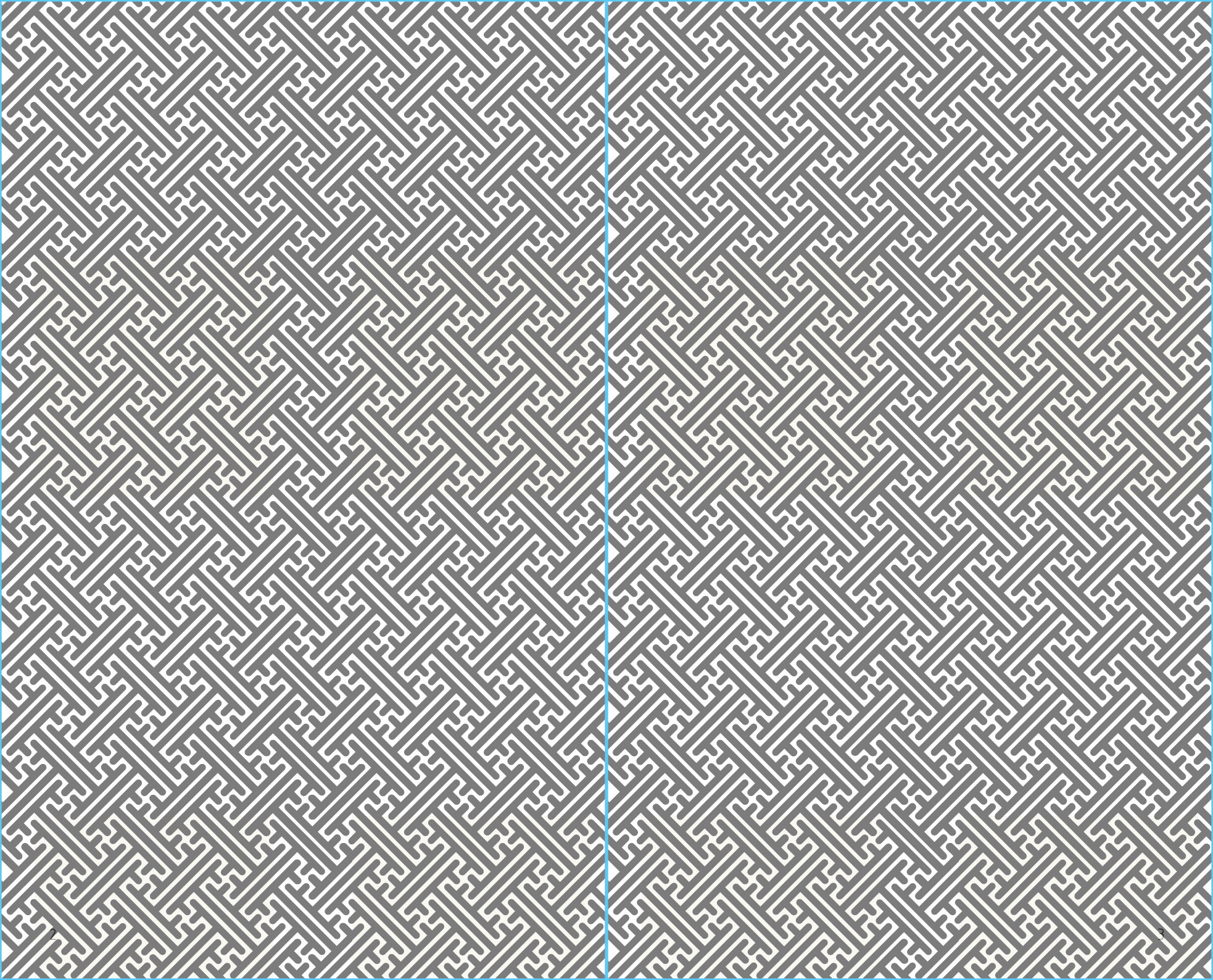
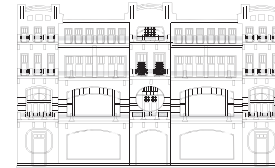


ДИЗАЙН-РЕГЛАМЕНТ  
ВОРОНЕЖА







**ДИЗАЙН-РЕГЛАМЕНТ  
ВОРОНЕЖА**

2014

# Оглавление

- 9 О регламенте.
  
- 10 **часть 1. Проблема визуального загрязнения.**
- 12 Мировой опыт исследования городской информационной среды.
- 14 Дизайн-регламент – инструмент упорядочения городской среды.
- 16 Примеры дизайн-регламентов.
- 22 Визуальное загрязнение Воронежа.
- 24 Нарушение архитектурного облика здания.
- 26 Смешение рекламы и информации.
- 28 Чрезмерная плотность вывесок.
- 30 Избыточный размер вывесок.
- 32 Неуместное оформление витрин.
  
- 34 **часть 2. Основные правила размещения информационных конструкций**
- 36 Объекты регламентации и их отличие от рекламных конструкций.
- 38 Зонирование городской информационной среды
  
- 42 **часть 3. Допустимые типы информационных конструкций.**
- 43 **§1** Входы группы и правила их установки
- 44 **§2** Пристроенные летние кафе и правила их оформления
- 48 **§3** Вывески
- 50 Допустимые типы вывесок.
- 52 Вывески из отдельных букв и знаков
- 56 Вывески на непрозрачной основе.
- 60 Вывески с подсветкой коробом.
  
- 62 Разрешенная к размещению информация.
- 65 Допустимый состав вывески
- 66 Размеры вывесок
- 68 Расположение вывески
- 70 Сорасположение нескольких вывесок
- 72 Вывески на зданиях нежилого назначения
- 74 **§4** Кронштейны.
- 78 Допустимые конструкции и габариты
- 79 Допустимые типы креплений
- 80 Дизайн кронштейнов
- 82 **§5** Таблички
- 86 Таблички для кафе и ресторанов.
- 88 Группировка табличек.
- 90 Типы табличек и допустимая информация
- 91 Габариты и материалы
- 92 Расположение табличек
- 94 **§6** Оформление витрин
- 98 Защита и освещение витрин в ночное время
- 100 Объекты, размещаемые в витринах
- 101 Запрещенные способы использования витрин
- 102 Расположение защитных конструкций
- 104 **§7** Маркизы
- 108 Размер маркиз
- 108 Оформление маркиз
  
- 110 **часть 4. Типографика информационных конструкций.**
- 111 Уместность использования шрифтов
- 112 Заглавные и строчные буквы
- 114 Выбор начертания.

## О регламенте

Дизайн-регламент — набор рекомендаций и правил, призванных улучшить внешний облик Воронежа.

Правила описывают размещение пристроенных конструкций и внешний вид информационных объектов: вывесок, кронштейнов, табличек, витрин и маркиз.

Дизайн-регламент имеет только рекомендательную силу. Чтобы городская среда изменилась в соответствии с рекомендациями, описанные в дизайн-регламенте правила необходимо оформить в нормативных актах.

Выполнение правил дизайн-регламента сделает городскую среду более упорядоченной, ясной и эстетически привлекательной для жителей Воронежа.



# Проблема визуального загрязнения городов

Визуальное загрязнение городской среды — распространенная мировая проблема. Перегруженность информационными сообщениями, хаотичность размеров и расположения вывесок, слишком яркие, кричащие цвета и мерцающие подсветки искажают архитектурный облик домов и затрудняют навигацию в городском пространстве.

Визуальное загрязнение связано не только с красотой и ухоженностью улиц города. Это масштабная проблема, на многих уровнях усложняющая и ухудшающая взаимодействие жителя города и городской среды.

Визуальное загрязнение затрудняет навигацию на улицах города — в потоке кричащих вывесок сложно сориентироваться. Такие улицы выглядят неухоженно. Отсутствие четкости понимания, какие объекты можно использовать в рекламных целях, усложняет работу и владельцам бизнесов, желающих установить, например, вывеску, и городской администрации.



Пример визуального загрязнения городской среды Воронежа — площадь Ленина. Избыточное количество вывесок и их непропорциональные размеры создают ощущение базарной площади, а не центральной улицы крупного города.



Пример визуального загрязнения крупных городов — Солт-Лейк сити

## Мировой опыт исследования городской информационной среды

Визуальное загрязнение городской среды хорошо изучено. Уже во второй половине XX века стали появляться научные работы, анализирующие причины и последствия загрязнения. Центральная причина визуального загрязнения всегда одна — отсутствие общих, понятных правил установки и согласования информационных конструкций.

(см. Nasar, J. L. *The Evaluative Image of the City*. Sage Publications, 1998 и Cullen, G. *The Concise Townscape*. Oxford Architectural Press, 1971.)

	Простота	Назойливость	Монотонность	Неупорядоченность	Неуместность	Невнятность	Непривычность	Чуждость	Высокая плотность
Назойливость	-.74								
Монотонность	.69	-.57							
Неупорядоченность	-.72	.74	-.29						
Неуместность	-.69	.75	-.32	.89					
Невнятность	-.73	.58	-.47	.70	.75				
Непривычность	-.34	.03	-.30	.08	.17	.45			
Чуждость	-.28	.05	-.12	.16	.39	.49	.76		
Высокая плотность	-.73	.62	-.48	.71	.62	.74	.24	.18	
Количество знаков	.05	-.01	.18	.21	.10	.29	-.06	-.08	.51
Тип знака	-.37	.46	-.24	.21	.32	.09	-.06	.00	.02
Площадь знаков	-.39	.24	-.32	-.08	.08	.14	.02	-.08	.28
Площадь фасада	.42	-.35	.50	.02	-.15	-.34	-.16	-.15	-.10

Таблица из работы Насара 1998 года, показывающая корреляцию между упорядоченностью визуальной информации и оценкой жителями эстетической привлекательности улицы

Джон Ланг в книге «Создавая теорию архитектуры» так определяет неорганизованное городское пространство:

«Неорганизованное пространство — это пространство, где взаимоотношения элементов случайны, сиюминутны и не определяются общими правилами и принципами.»

Исследования показывают, что введение таких правил помогает сохранить исторический облик городских центров (Pickard, R. *Management of Historic Centres*. London: Spon Press, 2001). Кроме того, регламентация городского пространства улучшает его восприятие жителями, а упорядоченность информационных конструкций делает улицу более привлекательной и стимулирует развивать уличную активность. На улице, соответствующей основным эстетическим принципам, люди готовы проводить больше времени. Это положительно сказывается на доходах местного бизнеса, (Scenic America. *Scenic Beauty Benefits Business: Design Guidelines for Business and Historic Districts*. Facts for Action. Washington, DC: Scenic America, 2000)

## Дизайн-регламент — инструмент упорядочивания городской среды

Так как причиной возникновения визуального загрязнения городов является отсутствие общих правил установки и согласования информационных конструкций, то лучшим инструментом для решения этой проблемы является дизайн-регламент.

Дизайн-регламент — это свод правил и рекомендаций, объясняющий городской администрации, жителям города и городскому бизнесу, какие типы объектов относятся к информационным конструкциям, как они должны выглядеть, в каких местах они могут быть установлены и что разрешается на них размещать.

Помимо регламентации внешнего вида дизайн-регламент описывает юридические процедуры и нормативные документы для работы с информационными конструкциями. Ясные критерии согласования упрощают и ускоряют взаимодействие бизнеса и администрации города.



Хороший пример упорядоченных вывесок дореволюционного Петербурга — отреставрированный торговый дом «С. Эсдерс и К. Схейфальс»



Пример жесткой регламентации вывесок — галерея Vittorio Emanuele в Милане. Даже оформление «Макдональдса» выполнено в нетипичных для него черных тонах, как требует регламент этого исторического места

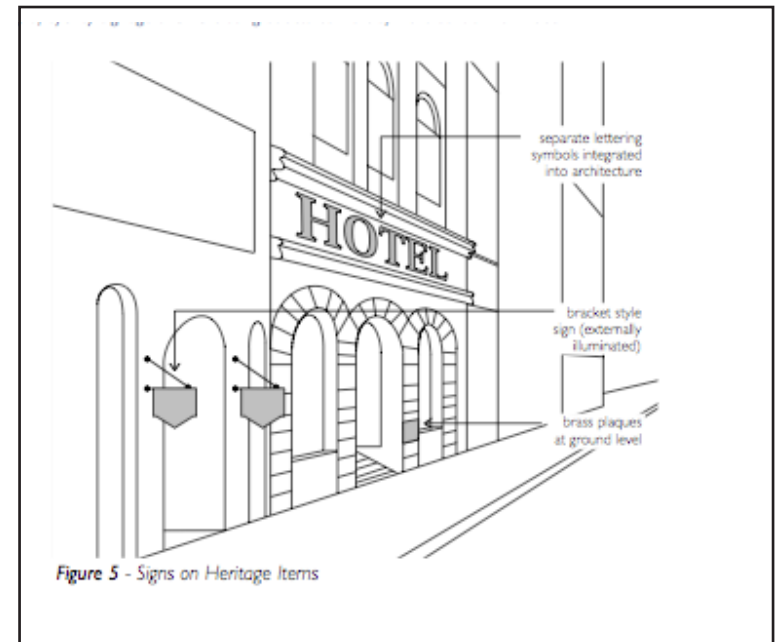


## Примеры дизайн-регламентов

Несмотря на то, что городские дизайн-регламенты описывают решение одной и той же проблемы, они могут быть структурированы по-разному и применяются на территориях разного размера — от регламентов, описывающих правила установки вывесок в историческом районе торговой части города, до общегосударственных регламентов, задающих общие правила для любого населенного пункта.

В качестве примеров мы рассмотрим регламенты Сиднея, Нью-Йорка, района Хакни в Лондоне, Москвы и Казани.

### Дизайн-регламент Сиднея

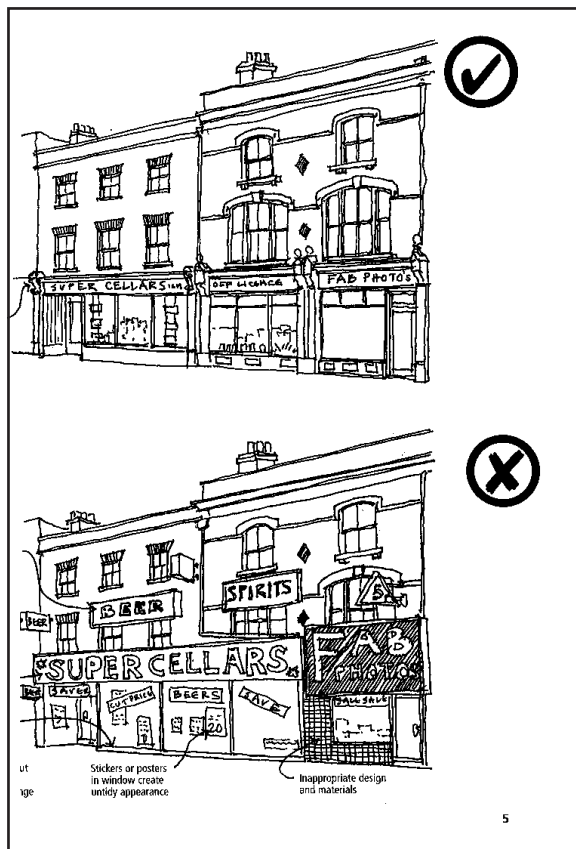


В Сиднее дизайн-регламент применяется как на уровне всего города, так и на уровне отдельных районов. Общие правила делают городскую среду упорядоченной и однородной, а локальные районные регламенты позволяют добавить различным историческим районам индивидуальности и выделиться как для горожан, так и для туристов.



Пример районного регламента — регламент района Ann Harbor

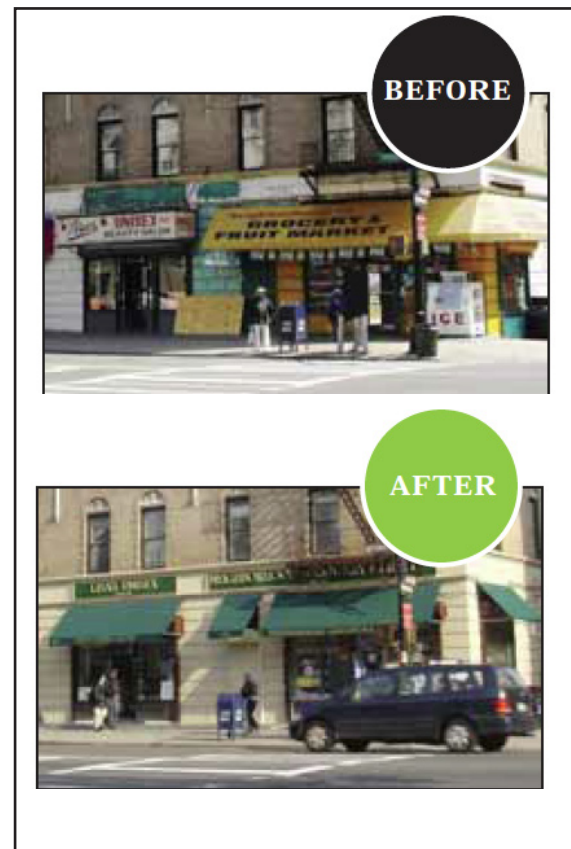
## Дизайн-регламент района Хакни



Регламент борется с избыточностью вывесок, запрещая, например, размещать их выше первого этажа

Регламент района Хакни в Лондоне — типичный регламент исторического района. Главной задачей в этом регламенте является сохранение исторического облика зданий и торговых площадей. Правила обязуют делать вывески и витрины, максимально похожие на традиционные для этого района.

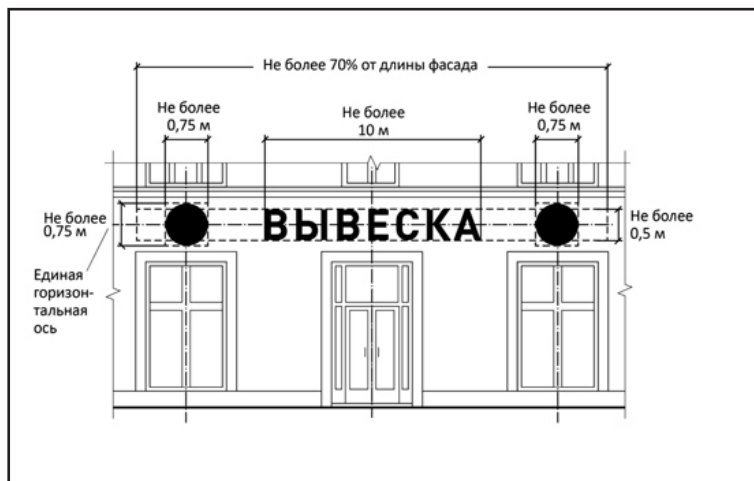
## Дизайн-регламент Нью-Йорка



Общие рекомендации даются в формате «до и после» и наглядно показывают, как улучшается облик улицы от применения регламента

Регламент Нью-Йорка похож по структуре на регламент Сиднея, но описывает еще более верхнеуровневые принципы оформления фасадов. Основная позиция нью-йоркского регламента: «чем проще — тем лучше». Наряду с общегородскими рекомендациями в Нью-Йорке существует 86 исторических района с собственной локальной регламентацией.

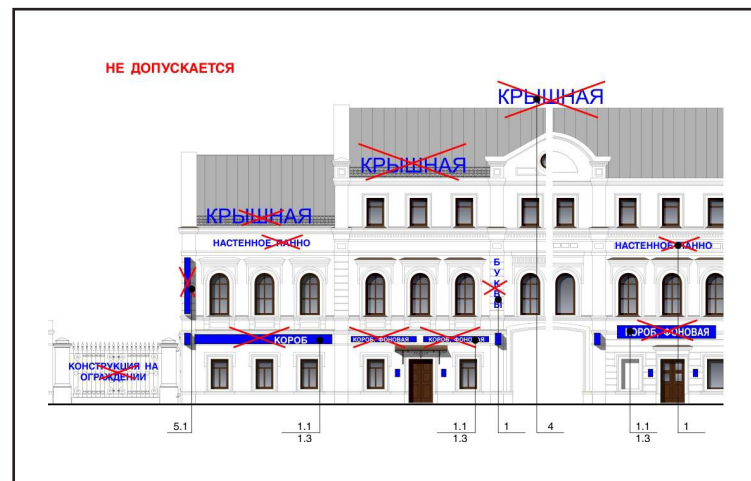
## Дизайн-регламент Москвы. Постановление «О размещении информационных конструкций в городе Москве»



Четко сформулированные допустимые габариты вывесок — шаг к решению проблемы визуального загрязнения.

Студией Артемия Лебедева для Комитета по архитектуре и градостроительству города Москвы была разработана Архитектурно-художественная концепция внешнего облика улиц, на основе которой было принято постановление городской думы «О размещении информационных конструкций в городе Москве». Это постановление описывает все типичные для подобных документов зоны регламентации (вывески, витрины, кронштейны, маркизы и пр.) и задает их габариты и правила расположения. Регламент постепенно применяется, начиная с центральных улиц города.

## Дизайн-регламент Казани. Изменения в Правила благоустройства.



Казанский регламент запрещает большое количество ныне используемых информационных конструкций, особенно в исторической части города.

Регламент в Казани был принят 20 марта 2014 года и является дополнением к Правилам благоустройства Казани. Регламент довольно строгий и запрещает большое количество уже существующих вывесок — например, вертикальные на жилых домах или крышные конструкции на жилых и исторических зданиях. Информационные конструкции теперь находятся в ведении управления архитектуры и градостроительства, тем самым заметно сокращается процесс их согласования.

## Визуальное загрязнение Воронежа

Воронеж — город с очень развитым малым бизнесом. Его бурный рост в последние десятилетия привел к тому, что первые этажи многих жилых домов были переведены в нежилой фонд. Там разместились офисы, магазины, отделения банков и другие бизнесы. И хотя развитие малого бизнеса крайне положительно сказывается на городской жизни, его неконтролируемая самореклама ухудшает облик городских улиц. Пристроенные конструкции, не предусмотренные архитектурным планом здания, нелегальная реклама на стенах домов, избыточно пестрые и разнообразные вывески — все это встречается даже на самых центральных улицах города.



Увешанные рекламой входные группы нарушают общий облик дома. Подобные рекламные конструкции сейчас не регламентируются. Ул. Пушкинская, 4.



Избыточная реклама магазина. Вывеской считать ее нельзя, так как на вывеске могут располагаться только название компании, логотип и тип деятельности. Размещение изображений продуктов недопустимо. (п. 3.2.1 — здесь и далее красным отмечаются ссылки на пункты правил части 3). Площадь Ленина, 8.

### Проблема 1

## Нарушение архитектурного облика здания

Архитектурный облик здания, особенно исторического, может быть сильно нарушен избыточными вывесками и пристроенными конструкциями. На улицах с небольшим раскрытием и с зелеными насаждениями — там где пешеход не видит выше второго-третьего этажей — это может привести к тому, что облик улицы изменится до неузнаваемости. Хуже всего влияют на облик дома неуместные пристроенные конструкции и вывески на непрозрачной основе. Сохранение исторического облика здания — важная мера для сохранения культурного наследия.



Архитектурный облик аккуратного особняка XIX века испорчен рекламой солярия. Подобная отделка недопустима для исторических зданий. (п.1.1) Ул. Дзержинского, 3



Здание кинотеатра «Спартак» — знаковое здание для центральной части Воронежа. Хотя афиши фильмов кинотеатру необходимы, им нужно придумать место и вид, менее разрушительный для облика здания. Можно, например, сделать их однотонными.



Пристроенный элемент выглядит неуместной заплаткой на историческом здании. (п.1.1) Ул. Дзержинского, 16

## Смещение рекламы и информации

Недостаточная ясность регламентации приводит к тому, что на вывесках часто указывается информация, которая не может там располагаться. Фото товаров, слоганы, цены, телефоны — этого не может быть на вывесках. Для контактной информации существует специальный объект — информационные таблички (стр 90).

Для рекламных сообщений существуют широкие возможности коммуникации — от рекламы на городских носителях, регламентированных федеральным законом «О рекламе», до размещения в городских СМИ — на радио, в журналах и интернете.

Площади, предназначенные для информационных конструкций, должны использоваться только по назначению: для донесения до жителей города информации о том, какой бизнес располагается в этом доме. Для рекламы услуг и товаров есть рынок рекламных носителей.

Использование информационных площадей как бесплатных рекламных площадок превращает городскую среду в соревнование «перекричи соседа», где каждый владелец бизнеса старается установить как можно более яркую вывеску как можно более кричащим изображением.



Распространенное в Воронеже изображение товаров на вывесках недопустимо. (п. 3.1.2) Ул. Станкевича, 1.



Для размещения подобных сообщений должны использоваться рекламные площади, а не площади витрин. Глухое заклеивание витрин должно быть запрещено. (п.6.2.1) ул. Кирова, 3

## Черезмерная плотность вывесок

Отсутствие четких правил размещения информационных конструкций приводит к их чрезмерной плотности.

При этом многие из них, как мы выяснили, являются не вывесками, а бесплатными нерегламентированными рекламными конструкциями.

Зачастую даже на центральных улицах плотность вывесок такова, что они целиком скрывают за собой фасад дома. Это абсолютно недопустимо: вывески должны располагаться над линией окон первого этажа. Вывески на стенах должны быть запрещены.



Излишняя плотность и неухоженность вывесок портят внешний вид дома на центральной площади города. (п. 3.2.2.) Площадь Ленина, 8.



Глухая стена рекламы — худшее, во что можно превратить витрину магазина. (п. 6.2.1) ул.Плехановская, 9.



Почти все конструкции на этом доме должны быть отнесены к рекламным и демонтированы с фасада дома. (п. 3.2.1) Площадь Ленина, 8.

## Избыточный размер вывесок

Гигантские вывески создают гнетущий эффект и нарушают архитектурный облик здания.

Небольшая вывеска справляется с задачей донесения информации о бизнесе до жителей города не хуже вывески в несколько этажей дома, при этом обилие слишком крупных вывесок только ухудшают их удобочитаемость.



Вывески на историческом здании гостиницы Борисполь превосходят допустимые размеры. К вывескам на исторических зданиях должно быть повышенное внимание — они должны гармонично вписываться в архитектурный облик постройки. (п. 3.3.1.)



Огромная вывеска с часами на проспекте Революции. Подобный пристроенный элемент должен быть запрещен, размещение на нем огромных вывесок тем более недопустимо. (п. 2.6)



Вывеска занимает собой целый этаж и перекрывает несколько окон. Перекрывать детали архитектуры вывесками нельзя (так же, как и окна и дверные проемы). (п. 3.3.1.) Проспект Революции, 38.



## Неуместное оформление витрин

Глухие витрины превращают улицу в коридор из рекламных сообщений и искажают архитектурный облик здания.

Витрины должны быть прозрачными: так они создают дополнительный объем и ощущение жизни на городской улице. За ними должна быть видна жизнь помещения — будь то кафе или магазин одежды.



Многие пристроенные элементы со сплошным остеклением используются как рекламные площади — это недопустимо. (п. 6.2.1.) Ул. Карла Маркса, 49.



Размещение рекламных сообщений внутри витрин — правильный шаг. Тем не менее, они не должны занимать такую большую долю ее площади. (п. 6.1.3.) ул. Кирова, 3.



Хорошо оформленная витрина может принести бизнесу больше пользы, чем рекламное сообщение неуместного размера, например, такое, как на этой витрине. (п. 6.2.1.) Ул. Свободы, 33

# Основные правила размещения информационных конструкций

## Базовые принципы

Разрабатывая регламент, мы руководствовались не только соображениями эстетического характера, но и следующими принципами:

### Гармония

Наша цель — упорядоченность городских пространств с гармоничным размещением рекламных вывесок и прочих информационных конструкций. Необходимо разработать единые рекомендации для создания и размещения для вывесок и рекламных конструкций. Гармоничными должна быть и отдельная вывеска, и дом целиком, и вся улица.

### Простота

Регламент должен быть в общих чертах понятным руководством к действию как для бизнеса так и для городских чиновников без внешних комментариев. Он должен давать любому участнику процесса понятный пошаговый алгоритм действий.

### Ясность

Вся информация на описываемых объектах должна легко считываться горожанами с разных расстояний. Ясность и недвусмысленность сообщения — его ключевое свойство.

### Развитие

Разработанные решения должны быть легко применимы к современной архитектурной политике города и учитывать существующие регламенты и документы. Эти решения — еще один логичный шаг в непрерывной работе по улучшению облика города.

### «Не навреди»

Регламент должен упростить, а не усложнить порядок размещения информационных конструкций и их контроль со стороны руководства города. Охотно применять его будут только если при его внедрении работа участников процесса станет проще и понятнее.

### Локальность

Регламент обязан учитывать историческую специфику Воронежа и современную архитектурную политику города. Это не верхнеуровневое решение, применимое для любой территории, а точный и специализированный инструмент для конкретного города.

## Объекты регламентации и их отличие от рекламных конструкций

Важная задача регламента — дать четкие определения разным типам информационных конструкций, чтобы отделить их от рекламных конструкций, которые регулируются федеральным законом «О рекламе».

Однозначность формулировки критериев в дизайн-регламенте упрощает и ускоряет процесс согласования информационных конструкций и делает его более понятным как для бизнеса, так и для городской администрации.



Типичный пример информационной конструкции: вывеска на музее естественных наук.



Типичный пример рекламной конструкции: реклама сосисок на продуктовом магазине.

Регламентом регулируются	Регламентом не регулируются
Входные группы	Рекламные конструкции
Вывески	Рекламные площади
Кронштейны	Остановки общественного транспорта
Штандарты	Таблички с номерами домов
Таблички	Городская навигация
Витрины	Праздничная декорация города
Маркизы	Освещение города
Крышные вывески	
Выносные конструкции	
Надувные конструкции	

Объекты, попадающие под действие регламента.

## Зонирование городской информационной среды

Зонирование — типичное решение для регламентов крупных городов. Общие правила для всего города необходимы, но решение для панельного дома 90-х годов может не подойти для исторического здания в центре города и наоборот. Поэтому необходимо вводить градации правил, позволяющие более точно и уместно регламентировать городскую информационную среду.

Городские исторические центры обычно зарегламентированы строже — их регламенты предполагают вывески меньшего размера, незначительно меняющие облик здания. При этом в спальных районах вывески могут быть крупнее и сильнее закрывать части фасада. На панельных домах это смотрится органичнее.

### Зона 1. Зона строгой регламентации

Зона строгой регламентации включает в себя в первую очередь общегородской центр, крупные городские магистрали, памятники истории и культуры, состоящие на государственной охране и ценные в историко-архитектурном отношении постройки.

Территория общегородского центра определена в генплане Воронежа. Список городских магистралей определен там



Типичный пример здания из зоны строгой регламентации — Театр оперы и балета, (1961 год, архитектор Б.Ефимович). Хотя афиши очевидно являются важным информационным носителем для театра, их пестрота и размеры нарушают архитектурный облик здания. Количество и размер афиш лучше уменьшить, а их оформление — заформатировать.



Типичный пример здания из зоны общей регламентации.

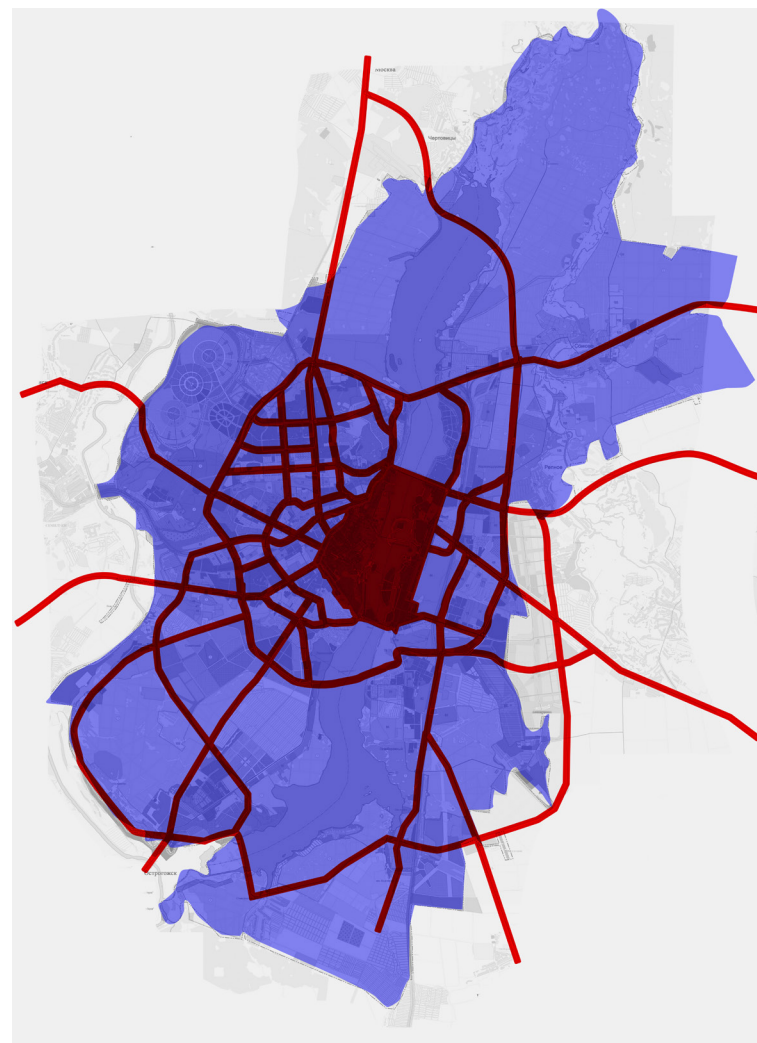
же, но для нужд регламента может быть создан дополнительный список, не соответствующий напрямую списку в генплане. В него могут быть включены улицы, не попадающие под определение городских магистралей и не находящиеся на территории общегородского центра, но важные в культурно-историческом плане, или изобилующие исторической застройкой — к таким улицам тоже уместно применять строгие правила регламентации.

## **Зона 2. Зона общей регламентации**

Зона общей регламентации — вся территория города Воронежа, так, как она определена в генплане. Регламентация этой зоны менее строгая, чем регламентация зоны 1: в первую очередь, послабления касаются размеров и типов вывесок. Набор допустимых объектов и правила расположения объектов остаются неизменными.

Например, для зоны общей регламентации максимальная высота вывески на первом этаже может достигать 1 м, в то время как в зоне строгой регламентации эта высота не должна превышать 0,5 м.

Для зоны строгой регламентации предпочтительны вывески из отдельных букв, в то время как в зоне общей регламентации уместно могут смотреться вывески на непрозрачной основе и лайтбоксы.



Примерные контуры зон регламентации. Зона строгой регламентации обозначена красным цветом, общей — синим цветом.

## Допустимые типы информационных конструкций

Эта часть дизайн регламента дает определения типов допустимых информационных носителей и задает правила их размещения, ограничения по габаритам, цветам и материалам.



Демонтаж конструкций — часть проблемы. За ними откроются неотреставрированные фасады. Поэтому лучше согласовывать работы с пристроенными конструкциями с работами по капитальному ремонту здания.

## § 1 Входные группы и правила их установки

Большое количество пристроенных входных групп — одна из главных проблем архитектурного облика Воронежа. Для решения проблемы нужно запретить нарушать архитектурный облик дома в зоне строгой регламентации. Согласовывать пристройки, которых нет на изначальном архитектурном плане дома, в этой зоне нельзя.

- 1.1 Возводить новые входные групп в зоне строгой регламентации запрещено — вход в помещение должен быть организован за счет внутреннего пространства.
- 1.2 В зоне общей регламентации допустимо возведение входных групп, типового проекта, разработанного для всего здания.
- 1.3 Проект любого входа — с пристроенной конструкцией или без должен учитывать архитектурный облик дома и улицы, красные линии и потоки пешеходов, доступность для маломобильных категорий граждан
- 1.4 Вопрос демонтажа существующих конструкций решается индивидуально для каждого дома, при этом учитывается историко-культурная значимость строения и улицы и график капитальных реконструкций

## § 2 Пристроенные летние кафе и правила их оформления

К пристроенным конструкциям относятся и летние кафе. Их разрешено возводить по предварительному согласованию с администрацией города.

Общее правило — чем меньше возводится конструкций, для создания кафе, тем лучше. Самый оптимальный вариант — когда столы и стулья выносятся прямо на тротуар, без монтажа помоста и оград. Особенно следует избегать создания лишних конструкций на пешеходных улицах и на улицах в зоне строгой регламентации.

Зачастую возведение помоста необходимо — в ситуации поврежденного покрытия тротуара или большого угла наклона тротуара.

Если конструкции все же необходимо смонтировать — летние кафе должны быть возведены с применением только легкосборных неглухих конструкций: при создании летних кафе нельзя использовать шатры, остекление, такие капитальные строительные материалы как кирпич, бетон, металлические листы, черепицу или металлочерепицу.

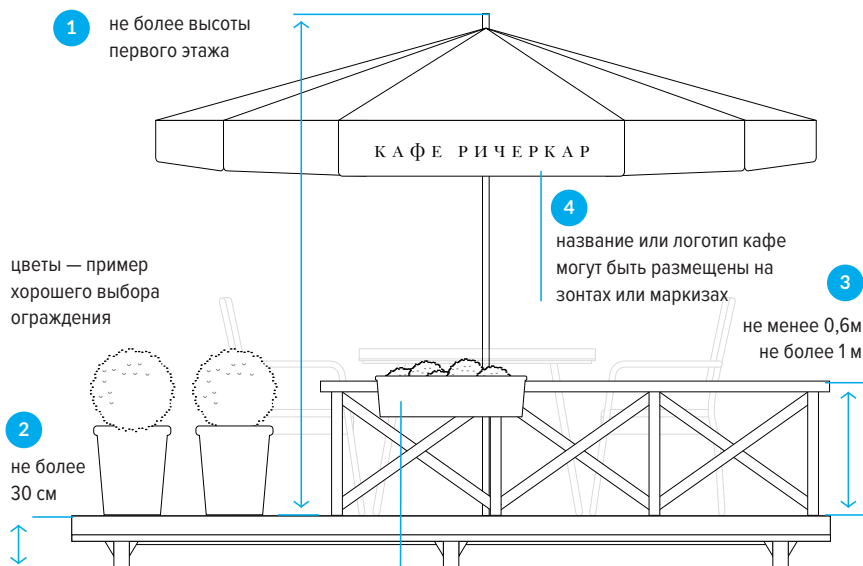
Оптимальным решением ограждения является ограждение из кадок с цветами или другого типа озеленения: цветов, карликовых деревьев или шпалер.

- 2.1 Летнее кафе может состоять из помоста, ограждения и уличных зонтов, маркиз, обогревательных и осветительных элементов.
- 2.2 Все конструкции летнего кафе должны быть легкосборными — не допускается использование таких материалов как кирпич, бетон, металлические листы, черепица.
- 2.3 Высота зонтов или маркиз не должна превышать высоту первого этажа здания, к которому прилегает летнее кафе. <sup>1</sup>
- 2.4 Помост не должен возвышаться над уровнем улицы более чем на 30 см. <sup>2</sup>
- 2.5 Ограда кафе не должна быть не ниже 0,6м и не выше 1 метра. <sup>3</sup>



Хороший пример летнего кафе на Большой Дмитровке в Москве. Столы стоят прямо на улице и отделены от нее только цветами. Размещение не крупного названия на маркизах и грифельная доска с меню — хороший способ рассказать о своем бизнесе. Больше никаких вывесок на здании не установлено.

- 2.6** На всех временных конструкциях, кроме маркиз или зонтов запрещено размещать информационные и рекламные носители. <sup>4</sup>
- 2.7** Название, логотип компании или род деятельности компании, размещенные на маркизах или зонтах не должны превышать 30 см в высоту.
- 2.8** При возведении летних кафе не допускается использование шатров, прозрачных пленок или остекления.
- 2.9** Допускается использование подвесных контейнеров для размещения в них озеленения летнего кафе. Допускается размещение контейнеров на ограждении кафе. <sup>5</sup>
- 2.10** Контейнеры для озеленения не должны иметь сливного отверстия и должны быть изготовлены из ударопрочных, небьющихся материалов.



**5** Контейнеры для размещения озеленения на ограде.



Оформление ограждения кадками с цветами



Кафе без помостов и ограждений на пешеходной улице. Ул. Кузнецкий Мост, Москва.



## § 3 Вывески

Вывески — один из центральных объектов регламента. Они почти неизбежно наносят урон визуальному облику здания. Задача регламента сделать его минимальным.

Особое внимание надо уделять вывескам в зоне строгой регламентации — прежде всего, на памятниках истории и культуры и ценных в историко-архитектурном отношении зданиях.

Вывеска должна органично вписываться в архитектурный облик дома — располагаться на предназначенных для этого местах и не перекрывать окна, декор и архитектурные элементы.

Важно учесть, что под вывеской в нашем документе мы подразумеваем крупную информационную конструкцию, содержащую лготип компании, ее название и род деятельности.

В законе РФ «О защите прав потребителей» (статья 9 пункт 1) вывеской называется объект, содержащий наименование организации, ее адрес и режим работы. В данном регламенте такой тип объекта мы называем информационной табличкой.



Качественные материалы очень важны для внешнего вида вывески. Металлические вывески из отдельных букв будут прекрасно смотреться даже спустя много лет.

## Допустимые типы вывесок

Можно выделить три типа вывесок (от наиболее до наименее предпочтительной):

### 1. Вывески из отдельных букв

Такие вывески — наиболее предпочтительный вариант для любого типа домов в любой из зон регламентации. Они наименее разрушительны для облика здания.

### 2. Вывески на непрозрачной основе

Этот распространенный тип вывесок вполне уместен на современных домах в общей зоне регламентации. На исторических зданиях такие вывески надо использовать аккуратно, чтобы не перекрывать архитектурные детали.

### 3. Вывески с подсветкой коробом

Вывески с внутренней подсветкой наименее предпочтительны и совсем недопустимы в зоне строгой регламентации. Принимая решение об установке такой вывески надо внимательно следить за тем, чтобы она кардинально не выделялась среди остальных вывесок на доме. Это может привести к нежелательной фрагментации фасадов.



Вывеска из отдельных букв



Вывеска на непрозрачной основе



Вывеска с подсветкой коробом

## Вывески из отдельных букв и знаков

Вывески из отдельных букв и знаков — это вывески, в которых буквы и знаки крепятся непосредственно на фасад дома, без дополнительных коробов и подложек.

Если есть возможность, лучше использовать именно такие вывески — они меньше всего нарушают архитектурный облик здания.

Буквы и знаки на таких вывесках могут быть как плоскими, так и объемными. Для них может быть сделана внешняя или внутренняя подсветка.

Рекомендованные материалы: металл или камень, но допустимо использовать и другие материалы.



Вывеска из отдельных букв с внешней подсветкой. Воронеж, Пушкинская,1.



Вывеска из плоских металлических букв



Вывеска из объемных металлических букв.



Удачная вывеска рынка. Отдельные объемные каменные буквы, установленные вплотную к фасаду здания. Куала-Лумпур, Малайзия.



Вывески из отдельных объемных букв размещены на обоих фасадах здания — это разрешено (п. 4.4.5) Москва, улица Петровка.



Вывеска из плоских металлических букв хорошо вписывается в архитектуру. Голуэй, Ирландия.



Исторический пример вывески из отдельных букв. Воронеж, пл. Ленина, 9

## Вывески на непрозрачной основе

Вывески на непрозрачной основе — второй по предпочтительности тип вывесок. Они могут быть использованы на любых зданиях, кроме памятников истории и культуры, состоящих на государственной охране, и ценных в историко-архитектурном отношении построек.

Вывески не должны перекрывать архитектурные детали на здании.

Буквы на таких вывесках должны быть объемными, или отстоять от плоскости вывески, но не напечатанными на подложке. Буквы не могут выходить за область основы.

Цвет подложки — важная часть дизайн-решения таких вывесок. Яркие цвета подложек недопустимы. Рекомендуется разработка общего цветового решения основы для всего фасада дома.

Установленные на основу темного цвета такие вывески органично смотрятся в витринах магазинов.



Буквы на вывесках на непрозрачной основе должны быть объемными. Лучше не делать основу излишне яркого цвета. Воронеж, пр.Революции,48.



Вывески на непрозрачной основе с объемными буквами — темный фон для таких вывесок более уместен. Воронеж, пр.Революции,49.



Объемный логотип на непрозрачной подложке светлого оттенка. Витрины оформлены неверно — цветная оклейка запрещена. (п. 7.2.2) Воронеж, пр.Революции,39.



Объемные металлические буквы золотого цвета на вывесках с темной основой. г. Рим, Италия.



Историческая вывеска современной аптеки в Санкт-Петербурге. Несмотря на то что буквы на этой вывеске не объемные, рекомендуется сохранять и реставрировать такие вывески. Они ценны в историческом плане, даже если противоречат пунктам регламента.



Вывеска на черной непрозрачной основе. Даже слегка объемные буквы всегда удачно смотрятся на таких вывесках. Воронеж, Плехановская,21.

## Вывески с подсветкой коробом

Наименее предпочтительный тип вывесок — вывески с подсветкой-коробом. Их нельзя использовать в зоне строгой регламентации, кроме случая их расположения внутри витрины.

Свечение должно быть равномерным — не допускаются разные цвета подсветки. Нельзя устанавливать мигающие или слишком яркие вывески — значение максимальной яркости таких вывесок должно быть отдельно зафиксированно.

Буквы на таких вывесках могут быть как плоскими, так и объемными. Объемные смотрятся лучше.



Излишне многоцветная вывеска с подсветкой. Таких графических эффектов, как блики и обводки, желательно избегать. Проспект революции, 28.



Хорошая вывеска с подсветкой, расположенная внутри витрины. Объемные буквы смотрятся лучше плоских и на вывесках с подсветкой. Воронеж, Плехановская, 41.



Вывеска с подсветкой. Слишком большая глубина превращает ее в козырек. Воронеж, Революции 49.

## Разрешенная к размещению на вывесках информация

- 3.1.1** Вывеска состоит из графической и текстовой части.



- 3.1.2** Графическая часть может содержать только логотип компании.
- 3.1.3** Текстовая часть может содержать только название компании и род ее деятельности.
- 3.1.4** Любую другую информацию размещать на вывесках нельзя. Сейчас это одна из самых распространенных ошибок в городской среде Воронежа.
- 3.1.5** Допустимое количество объектов на вывеске регулируется пунктом правил §3.2.1 данного документа.





## Условные обозначения:



# ВЫВЕСКА

Условное обозначение вывески из отдельных букв и знаков



Условное обозначение вывески на непрозрачной основе

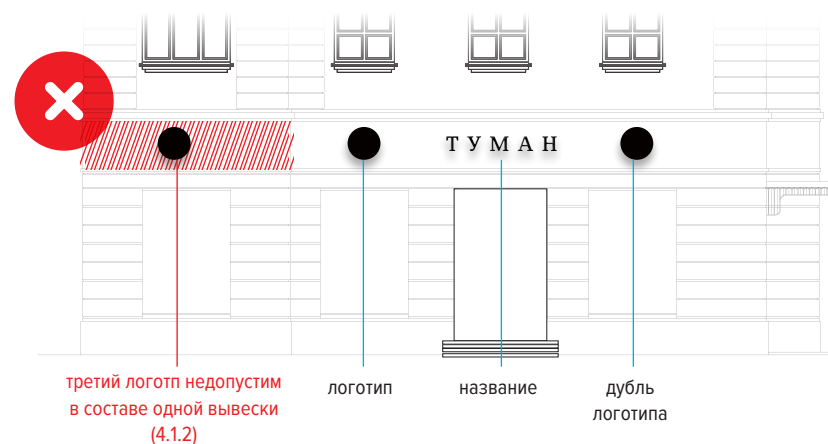
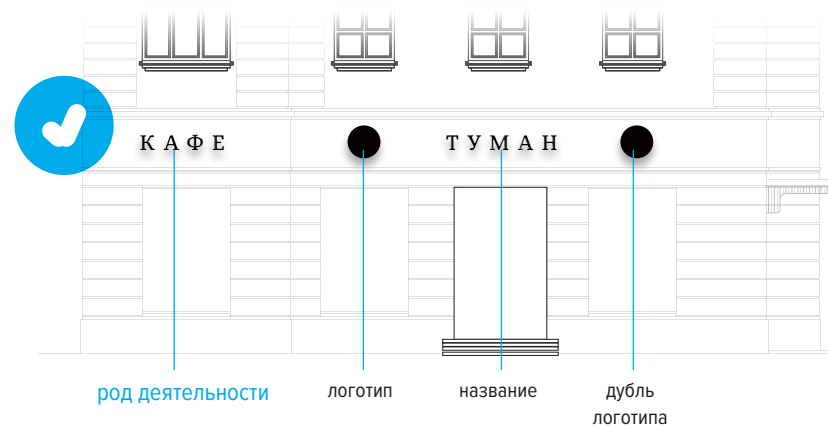


Условное обозначение вывески с подсветкой-коробом

## Допустимый состав вывески

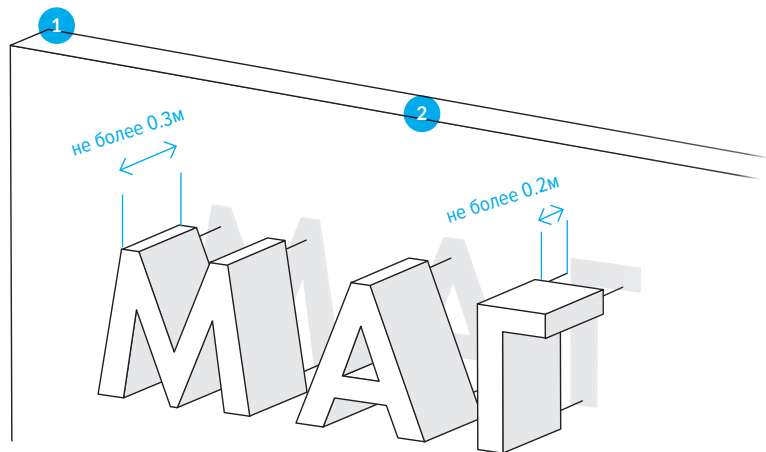
**3.2.1** На вывеске можно размещать только три типа объектов: логотип организации, ее название и род деятельности.

**3.2.2** Объекты вывески размещаются в единичном экземпляре. Один и только один из объектов может быть продублирован, чтобы соблюсти симметрию. На вывеске не может быть больше четырех объектов.



## Размеры вывесок

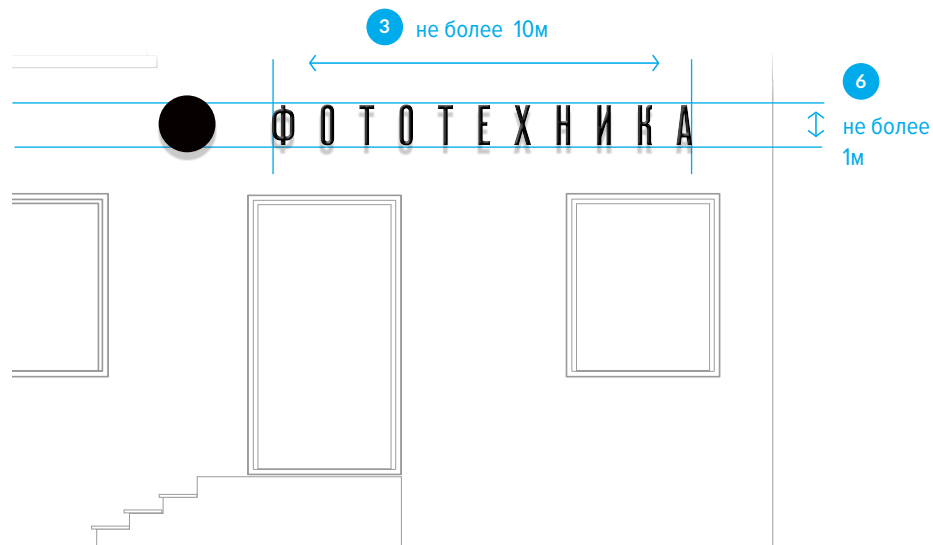
- 3.3.1** Высота вывески не должна превышать 0,5 метра для зоны строгой регламентации <sup>5</sup> и 1 м для зоны общей регламентации <sup>6</sup>. Исключение составляют случаи домов с высоким фризом (1.2.6)
- 3.3.2** Логотип может быть больше максимальной высоты на 20%. <sup>4</sup>
- 3.3.3** Ни один из элементов вывески не может превышать 10м в длину для зоны строгой регламентации или 15м для зоны общей регламентации, или занимать более 70% длины фасада. <sup>3</sup>
- 3.3.4** Вывеска не должна отстоять от стены более чем на 0,2 м. <sup>2</sup>
- 3.3.5** Вывеска не должна превышать 0,3 м в толщину. <sup>1</sup>
- 3.3.6** В случае размещения вывесок на фризе здания вывески из отдельных букв не должны превышать 2/3 высоты фриза.
- 3.3.7** В случае размещения вывесок на фризе здания вывески на непрозрачной основе и лайтбоксы должны быть равны фризу по высоте, даже если они превышают высоту, установленную в п. 4.2.1



Зона строгой регламентации:

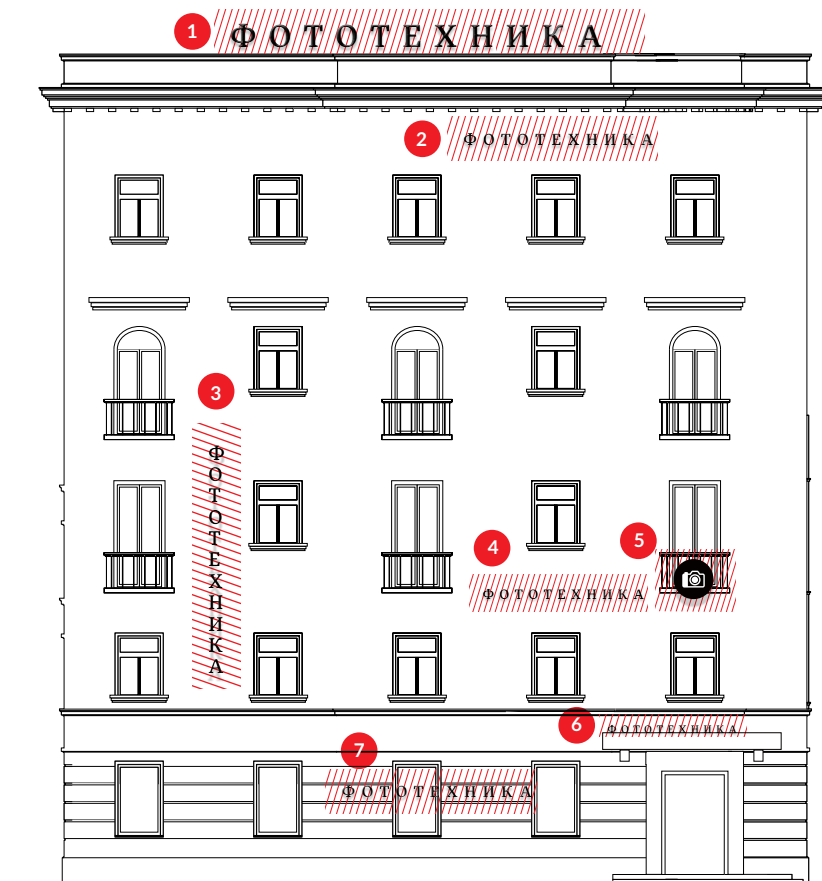


Зона общей регламентации:



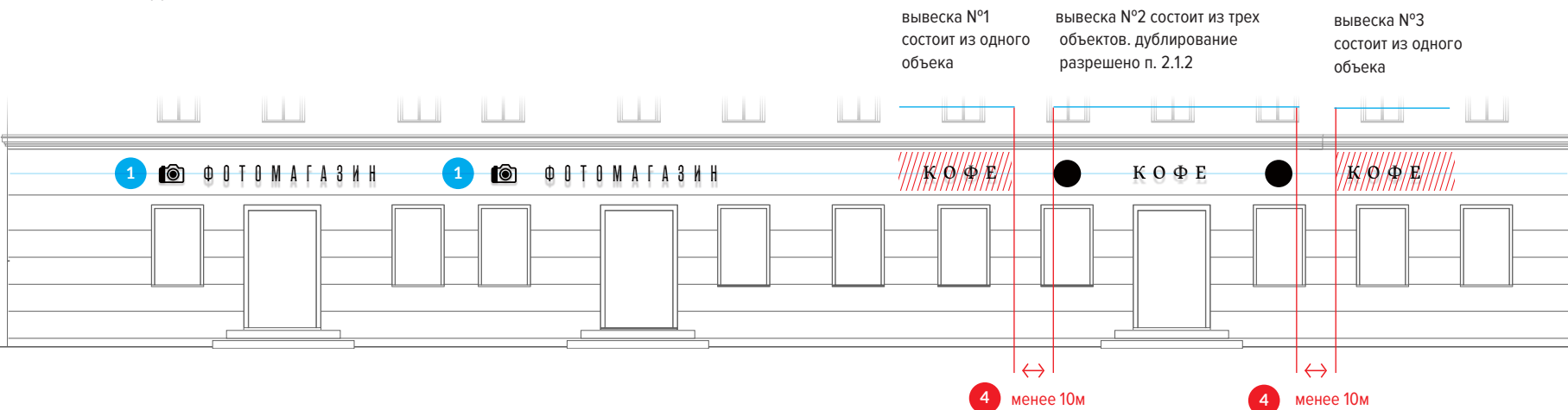
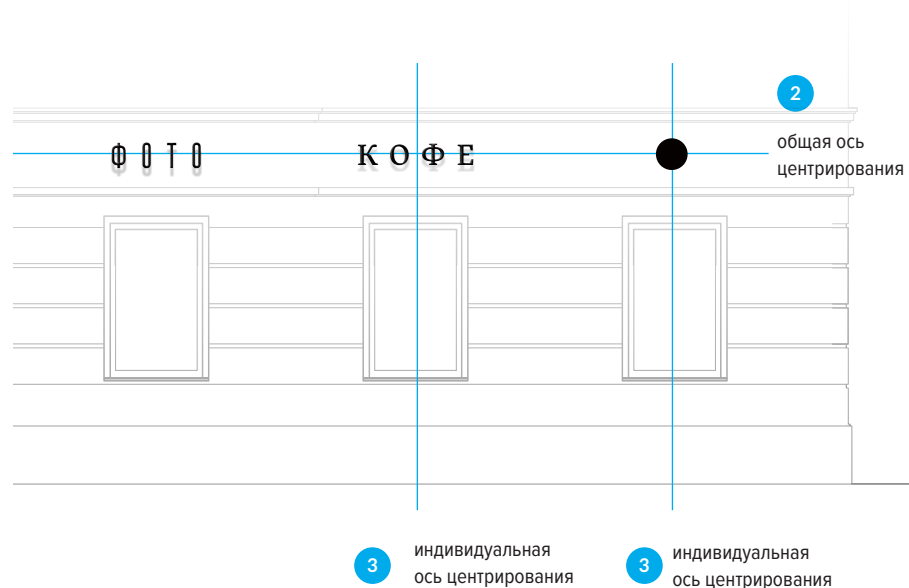
## Расположение вывески

- 3.4.1** Вывеску всегда нужно размещать ниже уровня основания окон второго этажа. (Исключение составляют случаи, описанные в п. 3) **1 2 4**
- 3.4.2** Вывеску надо размещать горизонтально. Вертикальный набор букв запрещен. **3**
- 3.4.3** Вывеска может располагаться только в границах занимаемого нежилого помещения, за исключением конструкций, размещенных между первым и вторым этажом, непосредственно над занимаемым нежилым помещением.
- 3.4.4** Вывеска может размещаться над цокольными окнами, но не ниже чем 0,5 м от земли.
- 3.4.5** Вывески могут располагаться на козырьках зданий и входных групп, но только непосредственно на передней плоскости козырька. Вывески не должны быть больше козырька по высоте. Установка вывесок на козырек сверху запрещена. **6**
- 3.4.6** Вывеска не может закрывать и перекрывать проемы, арки, архитектурные детали и декоративно-художественное оформление здания. **7**
- 3.4.7** Вывеска не может располагаться на расстоянии меньше чем 1м от мемориальных досок, указателей наименований улиц и номеров домов.
- 3.4.8** Вывеска нельзя устанавливать на боковые стороны фризов входных групп.
- 3.4.9** Вывески нельзя размещать на кровлях, лоджиях и балконах. **5**



## Сорасположение нескольких вывесок

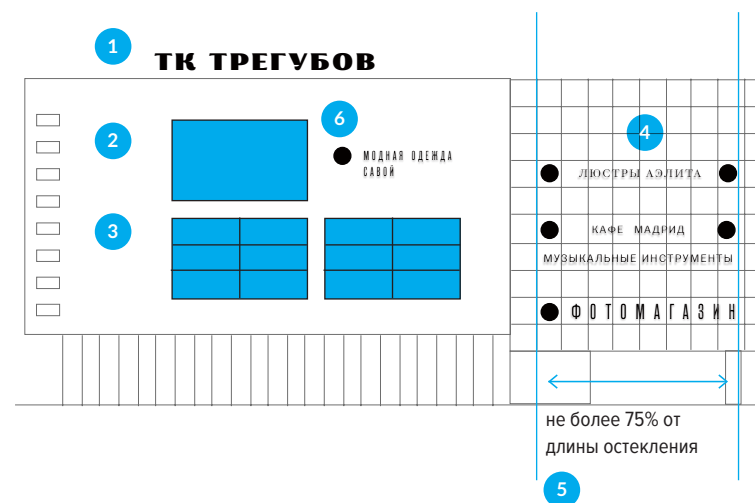
- 3.5.1** Все вывески на одном фасаде дома должны быть оцентрованы по вертикали относительно общей оси. **2**
- 3.5.2** Каждая вывеска и каждый элемент вывески центруются по горизонтали относительно окон, арок, дверей и других архитектурных объектов при расположении над ними. **3**
- 3.5.3** Если вход в помещение один, вывески одной организации на одном фасаде не могут находиться ближе чем в 10 м друг от друга. **4**
- 3.5.4** При наличии нескольких входов в помещение разрешено размещать вывески над каждым входом, даже если расстояние между ними будет менее 10м. **1**
- 3.5.5** Если занимаемое организацией помещение имеет фасады на нескольких улицах, вывески можно дублировать на все фасады помещения.
- 3.5.6** Если вывесок на непрозрачной основе несколько у одной организации, цвет фона у них должен быть одинаковым. Рекомендуется соблюдать один цвет фона подложек для всего дома.



## Вывески на зданиях нежилого назначения

- 3.6.1** На крупных зданиях нежилого назначения разрешены к размещению дополнительные типы информационных конструкций.
- 3.6.2** Крупными зданиями нежилого назначения считаются строения объектов торгово-офисного, культурно-развлекательного и спортивного назначения, построенные не раньше 1950г, не являющиеся памятниками истории и культуры, общей площадью более 4000 кв.м для объектов в зоне строгой регламентации и более 1500 кв.м в зоне общей регламентации.
- 3.6.3** На крупных зданиях нежилого назначения разрешено размещение одной и только одной крышной конструкции из отдельных букв, не превышающей в высоту 1м для зоны строгой регламентации и 3 м для зоны общей регламентации. <sup>1</sup>
- 3.6.4** Информацией, допустимой к размещению на крышной конструкции может быть только название строения.
- 3.6.5** На крупных зданиях нежилого назначения разрешено размещение панельной информационной конструкции — крупного информационного объекта. <sup>2</sup>
- 3.6.6** Панельная информационная конструкция выполняется на твердой основе с внутренней подсветкой.
- 3.6.7** Панельные конструкции не могут занимать более 50% площади фасада.
- 3.6.8** Панельная конструкция может быть модульно и состоять из не более чем би отдельных модулей, выполненных из одного материала с внутренней подсветкой. <sup>3</sup>

- 3.6.9** Панельная конструкция не может превышать 6м в высоту или ширину.
- 3.6.10** На панельной конструкции можно размещать только три типа объектов: логотип организации, ее название и род деятельности.
- 3.6.11** Фон панельной конструкции должен быть однотонным, но допустимы любые цвета, в том числе и яркие.
- 3.6.12** На крупных зданиях нежилого назначения разрешено размещение более крупных вывесок из отдельных букв на сплошном остеклении, не превышающих в высоту 1м для зоны строгой регламентации и 2 м для зоны общей регламентации. <sup>4</sup>
- 3.6.13** На одной плоскости фасада на одном остекленном этаже может быть размещено не более одной крупной вывески из отдельных букв.
- 3.6.14** Вывеска не может превышать в длину 75% от длины остекления. <sup>5</sup>
- 3.6.15** Панельная конструкция всегда может быть заменена на крупную вывеску из отдельных букв. <sup>6</sup>



## §4 Кронштейны

Кронштейн — небольшая информационная конструкция, размещаемая под прямым углом к фасаду здания. Ее главная задача — сообщать о бизнесе проходящим мимо людям.

Состав информации на них соответствует допустимой информации на вывесках — на кронштейне так же могут быть расположены логотип, имя организации и тип ее деятельности.

Стилистически кронштейны должны соответствовать графическому решению вывесок. При использовании вывесок с непрозрачной подложкой цвет подложек кронштейна и вывески должен совпадать.



Кронштейн с подсветкой, установленный вплотную к фасаду здания.  
Москва, ул Тверская.



Слишком крупный для зоны строгой регламентации кронштейн в форме логотипа компании. Воронеж, пр.Революции,39.



Фигурный кронштейн с названием компании и типом деятельности.  
Воронеж, Плехановская,33.



Металлический кронштейн из отдельных букв с подсветкой сверху. Это допустимое решение. Материал кронштейна сочетается с материалом фонаря. г.Барселона, Испания.

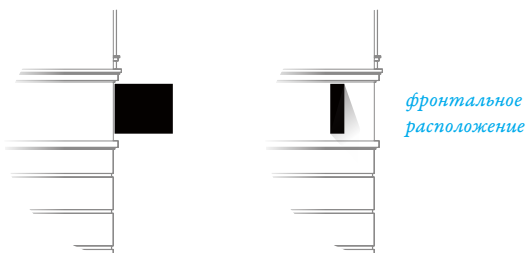


Кронштейн в виде двухцветного логотипа компании.



Квадратный кронштейн. Воронеж, пр.Революции,47

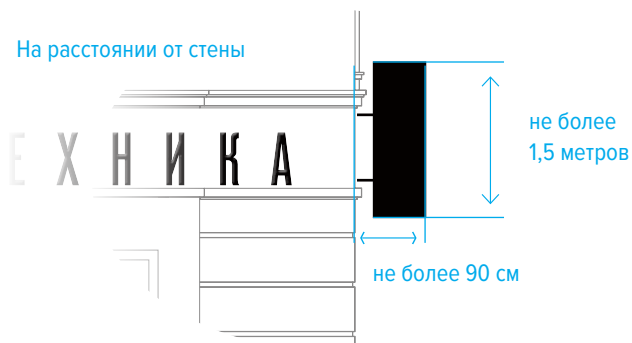
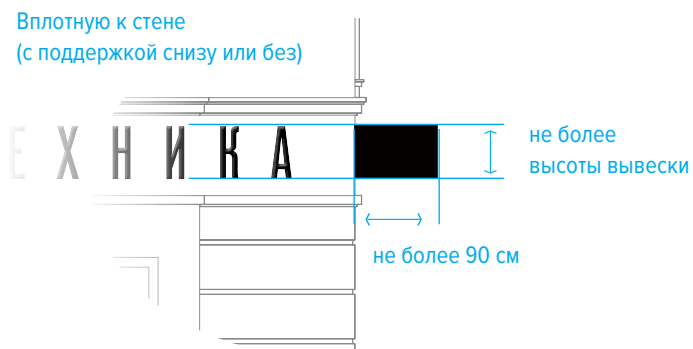
## Условные обозначения:



## Допустимые конструкции и габариты

- 4.1.1** Кронштейн устанавливается под прямым углом к плоскости фасада
- 4.1.2** Кронштейн может быть установлен горизонтально или вертикально. Вертикальное размещение недопустимо в зоне строгой регламентации.
- 4.1.3** При горизонтальном расположении кронштейн не должен превышать высоту вывески на этом же фасаде. <sup>2</sup>
- 4.1.4** При вертикальном размещении кронштейн не должен превышать 1,5 метра в высоту.
- 4.1.5** Кронштейны устанавливаются на расстоянии до 40 см от стены.
- 4.1.6** Максимальная ширина всей конструкции кронштейна — 90 см.
- 4.1.7** Минимальное расстояние между кронштейнами — 10 м. <sup>1</sup>

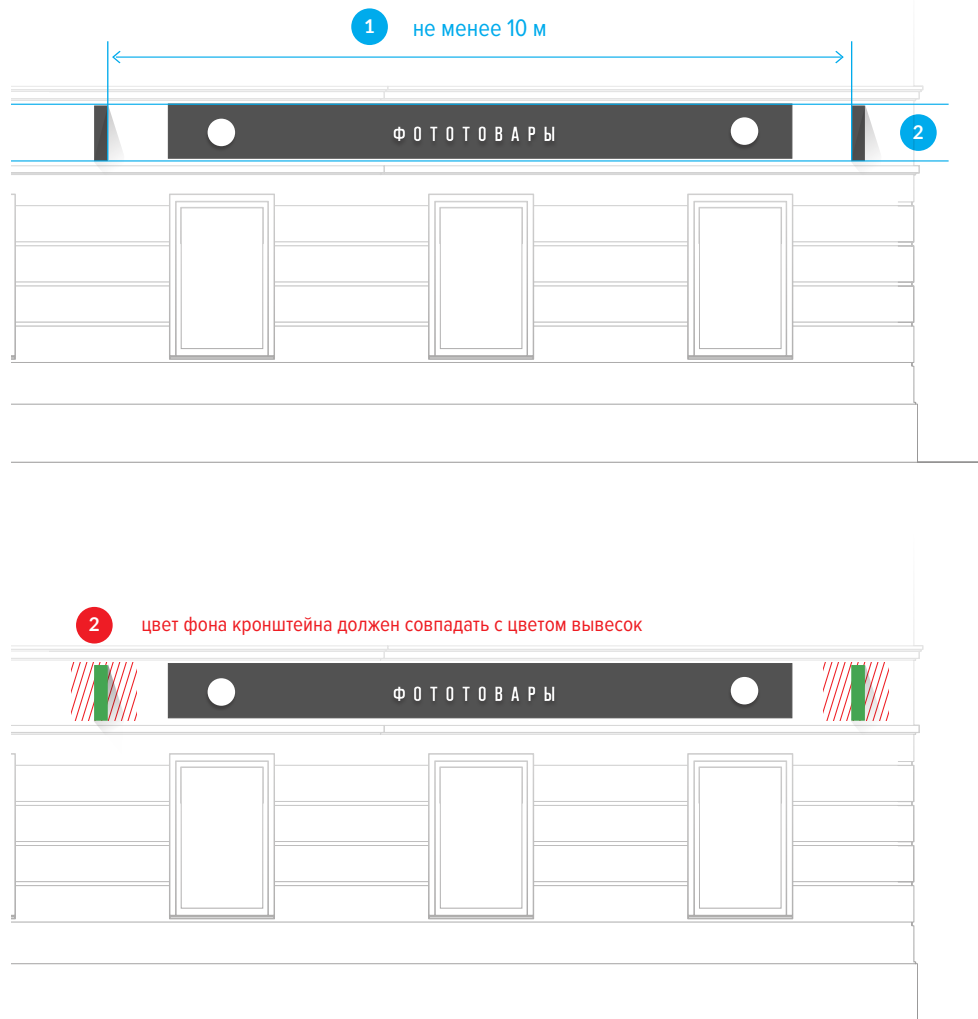
## Допустимые типы креплений:





## Дизайн кронштейнов

- 4.2.1** Цветовое решение кронштейна должно совпадать с цветовым решением вывесок фасада. **2**
- 4.2.2** Цвет фона кронштейна должен быть однородным.
- 4.2.3** Подсветка букв и знаков кронштейна допустима при использовании на фасаде вывесок с подложкой или вывесок с подсветкой коробом.
- 4.2.4** Подсветка всего поля кронштейна допустима только при использовании вывесок с подсветкой коробом на фасаде.
- 4.2.5** Мигающая подсветка и дисплеи со сменной информацией недопустимы.
- 4.2.6** Крепления кронштейна могут быть окрашены только в черный цвет, цвет вывески или цвет здания.
- 4.2.7** Кронштейны могут быть выполнены в форме логотипа компании.
- 4.2.8** Кронштейны-подвешенные конструкции могут быть выполнены в виде флагов из плотного тканевого материала.



## §5 Таблички

Информационные таблички — небольшие объекты, располагающиеся на уровне глаз. На них могут быть указаны название организации, время работы, адрес, для ресторанов и кафе — меню.

Таблички располагаются непосредственно у входа в здание. Допустимо размещение табличек без непрозрачной подложки на остеклении входных дверей. Допустимо размещение сведений в соответствии с законом РФ «О защите прав потребителей» (статья 9 пункт 1: наименование организации, ее адрес и режим работы) на остеклении входной двери и еще одной таблички только с названием на фасаде дома у входа.



Правильно расположенные таблички двух организаций, разумно выполненные в одном стиле. Воронеж, пр.Революции,26.



Логотип компании и сведения, требуемые законом «О защите прав потребителей» на остеклении двери. Москва, ул.Тверская.



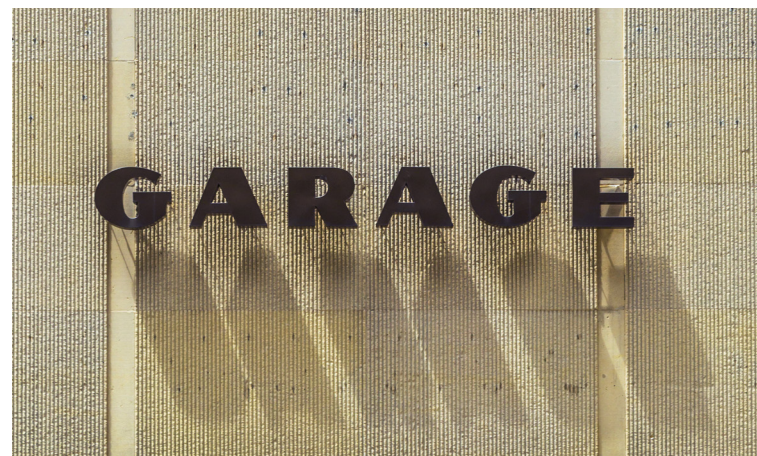
Табличка с названием компании у входа. Москва, Столешников переулок.



Исторические корни табличек на стенах восходят к древнеримским табличкам с названиями улиц.



Табличка из отдельных букв, расположенная непосредственно на фасаде здания. Табличка непропорционально большая и должна быть заменена. Воронеж, Комиссаржевской,5.



Вывеска из отдельных букв, расположенных на расстоянии от фасада. г. Детройт, США.



Ажурная табличка с часами работы. Табличка, совпадающая по размеру с рустовым камнем, была бы более уместной. Воронеж, Плехановская,15.



Допустимая вывеска на историческом здании с логотипом компании и указанием на вход. Выполнена из отдельных объектов. г. Таллин, Эстония.

## Таблички для кафе и ресторанов

Для ресторанов, баров и кафе меню может быть расположено снаружи. Оно может быть как написано от руки (например, на грифельной доске), так и распечатано.

Часто на месте таблички под меню можно увидеть рекламу заведения — это недопустимо.



Аккуратная грифельная доска, на которую вынесены избранные позиции меню.



Состаренная грифельная доска, передающая атмосферу заведения.



Золотые буквы, написанные на темном фоне, — хорошее решение для дорогого ресторана.



Допустимый, но неудачный вариант оформления меню ресторана. Воронеж, Плехановская, 42.

## Группировка табличек

В здании с большим количеством арендодателей единственно верным решением является выделение собственником здания единого модульного места для табличек организаций.

В таком случае все они должны быть одинакового размера, выполнены из одного материала и в одной стилистике.

На табличке в таком случае лучше указывать не только название и логотип компании, но и этаж, на котором она располагается.

Сортировать таблички лучше по этажам, а внутри одного этажа — по алфавиту, чтобы облегчить поиск по организациям.



Пример удачной группировки табличек на мобильных стеклянных носителях.  
Воронеж, Пушкинская, 1.



Единый размер и цветовое решение помогли бы избежать визуального мусора.  
(п.6.2.9)



Единое цветовое и стилевое решение.

## Условные обозначения:



## Типы табличек и допустимая информация

- 5.1.1** Существует три вида табличек: единичные, сгруппированные и таблички-меню.
- 5.1.2** На единичной табличке может быть размещена только следующая информация: название организации, логотип, род деятельности, время работы, адрес.
- 5.1.3** На сгруппированных табличках может быть размещена следующая информация: название организации, логотип, род деятельности, этажа здания, номера офиса.
- 6.1.4** Табличка-меню может содержать выдержки из меню ресторана или кафе, сезонное меню или специальные блюда дня.

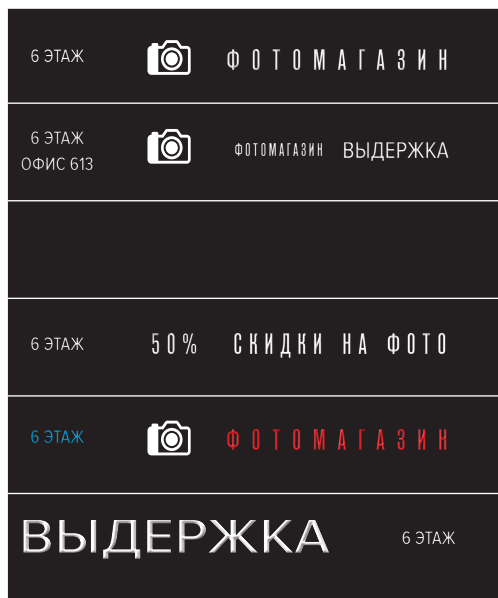
## Габариты и материалы

- 5.2.1** Максимальный размер табличек при расположении на фасаде дома — 0,4м по ширине и 0,6м по высоте.
- 5.2.2** Максимальный размер табличек при расположении на остеклении входа — 0,3м по ширине и 0,4м по высоте.
- 5.2.3** Цвета и материалы табличек должны соответствовать цветам и материалам вывесок организации. Рекомендуются натуральные материалы: неокрашенный металл или камень.
- 5.2.4** Цвет фона любой таблички всегда должен быть однородным.
- 5.2.5** Допускается размещение бесфоновых табличек из отдельных букв и знаков.
- 5.2.6** Табличка на остеклении входа всегда должна быть однотонной и выполнена трафаретной печатью без фона.
- 5.2.7** Подсветка таблички допускается только если на фасаде разрешена установка лайтбоксов. Рекомендуются подсветка только отдельных букв, а не всего корпуса таблички.
- 5.2.8** Недопустимо использование экранов и жк-дисплеев для динамического отображения информации.
- 5.2.9** При группировке табличек сменные модули должны иметь одинаковые размеры, одинаковую схему расположения информации и одинаковое цветовое решение.
- 5.2.10** В индивидуальных случаях скопления большого количества разных организаций в одном здании, допустимо рассмотреть вариант увеличения вывески, но не более 1м по ширине или высоте.

## Расположение табличек

- 5.3.1** У каждого входа в здание может располагаться две и не более таблички. Таблички могут быть как одного типа, так и разных.
- 5.3.2** Недопустимо расположение двух идентичных табличек у одного входа в здание.
- 5.3.3** Нижний край таблички не должен быть установлен выше уровня 1,5м.
- 5.3.4** На остеклении входа могут располагаться только единичные таблички.

Пример группировки табличек:



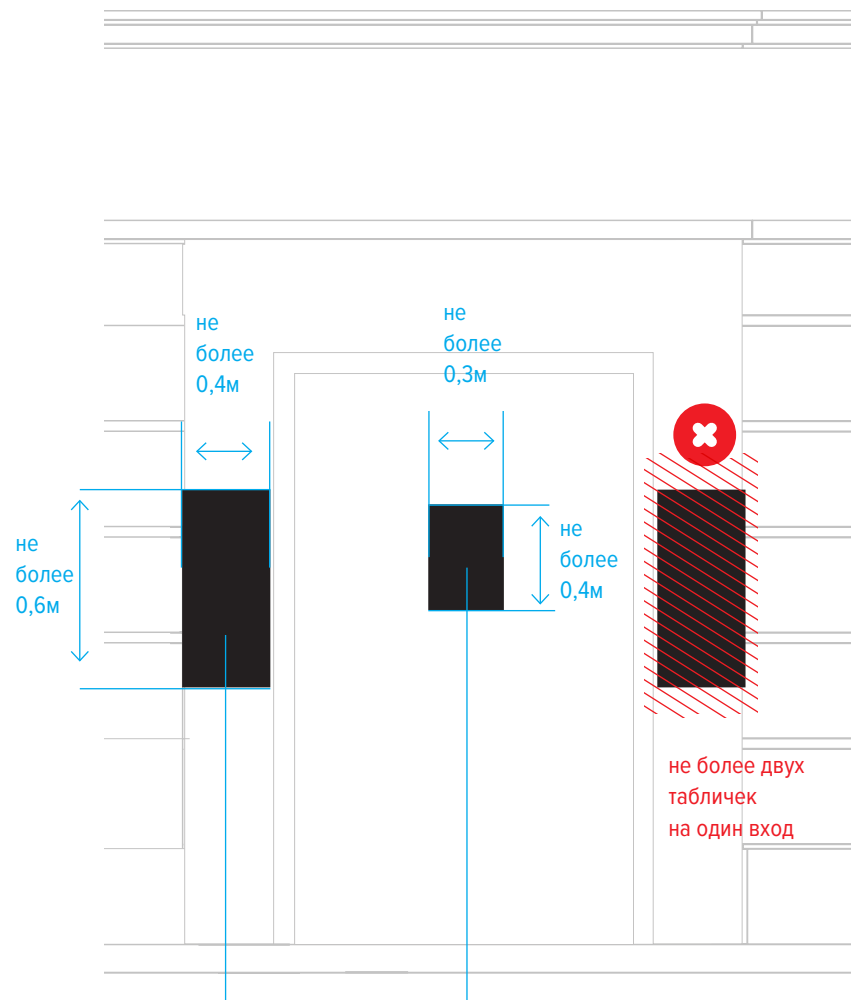
рекламная информация, нарушен п. 6.1.3



нарушен п. 6.2.9



нарушен п. 6.2.9



Пример размещения информации:

На единичной табличке на фасаде — название организации, логотип, род деятельности, время работы, адрес

На остеклении: название и логотип организации.

## §6 Оформление витрин

Витрины определяют внешний вид дома и улицы в целом. Они должны создавать ощущение пространства внутри здания, а не глухих стен. Внимательное и разумное оформление витрин может радикальным образом улучшить облик городской улицы.

Прежде всего, недопустимы глухие витрины — витрины, целиком оклеенные пленкой. Не рекомендуется и закрывать их шторами или жалюзи.

Внутри витрин можно расположить рекламные площади, но на они должны находиться на расстоянии от окна и не закрывать собой всю площадь витрины.

На остеклении витрины можно размещать небольшие объемные буквы с названием компании. Изнутри на витрине может быть наклеено информационное сообщение, вырезанное из винила — слоган, род деятельности, типы представленных продуктов, информация о рекламной акции.



Хороший пример открытых витрин. Вид входной группы прорит кондиционер. Воронеж, площадь Ленина, 4,



Аккуратное использование витрин в рекламных целях. г.Женева, Швейцария.





Открытые витрины в магазине одежды. Воронеж, пл. Ленина, 3.



Допустимая конструкция в витрине, не перекрывающая больше половины площади витрины. Воронеж, Плехановская, 40.



Такая реклама в витринах допустима. Она перекрывает не более половины площади остекления.



Хороший пример использования витрин — внутри за остеклением размещены маленькие вывески компании.



Хорошо оформленные открытые витрины. Горшки с цветами улучшают внешний вид. Воронеж, Плехановская, 41

## Защита и освещение витрин в ночное время

Организация хорошей освещенности улицы в вечерние и ночные часы — прекрасный способ улучшения городской среды.

Применение регламента приведет к резкому сокращению вывесок с подсветкой коробом, что может негативно сказаться на освещенности улиц.

Поэтому следует совсем отказаться от использования глухих рольставней на первых линиях всех улиц строгой зоны регламентации. И рекомендовать отказаться на первых линиях улиц общей регламентации.

Вместо них следует применять неглухие роллерные решетки и оставлять освещение витрины включенным на ночь.

При таком подходе витрины будут демонстрировать товар и днем и ночью, что выгодно для бизнеса, а городская среда станет более освещенной, безопасной и привлекательной для жителей города.



Типичный пример улицы, освещение которой сильно зависит от использования светящихся вывесок. Применение регламента повлечет за собой демонтаж большей их части, и работу по освещению улиц должны будут взять на себя витрины магазинов.



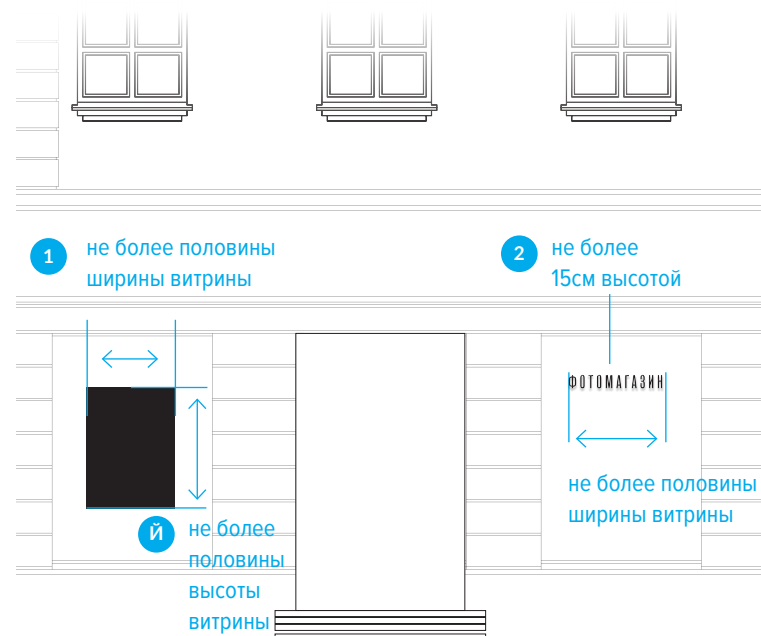
Хороший пример защиты витрины. Улица остается освещенной, а магазин рекламирует свои товары и днем, и ночью.

## Объекты, размещаемые в витринах

- 6.1.1** В витринах разрешено расположение вывесок и прочих конструкций, в том числе с рекламной информацией.
- 6.1.2** Допустимо однотонное написание рекламной или иной информации, состоящей только из букв, непосредственно на остеклении витрины изнутри.
- 6.1.3** Вывески в витринах и надписи на остеклениях не должны превышать по высоте половину высоты витрины, а по ширине — половину ширины витрины. <sup>1</sup>
- 6.1.4** Вывески должны располагаться за стеклом на расстоянии минимум 20см от остекления.
- 6.1.5** При установке вывески или рекламного сообщения должны быть учтены членения оконного переплета.
- 6.1.6** Непосредственно на остеклении витрин допустимо расположение вывесок из одиночных букв и знаков, не превышающих 15см по высоте и не более половины ширины витрины. <sup>2</sup>
- 6.1.6** В витрине допустимо размещение объемных декоративных и рекламных объектов — манекенов, товаров и декораций. Они должны отстоять не менее чем на 20см от плоскости остекления.
- 6.1.7** Если объемный декоративный объект перекрывает более 50% площади витрины, то он должен отстоять не менее чем на 1м от плоскости остекления.

## Запрещенные способы использования витрин

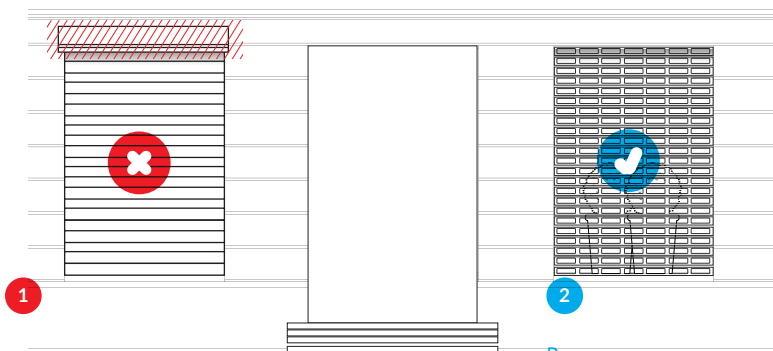
- 6.2.1** Запрещается глухая оклейка витрин, кроме случаев ремонта помещения.
- 6.2.2** Запрещается частичная оклейка цветными изображениями и/или текстовыми сообщениями. Единственный допустимый случай описан в п.7.1.2.
- 6.2.3** Запрещается замена остекления витрин световыми коробами или экранами.



## Защитные конструкции и освещение витрин

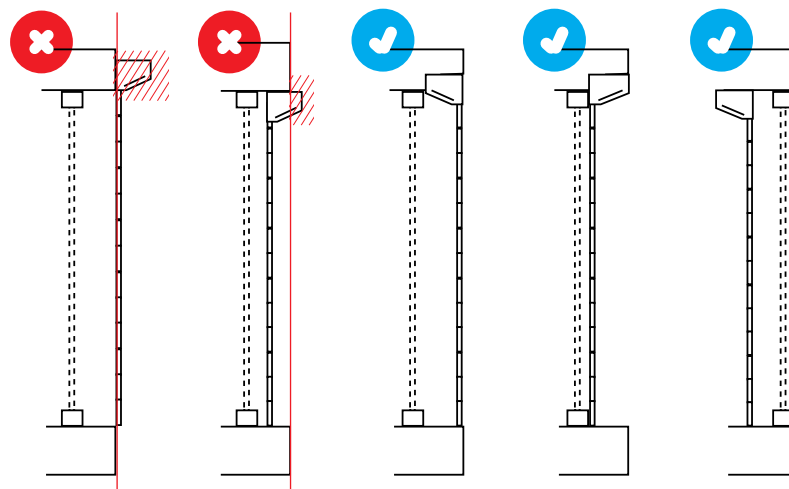
- 6.3.1** На первых линиях улиц зоны строгой регламентации запрещается использование глухих непрозрачных рольставней. Вместо них должны использоваться просматриваемые насквозь роллерные решетки.
- 6.3.2** Освещение витрин первых линий улиц строгой регламентации должно быть включено на протяжении всего темного времени суток.
- 6.3.3** На первых линиях улиц в зоне строгой регламентации запрещается установка рольставней с навесным коробом снаружи. Короб рольставни не должен выпирать за линию фасада.
- 6.3.4** При использовании маркиз или вывесок с непрозрачной подложкой допустимо скрывать ими короб рольставни.
- 6.3.5** Запрещается окраска рольставней и роллерных решеток в яркие цвета. Для роллерных решеток предпочтителен цвет некрашеного металла.
- 6.3.6** В зоне общей регламентации и во дворах зоны строгой регламентации эти правила носят рекомендательный характер.
- 6.3.7** На глухих рольставнях допустимо нанесение логотипа, названия и рода деятельности компании, а также часов ее работы.
- 6.3.8** Нанесенная информация не должна превышать 75см по длине и высоте.

### Способы установки роллерных решеток на первых линиях улиц строгой регламентации



1  
запрещается использование глухих непрозрачных рольставней и внешних коробов

2  
Роллерные решетки с внутренней установкой или со спрятанным коробом



3  
Короб не может выходить за уровень фасада

Наиболее предпочтительный вариант

## §7 Маркизы

Маркизы можно устанавливать на первом этаже над окнами и дверьми. На них можно размещать только логотип и название компании. По дополнительному согласованию маркизы могут размещаться на всех окнах дома.

Они не должны занимать более 30% площади витрины, окна или дверного проема — длинные маркизы недопустимы.

Цветовая гамма должна гармонировать с цветовой гаммой дома, или в точности повторять ее.



Удачные черные маркизы. Вывеска сделана хорошо, но непропорционально большая. Логотип на маркизах должен быть уменьшен. Воронеж, Пушкинская,1.



Яркие маркизы могут уместно смотреть даже на исторических зданиях. Неудачно напечатан логотип — излишне крупный и на белом фоне. Воронеж, Комиссаржевской,7.



Однотонные маркизы над летним кафе в центре Москвы.



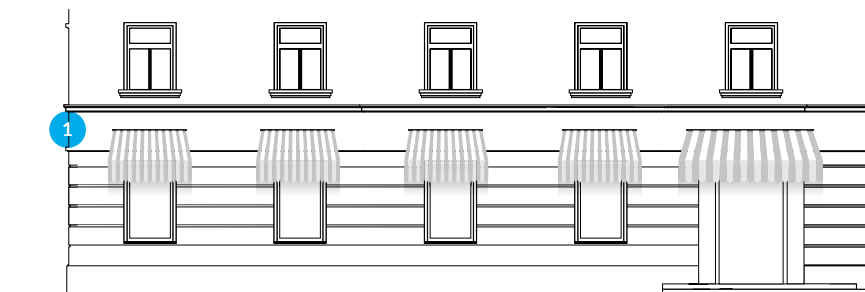
Удачное общее решение маркиз для всего дома.



Тип деятельности компании, размещенный на маркизах. Размер правильный.

## Размещение маркиз

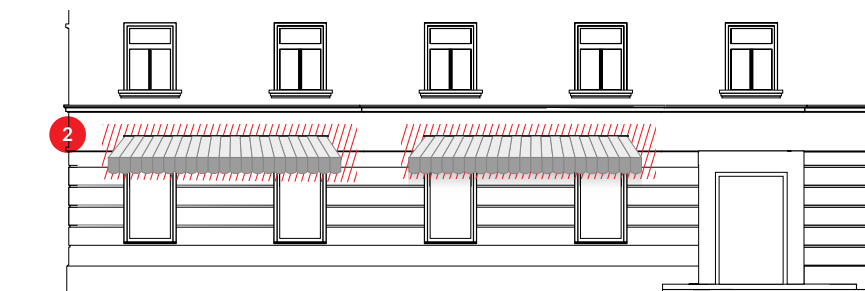
- 7.1.1** Маркизы размещаются над дверными или оконными проемами. Одному проему соответствует одна маркиза. 1 2
- 7.1.2** Маркизы размещаются не выше уровня основания окон второго этажа, за исключением случая, описанного в п.8.1.5
- 7.1.3** Маркизы не должны перекрывать архитектурные детали фасада, декоративные элементы, таблички с номерами домов, памятные доски.
- 7.1.4** Маркизы не должны занимать более 40% площади оконных или дверных проемов.
- 7.1.5** Возможна разработка индивидуальной схемы расположения маркиз над всеми без исключения дверными и оконными проемами дома.



Правильный вариант расположения

## Оформление маркиз

- 7.2.1** Недопустимо использование маркиз из твердых материалов.
- 7.2.2** Маркизы могут быть однотонными, или двухцветными – в поперечную полоску.
- 7.2.3** На маркизах могут быть напечатаны одним цветом: логотип компании, название компании и род ее деятельности, высотой не более 50см.



Одному проему должна соответствовать одна маркиза

# Типографика информационных конструкций

Правила набора описанные в части 4 являются рекомендациями для всех организаций, и особенно для организаций без брендбука, устоявшегося логотипа или без зарегистрированного торгового знака.

## Классы шрифтов

Шрифты делятся на две группы — с засечками (антиквы) и без них (гротески).

Aa



Пример антиквы — Caslon.  
Засечками называются  
наплывы  
на концах букв.

Aa

Пример гротеска — шрифт  
Futura.

## Уместность использования шрифтов

Основные формы заглавных букв современной антиквы были заложены еще в во втором веке до нашей эры (рис 93), а шрифты без засечек — относительно современное изобретение, они стали активно использоваться только с конца XIX в. Поэтому важно соотносить исторический контекст шрифта и дома, на котором он расположен.

Так а зданиях в стиле конструктивизма рекомендуется использовать шрифты без засечек (гротески), а на зданиях в стиле сталинского ампира — шрифты с засечками (антиквы).

В общем на исторических зданиях, построенных до 1920г., рекомендуется использованы шрифты с засечками (антиквы). Исключения из этого правила могут быть сделаны, если на это есть исторические причины, и должны рассматриваться в индивидуальном порядке.



## Заглавные и строчные буквы. Пропорции шрифта

Вывески могут быть набраны как заглавными, так и строчными буквами, но на них действуют разные правила расположения букв относительно друг друга.

Самая частая и серьезная ошибка при наборе заглавными — недостаточные расстояния между буквами. Это критически важно для удобочитаемости надписи — близко поставленные заглавные буквы читать очень неудобно. Но при наборе строчными буквами правила разрядки букв меняются на диаметрально противоположные — излишнее расстояние между буквами мешает чтению вывески.

Еще одна серьезная ошибка — искажение пропорций шрифта — его растягивание или сжимание. Хорошие шрифты — плод долгой и внимательной работы профессионалов, даже незначительное искажение их пропорций может разрушить весь облик шрифта, и вывеска получится некрасивой. В проработанных шрифтовых семьях для этого есть специальные начертания — более широкие или более узкие.



Любые искажения недопустимы.



Недостаточная (сверху) и достаточная (снизу) разрядка заглавных букв.



Разрядка при строчном написании не требуется. Она ухудшает удобочитаемость вывески (сверху).

## Выбор начертания

Выбирая между обычным, крусивным или жирным начертанием, в большинстве случаев стоит остановиться на обычном. Распространенная практика выбирать как можно более жирное начертание исходит из предположения, что чем жирнее шрифт, тем лучше читается вывеска — это не так. Зачастую излишняя плотность шрифта только мешает восприятию информации.



аА аА аА аА

Обычное начертание — самое предпочтительное

Курсивное начертание

Жирное начертание

Жирное курсивное начертание

Стоит помнить что в больших шрифтовых семьях существует много вариантов ширины букв. В таком случае общее правило — чем уже буквы, тем важнее для них разрядка — увеличение межбуквенных пробелов. Узкие буквы без разрядки исключительно сложно читать.

аА аА аА аА аА аА

Варианты ширины букв шрифта TitlingGothic

## Висячие предлоги и переносы

В вывесках, состоящих из нескольких строк важно следить чтобы строка не заканчивалась на предлог — он должен быть перенесен на следующую строку.

✘ Аптека на  
Ленина

✔ Аптека  
на Ленина

Неправильное окончание строки (слева) и правильное окончание строки (справа).



Длинное тире

Частая ошибка — использование дефиса вместо длинного тире. Тире — самая длинная из четырех черточек в русской типографике (дефис, минус, короткое тире, длинное тире). Заменять тире на минус или дефис нельзя. Тире отбивается пробелами до и после.

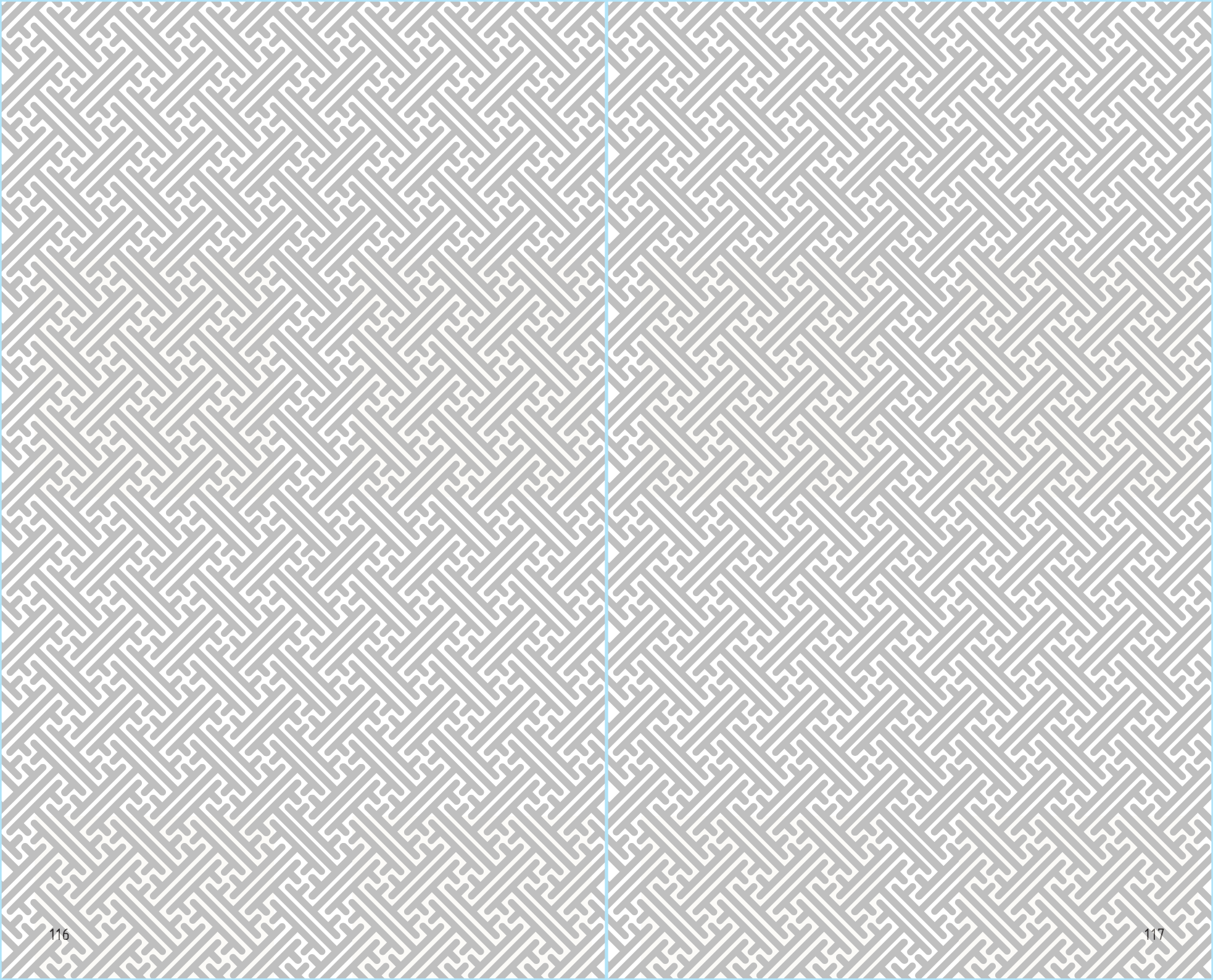


Все лучшее - де-



Все лучшее — де-

Типичная ошибка — использование дефиса вместо длинного тире.



T S E N T S I P E R

X

Z A V T R A

2 0 1 4