

ПРЕСС-КИТ

КАЛИНИНГРАД ДИЗАЙН-КОД





Артур Леонидович Крупин,
заместитель главы администрации,
председатель комитета
архитектуры и строительства
Калининграда



Дизайн-код призван вернуть городу визуальную чистоту и вместе с этим привлечь на улицы больше пешеходов, туристов. Это поможет малому бизнесу сохранять клиентов и выдерживать конкуренцию. Город благодаря дизайн-коду сможет повысить качество среды, избавиться от баннеров через всю улицу или вывесок, засвечивающих окна домов, сохранить архитектурную ценность исторических зданий.



Идентичность нужна не городу, а его горожанам, для того чтобы ощущать его своим домом. Заодно это дает чувство достоинства и уверенности, при которых город не ощущает себя сиротой, а значит уверен в себе и способен принимать гостей. Это означает туризм, крепкую экономику и востребованность горожан, уверенность в завтрашнем дне.

2



Андрей Александрович Анисимов,
главный архитектор Калининграда



Дмитрий Алимпиев, директор
крупнейшей сети НТО

Я с пониманием отношусь к идее введения дизайн-кода. Считаю, что он может дать городу порядок и стандарты. Другой вопрос, насколько городские власти готовы довести эту идею до конца. Дизайн-код — грамотная разработка. Но под нее нужно подвести нормативную базу и ввести правопреемственность, чтобы следующий главный архитектор города не передумал и не поменял все. Ведь концепция развития города уже определена, и надо ее придерживаться.





Многие вывески в городе делаются для бизнеса, который до сих пор живет в девяностых. И научить красиво делать вывеску — сложная задача. И она не лежит в плоскости дизайн-кода. Однако, дизайн-код — это регламент, который установит определенные рамки для любого изготовителя вывесок или рекламы, и который не позволит сделать плохие вывески или рекламные конструкции. Такого рода регулирование необходимо городу.



Максим Попов,
директор дизайн-бюро Пикторика



За последние годы внешний вид многих улиц изменился в лучшую сторону. Туристы, которые приезжают в Калининград, приходят в восторг от того, что где-то город выглядит по-европейски. Но мы можем сделать город еще лучше. Уже отремонтированы фасады домов, но вывески еще нужно приводить в порядок. В этом плане более активную работу надо проводить с предпринимателями, чтобы они понимали для чего это делать.

Евгений, предприниматель



В городе с визуальной средой происходит полный хаос. В размещении вывесок и рекламы, даже на фасаде одного здания, нет никакой логики. Нам нужны общие правила игры. Сейчас же каждый представитель бизнеса старается быть ярче и больше. Отдельная беда — рекламные конструкции. В городе есть огромные баннеры на опорах, которые закрывают вид на значимые исторические и культурные объекты.



Анна Алимпиева,
доцент, кандидат социологических наук Балтийского Федерального Университета им. И. Канта



КАЛИНИНГРАД И НОВЫЙ ДИЗАЙН-КОД

ЧТО ТАКОЕ ДИЗАЙН-КОД

Дизайн-код — это документ, который определяет стандарт оформления и размещения вывесок, рекламных конструкций, киосков, городской мебели, исходя из приоритета жителей. Это правила и рекомендации, которые помогут городу выглядеть гармоничным, стать безопаснее и успешнее.

ПОЧЕМУ КАЛИНИНГРАД

Калининград — это важный центр социально-экономической и культурной жизни, **западный фор-пост России**, анклавный регион, занимающий особое место во внешнеполитической жизни страны. Это город, практически разрушенный в войну, но при этом сохранивший значимую часть богатого архитектурного наследия. Это город с высоким туристическим потенциалом — в 2017 году **Калининград вошел в топ-10** регионов России по темпам развития туризма. И Калининград — это город, который взял курс на развитие комфортной городской среды, а дизайн-код — важный инструмент для достижения этой цели.

И у самих горожан есть запрос на жизнь в такой среде, есть представление, как комфортная среда может и должна выглядеть. Более 80% жителей Калининградской области имеют загранпаспорта и регулярно посещают европейские страны, например, всего в 160 км от Калининграда находится польский город Гданьск. При этом в целом по стране только у 30% россиян есть заграничный паспорт, а количество россиян, посещавших страны дальнего зарубежья, еще ниже — около 20% (ФОМ, 2014).



Вывески на улице Черняховского в Калининграде



Гарри Гольдман
Заместитель председателя
правительства
Калининградской области



Мы определили, что нужно привести в соответствие с дизайн-кодом: вывески на фасадах домов должны быть выполнены в едином стиле, часть киосков и рекламных конструкций, которые портят внешний вид улиц, планируется убрать. Дано поручение представителям администрации Калининграда провести работу со всеми собственниками. Отрадно то, что многие собственники пошли нам навстречу, работы начаты, мы видим позитивные изменения.



ПИЛОТНЫЕ ТЕРРИТОРИИ ДИЗАЙН-КОДА

Ленинский
проспект

Улица
Черняховского

Невский
проспект

Проспект
Мира*

*частично

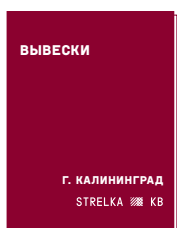
ГОРОДСКИЕ ВЛАСТИ ПЛАНИРУЮТ ВНЕДРИТЬ ДИЗАЙН-КОД В КАЛИНИНГРАДЕ.

Дизайн-код вводит требования к внешнему виду и размещению вывесок, рекламных конструкций, киосков, ярмарок выходного дня и городской мебели. В Калининграде дизайн-код будет протестирован на четырех пилотных территориях в центре города. Предполагается, что дизайн-код полу-

чит статус официального документа в марте 2019 года, и будет частично внедрен (вывески, реклама) на территории Калининграда или Предполагается, что дизайн-код в процессе изменения нормативных документов будет распространяться на всю территорию Калининграда.

РАЗДЕЛЫ, ВХОДЯЩИЕ В СОСТАВ ДИЗАЙН-КОДА

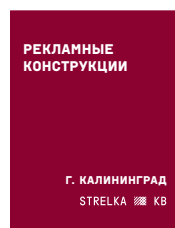
КНИГА 1



Требования
к размещению
и внешнему виду вывесок:

- размещение на различных типах зданий
- типы вывесок
- габариты вывесок
- материалы
- подсветка
- допустимая информация

КНИГА 2



Требования к размещению
и размерам рекламных
конструкций:

- типы рекламных носителей
- ограничение размеров
- допустимое размещение

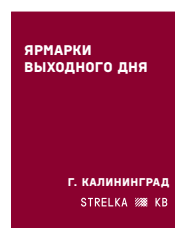
КНИГА 3



Требования к размещению
и внешнему виду киосков
и павильонов:

- ограничение размещения в городских пространствах
- отступы от элементов городской среды
- габариты и материалы

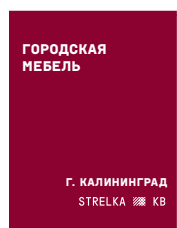
КНИГА 4



Правила организации
ярмарок выходного дня:

- функциональное зонирование ярмарок
- требования к зонам
- пространственные требования
- рекомендации к внешнему виду торговых палаток

КНИГА 5



Рекомендуемые параметры
городской мебели:

- внешние габариты
- материалы
- эргономика
- цвет

ЭФФЕКТЫ ДИЗАЙН-КОДА



Безопасность — город очистят от огромных рекламных конструкций и неправильно установленных вывесок, которые иногда даже падают на людей.



Идентичность — дизайн-код призван поддержать уважительное отношение горожан к истории и внешнему облику своего города, вернуть горожанам скрытые сейчас от глаз ценные городские виды и архитектурные элементы зданий, не допустить увядание и деградацию города, подчеркнуть его своеобразие и идентичность.



Привлекательность — дизайн-код избавит Калининград от всего, что разрушает его облик — от баннеров через всю улицу, пластика, который скрывает декор исторической застройки, вывесок, засвечивающих окна домов, рекламных «раскладушек» на пути пешеходов. Дизайн-код сделает город более привлекательным для жителей и туристов.



Комфорт — в городе не будет больше рекламы и вывесок, которые своими размерами, цветом и хаотичным расположением сбивают с толку пешеходов и отвлекают водителей.



Помощь бизнесу — благодаря дизайн-коду бизнес может стать более конкурентоспособным. Предприниматели будут соревноваться друг с другом не по яркости и размеру вывесок, а по качеству товаров и услуг, предлагаемых клиентам.

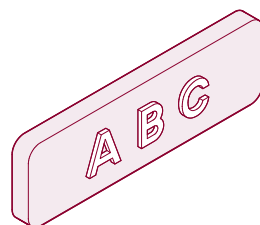
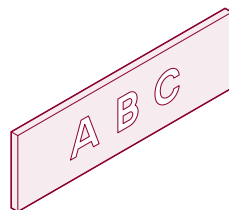
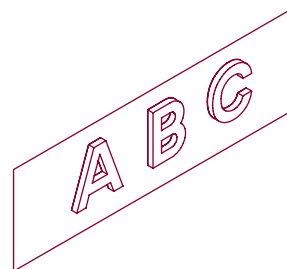
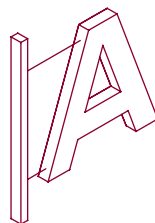
6

ДИЗАЙН-КОД ВЫВЕСОК



Дизайн-код помогает сформировать визуально комфортную и безопасную среду за счет регламентации размера вывесок и требований к их размещению. Единые требования позволят гармонично сочетать даже стилистически разные решения, улучшат восприятие информации на вывеске потребителями, дизайн-код избавит город от хаотичной рекламы, откроет исторические фасады для горожан и туристов.

Дизайн-код дает новые возможности для развития малого и среднего бизнеса. Общие правила размещения и общие требования к внешнему виду вывесок сделают заметными для покупателей даже самые маленькие магазины — дизайн-код ставит все магазины, рестораны и клиентские офисы в равные условия с точки зрения визуального восприятия информации клиентом. **Это повышает конкуренцию и выводит на первый план качество услуг, а не яркость вывески.**

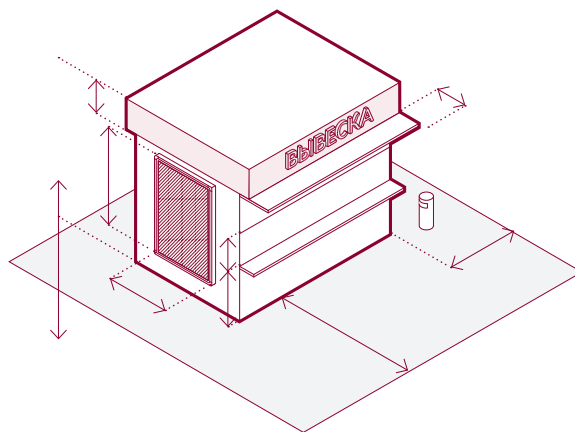


Дизайн-код повышает уровень безопасности и психологического комфорта. Обилие различных разноразмерных разноцветных рекламных вывесок сбивает с толку — увидеть среди них вывеску нужной организации бывает непросто, особенно на ходу.

ДИЗАЙН-КОД ЛАРЬКОВ



Дизайн-код нестационарных торговых объектов не просто обеспечивает визуальный комфорт восприятия улицы за счет упорядочивания размеров и цвета НТО, но и играет важную роль в обеспечении физического комфорта и безопасности жителей города. Сейчас ларьки зачастую создают неудобства: занимая значительную часть тротуара, киоски мешают мамам с колясками и маломобильным гражданам, пешеходы сталкиваются друг с другом из-за того, что им порой негде разойтись. Киоски загораживают обзор на проезжую часть в районе пешеходных переходов, длинные группы киосков с глухим фасадом создают узкие небезопасные проходы. Между близкостоящими



киосками, не образующими группу, скапливается мусор. Правильное размещение НТО позволит решить эти проблемы, сохранив при этом возможность покупать необходимые горожанам товары по пути на работу или домой.

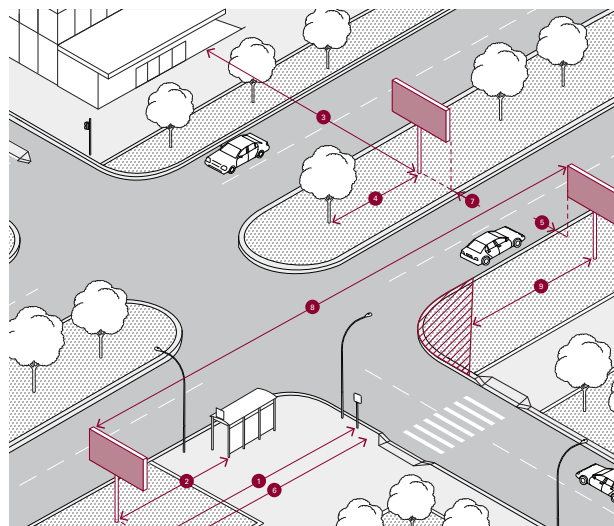
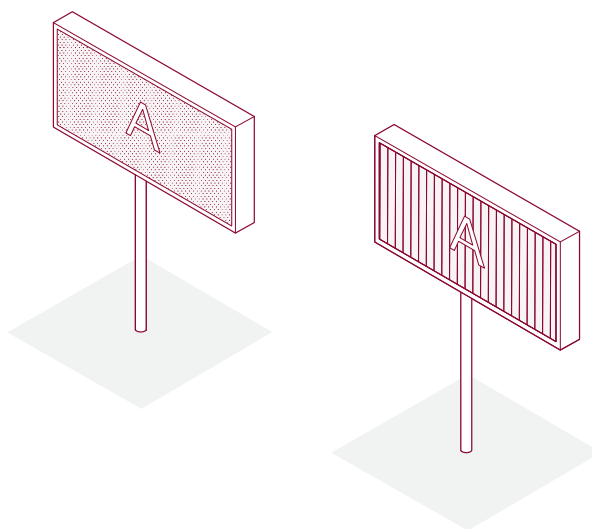
ДИЗАЙН-КОД РЕКЛАМЫ



Правильный дизайн-код вернет культуру прогулок, повысит привлекательность города в глазах жителей, туристов и инвесторов.

Дизайн-код улучшит качество городской среды, что непосредственно повлияет и на качество жизни горожан. Дизайн-код снизит «визуальный шум» в городе, очистит его от рекламного нагромождения, откроет новые виды на памятники архитектуры, ценные объекты градостроительной среды.

Дизайн-код избавит город от «опасной» рекламы. Часто за неразумно размещенными рекламными конструкциями не видно людей, которые неожиданно для водителей выходят на проезжую часть. Площадь и вид рекламного носителя должен быть соразмерен улице, где он размещен. Размещение рекламных конструкций не должно мешать движению пешеходов и отвлекать водителей. В исторически компактном городе на неширокой улице со среднеэтажной застройкой не должно быть билбордов — следует использовать меньшие по размеру носители рекламы, ориентированные прежде всего на пешеходов, не создающие на улице неуместных по размеру доминант. Располагаясь слишком близко к жилым домам, билборды загораживают вид из окон, светят по ночам в окна и мешают спать.



КАК СЕЙЧАС ВЫГЛЯДИТ КАЛИНИНГРАД

Вопрос беспорядочной рекламы, вывесок или киосков в центре Калининграда последнее время часто поднимают при обсуждении городских проблем. В частности, реклама создает «помехи» при восприятии архитектурного облика зданий и памятников, а наземная реклама становится препятствием для горожан на тротуарах и велодорожках.

В то же время за последний год в Калининграде произошли и положительные изменения, касающиеся дизайн-кода города — **сняли рекламные растяжки вдоль автодорог и баннеры с заборов**, активно борются с рекламными «раскладушками».

По мнению жителей, количество видов рекламных носителей в пределах исторического центра города должно быть ограниченным и регулируемым, точно также, как и места, где можно их размещать. Главным образом упорядочивания требует крупноформатная реклама. Например, после того, как на Нижнем озере были отреставрированы каскады, на смотровой площадке по ул. Черняховского, где открывается вид на озеро, появился огромный рекламный щит. **Громоздкая конструкция щита до сих пор разрушает архитектурный ансамбль каскадов.**

8

Еще одна проблема, связанная с рекламой — ее размещение в границах пешеходных зон и в местах, где, как правило, наблюдается интенсивная циркуляция пешеходных потоков, вследствие чего **реklamные стенды и «раскладушки» скрадывают часть тротуара** и препятствуют свободному перемещению пешеходов и велосипедистов.

Решить проблему «визуального шума» призван дизайн-код. Процесс внедрения дизайн-кода Калининграда прошли процедуры общественных обсуждений, обсуждений с экспертами и администрацией.



Памятник деревянного зодчества



Эскиз того, как он мог бы выглядеть по дизайн-коду

ЧТО СПРАШИВАЮТ ЖИТЕЛИ



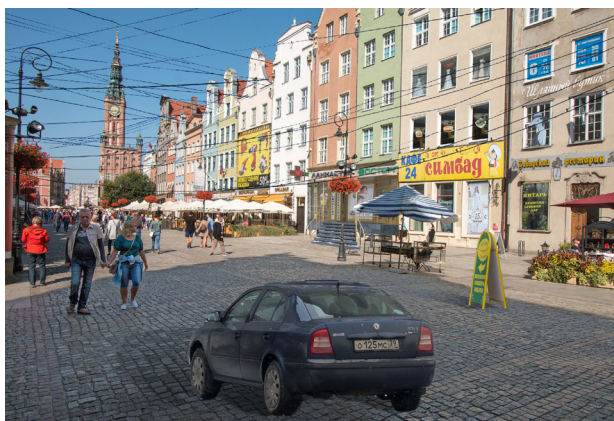
Что, теперь все будет одинаковое?

Несмотря на то, что дизайн-код устанавливает правила, он не убивает разнообразие. Дизайн-код — это общие требования к внешнему виду, размеру и размещению вывесок, рекламы, ларьков и т.д. Но дизайн-код, например, не говорит о том, каким должен быть дизайн вывески. Главная его задача — добиться того, чтобы в эклектичном городе вывески или ларьки выглядели не только разнообразно, но и гармонично.

Зачем тратить деньги на дизайн-код?

Дизайн-код позволит магазинам и компаниям с ограниченным бюджетом не нанимать дизайнера, чтобы сделать читаемую и аккуратную вывеску. Вывеска исторически была архитектурным элементом здания. Раньше над вывеской работали и архитектор, и художник. Но это были времена с совсем другим темпом жизни. Магазины открывались на долгий срок и передавались из поколения в поколение — от отца сыну. Сейчас одни магазины открываются, другие закрываются. За этими процессами сложно уследить — темпы экономики 21 века слишком быстрые для этого. Архитектор здания может спроектировать дом, но проектировать вывеску как элемент архитектурного облика здания — почти бессмысленно: здание многократно переживет эту вывеску, вывески будут сменять одна другую. Нужны общие правила, по которым все компании смогут устанавливать себе вывески без привлечения дорогих специалистов и согласования друг с другом как известно, соседям не всегда просто договориться. Для этого и нужен дизайн-код, с помощью которого можно сделать вывеску, достойную современного города.

9



Польский Гданьск с калининградскими вывесками

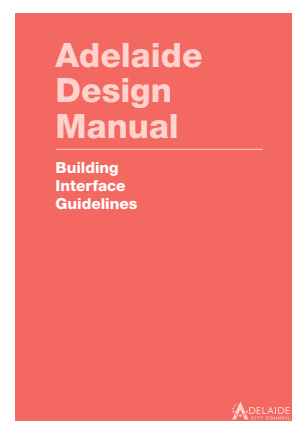
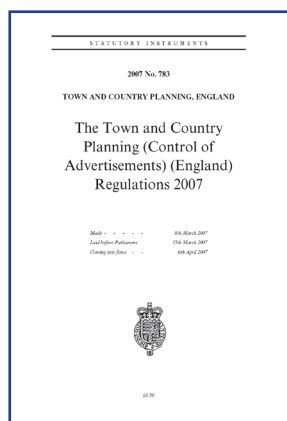
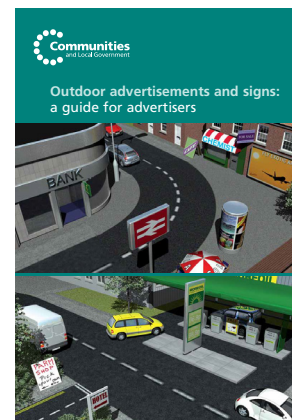
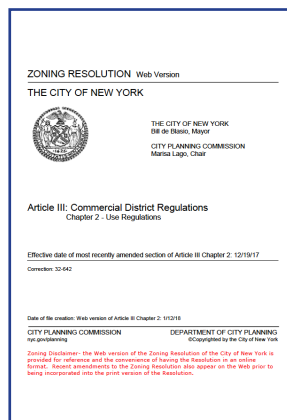


Гданьск с дизайн-кодом

ЗАРУБЕЖНЫЕ И РОССИЙСКИЕ ПРИМЕРЫ УСПЕШНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДИЗАЙН-КОДА

Дизайн-код — не новая практика. Сегодня во многих крупных городах мира работают подобные правила, причем, иногда у каждого района или даже дома собственные правила. Например, в Нью-Йорке есть резолюция о зонировании «Zoning Resolution of the City of New York»¹, которая делит город на зоны регулирования, к каждой из которых присваиваются особые требования. В резолюции описано, какими должны быть высота знаков, освещение, вывески на фасадах зданий и т.д. Бостонский документ «Downtown Crossing Signage Guidelines»² регулирует размер, тип и места размещения вывесок в центральном районе города. К примеру, там разрешены плоские знаки, вывески-значки, бегущие строки, но запрещены отдельностоящие знаки, каскадные тенты, временные баннеры.

В Лондоне действует документ «The Town and Country Planning»³, который устанавливает специальные правила размещения рекламы в некоторых особых городских районах, небольших городах и сельской местности, наиболее чувствительных к визуальным эффектам от наружной рекламы. В Аделаиде есть «Adelaide Design Manual»⁴. В этом руководстве прописано, какие материалы следует использовать в публичных пространствах. Эти рекомендации были призваны сделать пространства в городе более привлекательными, дружелюбными и устойчивыми.



Дизайн-код уже используется и в ряде российских городов: Москве, Воронеже, Казани, Белгороде, Ижевске, Туле, Уфе, Челябинске. В ближайшее время дизайн-код внедрят в Ижевске, Хабаровске, Челябинске, Тобольске.

ЧТО ЕЩЕ ВХОДИТ В КОМПЛЕКСНОЕ РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИИ КАЛИНИНГРАДА?

Сейчас в Калининграде идет комплексное обновление общественных пространств, разработка проектов благоустройства для 17 общественных пространств. Среди них 13 типовых улиц и скверов и 4 знаковых пространства, которые десятки лет были в запустении: площадь перед Домом Советов, остров Канта и набережные, территория Литовского вала, Привокзальная площадь. Преобразования ждут Дом Советов и улицу Баранова, которая станет частью связанной системы общественных пространств Калининграда наряду с Ленинским проспектом и Нижним озером.

Заказчиком и инициатором проекта стало Правительство Калининградской области совместно с ДОМ.РФ. КБ Стрелка выступает стратегическим консультантом для всех проектных команд и администрации и координирует все работы. Основное финансирование осуществляется за счет федеральных субсидий от Минстроя России по приоритетному проекту «Формирование комфортной городской среды»

11

Правительство Калининградской области

Главный архитектор области
Костромин Евгений Валерьевич

Интернет-приемная: gov39.ru/feedback/
Email: site@gov39.ru

Единый институт развития в жилищной сфере

ДОМ.РФ занимается развитием рынка ипотечного кредитования и ипотечных ценных бумаг, развитием рынка арендного жилья, в том числе с использованием механизмов коллективных инвестиций, вовлечением неиспользуемых и неэффективно используемых федеральных земель в оборот. Важным направлением деятельности является формирование комфортной жилой среды в российских городах. Среди других задач — создание универсального ипотечно-строительного банка, который планирует войти в топ-3 банков по объему выдачи ипотечных кредитов в 2020 году. 100% акций ДОМ.РФ принадлежит государству в лице Росимущества.

Сайт: дом.рф
Email: pr@ahml.ru

Администрация города Калининград

Главный архитектор города
Анисимов Андрей Александрович

Сайт: klgd.ru
Контакты: city@klgd.ru, +74012923289

КБ Стрелка основана в 2013 году. Компания предоставляет услуги по стратегическому консалтингу в области комплексных городских решений и пространственного планирования. В структуру компании входят Центр городской антропологии, Центр городской экономики, Центр геоаналитики и др. Компания сотрудничает с экспертами в сфере урбанистики, градостроительства, проектирования, транспорта, экологии, культуры и искусства, цифровых технологий. Экспертная сеть компании охватывает 45 стран. КБ Стрелка разрабатывает современную модель городского развития, стратегическая цель которой — создание новых возможностей для горожан.

Сайт: strelka-kb.com
Email: pr@strelka-kb.com