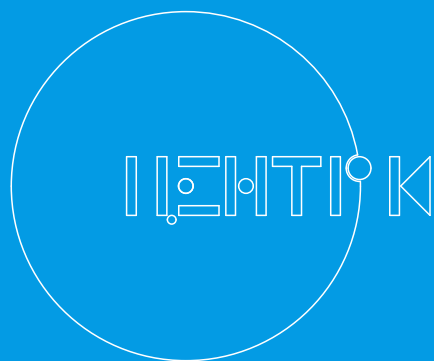
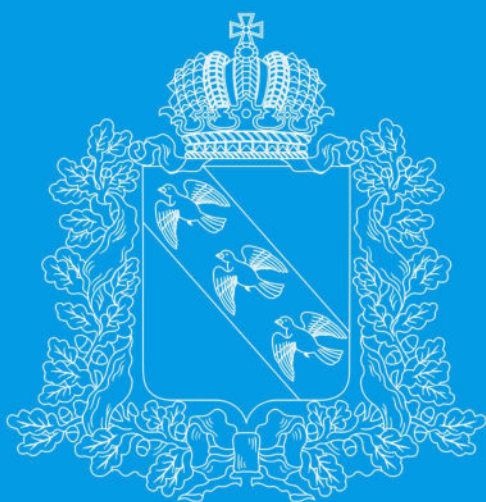

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗРАБОТКЕ И ВНЕДРЕНИЮ ДИЗАЙН-КОДА



Рекомендации представляют собой подробное описание универсальной системной методологии создания дизайн-кода для любого города или муниципального образования, планирующего разработать и внедрить у себя регламент. Пособие будет полезно как представителям администрации городов и регионов, муниципалитетам, так и командам разработчиков.

Руководство рассказывает обо всех ключевых этапах проекта — начиная с самой идеи преобразований городской среды и формирования запроса общественности, заканчивая непосредственной реализацией на пилотном участке. А также включает методику вовлечения жителей в проектный процесс с целью создания «народного» регламента, необходимого городу и понятного каждому горожанину.

Кейс города Курска красной нитью проходит через весь текст рекомендаций, наглядно демонстрируя пример практического применения методологии.

Содержание

Введение.....	4
ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП. ПРЕДПОСЫЛКИ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ДИЗАЙН-КОДА В ГОРОДЕ	
Зачем городу нужен дизайн-код.....	6
Необходимые составляющие для запуска процесса разработки и внедрения регламента.....	7
Формулирование запроса. Целеполагание.....	9
Дорожная карта.....	11
Основные этапы разработки и внедрения регламента.....	12
МЕТОДИКА ВОВЛЕЧЕНИЯ ЖИТЕЛЕЙ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ДИЗАЙН-КОДА	
Применение методологии соучаствующего проектирования.....	15
Встречи с заинтересованными сторонами.....	18
Формирование единой платформы по внесению идей от профессионального сообщества.....	23
Поддержание темы дизайн-кода в информационном пространстве.....	24
ПРЕДПРОЕКТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ	
Градостроительный анализ.....	27
Анализ существующих проблем городской среды.....	29
Выявление городской идентичности.....	31
РАЗРАБОТКА РЕГЛАМЕНТА	
Определение команды разработчиков.....	33
Этапы разработки.....	35
Стандарт оформления и размещения информационных конструкций на фасадах зданий.....	36
Стандарт оформления элементов фасадов зданий.....	40
Архитектурно-художественные концепции улиц.....	42
ВНЕДРЕНИЕ ДИЗАЙН-КОДА	
Обретение регламентом юридической формы и силы.....	44
Консультационная помощь, поддержка и обучение.....	47
Синхронизация внедрения дизайн-кода с нацпроектами и региональными программами.....	48
Экономическая составляющая проекта.....	49
Запуск регламента на пилотном участке.....	50
Возможные сложности при внедрении дизайн-кода.....	51
Заключение.....	52
Приложение.....	54

Введение

Проблема «визуального шума» актуальна для большинства городов нашей страны. Этот вопрос касается не только рекламы и вывесок, но и элементов городской среды, хаоса в отделке фасадов.

Во многих городах представители администрации и сами жители осознают масштаб такой ситуации и ищут способы борьбы с ней. Но одного осознания недостаточно для комплексного решения вопроса.

В июне 2020 года состоялась публичная презентация готового регламента дизайн-кода города Курска, работа над которым велась почти год.

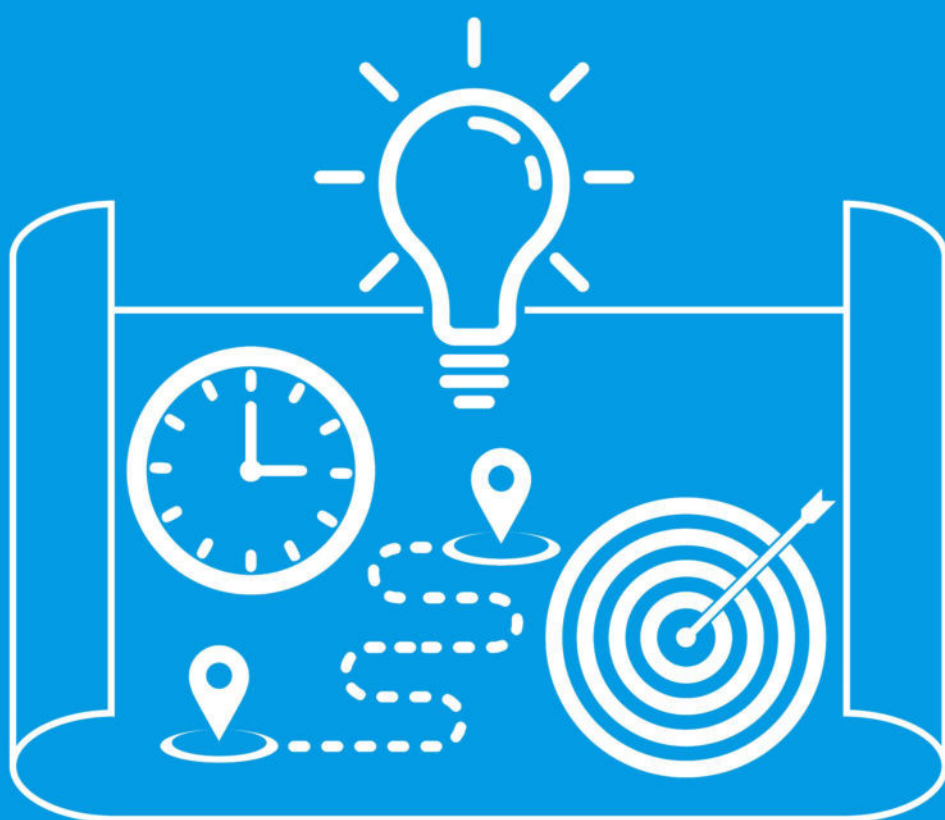
Инициативу введения четких и строгих правил регламентации рекламно-информационного оформления зданий и городской среды впервые выдвинули сами куряне в рамках мероприятий «Мастерских проектов». Рекламно-информационный хаос — одна из ключевых проблем Курска. Перемены в этой сфере назрели давно и проблема «визуального мусора» — разномастных и разностильных вывесок, кричащих баннеров, табличек и витрин — стоит в городе достаточно остро. **«Обилие рекламы не устраивает всех», — так звучит общее мнение курян,** сформулированное на одном из проектных семинаров, посвященных дизайн-коду.

Разработанный совместно с горожанами дизайн-код для Курска — это правила этикета в городской среде, а также тактичного и бережного ее использования для ведения бизнеса, уважающие право жителя на комфортное городское пространство.

Изложенная на страницах пособия методика максимального вовлечения жителей, открытости регламента, построения диалога с бизнесом, освещения процесса создания разработана и применена для написания документа дизайн-кода впервые в России. Также впервые в российской практике во всех стадиях проекта (включая общение с жителями, предпроектное исследование, разработку, внедрение документа и коммуникацию с профильными комитетами и органами, контролирующими реализацию проекта) участвовала одна и та же команда, сформированная на месте и включающая региональных специалистов.

Данное методическое руководство описывает механизм запуска проекта, аналитического исследования города, разработки и дальнейшего внедрения регламента. В рекомендациях подробно разбирается и излагается весь процесс, система работы, начиная с построения диалога с горожанами, формулировки ключевых запросов жителями, заканчивая непосредственным внедрением регламента и его вступлением в юридическую силу. Также пособие знакомит читателей с вероятными трудностями, подводными камнями, на которые можно натолкнуться в процессе работы над проектом, и способами решения таких проблем или их предотвращения.

ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП



?! Зачем городу нужен дизайн-код

Дизайн-код — это важный инструмент, регулирующий функционирование современного города, придающий ему уникальный облик, подчеркивающий культурную и историческую индивидуальность. Внедрение регламента в городе способствует повышению его инвестиционной привлекательности, создает благоприятную среду для развития бизнеса. Таким образом, главная задача документа — гармоничное развитие городской среды и повышение уровня жизни в городе.

Из-за визуального шума люди перестают осознавать ценность города. Деграция городской среды приводит к тому, что страдают и горожане, и бизнес. Дизайн-код — это медиатор процесса преобразования городской среды с учетом потребностей всех сторон, ведь в комфортном и красивом городе в конечном итоге заинтересованы все. К тому же, красивые улицы притягивают пешеходов, мотивируя гулять, смотреть по сторонам, фотографироваться, что в результате монетизируется за счет желания жителей совершить спонтанную покупку. Это же правило работает наоборот: город, в котором много визуального мусора, вызывает негативный порыв быстрее сбежать с улицы, а не думать о покупках, от чего бизнес теряет покупателей.

Дизайн-код помогает разобраться со сложным вопросом: как сохранить рекламу для бизнеса и при этом спасти город от обилия рекламных конструкций. Ведь бизнес для города — это его движущая сила, а реклама — двигатель торговли.

Положительные эффекты дизайн-кода отражаются в разных сферах городской жизни, но в первую очередь — на городской среде и визуальном образе улиц. **Индекс качества городской среды**, утвержденный в 2019 году Правительством РФ, среди 36 критериев оценки в том числе содержит показатель «Уровень внешнего оформления городского пространства», включающий такие параметры, как наличие у города утвержденного регламента размещения рекламных конструкций, а также долю жилых домов с отремонтированными фасадами и архитектурной подсветкой.

Администрации также важно понимать, что в условиях экономического кризиса города вступают в конкуренцию между собой и борются за туристов. Введение дизайн-кода способствует увеличению туристического потока: улицы с проработанными архитектурно-художественными концепциями притягивают пешеходов, способствуют развитию ритейла в первых этажах вдоль тротуара. Историческим зданиям, а также объектам, обладающим высокой архитектурно-художественной ценностью, возвращается первоначальный архитектурный облик, они избавляются от инородной рекламы. В целом, все эти факторы способствуют созданию (или же воссозданию) аутентичной атмосферы места и города, что положительно сказывается на его экономике.

Задачи, которые решает дизайн-код:



снижение «визуального шума» в городской среде



выявление идентичности города, его индивидуальных особенностей и архитектурного образа



повышение инвестиционной привлекательности города, что в свою очередь дает бизнесу возможность и желание развиваться



создание равных конкурентных условий для всех предпринимателей, будь то федеральные сети или малый бизнес



повышение визуальной, эстетической привлекательности города как для жителей, так и для туристов



увеличение транспортной безопасности, избавление от визуального шума, который отвлекает водителей, снижает видимость

Необходимые составляющие для запуска процесса разработки и внедрения регламента



Каждый из участников процесса оказывает определяющее влияние на разработку и дальнейший ход развития проекта. Администрация, бизнес, общественность — ключевые заинтересованные стороны, поскольку дизайн-код в перспективе окажет влияние на всех перечисленных акторов.



Что значит дизайн-код для разных групп заинтересованных сторон

	 Администрация	 Бизнес	 Общественность
Исходный запрос	Необходимый инструмент по регулированию мер, обеспечивающих качественные решения городской среды	Понятные, одинаковые для всех правила, создающие равные конкурентные условия	Способ приведения в порядок улиц, создание комфортной, визуально привлекательной и безопасной городской среды
Формат участия в процессе разработки и внедрения	Модерация всего проектного процесса, координация вовлечения всех участников и заинтересованных сторон	Формулировка собственного запроса, участие в определении сроков переходного периода	Формирование прямого запроса, непосредственный диалог с разработчиками на всех этапах проектного процесса
Польза от внедрения	Повышение Индекса качества городской среды, положительный резонанс от общественности	Комфортные улицы привлекательны для пешеходов, что мотивирует совершить спонтанную покупку	Повышение качества жизни, создание комфортного городского пространства





Общественный запрос и политическая воля как важнейшие импульсы для разработки и внедрения регламента

Тему необходимости внедрения дизайн-кода очень часто поднимает городская общественность, местные активисты, небезразличные к судьбе своего города. Они формулируют запрос на качественное изменение городской среды, избавление от обилия кричащих и диссонирующих элементов, рекламных конструкций.

Нередко инициаторами выступают представители городского профессионального сообщества (архитекторы, дизайнеры, художники, урбанисты). Такой случай являет наглядный пример наивысшего уровня соучастия — **«партнерства»** (в соответствии с классификацией, приведенной в «Методических рекомендациях по реализации проектов повышения качества среды моногородов», разработанных КБ Стрелка совместно с Проектной группой 8 и Фондом развития моногородов), когда администрация оказывает поддержку идей, выдвинутых самими жителями, которые в свою очередь участвуют в их реализации.

Если же подобная инициатива создания дизайн-кода исходит от администрации, работу над регламентом следует начинать с определения ключевых проектных групп интересантов.

Группы интересантов

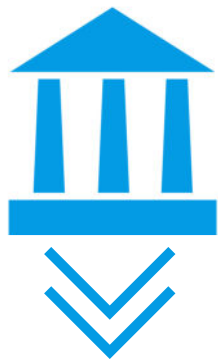
	Политические	Представители городской, региональной администраций, профильных комитетов, органов исполнительной власти
	Экономические	бизнесмены, предприниматели, собственники зданий
	Общественные	городские сообщества, общественные объединения, городские активисты
	Профессиональное сообщество	архитекторы, урбанисты, дизайнеры, художники, рекламщики

Кейс Курска

Создание и внедрение дизайн-кода в Курске явилось инициативой «снизу»: группа активных горожан направила предложение и запрос, сформулированный в рамках мероприятий «Мастерских проектов» по разработке Народной стратегии развития Курской области.

Инициатива получила отклик «сверху» у губернатора Курской области Р. В. Старовойта, главы города В. Н. Карамышева и администрации. Таким образом, благодаря политической воле и дальнейшей поддержке (под кураторством А. С. Коноваловой, советника губернатора) инициатива нашла свое продолжение.

ПОДДЕРЖКА СВЕРХУ



НАРОДНЫЙ РЕГЛАМЕНТ



ИНИЦИАТИВА СНИЗУ





Формулирование общественного технического задания для проекта дизайн-кода

После определения всех заинтересованных сторон проекта необходимо приступить к широкому анонсированию проекта, построению диалога с горожанами, чтобы ключевые цели проекта вытекали из сформулированных жителями запросов.

Анонсирование начала работы над проектом необходимо осуществлять через СМИ, официальные страницы городской и региональной администраций в социальных сетях, размещать афиши о проведении мероприятий на отдельно стоящих информационных городских носителях.

При этом взаимодействие с жителями не должно прерываться ни на одном из этапов, плавно переходя к предпроектному анализу. Само техническое задание, сформированное общественностью, может несколько видоизменяться, «оттачиваться» в процессе работы. Чем больше встреч с различными целевыми аудиториями, заинтересованными сторонами будет проведено, тем более точным станет общественное задание, тем более четко будет сформулирован общественный запрос для администрации и команды разработчиков.



Что нужно знать перед тем, как приступить к разработке дизайн-кода

1 Вам необходимо собрать междисциплинарную команду, найти разработчиков и исполнителей проекта дизайн-кода. Очень важно, чтобы эти люди активно участвовали в общении с жителями еще на предварительном этапе формулировки общественного технического задания.

2 Еще на предварительном этапе Вам важно понять и определить, что должно явиться результатом работы. Это даст возможность осознать масштаб работы на перспективу. Необходимо понимать, какие компоненты и параметры городской среды в последующем будут регулироваться документом. А значит, какие книги и разделы будут включены в состав регламента.

3 Необходимо непрерывно и планомерно рассказывать жителям о том, что такое дизайн-код, о его целях, положительных эффектах, поддерживать тему в информационном пространстве.

4 Важно понимать, кто будет ответственен за реализацию проекта, его внедрение, а также контроль за исполнением требований регламента. Необходимо распределить, на кого будут возложены различного рода обязанности (написание самого дизайн-кода, проработка юридической части, регулирование и вынесение постановлений о нарушениях регламента и т. п.).

5 Процедура согласования. Чтобы регламент работал, ему необходим юридический статус. Именно поэтому дизайн-код должен войти в состав Правил благоустройства в виде изменений к основному тексту Правил, а также в виде графического или текстово-графического приложений.

6 Разработка и внедрение проекта дизайн-кода — это сложный и длительный процесс, и скорость, качество его претворения в жизнь зависят от слаженной работы всех участников.



Кейс Курска

Дизайн-код Курска содержит 4 книги:

1) Стандарт оформления и размещения информационных конструкций на фасадах зданий, подробно описывающий, какие информационные конструкции разрешены и как их правильно разместить на здании,

2) Стандарт оформления элементов фасадов зданий, содержащий правила отделки фасадов и элементов зданий,

3) Стандарт оформления и размещения элементов городской среды, включающий требования и рекомендации к элементам благоустройства и их размещению,

4) Стандарт оформления и размещения рекламно-информационных конструкций в городской среде, устанавливающий требования к отдельно стоящим рекламным конструкциям.



Границы регулирования городской среды правилами дизайн-кода

Каждый город (муниципальное образование) должен самостоятельно определить, какие элементы среды будут включены в состав регламента. Это зависит от существующего состояния городского пространства, сложившейся архитектурно-градостроительной повестки, от уже имеющихся городских норм, степени их проработанности, вмешательства в проектирование, строгости исполнения. Также важно понимать, каких результатов хочет добиться муниципальное образование. Ведь дизайн-код может быть ограничен только регулированием рекламно-информационных конструкций на зданиях, а может и фактически разрастись в объемный градостроительный регламент на стыке с ОПР, мастер-планом и ПЗЗ.

В отличие от ОПР, который задает параметры новой застройки (высоту зданий, форму кровли, размеры земельных участков, параметры фасадов, материалы и т. п.), дизайн-код в соответствии с названием сосредоточен на улучшении «дизайнерских» качеств среды. Это в большей степени документ не про новое проектирование и строительство, а про то, как должны выглядеть элементы в рамках уже существующих зданий. А также прямой гайдлайн, каталог готовых решений элементов зданий и городской среды. Что в свою очередь упрощает и ускоряет процесс проектирования и принятия рядовых решений: дизайна входных групп, навесов, ограждений, колористики фасадов и т. п.

Таким образом, дизайн-код оценивает существующее состояние параметров среды, выдвигает требования к эстетическим характеристикам зданий и городского пространства, приводит примеры решений деталей застройки.

Можно выделить две категории элементов городской среды, попадающих под регулирование дизайн-кодом:

■ элементы, относящиеся к зданиям

- рекламно-информационные конструкции (вывески, баннеры),
- адресные таблички (аншлаги)
- элементы фасадов:
 - стены (в том цоколь, торцы зданий),
 - архитектурные детали,
 - козырьки,
 - ступени и пандусы,
 - ограждения,
 - балконы и лоджии,
 - входные двери,
 - окна и витражи,
 - маркизы,
 - кондиционеры,
 - дополнительное оборудование фасадов (камеры видеонаблюдения, спутниковые тарелки и антенны, флагштоки, встроенные банкоматы и т. п.),
 - мемориальные таблички,
 - суперграфика (объекты монументально-декоративного искусства),
 - праздничное фасадное оформление и т. п.

■ элементы городской среды

- отдельно стоящие рекламно-информационные конструкции:
 - билборды,
 - ситиборды,
 - стелы АЗС и автосалонов,
 - флаговые композиции,
 - рекламно-информационные стенды,
 - афишные тумбы,
 - навигационные пилоны,
 - указатели,
 - штендеры и т. д.
- элементы УДС (тротуары, парковки, островки безопасности, съезды, пандусы, пешеходные переходы, велодорожки, газоны)
- городская мебель и объекты:
 - скамейки, диваны,
 - урны,
 - велопарковки,
 - качели,
 - перголы и навесы,
 - болларды,
 - люки,
 - НТО (киоски, павильоны и т. п.),
 - летние площадки,
 - остановки общественного транспорта,
 - элементы освещения (фонари, декоративная подсветка)
 - озеленение,
 - мощение и покрытия и т. п.

Дорожная карта



Еще на предварительном этапе важно определить проектные сроки, утвердив дорожную карту. Ее этапы будут зависеть от поставленных целей, задач проекта, масштаба работы.

Удобно намечать временные границы укрупненно для каждого из этапов (предпроектного исследования, разработки книг регламента, внедрения дизайн-кода), с учетом трудозатратности, а далее изнутри разбивать их на сроки по задачам.

Сроки необходимых к выполнению задач внутри этапа могут накладываться друг на друга. К примеру, градостроительный анализ и анализ проблем городской среды полезно синхронизировать с проведением соучаствующего проектирования, общением с жителями. К тому же, разные задачи могут исполняться разными специалистами. Поэтому очень важно придерживаться временных отсечек по этапам, держать их в качестве ключевых дедлайнов.

1-2 месяца	1-2 месяца	3-6 месяцев	6-24 месяца
Предварительный этап	Предпроектное исследование	Разработка регламента	Внедрение дизайн-кода
<ul style="list-style-type: none">■ Анонсирование проекта,■ поиск и выявление интересных,■ постановка целей и ключевых задач,■ составление дорожной карты	<ul style="list-style-type: none">■ Градостроительный анализ,■ выявление городской идентичности,■ поиск ключевых проблем среды,■ встречи с заинтересованными сторонами	<ul style="list-style-type: none">■ Разработка книг регламента, снабженных наглядными схемами, таблицами и иллюстрациями:<ul style="list-style-type: none">-правил оформления зданий,-требований к информационным конструкциям,■ взаимодействие междисциплинарной проектной команды с жителями и городскими профильными комитетами	<ul style="list-style-type: none">■ Разработка механизма реализации,■ выбор и назначение органа, контролирующего исполнение требований дизайн-кода и правил благоустройства и выдающего предписания собственникам,■ внедрение дизайн-кода на пилотной улице,■ внедрение дизайн-кода во всем городе





Основные этапы разработки и внедрения регламента

ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП

1 1-2 месяца Формулировка общественного технического задания для проекта дизайн-кода

Формулировка запроса от жителей в процессе встреч с заинтересованными сторонами, на основе которого строится общественное техническое задание для проекта.

Составление дорожной карты

Планирование проектных этапов и задач внутри каждого из этапов, установка дедлайнов.



ПРЕДПРОЕКТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

2 1-2 месяца Градостроительный анализ

- Анализ системы улиц, их типологии, транспортной системы;
- ландшафтно-визуальный анализ и выявление особенностей архитектурного облика города, характерных для сложившейся пространственной среды объектов, анализ типов зданий;
- анализ стратегии развития города, программ и проектов, планируемых к реализации, с целью дальнейшей синхронизации внедрения дизайн-кода с программами по капитальному ремонту зданий, ремонту дорог, сетей, благоустройству и т. д.
- анализ доступности городской среды для МГН.

Анализ проблем городской среды

- Фотофиксация существующих проблем городской среды;
- систематизация выявленных проблем в тематические блоки, их описание;
- сбор данных от жителей посредством интернет-платформы.

Выявление идентичности

- Сбор исторических данных,
- поиск городских символов, архитектурного образа и атмосферы города, «духа места», а также самоопределения и представления о городе жителями.

Встречи с заинтересованными сторонами

Анализ города и проблем глазами жителей, главных стейкхолдеров проекта: предпринимателей, активистов, общественников и т. п.



РАЗРАБОТКА РЕГЛАМЕНТА

3 3-6 месяцев Определение команды разработчиков

Взаимодействие с городскими профильными комитетами

Постоянная коммуникация с комитетами Архитектуры, ЖКХ, городского хозяйства, экологии, Управлением по охране объектов культурного наследия, Зеленстроем и т. д.

Выделение типологии улиц и зданий в городе

Классификация улиц в соответствии со степенью интенсивности пешеходных потоков, исторической значимости, транспортной активности и т. п., а также зданий в соответствии с их функциями, стилистикой и архитектурно-художественной ценностью. От данных параметров зависит степень строгости предъявляемых дизайн-кодом требований к вывескам и фасадам

Разработка разделов дизайн-кода, касающихся оформления фасадов зданий (вывесок и элементов фасадов)

Стандарт оформления и размещения информационных конструкций на фасадах зданий

Какие информационные конструкции разрешены и как их правильно разместить на здании

Стандарт оформления элементов фасадов зданий

Правила оформления фасадов

Стандарт оформления элементов городской среды

Правила размещения элементов благоустройства (при включении данного раздела в качестве приоритетного)

Фотопривязки и фотомонтажи

Дают картину будущих изменений

Эталонные примеры

Фотографии успешных решений в других городах с описанием

Таблицы и инструкции, наглядные схемы и изображения

Иллюстрации к текстовым правилам, понятные каждому жителю

Архитектурно-художественные концепции улиц

Документ, представляющий собой фасадные развертки улиц и указывающий конкретные места допустимого размещения информационных конструкций и их габариты на внешних поверхностях зданий, составленные на основе правил регламента



ВНЕДРЕНИЕ ДИЗАЙН-КОДА

6-24 месяца

4

Выбор и назначение контролирующего органа

Регулирование исполнения требований дизайн-кода и правил благоустройства, выдача предписаний собственникам на основании разработанного НПА

Консультационная помощь, поддержка и обучение

Консультирование специалистов рекламных компаний, а также служб, которые в дальнейшем будут следить за исполнением требований регламента; проведение вебинаров от разработчиков дизайн-кода, объяснение деталей документа, ответы на вопросы; личные встречи с собственниками зданий

Обретение документом юридической силы

Включение всего регламента или его основных тезисов в структуру Правил благоустройства города решением Городского собрания после проведения процедуры публичных слушаний

Синхронизация внедрения дизайн-кода с нацпроектами и региональными программами

Синхронизация работы над внедрением дизайн-кода с федеральными и региональными программами благоустройства, капремонта, ремонта дорог

Пилотный участок

Внедрение дизайн-кода на пилотной улице

Внедрение дизайн-кода во всем городе

Распространение регламента на весь город



МЕТОДИКА ВОВЛЕЧЕНИЯ ЖИТЕЛЕЙ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ДИЗАЙН-КОДА



Применение методологии соучаствующего проектирования



Соучаствующее проектирование в России набирает обороты. Но чаще всего речь идет об участии горожан в обсуждении проектов благоустройства общественных пространств. Эта тема стала доступной и понятной для большинства жителей российских городов. Но не менее важно применение практики вовлечения и на разработку дизайн-кода, подключение жителей на всех проектных этапах.

Ведь дизайн-код — довольно сложное понятие, подразумевающее множество аспектов, к тому же, многим незнакомое и неизвестное. Поэтому просветительская работа, которая также включает проведение лекций, постоянное освещение и поддержание темы в информационном пространстве, играет здесь весомую роль.

Необходимо выделить несколько категорий заинтересованных сторон и проводить для них отдельные встречи. Каждая встреча предполагает свой формат: лекции, воркшопы (интерактивное общение) и в том числе обязательное поддержание диалога и активности в соцсетях.



Кейс Курска

Разработанная нами методология вовлечения жителей предполагает целую серию мероприятий, начиная от знакомства со структурой и значением документа, обсуждения его содержания, вводимых правил, заканчивая освещением мероприятий в СМИ и т. д.

Одна из ключевых задач процесса вовлечения заключается в том, чтобы внедрение документа не стало для жителей города неожиданностью. Горожане должны с нетерпением ждать появления регламента, а также в полной мере участвовать во всех этапах его разработки.



ЦЕНТР

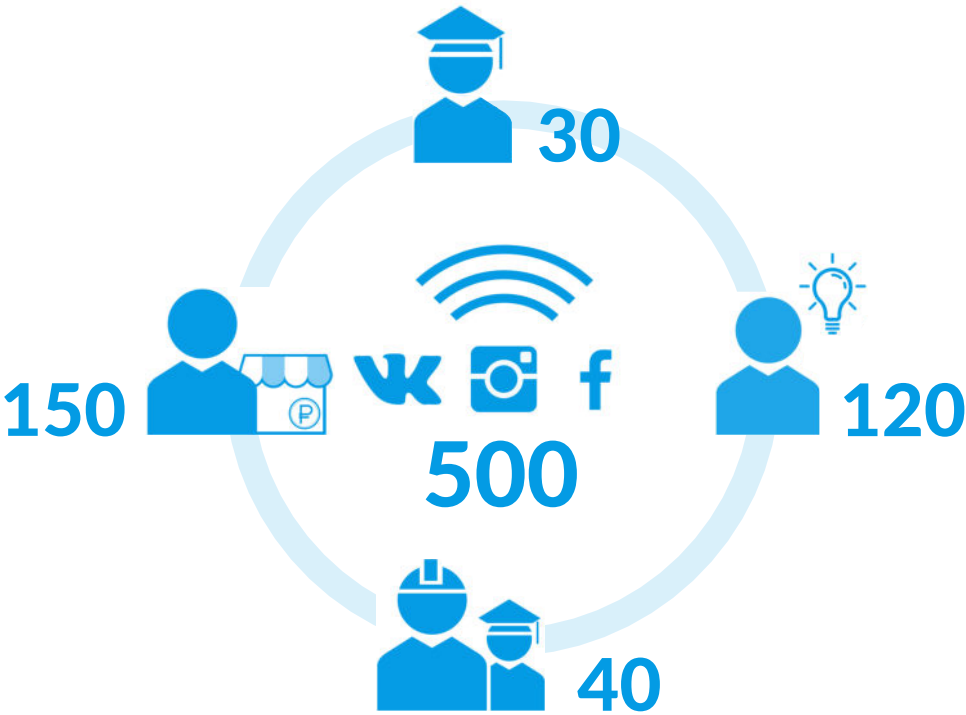
Вовлечение заинтересованных сторон в процесс разработки регламента



Кейс Курска

Именно **анализ данных проведенных встреч с общественностью** лег в основу будущего документа. Это позволило создать **гибкий регламент**, учитывающий специфику жителей Курска и в особенности — местного бизнеса. Важно было создать стандарт, который не будет встречен предпринимателями враждебно, ведь они являлись его со-разработчиками.

В процессе вовлечения приняли участие **150 предпринимателей, 30 студентов, 40 архитекторов, урбанистов и дизайнеров, 120 общественников**. Около **500** человек приняли участие в **онлайн-обсуждениях**. Всего было проведено 10 мероприятий и встреч, 5 акций, направленных на улучшение внешнего облика Курска. Все события освещались в местных СМИ и городских сообществах.



Принципы соучаствующего проектирования

	Стандартные	Новаторские (примененные при разработке регламента)
Формат	Воркшоп, лекция	+ World cafe
Заинтересованные стороны, приглашенные на встречу	Все стейкхолдеры одновременно	Тематические встречи по отдельным группам стейкхолдеров
Проведение встреч на этапе разработки проекта	Предпроектный анализ, презентация готовой концепции	Встречи на протяжении всего процесса работы: анализа, разработки, презентации решений

Положительные эффекты вовлечения жителей в разработку дизайн-кода

Процесс вовлечения общественности несет множество положительных эффектов — как для самих жителей, так и для бизнеса, а также администрации и команды разработчиков.



Польза для жителей

- Горожане — одновременно и инициаторы, и одна из заинтересованных сторон.
- Возможность поделиться своим видением проблемы, влиять на принимаемые решения, тем самым улучшая их качество.
- Возможность поднять проблемный вопрос, который в дальнейшем найдет отражение в регламенте.
- Формирование городского комьюнити.
- Конечный результат — комфортный город, в котором хочется жить и из которого не хочется уезжать.



Польза для бизнеса

- Возможность напрямую с разработчиками обсудить все интересующие вопросы.
- Понимание ключевых потребностей горожан — пользователей и целевой аудитории бизнеса.
- Право оценить и описать администрации потенциальные сложности и риски.
- Возможность договориться о сроках переходного периода с администрацией.



Польза для администрации и разработчиков

- Снижение риска возникновения конфликтных ситуаций в процессе дальнейшей реализации.
- Общественная огласка стимулирует несогласных перейти в «лагерь» большинства.
- Выявление общественных настроений.
- Выявление ключевых запросов, местных особенностей.
- Настройка и отлаживание коммуникации с горожанами.
- Выявление городских сообществ.
- Потребительское отношение жителей к городу меняется на участливое.





Встречи с широким кругом общественности

Такая встреча проводится для широкого круга заинтересованных лиц, куда может прийти любой желающий, и знаменует начало работы над регламентом. Важно анонсировать мероприятие не позже, чем за неделю до его проведения и заранее открывать регистрацию, чтобы оценить количество участников.

Формат проведения: лекция+воркшоп.

Вводная лекция необходима, чтобы ввести присутствующих в курс дела, познакомить с ключевыми вопросами дизайн-кода, показать примеры из практики других городов. Хорошо, если лекцию прочтет специалист с опытом работы над дизайн-кодом.

Воркшоп предполагает работу участников в нескольких командах по 6–10 человек над практическим заданием. Это может быть характерный фрагмент городской улицы, где размещаются рекламно-информационные конструкции различной типологии, включая как отдельно стоящие, так и носители на зданиях. Работу каждой из групп может курировать модератор, который с помощью наводящих вопросов направляет ход беседы, дает возможность высказаться каждому из участников команды, а также фиксирует идеи, которые дальше пойдут в обработку командой проекта. Финальным результатом работы должна стать презентация наработок группы одним (двумя) участниками, сформулированные идеи и предложения. Во время проведения воркшопа необходимо понять, чего хотят горожане, прочувствовать общее отношение общественности к теме.



Кейс Курска

Во время первой встречи около 100 участников — архитекторов, общественников, равнодушных курян — обсудили в Солнечном зале городского комитета архитектуры и градостроительства, каким должен быть дизайн-код Курска. Мероприятие стартовало с лекции, рассказывающей о том, что такое ДК, доступным языком. Лекцию провела Ксения Деева — архитектор, ранее принимавшая участие в разработке дизайн-кодов для двух российских городов.

На воркшопе курянам предлагалось на примере знакового для города здания — гостиницы Центральной, объекта культурного наследия — разместить вывески на фасадах, рекламно-информационные конструкции на территории и оформить благоустройство. Многие высказались против штендеров и временных конструкций и за установку указателей в едином стиле. Кто-то говорил об обязательной архитектурной подсветке здания, кто-то о необходимости определиться со шрифтом вывесок, например, древнерусский стиль. Что касается прилегающей территории, предлагали использовать элементы озеленения в плитке, газонную траву вместо цветов, а многочисленные провода убрать под землю.

Эта встреча позволила понять: жители хотят, чтобы дизайн-код коснулся не только вывесок на здании, но и комплексного городского благоустройства. Куряне предложили уйти от процедуры согласования рекламно-информационных конструкций, а взамен разработать единый документ, регламентирующий шрифт, цвет, размер вывесок, входных групп. По словам советника губернатора Курской области Анны Коноваловой, «Мы пришли к выводу, что к разработке дизайн-кода нельзя привлекать одну организацию, потому что кто, как не жители города, может сказать, как должен выглядеть город. Мы планируем встречаться и с предпринимателями, чтобы узнать их мнение. Это переход к созданию народной стратегии. Мы должны сдвинуть акценты с бизнеса и власти на комфортную среду для жителей».



Встречи с предпринимателями

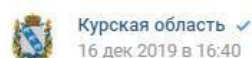


Общение с предпринимателями и представителями бизнеса — как местным, так и сетевым, крупным и малым — одна из важнейших составляющих разработки регламента. Эта категория стейкхолдеров чаще всего **настороженно** относится к внедрению документа, а представители малого бизнеса испытывают наибольшее число опасений и страхов перед дизайн-кодом. Поэтому важность общения и взаимодействия с бизнесом на всех этапах разработки и внедрения регламента, построения диалога, проведения просветительских лекций сложно переоценить. Встречи с представителями бизнеса дают представление, на что готовы пойти не только крупные торговые сети, но и представители малого и среднего бизнеса. К тому же, это возможность найти **единомышленников** — предпринимателей, готовых поддержать инициативу и на своем примере продемонстрировать эффекты внедрения дизайн-кода в пилотном режиме, еще до вступления документа в юридическую силу.

Формат проведения: лекция+world cafe.

Предприниматели — это достаточно занятые деловые люди, не всегда настроенные на формат интерактивного общения или воркшопа, но в большей степени **готовые задавать вопросы**, желающие озвучить свои условия. Именно поэтому крайне важно при общении с этой группой заинтересованных выстроить свою модель взаимодействия. **Формат мирового кафе** (world cafe) дает возможность ведения непринужденного общения, обсуждения широкого спектра вопросов в командах. Это универсальный способ выстроить диалог людям из разных профессиональных сфер. Такой способ коммуникации предполагает сфокусированное на конкретной теме, но при этом **неформальное общение**, что демонстрирует максимальную **открытость** будущего регламента для местного бизнеса.

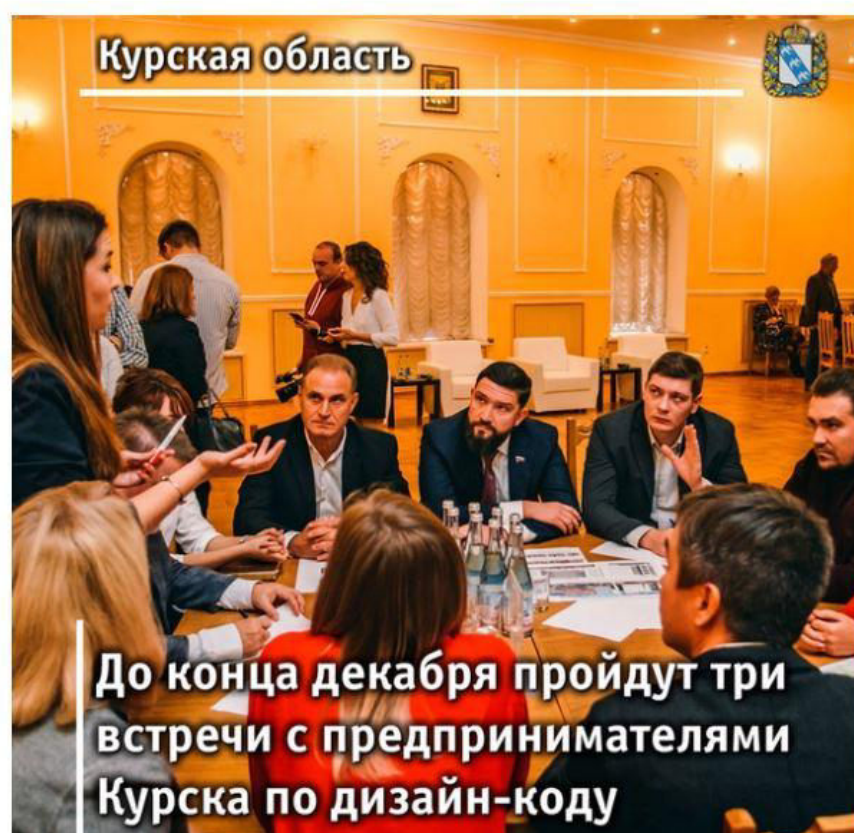
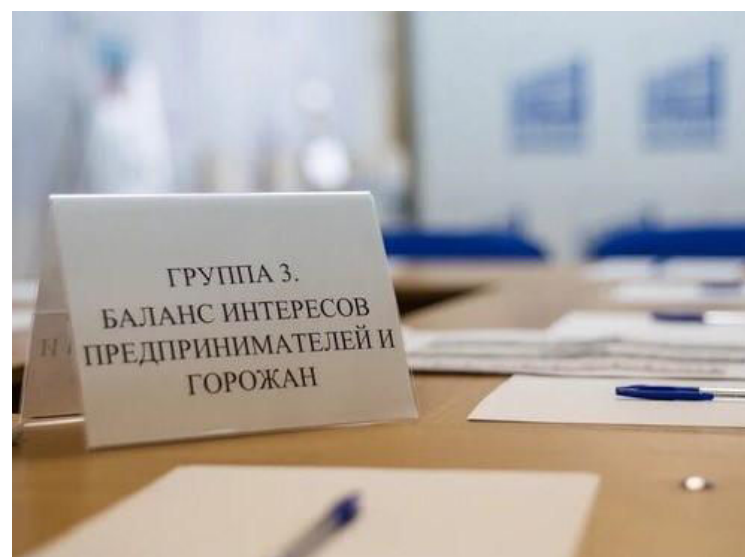
Для разных категорий бизнеса (малого, среднего, крупного, сетевого) лучше организовывать отдельные встречи, так как круг проблем для каждой из групп отличается. На мероприятиях рекомендуется привлечь к участию не только самих предпринимателей, но и представителей городской и региональной администраций.



До конца декабря пройдут три встречи с предпринимателями Курска по дизайн-коду. Свод правил обсудят в неформальной беседе в составе команд.

- ✦ Предприниматели Железнодорожного округа: 18 декабря – отель «Аквamarin» (ул. Интернациональная, д. 64, 2 этаж, конференц-зал).
- ✦ Предприниматели Центрального округа: 21 декабря – КГУ (ул. Радищева, 29, 5 этаж).
- ✦ Предприниматели Сеймского округа: 23 декабря – Областной дворец молодежи (ул. Белгородская, 14Б).

Начало – 12:00. Регистрация для участников – с 11:00. Вход свободный. 23 декабря будут подведены итоги работы трёх дней. #бизнес46 #Курск



Формат World cafe

Ключевые принципы проведения встреч в **формате World cafe**:

- Непринужденная атмосфера, лишенная официоза
- Активное участие каждого, вовлечение в обсуждение всех участников процесса
- Наводящие вопросы модератора, лишенные субъективных суждений
- Мозговой штурм, исключающий критику идей

Работу команд должны курировать **модераторы** — архитекторы, дизайнеры, общественники, потенциальные разработчики регламента с целью направить диалог в нужное русло, стимулировать дискуссию.

Работа делится на следующие этапы:

1. Введение, приветственное слово организаторов. Разбивка на группы (**количество групп определяется количеством вопросов к обсуждению**).
2. Начало работы в группах. Работу каждой команды координирует **модератор**, который в том числе **фиксирует идеи**, ключевые выводы в течение процесса. Удобно делать это на флипчарте или на листе ватмана, лежащем прямо на столе (как на скатерти, что изначально предполагал данный формат). На обсуждение отводится порядка 15—20 минут.
3. По истечении отведенного времени координатор встречи объявляет **смену состава** групп по часовой стрелке, и 1—2 участника от каждой команды переходят к следующим столам. За столом всегда остается модератор, который делится с новым составом команды результатами работы предыдущего. Также **за каждым столом закреплена одна тема**. Переходящие участники вносят в ее обсуждение иной взгляд, **свежие предложения**. Новые идеи удобно фиксировать маркером другого цвета. Но даже если во время обсуждения участники отходят от темы стола, модератор не должен останавливать подобные отступления. Напротив — следует фиксировать такие идеи, поскольку очень часто они дают новые импульсы к размышлениям, которые в дальнейшем будут полезны разработчикам. По команде ведущего происходит следующая смена участников. С каждым новым переходом отведенное время постепенно сокращается, в итоге до 3—5 минут. Количество переходов определяется количеством столов.
4. Участники возвращаются за свои столы, за которыми начинали работу. Команда подводит **итоги обсуждения**, участники выделяют ключевые идеи. Модератор или один из участников команды тезисно **презентует** результаты работы общей аудитории, в течение 3—5 минут. Все наработки команд, в том числе ватманы с набором идей **передаются разработчикам**.



Кейс Курска

Всего командой разработчиков дизайн-кода Курска было проведено 4 встречи с каждой из категорий предпринимателей. На первой встрече с крупным курским бизнесом, представителями сетевых российских магазинов лично присутствовал губернатор Курской области Р. В. Старовойт, глава города В. Н. Карамышев, представители городской и областной администраций.

Бизнес активно подключился к обсуждениям будущего регламента, внося свои предложения и инициативы. Один из предпринимателей предложил идею проведения в городе Курске «антирекламной терапии» — закрыть на время на одной из улиц или части улицы все рекламные конструкции.

В рамках обсуждений были заявлены 5 актуальных для бизнеса и города тем:

- «Дизайн-код для предпринимателей»,
- «Как облик города влияет на ведение бизнеса»,
- «Баланс интересов предпринимателей и горожан»,
- «Дизайн-код и культурное наследие»,
- «Сфера распространения будущего документа».



Встречи с профессиональным сообществом

Встречи со специалистами — дизайнерами, архитекторами, художниками, урбанистами, краеведами, приглашенными экспертами и т. п. — позволяют сформировать видение со стороны экспертного комьюнити. Это дает возможность поднять проблемные вопросы, сформулированные профессионалами. Специалисты в разных профессиях могут предоставить **помощь**, начиная с консультаций и заканчивая демонстрацией своих разработок и исследований.

Рекомендуется проводить **несколько встреч** с профессиональным сообществом, каждая из которых может быть посвящена отдельной теме.

Формат проведения: лекция+воркшоп+открытый микрофон (дискуссия)

Для **знакомства** с местным профессиональным комьюнити необходимо провести вводную лекцию и встречу в формате **«открытого микрофона»**, куда сможет прийти любой желающий и вынести свои предложения, идеи. В начале встречи важно прочитать небольшую лекцию на тему дизайн-кода, рассказать о структуре документа, поделиться имеющимися наработками.



Кейс Курска

Во время первой встречи с профессиональным сообществом на площадке открывшегося Центра компетенций проектная команда презентовала наработки будущего дизайн-кода: структуру документа, его задачи, состав разделов.

В финале встречи жители имели возможность задать любые интересующие вопросы, дополняющие понимание дизайн-кода, а также выступить с идеями и поделиться своим видением затрагиваемых дизайн-кодом тем.

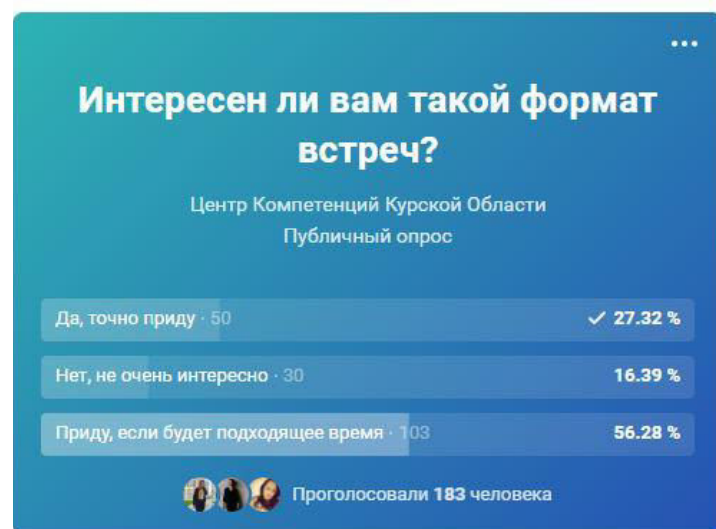
Центр Компетенций Курской Области
4 янв 2020 в 20:15

Всем привет. Как мы и обещали, совсем скоро в нашем «Центре» состоится встречи со всеми неравнодушными жителями города.

Предлагаем сделать первую встречу в режиме открытого микрофона, где каждый сможет высказать свои идеи, поделиться своими переживаниями, познакомиться с командой «Центра компетенций».

Со своей стороны обещаем вкусный кофе и максимальную открытость. Осталось только решить два вопроса: «Интересен ли вам такой формат?», «Когда удобнее назначить первый открытый микрофон?».

Голосуем и обсуждаем в комментариях.



ЦЕНТР КОМПЕТЕНЦИЙ КУРСКОЙ ОБЛАСТИ

ФОРМАТ ОТКРЫТОГО МИКРОФОНА

КАК ЭТО БУДЕТ?
Узнайте и поделитесь своим мнением о будущем дизайн-кода. Обсудите интересные вопросы.

ВСТРЕЧА С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

- ОБСУЖДЕНИЕ БЛАГОУСТРОЙСТВА
- ДИЗАЙН-КОД
- ЗНАКОМСТВО С ЭКСПЕРТАМИ

25 ЯНВАРЯ
НАЧАЛО В 12-00
РАДИЩЕВА 66А

E-MAIL: CENTR.KURSK@GMAIL.RU

Обсуждение дизайн-кода с представителями профессионального сообщества

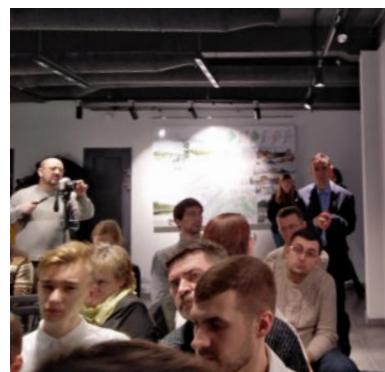
В 2019 году специалисты «Центра компетенций» провели несколько встреч с представителями профессионального сообщества, архитекторами, дизайнерами, урбанистами, краеведами, приглашенными экспертами.

Для участия в этой встрече мы приглашаем:

- Активных жителей города
- Архитекторов
- Дизайнеров

8 февраля
Начало в 13-00

Адрес: улица Радищева, 66А



Следующие встречи важно посвящать конкретным темам дизайн-кода. К обсуждению вывесок и отдельно стоящих информационных конструкций следует привлечь графических дизайнеров, представителей рекламных компаний, к дискуссии о правилах озеленения — местных ландшафтных дизайнеров, а также сотрудников Зеленстроя, комитета экологии и т. п.



На встрече, посвященной правилам размещения информационных конструкций на зданиях и оформлению элементов фасадов, обсуждалась актуальная для города тема «кусочной» отделки фасадов и размещения вывесок на фризе.

В качестве примера местным экспертам было предложено обсудить стилобат здания на центральной улице Ленина, где размещаются несколько арендаторов торговых помещений и заведений общепита, каждый из которых оформил входную группу и витрину в своем стиле, в разных материалах, в соответствии со своим видением. Та же самая проблема касалась вывесок на фризе здания с подложками разных цветов и размеров, буквами в несколько строк активных цветов, — что в комплексе диссонировало с самой архитектурой здания.

Во время этой встречи специалистам Центра было важно понять мнение городского экспертного сообщества: что с точки зрения местных специалистов больше подходит виду Курских улиц: единое оформление входных групп в соответствии с изначальной, пусть и не самой знаковой и яркой, архитектурной задумкой или индивидуальные стилистические решения для каждого входа, которые несколько разнообразят городскую среду, но при этом вносят визуальный шум.

Обсуждение проходило в нескольких группах по 4–6 человек, куда входили архитекторы, дизайнеры, урбанисты и представители рекламных компаний. Перед глазами присутствующих лежали фотографии существующей ситуации, а также предложения с фотомонтажами, демонстрирующими приведение входов и витрин к единому стилю и порядку.

По завершении группы демонстрировали свои предложения, выносили комментарии по материальному, визуальному исполнению и в итоге пришли к общему мнению: в рамках одного здания оформление фасада необходимо выполнять в одних материалах, в едином стиле. Специалисты сошлись во мнении, что фриз как архитектурный элемент должен иметь единый цвет и материал — в соответствии с изначальным архитектурным проектом, а не разбиваться на несколько отличных друг от друга участков. Вывески в рамках здания следует изготавливать одного типа, схожего внешнего вида и близкого, гармоничного цветового решения.



Существующее положение



Предложение к обсуждению

Формирование единой платформы по внесению идей от профессионального сообщества

Общение с профильными специалистами не следует ограничивать только лишь форматом встреч. Очень важно, чтобы представители профессионального сообщества имели возможность на протяжении всего процесса разработки дизайн-кода делиться своими идеями, вносить предложения касательно содержания будущего регламента.

Такой платформой в широком понимании как пространства для озвучивания идей, прямой коммуникации профессионального сообщества со стороной разработчиков может стать региональный Центр компетенций. Причем возможны как онлайн, так и офлайн-форматы взаимодействия, включая ведение страниц и групп в соцсетях, проведение опросов и анкетирование.

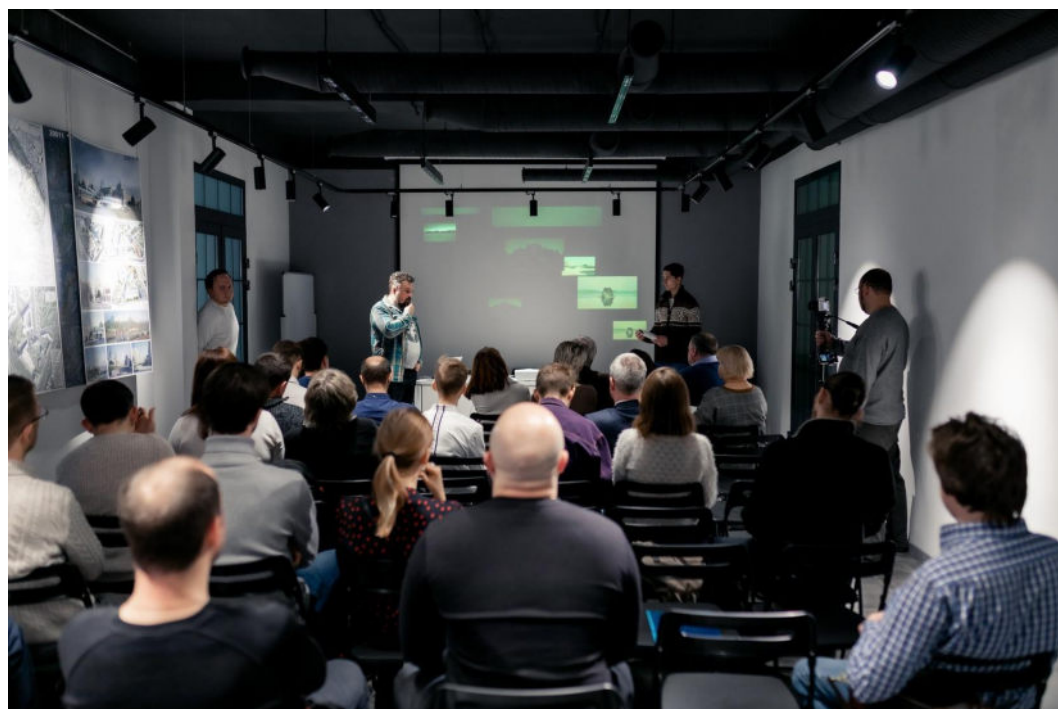
Включенность в проектный процесс, возможность влиять на результат работы, видеть обратную связь мотивирует местных экспертов к дальнейшему участию и активному взаимодействию с прямыми разработчиками. Самые популярные, часто упоминаемые идеи и предложения, актуальные вопросы важно выносить отдельными постами с комментариями ведущих специалистов проекта, использовать их в дальнейшем и включать в состав документа.

Ассоциирование дизайн-кода с конкретными людьми в городе, «амбассадорами» проекта, будь то активисты-общественники, эксперты в области архитектуры, градостроительства, дизайна или представители власти, положительно сказывается на ходе проекта, его продвижении в том числе в медиа-пространстве.

Кейс Курска

Для города Курска такой площадкой офлайн-общения стал Центр компетенций развития городской среды Курской области. Центр курировал обсуждения с общественностью, организовывал личные встречи с местными архитекторами, дизайнерами, поддерживал диалог с жителями в информационном пространстве и одновременно выступал в качестве прямого разработчика регламента.

Также сообщество Центра компетенций в социальных сетях стало основным онлайн-каналом коммуникации с общественностью, платформой обратной связи, сбора отзывов и проектных предложений.



Поддержка темы дизайн-кода в информационном пространстве

Публикации в прессе, сюжеты на телевидении помогут подключить к процессу более возрастную аудиторию, а также подробнее рассказать о деталях проекта. Полезно будет познакомить горожан с разработчиками проекта, взять интервью у экспертов. Так жители смогут получить информацию о ходе проекта «из первых уст».

Ключевую роль в освещении проекта и коммуникации между всеми участниками играют социальные сети. На всех этапах процесса через официальный аккаунт проекта дизайн-кода должно проходить анонсирование встреч, подведение их итогов, информирование о разного рода событиях, активностях, текущих проектных этапах и т. п.

Виды и тематика публикаций на разных этапах могут распределяться следующим образом:

Предпроектный этап

- Аналоги дизайн-кодов других городов
- «Ликбез» — рассказ о целях и смыслах внедрения дизайн-кода, его положительных эффектах
- Сбор идей от жителей
- Анкетирование и опросы
- Интервью с предпринимателями
- Общение с жителями, ответы на интересующие горожан вопросы

Этап разработки

- Сбор информации о городских проблемах и диссонирующих элементах среды от жителей
- Публикация результатов исследования разработчиками существующих проблем городской среды
- Интервью с разработчиками, «амбассадорами» проекта
- Открытые обсуждения решений дизайн-кодов других городов
- Анализ отличительных особенностей дизайн-кодов разных городов, комментарии к ним
- Фотографии реализации идей дизайн-кодов из практики российских и зарубежных городов

Этап внедрения

- Еженедельные дайджест-публикации ключевых событий и изменений в городской среде
- Рубрика «было — стало» с фотографиями реализованных изменений
- Анонсирование встреч с предпринимателями и собственниками зданий по конкретным зданиям (например, на этапе реализации пилотного участка)
- Публикации наглядных алгоритмов о необходимых шагах по приведению фасадов и рекламно-информационных конструкций в соответствие требованиям дизайн-кода

Центр Компетенций Курской Области запись закреплена
8 окт в 12:32

Часто поступают вопросы от предпринимателей относительно правильности размещения вывесок и сроков на приведение их в соответствие.

Сделали вам подсказку-алгоритм, как заменить вывеску. И о необходимых для этого шагах.

Здесь можно почитать о правилах благоустройства и о дизайн-коде. Прикрепляем оба документа

ЧТО МНЕ ДЕЛАТЬ С ВЫВЕСКОЙ?

- 1 Ознакомиться с регламентом дизайн-кода
- 2 Изучить правила благоустройства и понять в чем ваша вывеска не соответствует требованию
- 3 Обратиться к специалистам (архитекторы, дизайнеры и рекламные фирмы)
- 4 Подготовить дизайн-проект

Если бизнес расположен на пилотном участке, привести в соответствие необходимо **до 16 ноября**

Для предпринимателей на остальных участках — **до 18 февраля 2021 года**

Если у вас возникли вопросы, вы можете написать на почту комитету архитектуры либо нам

komarh@mail.ru ckr46@yandex.ru

Дизайн-Код Курска. 1-2 книги.pdf
63.9 МБ


Правила благоустройства .pdf
7 МБ

14 38 4 1.2K

Центр Компетенций Курской Области
15 окт в 11:56

Рубрика «Было-Стало».

Вывеска «Центральной оптики» теперь выглядит так.



Собрали важные события за неделю, связанные с изменениями во внешнем облике города.

ДАЙДЖЕСТ СОБЫТИЙ НЕДЕЛИ
11-18 ОКТЯБРЯ

НАЧАТА РАБОТА ПО РЕСТАВРАЦИИ АРЧНЫХ ВОРОТ НА ЛЕНИНА
Вместе со «Внешним рынком» и «Центральной оптикой» — начался капитальный ремонт арочных ворот на Ленина.

ДЕМОНТИРОВАН БАННЕР РАЙФАЙЗЕН БАНКА НА КРАСНОЙ ПЛОЩАДИ
В дальнейшем конструкция будет использоваться как элемент внешнего облика.

НАЧАТ ДЕМОНТАЖ ЭКРАНА НА КРАСНОЙ ПЛОЩАДИ, 6
Этот экран из этапа реконструкции фасада здания на Красной площади.

ЦЕНТРАЛЬНАЯ ОПТИКА ПРОВЕЛА РАБОТУ ПО СМЕНЕ ВЫВЕСКИ
До 16 ноября будут приведены в порядок все рекламные вывески пилотного участка.

РАБОЧЕ ЗАКОНЧИЛИ РЕМОНТ ФАСАДА ЗДАНИЯ «ШЕСТЕРКИ»
До завершения проекта исполнить демонтировать рекламный экран и установить демонтированные элементы для реконструкции.

Акции и инфоповоды

Городские акции и эксперименты стимулируют интерес жителей, демонстрируют наглядные положительные эффекты внедрения регламента, дают старт положительным преобразованиям.



Кейс Курска

Городская антирекламная терапия

На одной из центральных улиц города все коммерческие вывески и баннеры были завешены зелёной пленкой, чтобы продемонстрировать улицу без рекламы. Эксперимент был призван показать жителям города и бизнес-сообществу необходимость введения дизайн-кода для внешнего облика улиц. Идея возникла у одного из предпринимателей во время общественных обсуждений. Бизнесмен предложил временно закрыть рекламу на зданиях, чтобы наглядно продемонстрировать, насколько ее много на городских улицах.

Аналогичные проекты ранее были реализованы в странах Европы. Курск стал первым городом в России, где прошла подобная акция.

«Предприниматели с интересом восприняли этот социальный эксперимент. Бизнес всю жизнь «мерялся» вывесками и их форматами. Этот эксперимент позволяет побыть в новых условиях и выяснить, можно ли донести необходимую информацию до потребителей, не выходя за дизайн-код. Важно, чтобы интересы бизнеса не были нарушены, предприниматели и дальше будут приглашаться для разработки дизайн-кода», — высказался уполномоченный по защите прав предпринимателей Курской области Денис Водопьянов.



Публичная презентация проекта

Публичная презентация готового регламента жителям должна проходить в максимально открытом формате, с привлечением СМИ. Вариант онлайн-трансляции с возможностью обратной связи, вопросов разработчикам является наиболее оптимальным и удобным.



Курская область

15 июн в 10:35



Прямая трансляция презентации дизайн-кода города Курска. Начало в 18:00.

#комфортнаясреда #Курск



Прямая трансляция Презентации дизайн-кода города Курска

19 888 просмотров



ПРЕДПРОЕКТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ





Учет специфики устройства системы городских улиц, ее типологии, транспортной схемы

Строгость предъявляемых требований к оформлению фасадов и рекламно-информационных конструкций зависит от категории улицы, на которой располагается здание. Поэтому необходимо выделить типологии улиц в соответствии со степенью интенсивности пешеходных потоков, транспортной активности, шириной профиля и т. п.

Важно определить видовые улицы, откуда раскрываются характерные, знаковые городские панорамы, улицы, которые первыми видят гости города и которые дают представление о городе в целом. Также не стоит забывать об исторических улицах, которые хранят в себе аутентичную атмосферу города, *genius loci* (гений места). Регламент для улиц в городском историческом центре должен предусматривать более строгие требования, рекомендовать вывески меньшего размера, которые не нарушают архитектуру зданий. В то время как вывески на зданиях в периферийной части города могут быть крупнее и даже иметь подложки.



Кейс Курска

Для того чтобы дизайн-код города Курска был гибким и максимально отвечал специфике устройства города, в нем выделено 4 зоны строгости регламентации:

- улицы типа 1 в культурно-исторической зоне — и внутри этого типа подтип 1.1 улиц строгой регламентации, с наиболее жесткими требованиями,
- улицы типа 2 в видовой зоне, формирующие ключевые транспортные потоки (в том числе общественного транспорта), а также знаковые городские панорамы,
- улицы типа 3 в периферийной части города — в жилой и промышленной застройке города вне культурно-исторической зоны.

Тип 1

Улицы в культурно-исторической зоне

Улицы в центральной части города с исторической застройкой, с высоким потенциалом использования первых этажей под коммерцию, бизнес и уличный ритейл

Интенсивность пешеходных потоков — высокая
Транспортная активность — высокая

Тип 1.1

Улицы строгой регламентации

Улицы в центральной части города, на которую распространяются наиболее строгие требования регламента

Интенсивность пешеходных потоков — высокая
Транспортная активность — высокая

Тип 2

Улицы в видовой зоне

Основа уличного планировочного каркаса города — коннекторы, формирующие ключевые транспортные потоки (в том числе общественного транспорта), а также знаковые средовые панорамы. Место концентрации ТЦ и коммерческих объектов

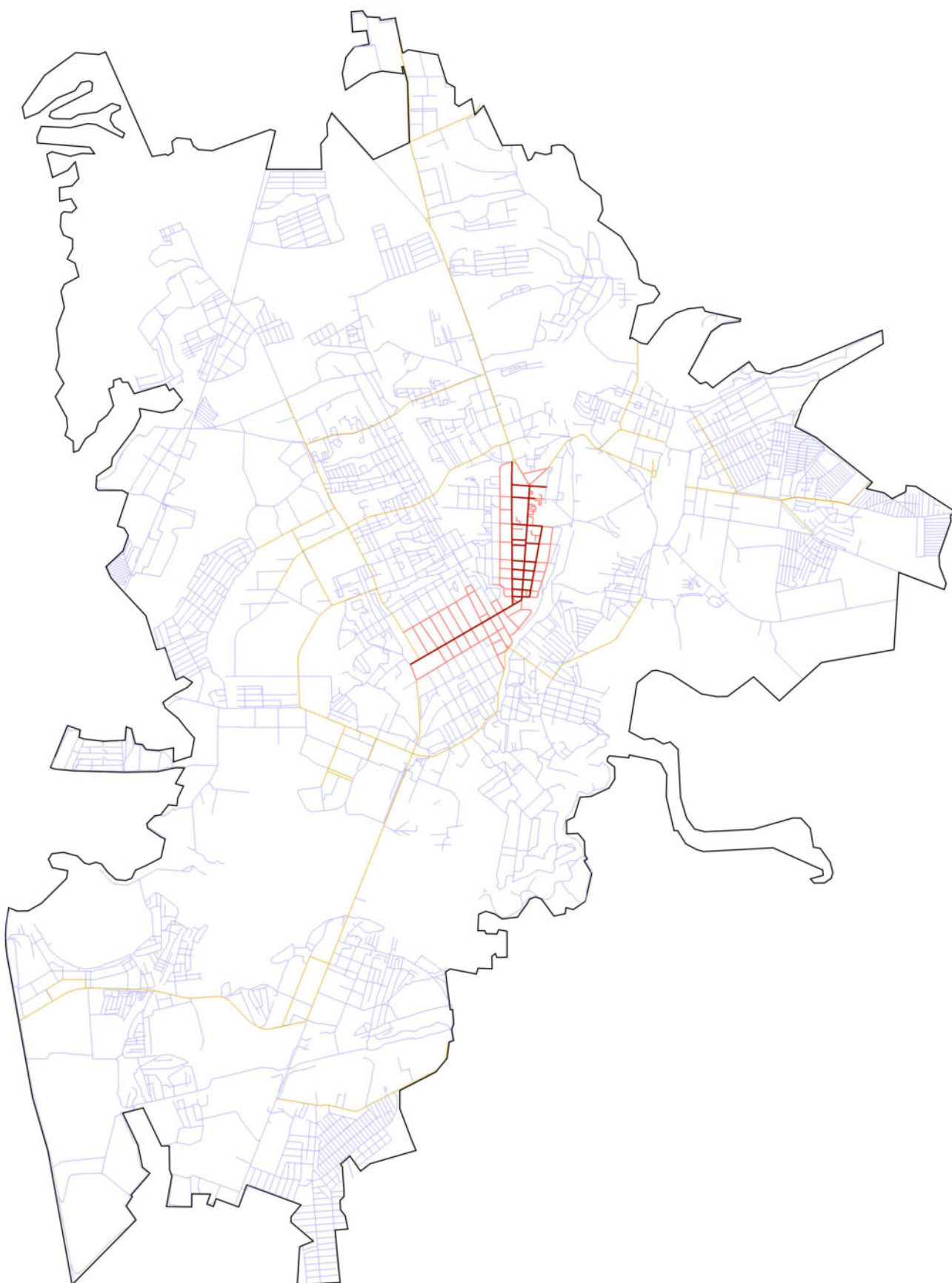
Интенсивность пешеходных потоков — высокая / средняя
Транспортная активность — высокая

Тип 3

Улицы в периферийной части города

Улицы в жилой и промышленной застройке города вне культурно-исторической зоны

Интенсивность пешеходных потоков — средняя / низкая
Транспортная активность — средняя / низкая



Ландшафтно-визуальный анализ. Учет местных особенностей и архитектурного облика города.

Выявление типов зданий

Каждый город имеет свою специфику архитектурно-художественного облика. Она определяется отличающуюся наличием характерных для сложившейся пространственной среды объектов: культурного наследия, памятников деревянного зодчества, зданий диссонирующего внешнего вида современной застройки и т. п. Необходимо проявить эти особенности, обозначить проблемные аспекты и учитывать их в дальнейшем.

Визуальный анализ городской среды на этапе предпроектного исследования также должен включать определение высотных и градостроительных доминант, знаковых городских панорам и точек, откуда открываются виды — «визитные карточки» города.

Выявление типов зданий по функциональному назначению позволяет определить необходимость вариации степени строгости требований к оформлению фасадных элементов и рекламно-информационных конструкций, а также к их размещению. Например, требования дизайн-кода к зданиям торговых центров предполагают более широкий спектр возможностей размещения вывесок и рекламных элементов и их большие габариты. В то время как для зданий-объектов культурного наследия требования к вывескам жестче — как к размерам, так и к их внешнему виду: цветового исполнению, типографике, колористике.



Кейс Курска

В дизайн-коде Курска акцент сделан на проработку правил для зданий ТЦ. Это объясняется тем фактом, что Курск является одним из самых обеспеченных городов по количеству торговых площадей на душу населения с показателем 841 кв. м на 1 тысячу жителей, что выше чем в Москве (502 кв. м на 1 тыс. жителей) и даже чем в Мадриде (726) и Милане (400).

Для зданий торговых центров необходима разработка дизайн-проект. Его нужно согласовать с Комитетом архитектуры и градостроительства. В состав дизайн-проекта размещения информационных конструкций должны входить чертежи всех фасадов здания, с указанием места, размеров, типа конструкции, материалов отделки и цветовых решений, а также подсветки всех рекламно-информационных конструкций.

Анализ стратегии развития города

Разработчикам полезно изучить общую стратегию развития города, программы и проекты, планируемые к реализации. Это важно для дальнейшей синхронизации внедрения дизайн-кода с программами по капитальному ремонту зданий, ремонту дорог, сетей и т. д.

Существующие городские архитектурно-строительные нормы, нормативно-правовые акты, включая Правила благоустройства муниципального образования, Правила землепользования и застройки, Генеральный план и т. д. также будут служить основой для первоначальных работ.

Анализ доступности городской среды для МГН

Дизайн-код среди прочего предусматривает систематизацию норм по обеспечению безбарьерной среды для маломобильных граждан и включение этих правил в городское благоустройство: устройство навигационных элементов, знаков для слабовидящих, тактильных наземных указателей, надверных знаков для слабовидящих, организацию входных групп в здания, нормативных пешеходных переходов и т. д.



Анализ существующих проблем городской среды

Информационный шум и визуальное загрязнение городской среды и зданий

Обилие информационных конструкций (вывесок, баннеров, указателей) избыточных габаритных размеров, их беспорядочное и бесконтрольное размещение на зданиях, нелегальная реклама являются важнейшими вопросами, с которыми борется регламент. Разнотипные входные группы, диссонирующие цвета вывесок, баннеров, отсутствие единой отделки, общей цветовой гаммы при оформлении информационных конструкций в рамках одного фасада приносят в городскую среду визуальный хаос.

Для наглядной демонстрации существующих проблем важно их систематизировать и для каждого раздела приводить свою подборку отрицательных примеров с описанием конкретных ошибок.

Пример анализа настенных вывесок в городской среде Курска



Вывески размещаются в несколько рядов, на 2-м и 3-м этажах, подложки и знаки кричащих цветов не сочетаются, что вместе с обилием информации создает визуальный шум на и так слишком ярком фасаде здания



Вывески на подложках ярких цветов закрывают архитектурные элементы и разрушают цельное восприятие здания. Изящные детали и красивые пропорции скрыты под обилием кричащей рекламы и вывесок

Определение существующих видов рекламно-информационных конструкций

Состоит в изучении существующих типов информационных носителей в рамках зданий и отдельно стоящих конструкций (рекламных, навигационных, информационных): вывесок различных видов, афиш, табличек, видеоэкранов, баннеров, адресных табличек (аншлагов), памятных табличек, крышных конструкций и т. д.

На основе этих данных должны разрабатываться правила для стандарта оформления и размещения информационных конструкций на фасадах зданий, а также для стандарта оформления и размещения рекламно-информационных конструкций в городской среде.

Определение видов размещаемой на вывесках информации

Очень часто на вывесках незаконно размещается информация, которая по сути является рекламной: номера телефонов и адреса сайтов организации, цены на товары, слоганы, надписи «аренда» и т. д. Дизайн-код призван упорядочить законное размещение информации на зданиях, предполагая расположение рекламных носителей в качестве витринного оформления с соблюдением четких требований.

Благоустройство городской среды

Включает анализ УДС (ширины профиля улиц, в том числе тротуаров, зеленых полос, наличия парковок, велоинфраструктуры), качества и эстетической привлекательности малых архитектурных форм, уличной мебели, остановок общественного транспорта, НТО.

Эти данные служат основой для правил стандарта оформления и размещения элементов городской среды. Раздел описывает требования к внешнему виду и размещению элементов благоустройства.

Доступность городской среды для МГН

Этот критерий определяется безбарьерностью среды: наличием непрерывных пешеходных маршрутов, съездов с тротуаров на пешеходных переходах, доступных для МГН входных групп с пандусами (с соблюдением нормативного уклона) или съездами в уровень с тротуаром, поручнями.



Анализ данных встреч с жителями

Работа над проектной территорией во многом на основе анализа данных встреч с жителями и профессиональным сообществом. Материалы и результаты таких собраний направляют в обработку специалистам, которые занимаются написанием документа.

Выявление существующих злободневных городских проблем посредством Интернет-платформы

Социальные сети так же, как и интервью жителей, дают представление о проблемах существующего положения. Активные горожане, резиденты, общественники охотно подключаются к обсуждению проблем среды, о которых знают не понаслышке. Сайт проекта, страницы в социальных сетях, где люди делятся своими замечаниями и пожеланиями, могут стать подспорьем для анализа существующего положения разработчиками.

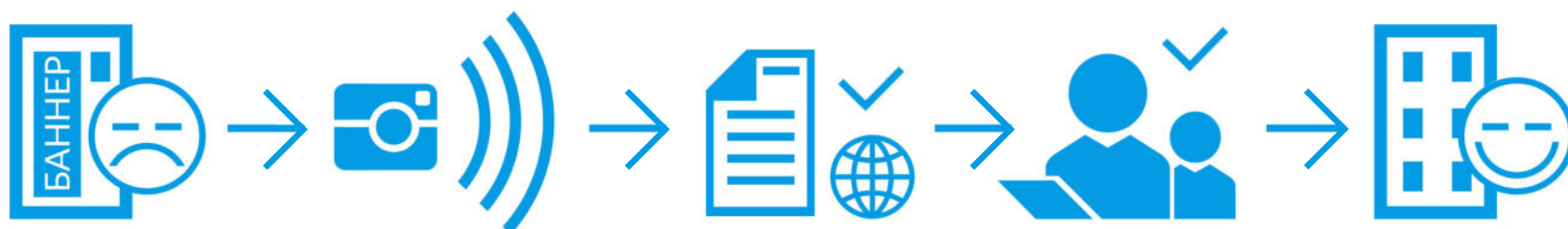


Кейс Курска

Такими ресурсами в городе стали онлайн-платформа «среда46», а также страницы Центра компетенций во «в контакте», instagram и facebook.

Принцип функционирования онлайн-платформы

- 1 Горожанин замечает диссонирующий элемент на здании или в городской среде (неуместную пеструю вывеску избыточных размеров, баннер и т. д.)
- 2 Фотографирует элемент
- 3 Загружает фото с описанием или конкретным предложением по решению проблемы, идеей преобразования города на платформу
- 4 Предложение с изображениями поступают проектной команде, которая разрабатывает комплексное решение проблемы / включает идею в текст дизайн-кода и описывает их в регламенте
- 5 При возможности диалога с собственником конструкции проблема устраняется, при несогласии — будет устранена уже после вступления дизайн-кода в юридическую силу (на этапе внедрения).





Сбор исторических данных. Посещение краеведческого музея

Легенды, местные праздники, символы, стиль одежды, народное творчество и промыслы — это именно те характерные черты, которые выделяют конкретный город среди остальных. Подобные детали задают уникальную специфику местности, формируют ее идентичность. В поиске таких особенностей поможет посещение краеведческого и археологического музеев, библиотек, изучение архивных исторических данных, документов, фотографий, картин, просмотр фильмов, а также чтение художественных произведений, связанных с городом.

Полезными для дальнейшего понимания идентичности городской среды могут стать исторические данные о характерных местных элементах: орнаментах, материалах отделки, колористике зданий.

Общение и прогулки с краеведами, местными специалистами

Идентичность города необходимо искать на исторических фотографиях, в архивных источниках, художественных произведениях, а также в сохранившемся архитектурном наследии. Беседы с краеведами и местными архитекторами, совместные прогулки по городу дают возможность узнать много нового об особенностях города, его истории, контексте, изучить детали, задать интересующие вопросы. Подспорьем для понимания атмосферы, особенностей места станет изучение сохранившегося архитектурного наследия.

Полученная информация должна стать основой, отличительной чертой регламента каждого конкретного города или же быть оформлена отдельным приложением.



Кейс Курска

В городе Курске представлено большое количество зданий советской эпохи с характерными для них архитектурными элементами (барельефами и мозаиками). Они вынесены в отдельный вид элементов фасадов — суперграфику, описанную в составе второй книги.

Образ города в понимании жителей

Этот сложный аспект проявляет особенности самоидентификации жителей, дает представление о городе через призму субъективного восприятия, детали, черты, определяющие самобытность города, его «имидж» в глазах горожан, что дает городу возможность быть узнаваемым среди других. Это важно для понимания, какой образ город способен и желает транслировать миру.

Проявляться такой образ может как через материальные, так и нематериальные черты.

Нематериальные

- природные особенности (климат, рельеф),
- исторические события,
- особенности быта,
- традиции,
- народные промыслы

Материальные

- элементы декора (орнаменты, рисунки),
- городские символы (в т. ч. геральдика),
- исторические здания, памятники, места



РАЗРАБОТКА РЕГЛАМЕНТА



Определение команды разработчиков



Важный принцип работы над регламентом — формирование команды специалистов, которая должна включать:

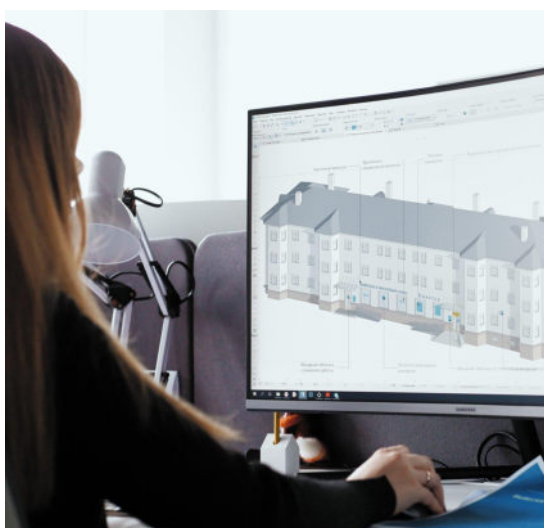
- непосредственных разработчиков книг дизайн-кода. Эту роль могут выполнять региональные Центры компетенций, приглашенные архитектурные и дизайнерские бюро, фирмы, студии, а также местные архитекторы и дизайнеры или консорциум местных и привлеченных специалистов;
- региональные и городские профильные комитеты. Такие специалисты помогут учесть особенности городского планирования и устройства в процессе создания документа, а далее на этапе реализации проекта будут контролировать исполнение регламента и выдавать предписания;
- местных профильных специалистов. В каждом городе существует профессиональное комьюнити архитекторов, проектировщиков, дизайнеров, краеведов, которые могут вносить ценные комментарии, идеи и даже делиться собственными наработками.

Важно понимать, что написание самих книг дизайн-кода — это только часть долгого проектного пути, и недостаточно лишь создать сам документ — необходимо совместно построить рабочий механизм его дальнейшего внедрения. В каждом из городов срабатывают индивидуальные методики дальнейшего развития проекта.

Кейс Курска

Дизайн-код для Курска разработан без привлечения подрядчика, силами Центра компетенций развития городской среды Курской области, который в том числе координировал процесс вовлечения в разработку местных профильных специалистов, а также всех небезразличных жителей. При этом создавался документ вместе с предпринимателями, в ходе живых обсуждений.

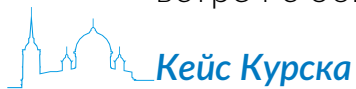
Таким образом, региональный Центр компетенций выступил в роли и непосредственного разработчика, и медиатора процессов соучастия, а также коммуникации и взаимодействия со всеми участниками проекта: Комитетом архитектуры и градостроительства, Управлением по охране объектов культурного наследия, Управлением муниципального контроля, Комитетом экологии и т. д.



Анализ собранных данных командой разработчиков

Данные прошедших встреч с общественностью необходимо направлять в обработку проектной команде. На их основе полезно составлять графики, наглядные схемы, демонстрирующие основные выводы. Таким образом, идеи горожан находят отражение в тексте регламента.

Кроме того, разработчики будущего документа могут выступать в качестве модераторов встреч с общественностью и приглашенных экспертов на обсуждениях.



Ниже приведен один из примеров подобной систематизации и обработки информации, полученной в процессе общественных обсуждений с предпринимателями.

Внедрение дизайн-кода. Что думает бизнес?

Представители крупных торговых сетей настроены положительно и ждут внедрения дизайн-кода



Представители федеральных торговых сетей уже имеют опыт работы с дизайн-кодом в других городах



У представителей малого бизнеса наибольшее число опасений и страхов перед дизайн-кодом



«Ну наконец-то!..»

«Каждая сеть имеет в штате специалистов, оформляющих вывески в соответствии с требованиями регионов»

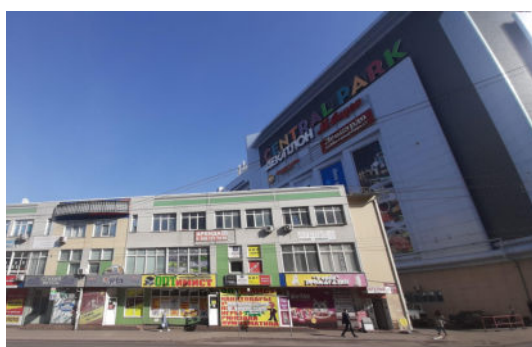
«Уберите вывески, наружку — и вы убьете малый бизнес»

Ожидания предпринимателей от внедрения дизайн-кода

Комфортная улица станет привлекательней для пешеходов



Создание равных конкурентных условий для всех предпринимателей



Администрация поможет бизнесу разобраться с требованиями и установит адекватный переходный период



«Обилие рекламы не устраивает всех»

«Мы за равенство предпринимателей, будь то салон федеральной сети или начинающий бизнесмен»

«Готовы меняться, но нам необходимы время и поддержка власти»



Взаимодействие и плотное общение с городскими профильными комитетами

Взаимодействие с региональными и городскими профильными специалистами подразумевает коммуникацию разработчиков с комитетами Архитектуры, ЖКХ, городского хозяйства, экологии, Управлением по охране объектов культурного наследия, Зеленстроем и т. п. Именно эти специалисты помогут сделать документ максимально приближенным к городским реалиям, учесть все нюансы и особенности, а значит, в дальнейшем регламент будет достаточно просто и безболезненно внедрить.



Кейс Курска

Одновременно и параллельно с разработкой стандарта дизайн-кода Курска, представляющего текст, дополненный таблицами и наглядными схематическими иллюстрациями (аксонометриями, фрагментами фасадов), городской комитет Архитектуры вел работу над включением этих норм в Правила благоустройства, позволяющий юридически закрепить регламент. Этот процесс включал регулярные встречи разработчиков со специалистами администрации и обсуждение принятых решений.

Личные встречи с заинтересованными горожанами

Общение с заинтересованными сторонами не ограничивается лишь этапом анализа и предпроектного исследования. На протяжении всего процесса разработки важно презентовать решения жителям, подключать их к обсуждениям — как очно, так и через соцсети. Чаще всего, на этапе разработки ценные корректировки и комментарии могут внести представители профессионального сообщества, а также рекламных агентств.

Фотопривязки и фотомонтажи

Для наглядной демонстрации картины грядущих изменений, эффектов внедрения ДК очень важны фотомонтажи и фасадные схемы размещения рекламно-информационных конструкций. Далее эти материалы, описывающие основные принципиальные решения дизайн-кода, лягут в основу архитектурно-художественных концепций городских улиц.

Таблицы и инструкции, наглядные схемы и изображения

Дизайн-код должен быть максимально понятным любому жителю, предпринимателю или представителю рекламной компании. Именно это и отличает его от тех же правил благоустройства, написанных в большей степени юридическим языком. Именно поэтому необходимо, чтобы он содержал:

- наглядные схематические изображения, сопровождающие правила;
- простые инструкции и алгоритмы (например, несколько шагов по выбору вывески на здании),
- наглядные таблицы с указанием нормативных габаритов носителей в зависимости от типа улицы и типа здания, на котором планируется размещение информационной конструкции и т. д.

Поиск эталонных примеров

Материалы, демонстрирующие успешные решения, наглядно иллюстрируют прописанные правила. Полезно снабжать изображения текстовым описанием с объяснением, почему такое решение выглядит удачно. Подборка эталонных решений может включать примеры как в рассматриваемом городе, так и в других городах. Для поиска эталонных примеров следует обратить внимание на города, в которых дизайн-код уже действует. На данный момент это Москва, Ижевск, Краснодар, Тверь, Саратов, Белгород, Новосибирск, Калининград, Иваново. Оценкой примеров, взятых в городской среде, на предмет их эталонности, должны заниматься разработчики и иные представители профессионального сообщества. Также следует обратить внимание на города с наивысшим Индексом качества городской среды (в первую очередь по показателю качества общегородского пространства).



Кейс Курска

Каждый раздел дизайн-кода завершает подборка примеров (как положительных, так и отрицательных), взятых в городской среде Курска, с комментариями по поводу успешности или неудачности решений. А также *best practices* — фото, демонстрирующие эталонные мировые и российские аналоги различных видов элементов.



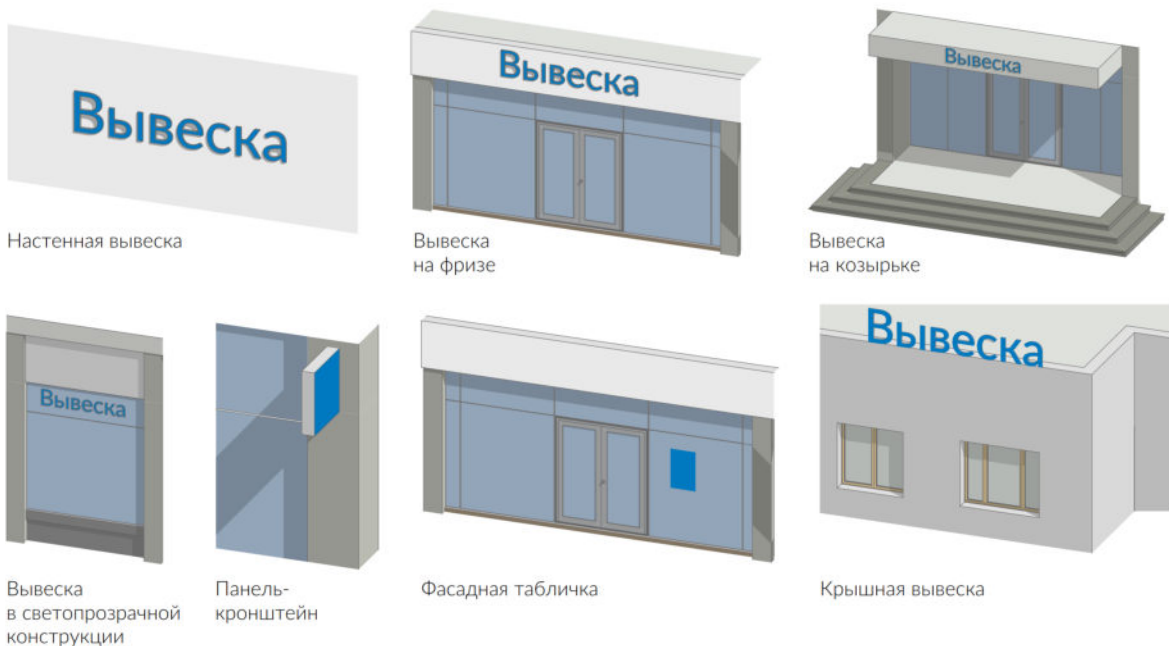
Стандарт оформления и размещения информационных конструкций на фасадах зданий

Основные цели Стандарта:

- снижение уровня визуального шума в городе,
- упорядочение размещения информационных конструкций в рамках зданий,
- гармонизация внешнего вида вывесок (материала исполнения, колористики, типографики) в соответствии с внешним видом зданий,
- разработка простых и понятных для понимания правил установки и согласования вывесок.

Выделение типологии разрешенных и запрещенных рекламно-информационных конструкций

Типология допустимых к установке на зданиях информационных носителей должна учитывать возможные варианты их размещения в рамках фасада. Необходимо, чтобы для вывесок на зданиях были отведены специальные места в габаритах «зеленого поля» (наподобие разлиновки прописей), где могут размещаться вывески. Неупорядоченное расположение информации на стенах не над проемами, на глухих торцах, на балконах, архитектурных элементах, подвесные конструкции, баннеры и т. д. вносят визуальный хаос в восприятие городского пространства, портят фасады.



Типы вывесок, разрешенные дизайн-кодом города Курска

Требования к размещаемой на вывесках информации

Дизайн-код должен регулировать не только внешний вид вывесок, но и характер размещенной на них информации. Номера телефонов, адреса сайтов, фотографии продукции, слоганы и другие виды рекламной информации под запретом, поскольку в соответствии с существующим законодательством на вывесках допустимо транслирование информации исключительно о названии организации, ее адресе и рабочем графике.

Тип вывески	Название организации / фирменное наименование	Тип услуг / род деятельности	Логотип организации	Время работы	Номер телефона и адрес сайта	Акции и цена товара	Указатель	Адрес / место-положение
Пример	Бриллиант	Ювелирный салон		10.00 – 20.00	8 (900) 0000000 brill.ru	Распродажа -50 % Браслет от 1000 рублей	Бриллиант 	Ул. Ленина 25 5 этаж, офис 300
Настенная вывеска	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗

Фотопривязки и схемы размещения рекламно-информационных конструкций

Фотомонтажи и фасадные схемы размещения рекламно-информационных конструкций, а также фасадных решений, включающих колористику зданий, внешний вид козырьков, входных групп, ограждений и других фасадных элементов, наглядно демонстрируют жителям и администрации возможную картину будущих изменений. Эти материалы, описывающие основные принципиальные решения дизайн-кода, становятся основой для архитектурно-художественных концепций городских улиц (подробнее об архитектурно-художественных концепциях на стр. 42).



Пример фасадной схемы размещения рекламно-информационных конструкций

Требования к размещению и габаритам разрешенных рекламно-информационных конструкций

Степень читаемости и просматриваемости вывески обусловлена многими факторами: цветом знаков, шириной символов, толщиной шрифта, пропорциями поля вывески и в первую очередь высотой самих символов. Важнейший критерий в определении требуемой высоты конструкции — это ширина улицы, на которой вывеска размещается. От этого исходит:

- восприятие информации пешеходом, которое зависит от расстояния между тротуаром и фасадной плоскостью,
- восприятие информации водителем, на которое влияет расстояние между проезжей частью и фасадной плоскостью, а также и от скорости движения транспорта.

Так, опытным путем установлено, что знаки высотой 10 см читаемы с расстояния в 30—40 м, а знаки высотой в 60 см отлично просматриваемы с расстояния в 200—300 м. Водитель, движущийся со скоростью 50 км/ч, воспринимает информацию с расстояния в 140 м. Таким образом, важно принять максимально допустимые размеры информационных конструкций, исходя из изображений их читаемости в зависимости от ширины профиля улиц, на которых они размещаются, а также от скоростного режима.

Тип основной вывески	Вид вывески	Правила размещения							
		Улица Тип 1		Улица Тип 1.1		Улица Тип 2		Улица Тип 3	
Настенная вывеска	<div>Вывеска</div> Без подложки	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	<div>Вывеска</div> С подложкой	✗	✗ см. стр. 31	✗	✗	✗	✗ см. стр. 31	✗	✗ см. стр. 31
	<div>Вывеска</div> Лайтбокс	✗	✗ см. стр. 31	✗	✗	✗	✗ см. стр. 31	✗	✗ см. стр. 31

Требования к вывескам в зависимости от типов зданий и типов улиц, на которых они размещаются



Требования к оформлению рекламно-информационных конструкций (подсветка, колористика, типографика)

Колористика

Требования к внешнему виду конструкций предлагают набор возможных решений в различных вариантах по материалам, технологии исполнения, типу подсветки, колористике и типографике.

Любая подложка является вмешательством в архитектуру здания, неким пятном, поэтому важно регулировать цветовое решение подложек, а на исторических улицах и зданиях и вовсе отказаться от такого варианта исполнения. Для зоны строгой регламентации в культурно-исторической части необходимо использование вывесок из отдельных букв, в то время как в остальной части города допустимо размещение вывесок с подложками и лайтбоксов. Рекомендуются использование подложек цвета фасада, ахроматической гаммы, а также выполненных из стекла и металла при условии, что цвет такого материала сочетается по тону с цветом здания. Вывески цветов ахроматической гаммы (черный, серый, белый), а также натуральных цветов материалов (камня, стекла, дерева и металла: металлический серый, серебро, золото, латунь, бронза) могут применяться на зданиях любого цвета. При этом важно, чтобы вывеска была читаема.



Рекомендованные цвета для вывесок без подложки в соответствии с цветом здания



Рекомендованные цвета для вывесок без подложки в соответствии с цветом здания

Типографика

При выборе шрифтового решения вывески необходимо учитывать стилистическую принадлежность здания и время его постройки. Так, для исторических зданий уместнее шрифты с засечками (антиква), для современных — гротескные (без засечек). Эти правила не касаются вывесок организаций, которые имеют зарегистрированные логотипы и фирменное написание (фирменный шрифт).

Кроме того, существуют определенные правила типографики, касающиеся обязательного сохранения пропорций букв, соблюдения межсимвольного и межстрочного интервалов и т. п.

Варианты исполнения и подсветки

Вывески как без подложки, так и с подложкой могут иметь и плоский, и объемный варианты исполнения, в том числе в виде лайтбокса (там, где это допускается правилами) с учетом разрешенных габаритных размеров.

Подсветка вывесок может осуществляться при помощи лампочек различных типов, светодиодов и неона. Выделяются внутренний, внешний и контражурный типы подсветки.

Важно прописать запрет попадания направленных лучей подсветки вывесок в окна жилых домов.



Кейс Курска

Так, дизайн-код Курска не допускает размещение вывесок с контражурной подсветкой с прозрачными боковыми элементами конструкции, а также плоские вывески с контражурной подсветкой на жилых зданиях во избежание попадания рассеянного света в окна. Также запрещено направление внешней подсветки снизу вверх.

Внутренняя подсветка



Светится только торцевая сторона вывески



Светится только фронтальная сторона вывески

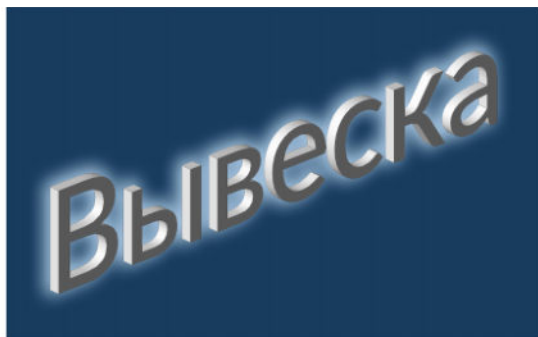


Светятся фронтальная и торцевая стороны вывески

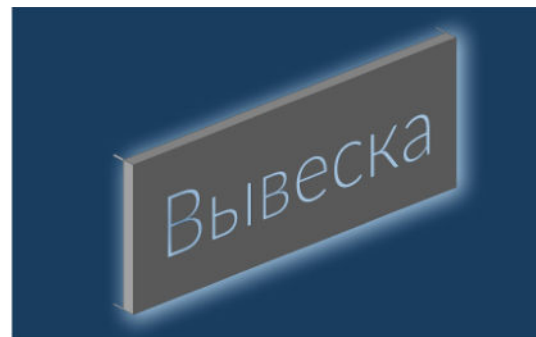
Контражурная подсветка



Светится только задняя сторона плоской вывески



Светится только задняя сторона объемной вывески

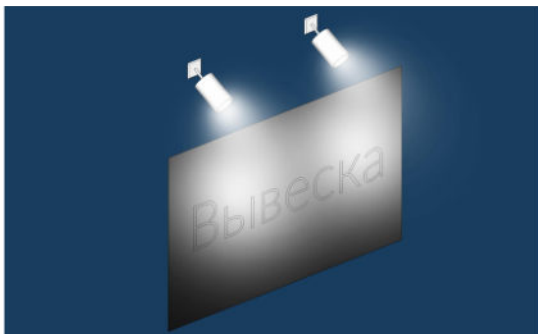


Табличка с контражурной подсветкой

Внешняя подсветка



Внешняя подсветка объемных букв



Табличка с внешней верхней подсветкой





Стандарт оформления элементов фасадов зданий

Основные цели Стандарта:

- снижение уровня визуального шума в городе,
- приведение фасадного решения в рамках одного здания к единообразию отделки и оформления (в соответствии с изначальным архитектурным замыслом), запрет кусочной отделки,
- использование гармоничных цветовых решений зданий,
- упорядоченное размещение кондиционеров на фасадах, их маскировка защитными экранами или запрет на размещение наружных блоков на фасадах исторических зданий, выходящих на центральные улицы.

Стандарт оформления элементов фасадов включает в себя правила по размещению, оформлению, материалам отделки, колористике основных типовых элементов зданий.

Типовые элементы фасадов зданий

К типовым фасадным элементам, для которых дизайн-код формулирует строгие требования, можно отнести:

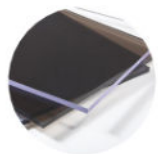
- | | |
|-------------------------------------|---|
| - стены (в том числе торцы зданий), | - кондиционеры, |
| - цоколь, | - дополнительное оборудование фасадов (камеры видеонаблюдения, спутниковые тарелки и антенны, флагштоки, встроенные банкоматы и т. п.), |
| - архитектурные детали, | - мемориальные таблички, |
| - козырьки, | - суперграфика (объекты монументально-декоративного искусства), |
| - ступени и пандусы, | - праздничное фасадное оформление. |
| - ограждения, | |
| - балконы и лоджии, | |
| - входные двери, | |
| - окна и витражи, | |
| - маркизы, | |

С целью борьбы с визуальным мусором дизайн-код предполагает унификацию внешнего облика структурных фасадных элементов в рамках одного здания.

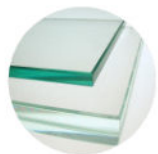
Правила оформления элементов также должны содержать рекомендации к материалам отделки, исключая возможность использования профлиста, сотового поликарбоната, сайдинга, глухих металлических дверных полотен и т. п. на исторических зданиях, объектах культурного наследия, а также в культурно-исторической застройке.

Дизайн-код предлагает набор готовых решений входных групп, козырьков, ограждений, которые может использовать дизайнер или предприниматель, планируя оформить вход в организацию в существующем здании. Также варианты, приведенные в стандарте оформления фасадов, служат своеобразным гайдлайном, руководством проектировщикам для вновь возводимых сооружений. Регламент не требует от архитектора или застройщика соблюдать в строгом порядке приведенные решения, а скорее задает параметры элементов среды и зданий: габаритные размеры, возможные места размещения, материалы отделки и т. п.

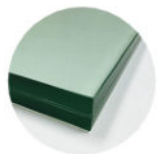
Рекомендуемые материалы отделки навесов



Литой поликарбонат



Закаленное стекло



Триплекс



Оцинкованный металл



Кортен



Битумный рулонный материал



Композит

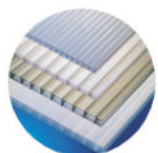
Нерекомендуемые материалы отделки навесов



Цветные светопрозрачные материалы



Профлист



Сотовый поликарбонат



Шифер (асбестоцементный лист)



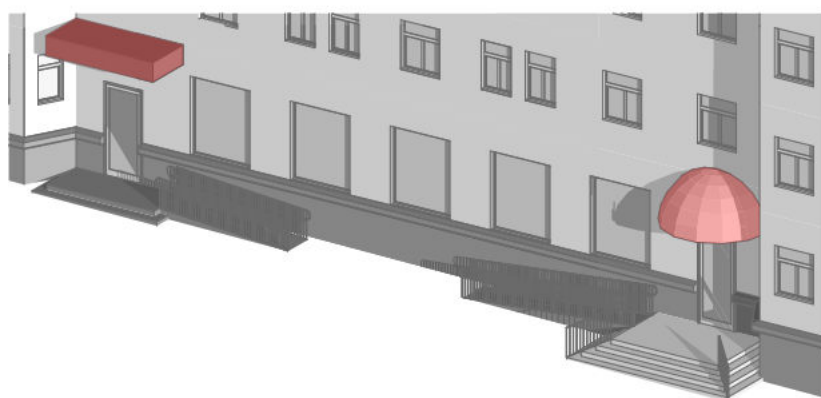
Черный (необработанный) металл




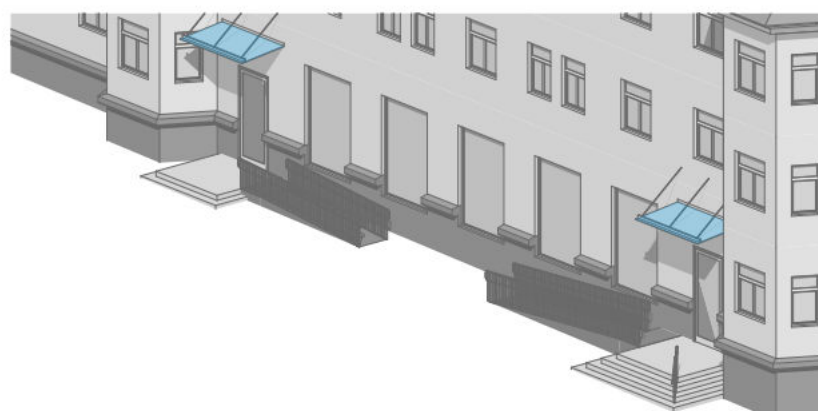
Сайдинг




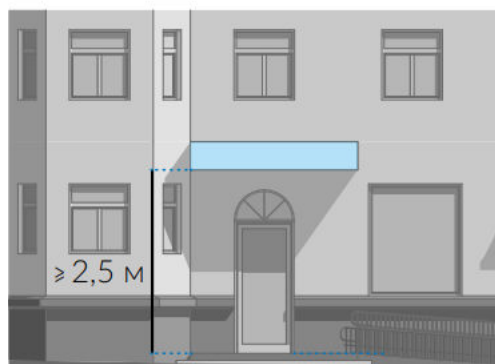
Металлочерепица




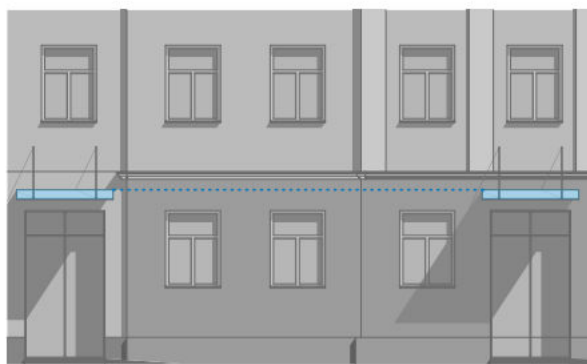
 Разные по форме, материалам и стилистике козырьки над входами в пределах одного здания запрещены




 Единообразные современные козырьки на вантах смотрятся лаконично, выполняя при этом свою прямую функцию




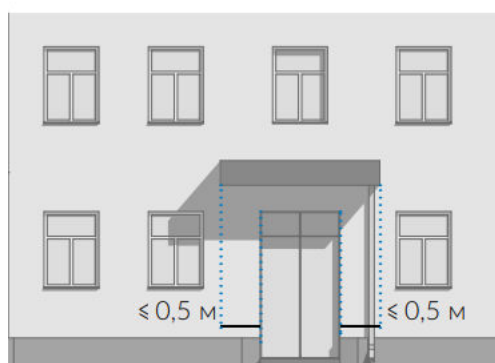
 Навесы должны быть размещены над входом в здание на высоте не ниже 2,5 м от отметки входа, не перекрывая декоративных фасадных элементов




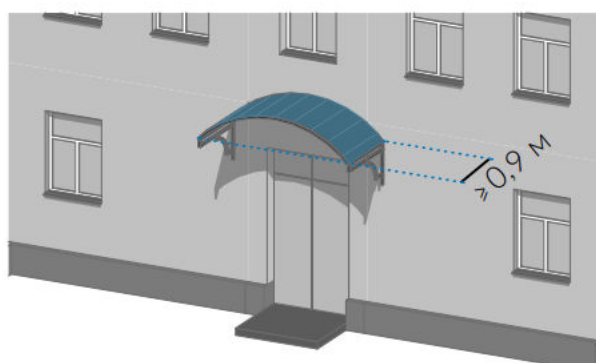
 Навесы в рамках одного фасада здания, должны располагаться на одинаковом уровне




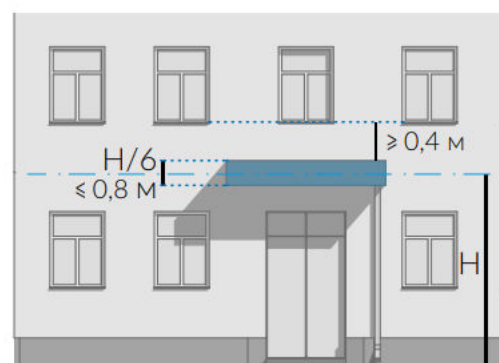
 Над входными группами, расположенными на расстоянии менее 3 м друг от друга, рекомендуется размещать единую конструкцию навеса




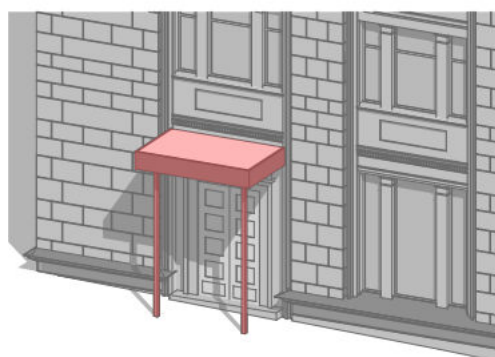
 Ширина конструкции навеса не должна превышать ширину входной группы более чем на 1 м и выступать за ее края более чем на 0,5 м с каждой стороны




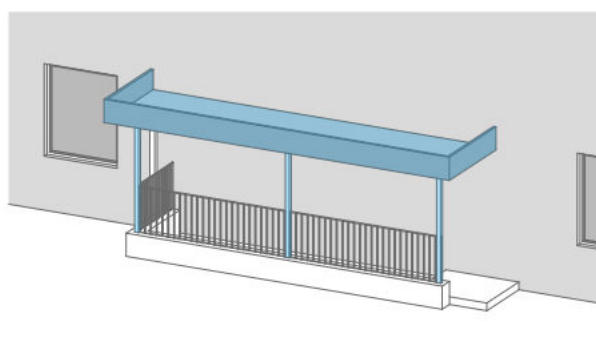
 Минимальный вынос навеса от плоскости стены — 0,9 м, но не более 1/2 ширины пешеходной части тротуара. Если ширина тротуара не позволяет установить навес, рекомендуется предусмотреть углубление входной группы




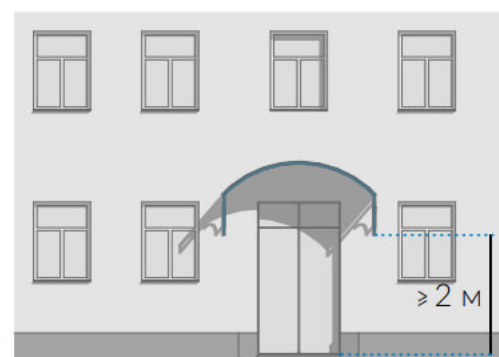
 При устройстве на навесе фриза его высоту следует принимать равной не более 1/6 высоты стены (от отметки земли до уровня перекрытия между 1 и 2 этажами здания), но не выше 0,8 м. Верхняя отметка фриза должна быть не ниже 0,4 м от уровня отлива вышележащего окна




 Навес, частично накрывающий тротуар, не должен иметь вертикальных опор



 В пределах приямков подвальных и цокольных помещений допускается размещение навесов на вертикальных опорах в тех случаях, когда они не сужают ширину тротуара и не затрудняют движения пешеходов



 В случае возведения навесов с креплением на кронштейнах низ консольных элементов должен располагаться выше 2 м от отметки входа

Правила оформления и размещения навесов в дизайн-коде города Курска



ЦЕНТРИ

Методические рекомендации по разработке и внедрению дизайн-кода

Следующим шагом после разработки самого регламента дизайн-кода должно стать создание архитектурно-художественных концепций улиц. Данный процесс можно начать с проработки подобных разверток-схем зданий для пилотного участка.

Архитектурно-художественная концепция улицы — это схема размещения информационных носителей, которая указывает места допустимого размещения информационных конструкций на внешних поверхностях зданий с целью упорядочения и гармонизации оформления фасадов с учетом требований дизайн-кода. Схемы показывают допустимые места расположения вывесок на здании по отношению к горизонтальной оси — «зеленые поля», а также их условное количество, которое в дальнейшем может корректироваться в зависимости от количества арендаторов (собственников) в пределах таких «зеленых» зон.

Создание архитектурно-художественных концепций улиц справляется с еще одной важной задачей — демонстрирует единое ансамблевое колористическое решение зданий для всей улицы. В дальнейшем при реконструкции фасадов или при проведении капремонта подрядчики должны руководствоваться утвержденными в концепции цветовыми схемами.

Основные принципы создания архитектурно-художественной концепции улицы:

- единая концепция цветовых и композиционных решений зданий в пределах улицы или квартала;
- сохранение архитектурных элементов и композиционных осей;
- размещение вывесок и других рекламно-информационных конструкций в соответствии с регламентом.

Архитектурно-художественные концепции улиц могут быть утверждены Постановлением Администрации города и носить обязательный для исполнения характер. Это касается требований к размещению вывесок, цветовых решений фасадов. Утвержденное городом размещение «зеленых зон» наглядно демонстрирует арендатору допустимое место размещения вывески, ее габариты.

Кейс Курска

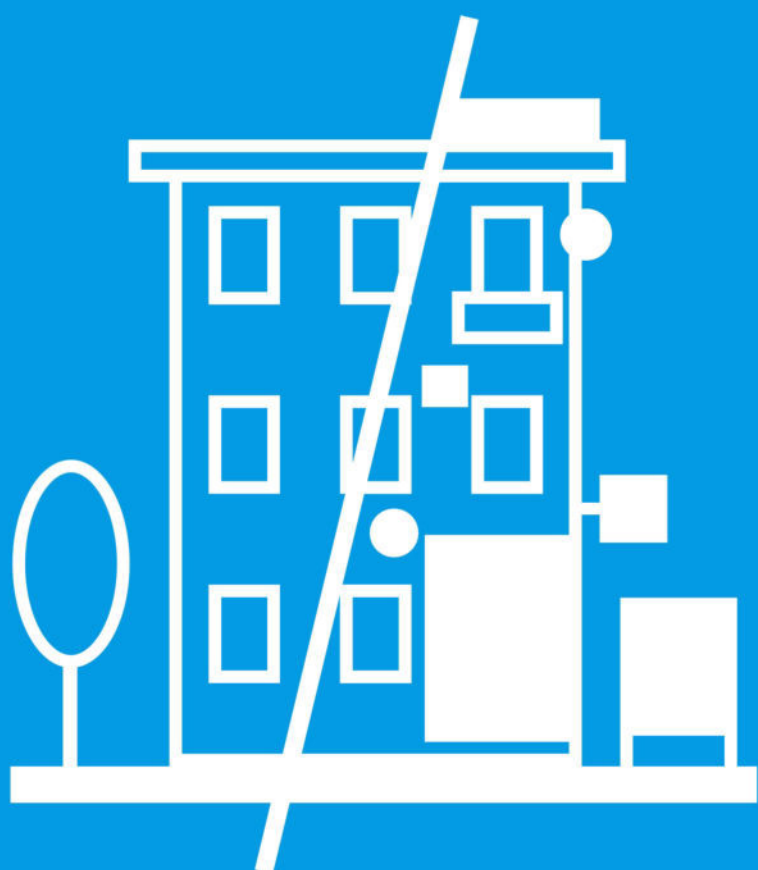
В состав первой книги регламента входили фотомонтажи — наглядные визуализации нескольких зданий в городе, демонстрирующие изменения фасадов после введения дизайн-кода. В качестве приложения дизайн-код также содержал схемы размещения информационных конструкций. Эти изображения стали примером оформления фасадов для архитектурно-художественных концепций улиц.

Через месяц после публичной презентации регламента дизайн-кода Курска общественности городской администрацией был объявлен открытый конкурс на создание архитектурно-художественной концепции пилотного участка ул. Ленина.

Победившая концепция легла в основу развития архитектурного облика участка улицы, включая колористические фасадные решения, а также определение мест размещения рекламно-информационных конструкций на фасадах в допустимых габаритах.



ВНЕДРЕНИЕ ДИЗАЙН-КОДА





Обретение регламентом юридической формы и силы

Для того, чтобы регламент вступил в силу, необходимо его закрепление в нормативно-правовом акте. Очень часто встречаются ситуации, когда при имеющейся концепции дизайн-кода фактически в городе она «не работает». Ведь без законодательных рычагов, штрафных санкций за неисполнение правил правообладателей зданий и конструкций невозможно заставить выполнять указания требований регламента.

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» Правила благоустройства территории муниципального образования могут регулировать вопросы, касающиеся внешнего вида фасадов, размещения информации на территории муниципального образования, в том числе установки указателей с наименованиями улиц и номерами домов, вывесок.

Приказом Минстроя России от 13.04.2017 № 711/пр «Об утверждении методических рекомендаций для подготовки правил благоустройства территорий поселений, городских округов, внутригородских районов» определены элементы благоустройства, требования к которым могут устанавливать Правила благоустройства. Согласно этому Приказу установка информационных конструкций, а также размещение иных графических элементов следует осуществлять в соответствии с утвержденными местными правилами. Именно поэтому целесообразным решением является разработка регламента, регулирующего размещение рекламных и информационных конструкций.

Согласно Методике формирования индекса качества городской среды, утвержденной Распоряжением Правительства РФ от 23.03.2019 № 510-р, уровень внешнего оформления городского пространства является индикатором качества городской среды. При его расчете учитывается наличие утвержденного регламента размещения рекламных конструкций.

Из всего перечисленного следует вывод: для того, чтобы дизайн-код был внедрен и действовал, он должен стать составной частью документов, регулирующих благоустройство на территории городского округа.

Таким документом для большинства городов выступают Правила благоустройства. Регламент дизайн-кода может быть внедрен в специальные разделы документа или стать отдельным приложением к Правилам.



Решением Курского городского Собрания от 18 августа 2020 г. № 128-6-РС «О внесении изменений в решение Курского городского Собрания от 20 декабря 2019 года № 102-6-РС «Об утверждении Правил благоустройства территории городского округа «Город Курск» утверждены требования к оформлению и размещению информационных конструкций на фасадах объектов капитального строительства (Дизайн-код для информационных конструкций) и требования к оформлению элементов фасадов объектов капитального строительства (Дизайн-код для фасадов объектов капитального строительства).

Процедура проведения общественных обсуждений

Благоустройство территории Федеральным законом от 29 декабря 2017 г. № 463-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» отнесено к сфере градостроительной деятельности.

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» по проектам правил благоустройства территорий должны проводиться общественные обсуждения или публичные слушания, порядок организации и проведения которых определяется уставом муниципального образования и (или) нормативным правовым актом представительного органа муниципального образования с учетом положений законодательства о градостроительной деятельности.



Кейс Курска

С целью утверждения дизайн-кода 04.08.2020 г. были проведены публичные слушания, организатором которых являлась комиссия по проведению публичных слушаний по вопросам градостроительной деятельности в городе Курске, действующая на основании решения Курского городского Собрания от 01.10.2019 №150-6-ОС и Решения Курского городского Собрания от 15.08.2017 № 226-5-РС «Об утверждении Положения о порядке организации и проведения публичных слушаний по вопросам градостроительной деятельности на территории города Курска».

Предметом публичных слушаний был проект решения Курского городского Собрания «О внесении изменений в Решение Курского городского Собрания от 20 декабря 2019 № 102-6-РС «Об утверждении Правил благоустройства территории городского округа «Город Курск». Оповещение о проведении публичных слушаний, а также сам проект правового акта были размещены на официальном сайте Администрации города Курска в сети «Интернет», а также в газете «Городские известия», на информационных стендах комитета архитектуры и градостроительства г. Курска, а также на информационных стендах в месте проведения публичных слушаний. Были приглашены все горожане города Курска. Количество участников, которые приняли участие в публичных слушаниях согласно регистрационному листу составило 74 человека. Нормативным правовым актом представительного органа городского округа – Решением Курского городского Собрания от 18 августа 2020 г. N 128-6-РС были утверждены требования дизайн-кода.

Ответственность. Штрафы

Ответственность за нарушение Правил благоустройства регулируется местными законами и влечет предупреждение или наложение административного штрафа.

С 1 января 2021 нарушение правил благоустройства влечет наложение только административного штрафа на граждан в размере от 4 000 до 5 000 рублей; на должностных лиц – от 40 000 до 50 000 рублей; на юридических лиц – от 150 000 до 500 000 рублей.



Кейс Курска

Так, ответственность за нарушение Правил благоустройства города Курска регулируется ст. 28 Закона Курской области от 4 января 2003 г. «Об административных правонарушениях в Курской области», что влечет за собой предупреждение или наложение административного штрафа.



Выбор и назначение контролирующего органа

В первую очередь, город должен определиться с органами, ответственными за внедрение и соблюдение бизнесом требований регламента. Рекомендуется также поддерживать контакт между командой прямых разработчиков и лицами, отвечающими за внедрение проекта, в частности при реализации пилотного проекта.

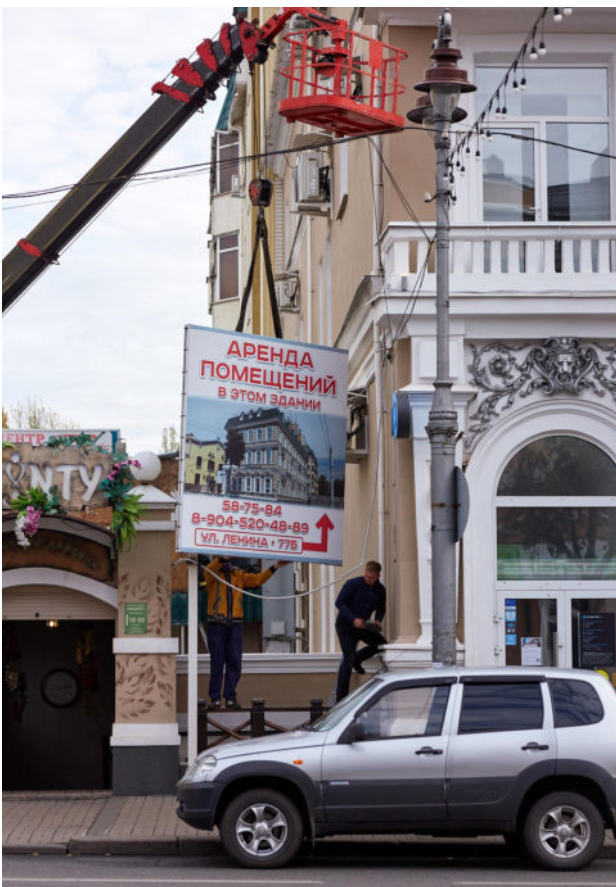
Выявление нарушения требований дизайн-кода должно осуществляться на основании контрольных мероприятий органа, уполномоченного на муниципальный контроль в сфере благоустройства, а также в результате мониторинга соблюдения требований правил благоустройства.

В соответствии с Кодексом об административных правонарушениях РФ только к полномочиям субъектов Российской Федерации в области законодательства об административных правонарушениях относится установление законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях административной ответственности за нарушение законов и иных нормативных правовых актов субъектов Российской Федерации, нормативных правовых актов органов местного самоуправления.

Таким образом, необходима служба муниципального контроля (муниципальная полиция), которая будет выносить предписания о несоответствии рекламно-информационных конструкций на зданиях требованиям дизайн-кода и по возможности осуществлять их демонтаж.

Выдачу предписаний (или при необходимости согласований), контроль за соблюдением Правил благоустройства города должен осуществлять городской комитет архитектуры.

Любая из относящихся к контролю организаций должна в совершенстве владеть документом, знать его основные правила и требования.





Этап внедрения регламента невозможен без команды квалифицированных специалистов, собранных «на месте». Зачастую администрации городов сталкиваются с проблемой, когда фактическое наличие подготовленного документа не приводит к изменениям в городе. Поэтому так важно продолжать начатую многоэтапную работу над дизайн-кодом даже после разработки самого свода правил.

Такой формат необходим как для представителей бизнеса, так и для специалистов, которые в дальнейшем будут работать над внедрением регламента. Сами консультации должны проводить специалисты, имеющие опыт в разработке и внедрении регламента, знакомые с его основными требованиями. Возможные форматы:

- помощь и консультирование рекламных компаний-изготовителей вывесок,
- прямая связь,
- проведение вебинаров,
- обучающая стажировка специалистов рекламных агентств-изготовителей вывесок у разработчиков ДК.

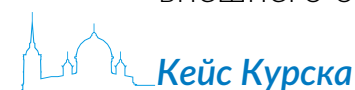
На этапе пилотного внедрения регламента, когда еще отсутствуют юридические основания для привлечения собственников к замене конструкций, важно выстроить с ними диалог, организовав личные встречи с собственниками зданий. Такую функцию может взять на себя команда разработчиков, например, регионального Центра компетенций.

Обучение

Обучение может проходить в формате лекций для представителей городской администрации, профильных комитетов, а также органов, контролирующих исполнение требований дизайн-кода. Краткая методичка с основными требованиями, содержащая главные правила, облегчит работу профильных организаций.

Отдельный цикл встреч по вопросам внедрения дизайн-кода необходимо посвятить общению с собственниками и бизнесом, чьи организации расположены на пилотном участке.

Общение с каждым конкретным предпринимателем позволит ускорить процесс реализации регламента. Также рекомендуется проводить встречи с представителями бизнеса внутри каждого конкретного дома. Такой формат позволяет собственникам и арендаторам помещений познакомиться и в личном общении выработать свой механизм и единую концепцию развития внешнего облика здания.



Кейс Курска

Команда разработчиков регламента от Центра компетенций совместно со специалистами комитета архитектуры выработали механику встреч с предпринимателями по пилотному участку ул. Ленина.

Встречи проводились в формате образовательных лекций и живого диалога. После вступительной лекции каждый мог задать волнующий его вопрос и получить на него конкретный ответ.

В большей мере предпринимателей волновал вопрос соответствия имеющихся вывесок новым требованиям дизайн-кода, а также сроков переходного периода для приведения фасадов в соответствие регламенту.

Далее встречи становились все более узко направленными, перейдя в общение с представителями бизнеса в каждом конкретном здании по пилотному участку.

Помимо этого, на протяжении всего переходного периода специалистами Центра компетенций и комитета архитектуры оказывалась консультационная поддержка и проверка разработанных дизайн-проектов по запросу от предпринимателей.





Синхронизация внедрения дизайн-кода с нацпроектами и региональными программами

При внедрении дизайн-кода у всех регионов есть возможность синхронизировать работы по приведению в порядок вывесок и фасадов с программой регионального капитального ремонта. Так, разделы, касающиеся оформления первых этажей зданий и демонтажа «кусочной» отделки на первых этажах, могут быть осуществлены за счет данной программы.

При проведении ремонтных работ подрядчики должны связаться со всеми собственниками здания и предложить им ремонт фрагментов фасадов в соответствии с единой концепцией оформления здания (паспортом фасадов).

Особенно это касается оформления первых этажей жилых домов, когда у собственника есть выбор: отказаться от своего варианта отделки и бесплатно (за счет средств капремонта) провести ремонт своего участка фасада или же сохранить все как есть, но проводить реконструкцию после уже за свой счет.



Кейс Курска

В Курской области действует региональная программа капитального ремонта общего имущества в многоквартирных домах. При реализации пилотного участка ул. Ленина все здания, попадающие в программу капремонта, реконструировались в соответствии с новыми требованиями регламента (еще до его официального вступления в силу).

Кроме того, благодаря внедрению в городе регламента дизайн-кода в Курске появилась процедура согласования колористического паспорта фасада здания. Ранее было достаточно решения жильцов и собственников здания. Теперь же необходимо утверждение выбранных материалов и их цветов в городском Комитете архитектуры и подтверждение Центром компетенций, что цветовые решения соответствуют требованиям дизайн-кода. Специалисты комитета совместно с представителями от подрядчика, производящего капитальный ремонт здания, участвуют в выборе цвета фасада здания. Затем необходимо окончательное утверждение колористического паспорта фасада здания.

Данный порядок был выработан в процессе проведения программы капитального ремонта на пилотном участке ул. Ленина. Подрядчик по согласованию только лишь с жильцами дома выбрал активный желтый цвет для здания, формирующего центральную улицу в культурно-исторической части города. Это вызвало резкий негативный отклик среди общественников и историков. Жильцы не хотели идти на уступки, настаивая на выбранном цвете. После этого случая специалистами комитета архитектуры и Центра компетенций был разработан новый порядок утверждения колористического паспорта здания, который учитывает мнение жильцов, но оставляет окончательное решение за экспертами.

Паспорта фасадов зданий, планируемых к капитальному ремонту помимо колористики принимают во внимание правила по размещению и оформлению фасадных элементов, а также рекламно-информационных конструкций.



Реализация требований дизайн-кода, касающихся благоустройства городской среды, возможна при синхронизации с федеральным проектом «Формирование комфортной городской среды».

Так, требования, касающиеся формирования доступной для маломобильных групп населения среды, в рамках данной программы могут быть реализованы в новых общественных пространствах и при реконструкции уже существующих. Это же касается вопросов формирования улично-дорожной сети, озеленения, малых архитектурных форм.

Экономика проекта складывается из нескольких параметров и прямо зависит от региона, где планируется внедрение регламента.

В первую очередь, необходимо учитывать стоимость разработки самого регламента. В зависимости от способа привлечения (приглашения стороннего бюро или специалистов, работы местной команды регионального центра компетенций или профильного комитета) эта цифра может сильно отличаться в каждом конкретном случае.

Следующим критерием является стоимость самой реализации. И если в случае разработки регламента финансовая ответственность лежит на администрации, то на финальном этапе претворения проекта в жизнь ее несет сам предприниматель.

Цена информационной конструкции будет зависеть от степени соответствия регламенту прежней вывески, оформления входной группы (необходимости изменений) и сложности нового проектного замысла. При этом следует отметить, что правила дизайн-кода направлены в сторону создания максимально лаконичных решений вывесок в уменьшенных габаритах без использования подложки, а значит, более дешевых. Дизайн-код ведет к экономии не только финансовых, но и временных затрат предпринимателей, поскольку позволяет избежать длительных бюрократических процедур согласования, субъективной оценки проектов.

В большей степени затраты на реализацию ложатся на плечи собственников и арендаторов — представителей бизнеса. Это неизбежно приводит к тому, что многие регионы встречают введение дизайн-кода негативно. Именно поэтому администрации города или региона необходимо сразу учитывать этот нюанс. Возможными вариантами решений могут стать:

- содействие предпринимателям при приведении в порядок фасадов зданий,
- консультационная помощь на этапе проекта и реализации,
- включение зданий в программу капремонта,
- увеличение переходного периода для замены вывесок на новые.

Кейс Курска

Специалисты Центра компетенций по развитию городской среды Курской области на начальном этапе внедрения правил дизайн-кода организовали встречу с дизайнерами, а также с производителями города Курска. В диалоге участвовало десять предпринимателей, имеющих бизнес в городе старше двух лет. В ходе беседы удалось оценить примерные затраты предпринимателей на установку новых рекламных поверхностей. Выяснилось, что

- работа дизайнера варьируется от 2 000 до 5 000 рублей,
- демонтаж старой вывески обойдется предпринимателям в среднем в 7 000 рублей,
- затраты на изготовление вывески варьируются от 25 000 до 75 000,
- установка новой вывески обойдется предпринимателю в сумму от 5 000 до 10 000 рублей, в зависимости от сложности работы.

Таким образом, в среднем общая стоимость по замене старой и установке новой составляет от 35 до 70 000 рублей.



Запуск регламента на пилотном участке

Запуск дизайн-кода на пилотном участке города помогает пройти весь путь по замене вывесок и приведение фасадов в соответствие регламенту. Кроме того, это дает возможность отработать механику внедрения, создать прецедент и наглядные примеры, которые станут образцами для других предпринимателей. Такой способ отработки на небольшом участке в городе уже на начальном этапе выявляет возможные проблемы в содержании документа, процедуре согласования или наказания.

Для того чтобы заинтересовать предпринимателей, расположенных на пилотном участке улицы, профильные комитеты, администрация или команда разработчиков могут оказывать содействие бизнесу: мониторить стоимость услуг по замене вывесок на рынке производителей и рекламных агентств, помогать в разработке и проверке (или при необходимости согласовании) проектов вывесок, проводить лекции и образовательные мероприятия.

Также важным вспомогательным шагом со стороны администрации в сторону предпринимателей станет утвержденная архитектурно-художественная концепция улицы, где будет четко обозначено возможное место для размещения новой вывески.

Так как сроки внедрения регламента на пилотном участке чаще всего меньше, чем в остальной части города, трудно заставить предпринимателей добровольно привести вывески в соответствие в укороченные сроки. В этом случае архитектурно-художественная концепция, утвержденная Постановлением Администрации города, выступит в качестве юридического основания для наложения штрафов арендаторам помещений.

При работе над пилотным участком важно взаимодействие команды разработчиков регламента с представителями профильных комитетов, которые будут в последующем курировать соблюдение правил, а также с дизайнерами фирм-изготовителей вывесок. На таких первых примерах можно отработать и усвоить основные правила регламента.



Кейс Курска

Для ускорения процесса внедрения дизайн-кода на пилотном участке города Курска Комитетом архитектуры совместно со специалистами Центра компетенций по развитию городской среды Курской области был сформулирован перечень собственников и арендаторов помещений на пилотном участке.

В соответствии с этим списком представители бизнеса внутри одного здания приглашались для обсуждений на дискуссионную площадку в Центре компетенций, где в формате живого диалога специалисты отвечали на интересующие предпринимателей вопросы. В результате такого взаимодействия каждый конкретный случай отработывался с собственниками и дизайнерами индивидуально. Помимо прочего, это позволило собрать соседствующие в одном здании организации и решить вопрос приведения фасадов к определенному единообразию.

В частности, такой способ помог арендаторам первых этажей многоквартирных жилых домов определиться с единым цветом фриза. Или привести к единому стилю козырьки в масштабах одного здания, а также разместить вывески на одном уровне и выкрасить фасад в один цвет после демонтажа вывесок с подложкой и чужеродных элементов отделки первого этажа.

Чуть позже, на этапе внедрения дизайн-кода на пилотном участке, специалисты Центра компетенций вместе с интернет-изданием Морс связались с предпринимателями, чтобы из первых уст узнать, как владельцы бизнеса относятся к нововведениям и во сколько им обошлись преобразования. Ознакомиться со статьей можно по ссылке: <https://morsmagazine.ru/gorod/kak-pomenyalas-ulitsa-lenina-s-vvedeniem-dizajn-koda>

Оксана Мулл

владелец салона «NICOL»

«Изначально я была против перемен. Это было связано не с самим дизайн-кодом, а с кризисом из-за пандемии. Сейчас не время для финансовых вложений в такие проекты. Помимо замены вывески, нам пришлось проводить ремонт фасада за собственные средства. Потратили около 50 000 рублей. На замену вывески и ремонт фасада ушло около трех недель.

Но результат превзошел мои ожидания. Мне очень нравится то, что получилось, это красиво и стильно. Изменения всегда к лучшему. Наш город преображается и, когда дизайн выдержан в одном стиле, это красиво и говорит о вкусе того, кто это придумал. Тем, кому это предстоит, могу посоветовать набраться сил и идти вперед!»

Андрей Бабкин

директор магазина Panoramamoda

«Мы обновили фасад и пришлось расстаться с рекламным коробом на стене. По нему – это минус. Замена обошлась в 75 000 рублей. Сделали все быстро, ушло около 3 недель. Мне нравится новая вывеска, она симпатичнее той, что была до этого».

Виктор Сабельников

директор магазина «Еврокомфорт»

«Перемены нахожу положительными. На замену вывески ушло пару недель. Затраты были не обременительными. То, что у нас получилось – нравится, но покупателей из-за этого больше не стало. А в целом про перемены в городе – время покажет».

Возможные сложности при внедрении дизайн-кода



Определенные сложности при внедрении регламента могут быть связаны с двумя вопросами:

- выстраиванием работы со стороны администрации и профильных комитетов,
- реакцией предпринимателей на необходимые перемены.

Риски со стороны администрации зависят от степени подготовленности муниципального образования к внедрению регламента, уровня мотивацией и четкости сформулированных целей.

В то же время, реакцию бизнес-сообщества определяют такие факторы, как мера строгости правил, степень осведомлённости предпринимателей о событиях проектного процесса, продолжительность переходного периода.

Большинство из перечисленных проблем может решить грамотно продуманный предпроектный этап с вовлечением бизнеса и общественности, активным обсуждением и освещением в СМИ. В таком случае горожане будут готовы к претворению регламента в жизнь и не встретят его враждебно.

Отдельно стоит выделить вопрос финансово-экономического состояния бизнеса во время внедрения регламента. В период кризиса, обостренного пандемией, рекомендуется увеличить переходный период.

Важно продумывать сценарии распространения регламента на весь город после успешного внедрения на пилотном участке. Дальнейшая жизнь проекта становится возможной благодаря грамотно продуманной «системе поощрения» за соблюдение правил и «системе наказания» за их нарушение.

Предприниматели, готовые меняться, приводить вывески и входные группы в соответствие с новыми требованиями создают грамотный имидж бизнеса, заинтересованного в развитии комфортной городской среды и равнодушного к облику города. Эти примеры уместно активно освещать в СМИ. Здания, в которых размещаются такие торговые точки, должны иметь приоритет при включении в программы благоустройства и капремонта. Их владельцам может оказываться бесплатная консультационная поддержка со стороны разработчиков регламента и кураторов по внедрению.

В качестве основной меры наказания выступает система штрафов, обозначенная городскими нормативно-правовыми актами. Подобная мера — одновременно и способ пополнить городскую казну, и дополнительный стимул для предпринимателя соблюдать новые требования.



Кейс Курска

Внедрение регламента на пилотном участке улицы проходило в малые сроки (в течение всего лишь полугода) и совпало с непростым периодом карантинных мер. При этом, необходимость замены вывесок и приведения в порядок фасадов в целом не было воспринято бизнесом враждебно. Во многом благодаря проведенной годом ранее обширной программе по вовлечению и знакомству с регламентом. Внедрение дизайн-кода не стало для предпринимателей неожиданностью, а желание привести в порядок центральную улицу города стало имиджевой задачей для бизнеса.



Заключение

Перекодировка городов — процесс, состоящий из множества деталей, которые нельзя назвать мелочами, — все они в итоге влияют на качество жизни и восприятие города. Дизайн-код демонстрирует современный подход к регулированию визуального облика улиц, предлагая иллюстрированный набор правил проектирования, требований и рекомендаций по вопросам физического развития местности.

Важно понимать, что конечный результат преобразования городской среды будет зависеть от множества факторов, таких как грамотное построение проектного процесса, учет местных особенностей, глубокий анализ существующих проблем и качество предложенных решений.

Мы попытались максимально развернуто описать механизм создания и внедрения регламента, опираясь на собственный опыт, успехи, а также проблемы и трудности, с которыми пришлось столкнуться. И надеемся, что это пособие даст ответы на многие возникающие в процессе вопросы и станет хорошим подспорьем на пути изменений городов России в направлении к комфортной, современной, безопасной городской среде.



Дизайн-код города Курска



Правила благоустройства города Курска

До внедрения дизайн-кода



После внедрения дизайн-кода





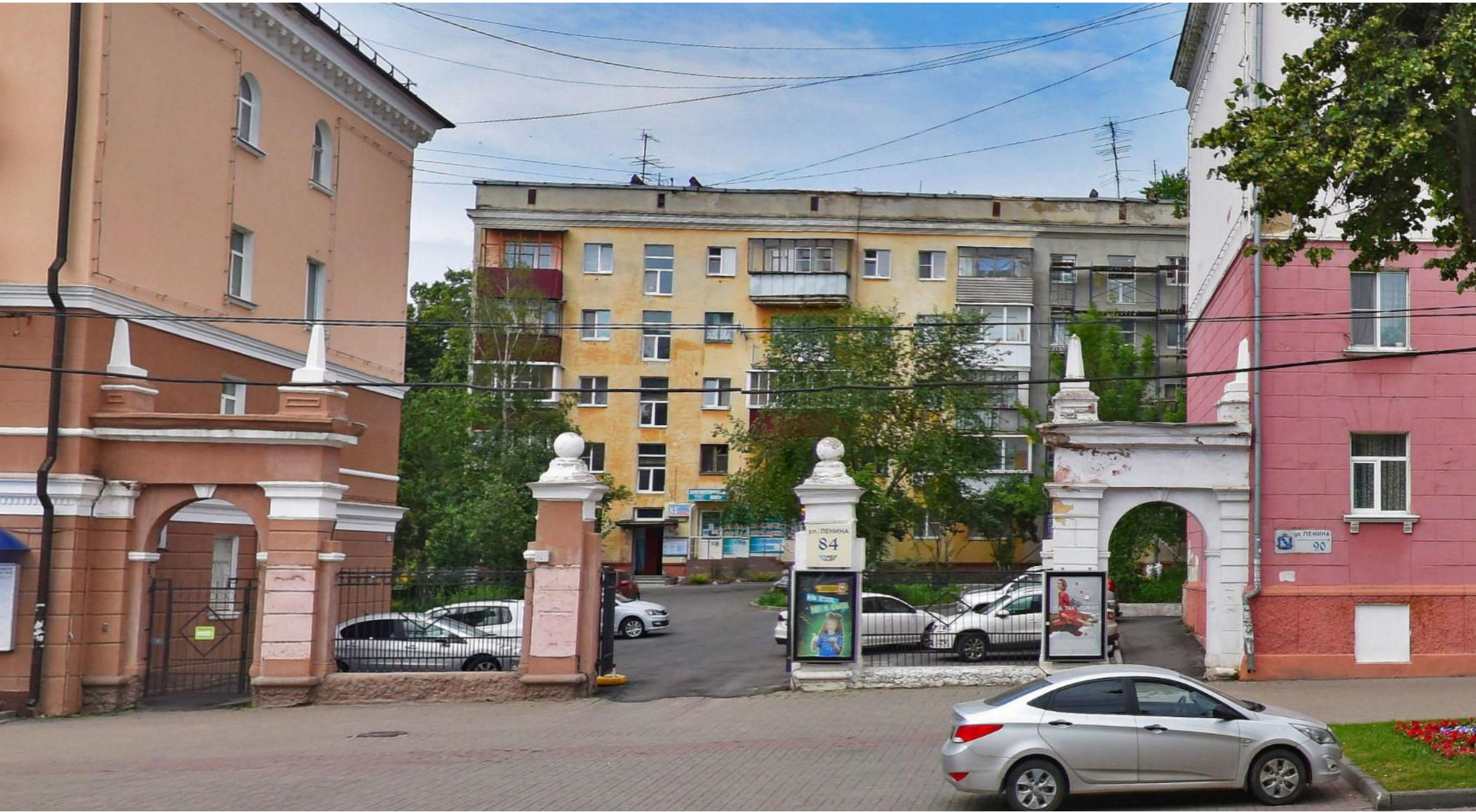
До внедрения дизайн-кода



После внедрения дизайн-кода



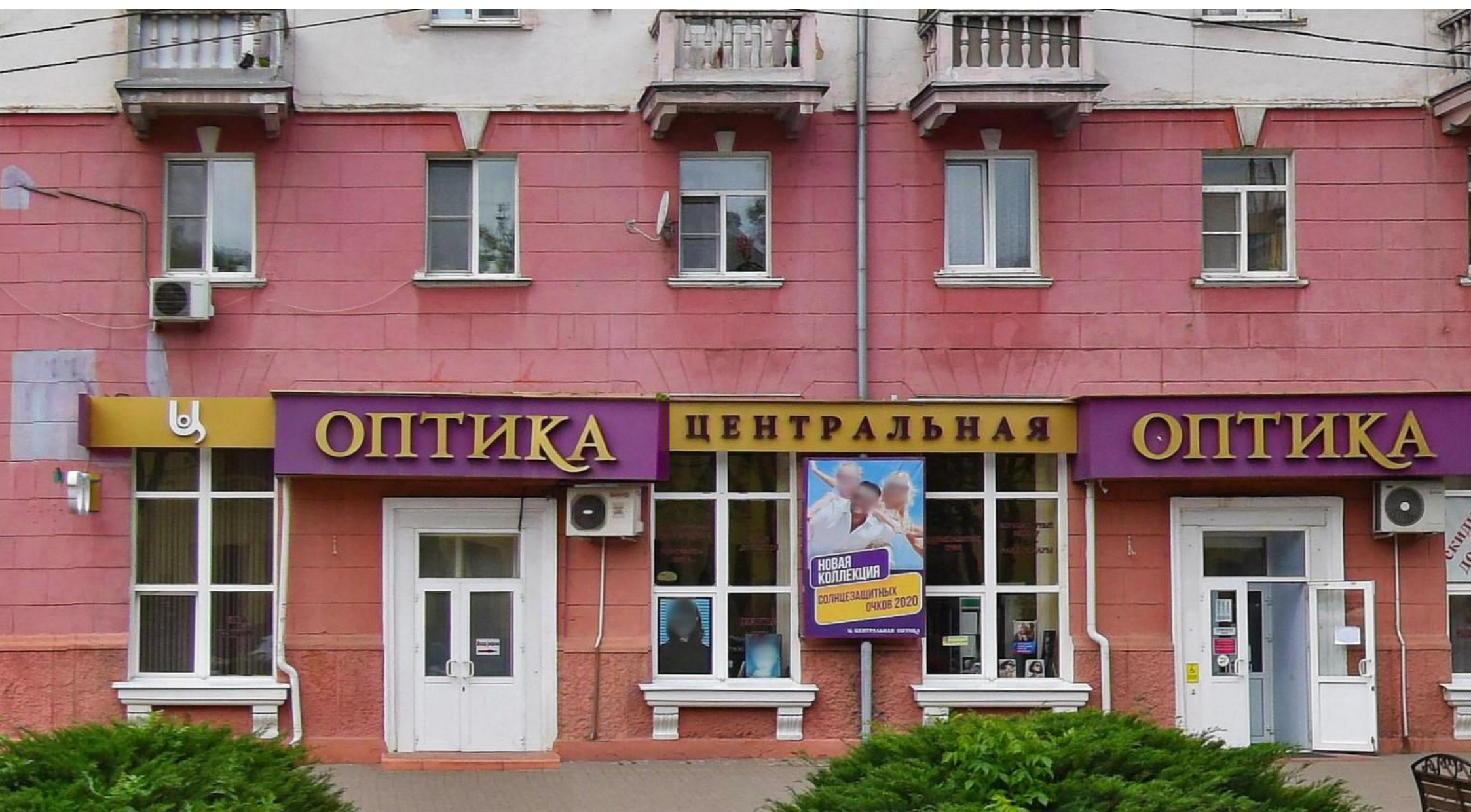
До внедрения дизайн-кода



После внедрения дизайн-кода



До внедрения дизайн-кода



После внедрения дизайн-кода



До внедрения дизайн-кода



После внедрения дизайн-кода



До внедрения дизайн-кода



После внедрения дизайн-кода



До внедрения дизайн-кода



После внедрения дизайн-кода



Авторский коллектив разработчиков методических рекомендаций

ЦЕНТР КОМПЕТЕНЦИЙ ПО РАЗВИТИЮ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ КУРСКОЙ ОБЛАСТИ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР

Рюмин Андрей Викторович

РУКОВОДИТЕЛЬ

Деева Ксения Николаевна

СПЕЦИАЛИСТЫ

Конарева Анастасия Николаевна

Немцев Сергей Алексеевич

Конарев Владислав Геннадьевич

Деев Александр Сергеевич

Гладких Дмитрий Андреевич

Дюльдина Вероника Александровна

АДМИНИСТРАЦИЯ ГОРОДА КУРСКА

ГЛАВА ГОРОДА КУРСКА

Карамышев Виктор Николаевич

И. О. ПРЕДСЕДАТЕЛЯ КОМИТЕТА АРХИТЕКТУРЫ И ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВА ГОРОДА КУРСКА

Аникеева Ирина Геннадьевна

АДМИНИСТРАЦИЯ КУРСКОЙ ОБЛАСТИ

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГУБЕРНАТОРА

Смирнов Алексей Борисович

СОВЕТНИК ГУБЕРНАТОРА

Коновалова Анна Сергеевна

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ КОМИТЕТА ЖКХ И ТЭК

Дедов Алексей Владимирович

