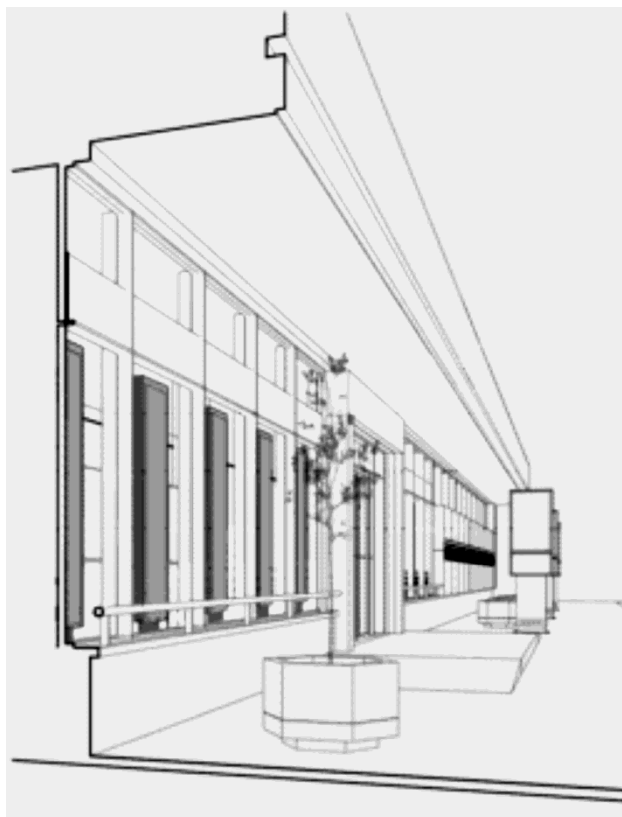
Размещение информационной конструкции на козырьке



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

ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

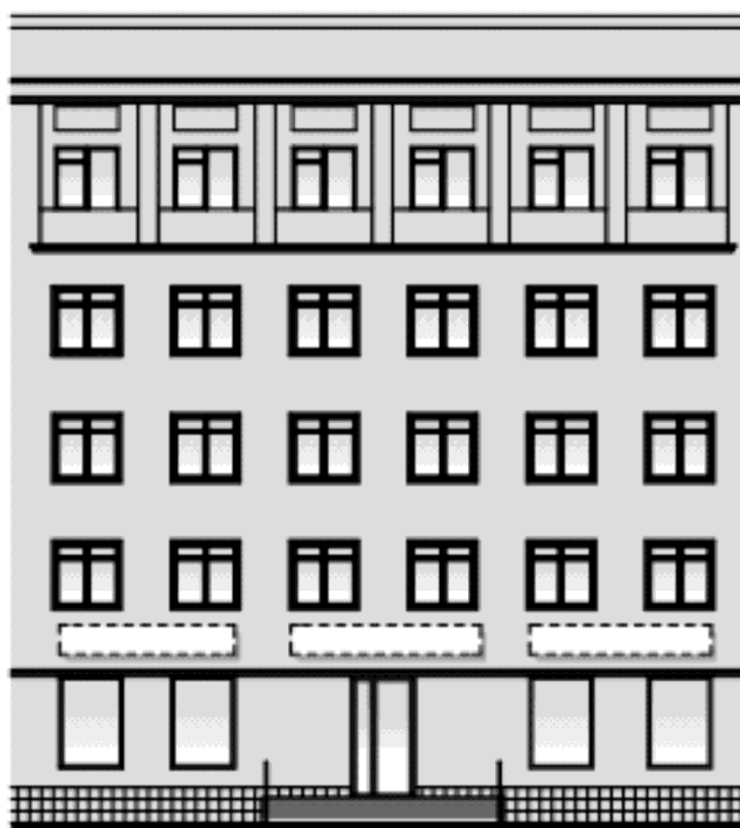
Размещение информационных конструкций в витринах



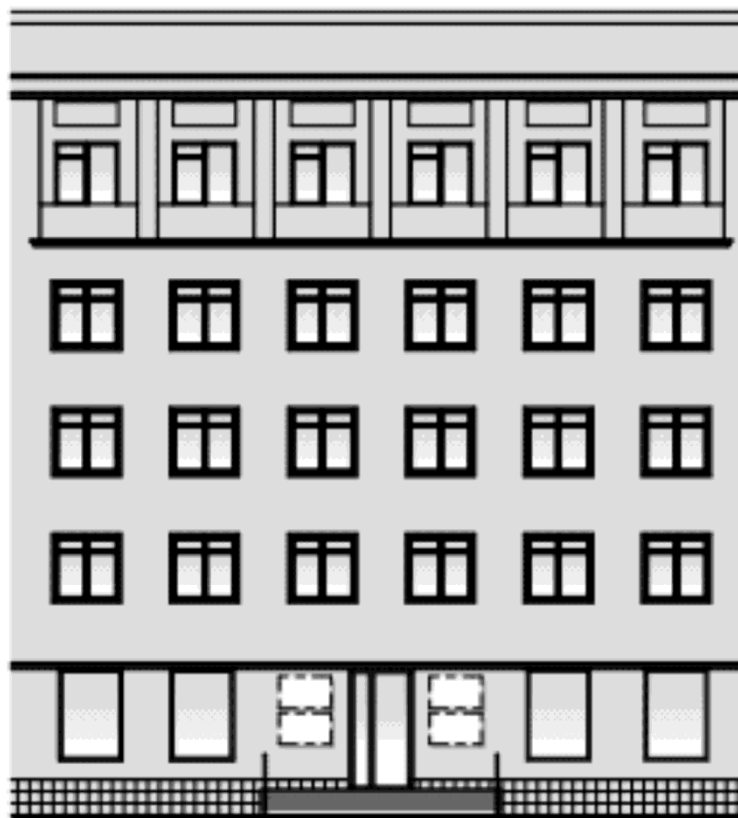
Приложение 3
к Методическим рекомендациям
по внешнему виду и размещению
рекламных конструкций и средств
размещения информации
на зданиях и сооружениях

ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

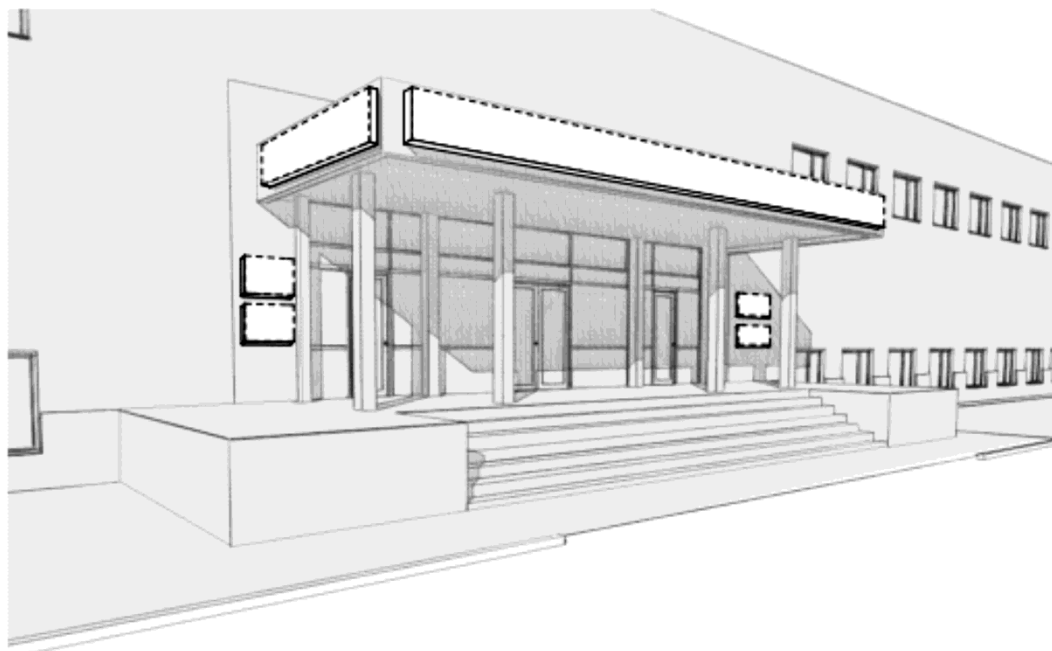
Размещение информационных конструкций над входом



Размещение информационных конструкций у входа (пример 1)



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

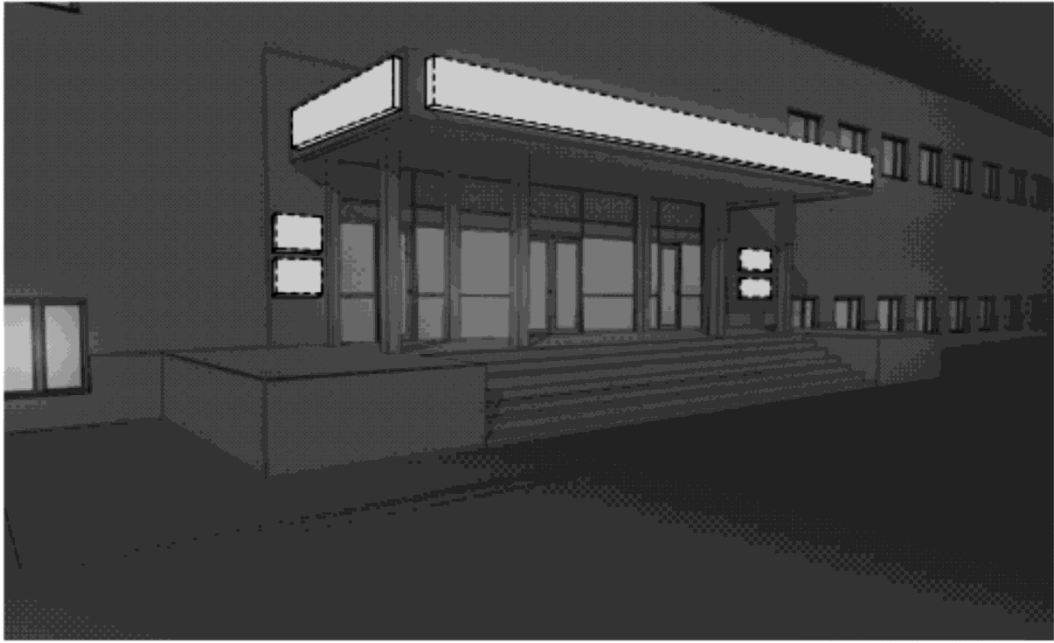


Приложение № 4
к Методическим рекомендациям
по внешнему виду и размещению
рекламных конструкций и средств
размещения информации
на зданиях и сооружениях

ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

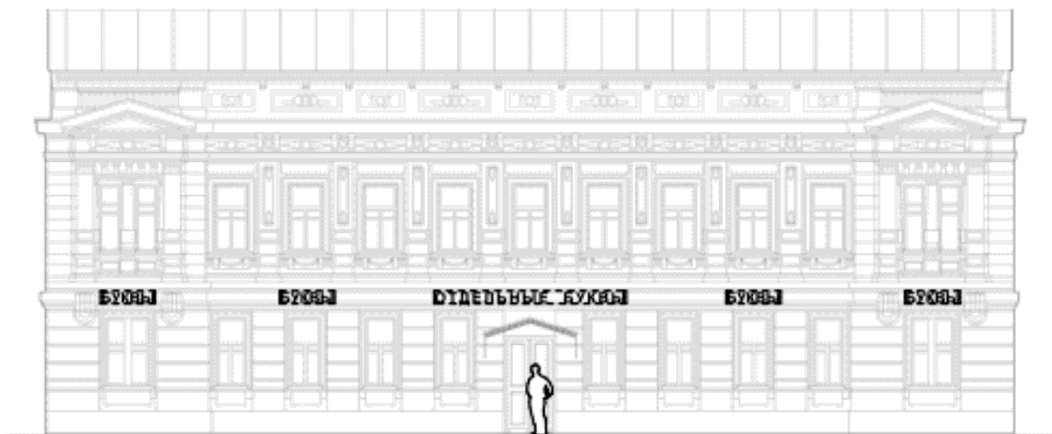
Освещение информационных конструкций



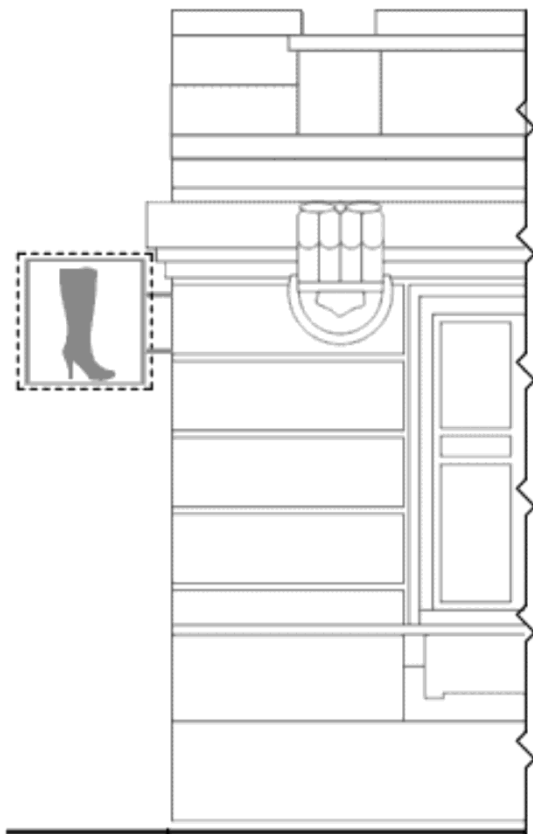


ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

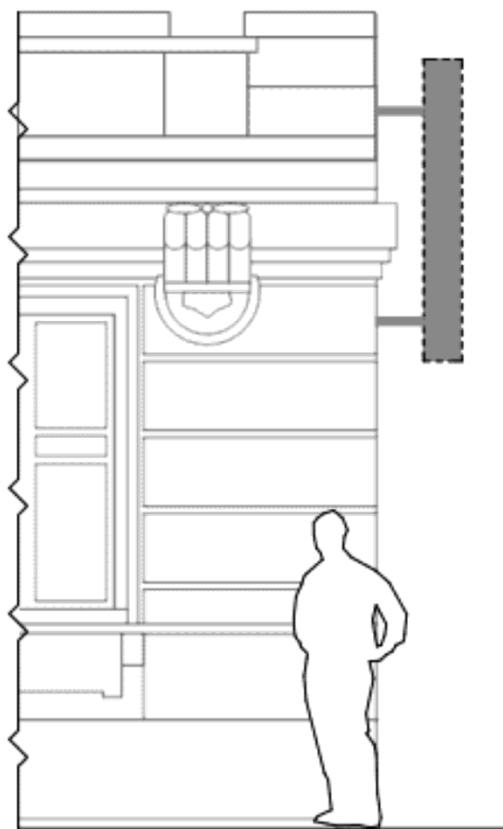
Отдельные буквы



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



ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

Возможные варианты размещения информации на маркизах



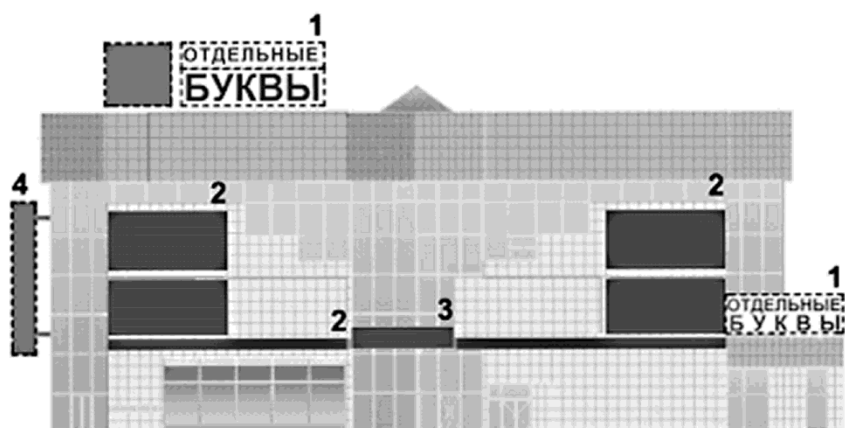


ПРИМЕР РАЗРАБОТКИ ОБЩЕЙ КОНЦЕПЦИИ (ГРАФИЧЕСКОЙ СХЕМЫ)

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



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

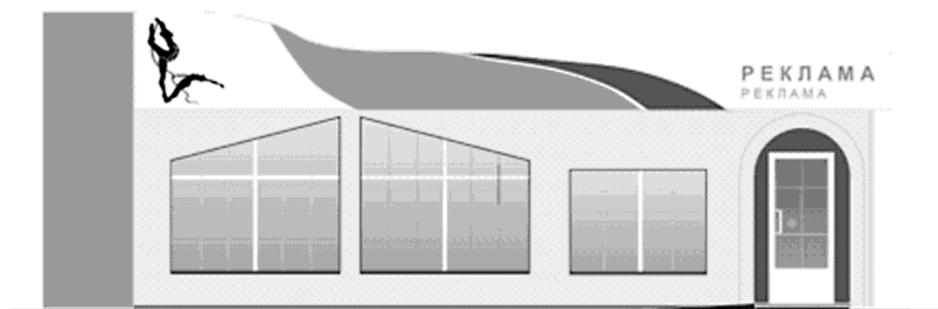
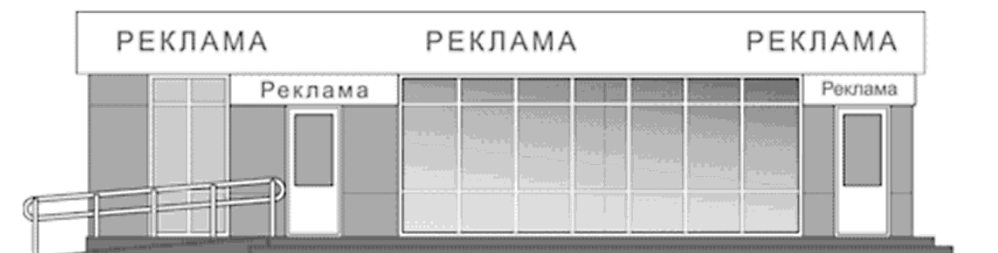
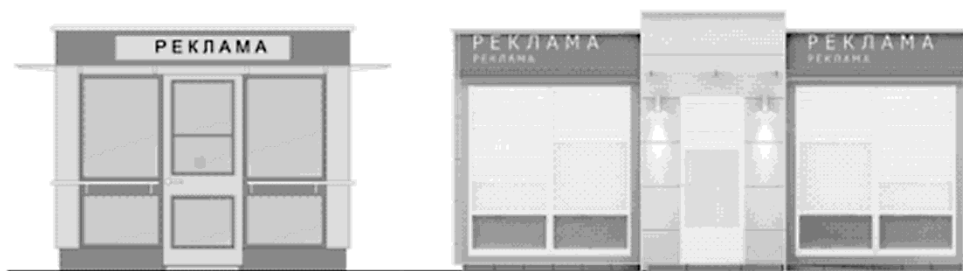


- 1 - отдельные буквы (крышная установка)
- 2 - информационный короб с подсветкой
- 3 - отдельные буквы на участке стены
- 4 - панель-кронштейн

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

