



**Республика Крым**  
**Администрация города Симферополя**

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

11 октября 2017

№ 3641

О внесении изменений в постановление Администрации города Симферополя Республики Крым от 15.08.2016 № 1865 «Об утверждении Стандартов размещения информационных и рекламных конструкций на территории муниципального образования городской округ Симферополь Республики Крым»

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Федеральным законом от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе», решением 11-й сессии Симферопольского городского совета I созыва от 29.12.2014 №157 «Об утверждении Правил распространения наружной рекламы, установки и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации на территории муниципального образования городской округ Симферополь Республики Крым», решением 12-й сессии Симферопольского городского совета I созыва от 12.02.2015 №176 «Об утверждении Правил благоустройства территории муниципального образования городской округ Симферополь Республики Крым», решением 22-й сессии Симферопольского городского совета I созыва от 25.06.2015 №286 «О структуре и штатной численности Администрации города Симферополя Республики Крым», Уставом муниципального образования городской округ Симферополь Республики Крым, с целью создания единого архитектурного облика города и упорядочения размещения информационных и рекламных конструкций на зданиях, строениях и сооружениях, Администрация города Симферополя Республики Крым

**ПОСТАНОВЛЯЕТ:**

1. Внести в постановление Администрации города Симферополя Республики Крым от 15.08.2016 № 1865 "Об утверждении Стандартов размещения информационных и рекламных конструкций на территории муниципального образования городской округ Симферополь Республики Крым, изложив приложение к нему в новой редакции (прилагается).

2. Управлению информационной политики аппарата администрации (Шилко А.А.) опубликовать настоящее постановление в установленном порядке и разместить на официальном сайте администрации города Симферополя.

3. Контроль за выполнением настоящего постановления возложить на заместителя главы администрации города Симферополя Скороходова К.Р.

Временно исполняющий  
полномочия главы администрации,  
заместитель главы администрации –  
руководитель аппарата  
администрации города Симферополя

Г.В. Александрова



Приложение к постановлению  
Администрации города  
Симферополя Республики Крым  
от 11.10.17 № 3641

**Стандарты размещения  
информационных и рекламных  
конструкций на территории  
муниципального образования  
городской округ Симферополь  
Республики Крым**

г.Симферополь

## Содержание

### Часть 1. Проблема визуального загрязнения.

### Часть 2. Основные правила размещения информационных и рекламных конструкций.

2.1. Зонирование городской информационной среды.

2.2 **Размещение информационных конструкций на объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры, их территориях охранных зон).**

### Часть 3. Размещение объектов, регулируемых стандартами на зданиях жилого назначения и зданиях торгово-офисного назначения, площадью менее 1000м<sup>2</sup>.

3.1. Элементы входных групп.

Элементы входных групп - это комплекс архитектурных и технических элементов, устанавливаемых на входе в здание (козырек, навес, колонны и т.д.)

3.1.1. Самостоятельные надстройки.

Самостоятельные надстройки – части здания, которые располагаются за контуром капитальных наружных стен, созданные без получения на это необходимых разрешений или с существенными нарушениями градостроительных норм и правил.

3.1.2. Маркизы.

Маркизы - объекты наружной рекламы, выполненные в виде козырьков и навесов с нанесенной на них рекламной информацией и размещенные над витринами, входами или проемами зданий и сооружений.

### 3.2. Настенные конструкции.

Настенные конструкции – информационная или рекламная конструкция, размещенная на наружной поверхности стен, фризах, козырьках, состоящая из каркаса, информационного поля, содержащего текстовую информацию, декоративные элементы и знаки.

3.2.1. Допустимый состав информационной конструкции.

3.2.2. Размеры настенных информационных и рекламных конструкций.

3.2.3. Расположение информационных и рекламных конструкций.

3.2.4. Настенные информационные и рекламные конструкции без подложки.

3.2.5. Настенные информационные и рекламные конструкции на непрозрачной подложке.

3.3. Информационные вывески. Оформление предприятий и организаций по обслуживанию населения.

### 3.4. Панели - кронштейны.

Панели – кронштейны- небольшая консольная одно или двусторонняя информационная или рекламная конструкция, фиксируемая на зданиях.

3.4.1. Допустимые конструкции и габариты.

### 3.5. Витринные конструкции.

Витринные конструкции-информационная или рекламная конструкция в виде фоновой конструкции или светового короба, размещаемая на здании, нестационарном торговом объекте с внутренней стороны остекления витрин, оконного проема.

**Часть 4. Размещение информационных и рекламных конструкций на зданиях нежилого назначения.**

**Часть 5. Размещение объектов, регулируемых стандартами на остановочных павильонах наземного пассажирского транспорта.**

**Часть 6. Размещение объектов, регулируемых стандартами на временных ограждениях территорий строительных площадок и розничной (уличной) торговли.**

**Часть 7. Типографика.**

7.1. Графическое и шрифтовое оформление.

7.2. Заглавные и строчные буквы. Пропорции шрифта.

7.3. Набор надписей.



Рис. 1.  
ул. Карла Маркса — ул. Пушкина  
до применения стандартов



Рис. 2.  
ул. Карла Маркса — ул. Пушкина  
после применения стандартов

## **Часть 1. Проблема визуального загрязнения.**

Анализ существующей ситуации выявил неудовлетворительное состояние наружного информационного и рекламного оформления рассматриваемых в настоящем документе территорий муниципального образования городской округ Симферополь Республики Крым. Значительная часть конструкций устарела, кроме того, большое количество вывесок выполнено из некачественных материалов и установлено хаотично, без учета архитектурных, исторических и стилистических особенностей зданий, из-за чего возникает отсутствие взаимодействия с городской средой. Многие конструкции установлены самовольно, без оформления разрешительной документации. [Рис. 3.]

Проблемы:

- Нарушение архитектурного облика здания.
- Самостоятельные надстройки.
- Чрезмерная плотность вывесок.
- Избыточный размер вывесок.
- Неуместное оформление витрин.





Рис. 3. Многочисленные таблички, вывески и указатели на ограниченной площади.

## **Часть 2. Основные правила размещения информационных и рекламных конструкций.**

Объекты, **регулируемые** стандартами

- Входные группы
- Вывески
- Кронштейны
- Таблички
- Витрины
- Маркизы
- Рекламные конструкции
- Кровельные конструкции
- Остановки общественного транспорта

Объекты, **нерегулируемые** стандартами

- Таблички с номерами домов
- Городская навигация
- Освещение города
- Праздничное оформление города

Информационные и рекламные конструкции не должны ухудшать архитектурный облик сложившейся застройки муниципального образования городской округ Симферополь Республики Крым.

Информационные конструкции, должны быть согласованы с Администрацией города Симферополя Республики Крым (далее-Администрация), в соответствии с муниципальными нормативными правовыми актами, и строго соответствовать данным стандартам.

Рекламные конструкции должны строго соответствовать данным стандартам и устанавливаться только при наличии Разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, выданного Администрацией.

Информационные и рекламные конструкции должны содержаться в надлежащем состоянии. Надлежащее состояние подразумевает отсутствие механических повреждений, отсутствие ржавчины и грязи на всех частях и элементах рекламных конструкций, наличие покрашенного каркаса, отсутствие на всех частях и элементах рекламных конструкций наклеенных объявлений, посторонних надписей, изображений и других информационных сообщений.

Конструктивные элементы жёсткости и крепления конструкций должны быть закрыты декоративными элементами.

На каждом фасаде конструкции должны размещаться симметрично по отношению друг к другу (с учетом расположения оконных и дверных проемов, архитектурных деталей здания).

Общие требования к объектам наружной рекламы и информации представлены в Правилах распространения наружной рекламы, установки и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации на территории муниципального образования городской округ Симферополь Республики Крым, утвержденных решением Симферопольского городского совета Республики Крым от 29.12.2014 года №157(далее –Правила).

## **2.1. Зонирование городской информационной среды.**

### **Рекламные зоны территории городского округа Симферополь:**

- Территория исторического центра (первая рекламная зона);
- Территория общего градостроительного значения (вторая рекламная зона);
- Территория особого муниципального значения (третья рекламная зона).

Перечень площадей, магистралей, набережных, съездов, улиц и других элементов улично-дорожной сети, входящих в территорию исторического центра, общего градостроительного, особого муниципального значения, указаны в Приложении 2 к Правилам.

## **2.2 Размещение информационных конструкций на объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры, их территориях охранных зон).**

- Размещение информационных конструкций на объектах культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, их территориях допускается в случаях и на условиях, которые предусмотрены ФЗ от 25 июня 2002 года N 73-Федеральный закон "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации", с соблюдением требований к рекламе и ее распространению, установленных настоящим Федеральным законом;

- Не допускается распространение наружной рекламы на объектах культурного наследия, включенных в реестр, а также на их территориях, за исключением территорий достопримечательных мест (ст. 35.1 Федерального закона от 25.06.2002 N 73-ФЗ (ред. от 29.07.2017) "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации");
- Запрет или ограничение распространения наружной рекламы на объектах культурного наследия, находящихся в границах территории достопримечательного места и включенных в реестр (Постановление Совета министров Республики Крым от 20.12.2016 № 627 « Об отнесении объектов культурного наследия к объектам культурного наследия регионального значения и выявленным объектам культурного наследия), а также требования к ее распространению устанавливаются соответствующим органом охраны объектов культурного наследия, определенным пунктом 7 статьи 47.6 настоящего Федерального закона, и вносятся в правила землепользования и застройки, разработанные в соответствии с Градостроительным кодексом Российской Федерации;
- Требования п. 1 ст. 35.1 не применяются в отношении распространения на объектах культурного наследия, их территориях наружной рекламы, содержащей исключительно информацию о проведении
- и на объектах культурного наследия, их территориях театрально-зрелищных, культурно-просветительных и зрелищно-развлекательных мероприятий или исключительно информацию об указанных мероприятиях с одновременным упоминанием об определенном лице как о спонсоре конкретного мероприятия при условии, если такому упоминанию отведено не более чем десять процентов рекламной площади (пространства). Требования к распространению на объектах культурного наследия, их территориях наружной рекламы указываются в охранном обязательстве собственника или иного законного владельца объекта культурного наследия в случае распространения наружной рекламы, предусмотренной настоящим пунктом.

### **Часть 3. Размещение объектов, регулируемых стандартами на зданиях жилого назначения и зданиях торгово-офисного назначения, площадью фасада менее 1000 м<sup>2</sup>.**

- При площади фасада до 500 м<sup>2</sup> площадь (суммарная), занимаемая информационными и рекламными конструкциями не должна превышать 10% от площади фасада с учетом оконных и дверных проемов (кроме медиафасадов).
- При площади фасада от 500 м<sup>2</sup> до 1000 м<sup>2</sup> площадь (суммарная), занимаемая информационными и рекламными конструкциями не должна превышать 15% от площади фасада с учетом оконных и дверных проемов (кроме медиафасадов).
- При площади фасада до 150 м<sup>2</sup>, в пределах разрешенной площади, возможно размещение не более двух конструкций (одна информационная и одна рекламная, либо две рекламные конструкции).
- При площади фасада от 150 м<sup>2</sup> до 500 м<sup>2</sup>, в пределах разрешенной площади, возможно размещение не более трех конструкций (одна информационная и две рекламные, либо три рекламные конструкции).
- При площади фасада от 500 м<sup>2</sup> до 1000 м<sup>2</sup>, в пределах разрешенной площади, возможно размещение не более восьми конструкций (четыре информационных и четыре рекламных, три информационных и пять рекламных, две информационных и шесть рекламных, одну информационную и семь рекламных, восемь рекламных конструкции).
- В случае, если здание находится в долевой собственности, решение о месте установки и типе конструкций принимается собственниками совместно, с учетом разрешенного к размещению количества конструкций в пределах разрешенной площади.

- Рекламные и информационные конструкции устанавливаются на лицевом фасаде здания.
- В случае, если в здании имеется несколько входных групп, то возможно размещение дополнительно по одной конструкции для каждой из отдельной входной группы в пределах разрешенной площади.
- В случае расположения здания на пересечении улиц, возможно размещение установленного количества конструкций на каждом из лицевых фасадов.

### **3.1 Элементы входной группы.**

#### **3.1.1 Самостоятельные надстройки.**

Козырьки и другие самостоятельные надстройки недопустимы, так как не были запланированы архитектурным проектом. При проектировании элементов оформления входной группы необходимо учитывать архитектурный облик здания и улицы, границы красных линий и плотность пешеходных потоков, доступность для лиц с ограниченными возможностями. [Рис.4.]

Самостоятельные надстройки входной группы подлежат демонтажу.



Рис. 4. Проспект Кирова: существующее положение, противоречащее стандартам.

### **3.1.2. Маркизы.**

Маркизы допускается располагать только над витринами, входами или проемами зданий. Установка объединенных маркизов запрещена. Вынос маркизов от плоскости фасада не должен превышать 0,6 м.

На маркизах разрешено размещение рекламной информации. Рекламная информация должна занимать не более 15% от площади маркиза. Площадь информационного поля определяется габаритами нанесённого изображения и учитывается в общем объеме площади, разрешенной для размещения информационных и рекламных конструкций, т. е. 10% от общей площади фасада с учетом оконных и дверных проемов.



## **3.2. Настенные конструкции.**

### **3.2.1. Допустимый состав информационной конструкции.**

- На информационной конструкции допустимо размещение элементов: логотип организации, наименование, адрес, режим работы, сведения о государственной регистрации.
- Один из элементов информационной конструкции может быть продублирован, чтобы соблюсти симметрию.

### **3.2.2. Размеры настенных информационных и рекламных конструкций.**

- Логотип не может превышать высоту настенной конструкции более чем на 20%.
- Настенная конструкция не должна отступать от стены более, чем на 0,2 м.
- Толщина настенной конструкции не должна превышать 0,3 м.
- В случае размещения на фризе здания, высота настенной вывески не должна превышать высоты фриза.
- На фризе здания запрещено располагать настенные конструкции на непрозрачной подложке.

### **3.2.3. Расположение информационных и рекламных конструкций.**

- Информационные конструкции необходимо размещать ниже уровня основания окон второго этажа.
- Не допускается установка рекламных и информационных конструкций в оконных и дверных проёмах, арках зданий.
- Информационная конструкция может располагаться только в границах занимаемого нежилого помещения, за исключением конструкций, размещенных между первым и вторым этажом, непосредственно над занимаемым нежилым помещением.
- Конструкция может размещаться над цокольными окнами, но не ниже чем 0,5 м от земли.
- Конструкции могут располагаться на козырьках зданий и входных групп, но только на передней плоскости козырька. Конструкции не должны быть больше козырька по высоте. Установка конструкций на козырек сверху запрещена. Конструкции нельзя устанавливать на боковые стороны фризов входных групп.
- Конструкция не может закрывать и перекрывать проемы, арки, архитектурные детали и декоративно-художественное оформление здания.
- Информационные и рекламные конструкции, в границах жилых помещений, необходимо размещать ниже уровня основания окон второго этажа, на глухих торцах фасада жилых зданий размещение конструкций запрещено.
- Конструкция не может располагаться на расстоянии меньше чем 1 м от мемориальных досок, указателей наименований улиц и номеров домов.
- Конструкции нельзя размещать на кровлях, лоджиях, балконах и лестничных ограждениях.

### 3.2.4. Настенные информационные и рекламные конструкции без подложки.

Конструкции могут быть изготовлены из любых материалов. Предпочтительны металл, дерево и стекло. Вывески из пластика допустимы, но не рекомендованы.

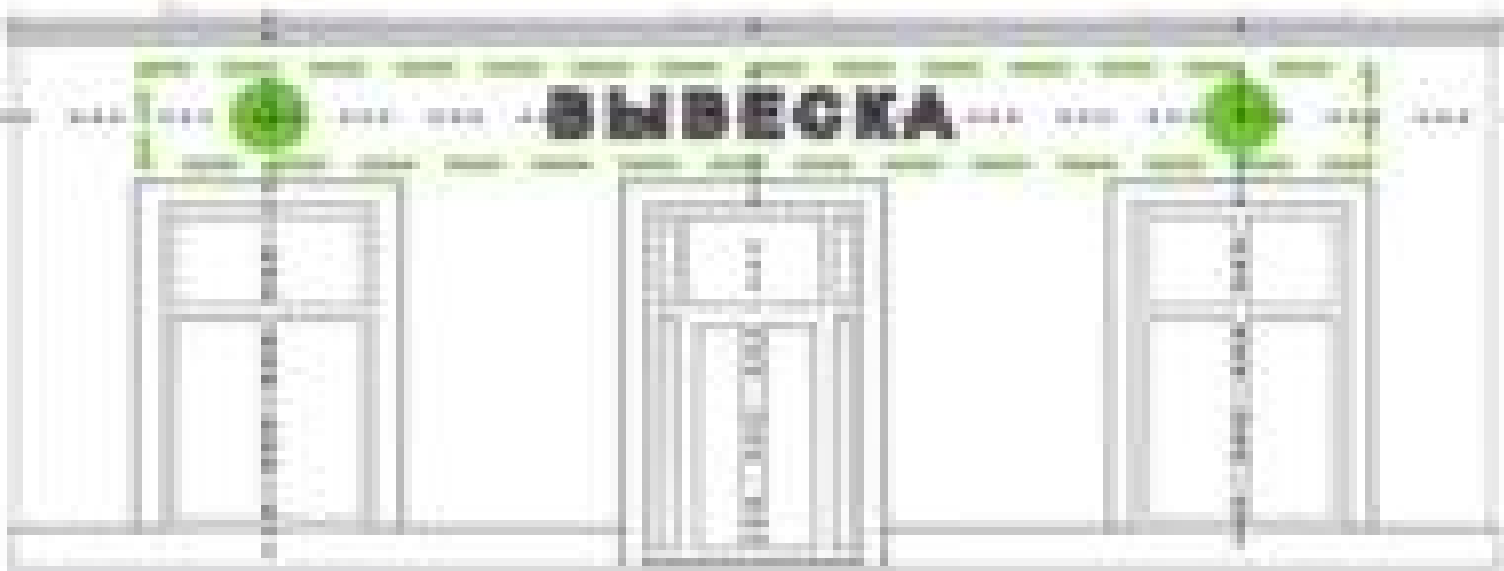
Недопустимо размещать контактную информацию на информационных конструкциях.

Допускается размещение контактной информации на рекламных конструкциях.

**Плоские буквы и знаки** должны крепиться на некотором расстоянии от плоскости фасада (не более 10 см), чтобы каждая буква или знак отбрасывали собственную тень.

**Объемные буквы и знаки** могут крепиться на некотором расстоянии от плоскости фасада (не более 10 см) или вплотную к плоскости фасада. Допускается контурная подсветка объемных букв и знаков.

**Примеры размещения элементов информационных конструкций без подложки.**



**ВЫВЕСКА**

— информационное поле (текстовая часть): буквы, буквенные символы, аббревиатура, цифры.



— декоративно-художественный элемент: логотип, знаки и т.д.

### **3.2.5. Настенные информационные и рекламные конструкции на непрозрачной подложке.**

Подложкой является декоративная панель, закрывающая участок фасада. Буквы на подложке должны размещаться отдельно и могут быть плоскими (при условии, что они закреплены на расстоянии от подложки), объемными, световыми или несветовыми.

Световые буквы могут быть с внутренней или контурной подсветкой или неоновыми. Сама подложка излучать свет не должна.

Цвет подложки:

- Подложка может быть любого цвета или цвета фасада здания.
- Подложки, изготовленные из металла, дерева, стекла, в виде натурального камня - допускается не окрашивать.

## Примеры размещения элементов информационных конструкций на непрозрачной подложке.



ВЫВЕСКА

— информационное поле (текстовая часть): буквы, буквенные символы, аббревиатура, цифры.



— декоративно-художественный элемент: логотип, знаки и т.д.

### **3.3. Информационные вывески. Оформление предприятий и организаций по обслуживанию населения.**

К информационным вывескам, относятся таблички, не содержащие сведений рекламного характера, с плоской подложкой, расположенные на уровне глаз у входа в помещение. Информационное поле вывески может содержать сведения о наименовании, месте нахождения, режиме работы организации, а так же логотипы и коммерческие обозначения.[Рис. 5.]

При размещении нескольких организаций в одном подъезде следует устанавливать один общий указатель, содержащий логотипы и названия организаций с указанием этажа и номера офиса.[Рис.6.]

Размер вывески, содержащей сведения об одном юридическом лице, индивидуальном предпринимателе (изготовителе, исполнителе, продавце) не должен превышать 0,6 м<sup>2</sup>;

Размер вывески, содержащей сведения о двух и более юридических лицах и (или) индивидуальных предпринимателях (изготовителях, исполнителях, продавцах) не должен превышать 1,5 м<sup>2</sup>.

Высота букв и цифр надписей - не более 0,10 м.

Не допускается выполнение данных конструкций из полиэфирной или иной ткани либо иных материалов на мягкой основе.

Допускается установка вывесок на объектах культурного наследия при условии согласования с органом охраны объектов культурного наследия Республики Крым.

## Примеры табличек-вывесок и общих указателей.



Рис. 5. Табличка-вывеска.



Рис.6. Общие указатели.



### **3.4. Панели-кронштейны.**

Панель-кронштейн — небольшая консольная одно или двусторонняя информационная или рекламная конструкция, фиксируемая на зданиях. Стилистически данные конструкции должны соответствовать графическому решению вывесок. При использовании вывесок с непрозрачной подложкой рекомендовано соответствие цвета подложки панели-кронштейна и вывески. [Рис.7; Рис.8.]

#### **3.4.1. Допустимые конструкции и габариты.**

- Двухсторонний кронштейн устанавливается под прямым углом к плоскости фасада на уровне между первым и вторым этажом.
- Кронштейн может быть установлен горизонтально или вертикально.
- При горизонтальном расположении кронштейн не должен превышать высоту вывески на этом же фасаде.
- Двухсторонний кронштейн, установленный в первой рекламной зоне, не должен выступать более чем на 0,7 м от точки крепления, в других зонах не более 0,8 м.
- Высота и ширина двухсторонних кронштейнов, установленных в первой рекламной зоне, должна быть не более 0,5 м, в других зонах не более 0,6 м.
- Площадь информационного поля кронштейна (с двух сторон) учитывается в общем объеме площади, разрешенной для размещения информационных и рекламных конструкций.
- Панели-кронштейны могут выполняться с внутренней подсветкой.
- Установка и эксплуатация двухсторонних кронштейнов, предназначенных для размещения на них сменных сообщений запрещена.

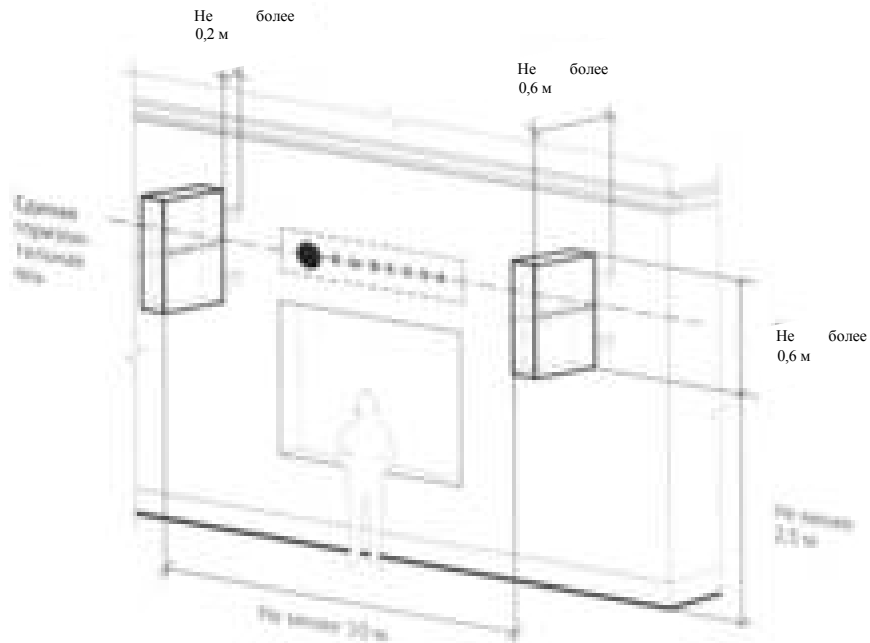


Рис. 7. Тип кронштейна, допустимый к размещению в городе.

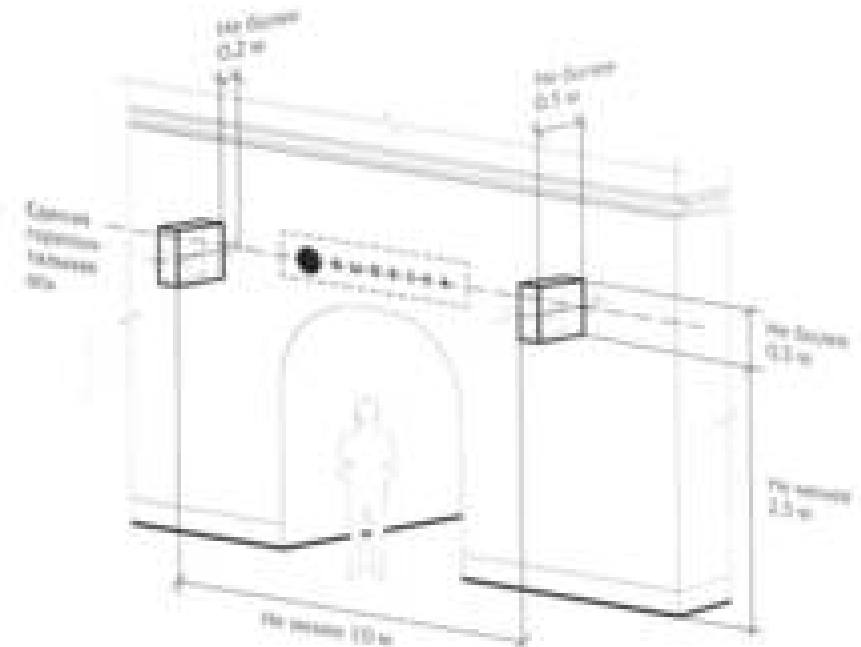
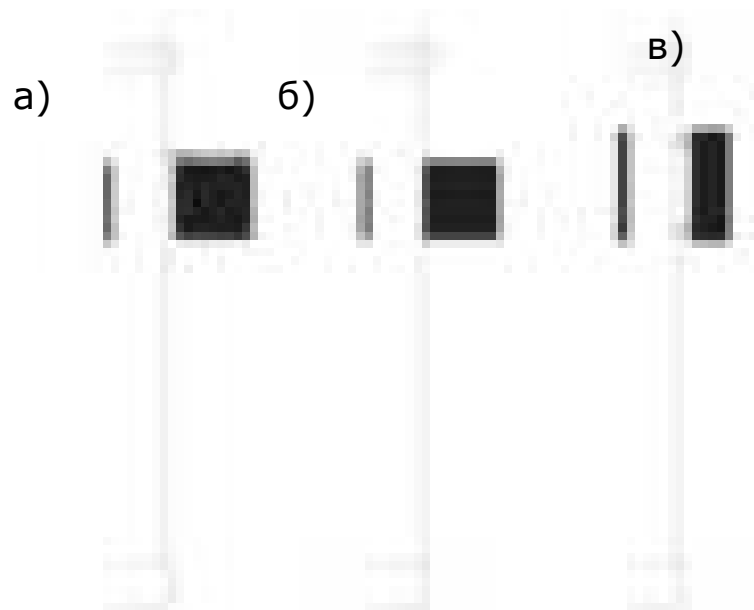


Рис. 8. Тип кронштейна, допустимый к размещению в первой рекламной зоне.



Типы крепления:

- а) единое
  - б) скрытое
  - в) двойное (применяется для вертикальных вывесок)
- Вертикальное размещение недопустимо в центральной части города и на фасадах зданий, являющихся памятниками архитектуры.

### 3.5 Витринные конструкции.

Витрины должны иметь привлекательный внешний вид и создавать благоприятный образ учреждений, заведений.

Оформление витрины должно осуществляться комплексно, иметь единый характер в пределах фасада, соответствовать архитектурно-декоративной пластике всего фасада здания (сооружения). [Рис 9; Рис 10.] Оклеивка витринных стекол запрещена. Запрещено перекрытие (закрытие) оконных и дверных проемов, витрин и витражей. В оконных, дверных проемах и арках зданий установка информационных и рекламных конструкций запрещена.



Рис.9.  
ул. Карла Маркса до  
применения стандартов



Рис.10.  
ул.КарлаМарксапосле  
применения стандартов

#### **Часть 4. Размещение информационных и рекламных конструкций на зданиях нежилого назначения.**

На крупных зданиях нежилого назначения разрешены к размещению дополнительные типы информационных и рекламных конструкций.

Крупными зданиями нежилого назначения считаются строения объектов торгового, офисного, культурно-развлекательного и спортивного назначения, площадью фасада более 1000 м<sup>2</sup>.

- На крупных зданиях нежилого назначения разрешено размещение крышной конструкции из отдельных букв и логотипов. Требования к крышным конструкциям указаны в п 4.3.8.5 Правил.

**Крышные объекты наружной рекламы в виде отдельных букв и логотипов** - крышные конструкции, устанавливаемые полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше, выполненные по индивидуальному проекту, состоящие из следующих элементов:

- информационное поле (текстовая часть) - буквы, буквенные символы, аббревиатура, цифры и т.п.;
- художественные элементы (логотипы, знаки);
- элементы крепления (пространственная решётка).

Информационное поле и художественные элементы должны быть оборудованы только внутренней подсветкой.

Высота крышной конструкции должна быть:

- не более 1,3 м для 1-3-этажных объектов;
- не более 1,8 м для 4-7-этажных объектов;
- не более 2,0 м для 8-12-этажных объектов;
- не более 2,6 м для 13-17-этажных объектов;
- не более 3,0 м для объектов, имеющих 18 и более этажей.

В случае если крышная конструкция содержит изображение товарного знака, знака обслуживания, высота отдельных элементов информационного поля или художественных элементов крышной конструкции, входящих в изображение указанного товарного знака, знака

обслуживания, может превышать параметры, указанные в абзаце шестом настоящего подпункта, но не более чем на 1/5.

В случае если установка крышной конструкции предполагается на здании, строении или сооружении, на котором уже эксплуатируется другая крышная конструкция, высота такой крышной конструкции ограничивается.

Длина крышной конструкции не может превышать:

- 80 процентов длины фасада, по отношению к которому она установлена - при длине фасада до 18 м (включительно);

- половины длины фасада, по отношению к которому она установлена - при длине фасада свыше 18 м.

Параметры (размеры) крышной конструкции, установленной на стилобатной части объекта, должны соответствовать параметрам (размерам) конструкций, установленных на крышах объектов соответствующей этажности.

Элементы крепления крышной конструкции не должны выступать за периметр данной конструкции по бокам и сверху. Расстояние от парапета до нижнего края информационного поля крышной конструкции не должно превышать 1 м.

Для крышных конструкций в обязательном порядке разрабатывается рабочая проектная документация в целях обеспечения безопасности при установке, монтаже и эксплуатации.

Крышные конструкции должны быть оборудованы системой аварийного отключения от сети электропитания, должны иметь системы пожаротушения и соответствовать иным требованиям пожарной безопасности.

При расчёте суммы оплаты, площадь информационного поля крышных конструкций определяется по внешним габаритным размерам информационного поля в целом.

Установка и эксплуатация крышных конструкций в обязательном порядке должна быть согласована с Администрацией.

- Площадь (суммарная), занимаемая информационными и рекламными конструкциями не должна превышать 40% от площади фасада с учетом оконных и дверных проемов. [Рис 11 внешний облик торгового центра, противоречащий стандартам];

- На данных зданиях, в пределах разрешенной площади, возможно размещение не более тридцати пяти конструкций на каждом фасаде (из них не более пяти информационных конструкций, остальные рекламные);
- На зданиях данного типа разрешено размещение светодиодных экранов и медиа фасадов.



Рис. 11. Проспект Кирова: внешний облик торгового центра, противоречащий стандартам.

## **Часть 5. Размещение объектов, регулируемых стандартами на остановочных павильонах наземного пассажирского транспорта.**

- Объекты наружной рекламы на остановочных павильонах наземного пассажирского транспорта -конструкции, монтируемые на конструктивных элементах павильонов ожидания общественного транспорта.
- Конструкции данного типа должны строго соответствовать нормативным актам по безопасности дорожного движения.
- На остановочном павильоне возможно размещение двух рекламных конструкций.
- Размер информационного поля конструкций – 1,2\*1,8.
- Внешние габариты рекламной плоскости – 1,4\*2,0.





## **Часть 6. Размещение объектов, регулируемых стандартами на временных ограждениях территорий строительных площадок и розничной (уличной) торговли.**

В случаях, когда на строительной площадке имеются сооружения (в том числе строительные леса при реконструкции здания, бытовые помещения, мачты для прожекторов, краны), а также ограждающая сетка, возможна установка и эксплуатация других объектов наружной рекламы, предусмотренных Правилами.

При установке и эксплуатации объектов наружной рекламы на ограждениях строительных площадок высотой более 10 метров, указанное ограждение должно быть внесено в проект организации строительства (ПОС). Площадь информационного поля объекта наружной рекламы на строительной сетке определяется габаритами нанесённого изображения.

## **Часть 7. Типографика.**

### **7.1. Графическое и шрифтовое оформление.**

Важно соотносить исторический контекст шрифта и здания, на котором он расположен. Так, на зданиях в стиле конструктивизма (современной архитектуры) рекомендуется использоваться шрифты без засечек (гротески), а для зданий в стиле классицизм (строгость и четкость) могут подойти классические шрифты с засечками. Надписи лучше изготавливать на заказ, обратившись к профессиональному дизайнеру.

### **7.2. 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 буквами — недостаточные расстояния между буквами. Это критически важно для возможности прочтения надписи.
- При наборе строчными буквами правила разрядки букв меняются на диаметрально противоположные — излишнее расстояние между буквами мешает чтению вывески.
- При наборе букв запрещается искажение пропорций шрифта, его растягивание или сжатие.

Аа

Буквы из шрифта с засечками

Аа

Буквы из шрифта без засечек

✗ МАГАЗИН

✗ Магазин

✓ МАГАЗИН

✓ Магазин

~~Аптека~~

~~Аптека~~

### 7.3. Набор надписей.

Для вывесок заведений, у которых отсутствует зарегистрированный логотип или фирменный шрифт (такие вывески, как «Магазин», «Аптека» и т. д.), перечисленные правила являются обязательными, для остальных носят рекомендательный характер.

Выбор начертания:

У шрифта, как правило, есть несколько начертаний: прямое, полужирное, курсивное, полужирный курсив и т. д. Набирать надпись для вывески лучше всего прямым начертанием. Другие начертания чаще всего используются для выделения важных участков в тексте.

**Aa**

*Aa*

**Aa**

***Aa***

Прямое начертание  
— лучший выбор

Курсивное  
начертание

Полужирное  
начертание

Полужирное  
курсивное  
начертание

Заместитель главы администрации –  
руководитель аппарата администрации  
города Симферополя

Г.В.Александрова

Начальник управления наружной рекламы и  
информации администрации города

А.В.Джалилов