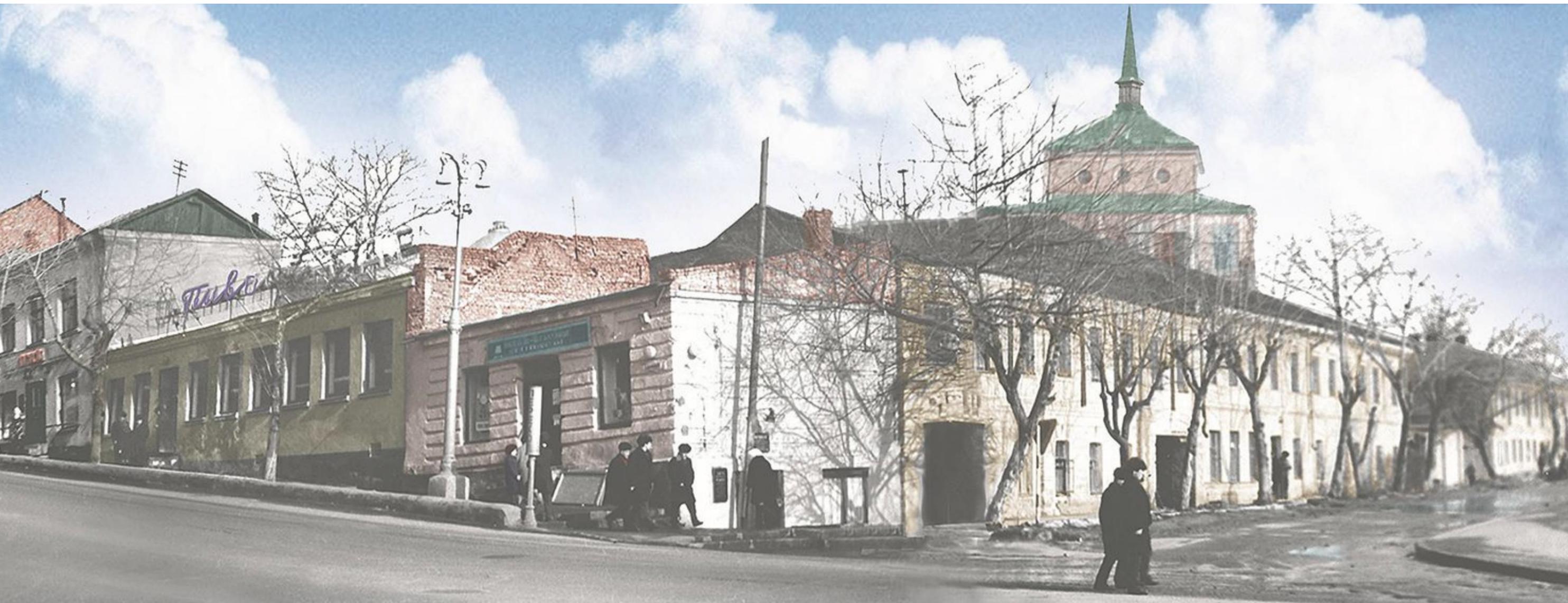


ДИЗАЙН-КОД КУРСК



КАКИЕ ЦЕЛИ ПРЕСЛЕДУЕТ ДИЗАЙН-КОД?



УЛИЧНЫЙ БИЗНЕС



КРАСИВЫЙ ГОРОД

ИЛИ

УЧЕТ ИНТЕРЕСОВ ВСЕХ СТЕЙКХОЛДЕРОВ

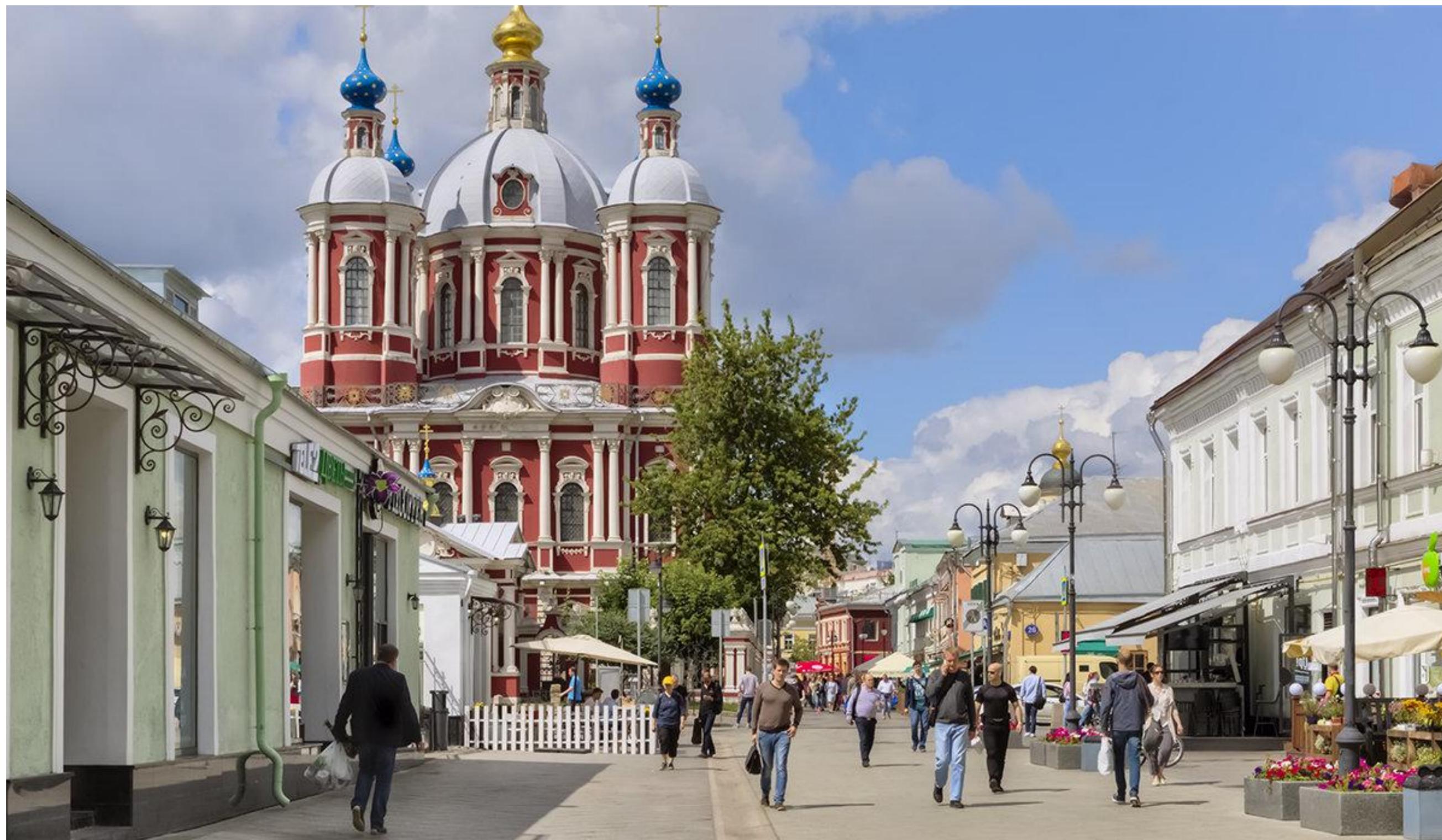


УЛИЧНЫЙ БИЗНЕС



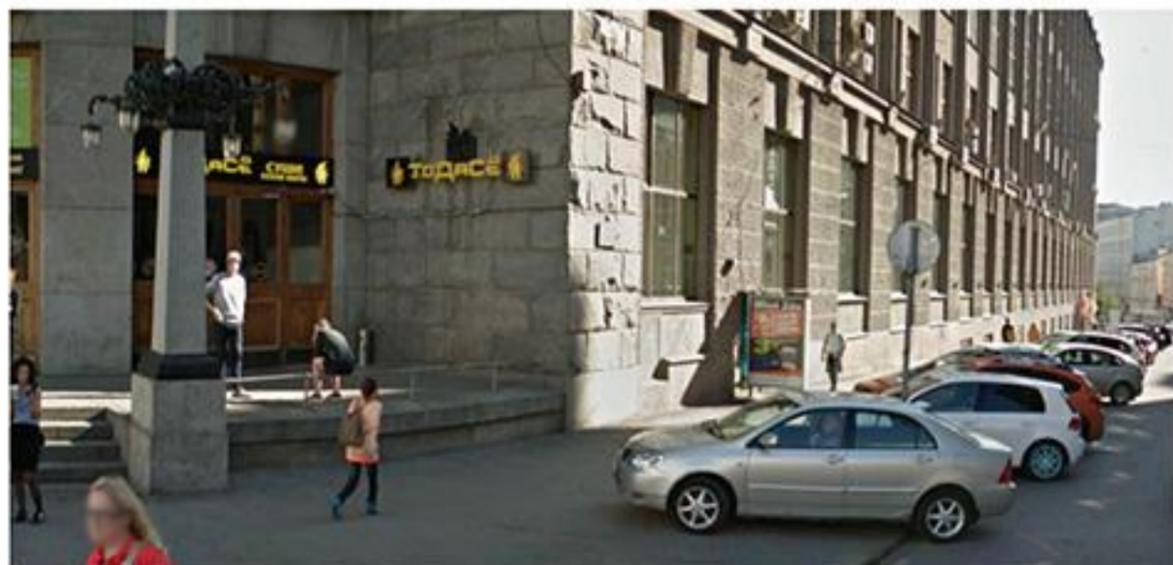
КРАСИВЫЙ ГОРОД

ПОЛЬЗА ДЛЯ ГОРОДА. ГОРОД – МЕДИАТОР ПРОЦЕССА



КРАСИВЫЕ УЛИЦЫ ПРИТЯГИВАЮТ ПЕШЕХОДОВ

ПОЛЬЗА ДЛЯ БИЗНЕСА



STRELKA  KB

КОМФОРТНАЯ СРЕДА МОНЕТИЗИРУЕТСЯ ЗА СЧЕТ СПОНТАННЫХ ПОКУПОК

ТЭГИРОВАНИЕ ТЕМЫ

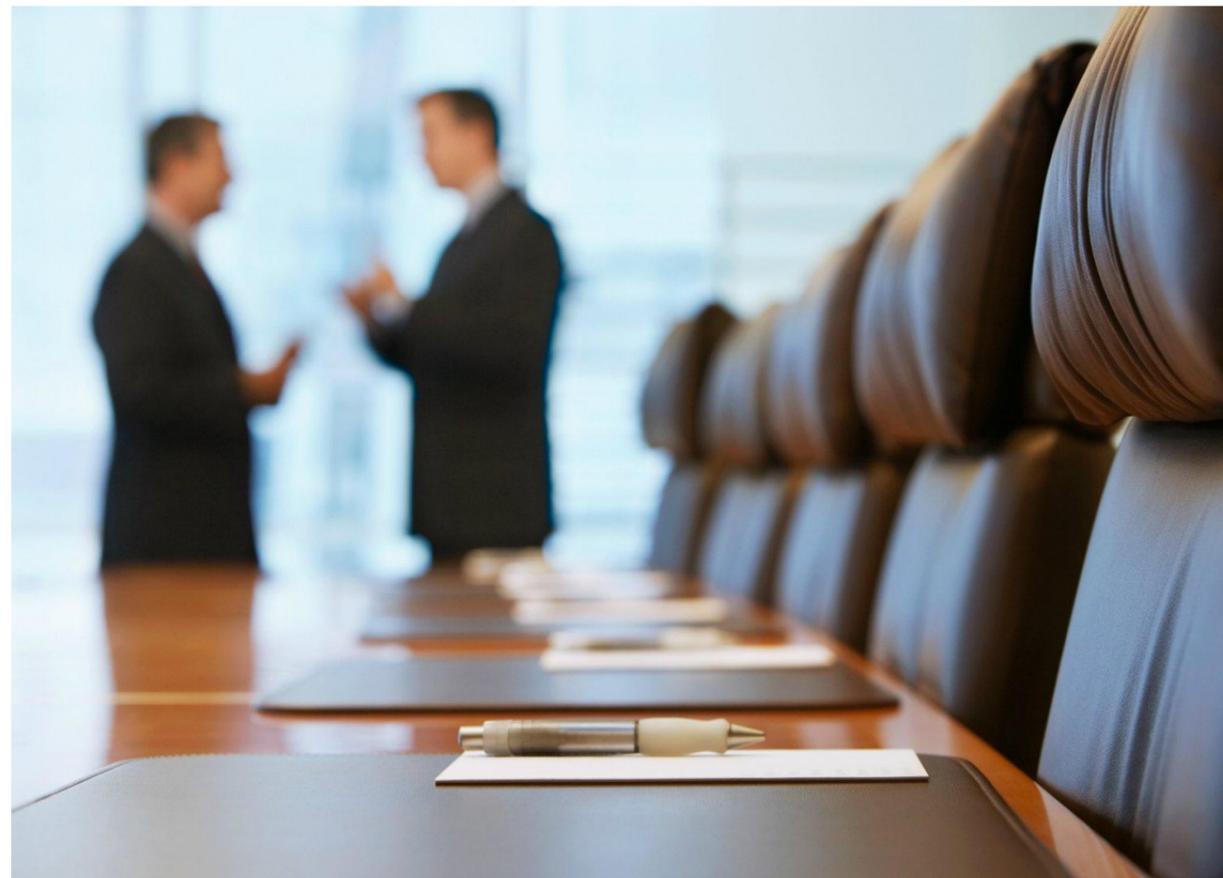
#бизнес

#администрация

#власть

#регламент

#эксперты



АКЦЕНТ НА ЛЮДЯХ И ГОРОДЕ

4-10 ТЫС. РЕКЛАМНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ ВИДИТ
ГОРОЖАНИН В ТЕЧЕНИЕ ДНЯ

#жители

#город

#здоровая среда

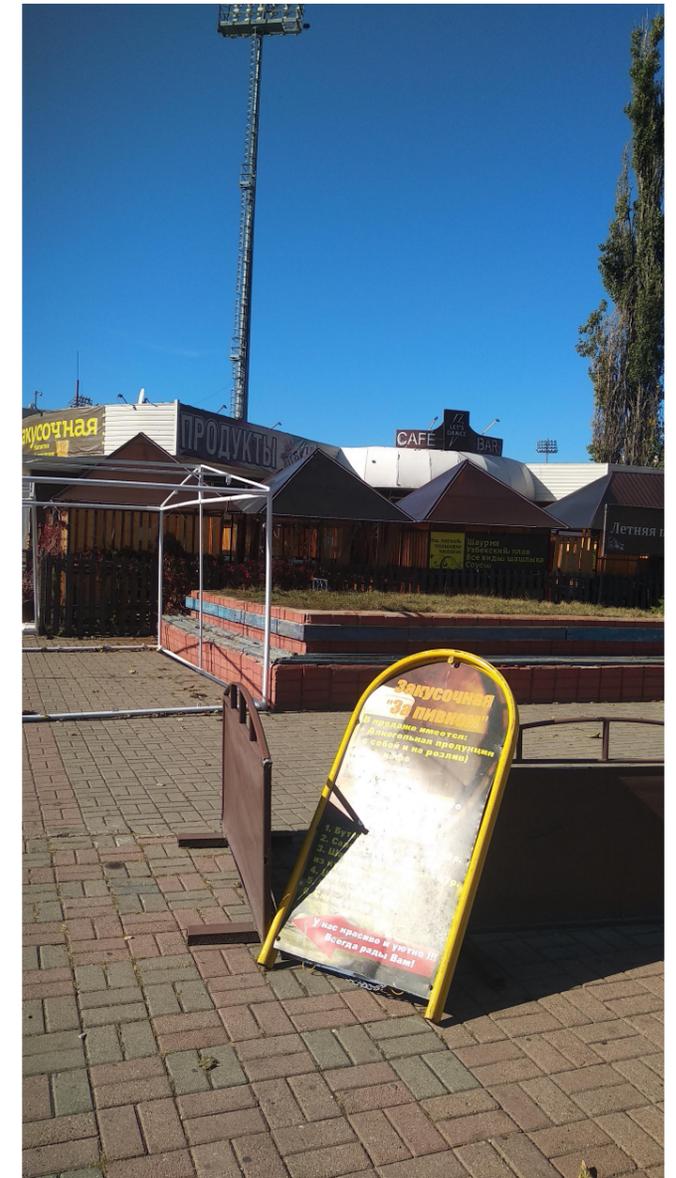
#наследие

#профит

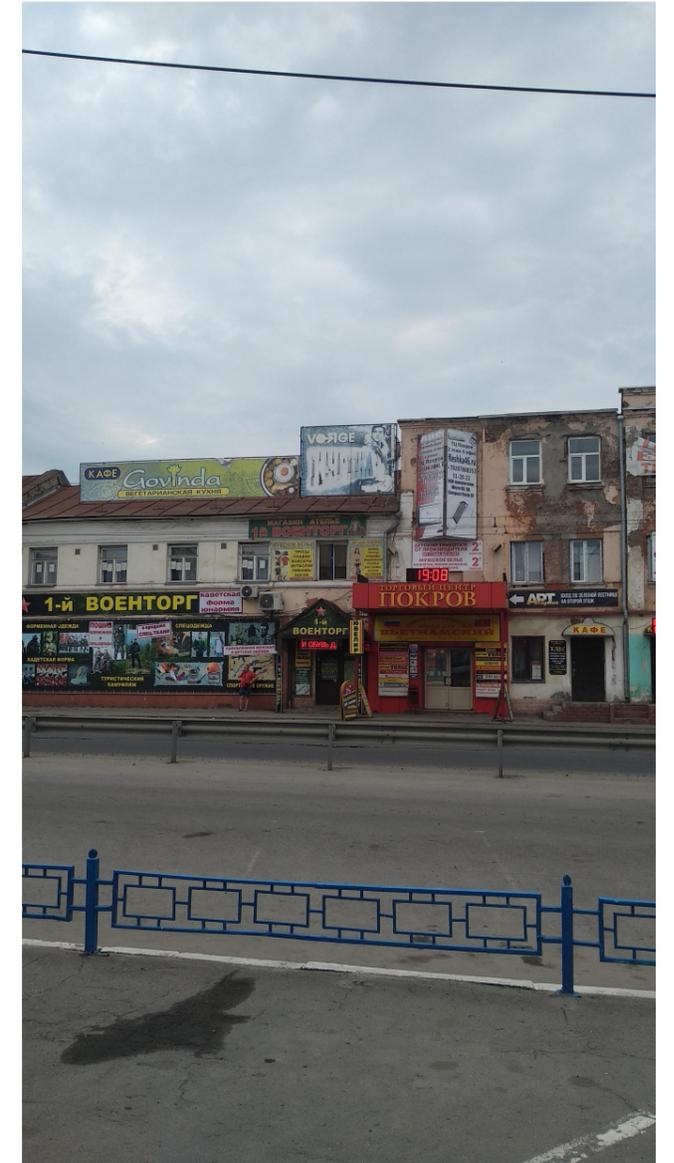
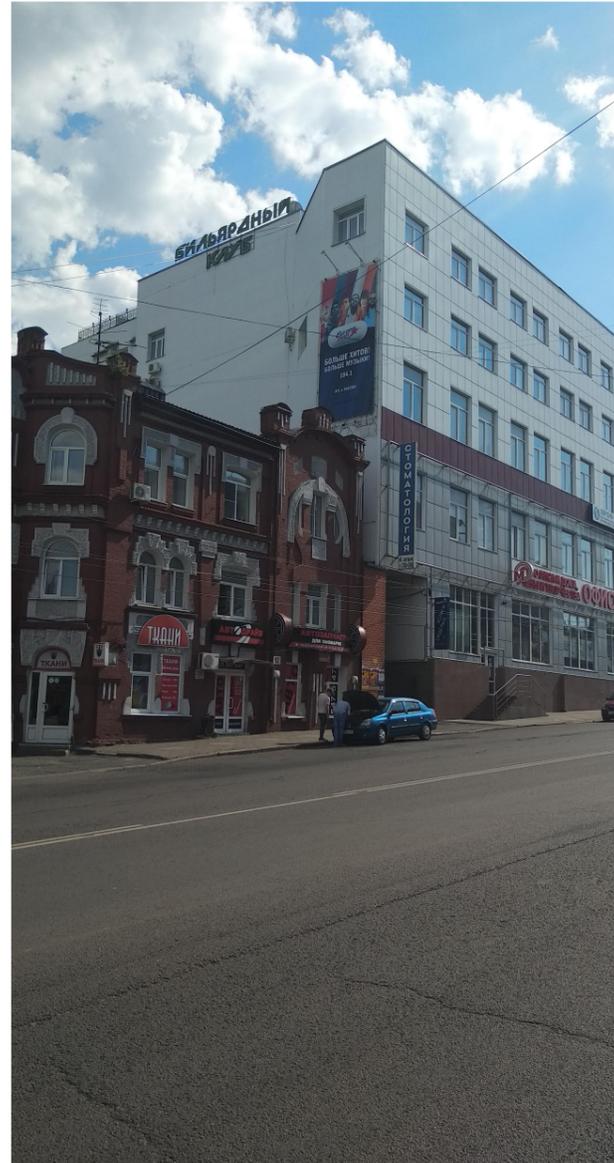


ВИЗУАЛЬНАЯ СРЕДА ВЛИЯЕТ НА УРОВЕНЬ СТРЕССА И ПСИХИЧЕСКОЕ ЗДОРОВЬЕ

ЖИТЕЛИ С ПЛОХИМ ВИДОМ ИЗ ОКНА НА 40 %
ЧАЩЕ СТАНОВЯТСЯ ЖЕРТВАМИ ДЕПРЕССИИ



ОБИЛИЕ РЕКЛАМЫ РАЗРУШАЕТ УНИКАЛЬНЫЙ ОБЛИК ГОРОДА



ВИЗУАЛЬНЫЙ ШУМ ОТВЛЕКАЕТ ВОДИТЕЛЕЙ, СНИЖАЕТ ВИДИМОСТЬ И УХУДШАЕТ ТРАНСПОРТНУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ



**ВОЗМОЖНО ЛИ
СОХРАНИТЬ РЕКЛАМУ
И ИЗБАВИТЬСЯ
ОТ "ВИЗУАЛЬНОГО
ШУМА"?**

ДИЗАЙН-КОД КАК ПРАВИЛА ЭТИКЕТА В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ



ПРАВИЛА, УВАЖАЮЩИЕ ПРАВО ЖИТЕЛЯ НА КОМФОРТНУЮ
ГОРОДСКУЮ СРЕДУ

ГИБКАЯ РЕГЛАМЕНТАЦИЯ

н		
н		
н		
н		
н		
на		
но		
ну		
ни		
ны		
на	ну	
но	но	
ну	ну	
она	оно	
они	он	



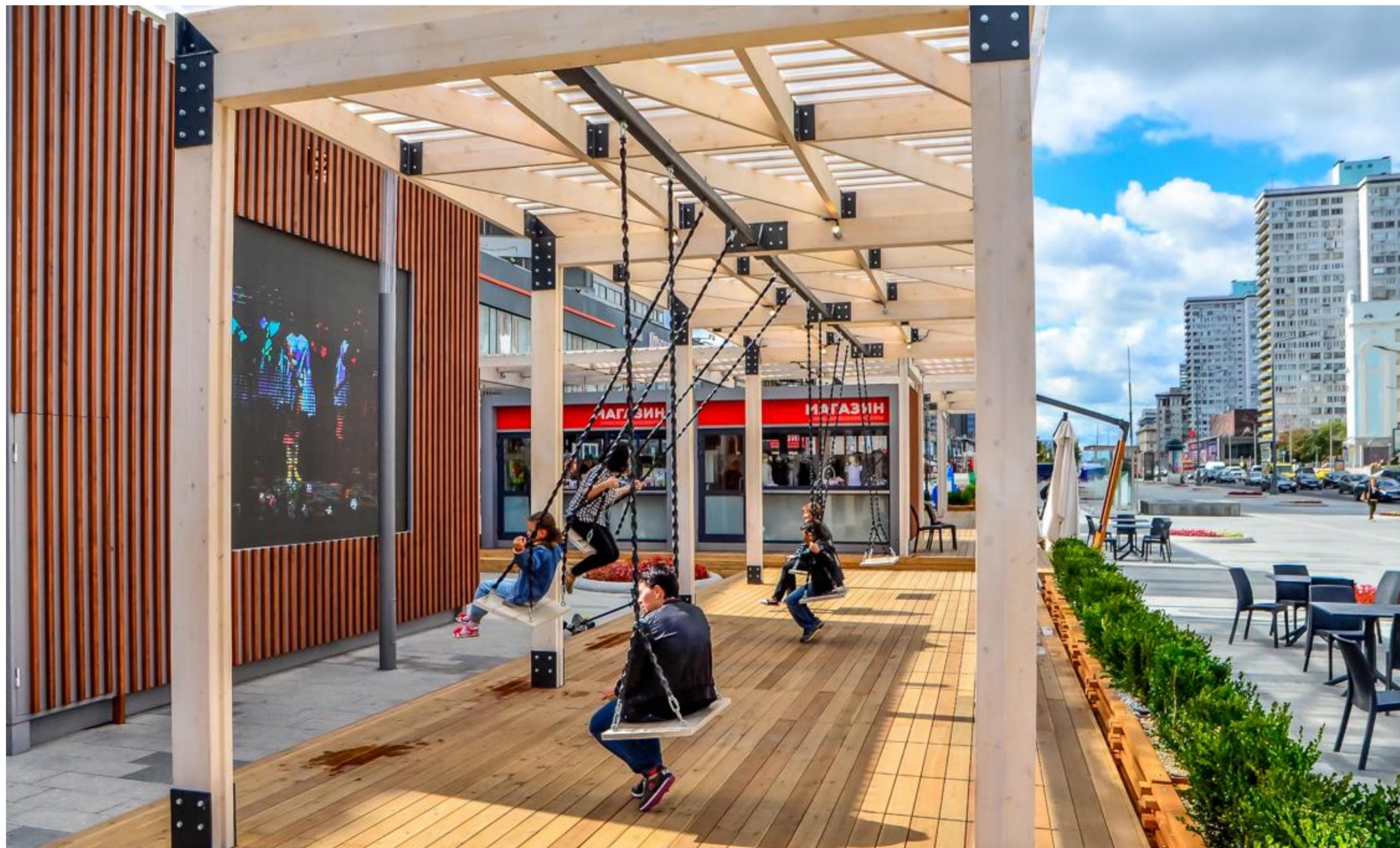
ПРИНЦИП ПРОПИСЕЙ: СЕТКА ОДНА, А ПОЧЕРК У ВСЕХ РАЗНЫЙ

ВНИМАНИЕ К БИЗНЕСУ. УЧЕТ ИНТЕРЕСОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ



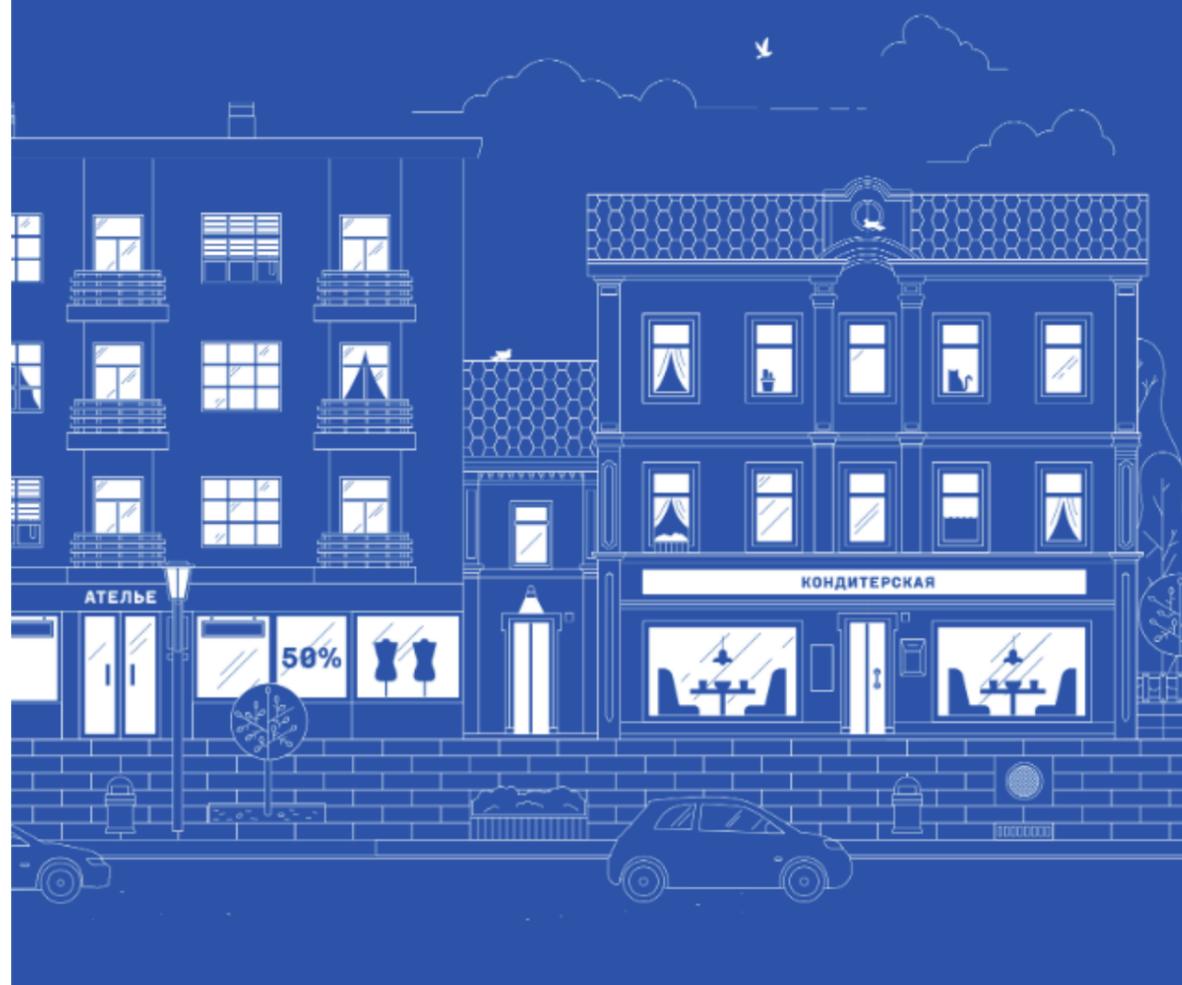
**ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ – ДВИЖУЩАЯ СИЛА ДЛЯ ГОРОДСКОЙ ЖИЗНИ.
РЕКЛАМА ДЛЯ БИЗНЕСА – ДВИГАТЕЛЬ ТОРГОВЛИ**

БАЛАНС ИНТЕРЕСОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ И ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ – ГЛАВНАЯ ЦЕЛЬ ДИЗАЙН-КОДА



СОЗДАНИЕ ПРОЗРАЧНОГО МЕХАНИЗМА РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕКЛАМЫ – ПЕРВЫЙ ШАГ К ПОВЫШЕНИЮ КАЧЕСТВА ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

ДИЗАЙН-КОД: ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ ВЫВЕСОК В ГОРОДЕ САРАТОВЕ



КОМФОРТНАЯ ГОРОДСКАЯ
СРЕДА

СОХРАНЕНИЕ КУЛЬТУРНОГО
НАСЛЕДИЯ

КОНКУРЕНТОСПОСОБНАЯ
ПРЕЗЕНТАЦИЯ БИЗНЕСА

ПРОЗРАЧНАЯ ПРОЦЕДУРА
СОГЛАСОВАНИЯ

САН-ПАУЛУ, БРАЗИЛИЯ

БОЛЕЕ 15 ТЫС. БИЛБОРДОВ БЫЛО
ДЕМОНТИРОВАНО ЗА 15 МЕС.
70 % ГОРОЖАН ПОДДЕРЖАЛИ
ИНИЦИАТИВУ МЭРИИ



2006 Г. LEI CIDADE LIMPA, ЗАКОН О ЧИСТОМ ГОРОДЕ

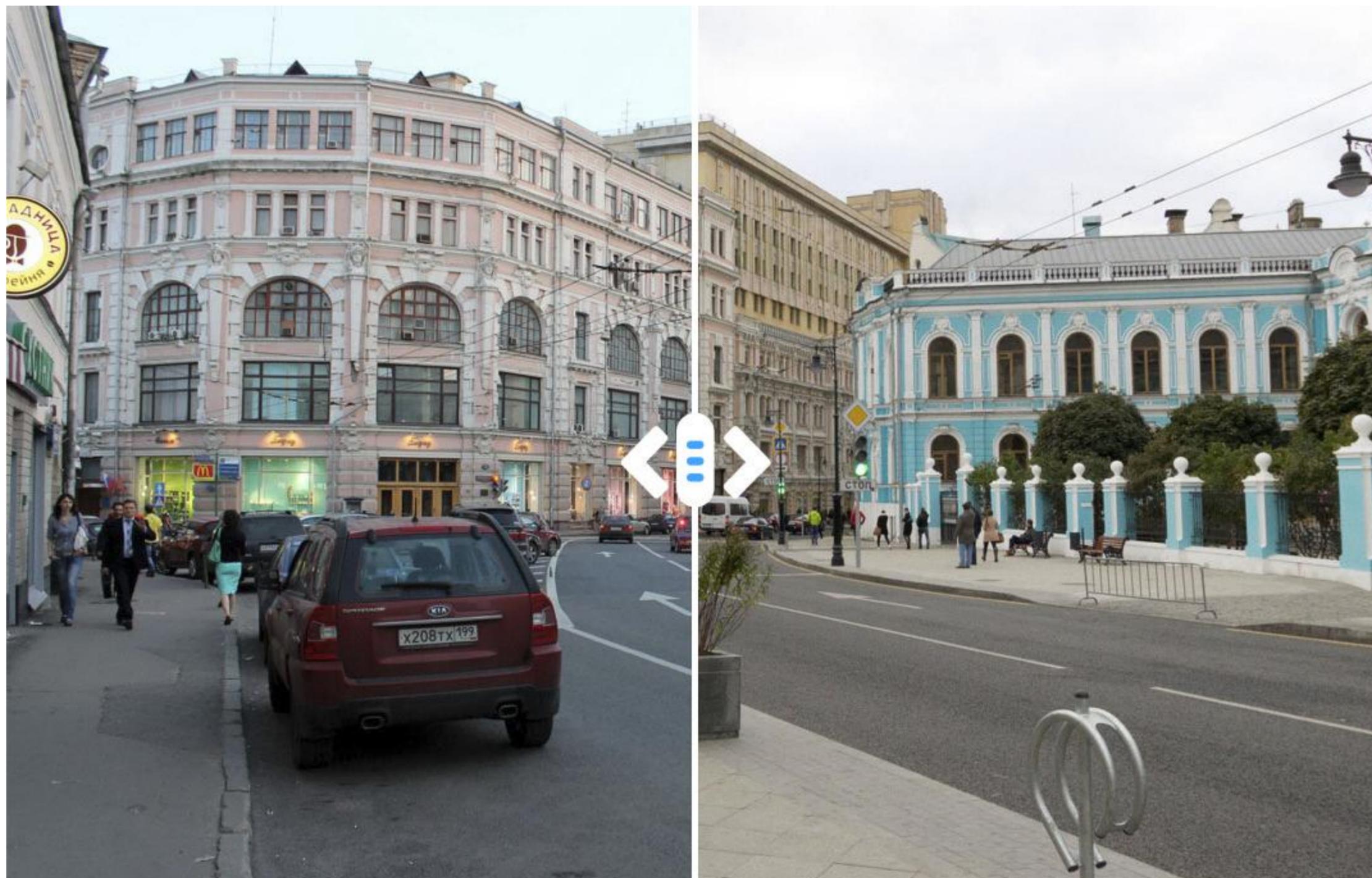
ГРЕНОБЛЬ, ФРАНЦИЯ

326 РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ ЗАМЕНИЛИ
НА ДЕРЕВЬЯ, ОСТАВШИЕСЯ РЕКЛАМНЫЕ
ЩИТЫ ОТДАНЫ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫМ И
ОБЩЕСТВЕННЫМ ОРГАНИЗАЦИЯМ



2014 Г. ПЕРВЫЙ ГОРОД ЕВРОПЫ, ОТКАЗАВШИЙСЯ ОТ РЕКЛАМЫ

МОСКВА, РОССИЯ



2013-2017 ГОД. ПОСТАНОВЛЕНИЕ №902
О РАЗМЕЩЕНИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ КОНСТРУКЦИЙ

КАЛИНИНГРАД, РОССИЯ



2018 ГОД. ПИЛОТНОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ДИЗАЙН-КОДА

ИЖЕВСК, РОССИЯ

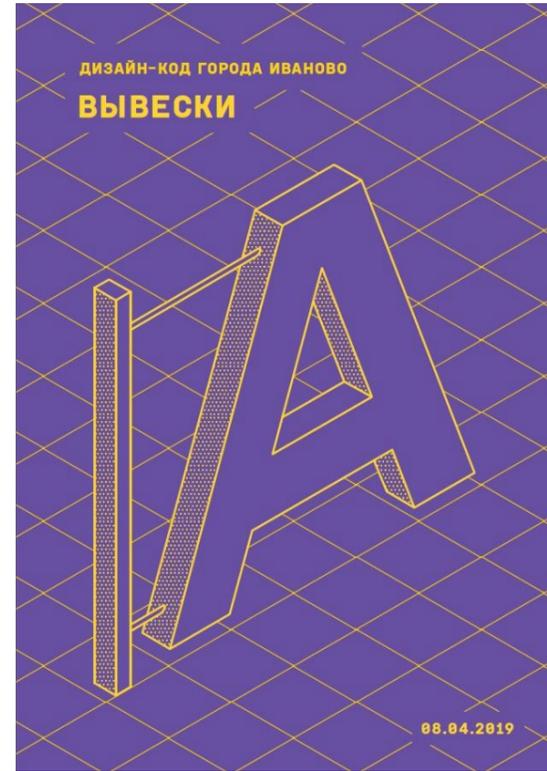
ИЖЕВСК – ОДИН ИЗ НЕМНОГИХ ГОРОДОВ, КОТОРЫЙ СУМЕЛ ВНЕДРИТЬ ДИЗАЙН-КОД БЛАГОДАРЯ ЦЕНТРУ РАЗВИТИЯ ДИЗАЙНА И ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ УДМУРТИИ.



2015-2017 ГОД – РАЗРАБОТКА, С 2018 – ВНЕДРЕНИЕ

ПРАКТИКА РАЗРАБОТКИ ДИЗАЙН-КОДОВ В РОССИИ

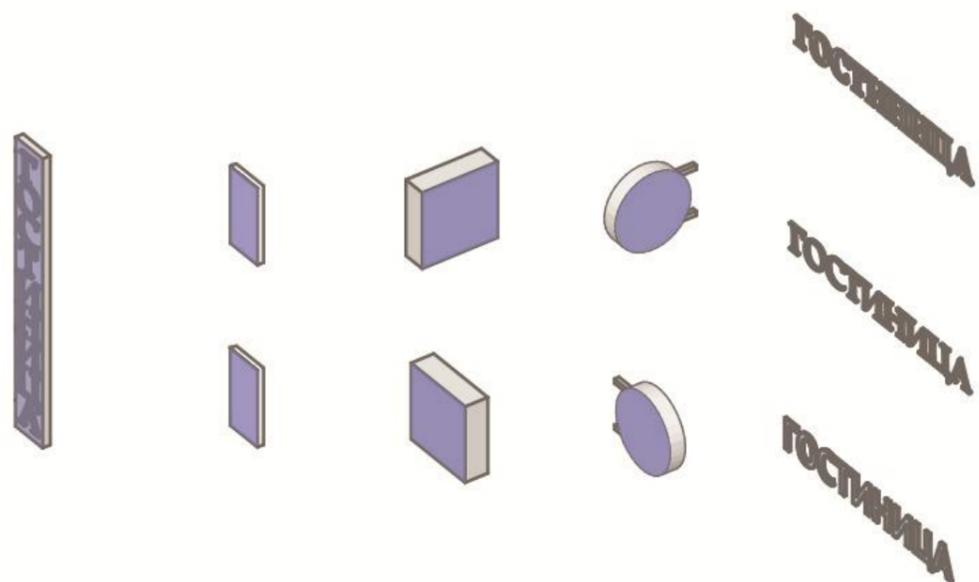
БОЛЕЕ 30 ГОРОДОВ РАЗРАБОТАЛИ ИЛИ
РАЗРАБАТЫВАЮТ ДИЗАЙН-КОДЫ



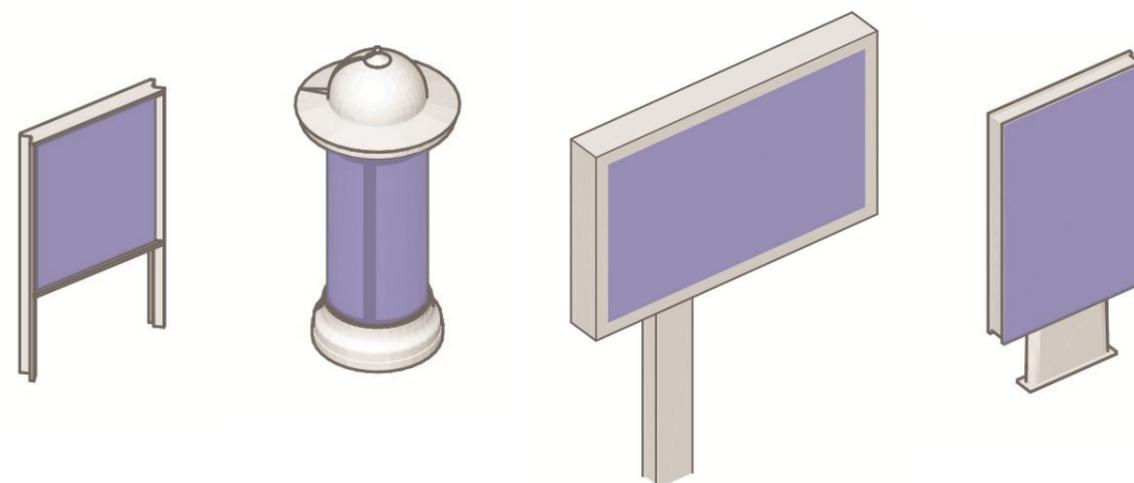
**КАК РАЗРАБОТАТЬ
ДИЗАЙН-КОД?
ТАКТИКА "5 ШАГОВ"**

КАКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ РЕГУЛИРУЕТ ДИЗАЙН-КОД

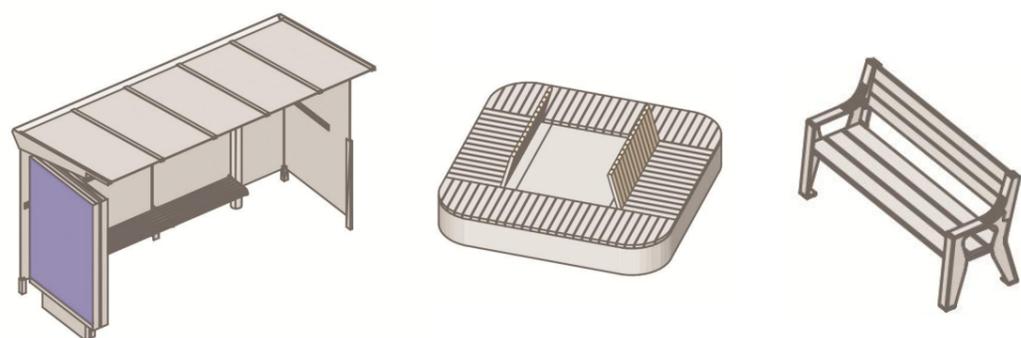
РЕКЛАМНЫЕ ВЫВЕСКИ



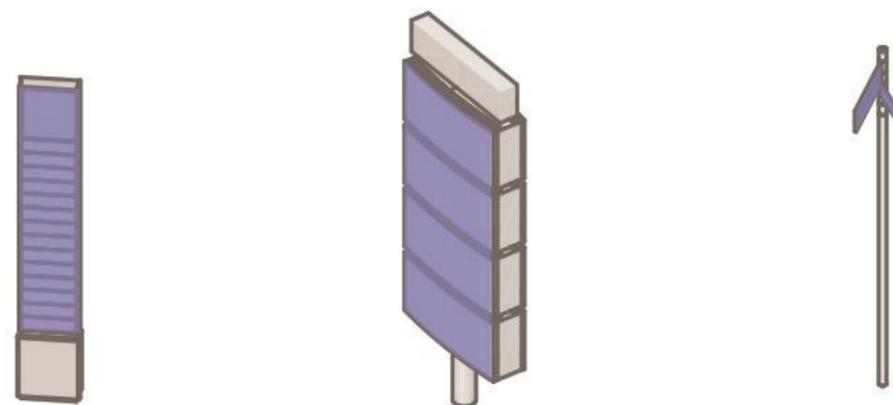
ОТДЕЛЬНОСТОЯЩИЕ РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ



МАЛЫЕ АРХИТЕКТУРНЫЕ ФОРМЫ, ГОРОДСКАЯ МЕБЕЛЬ



НАВИГАЦИЯ



КАКИМ ДОЛЖЕН БЫТЬ ДОКУМЕНТ

ДИЗАЙН-КОД КУРСКА

ПОНЯТНЫМ ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
(ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ И ГОРОЖАН)

ИЛЛЮСТРАТИВНЫМ (ОБЯЗАТЕЛЬНО НАЛИЧИЕ
ГРАФИЧЕСКОЙ ЧАСТИ ДОКУМЕНТА)

ИСЧЕРПЫВАЮЩИМ (ОХВАТЫВАТЬ ВСЕ
ВОЗМОЖНЫЕ ТИПОЛОГИИ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ)

ДИЗАЙН-КОД ОПИРАЕТСЯ НА ДЕЙСТВУЮЩИЕ ПРАВИЛА
БЛАГОУСТРОЙСТВА, РЕКОМЕНДАЦИИ И ДОПОЛНЯЕТ ИХ ПОЛОЖЕНИЯ

ШАГ 1. ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМНЫХ ГРУПП ЭЛЕМЕНТОВ, ТРЕБУЮЩИХ РЕГУЛИРОВАНИЯ

ВЫВЕСКИ



ОТДЕЛЬНОСТОЯЩИЕ РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ



ПЕРВООЧЕРЕДНАЯ ЗАДАЧА – АНАЛИЗ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ НА ПРЕДМЕТ ИМЕЮЩИХСЯ РЕКЛАМНЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ КОНСТРУКЦИЙ

НЕСТАЦИОНАРНЫЕ ТОРГОВЫЕ ОБЪЕКТЫ



СЕЗОННЫЕ КАФЕ



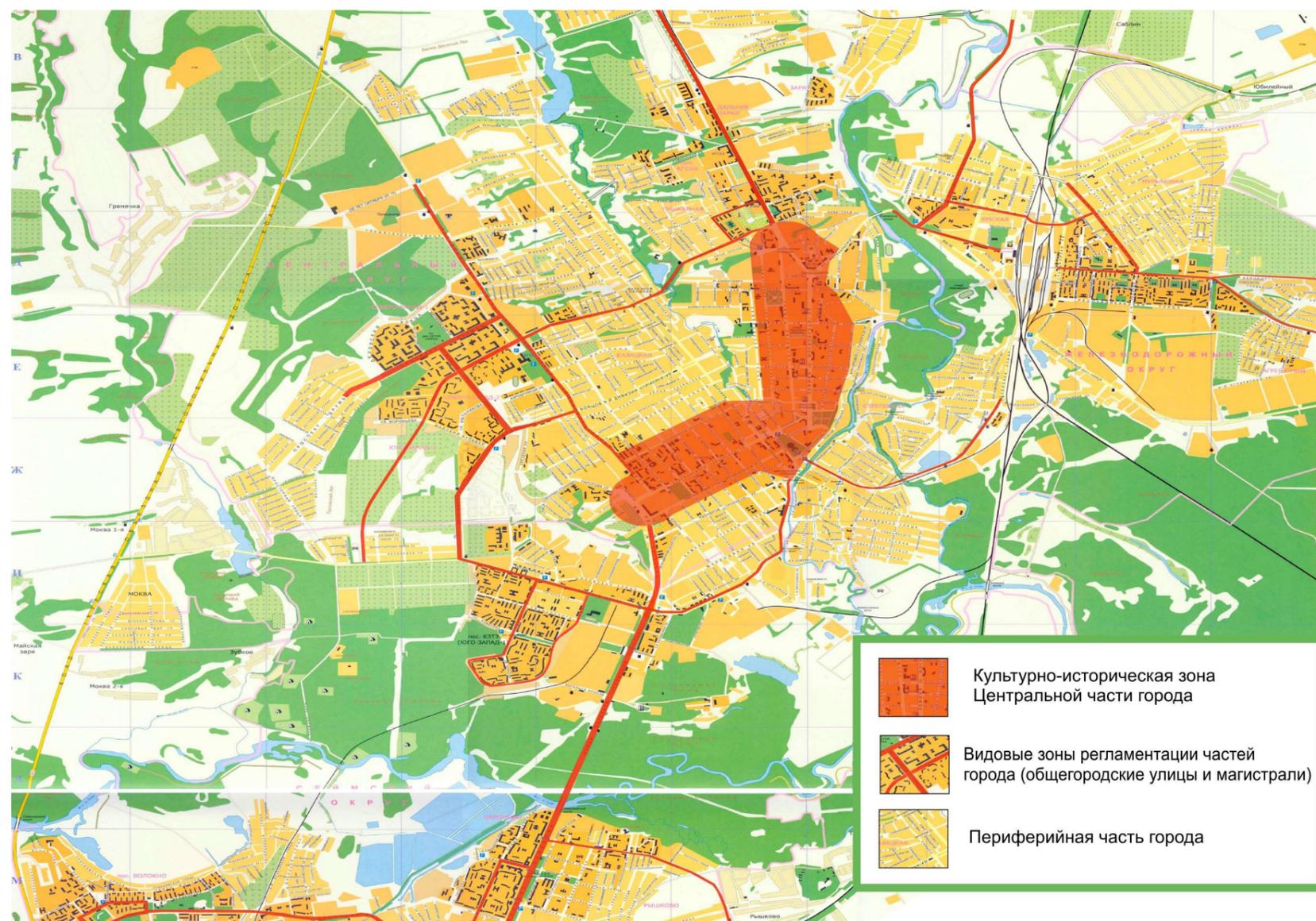
ГОРОДСКАЯ НАВИГАЦИЯ



ГОРОДСКАЯ МЕБЕЛЬ



ШАГ 2. КЛАССИФИКАЦИЯ УЛИЦ / ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ



КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКАЯ
ЗОНА

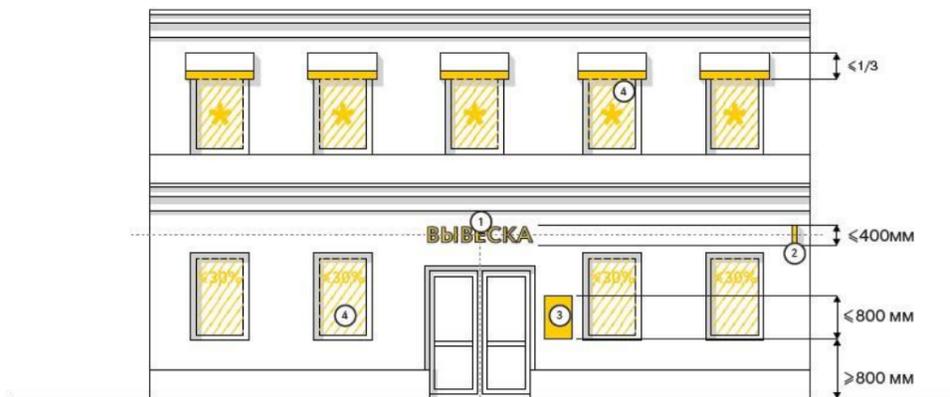
ВИДОВАЯ ЗОНА

ПЕРИФЕРИЙНАЯ ЧАСТЬ
ГОРОДА

ШИРИНА УЛИЦ, ИНТЕНСИВНОСТЬ ПЕШЕХОДНЫХ И ТРАНСПОРТНЫХ И ПЕШЕХОДНЫХ ПОТОКОВ, ХАРАКТЕР ЗАСТРОЙКИ ВЛИЯЕТ НА РАЗМЕРЫ И ВОЗМОЖНОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ

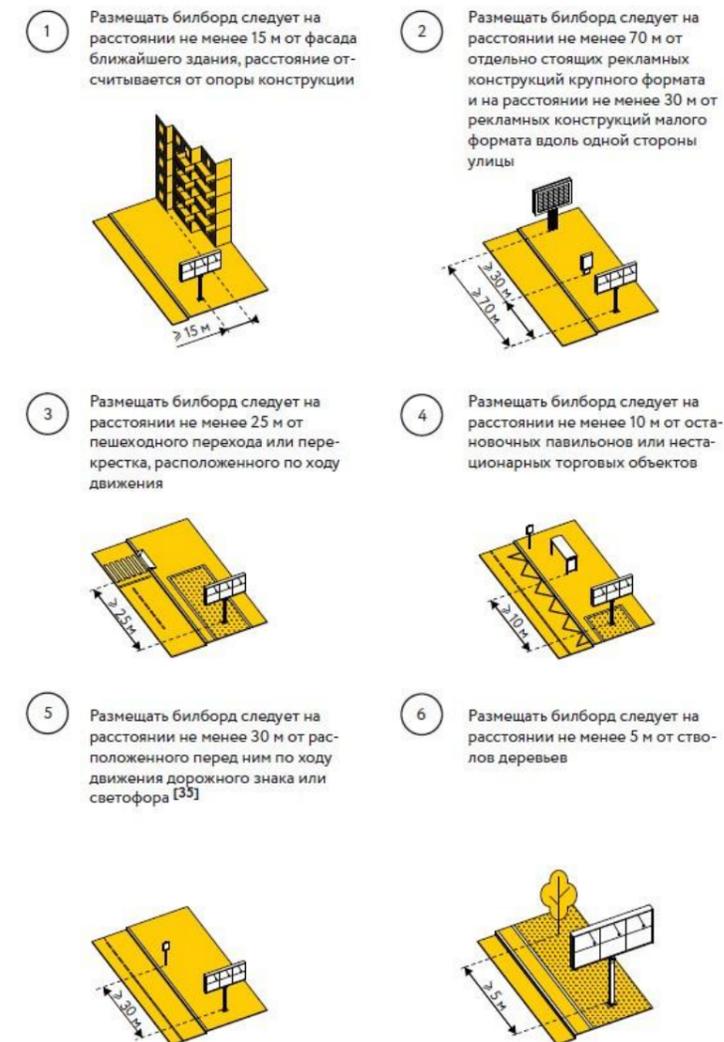
ШАГ 3. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ К РАЗМЕЩЕНИЮ. ГИБКОСТЬ РЕГЛАМЕНТА

ПРИМЕР ТРЕБОВАНИЙ К РАЗМЕЩЕНИЮ ВЫВЕСОК



№	Тип	Вид	Максимальные габариты, мм			
			Высота	Ширина	Глубина	Отступ
①	Основная вывеска	 Без подложки	400	12000	60	50
②	Панель-кронштейн	 С подложкой Без подложки	400	400	120	100
③	Табличка	 Информационный указатель Общий указатель	800	500	30	0
④	Временное оформление светопрозрачных конструкций		Не более 30% от площади стеклянного полотна			

ПРИМЕР ТРЕБОВАНИЙ К РАЗМЕЩЕНИЮ ОТДЕЛЬНОСТОЯЩИХ КОНСТРУКЦИЙ



ОПИСАНИЕ УСЛОВИЙ РАЗМЕЩЕНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ И ВИЗУАЛЬНОГО КОМФОРТА

ШАГ 4. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ К ВНЕШНЕМУ ВИДУ И ОФОРМЛЕНИЮ



Рис. 2-20. Вывеска без подложки (слева) меньше портит облик здания



Рис. 2-22. Плохо: вывески разного типа, вида и цвета размещены по-разному



Рис. 2-21. Вывеска без подложки на фризе слева меньше влияет на облик здания и поэтому является более удачной. При размещении вывески справа вполне можно было обойтись без подложки

САЛОН КРАСОТЫ
АПТЕКА
ЦВЕТЫ ЦВЕТЫ
ПРОДУКТЫ
САЛОН КРАСОТЫ
НОТАРИУС
БИБЛИОТЕКА

ТРЕБОВАНИЯ О ВНЕШНЕМ ВИДЕ КОНСТРУКЦИЙ, МАТЕРИАЛАХ И МОНТАЖЕ, А ТАКЖЕ ШРИФТАХ И ЦВЕТОВОМ РЕШЕНИИ

ШАГ 5. ТЕСТИРОВАНИЕ РЕШЕНИЙ НА ПИЛОТНОМ ПРОЕКТЕ

До



После



ВНЕДРЕНИЕ ДИЗАЙН-КОДА НА ПИЛОТНОМ ПРОЕКТЕ ПОЗВОЛЯЕТ НЕ ТОЛЬКО ПРОТЕСТИРОВАТЬ РАЗРАБОТАННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ, НО И СОЗДАТЬ ПРЕЦЕДЕНТ (ПОКАЗАТЕЛЬНЫЙ ПРИМЕР)

ДИЗАЙН-КОД НЕ УБИВАЕТ РАЗНООБРАЗИЕ, А ЗАДАЕТ РАМКИ ДОЗВОЛЕННОГО, ПОЗВОЛЯЯ РАССМОТРЕТЬ КРАСОТУ РЯДОМ

