

АРХІТЕКТУРНО-ХУДОЖНЯ КОНЦЕПЦІЯ

ОФОРМЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОГО
ВИГЛЯДУ ВУЛИЦЬ, МАГІСТРАЛЕЙ
ТА ТЕРИТОРІЙ М. ХАРКОВА,
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТА РЕКЛАМНИХ
КОНСТРУКЦІЙ



МУЗЕЙ

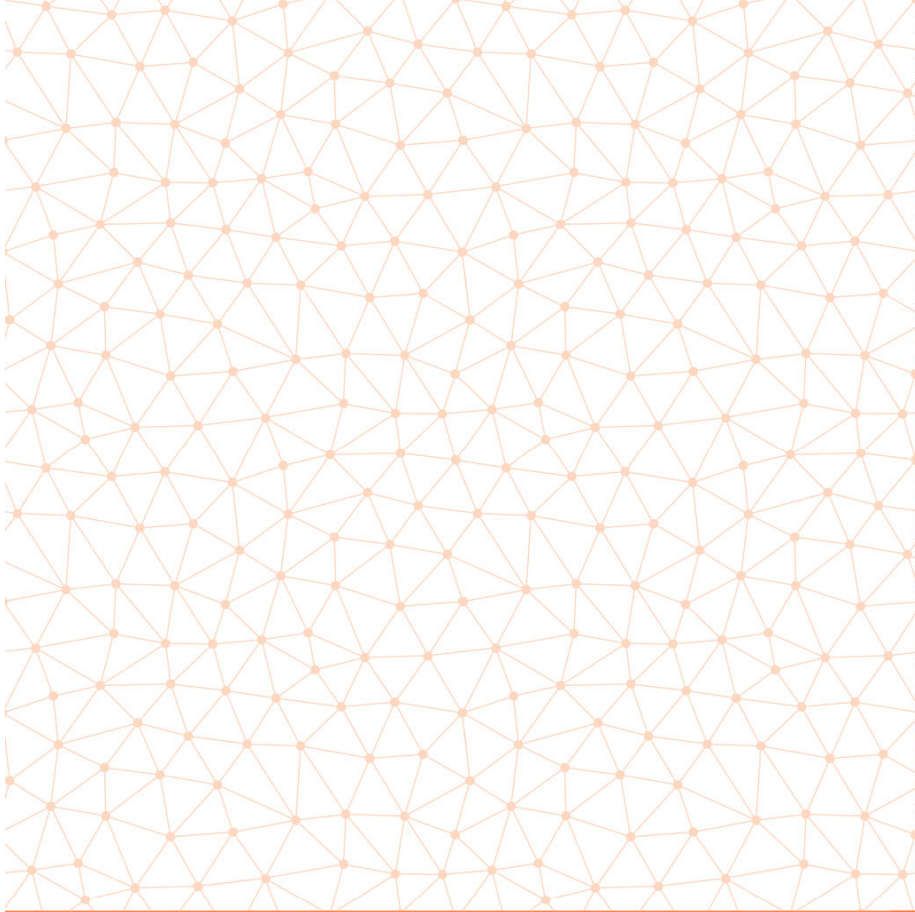
BAUHAUS



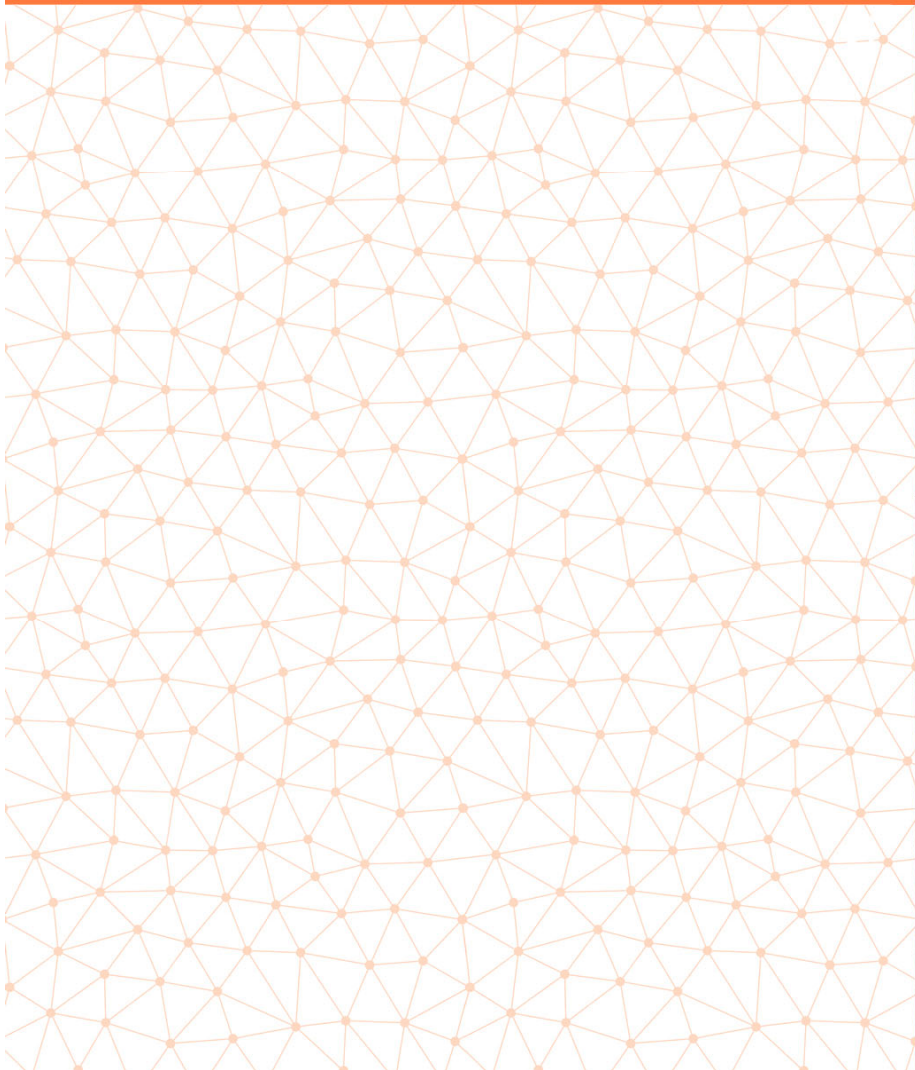
АРХІТЕКТУРНО-ХУДОЖНЯ КОНЦЕПЦІЯ

**ОФОРМЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОГО ВИГЛЯДУ ВУЛИЦЬ,
МАГІСТРАЛЕЙ ТА ТЕРИТОРІЙ м. ХАРКОВА, ІНФОРМАЦІЙНИХ
ТА РЕКЛАМНИХ КОНСТРУКЦІЙ.**

Особливі вимоги до розміщення спеціальних конструкцій
зовнішньої реклами на зовнішніх поверхнях будинків/будівель і
споруд у м. Харкові.



1 ВСТУП. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ. АНАЛІЗ ІСНУЮЧОГО СТАНУ РОЗМІЩЕННЯ СПЕЦІАЛЬНИХ КОНСТРУКЦІЙ. ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ



Архітектурно-художня концепція оформлення зовнішнього вигляду вулиць, магістралей та територій м. Харкова, інформаційних та рекламних конструкцій

Особливі вимоги до розміщення спеціальних конструкцій зовнішньої реклами на зовнішніх поверхнях будинків/будівель і споруд у м. Харкові.

стор.

1.	Вступ. Загальні положення. Аналіз існуючого стану розміщення спеціальних конструкцій зовнішньої реклами	4
2.	Терміни, види спеціальних конструкцій зовнішньої реклами	9
3.	Вимоги до розташування рекламних засобів згідно із Зонуванням м. Харкова	12
4.	Вимоги до розміщення рекламних засобів	
4.1	Вимоги розміщення рекламних засобів в межах зони історичного ареалу	15
4.2	Розміщення рекламних засобів за межами історичного ареалу	23
5.	Розміщення рекламних засобів на фасадах торговельних та торговельно – розважальних центрів	33
6.	Розміщення рекламних засобів в межах ринкових комплексів	35
7.	Розміщення рекламних засобів на в межах промислових підприємств	37
8.	Умови надання дозволів на встановлення спеціальних конструкцій зовнішньої реклами	39
9.	Умови для розташування дахових рекламних засобів	42
10.	Вимоги до розміщення рекламних засобів на поверхні огорож	44
11.	Вимоги щодо можливості розміщення рекламних засобів на прозорих частинах дверей та на склі вікон	44
12.	Вимоги до встановлення кронштейнів	45
13.	Заборонені види спеціальних конструкцій зовнішньої реклами	46
14.	Заборонені зони встановлення рекламних засобів	47
15.	Вимоги до технічних характеристик спеціальних конструкцій зовнішньої реклами	47
16.	Освітлення та підсвічування	49
17.	Висновки	51
	Додатки:	
	Додаток 1. Перелік основних видів рекламних засобів у вигляді окремих літер (знаків)	52
	Додаток 2. Спеціальні конструкції зовнішньої реклами у вигляді кронштейнів	71

Вступ. Загальні положення.

Аналіз існуючого стану розміщення спеціальних конструкцій зовнішньої реклами.

Основна ідея розробки дизайн – коду міста Харкова – повага до людей: безпека, зменшення рівнів так званого візуального шуму, а також повага до архітектури. Реклама повинна не «кричати», а «розмовляти», вписуватися, а не перекривати, позначати, а не закликати (купити якийсь товар).

Моніторинг існуючого стану зовнішнього інформаційного оформлення будинків/будівель і споруд в місті Харкові виявив здебільшого невідповідність вивісок стилістичним особливостям будинків/будівель і споруд. Переважно інформація розміщена на рекламоносіях у вигляді суцільних плоских або об'ємних панелей з підсвічуванням (лайтбоксів). Лише декілька закладів мають високоякісні в дизайнерському відношенні спеціальні конструкції зовнішньої реклами, виконані у вигляді окремих літер в стриманій кольоровій гамі.

При аналізі існуючої ситуації в місті Харкові були виявлені такі основні проблеми, які, до речі, існують не поодинці, а в комплексі:

- розміщення рекламних засобів із закриттям, та навіть з псуванням фасадів будівлі/будинку або споруди, з перекриттям декоративних елементів, вікон тощо;
- створення хаосу на фасаді будівлі/будинку або споруди внаслідок розміщення рекламних засобів різного розміру та не на одному рівні;
- утворення глухих вітрин шляхом суцільного перекриття віконних прорізів зсередини та ззовні;
- розташування на фасаді однієї будівлі/будинку або споруди рекламних засобів різних видів та якості (вивісок, кронштейнів, щитів на фасаді);
- порушення співмасштабності рекламних засобів шляхом розміщення вивісок завеликого розміру відносно розмірів

фасаду, а також надмірного вильоту конструкцій кронштейнів тощо;

-перевантаження фасадів будівель/будинків або споруд рекламними засобами різних закладів, які розташовані не в просторі віконних прорізів, а на фасадній стіні.

Вивчення західноєвропейського досвіду розміщення настінних рекламних засобів в історичних частинах міст Західної Європи (Франції, Німеччини тощо) визначили напрямок для розробки рекомендацій та інструкцій для формування принципів оформлення та впорядкування рекламних засобів, режиму експлуатації історичних будівель тощо.

За результатами аналізу стану фасадів будівель з рекламними засобами в історичних частинах міст Західної Європи виявлено основні тенденції та закономірності:

-переважним видом рекламних засобів на фасадах будівель/будинків або споруд є рекламні засоби у вигляді окремих літер, внаслідок чого зберігається недоторканість елементів фасаду і збереження цілісності архітектури будівлі/будинку або споруди в цілому;

-реklamний засіб розміщується над входом та не дублюється, тим самим не перевантажуючи фасад;

-з метою запобігання втручання в архітектурний вигляд будівель рекламні засоби розміщуються в межах віконних прорізів;

-реklamні засоби підпорядковуються вимогам збереження фасадів будівель, що історично склалися;

-кронштейни кріпляться впритул до стіни або з невеликим виносом. Кріплення кронштейнів є невід'ємною частиною їх художнього рішення. Лайтбокси мають невеликий розмір та стриману кольорову гаму. Дизайн реклами лаконічний.

Прагненням створити рекламне оформлення фасадів будівель міста Харкова на рівні західноєвропейських міст була продиктована необхідність розробки архітектурно-художньої концепції оформлення зовнішнього вигляду вулиць, магістралей та територій м. Харкова, інформаційних та рекламних конструкцій.

Архітектурно-художня концепція оформлення зовнішнього вигляду вулиць, магістралей та територій м. Харкова, інформаційних та рекламних конструкцій розроблена відповідно до Законів України «Про рекламу», «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про благоустрій населених пунктів», Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 №2067 та Правил благоустрою території міста Харкова, затверджених рішенням 11 сесії Харківської міської ради 6 скликання від 16.11.2011 №504/11 та Правил розміщення зовнішньої реклами у місті Харкові, затверджених рішенням виконавчого комітету Харківської міської ради № 609 від 02.10.2013.

Питання, які вирішує архітектурно-художня концепція оформлення зовнішнього вигляду вулиць, магістралей і територій м. Харкова, інформаційних та рекламних засобів – це інформування приватних підприємств сфери споживчого ринку і послуг про принципи і вимоги, щодо:

- упорядкування розміщення інформаційних та рекламних засобів на фасадах будівель;

- можливих варіантів заміни одного типу рекламного засобу або вивіски на інший;

- художніх рішень з оформлення будівель/будинків або споруд та архітектурних ансамблів із застосуванням нових технологій, матеріалів та засобів з метою створення комфортного візуального простору та збереження архітектурної своєрідності та зовнішнього вигляду фасадів міста Харкова.

З метою збереження архітектурної автентичності міста при розгляді питання про розташування рекламних засобів **необхідним є виготовлення паспорта опорядження фасаду будівлі/будинку чи споруди з візуалізацією рекламних засобів із зазначенням їх чітких розмірів, прив'язки до елементів фасаду та візуалізацією, з підсвічуванням будівлі/будинку чи споруди в нічний час.**

Необхідність розробки паспорта опорядження фасаду обґрунтована в п. 4 Типових правил розміщення зовнішньої реклами: «На територіях, будівлях/будинках і спорудах зовнішня реклама розміщується за згодою їх власників або уповноважених ними органів (осіб) **з урахуванням архітектурних, функціонально – планувальних, історико – культурних чинників, типології елементів місцевого середовища та з додержанням правил благоустрою територій населених пунктів**». Виготовлення паспорта опорядження фасаду повинні здійснювати архітектори відповідної кваліфікації (спеціалізації «об'ємне проектування»).

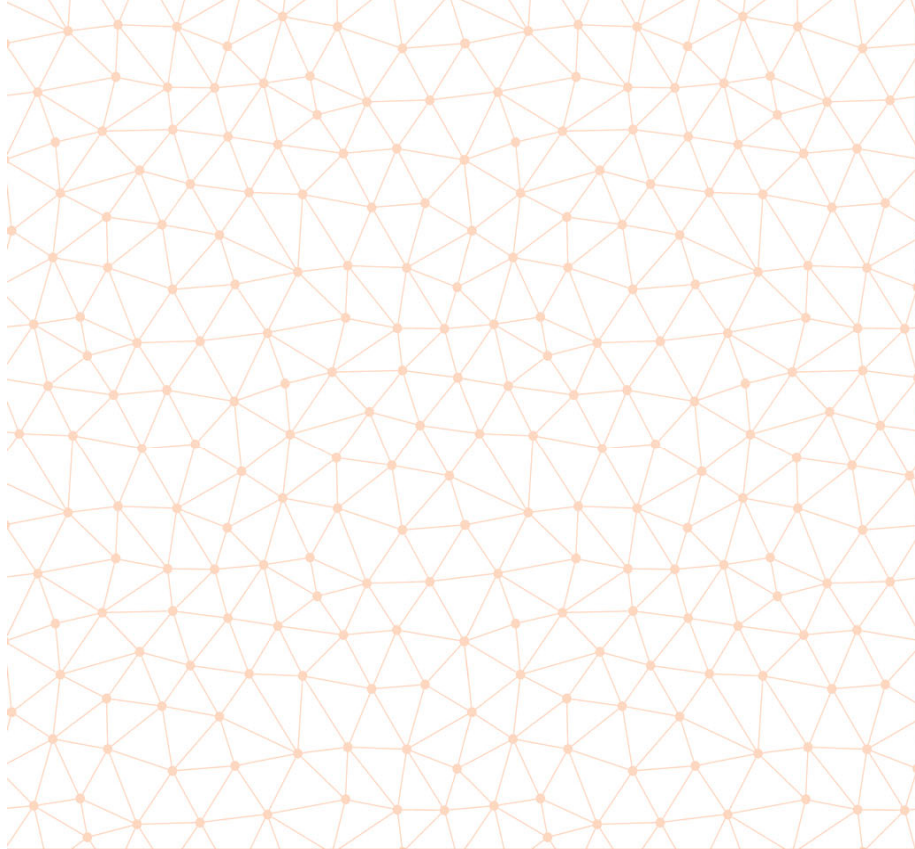
Після виготовлення паспорт зовнішнього опорядження фасаду має бути зареєстрований у Департаменті містобудування та архітектури Харківської міської ради.

Строк дії паспорта опорядження фасаду становить не більше 5 років. Такий термін обумовлений появою нових технологій та нових оздоблювальних матеріалів, а також можливим зростанням вимог до якості документів, що розробляються.

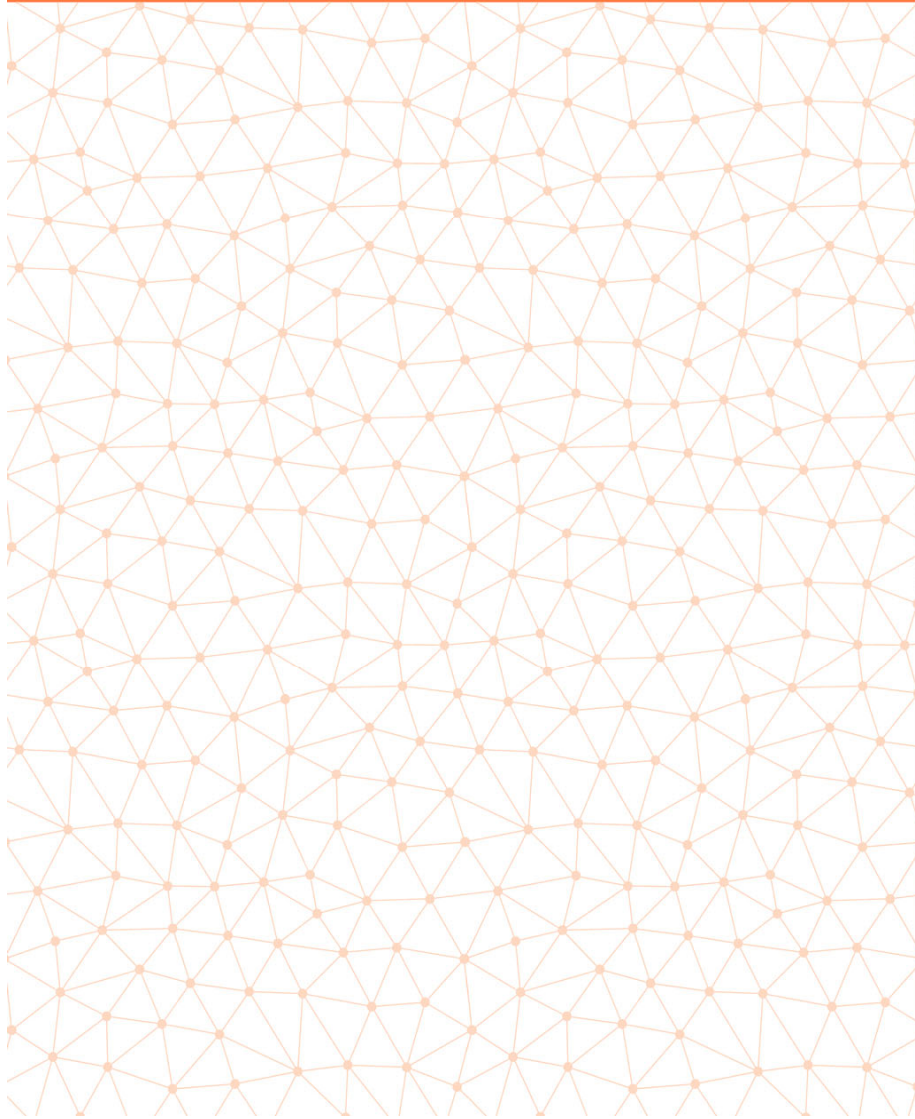
Під час розміщення зовнішньої реклами власнику (користувачу) спеціальної конструкції зовнішньої реклами необхідно дотримуватись вимог Архітектурно-художньої концепції оформлення зовнішнього вигляду вулиць, магістралей та територій м. Харкова, інформаційних та рекламних засобів.

У разі розміщення спеціальної конструкції зовнішньої реклами у відповідності до розроблених розгортки вулиць Архітектурно-художньої концепції оформлення зовнішнього вигляду вулиць, магістралей та територій м. Харкова, інформаційних та рекламних засобів, виготовлення паспорту опорядження фасаду не вимагається.

У разі розміщення спеціальної конструкції зовнішньої реклами, розміщення якої не відповідає розробленим розгорткам Архітектурно-художньої концепції оформлення зовнішнього вигляду вулиць, магістралей та територій м. Харкова, інформаційних та рекламних засобів, необхідно розробити новий паспорт опорядження фасаду.



2 ТЕРМІНИ, ВИДИ СПЕЦІАЛЬНИХ КОНСТРУКЦІЙ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ



2. Терміни, види рекламних засобів

У цьому документі наведені нижче терміни вживаються у такому значенні:

Вивіска чи табличка – елемент на будівлі/будинку або споруді з інформацією про зареєстроване найменування особи, знаки для товарів і послуг, що належать такій особі, вид її діяльності (якщо це не впливає із зареєстрованого найменування особи), час роботи, що розміщений на зовнішній поверхні будівлі/будинку або споруди не вище першого поверху або на поверсі, де розташовується власне чи надане у користування особі приміщення (крім, випадків, коли суб'єкту господарювання належить на праві власності або користування вся будівля/будинок або споруда), біля входу у таке приміщення, який не є рекламою.

Зовнішня реклама – реклама, що розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях – рекламоносіях, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг.

Спеціальні конструкції – тимчасові та стаціонарні рекламні засоби (світлові та несвітлові, наземні та неназемні (повітряні), плоскі та об'ємні стенди, щити, панно, транспаранти, тролі, таблички, коробки, механічні, динамічні, електронні табло, екрани, панелі, тумби, складні просторові конструкції, аеростати, повітряні кулі тощо), які використовуються для розміщення реклами.

Місце розташування рекламного засобу – площа зовнішньої поверхні будівлі/будинку, споруди, елемента вуличного обладнання або відведеної території на відкритій місцевості у межах населеного пункту, що надається розповсюдженню зовнішньої реклами в тимчасове користування власником або уповноваженим ним органом (особою);

Фасад будівлі/будинку, споруди – зовнішня частина будівлі/будинку, споруди зі всіма елементами від покрівлі до вимощення.

Вітрина – застклений елемент фасаду, який використовується для експонування продукції.

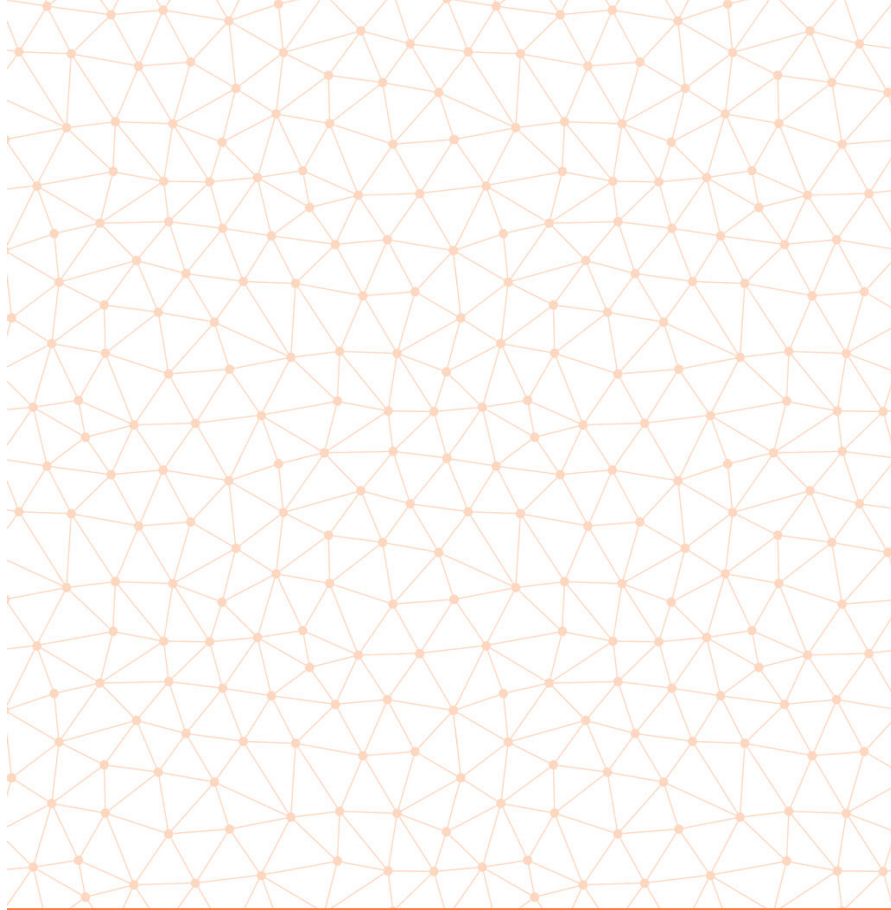
Дозвіл – документ установленної форми, виданий розповсюджувачу зовнішньої реклами на підставі рішення виконавчого органу сільської, селищної, міської ради, який дає право на розміщення зовнішньої реклами на певний строк та у певному місці.

Зона обмеженого використання рекламних засобів у місті Харкові – територія міста, що зберегла повністю або частково історичний ареал, має архітектурну, історичну або культурну цінність.

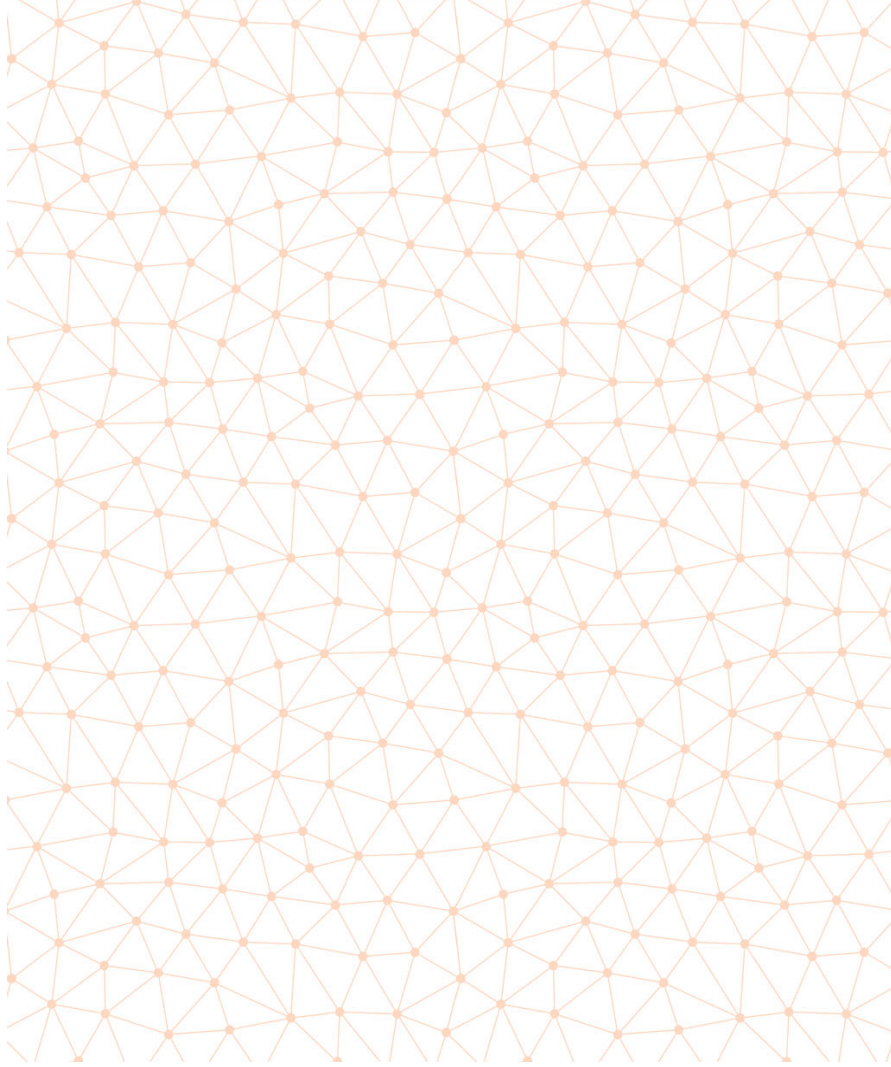
Цей термін прийнятий відповідно до вимог розробленого Історико – архітектурного опорного плану міста Харкова з метою максимального збереження автентичного вигляду міста, пам'яток архітектури та культури.

Паспорт опорядження фасаду – документ, у якому визначається матеріал опорядження, кольорові рішення щодо фарбування фасадів та їх елементів, а також відомості про встановлення обладнання фасаду, що окремо схвалюється Департаментом містобудування та архітектури Харківської міської ради;

Робочий орган – структурний підрозділ виконавчого органу Харківської міської ради, до завдань якого належать питання регулювання діяльності у сфері розміщення зовнішньої реклами.



3 ЗАЛЕЖНІСТЬ ВИМОГ ДО РОЗТАШУВАННЯ РЕКЛАМНИХ ЗАСОБІВ ЗГІДНО ЗОНУВАННЯ МІСТА



3. Вимоги до розташування реклами згідно із Зонуванням м. Харкова

Зонування міста дає змогу врахувати органічно сформовані вимоги історичного, архітектурного та культурного середовища. Застосування цих вимог є обов'язковим у зоні історичної та контрольованої забудови (зона історичного ареалу) та рекомендаційним для забудови за межами історичного ареалу.

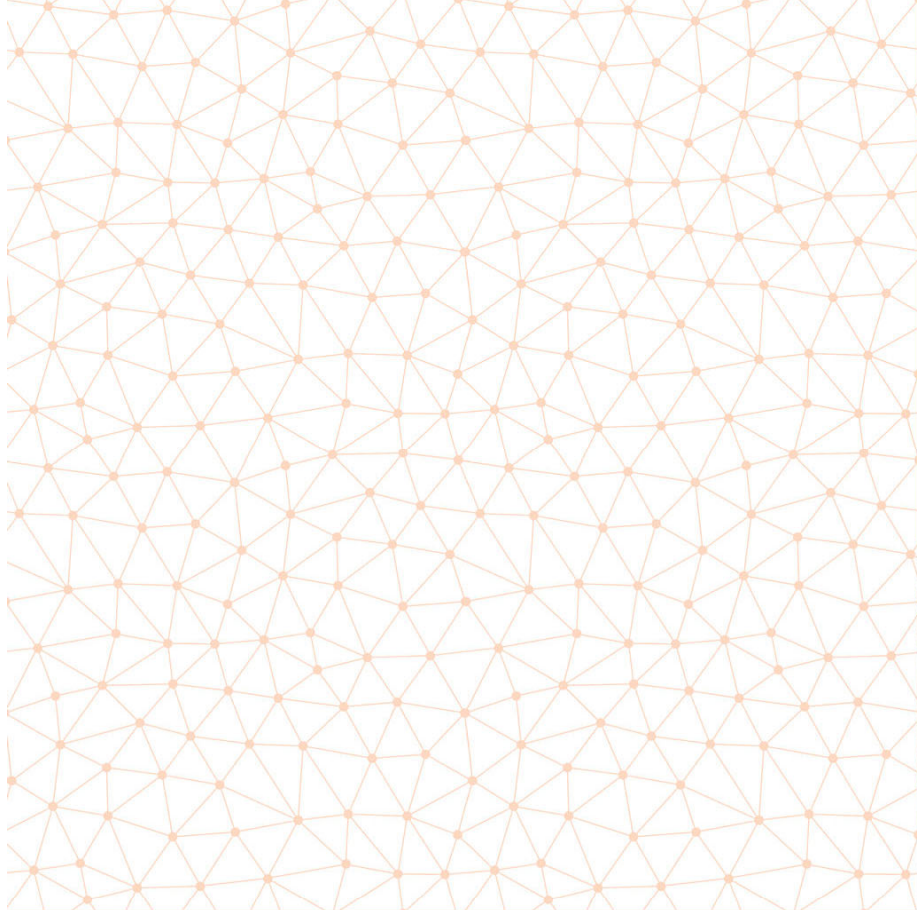


Межі історичного ареалу міста Харкова були визначені Історико-архітектурним опорним планом, який є складовою частиною проекту змін до генерального плану м. Харкова, затверджених рішенням сесії Харківської міської ради від 18.12.2019 №1902/19. Наказом Міністерства культури, молоді та спорту України №1199 від 27.02.2020 затверджено межі та режим використання зон охорони пам'яток та історичний ареал м. Харкова, визначені науково-проектною документацією «Історико-архітектурний опорний план м. Харкова. Визначення меж історичного ареалу» та науково-проектною документацією з визначенням меж і режимів використання зон охорони пам'яток та історичного ареалу м. Харкова, розробленою Українським державним науково-дослідним проектним інститутом «УкрНДІпроектреставрація» в 2018 році на замовлення Департаменту містобудування, архітектури та генерального плану Харківської міської ради.

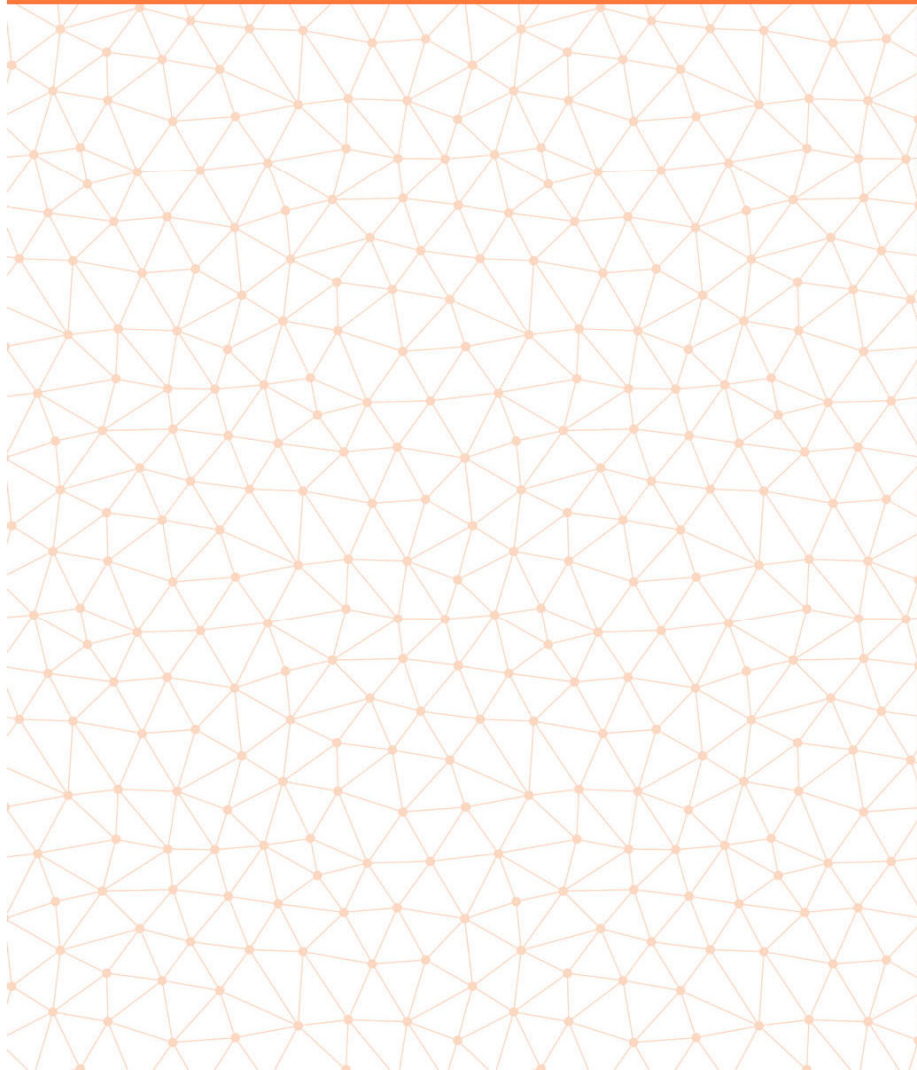
Зони обмеженого використання рекламних засобів у місті Харкові

Перелік об'єктів, вулиць, проспектів, площ, бульварів тощо, що належать до зони обмеженого використання рекламних засобів в межах зони історичного ареалу м. Харкова:

Територія, що обмежена вул. Полтавський Шлях, територією Залізничного вокзалу, вул. Євгена Котляра, вул. Чоботарською, територією Центрального ринку, вул. Клочківською, вул. Культури, в-дом Глісада Джуса, вул. Динамівською, територією Центрального парку культури і відпочинку, вул. Сумською, територією Іподрому, цвинтарем на вул. Григорія Сковороди, узв. Журавлівським, вул. Дегтярною, вул. Шевченка, вул. Героїв Рятувальників, в-дом Бутівським, вул. Примерівською, просп. Героїв Харкова, вул. Військовою, м-ном Захисників України, вул. Богдана Хмельницького, вул. Руставелі, Гімназійною набережною, Нетіченською набережною, б-ром Гончарівським, вул. Малою Гончарівською до перетину з вул. Полтавський Шлях.



4.1 ВИМОГИ РОЗМІЩЕННЯ РЕКЛАМНИХ ЗАСОБІВ В МЕЖАХ ЗОНИ ІСТОРИЧНОГО АРЕАЛУ



4. Вимоги до розміщення рекламних засобів

4.1. Вимоги розміщення рекламних засобів в межах зони історичного ареалу.

4.1. Розміщення реклами на пам'ятках **місцевого значення**, в межах зон охорони цих пам'яток, історичних ареалів населених місць здійснюється на підставі дозволу, що оформлюється (видається) відповідно до Закону України "Про рекламу".

Згідно з рішенням виконавчого комітету Харківської міської ради № 609 від 02.10.2013 р. «Про затвердження правил розміщення зовнішньої реклами у місті Харкові», розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках історії та архітектури і в межах зон охорони таких пам'яток дозволяється відповідно до зареєстрованого в Департаменті містобудування та архітектури паспорта опорядження фасаду з визначеним місцем розміщення рекламних засобів за погодженням з відповідним центральним або місцевим органом виконавчої влади у сфері охорони культурної спадщини.

При розміщенні рекламних засобів на фасадах пам'яток історії та архітектури дозволяється їх розташовування лише у вигляді об'ємних літер на прозорій безколірній або пофарбованій в колір фасаду площині (скло або акрил) або безпосередньо на фасаді будівлі/будинку із застосуванням спільного каркасу чи іншого профілю, пофарбованого у колір фасаду.

При цьому рекламні засоби мають відповідати архітектурній стилістиці будівлі/будинку, її колористичному вирішенню та бути масштабними до архітектурних елементів фасаду.

З метою запобігання втручанню в архітектурний вигляд будинку реклама може розміщуватися в межах віконних прорізів з внутрішнього боку.

Рекламні засоби не повинні пошкоджувати та змінювати опорядження фасаду.

Не рекомендується розміщувати рекламні засоби на скляних поверхнях вікон та дверей із застосуванням плівкових матеріалів.

Забороняється розташування рекламних засобів в арках і тунелях.

У разі розташування більше одного рекламного засобу в межах фасаду, всі конструкції мають бути розміщені з дотриманням єдиної візуальної осьової лінії.

Якщо торговельна марка або назва мають різнорозмірні графічні елементи, треба дотримуватися принципу композиційної та візуальної рівноваги при розробці єдиної схеми в межах фасаду, при чому корегуються розміри, не порушуючи пропорцій торговельної марки .

Рекламні засоби у вигляді кронштейнів можуть бути виконані за встановленими зразками, що надані в розділі документа «Додатки».

Перелік основних видів рекламних засобів у вигляді окремих літер (знаків) для застосування при виготовленні рекламних засобів в межах історичного ареалу міста Харкова наданий в розділі документа «Додатки».

При розміщенні рекламних засобів на фасадах пам'яток історії та архітектури дозволяється їх розташування лише у вигляді об'ємних літер на прозорій безколірній або пофарбованій в колір стіни площині (скло або акрил) або безпосередньо на фасаді будівлі/будинку із застосуванням спільного каркасу чи іншого профілю, пофарбованого у колір фасаду.



При цьому рекламні засоби мають відповідати архітектурній стилістиці будівлі/будинку, її колористичному вирішенню та бути масштабними до архітектурних елементів фасаду.



Рекламні засоби не повинні пошкоджувати та змінювати опорядження фасаду. У разі розташування більше одного рекламного засобу в межах фасаду, всі конструкції мають бути розміщені з дотриманням єдиної візуальної осьової лінії.



У межах цієї зони забороняється розташування рекламних засобів у вигляді об'ємно-просторових композицій, прапорів, виносних щитів та розтяжок (в тому числі на власних опорах).



Забороняється розташовувати рекламні засоби поверх архітектурних і декоративних елементів.



З метою запобігання втручанню в архітектурний вигляд будинку реклама може розміщуватися в межах віконних прорізів.

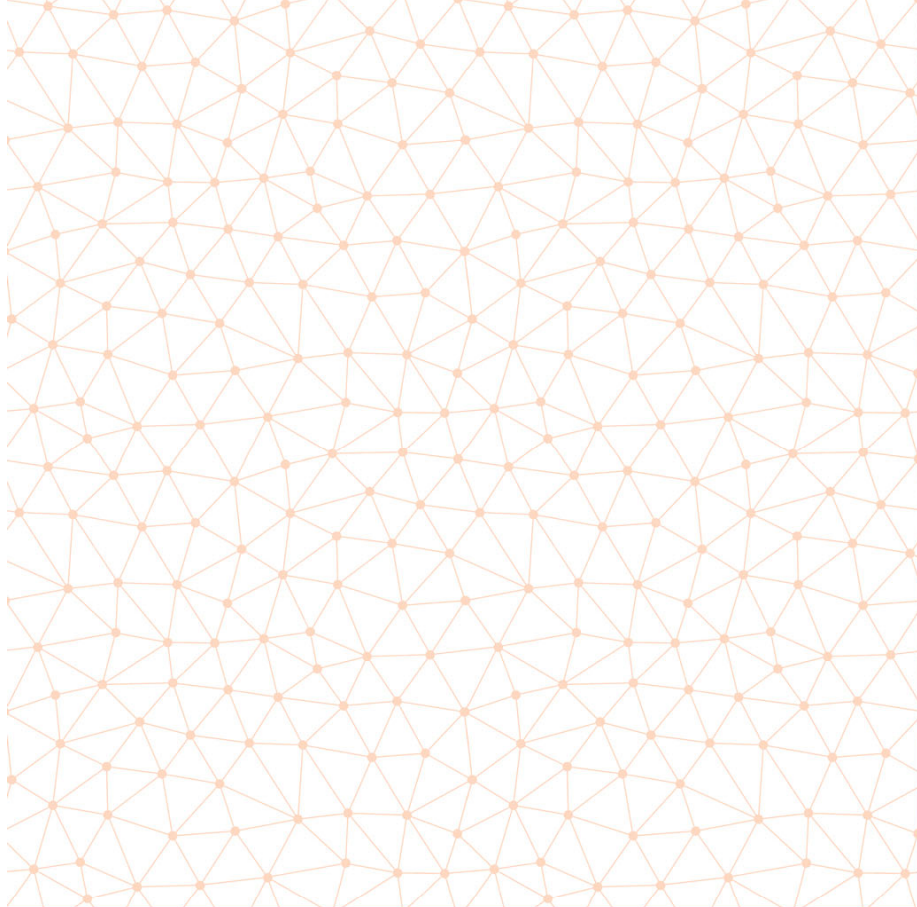


При розташуванні нежитлових приміщень в рівні цокольного поверху дозволяється розміщення реклами над віконними або дверними прорізами цокольного поверху не вище за нижній край вікна або балкона першого поверху.

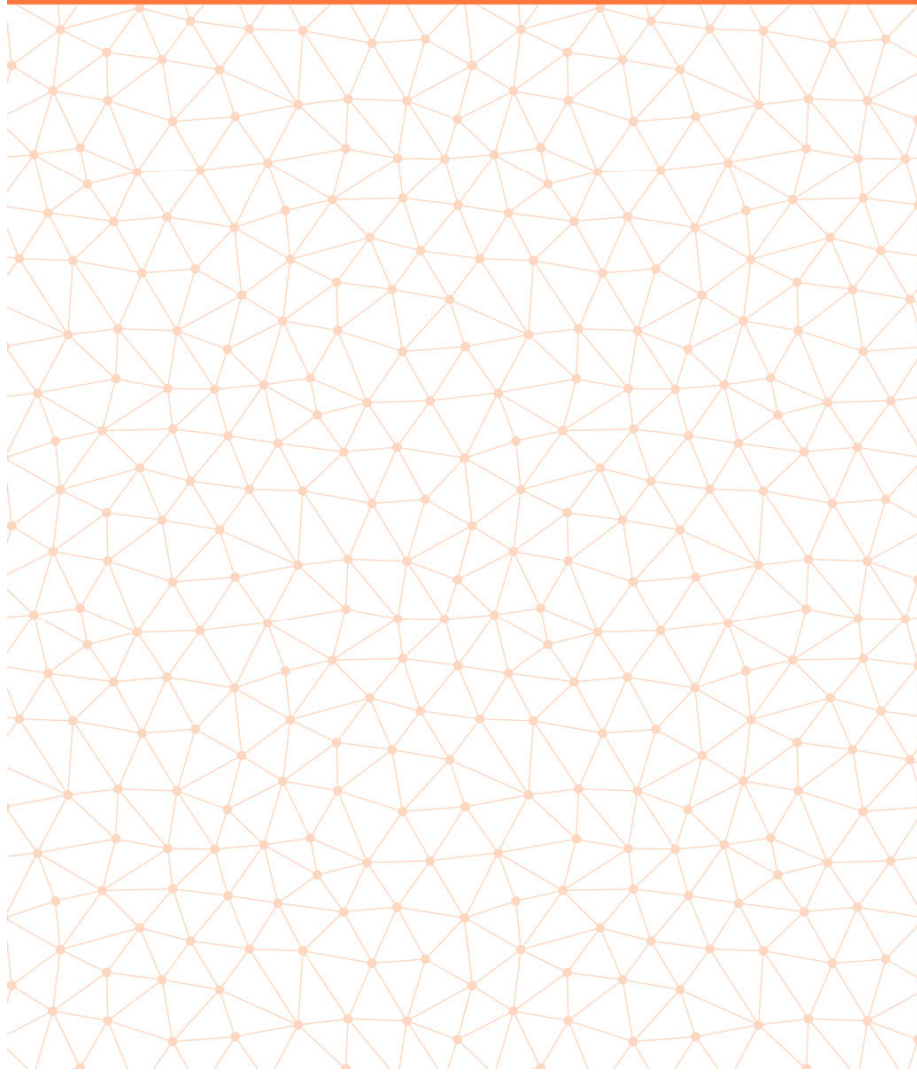


У разі розміщення навісу над приямком рекомендовано розміщувати рекламні засоби на фасаді біля входу під піддашком.





4.2 РОЗМІЩЕННЯ РЕКЛАМНИХ ЗАСОБІВ ЗА МЕЖАМИ ІСТОРИЧНОГО АРЕАЛУ



4.2. Розміщення рекламних засобів за межами історичного ареалу

Розміщення рекламних засобів необхідно здійснювати з урахуванням архітектурного вирішення, стилістичних особливостей, декоративних елементів та колористики фасаду.

Встановлення та розміщення рекламних засобів повинно забезпечувати безпеку експлуатації згідно з чинними державними будівельними нормами та відповідати державним стандартам і вимогам пожежної, санітарної, електричної та екологічної безпеки.

Рекламні засоби можуть бути виконано в декількох варіантах і техніках. Усі конструкції повинні гармонійно вписуватися в архітектурні елементи та співіснувати в контексті колірного та архітектурного рішень фасаду будівлі/будинку або споруди. Перевага віддається комплексним рішенням для будівлі/будинку, споруди або вулиці в межах одного кварталу.

Відстань від площини фасаду до лицевої поверхні рекламного засобу, що розташований паралельно фасаду, не повинна перевищувати 200 мм.

Рекламні засоби повинні встановлюватися з мінімальним втручанням у несучі конструкції та у місцях, які б не створювали перешкод для експлуатації та ремонту будинків/будівель, споруд, на яких вони розташовуються, та вільного пересування пішоходів та транспортних засобів.

При розміщенні рекламних засобів необхідно враховувати розмір і місце розміщення раніше встановлених на цієї ж будівлі/будинку або споруді спеціальних конструкцій зовнішньої реклами.

Рекламні засоби не повинні виходити за межі будівлі/будинку, споруди, у якому здійснює діяльність суб'єкт господарювання за винятком випадків, коли рекламний засіб встановлюється як окремо розташована конструкція на земельній ділянці, що відведена суб'єкту господарювання в оренду чи є його власністю.

Інформація на рекламних засобах виконується відповідно до вимог Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної».

Торговельні марки для товарів і послуг наводяться на рекламних засобах у тому вигляді, у якому їм надана правова охорона відповідно до законодавства України.

Заборонено під час встановлення на фасаді спеціальних конструкцій зовнішньої реклами фарбувати фасад або його частину в колір, який не відповідає кольору, зазначеному в зареєстрованому паспорті опорядження фасаду або проектній документації для будівництва об'єкта.

Якщо у будівлі/будинку або споруді знаходяться кілька власників (орендарів) приміщень, зовнішній вхід для яких є спільним, то інформація про зареєстроване найменування особи, торговельну марку, час роботи тощо повинні розташовуватись на невеликих табличках однакового розміру та з однакового матеріалу виконання, розміщених праворуч чи/та ліворуч від входу (в'їзду) в будівлю/ будинок або споруду (приміщення). Окрім того, їхні інформаційні засоби можуть бути розташовані безпосередньо біля дверей належних їм приміщень. Такі таблички можуть бути закріплені на єдиній основі або безпосередньо на фасаді.

Усі елементи конструкції, розміщені як група невеликих табличок в простінку, мають бути однакового розміру, форми та способу виконання.

Рекламні засоби можуть бути розміщені:

- біля входу у приміщення (в тому числі у подвір'ї), яке займає юридична або фізична особа, що розміщує спеціальну конструкцію зовнішньої реклами;

- над вхідними дверима, над вітринами та над віконними прорізами;

- між віконними отворами першого поверху будівлі/будинку, споруди;

- між віконними отворами першого та другого поверхів дво- чи багатоповерхової будівлі/будинку, споруди, а також на фасаді вище першого поверху, фронтоні, якщо суб'єкту господарювання належить вся будівля/будинок або споруда, а якщо це будівля/будинок або споруда комунальної чи змішаної форми власності, місце встановлення рекламних засобів може бути передбачено проектом або погодженим паспортом опорядження фасаду.

У випадку технічної неможливості розміщення рекламних засобів нижче рівня підлоги другого поверху, як виняток, допускається їх встановлення на огорожі балкону другого поверху за умови отримання згоди власника балкону.

При розташуванні нежитлових приміщень в рівні цокольного поверху дозволяється розміщення рекламного засобу над віконними або дверними прорізами цокольного поверху не вище за нижній край вікна або балкона першого поверху. У разі розміщення навісу над приямком рекомендовано розміщувати рекламні засоби на фасаді біля входу під піддашком.

Розміщення рекламних засобів не допускається:

- на фасаді вище рівня підлоги другого поверху будівлі/будинку або споруди;

- із закриттям табличок з назвами вулиць, номерами будинків, табличок з позначенням місця знаходження елементів мереж інженерних комунікацій (пожежних гідрантів та ін.), інших табличок із соціально необхідною інформацією та меморіальних дошок.



Рекламні засоби можуть бути розміщені біля входу у приміщення (в тому числі у подвір'ї), яке займає юридична або фізична особа, що розміщує спеціальну конструкцію зовнішньої реклами.



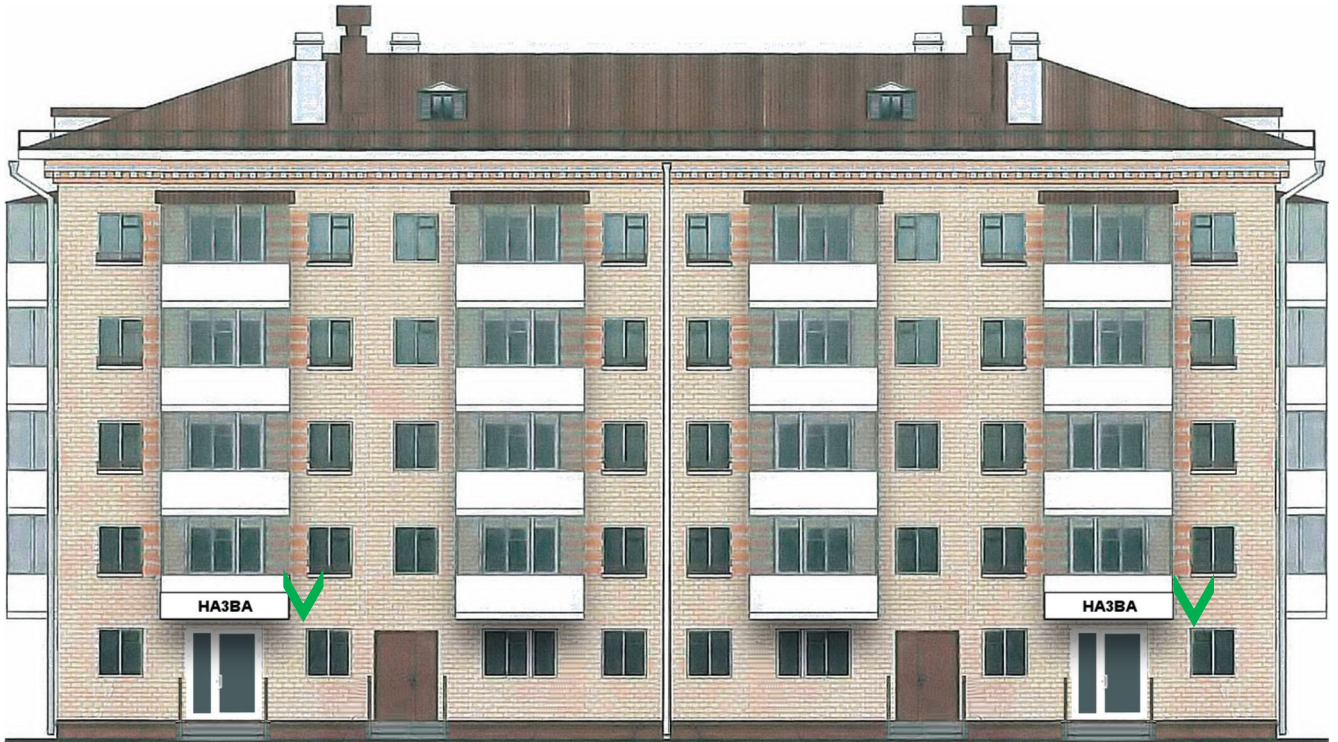
Рекламні засоби можуть бути розміщені над вхідними дверима, над вітринами та над віконними прорізами.



Рекламні засоби дозволяється розміщувати між віконними отворами першого та другого поверхів дво- чи багатоповерхової будівлі/будинку, споруди, а також на фасаді вище першого поверху, фронтоні, якщо суб'єкту господарювання належить вся будівля/будинок або споруда.



У випадку технічної неможливості розміщення рекламних засобів нижче рівня підлоги другого поверху, як виняток, допускається їх встановлення на огорожі балкону другого поверху за умови погодження з власником балкону.



Між віконними отворами першого поверху будинку/будівлі, споруди.



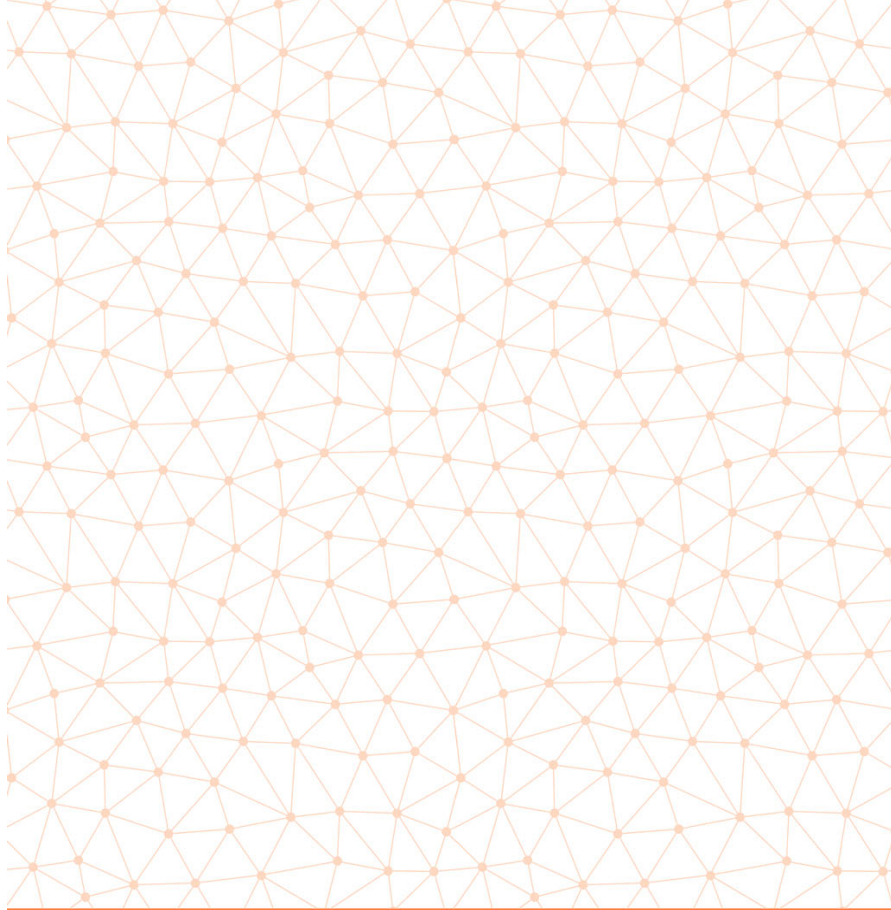
Необхідно при розміщенні рекламного засобу враховувати розмір і місце розміщення раніше встановлених на цій же будівлі/будинку, споруді спеціальних конструкцій зовнішньої реклами.



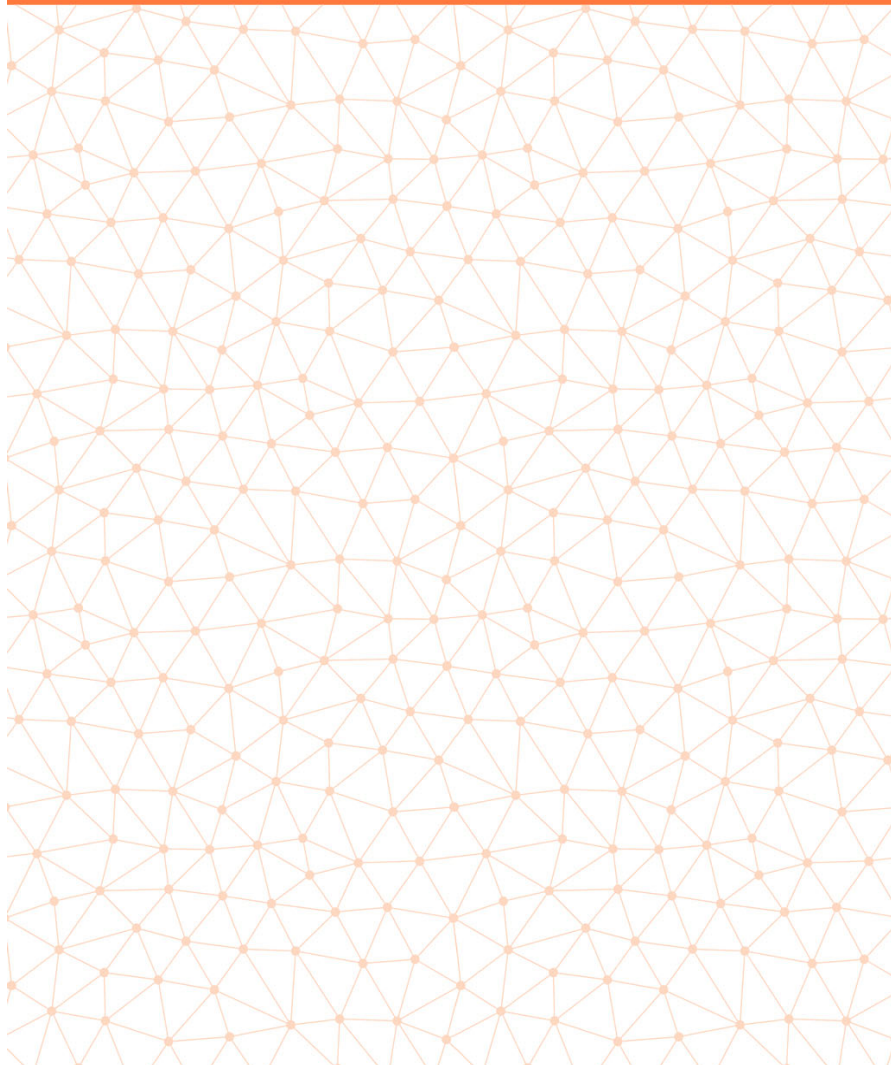
Розміщення рекламних засобів не допускається:

На фасаді вище рівня підлоги другого поверху будівлі/будинку або споруди.



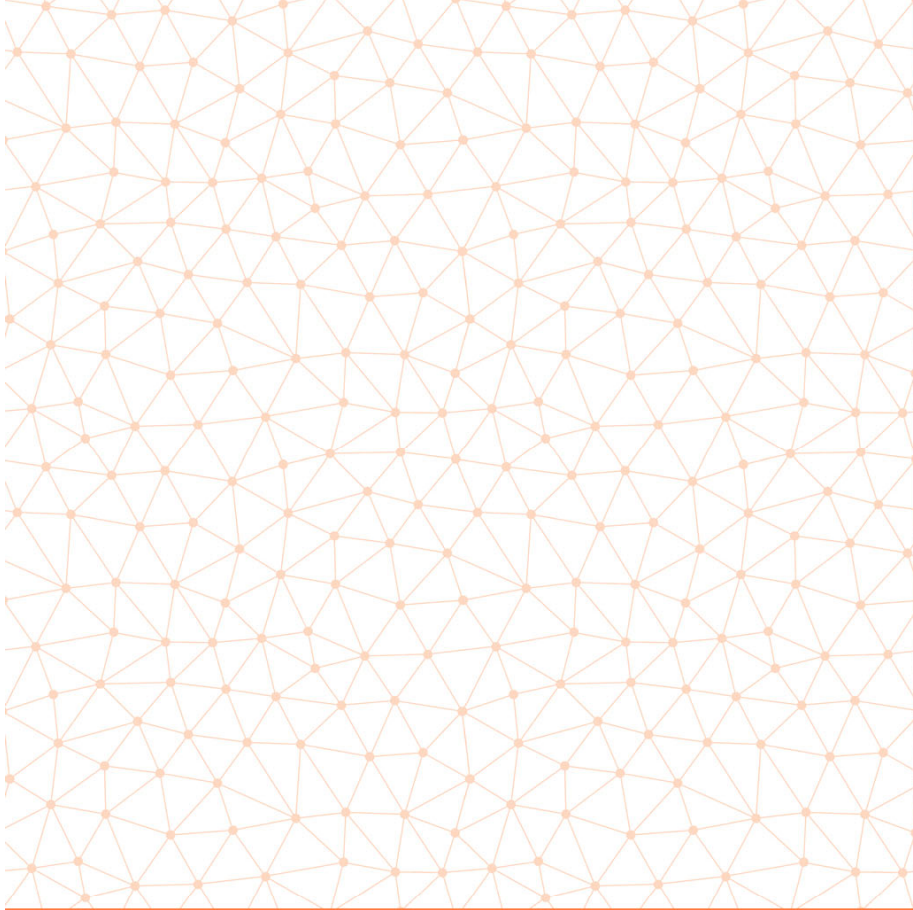


5 РОЗМІЩЕННЯ РЕКЛАМНИХ ЗАСОБІВ НА ФАСАДАХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ТА ТОРГОВЕЛЬНО-РОЗВАЖАЛЬНИХ ЦЕНТРІВ



При розміщенні рекламних засобів на фасадах торговельних та торговельно-розважальних центрів необхідно розробляти комплексні схеми встановлення вивісок (з обов'язковою реєстрацією в Департаменті містобудування та архітектури), при чому слід додержуватись максимальної насиченості площі фасаду рекламними засобами в межах 15 – 20 %. Це можливо визначити, враховуючи сумарну площу рекламних засобів та довжину фасаду (з матеріалів техпаспорту БТІ).





6

РОЗМІЩЕННЯ РЕКЛАМНИХ ЗАСОБІВ В МЕЖАХ РИНКОВИХ КОМПЛЕКСІВ

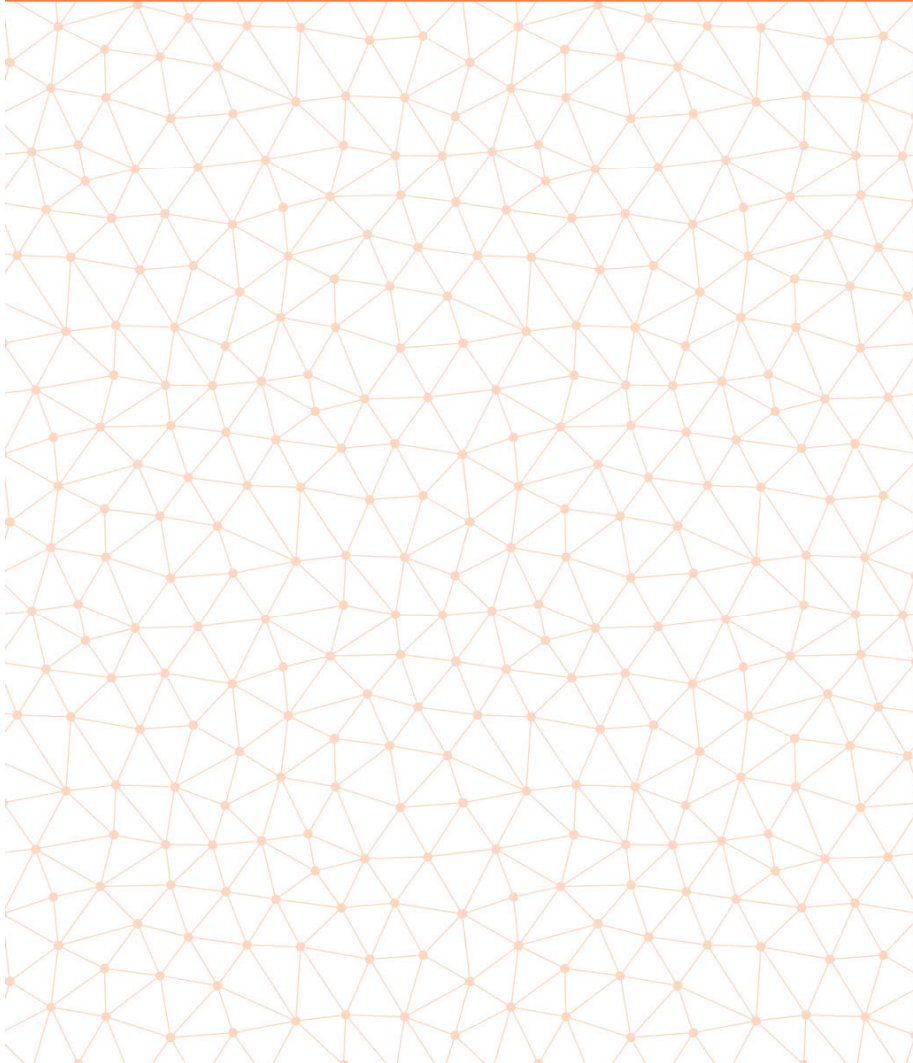
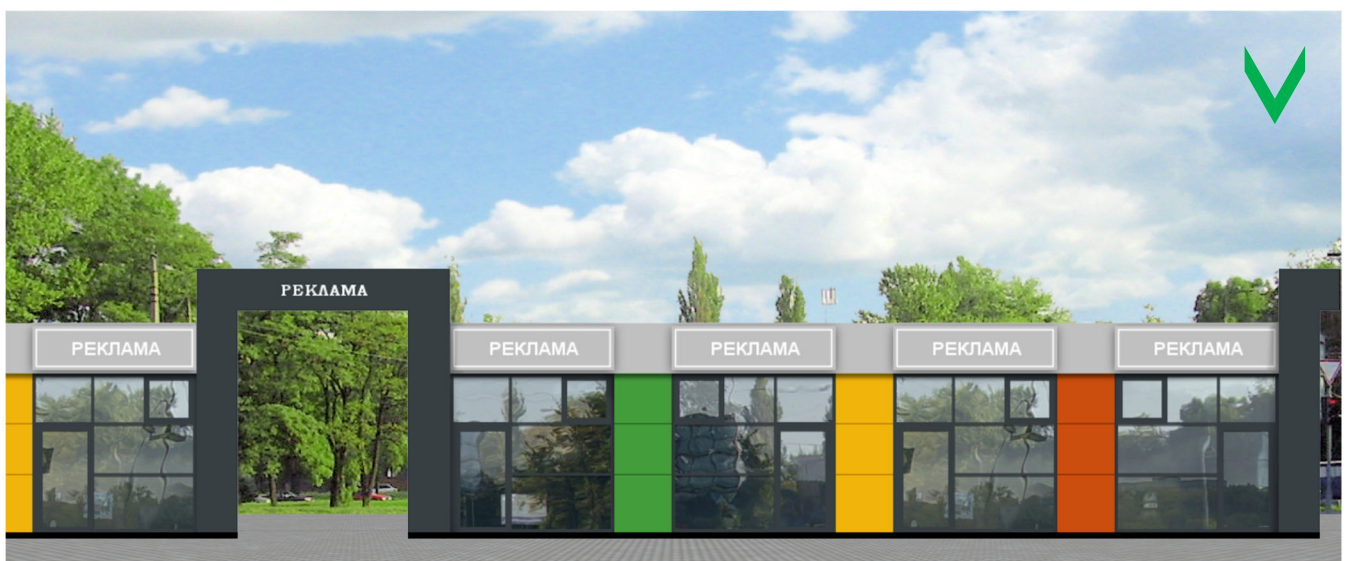
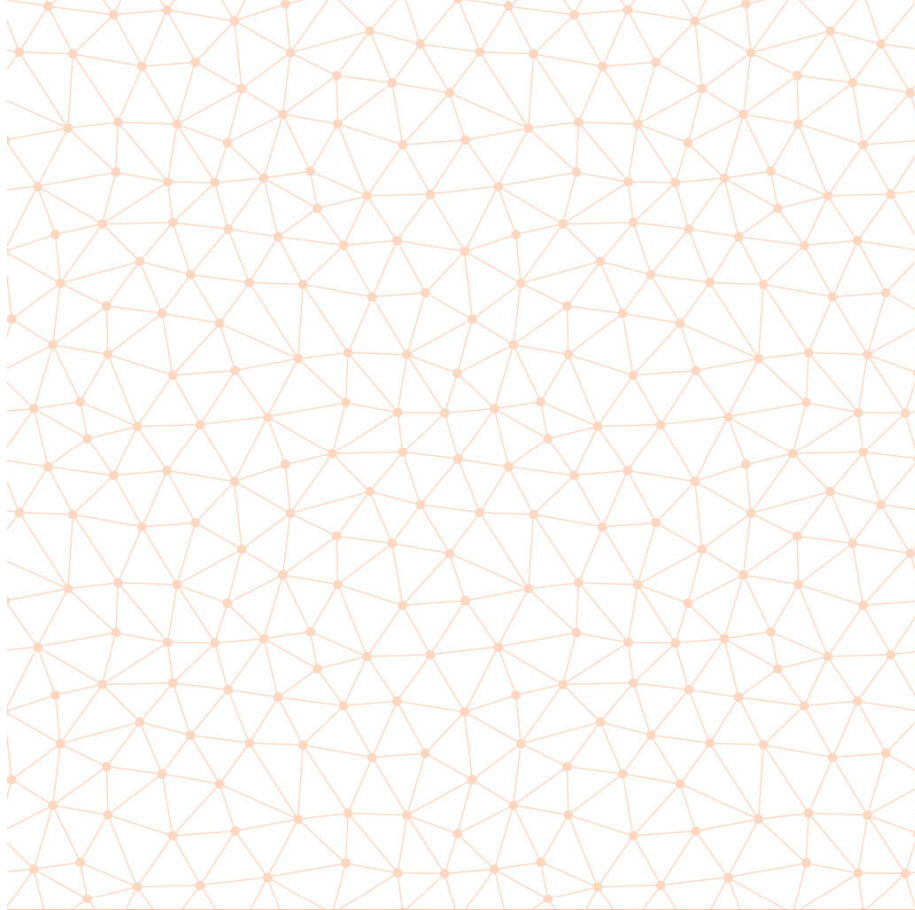
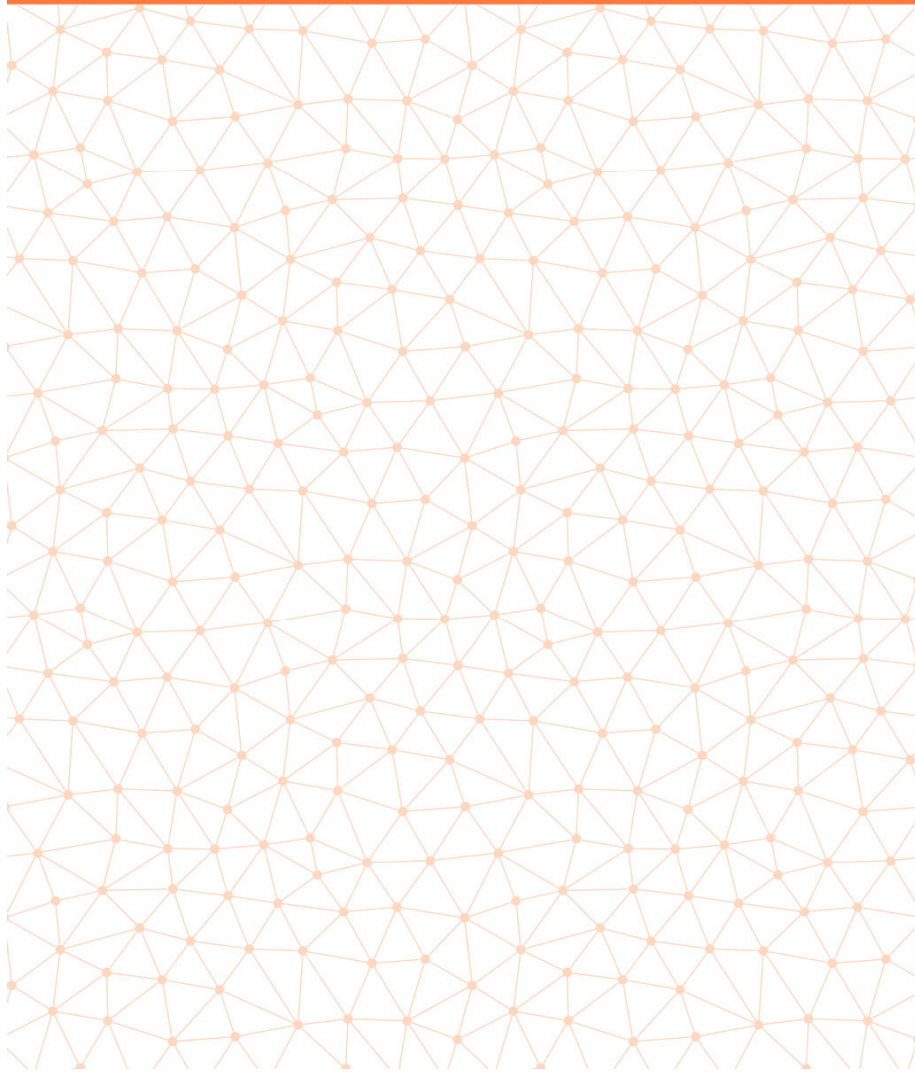


Схема розміщення рекламних засобів на територіях ринкових комплексів має бути розроблена комплексно, з урахуванням мінімального розташування спеціальних конструкцій зовнішньої реклами по периметру території (з нанесенням інформації з боку вулиці), при цьому особливу увагу приділити розробці єдиного стилю написів.





7 РОЗМІЩЕННЯ РЕКЛАМНИХ ЗАСОБІВ В МЕЖАХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

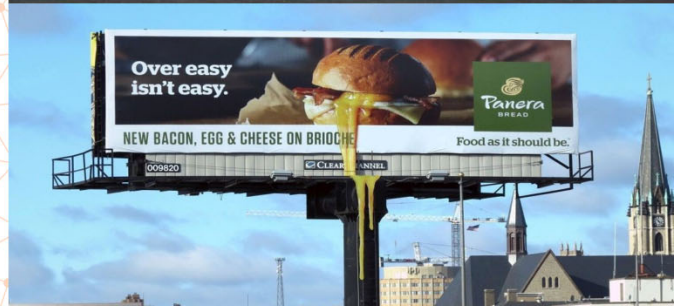


На територіях промислових підприємств біля головного входу/в'їзду на територію належить встановлювати єдиний рекламний засіб, що розроблюється спеціальним проектом, з інформацією щодо підприємств та установ, які розташовані на цій території. Це не тільки зручно, в той же час запобігає створенню хаосу з різноманітних рекламних засобів, розташованих без єдиної системи.





8 УМОВИ НАДАННЯ ДОЗВОЛІВ НА ВСТАНОВЛЕННЯ СПЕЦІАЛЬНИХ КОНСТРУКЦІЙ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ



8. Умови надання дозволів на встановлення спеціальних конструкцій зовнішньої реклами

Розміщення спеціальних конструкцій зовнішньої реклами (білбордів, сітілайтів тощо) в центральній частині міста та на магістралях загальноміського значення здійснюється виключно на підставі дозволів на розміщення зовнішньої реклами з дотриманням схем розміщення (у разі наявності).

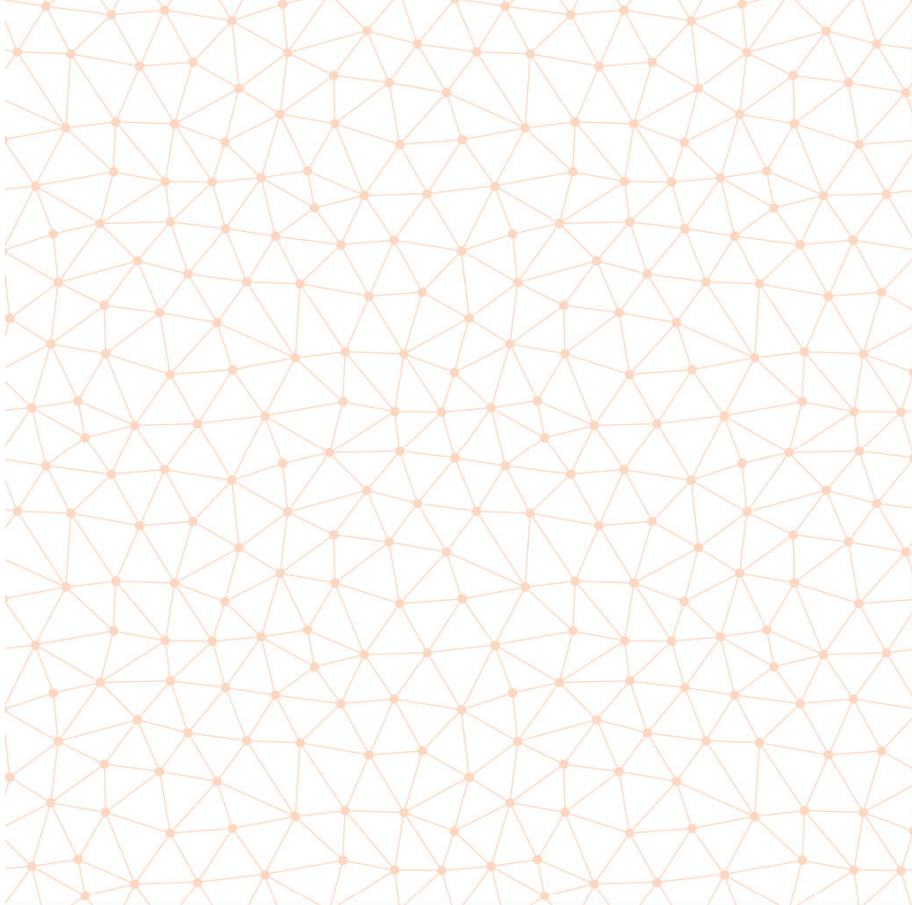
На територіях, де відсутні зазначені схеми, розміщення таких конструкцій здійснюється на підставі дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

Заборонено встановлювати на фасаді спеціальні конструкції зовнішньої реклами з використанням вінілових (банерних) покриттів на будівлях/будинках і спорудах, що формують в'їзди в місто Харків, за винятком таких, що встановлюються напередодні державних свят. Такі конструкції підлягають демонтажу після закінчення свят.

Допускається розміщення банерних конструкцій на огорожах під час будівництва або реконструкції об'єктів без права пролонгації такої реклами після здачі об'єктів до експлуатації.

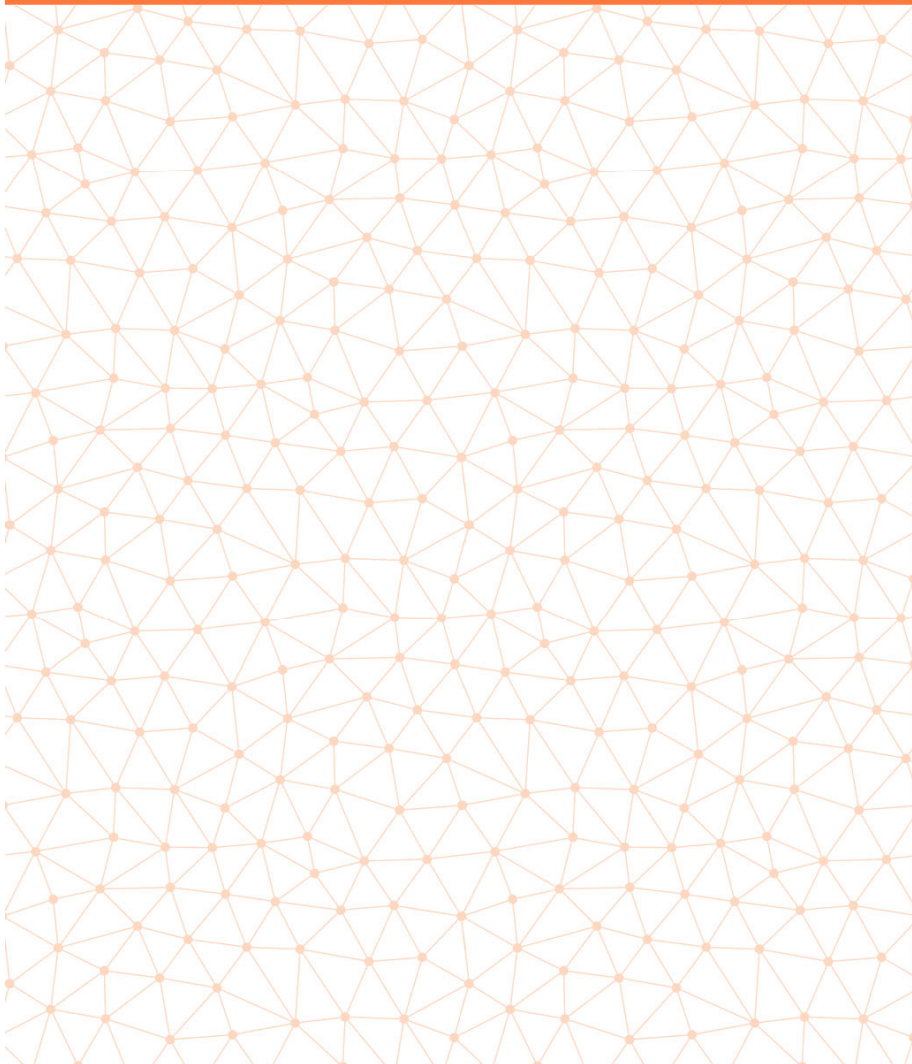
Заборонено встановлювати спеціальні конструкції зовнішньої реклами з використанням вінілових (банерних) покриттів на фасадах та глухих торцях будинків та будівель.





9

УМОВИ ДЛЯ РОЗТАШУВАННЯ ДАХОВИХ РЕКЛАМНИХ ЗАСОБІВ



9. Умови для розташування дахових рекламних засобів

Розміщення конструкцій на даху будівлі/будинку або споруди можливе лише за наявності висновку технічної експертизи робочого проекту з розрахунками несучої здатності конструкцій покрівлі та розрахунків щодо вітрового навантаження.

При цьому принципову згоду на встановлення такої конструкції може одержати власник будівлі/будинку або споруди, користувач або орендар, якщо розміщення дахового рекламного засобу передбачене в проектній документації для будівництва об'єкта.

Доцільність встановлення дахових рекламних засобів в тому чи іншому випадку погоджується Головним архітектором міста на підставі аналізу містобудівної ситуації для запобігання надмірної насиченості простору даховими рекламними засобами, що можуть зіпсувати панорамний вигляд міста.



10. Вимоги до розміщення рекламних засобів на поверхні огорож

Розміщення рекламних засобів на воротах та огорожах в межах історичного ареалу міста Харкова заборонено.

Допускається розміщення соціально значущої інформації за умов погодження з органами місцевого самоврядування.

На решті території міста допускається розміщення рекламних засобів на спеціальних огорожах у вигляді лайтбоксів за умов розробки та погодження відповідної проектної документації.

11. Вимоги щодо можливості розміщення рекламних засобів на прозорих частинах дверей та склі вікон

Інформація в просторі вітрин та на склі вікон наноситься безпосередньо на скло шляхом фарбування або наклеювання із внутрішньої сторони вітрини або віконного прорізу.

При розміщенні реклами у просторі вітрин та на склі вікон необхідно дотримуватись вимоги не розташовувати її на зовнішньому боці та віддавати перевагу конструкціям, що виконані не з плівкових матеріалів.

На скляній поверхні дверей із внутрішнього боку дозволяється розташовувати інформацію щодо режиму роботи закладу.

Написи повинні виконуватися у світлій стриманій кольоровій гамі.

Розміщення реклами в просторі вітрин та на склі вікон має обмеження та правила, які мають виконуватися для запобігання візуальному псуванню міського середовища центральної частини міста.

Плюси:

- збереження недоторканості фасадів будівель не тільки візуально, а й на практиці;
- у вечірній час освітлення приміщень закладу створює контраст та забезпечує хорошу оглядовість рекламного засобу;
- невеликий розмір зменшує вартість рекламного засобу.

Мінуси:

- неможливість підсвічування;
- на горизонтальну раму вікна допускається монтувати рекламний засіб виключно у вигляді окремих літер.

12. Вимоги до встановлення кронштейнів

Кронштейни мають бути розташовані не нижче 2,5 метри від нижньої точки конструкції до нульової позначки першого поверху або від рівня пішохідної відмостки.

Мінімальна горизонтальна відстань між кронштейнами має бути 10 метрів, при цьому вони повинні розміщуватися на одному горизонтальному рівні впритул до фасаду на рівні перекриття між першим та другим поверхами та бути виконаними в єдиному стилі.

З метою спрощення підбору типів рекламних засобів щодо зовнішнього вигляду та розміру в м. Харкові визначати види кронштейнів для рекламних засобів, беручи за основу переважаючий архітектурний вигляд будівель центральних вулиць міста:

- несучий елемент кронштейну виконаний з декоративними кованими елементами;

- несучі елементи кронштейну в нейтральному стилі, пофарбовані у чорний або колір фасаду. Кріплення до стіни – у вигляді планки;

- несучі елементи кронштейну приховані в декоративному коробі;

- приховано безпосередньо несучий елемент кронштейну.

Кріплення кронштейнів є невід'ємною частиною художнього рішення всієї конструкції.

Основні параметри рекламних засобів у вигляді кронштейнів:

- об'ємна або плоска спеціальна конструкція зовнішньої реклами;

- розташовані без відступу (сховане кріплення) або з відступом (консольне бокове або верхнє кріплення) до стіни будівлі/будинку або споруди;

- мають загальне зовнішнє або внутрішнє підсвічування.

Основні види кронштейнів, що рекомендуються до розміщення (особливо в межах історичного ареалу м. Харкова), наведені в розділі «Додатки».

13. Заборонені види спеціальних конструкцій зовнішньої реклами

Заборонено встановлювати рекламні засоби з виступаючими гострими елементами чи рухомими елементами, які можуть травмувати перехожих.

Заборонено встановлювати спеціальні конструкції зовнішньої реклами на фасадах з використанням вінілових (банерних) покриттів на будівлях/будинках і спорудах, що формують в'їзди в місто Харків, за винятком таких, що встановлюються напередодні державних свят. Такі конструкції підлягають демонтажу після закінчення свят.

14. Заборонені зони встановлення рекламних засобів

Рекламні засоби на фасадах забороняється встановлювати вище рівня підлоги другого поверху будівлі/будинку або споруди, крім випадків, коли власник конструкції володіє всією спорудою, будівлею/будинком або повністю її орендує.

При встановленні рекламних засобів необхідно максимально уникати закриття архітектурних деталей.

При розташуванні реклами біля адресних покажчиків необхідно дотримуватися їх охоронної зони, а також не перекривати таблички з інформацією щодо розміщення інженерних комунікацій та пожежних гідрантів.

Заборонено встановлювати рекламні засоби, що перешкоджають проїзду та роботі спецтехніки.

15. Вимоги до технічних характеристик спеціальних конструкцій зовнішньої реклами

З урахуванням вібраційного навантаження на конструкції стін будівель центру міста з причини великої кількості автомобілів та наявності метрополітену конструктивне рішення кріплень спеціальних конструкцій зовнішньої реклами повинно забезпечувати безпеку пішоходів та транспорту.

Нижній край спеціальної конструкції зовнішньої реклами, яка розміщується над проїжджою частиною вулиць і доріг, у тому числі на мостах, естакадах тощо, повинен розташовуватися на висоті не менш як 5 метрів від поверхні дорожнього покриття.

Рекламні засоби повинні розміщуватися із забезпеченням видимості дорожніх знаків, світлофорів, перехресть, пішохідних переходів та не відтворювати зображення дорожніх знаків.

Виліт спеціальної конструкції зовнішньої реклами від стіни не повинен перевищувати 20 % від ширини тротуару для запобігання виникнення у пішохода відчуття загрози від нависання безопорної конструкції над головою але не більше ніж на 1,5 м. від місця кріплення до будівлі або споруди.

Не допускається розташування фіксуючих елементів кріплення (болти тощо) та електричних дротів, що забезпечують електропостачання для підсвічування вивісок, в межах досяжності пішоходів.

Стилістичне вирішення конструкції повинно максимально маскувати інженерні комунікації та кріпильні елементи конструкції з її підсистемою.

Усі елементи конструкцій, які можуть зазнати впливу корозії, мають бути захищеними лакофарбовим шаром, а конструкція має унеможливити потрапляння продуктів корозії на фасад будівель. Конструкція на фасаді має бути виконана з урахуванням вимог будівельних і санітарних норм, вітрових, динамічних і статичних навантажень. Конструкція має передбачати водовідведення та неможливість накопичення значної снігової маси і не містити рухомих або не закріплених жорстко елементів, здатних завдати шкоди перехожим.

Відповідальність за технічний стан конструкцій встановлених на фасаді несе власник.

Власник спеціальних конструкцій зовнішньої реклами повинен:

1. Регулярно виконувати догляд за зовнішнім виглядом спеціальних конструкцій зовнішньої реклами. Виконувати їх миття та ремонт.

2. Не допускати мигання підсвічування спеціальних конструкцій зовнішньої реклами, спричиненого перегоранням однієї чи декількох ламп.

3. Не допускати відсутності світла однієї літери або часткового підсвічування спеціальних конструкцій зовнішньої реклами з причини перегорання однієї чи декількох ламп.

16. Освітлення та підсвічування

Світлове оформлення конструкції на фасаді не повинно засліплювати учасників дорожнього руху та пішоходів, конфліктувати з архітектурним підсвічуванням будівлі/будинку або споруди.

Джерела світла на кронштейнах мають унеможливлувати потрапляння світла до вікон житлових приміщень.

Використання фасадних рекламних засобів з динамічним світлом в зоні історичного ареалу заборонено.

У центральній частині Харкова керівництвом міста запроваджено декоративне підсвічування фасадів будівель. Підсвічування спеціальних конструкцій зовнішньої реклами не повинно втручатися в малюнок підсвічування самих будівель.

З метою запобігання освітлення житлових приміщень, засліплення пішоходів та водіїв підсвічування спеціальних конструкцій, розташованих на кронштейні між першим та другим поверхами, рекомендується виконувати у вигляді:

- лайтбоксів, прозора частина площини яких не перевищує 50 % площі спеціальних конструкцій зовнішньої реклами з широкого боку,

- об'ємних спеціальних конструкцій зовнішньої реклами з підсвічуванням контражуром або інкрустацією.

Електричні дроти для забезпечення освітлення спеціальних конструкцій зовнішньої реклами повинні прокладатися в заглибленнях елементів фасаду та бути пофарбованими у колір фасаду.

Кабелі живлення світлових елементів, сигналізації, вузли обліку, а також будь-які інші комунікації повинні бути змонтованими в коробки, які пофарбовано в колір фасаду.

Рекомендовані види підсвічування:

Для спеціальних конструкцій зовнішньої реклами у вигляді об'ємних світлових літер рекомендується виконувати непрозорі літери з непрозорими боками з перпендикулярним до площини фасаду напрямком світла.

Доречно використання контражурного підсвічування для усіх видів спеціальних конструкцій зовнішньої реклами із окремих літер.

Джерела освітлення мають бути розміщеними в самій конструкції, де світло поширюється безпосереднім світінням або через світлорозсіювач.

Джерела світла можна розмістити між конструкцією на фасаді та площею фасаду. Контражурно освітлюється площа фасаду позаду конструкції.

Розміщення джерел світла на кронштейні

Зовнішнє освітлення, яке виконано за допомогою джерел світла з монохромним світлом, спрямованим безпосередньо на фасадну конструкцію, може бути:

- інстальованим безпосередньо у фасадну конструкцію;
- установленим на торці кронштейна.

17. Висновки

1. Архітектурно-художня концепція оформлення зовнішнього вигляду вулиць, магістралей та територій міста Харкова була розроблена з метою формування дизайн-коду міста – документа, який поступово приведе в порядок спеціальні конструкції зовнішньої реклами та очистить місто від візуального шуму.

2. Цей документ розроблений для використання у сфері розробки та погодження документації щодо встановлення рекламних засобів в м. Харкові з метою поліпшення зовнішнього вигляду міського середовища та врегулювання правил розміщення рекламних засобів та є обов'язковим при розгляді та погодженні дозволів на розміщення зовнішньої реклами в м. Харкові.

3. Певна особливість імплементації цього документу – створення дорожньої карти, тобто чіткої послідовності кроків по збереженню архітектурної спадщини, гармонізації міського середовища та недопущення проявів корупції у сфері зовнішньої реклами.

4. Для отримання сталого результату від цієї Концепції необхідно організувати обговорення всіма зацікавленими сторонами прийнятних шляхів реалізації документа, який може лягти в основу регуляторного акту щодо розташування рекламоносіїв в м. Харкові.

Додаток 1

ПЕРЕЛІК ОСНОВНИХ ВИДІВ РЕКЛАМНИХ ЗАСОБІВ У ВИГЛЯДІ ОКРЕМИХ ЛІТЕР (ЗНАКІВ)

У цьому додатку наведені приклади художнього та конструктивного рішення рекламних засобів з описом їх технічних особливостей та інженерного оснащення. Також визначені види робіт щодо відновлення стіни фасаду будівлі/будинку або споруди у випадку демонтажу рекламних засобів. Такий перелік має бути наведений у паспорті опорядження фасаду з метою інформування її власника щодо існування обмежень під час проведення робіт.

Особливості використання

Плюси:

- зберігається зовнішній вигляд фасаду будівлі/будинку або споруди;

- за рахунок об'ємності літер або їх розташування на відстані рекламний засіб органічно вписується в загальну картину архітектурних деталей фасаду або ж, у разі відсутності об'ємних деталей на фасаді будівлі/будинку або споруди, надає йому фактурності.

Мінуси:

- плоскі літери, що монтуються у вигляді повного примикання до фасаду, не можуть бути світловими;

- літери, що монтуються у вигляді повного примикання до фасаду, виготовляються з високоякісних матеріалів: металу, каменю, дерева, скла, що збільшує вартість конструкції.

ОБ'ЄМНІ ЛІТЕРИ

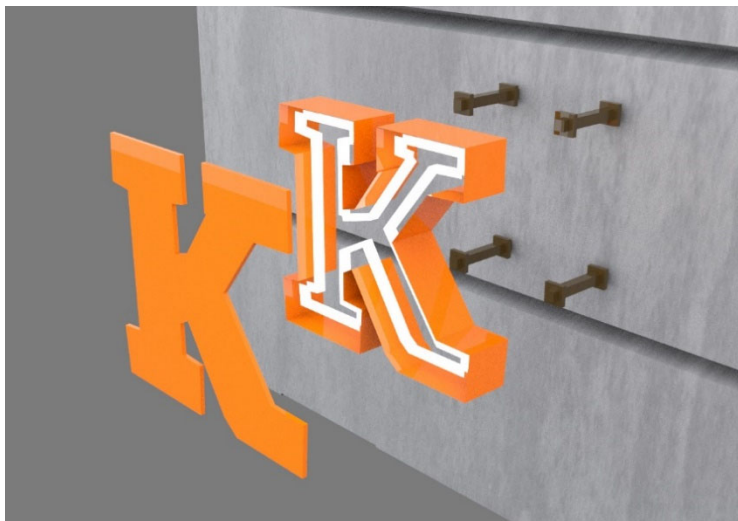


Мають 3 варіанти підсвічування:

- зовнішнє підсвічування



- внутрішнє підсвічування



- контражур



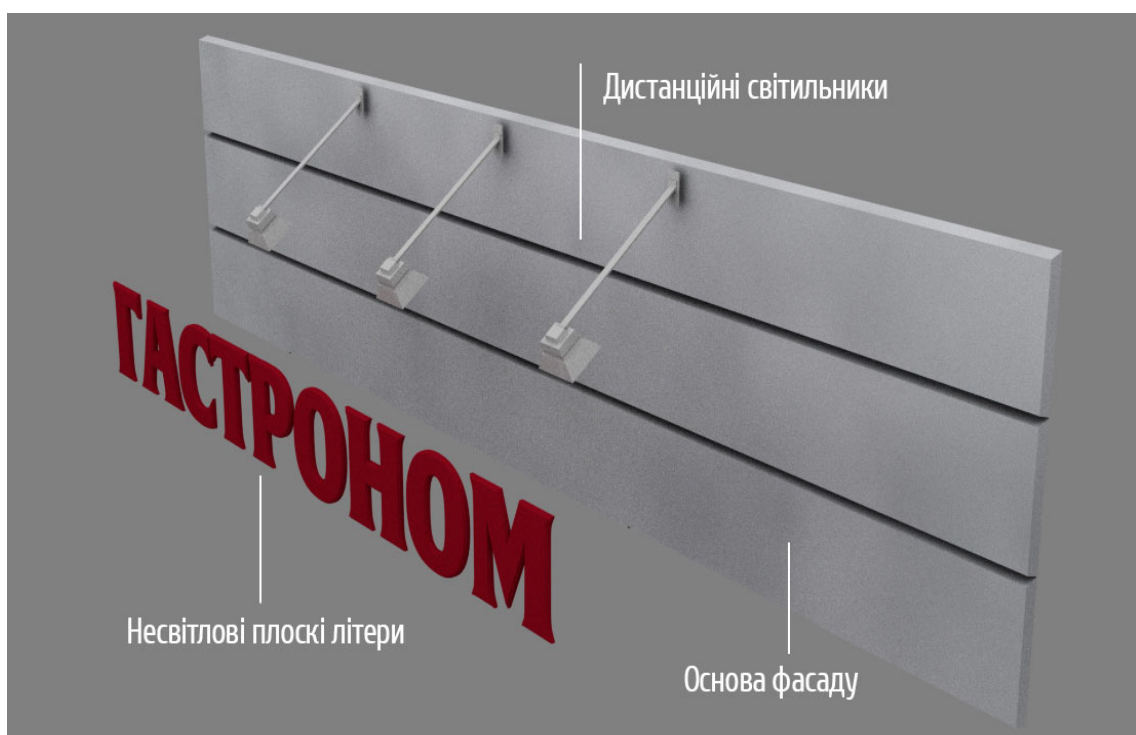
Плюси:

- дозволяє розміщувати рекламний засіб на фасадах будівель, архітектурним стилем яких передбачена наявність великої кількості архітектурних деталей та дрібного членування;
- розміщення рекламних засобів відбувається «коректно», з повагою по відношенню до існуючих деталей фасаду, при цьому за рахунок об'ємності літер та їх підсвічуванню вона добре привертає увагу;
- мають найбільшу кількість варіантів для вибору підсвічування.

Мінуси:

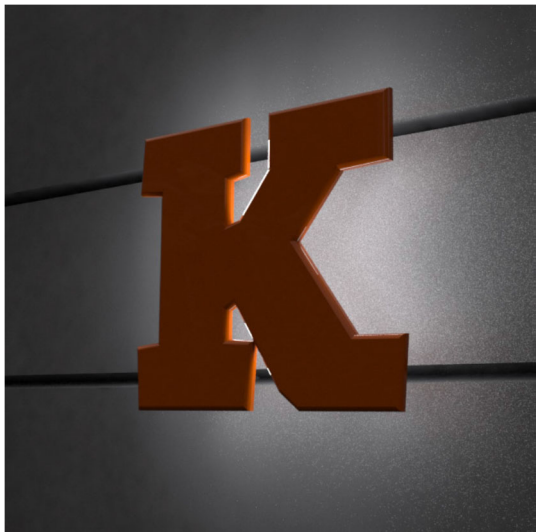
- висока вартість рекламних засобів за рахунок виготовлення їх виключно з високоякісних матеріалів;
- численні втручання в матеріал стіни при виконанні окремого монтажу дистанційних тримачів (ніжок) кожної літери.

ПЛОСКІ ЛІТЕРИ



Мають 2 варіанти підсвічування:

- контражур



- зовнішнє підсвічування





Плюси:

- дозволяє розміщувати рекламні засоби на фасадах будівель/будинків та споруд, архітектурним стилем яких передбачена наявність великої кількості архітектурних деталей та дрібного членування;
- повинні виконуватися з високоякісних матеріалів, але мають нижчу вартість порівняно з об'ємними літерами.

Мінуси:

- численні втручання в матеріал стіни при виконанні окремого монтажу дистанційних тримачів (ніжок) кожної літери.

ЛІТЕРИ, ЩО КРІПЛЯТЬСЯ НА НЕПРОЗОРУ ОСНОВУ

Об'ємні чи плоскі літери кріпляться на спільну декоративну основу, вироблену з високоякісного матеріалу, яка має нейтральний колір або колір фасаду, прямокутної або фігурної форми. Розташовується з відступом від площини фасаду або без відступу і вписується в отвори або окремі плоскі ділянки фасаду.



Мають 3 варіанти підсвічування:

- внутрішнє підсвічування
- контражур
- зовнішнє підсвічування



Плюси:

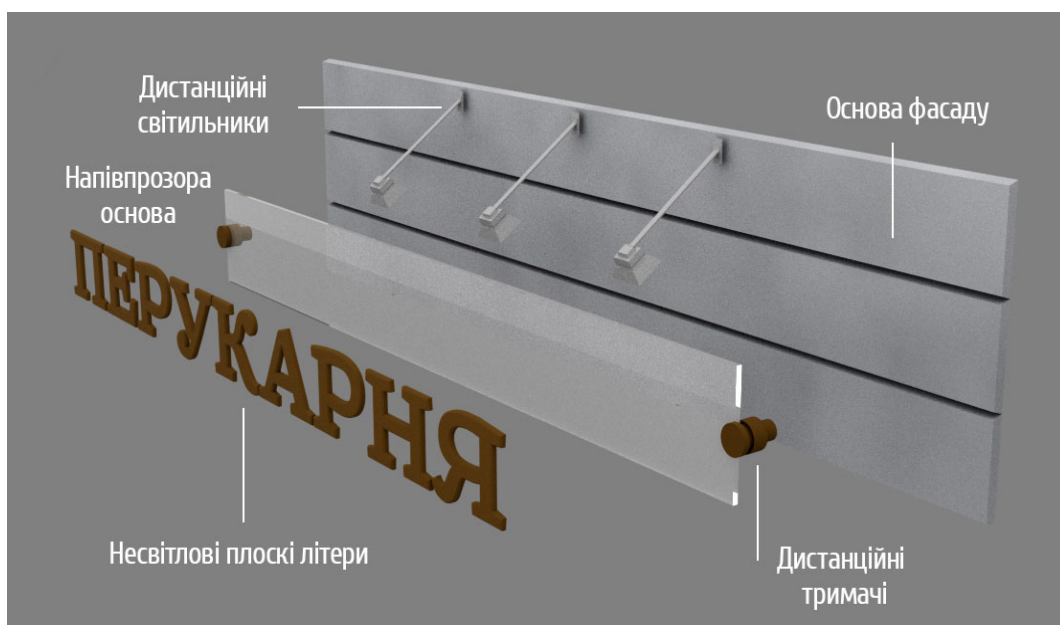
- розміщення на основі спрощує і зменшує вартість підсвічування рекламного засобу;
- мінімальне втручання в стіну при кріпленні основи;
- додає літерам контрастності при монтуванні на фасаді нейтрального кольору.

Мінуси:

- може використовуватися лише на фасадах будівель, архітектурним стилем яких не передбачена наявність великої кількості архітектурних деталей та дрібного членування;
- розмір рекламного засобу обмежений плоскими ділянками і нішами фасаду.

ЛІТЕРИ, ЩО КРІПЛЯТЬСЯ НА ПРОЗОРУ АБО НАПІВПРОЗОРУ ОСНОВУ

Об'ємні чи плоскі літери кріпляться на спільну декоративну основу, вироблену з високоякісного прозорого або напівпрозорого матеріалу, який має нейтральний колір або колір фасаду, прямокутної або фігурної форми. Розташовується з виступом від площини фасаду або без відступу і вписується в отвори або окремі плоскі ділянки фасаду.



Мають 2 варіанти підсвічування:

- внутрішнє підсвічування;
- зовнішнє підсвічування



Плюси:

- за рахунок прозорості або напівпрозорості з пофарбуванням у колір, який гармонує з кольором фасаду, мінімально впливає на зовнішній вигляд фасаду будівлі/будинку або споруди в цілому;

- розміщення на основі спрощує і зменшує вартість підсвічування рекламного засобу;

- мінімальне втручання в стіну при кріпленні основи.

Мінуси:

- обмежений набір видів підсвічування – неможливо використовувати тип підсвічування «контражур»;

- розмір спеціальної конструкції зовнішньої реклами обмежений плоскими ділянками і нішами фасаду.

ЛІТЕРИ, ЩО КРІПЛЯТЬСЯ НА КАРКАС

Каркас – дистанційний тримач у вигляді спільної основи, який фарбується у колір фасаду. Об'ємні чи плоскі літери кріпляться без відступу на спільну декоративну панель, вироблену з різного матеріалу.

Площина коробка повинна бути виготовлена з високоякісного матеріалу, мати нейтральний колір або колір фасаду та монтуватися без відступу від стіни фасаду. Літери можуть мати як внутрішнє підсвічування (контражур, світлова літера) або зовнішнє.





Плюси:

- спільний несучий каркас може монтуватися одноразово і в подальшому використовуватися для монтажу інших літер, що запобігає численному втручанню в стіни будівель;
- можливість використання як об'ємних літер з усіма варіантами підсвічування, так і плоских.

Мінуси:

- може використовуватися лише на фасадах будівель/будинків або споруд, архітектурним стилем яких не передбачена наявність великої кількості архітектурних деталей та дрібного членування;

НЕСВІТЛОВІ ЛІТЕРИ, НА РІВНІ ЗОРУ ПІШОХОДІВ

Розташовані без відступу від стіни будівлі/будинку або споруди, на невеликій висоті, без можливості для підсвічування.



Плюси:

- невеликий розмір;
- можливість монтування на простінках між отворами та архітектурними деталями.

Мінуси:

- виготовляються з високоякісних матеріалів, що збільшує вартість спеціальної конструкції зовнішньої реклами;
- неможливість підсвічування;
- обмеження з вибору матеріалів: золото/срібло.



ІНКРУСТАЦІЯ

Літери, що розташовуються всередині площини декоративної панелі (інкрустація).



Мають 2 варіанти підсвічування:

- внутрішнє суцільне підсвічування;
- контражур.



Плюси:

- розміщення на основі спрощує і зменшує вартість підсвічування рекламного засобу;
- мінімальне втручання в стіну при кріпленні основи;
- додає літерам контрастності при монтуванні на фасаді нейтрального кольору;
- освітлення мінімально впливає на оточуюче середовище.

Мінуси:

- може використовуватися лише на фасадах будівель, архітектурним стилем яких не передбачена наявність великої кількості архітектурних деталей та дрібного членування;
- розмір спеціальної конструкції зовнішньої реклами обмежений плоскими ділянками і нішами фасаду.

Додаток 2

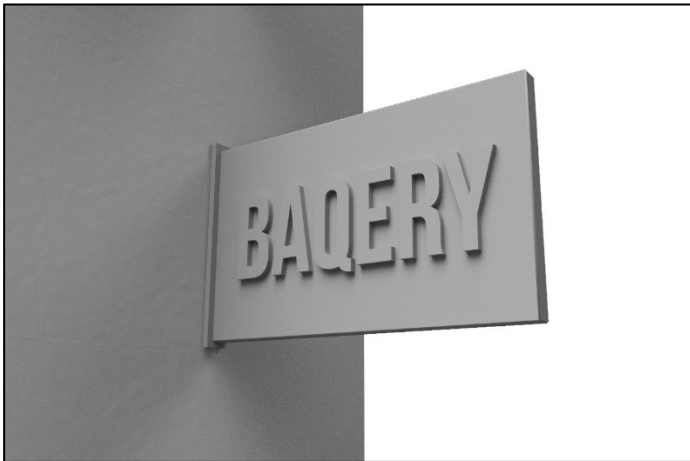
СПЕЦІАЛЬНІ КОНСТРУКЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ У ВИГЛЯДІ КРОНШТЕЙНІВ

Поряд зі спеціальними конструкціями зовнішньої реклами, що розміщуються паралельно фасадам, відіграють не менш важливу роль у впливі на зовнішній вигляд будівель/будинків та споруд зокрема, та у створенні архітектурного середовища центральної частини міста Харкова в цілому. Форма та колір кронштейнів формують візуальне сприйняття вулиці в повздовжньому напрямку з рівня зору пішоходів та автомобілістів.

Основним видом кронштейнів є об'ємна, (але не глибока) чи плоска конструкція у вигляді коробки або панелі різної геометричної форми (квадрат, прямокутник, коло, фігура тощо). Може мати внутрішнє підсвічування (лайтбокс).

Розміщуються:

А. Кріплення без відступу від стіни



Сховане кріплення надає кронштейну лаконічності та ненав'язливості. Вдало виглядає на фасадах будівель/будинків та споруд різного архітектурного стилю, за умови дотримання правил симетрії щодо членування фасаду та врахування архітектурних деталей.

Б. Консольне бокове закрите кріплення (конструкції кріплення сховані у суцільний декоративний короб)



Консольне бокове закрите кріплення приховує технічно-монтажні деталі кріплень. При цьому, матеріал, форма та колір декоративного коробу дозволяє привести кріплення у відповідність до художнього рішення самої спеціальної конструкції зовнішньої реклами.

В. Консольне бокове відкрите кріплення





Консольне бокове відкрите кріплення дозволяє використовувати декоративні засоби (наприклад – кування) для підкреслення відповідності архітектурному стилю будівлі/будинку, споруди або дизайнерському рішенню самого закладу. При цьому врахування стилістики фасаду самої будівлі/будинку або споруди в цілому, повинно враховуватися в першу чергу.

Г. Консольне верхнє відкрите кріплення



Консольне верхнє відкрите кріплення надає спеціальній конструкції зовнішньої реклами легкості, навіть якщо це об'ємний короб (лайтбокс). При використанні різноманітних стильових рішень дає можливість делікатного втручання в архітектуру та конструкції стіни будівлі/будинку або споруди.

З метою збереження стін фасадів будівель/будинків або споруд історичної частини міста, конструкції кріплення повинні виконуватися у вигляді суцільної площини, ширина якої не перевищує 5 см і кріпитися до стіни не більше як у двох місцях з подальшим фарбуванням у чорний колір, колір фасаду або колір металу.

Для підкреслення індивідуального характеру містобудівного середовища та архітектурного обличчя Харкова, а також з метою недопущення візуального перевантаження фасадів будівель/будинків або споруд центру міста невпорядкованими спеціальними конструкціями зовнішньої реклами, розташованими перпендикулярно фасадам, пропонується використання єдиного виду кронштейнів для такого виду громадських об'єктів, як пункти обміну валют.

Уніфікований тип позначок наприклад було використано для метрополітену на пострадянському просторі – червона буква «М».



Враховуючи сучасні тенденції популяризації міст для туристів за допомогою соціальних мереж, наявність такої виключно харківської риси посприяє маркетингу міста. набір типових харківських вивісок стане брендом міста, а може навіть введе певний тренд. Харків'яни, усвідомлюючи, що це виключна риса нашого міста, самі розтиражують її у соцмережах.

1. Спеціальні конструкції зовнішньої реклами пунктів обміну пропонується виготовити у вигляді лайтбоксів.

Для пунктів обміну – лайтбокс квадратної форми із знаком валюти, що світиться зеленим або жовтим кольором.



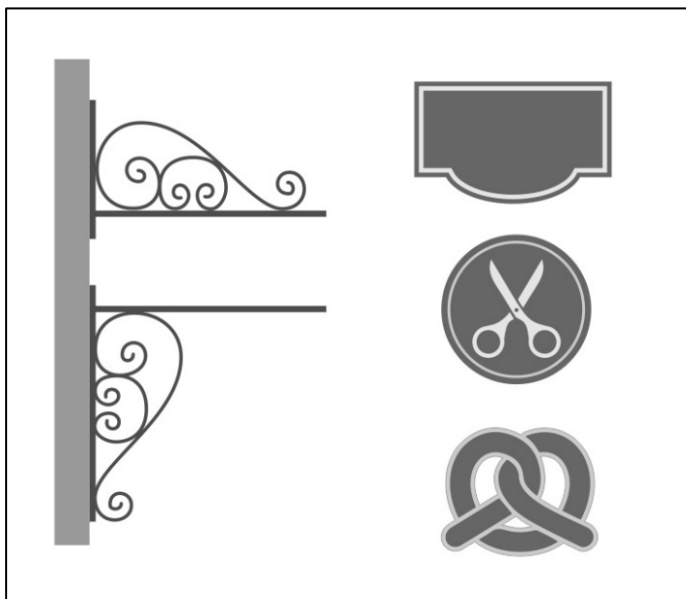
При цьому - інформація щодо актуального курсу повинна розміщуватися у вітрині.

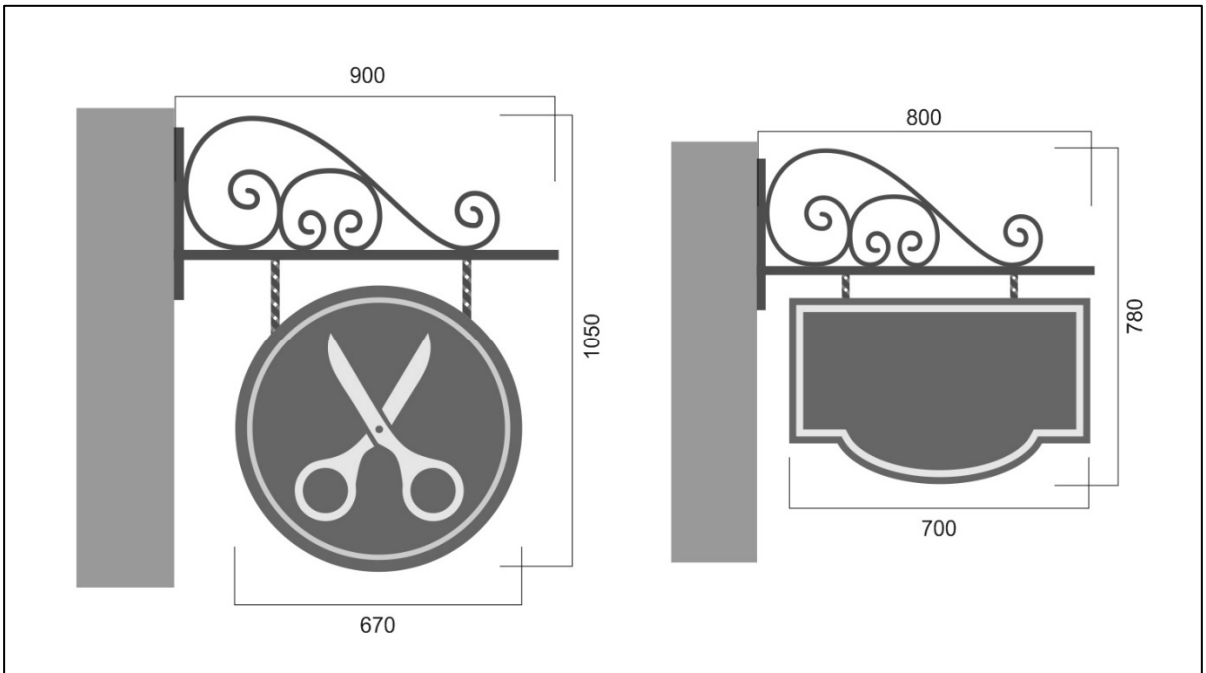
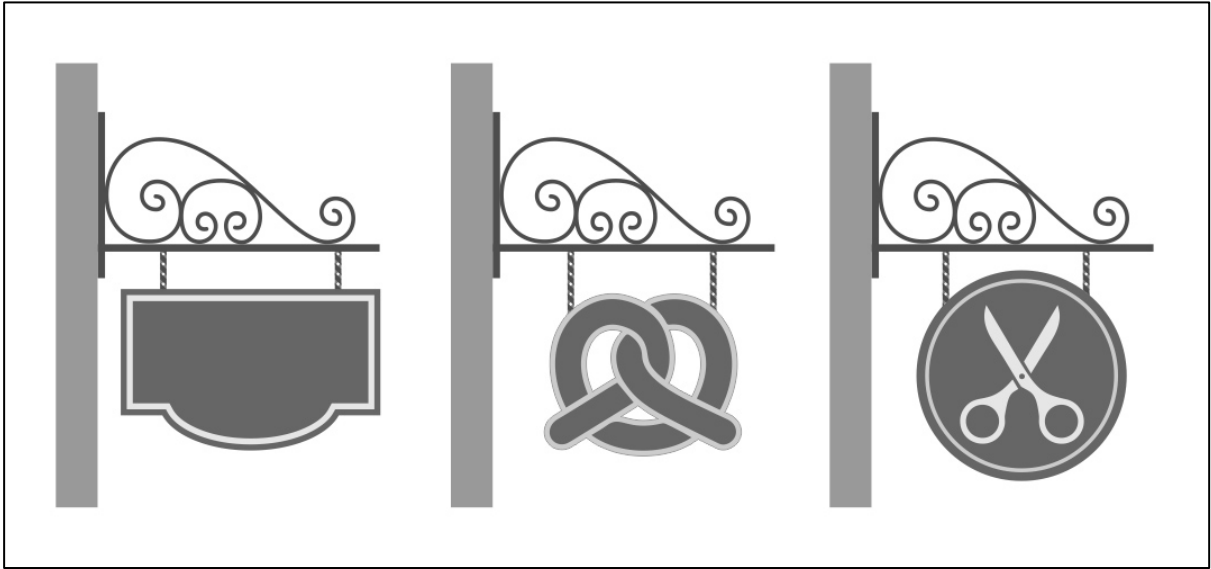


2. Запровадити уніфіковані рекламоносії.

Для базових закладів міського середовища пропонується використовувати кронштейни з консольним відкритим кріпленням, переважно верхнім, стилізовані під старовину з елементами вигадливого кування та візерунків, притаманних старим європейським спеціальними конструкціями зовнішньої реклами.

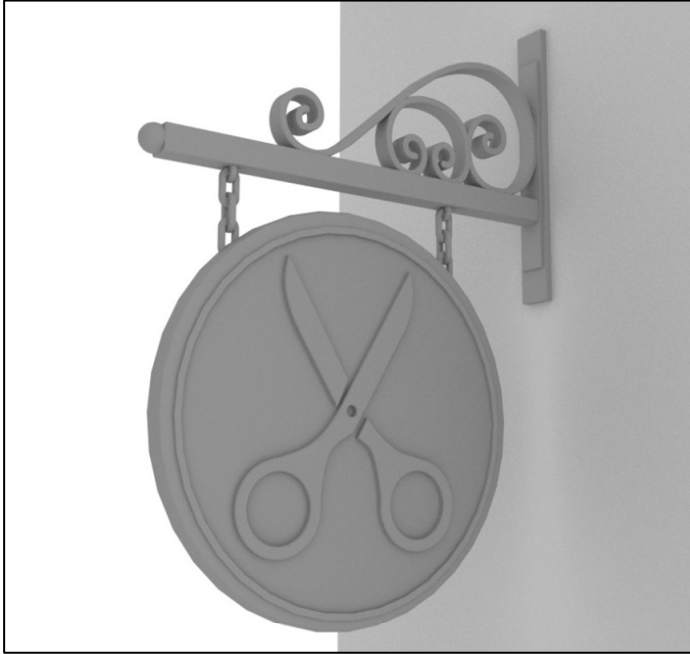
З метою збереження стін фасадів будівель/будинків або споруд історичної частини міста, запобіганню їх псуванню після численних монтувань спеціальних конструкцій зовнішньої реклами, пропонується виконувати монтаж кріплення одноразово і у разі зміни функції закладу він не підлягає демонтажу, а новий рекламний засіб виконується відповідно до масштабу та декоративно-художнього стилю існуючого несучого елемента і кріпиться до нього.





Приклади:

Перукарні, салони краси – старовинні ножиці або будь-який знак, притаманний даному виду діяльності.



Хлібні магазини та Кондитерські – плоска фігура у вигляді кренделю, кексу або іншого виробу випічки, вироблена з металу на ланцюжках.

