

Постановление Исполнительного комитета муниципального образования города
Казани
от 22 ноября 2012 г. N 8478
"Архитектурно-художественный Регламент размещения средств наружной
рекламы и информации в городе Казани"

В целях формирования целостного архитектурно-эстетического облика города Казани, сохранения архитектурно-исторического наследия, упорядочения размещения средств наружной рекламы и информации, в соответствии с **решением** Казанской городской Думы от 26.11.2009 N 9-44 "О размещении средств наружной рекламы и информации в городе Казани":

1. Постановляю:

1.1. утвердить **Архитектурно-художественный регламент** размещения средств наружной рекламы и информации (далее - Регламент) согласно приложениям N 1-5 и принять его к руководству;

1.2. **опубликовать** настоящее постановление в Сборнике документов и правовых актов муниципального образования города Казани и разместить его на официальном сайте г. Казани;

1.3. установить, что настоящее постановление вступает в силу с даты его **опубликования**.

2. Рекомендую владельцам зданий, строений, сооружений, расположенных в г. Казани, вне зависимости от форм собственности учитывать требования **Регламента** при проектировании и размещении средств наружной рекламы и информации.

3. Возлагаю контроль за выполнением настоящего постановления на первого заместителя Руководителя Исполнительного комитета г. Казани А.Р. Нигматзянова.

Руководитель

А.В. Песошин

**Архитектурно-художественный регламент
размещения средств наружной рекламы и информации в городе Казани
(утв. постановлением Исполнительного комитета г. Казани от 22 ноября
2012 г. N 8478)**

I. Общие положения

1.1. Требования Регламента направлены на улучшение внешнего архитектурного облика города Казани средствами наружной рекламы и информации и основаны на принципах: целостной эстетической организации городской среды; охраны архитектурно-исторического наследия; комплексного подхода к оформлению и оборудованию объектов и территорий; рационального и упорядоченного размещения.

1.2. Регламент разработан в соответствии с **Конституцией** Российской Федерации, **Гражданским кодексом** Российской Федерации, **Градостроительным кодексом** Российской Федерации, **Федеральным законом** от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", **Федеральным законом** от 06.10.2003 N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", **Федеральным законом** от 25.06.2002 N 73-ФЗ "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации", **Федеральным законом** от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей", **решением** Казанской городской Думы от 26.11.2009 N 9-44 "О размещении средств наружной рекламы и информации в городе Казани", **Уставом** муниципального образования города Казани, иными нормативными правовыми актами.

1.3. Средства наружной рекламы и информации, проектируемые и размещаемые с нарушением положений настоящего Регламента, являются нарушающими внешний архитектурный облик сложившейся застройки.

1.4. В целях Регламента для уточнения установленного **решением** Казанской городской Думы от 26.11.2009 N 9-44 "О размещении средств наружной рекламы и информации в городе Казани" понятия внешнего архитектурного облика сложившейся застройки вводятся понятия, характеризующие эстетические качества и особенности фасада, окружающей градостроительной среды, сложившейся планировочной структуры территорий.

1.4.1. **Стилевая целостность** - исторически и идейно сложившееся единство архитектурных форм, элементов фасада и средств композиции, характер социальных задач, материально-технических возможностей и идейных, эстетических взглядов общества.

1.4.2. **Композиционная целостность** - архитектурный замысел, построение и пространственное решение объекта, а также соотношение отдельных его частей, образующих единое целое.

1.4.3. **Ритм** - особенность фасада, чередование в известной закономерности различных элементов или форм, сравнимых по характеру, и приведение их к определенному единству (порядок их расположения и чередования).

1.4.4. **Соразмерность и пропорциональность** - определенная

взаимосвязь и соотношение между объектом в целом и его частями и их элементами.

1.4.5. **Визуальное восприятие** - обнаружение и выделение человеком особенностей фасада и окружающей градостроительной среды, сложившейся планировочной структуры территорий (как целого, так и отдельных частей), формирование образа объекта с учетом условий восприятия (расстояния и скорости передвижения (пешеход, водитель)).

1.4.6. **Баланс открытых и закрытых пространств** - визуальное композиционное равновесие фасада, его частей, колористического решения.

1.5. К объектам и территориям особого городского значения г. Казани относятся объекты и территории с особым статусом, обладающие повышенной культурно-рекреационной и социальной ценностью, к которым, в соответствии с утвержденным в установленном порядке перечнем, относятся:

- объекты и территории культурного наследия, исторически ценные градоформирующие, достопримечательные;
- соревновательные объекты Универсиады 2013 года;
- площади, сады, скверы, парки, набережные, а также особо охраняемые природно-ландшафтные территории;
- перекрестки главных улиц и общегородских дорог, туристических маршрутов, а также территории, прилегающие к объектам Универсиады 2013 года.

Территории особого городского значения, расположенные по главным улицам и общегородским дорогам, включают территорию улично-дорожной сети на глубину главных и боковых фасадов объектов, формирующих передний фронт застройки, а также просматриваемые участки внутриквартальной территории по обе стороны проезжей части.

Перечень главных улиц и общегородских дорог утверждается Руководителем Исполнительного комитета г. Казани.

1.6. По месторасположению средства наружной рекламы и информации различаются на конструкции, размещаемые на фасадах зданий, строений и сооружений, отдельно стоящие.

1.7. Средства наружной рекламы и информации должны размещаться в соответствии с характерными особенностями фасадов и окружающей градостроительной среды, не должны ухудшать внешний архитектурный облик сложившейся застройки, не закрывать существующие проемы.

Размещение и предельные параметры средств наружной рекламы и информации следует принимать с учетом **приложений** Регламента.

II. Размещение средств наружной рекламы и информации на фасадах зданий, строений, сооружений

К конструкциям, размещаемым на фасадах зданий, строений и сооружений относятся:

- настенные панно;
- крышная установка;
- кронштейн;
- конструкции на ограждении (кроме строительного);
- конструкции на инженерном сооружении;

- временные рекламные конструкции (на строительном ограждении, строительная сетка);
- маркиз;
- тоledo;
- витраж;
- конструкция на входной группе;
- транспарант-перетяжка.

На объектах культурного наследия, исторически ценных градоформирующих объектах рекламно-информационные конструкции размещаются не выше отметки нижнего края оконных проемов второго этажа здания, за исключением конструкций, являющихся первоначальным композиционным элементом архитектурного решения фасадов.

2.1. К настенным панно относятся:

- рекламно-информационные конструкции в виде вывесок или наружной рекламы;
- рекламно-информационные конструкции со сменным изображением в виде брендмауэров, декоративных панно и динамических конструкций (электронные табло, видеотабло, призматроны, скроллеры);
- декоративно-художественные панно;
- указатели местонахождения;
- режимные таблички, учрежденческие и мемориальные доски.

Настенные панно следует размещать на расстоянии не более 0,2 м от поверхности стен фасадов зданий, строений, сооружений.

Высота настенных панно должна составлять не более $\frac{2}{3}$ от высоты фриза, простенка между окнами этажей, в пределах которого регламентируется размещение той или иной конструкции за исключением декоративно-художественных панно. При наличии арочных окон высота конструкций, расположенных между окнами этажей, уменьшается до $\frac{1}{2}$.

Допускается размещение настенных панно на всю высоту фриза встроенно-пристроенных помещений при условии размещения лишь одной конструкции.

Ширина настенных панно должна составлять не более $\frac{2}{3}$ от ширины простенка, в пределах которого регламентируется размещение той или иной конструкции, за исключением декоративно-художественных панно.

2.1.1. Рекламно-информационные конструкции в виде вывесок или наружной рекламы различаются на фоновые (буквы и знаки расположены на поверхности фона), бесфоновые (состоят из отдельных букв и знаков), в виде световых коробов (представляют собой единый объем или ряд объемных элементов с внутренней подсветкой) и размещаются в единых отметках между первым и вторым этажом здания, строения, сооружения.

В пределах первого этажа зданий, строений, сооружений допускается размещение рекламно-информационных конструкций, состоящих из отдельных букв, знаков или элементов, а также режимных табличек и учрежденческих досок.

Допускается размещение выше второго этажа конструкций:

- вертикального расположения;
- при отсутствии проемов выше первых этажей;
- при сплошном остеклении;
- на объектах, не выходящих фасадами на территории общего пользования и не просматриваемых с этих территорий.

Не допускается размещение щитовых конструкций друг над другом, за исключением конструкций, объединенных в единый блок.

На объектах культурного наследия, исторически ценных градоформирующих объектах, на территориях особого городского значения допускается размещение рекламно-информационных конструкций в виде объемных букв и знаков, а также выполненных декоративно-художественным способом (роспись, художественный металл).

Исключения составляют здания, строения и сооружения, имеющие видимые дополнительные конструктивные элементы здания, обеспечивающие сохранность объекта (тяги, металлические закладные детали и т.п.).

Границы исторического центра г. Казани определены Проектом зон охраны памятников истории и культуры г. Казани, утвержденным **постановлением** ТАССР от 23.09.1988 N 334.

2.1.2. Брандмауэр - рекламно-информационная конструкция с информационным полем на основе баннерной ткани, натянутой на каркас со скрытым способом креплений, площадью не менее 20 кв.м.

Размещение брандмауэров допускается лишь на глухих, свободных от оконных проемов торцах фасадов зданий, строений, сооружений.

Допускается размещение не более одной конструкции на фасаде, с одной рекламной поверхностью, не ниже второго этажа.

Не допускается размещение брандмауэров на объектах культурного наследия и территориях их охранных зон, исторически ценных градоформирующих объектах, на территориях особого городского значения, а также на фасадах с суперграфикой, сграффито, объектах с выразительным архитектурным решением.

Не допускается размещение брандмауэров на 2-х этажных зданиях, строениях, сооружениях, а также на зданиях, расположенных на территориях особого городского значения, по главным улицам и общегородским дорогам, перечень которых утвержден в установленном порядке.

2.1.3. Декоративное панно - конструкция, рекламно-информационное поле которой выполнено на твердой основе. Места соединений информационного поля и каркаса скрыты, имеют декоративно оформленные края (багет, элементы художественного декора), оборудованы подсветкой.

Как правило, декоративные панно размещаются в пределах первого этажа в простенках между окнами преимущественно владельцами помещений, расположенных в пределах данного участка фасада.

Не допускается размещение декоративных панно на объектах культурного наследия, исторически ценных градоформирующих объектах.

2.1.4. Декоративно-художественные панно - конструкция, рекламно-информационное поле которой выполнено на поверхности стены декоративно-художественным способом вручную (барельеф, сграффито, мозаика, роспись, декоративно-художественный металл и другие декоративно-художественные техники).

2.1.5. Динамические конструкции - конструкции в виде телеэкранов, электронных табло, проекционных и других высокотехнологичных конструкций.

Электронные табло могут быть использованы для размещения дополнительной информации о сезонных акциях и другой временной информации.

Не допускается размещение динамических конструкций на объектах

культурного наследия, исторически ценных градоформирующих объектах, на фасадах с суперграфикой, сграффито, а также размещение конструкций друг над другом.

2.1.6. Указатели местонахождения выполняются и размещаются аналогично рекламно-информационным конструкциям в виде вывесок и наружной рекламы.

2.1.7. При размещении режимных табличек, учрежденческих досок допускается их комбинирование и объединение в модульный блок.

2.2. Крышная установка размещается на крыше или парапете здания.

Не допускается размещение крышных установок на объектах культурного наследия, исторически ценных градоформирующих объектах, на зданиях и строениях высотой менее трех этажей, друг над другом, а также фоновых конструкций в историческом центре г. Казани, за исключением конструкций, являющихся первоначальным композиционным элементом архитектурного решения фасадов.

Щитовые крышные установки допускаются лишь на объектах территорий современной застройки, расположенных вдоль автомобильных дорог шириной более 37 м.

2.3. Кронштейн предназначен для дополнения или замены настенной рекламно-информационной конструкции и предпочтителен в условиях ограниченных возможностей размещения и восприятия настенных рекламно-информационных конструкций.

Кронштейны (консольные конструкции) подразделяются на:

- малые;
- вертикальные.

Кронштейны могут быть выполнены в виде фоновых, бесфоновых конструкций, световых коробов.

Малые кронштейны предназначены для размещения информации об объектах, расположенных в первых и цокольных этажах зданий, строений, сооружений, и располагаются в высотных отметках между первым и вторым этажами.

Вертикальные кронштейны предназначены для размещения информации об объектах, которые расположены выше первого этажа и размещаются на фасаде не ниже второго этажа на единой высоте в пределах фасада, с координацией по нижнему краю консоли.

Для объектов административно-офисного, торгово-развлекательного назначения рекомендуется размещать кронштейн, скомплектованный из ряда модульных элементов, объединенных в блок.

Кронштейны устанавливаются не ниже 2,5 м от поверхности тротуара.

Допускается комплексное размещение кронштейнов в виде флаговых конструкций, выполненных с использованием информационного поля из тканых материалов на торговых, культурно-зрелищных зданиях, строениях, сооружениях, гостиницах при условии единого конструктивного исполнения, а также идейного, композиционно-художественного содержания информационного поля.

Кронштейны располагаются локализовано, на угловых участках, в соответствии с ритмом фасада и другими архитектурными особенностями фасада, на расстоянии не менее 6,0 м друг от друга и не более 0,3 м от поверхности стены.

Не допускается размещение вертикальных кронштейнов на объектах культурного наследия, исторически ценных градоформирующих объектах, в охранных зонах объектов культурного наследия, ухудшающих их визуальное восприятие.

Не допускается размещение кронштейнов вблизи балконов, на эркерах, колоннах (за исключением малых консольных конструкций), наличниках, над проемами, ведущее к разрушению лепных и декоративных деталей, размещение на них сменной рекламы и информации, а также размещение конструкций одного типа друг над другом.

2.4. Конструкции на ограждении размещаются на вертикальных ограждающих конструкциях зданий, сооружений и территорий, в том числе общего пользования, за исключением следующих объектов:

- лестниц и их конструктивных частей;
- подпорных стенок;
- ограждений балконов;
- ограждений, выполненных по индивидуальному проекту декоративно-художественным способом с наличием архитектурных элементов.

Не допускается размещение конструкций на ограждении без учета ритма и модуля ограждения.

Размещение конструкций осуществляется с координацией по нижнему краю конструкции на единой высоте в пределах всего ограждения.

2.5. На инженерном сооружении не допускается размещение конструкций друг над другом.

2.6. Временные рекламные конструкции размещаются на определенный срок, не превышающий один год, в виде строительного ограждения, совмещенного с рекламной-информационной поверхностью, и строительных сеток на фасадах объектов капитального строительства, реконструкции (ремонта) и реставрации.

Строительная сетка должна быть размещена на лесах. Размещение строительной сетки непосредственно на фасадах возможно только на нефункционирующих объектах.

Минимальная площадь рекламной конструкции в составе строительного ограждения допускается не менее 54,0 кв. м, с габаритными параметрами не менее 18,0 x 3,0 м горизонтального расположения.

Не допускается фрагментарное размещение строительной сетки на фасаде здания, строения, сооружения, а также размещение конструкций друг над другом.

В историческом центре города на строительных сетках допускается размещение изображения объекта реконструкции (ремонта).

Размещение коммерческой рекламы и информации, а также совмещение строительного ограждения с рекламными конструкциями в историческом центре города не допускается.

2.7. Толедо, устанавливаемое на опорах городского освещения, контактной сети, возможно выполнять в виде световых коробов, плоскостных конструкций вертикального расположения, с размерами 1,0 x 1,4 м и конструкций с использованием тканой основы.

По главным улицам и общегородским дорогам конструкции размещаются в виде световых коробов в количестве не менее трех, расположенных подряд.

Конструкции вертикального расположения с использованием тканой

основы и с единым идейным, композиционно-художественным содержанием могут размещаться на световых опорах на продолжительном участке по обе стороны дороги в пределах квартала, моста и т.д. Размеры конструкции определяются территориальным размещением, условиями визуального восприятия.

На одной опоре допускается размещение лишь одной конструкции.

2.8. Витражи размещаются в виде плоскостных конструкций и объемных коробов, занимающих не более 60 процентов от площади оконного проема, на внешнем остеклении (с внутренней или наружной стороны оконных проемов). Витражи предназначены для размещения дополнительной информации.

Не допускается размещение конструкций в витражах, расположенных выше первого этажа, за исключением сплошного остекления на фасаде.

III. Отдельно стоящие средства наружной рекламы и информации

К отдельно стоящим рекламно-информационным конструкциям относятся:

- щитовая конструкция;
- флаговая композиция;
- стела;
- наземное панно;
- штендер.

Отдельно стоящие рекламные конструкции могут быть выполнены в типовом и индивидуальном исполнении.

Не допускается установка конструкций, ведущая к сокращению машино-мест на автопарковках, за счет сокращения зеленых насаждений, цветников, тротуаров.

3.1. Типовые щитовые рекламно-информационные конструкции устанавливаются лишь на территориях общего пользования и являются приоритетными по отношению к конструкциям, выполненным по индивидуальному проекту.

На типовых щитовых конструкциях не допускаются выступающие за пределы информационного поля части.

На территориях рекреации допускается установка лишь рекламно-информационных конструкций малого формата и указателей направлений.

Не допускается размещать крупные рекламные конструкции (суперсайты и суперборды) на территориях особого городского значения.

3.2. Не допускается размещение знаков информирования об объектах притяжения в историческом центре города, вблизи объектов культурного наследия, исторически ценных градостроительных объектов, в охранных зонах объектов культурного наследия, а также на территориях особого городского значения.

3.3. Стелы устанавливаются на пересечении транспортно-пешеходных коммуникаций, со стороны расположения объекта.

3.4. В историческом центре города допускается установка стел, щитовых конструкций лишь на внутриквартальных территориях у крупных общественных зданий, строений, сооружений (общей площадью более 1500,0 кв. м) в количестве не более одной у объекта.

IV. Общие требования к средствам наружной рекламы и информации

4.1. Информация о проводимых акциях и скидках размещается в виде краткой текстовой информации на динамических конструкциях, штендерах, в витражах с учетом требований Регламента.

4.2. Не допускается размещение информации рекламного характера с внутренних сторон входных дверей.

4.3. Параметры, цветоцветовое решение и элементы декора средств наружной рекламы и информации принимаются в соответствии с особенностями фасада объекта капитального строительства, окружающей градостроительной средой, сложившейся планировочной структурой территорий и допускаются в соответствии с приложениями к Регламенту.

4.4. Рекламно-информационные конструкции, не имеющие аналогов в городской среде и устанавливаемые в количестве 10 и более штук, размещаются в установленном порядке, по согласованию реализованного "пилотного" проекта в единичном экземпляре.

Под "пилотным" проектом понимается выполненный в натуральную величину оригинал конструкции.

4.5. Не допускается размещение средств наружной рекламы и информации, закрывающих проемы, остекление витрин, окон, арок, архитектурные детали и декоративно-художественное оформление фасадов зданий, строений, сооружений.

Размещение сменной информации допускается лишь на конструкциях:

- в виде брендмауэров, декоративных панно, динамических конструкций, крышных щитовых установок, конструкций на инженерном сооружении, временных рекламных конструкций и витражей, устанавливаемых на фасадах зданий, строений, сооружений;

- стелах автозаправочных станций со сменной информацией о реализуемом товаре (марке бензина, его цене);

- отдельно стоящих типовых и щитовых конструкциях.

4.6. На фасадах зданий, строений и сооружений, расположенных на территориях особого городского значения, допускается лишь размещение средств наружной рекламы и информации с указанием профиля деятельности организации, ее наименования, места нахождения (адрес) и режима работы.

Адрес и номера телефонов организации, адрес электронной почты может указываться на средствах наружной рекламы и информации, за исключением режимных табличек, учрежденческих и мемориальных досок, типовых конструкций, шрифтом высотой не более 1/5 от высоты основной информации (большей по размеру).

В историческом центре указание адресов, номеров телефонов, адресов электронной почты не допускается.

4.7. В целях рациональности, эффективности и упорядоченности рекламно-информационного оформления объектов рекомендуется осуществлять размещение средств наружной рекламы и информации на зданиях, строениях, сооружениях общественного назначения (административно-офисное, торговое (площадью более 150 кв. м), культурно-развлекательное, спортивное) на основании дизайн-проектов, выполненных с учетом комплексного размещения средств наружной рекламы и информации на объекте (далее - концепция).

Концепция может быть выполнена в составе эскизного предложения на здание, строение, сооружение или по завершении строительства в виде отдельного документа с обозначением основных характеристик средств наружной рекламы и информации (тип, вид, габариты, способ подсветки).

Концепция должна быть оформлена в цветном изображении в читаемом масштабе и содержать следующую информацию:

- существующее фото объекта, раскрывающее характеристики здания, строения, сооружения и собственной территории, а также его взаимосвязь с окружением;

- ситуационный план с обозначением улиц и объекта;

- графическое изображение фасадов объекта или качественное фронтальное фото фасадов объекта, с обозначением типов конструкции и кратким описанием используемых материалов, конструктивного решения, основных габаритов, способов подсветки;

- генплан в масштабе с обозначением отдельностоящих конструкций, размещенных с учетом трассировки пешеходно-транспортных коммуникаций, парковок, благоустройства, ранее положительно рассмотренных в составе эскизного предложения;

Концепция подлежит согласованию с Управлением архитектуры и градостроительства Исполнительного комитета г. Казани.

V. Основные требования к цветоцветовому и конструктивному решению средств наружной рекламы и информации

5.1. Размещение средств наружной рекламы и информации должно носить упорядоченный характер в пределах всего фасада здания с учетом принципов подсветки.

5.2. Декоративная подсветка является эстетически и утилитарно значимым элементом дизайна вывесок.

К основным видам подсветки относятся:

- наружная подсветка;

- внутренняя подсветка (световые буквы, световой короб);

- эффект контражура (подсветка фона, обеспечивающая силуэтную читаемость знаков);

- открытое свечение (контурная и линейная подсветка, открытый неон, светодиоды);

- светодинамические эффекты.

5.3. Цветовое решение средств наружной рекламы и информации, размещаемых в границах исторического центра города, на объектах культурного наследия и на территориях их охранных зон, исторически ценных градоформирующих объектах должно носить сдержанный характер, подчеркивающий черты архитектурного фона.

Не допускается доминирование крупных поверхностей ярких насыщенных цветов, броское полихромное решение вывесок, использование сильных контрастов, разрушающих единство архитектурного фона, доминирование больших поверхностей белого и черного.

Предпочтительные цвета фона настенных и консольных конструкций - оттенки серого, графит, темно-зеленый, темно-коричневый и иные подобные

цвета.

5.4. Не допускается повреждение сооружений и отделки объектов при креплении к ним средств наружной рекламы и информации, а также снижение их целостности, прочности и устойчивости.

5.5. Светильники наружной подсветки должны иметь малый размер, компактную форму и окраску, близкую к цвету фасада.

Подсветка должна быть равномерной, обеспечивать ясную читаемость информации, композиционное единство вывески и фасада.

Световые акценты должны быть скоординированы с архитектурным ритмом и общей цветоцветовой композицией фасада.

5.6. Использование светодинамических эффектов (стробоскопов) и открытого способа свечения средств наружной рекламы и информации не допускается:

- в историческом центре города, на объектах культурного наследия, исторически ценных градоформирующих объектах, в охранных зонах объектов культурного наследия и на расстоянии 50,0 м от них;

- на автомобильных дорогах шириной менее 37,0 м, за исключением текстовых надписей высотой не более 15,0 см.

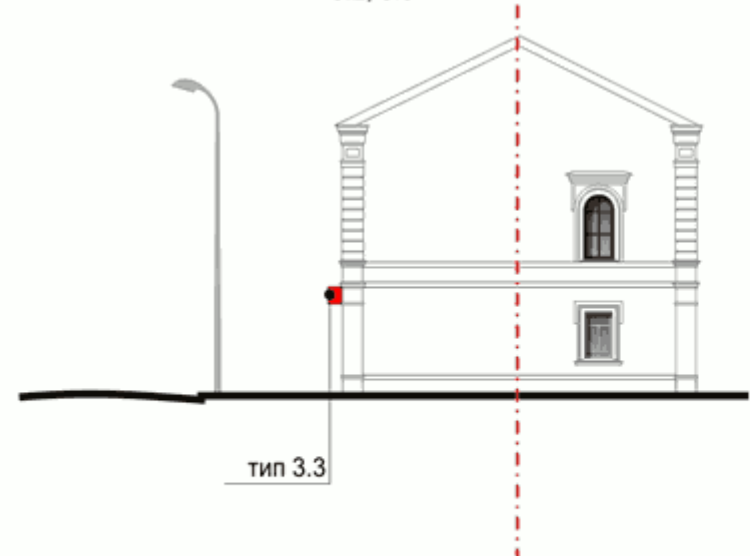
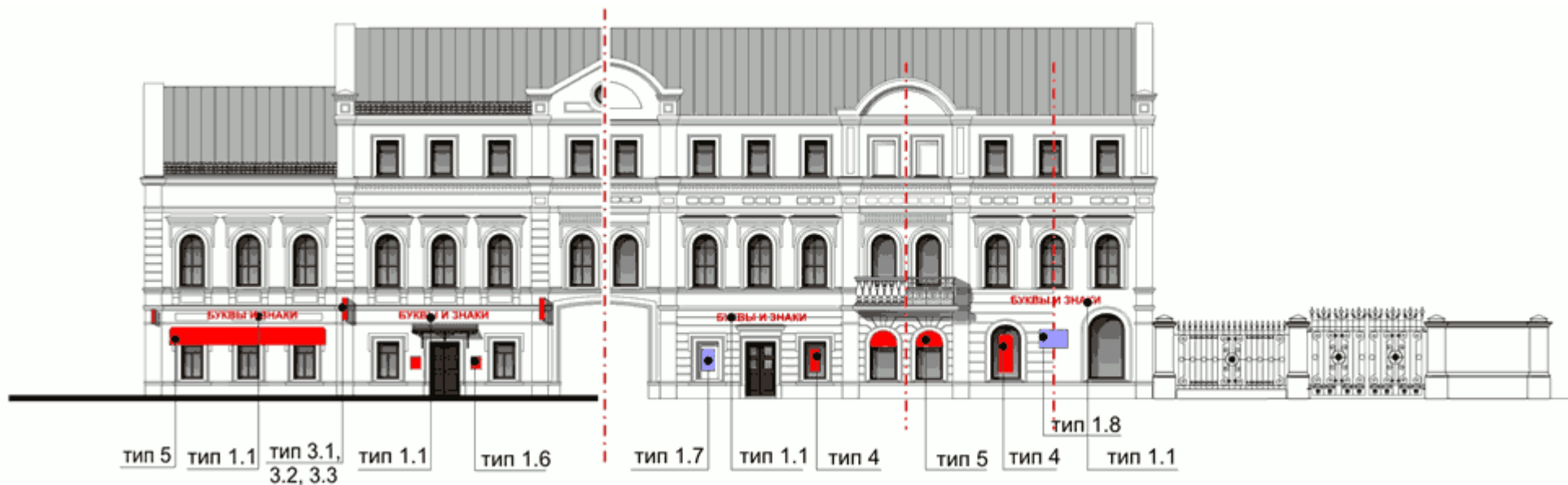
5.7. Применение тканых материалов в изготовлении средств наружной рекламы и информации на фасадах зданий, строений, сооружений допускается лишь в виде строительных сеток, брендмауэров, конструкций в витражах, флаговых конструкций, за исключением настенных конструкций, выполненных методом полноцветной двухсторонней (многослойной) печати, длиной более 20,0 м.

5.8. При производстве средств наружной рекламы и информации допускается применение лишь современных материалов изготовления и подсветки, обеспечивающих их долговечное использование без потери эстетических и эксплуатационных качеств.

5.9. При рассмотрении и согласовании средств наружной рекламы и информации учитывается лишь зарегистрированный в установленном порядке логотип (фирменный товарный знак).

Приложение N 1
к Архитектурно-художественному Регламенту
размещения средств наружной рекламы
и информации в городе Казани

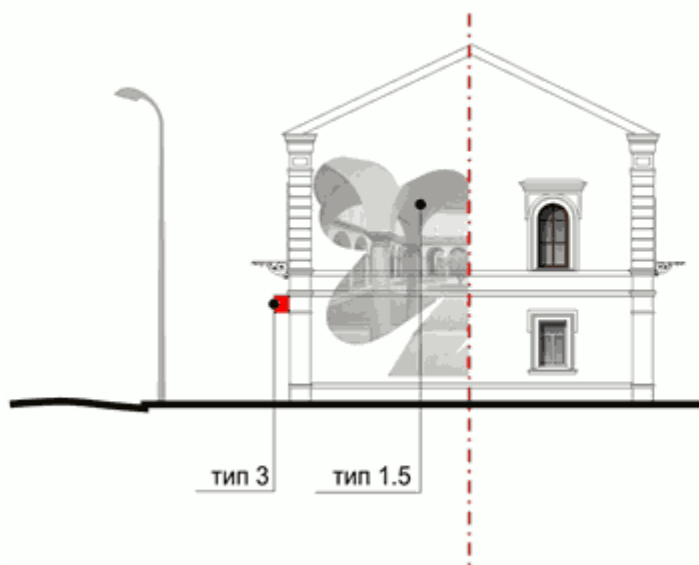
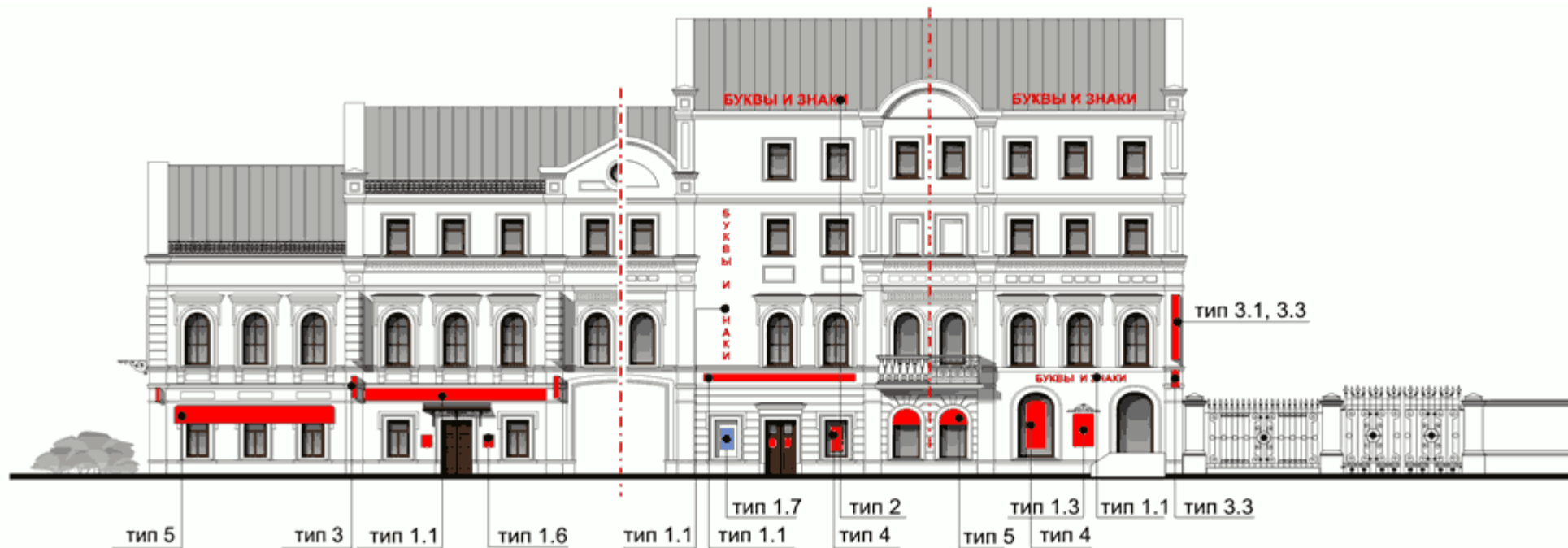
Рекомендуемое размещение средств наружной рекламы и информации на объектах культурного наследия



- тип 1 - настенное панно:**
 - 1.1. - рекламно-информационная конструкция в виде вывески или наружного освещения;
 - 1.2. - брендмауэр;
 - 1.3. - декоративное панно;
 - 1.4. - динамическая конструкция (электронные табло);
 - 1.5. - декоративно-художественное панно;
 - 1.6. - учрежденческая доска;
 - 1.7. - охранные и информационные доски;
 - 1.8. - мемориальные доски.
- тип 2 - крышная установка (за исключением щитовой).**
- тип 3 - кронштейн:**
 - 3.1. - вертикальный;
 - 3.2. - комбинированный;
 - 3.3. - малый.
- тип 4 - оформление витрин.**
- тип 5 - маркиз**

**к Архитектурно-художественному Регламенту
размещения средств наружной рекламы
и информации в городе Казани**

**Рекомендуемое размещение средств наружной рекламы и информации на объектах в историческом стиле,
расположенных в исторической части города**



тип 1 - настенное панно:

- 1.1. - рекламно-информационная конструкция в виде вывески или наружной рекламы;
- 1.2. - брендмауэр;
- 1.3. - декоративное панно;
- 1.4. - динамическая конструкция (электронные табло);
- 1.5. - декоративно-художественное панно;
- 1.6. - учрежденческая доска;
- 1.7. - охранные и информационные доски;
- 1.8. - мемориальные доски.

тип 2 - крышная установка (за исключением щитовой).

тип 3 - кронштейн:

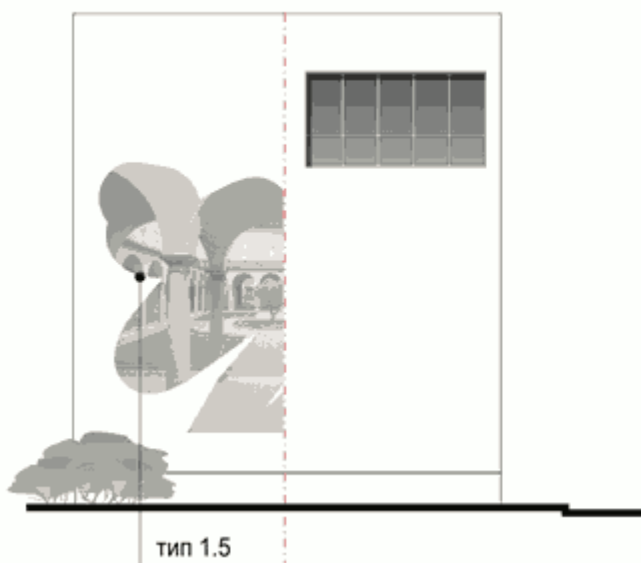
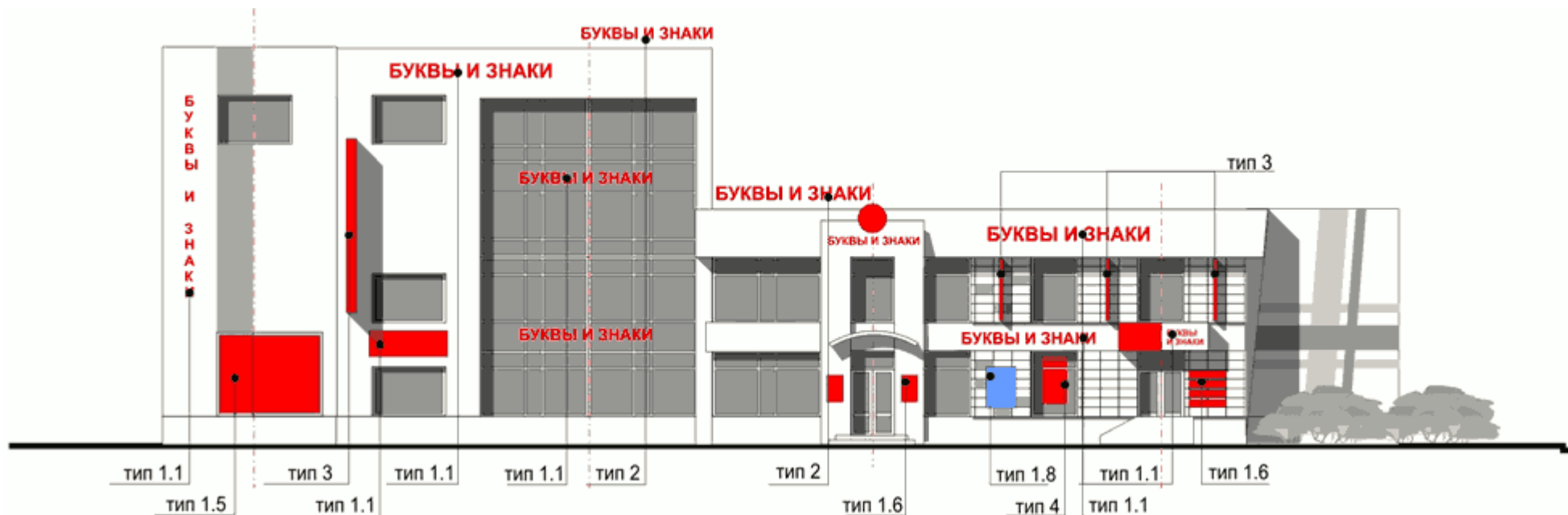
- 3.1. - вертикальный;
- 3.2. - комбинированный;
- 3.3. - малый.

тип 4 - оформление витрин.

тип 5 - маркиз

Приложение N 3
к Архитектурно-художественному Регламенту
размещения средств наружной рекламы
и информации в городе Казани

Рекомендуемое размещение средств наружной рекламы и информации на фасадах современной застройки



тип 1 - настенное панно:

- 1.1. - рекламно-информационная конструкция в виде вывески или наружной рекламы;
- 1.2. - брандмауэр;
- 1.3. - декоративное панно;
- 1.4. - динамическая конструкция (электронные табло);
- 1.5. - декоративно-художественное панно;
- 1.6. - учрежденческая доска;
- 1.7. - охранные и информационные доски;
- 1.8. - мемориальные доски.

тип 2 - крышная установка (за исключением щитовой).

тип 3 - кронштейн:

- 3.1. - вертикальный;
- 3.2. - комбинированный;
- 3.3. - малый.

тип 4 - оформление витрин.

тип 5 - маркиз

Приложение N 4
к Архитектурно-художественному Регламенту
размещения средств наружной рекламы
и информации в городе Казани

Основные параметры средств наружной рекламы и информации, размещаемых на зданиях, строениях, сооружениях, выходящих фасадами на территории общего пользования, учитывающие условия их визуального восприятия

Тип конструкции	Улицы и автодороги шириной менее 19 м	Улицы и автодороги шириной от 19 м до 37 м	Улицы и автодороги шириной более 37 м
1. Настенное панно:	высота конструкций:		высота конструкций:
1.1. рекламно-информационные конструкции в виде вывесок или наружной рекламы;	- горизонтальных - не более 0,6 м; - вертикальных - не более 2/3 от ширины простенка*		- горизонтальных - не менее 0,6 м; - вертикальных - не более 2/3 от ширины простенка*
1.2. брендмауэр	не менее 20 кв. м	не менее 60 кв. м	
1.3. декоративное панно	не более 2/3 от простенка*		
1.4. динамическая конструкция (электронные табло)	высота не более 0,2 м	высота не более 0,4 м	высота не более 1,0 м
1.5. декоративно-художественное панно	-	-	-
1.6. учрежденческая доска	не более 0,3 кв. м		
2. Крышная установка	высота - не	высота - не	высота - не более

(за исключением щитовой)	более 1,0 м	более 1,5 м	3,0 м
3. Кронштейн	не более 0,6 м/6,0 м (ширина/высота)	не более 0,9 м/6,0 м (ширина/высота)	не более 1,2 м/6,0 м (ширина/высота)
3.1. вертикальный			
3.2. комбинированный	не более 0,6 м/6,0 м (ширина/высота)	не более 0,9 м/6,6 м (ширина/высота)	не более 1,2 м/7,0 м (ширина/высота)
3.3. малый	не более 0,4 м/0,6м (ширина/высота)	не более 0,6 м/0,9м (ширина/высота)	не более 0,9 м/1,2 м (ширина/высота)
4. Оформление витрин	не более 60% от площади оконного проема		

* Участок стены между смежными проемами, расположенными на одном уровне.