



**КонсультантПлюс**  
надежная правовая поддержка

Постановление Правительства МО от  
23.01.2014 N 3/1

"Об утверждении Методических рекомендаций  
по внешнему виду и размещению рекламных  
конструкций и средств размещения  
информации на зданиях и сооружениях"

Документ предоставлен **КонсультантПлюс**

[www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)

Дата сохранения: 26.04.2017

---

## ПРАВИТЕЛЬСТВО МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

### ПОСТАНОВЛЕНИЕ от 23 января 2014 г. N 3/1

#### ОБ УТВЕРЖДЕНИИ МЕТОДИЧЕСКИХ РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ВНЕШНЕМУ ВИДУ И РАЗМЕЩЕНИЮ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ И СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ НА ЗДАНИЯХ И СООРУЖЕНИЯХ

В целях упорядочения размещения и формирования благоприятного внешнего вида рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях, расположенных на территории муниципальных образований Московской области, Правительство Московской области постановляет:

1. Утвердить прилагаемые Методические [рекомендации](#) по внешнему виду и размещению рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях.
2. Рекомендовать органам местного самоуправления муниципальных образований Московской области руководствоваться Методическими [рекомендациями](#) по внешнему виду и размещению рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях, указанными в пункте 1 настоящего постановления, при выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.
3. Главному управлению по информационной политике Московской области обеспечить официальное опубликование настоящего постановления в газете "Ежедневные новости. Подмосковье".

Губернатор Московской области  
А.Ю. Воробьев

Утверждены  
постановлением Правительства  
Московской области  
от 23 января 2014 г. N 3/1

#### МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВНЕШНЕМУ ВИДУ И РАЗМЕЩЕНИЮ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ И СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ НА ЗДАНИЯХ И СООРУЖЕНИЯХ

1. При проектировании размещения рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях, размещаемых в целях информирования о находящихся (осуществляющих деятельность) в этих зданиях и сооружениях организациях, индивидуальных предпринимателях, должны учитываться архитектурно-композиционные решения фасада здания, на котором будет установлена рекламная конструкция или средство размещения информации. Кроме того, внешний облик рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях должен гармонировать с окружающим городским ландшафтом.

Основными принципами выбора художественного решения рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях являются:

- сохранение архитектурного своеобразия, декоративного убранства, тектоники, пластики, а также цельного и свободного восприятия фасадов;
- создание комфортного визуального пространства;
- обеспечение в легко доступном режиме информирования потенциального потребителя о деятельности предприятия, организации, учреждения.

2. Рекламные конструкции и средства размещения информации на зданиях и сооружениях размещаются:

- на плоских участках фасада, свободных от архитектурных элементов, навесах ("козырьках") входных групп или в виде панелей-кронштейнов, элементов оформления витрин и маркиз;
- не выше линии второго этажа (линии перекрытий между первым и вторым этажами) для жилых (в том

числе многоквартирных) домов, первые этажи которых заняты нежилыми помещениями, а также офисных и промышленных зданий. Высоту рекламных конструкций и средств размещения информации на плоских участках фасадов зданий и сооружений следует принимать равной 0,5 м;

непосредственно у главного входа или над входом в здание, строение, сооружение или помещение, в котором фактически находится (осуществляет деятельность) организация, индивидуальный предприниматель, сведения о котором содержатся на размещаемом носителе.

Примеры размещения рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях по данному пункту приведены в [приложениях N 1 и N 2](#).

3. При размещении рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях не допускается перекрытие оконных и дверных проемов, а также витражей и витрин, архитектурных деталей фасадов объектов (в том числе карнизов, фризов, поясков, пилястр, медальонов, орнаментов и др.).

4. В случае если в здании (сооружении) располагается несколько организаций и (или) индивидуальных предпринимателей, имеющих общий вход, каждой организации (индивидуальному предпринимателю) необходимо:

учитывать художественное решение ранее установленных рекламных конструкций и средств размещения информации и располагать их в один высотный ряд по средней линии рекламных конструкций и средств размещения информации, но не выше линии второго этажа;

с учетом положений [пункта 9](#) настоящих Методических рекомендаций формировать из нескольких рекламных конструкций и средств размещения информации общую художественную композицию, соразмерную с входной группой, при необходимости располагающуюся по обе стороны от нее (в случае, если рекламные конструкции и средства размещения информации расположены у входа в здание, сооружение).

Примеры размещения рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях по данному пункту приведены в [приложении N 3](#).

5. Следует избегать на зданиях и сооружениях хаотичного расположения, а также негармонизованных разноцветных и разноразмерных рекламных конструкций и средств размещения информации, создающих визуальный диссонанс.

6. При размещении рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях должна быть организована подсветка ([приложение N 4](#)).

Подсветка должна иметь немерцающий, приглушенный свет, не создавать прямых направленных лучей в окна жилых помещений и обеспечивать безопасность для участников дорожного движения.

7. На зданиях, имеющих статус объектов культурного наследия, выявленных объектов культурного наследия, рекламные конструкции и средства размещения информации устанавливаются в соответствии с законодательством об объектах культурного наследия по согласованию с Министерством культуры Московской области.

8. Для исторических городов (населенных пунктов), ансамблей улиц, площадей в границах исторических поселений при размещении рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях следует избегать конструкций, дисгармоничных по отношению к окружающей застройке и другим объектам наружной рекламы и информации, находящимся в "бассейне визуального восприятия", в том числе предусматривающих применение флюоресцирующих красок, неоновых источников света и т.п.

9. При проектировании и размещении рекламных конструкций и средств размещения информации:

на зданиях, расположенных в границах зон охраны объектов культурного наследия, в исторических центрах городов (населенных пунктов), а также на фасадах зданий, выполненных по индивидуальным проектам, имеющим своеобразную тектонику, пластику, детализовку и насыщенную орнаментику, рекламные конструкции и средства размещения информации устанавливаются только в форме настенных конструкций, состоящих исключительно из отдельных объемных символов высотой не более 0,5 м, или панелей-кронштейнов из декоративных элементов с габаритами по высоте не более 2,0 м и по ширине не более 0,5 м, в том числе с организацией внутренней подсветки, а также маркиз или элементов оформления витрин. Настенная конструкция не должна выступать от плоскости фасада более чем на 0,2 м (если иное не предусмотрено проектом здания (сооружения) ([приложение N 5](#));

на зданиях, являющихся объектами исторического или культурного наследия, или типового строительства первой половины XX века, не имеющих ярко выраженной пластики фасадов, их сложной детализовки и насыщенной орнаментики, допускается, кроме указанного выше в данном пункте, размещать рекламные конструкции и средства размещения информации в виде цельной композиции (конструкции) высотой не более 0,5 м и выносом от плоскости фасада не более чем на 0,2 м, а также непосредственно

под козырьком (навесом) входной группы и в межоконных простенках ([приложения N 6 и N 7](#)).

10. На зданиях общественных, общественно-деловых, торговых, торгово-выставочных, спортивных и развлекательных центров целесообразно располагать рекламные конструкции и средства размещения информации на глухих поверхностях наружных стен (без проемов и архитектурных деталей). Возможно размещение рекламных конструкций и средств размещения информации (в дополнение к конструкциям, указанным в [пункте 2](#) настоящих Методических рекомендаций) в виде крышной композиции (установки). В целях формирования целостного визуального восприятия и увязки по габаритам и местам размещения отдельных конструкций (элементов) информационно-рекламного оформления указанных в настоящем пункте зданий и комплексов рекомендуется разрабатывать и представлять на рассмотрение в соответствии с [пунктом 15](#) настоящих Методических рекомендаций общую концепцию (графическую схему) размещения рекламных конструкций и средств размещения информации ([приложение N 8](#)).

11. Внешний облик и место размещения рекламных конструкций и средств размещения информации, устанавливаемых на объектах, не являющихся объектами капитального строительства, определяются архитектурными решениями (проектами) таких объектов либо на основании самостоятельных эскизов, разрабатываемых в рамках оформления соответствующего разрешения на размещение рекламной конструкции и средства размещения информации ([приложение N 9](#)).

12. Рекламные конструкции и средства размещения информации, параметры и место размещения которых на зданиях и сооружениях не соотносятся с положениями, установленными настоящими Методическими рекомендациями, устанавливаются на основании индивидуального проекта ([приложение N 10](#)) размещения рекламных конструкций и средств размещения информации, рекомендуемого к рассмотрению в порядке, предусмотренном [пунктом 15](#) настоящих Методических рекомендаций.

13. При разработке индивидуальных проектов и архитектурно-художественных концепций размещения рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях следует учитывать:

архитектурные особенности фасадов и функциональное назначение зданий различных архитектурных стилей, выполненных по индивидуальным проектам, или типовой застройки;

место размещения объекта (в исторической или в современной застройке городских кварталов или сельских поселений);

наличие в застройке уникальных зданий и сооружений, архитектурных ансамблей, имеющих доминантное значение в архитектурно-планировочной структуре города, а также объектов высокого общественного и социального значения.

14. Проекты размещения рекламных конструкций и средств размещения информации на зданиях и сооружениях, имеющих (в соответствии с документами территориального планирования) особое значение в архитектурно-планировочной и историко-культурной структуре города (населенного пункта), а также проекты размещения рекламных конструкций, не отнесенных к указанным в [пункте 1](#) настоящих Методических рекомендаций и размещаемых (в том числе на основании схем размещения рекламных конструкций) на зданиях, строениях, рекомендуется представлять на рассмотрение (с подготовкой заключения об обеспечении соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки и градостроительных норм) Художественным советом (или его рабочими группами) при Главном управлении архитектуры и градостроительства Московской области.

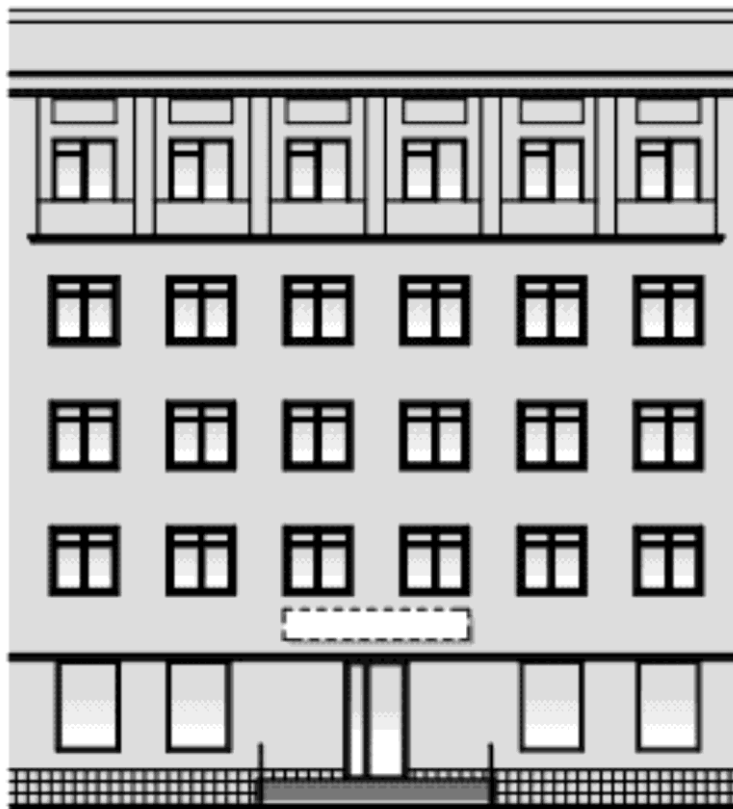
15. Архитектурно-художественные концепции (графические схемы) и индивидуальные проекты, указанные ([пункт 10](#) и [пункт 12](#)) в настоящих Методических рекомендациях размещения на зданиях и сооружениях рекламных конструкций и средств размещения информации, рекомендуется представлять на рассмотрение (с подготовкой заключения об обеспечении соблюдения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки и градостроительных норм) Художественным советом (или его рабочими группами) при Главном управлении архитектуры и градостроительства Московской области.

Приложение N 1  
к Методическим рекомендациям  
по внешнему виду и размещению  
рекламных конструкций и средств  
размещения информации  
на зданиях и сооружениях

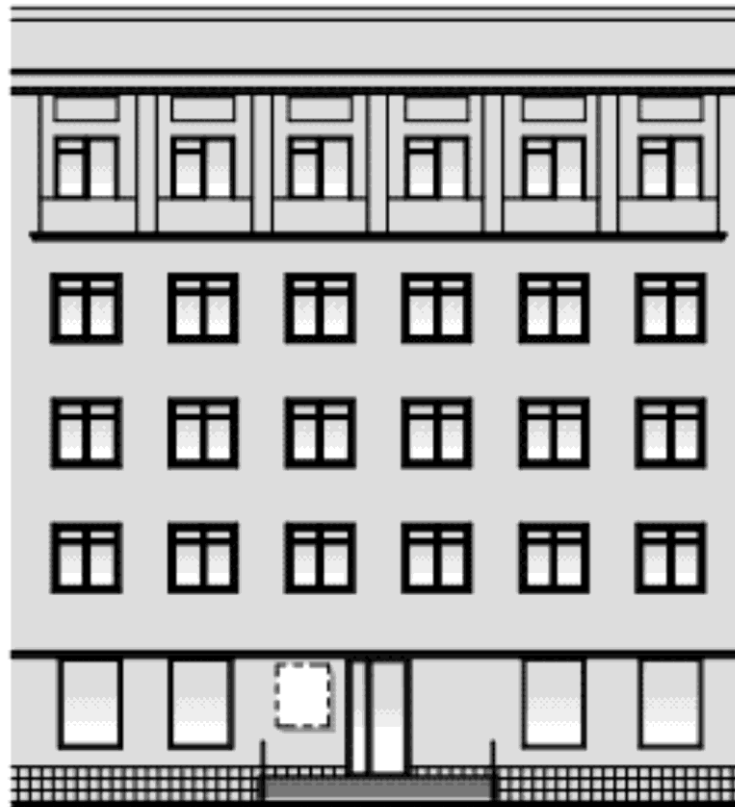
---

### ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

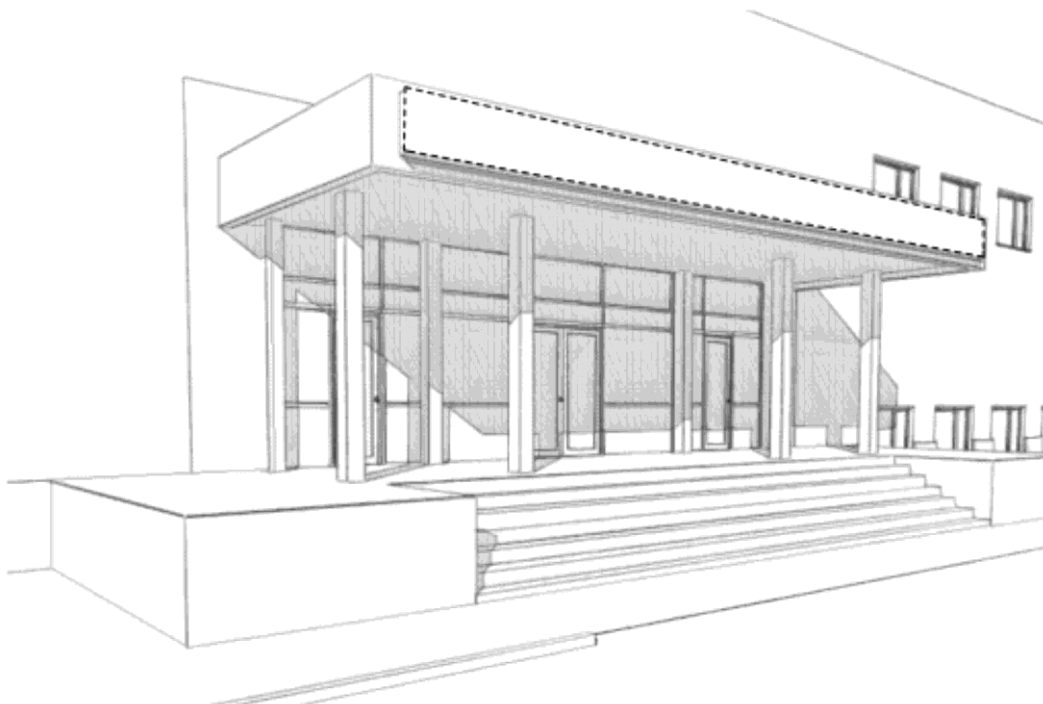
Размещение информационной конструкции над входом



Размещение информационной конструкции у входа



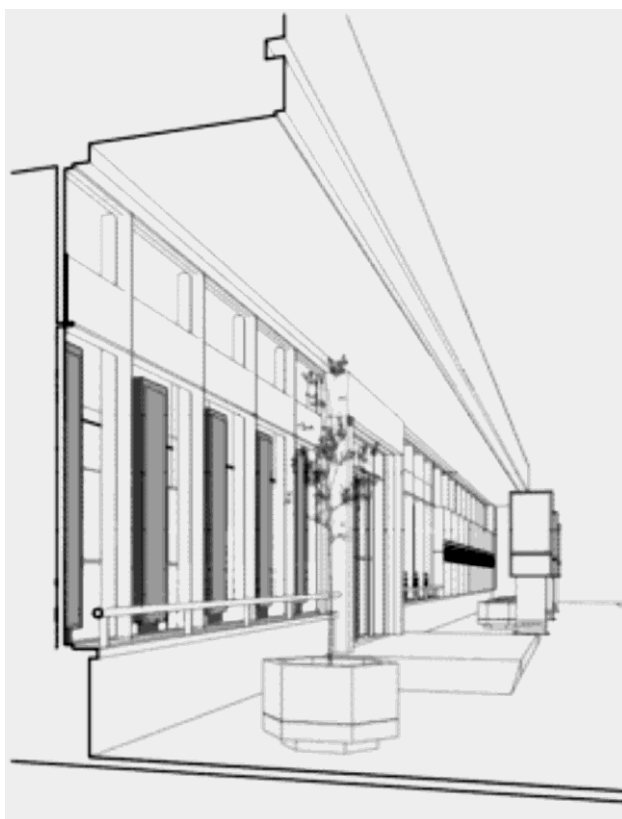
Размещение информационной конструкции на козырьке

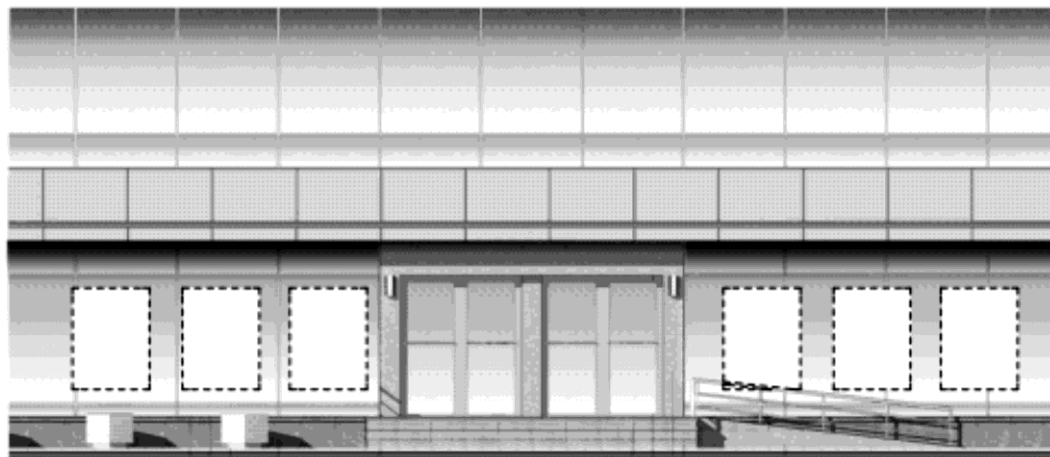


Приложение N 2  
к Методическим рекомендациям  
по внешнему виду и размещению  
рекламных конструкций и средств  
размещения информации  
на зданиях и сооружениях

### ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

Размещение информационных конструкций в витринах



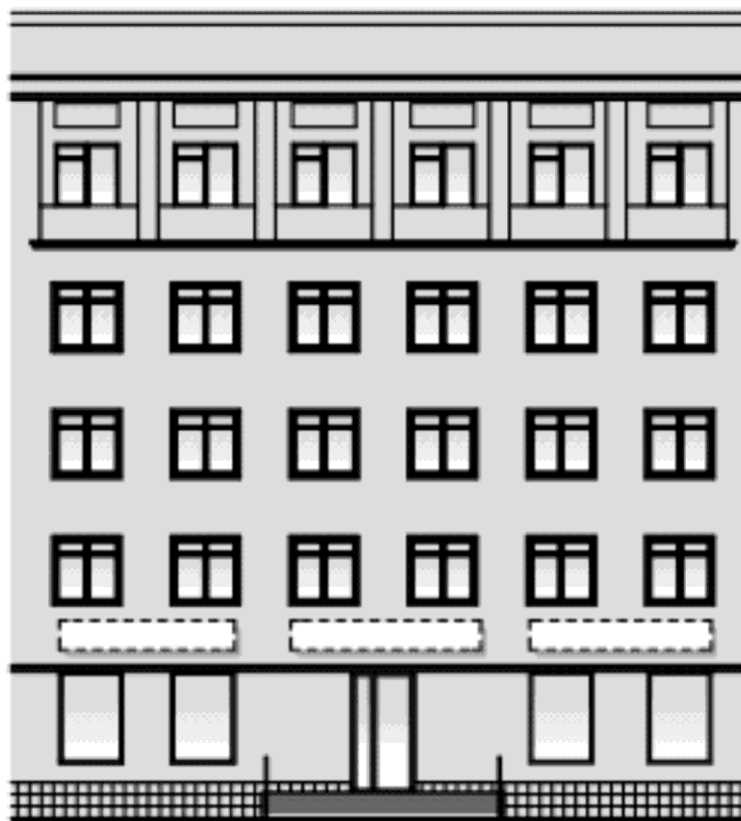


Приложение N 3  
к Методическим рекомендациям  
по внешнему виду и размещению  
рекламных конструкций и средств  
размещения информации  
на зданиях и сооружениях

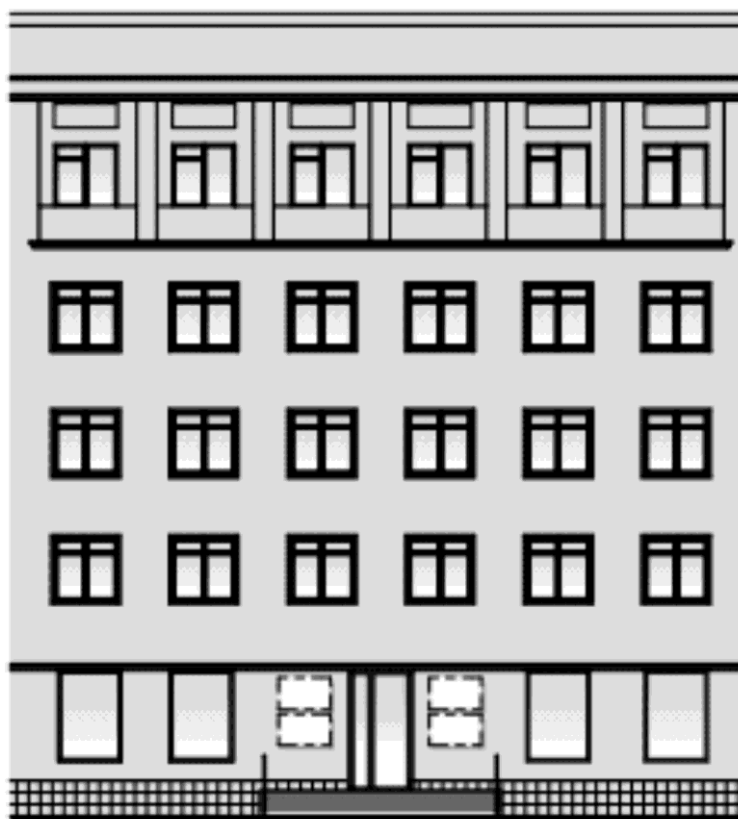
#### ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

Размещение информационных конструкций над входом

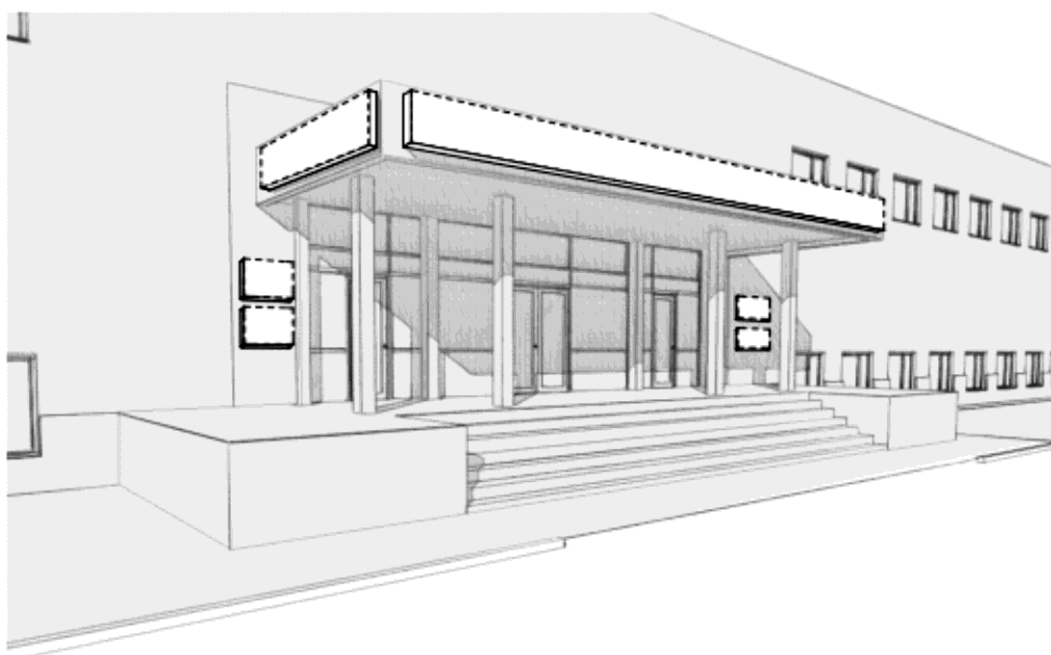




Размещение информационных конструкций у входа (пример 1)



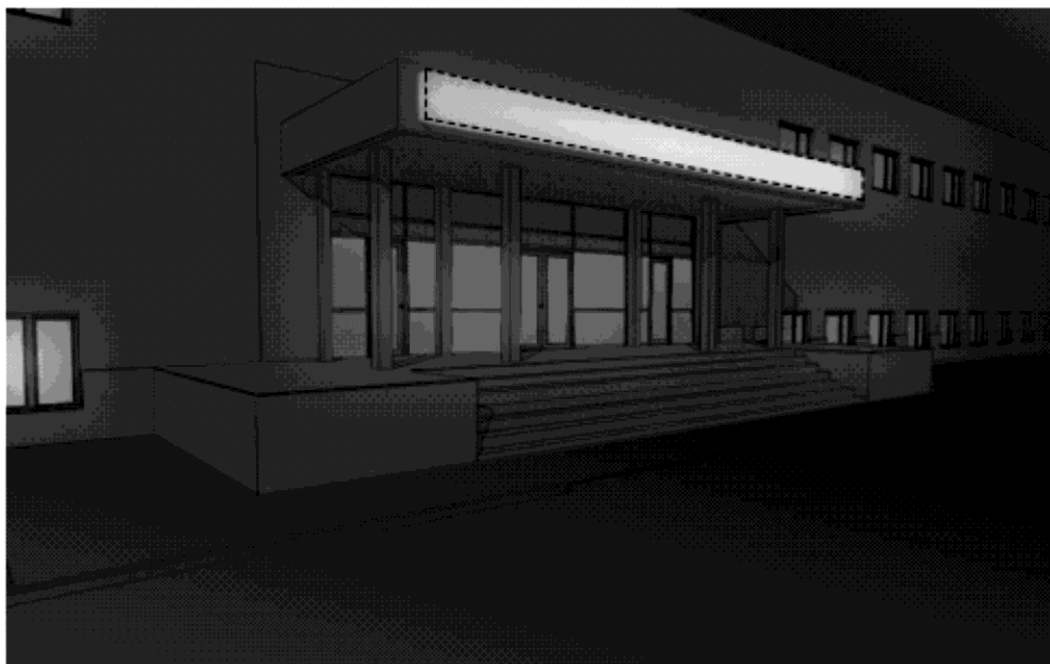
Размещение информационных конструкций у входа и на козырьке  
(пример 2)

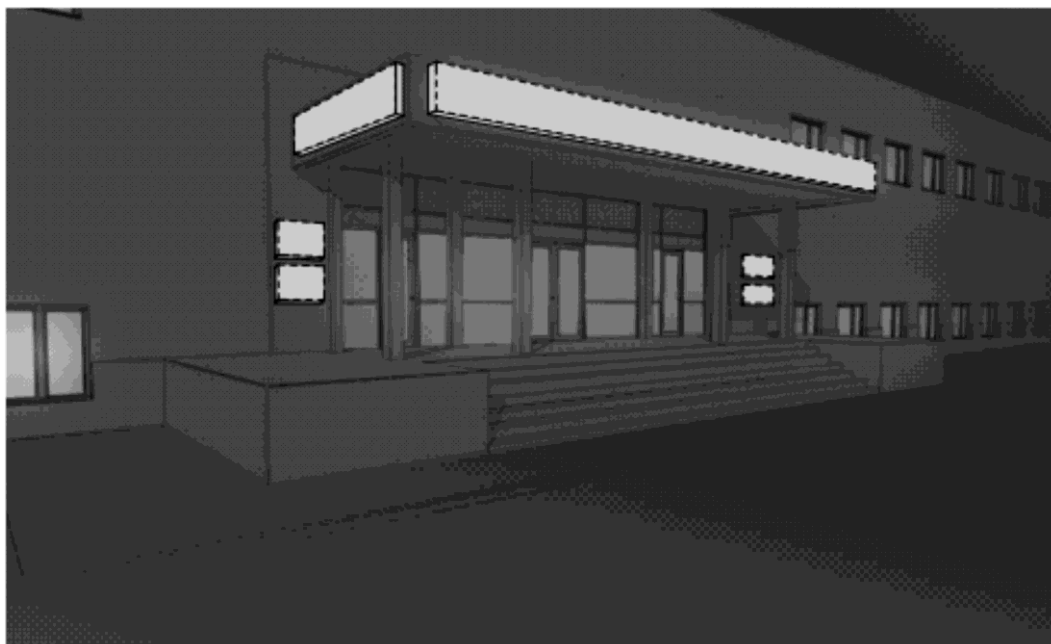


Приложение N 4  
к Методическим рекомендациям  
по внешнему виду и размещению  
рекламных конструкций и средств  
размещения информации  
на зданиях и сооружениях

#### ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

Освещение информационных конструкций

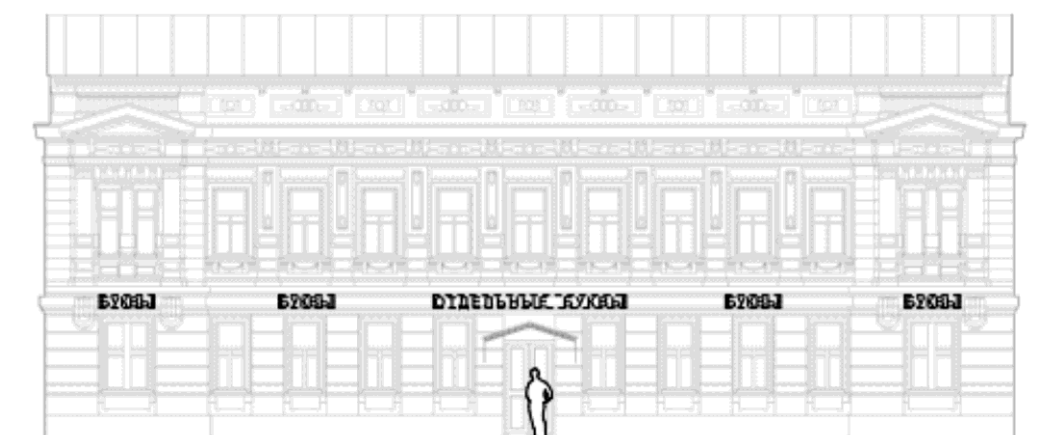




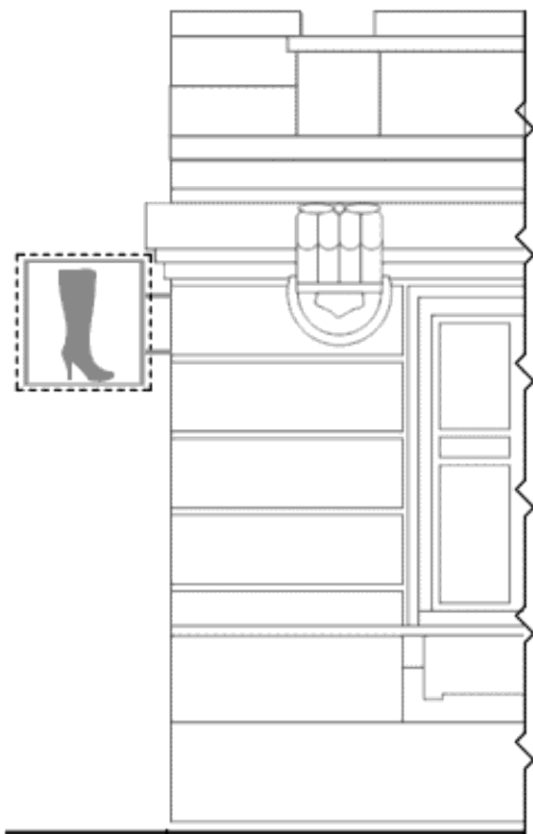
Приложение N 5  
к Методическим рекомендациям  
по внешнему виду и размещению  
рекламных конструкций и средств  
размещения информации  
на зданиях и сооружениях

#### ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

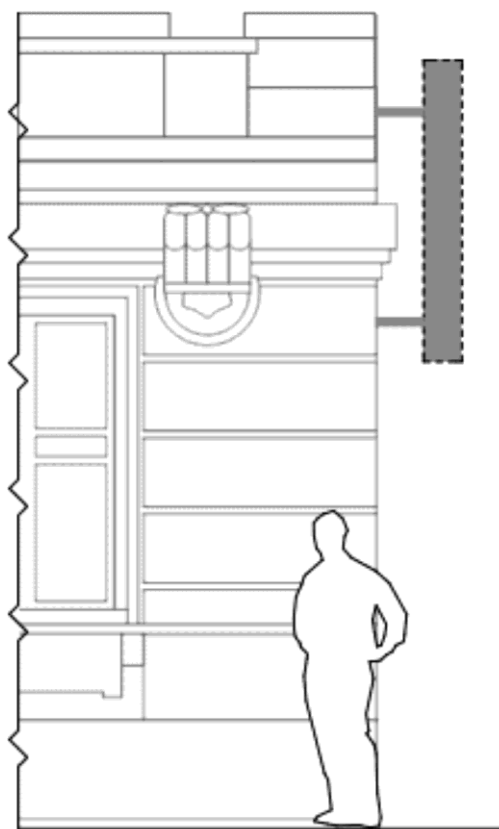
Отдельные буквы



Панель-кронштейн из декоративных элементов



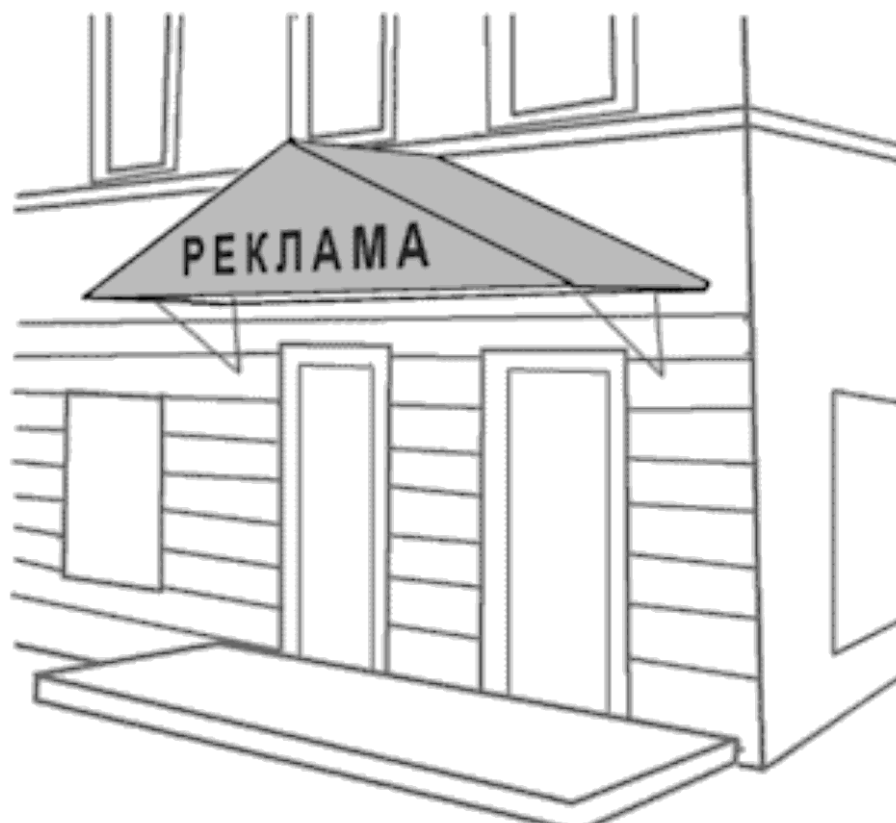
Панель-кронштейн в виде светового короба  
или из отдельных букв



Приложение N 6  
к Методическим рекомендациям  
по внешнему виду и размещению  
рекламных конструкций и средств  
размещения информации  
на зданиях и сооружениях

#### ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

Возможные варианты размещения информационных конструкций



Приложение N 7  
к Методическим рекомендациям  
по внешнему виду и размещению  
рекламных конструкций и средств  
размещения информации  
на зданиях и сооружениях

## ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

Возможные варианты размещения информации на маркизах



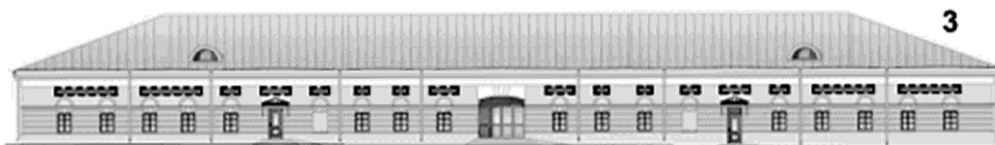




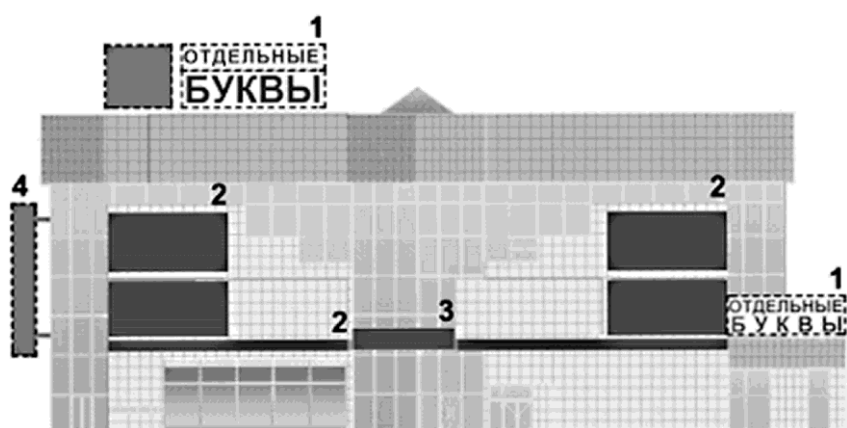
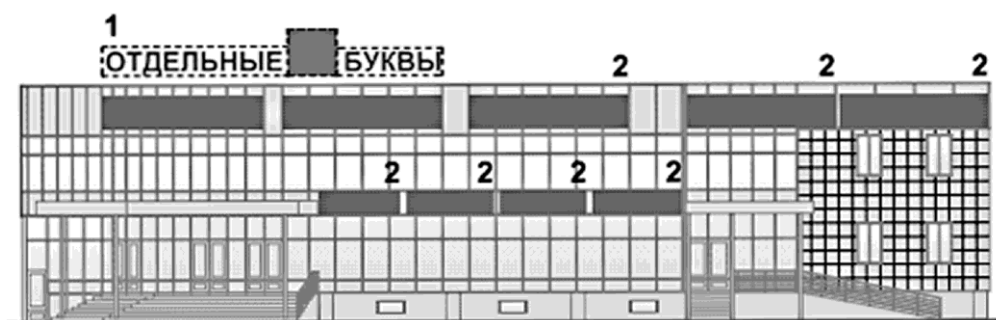
Приложение N 8  
к Методическим рекомендациям  
по внешнему виду и размещению  
рекламных конструкций и средств  
размещения информации  
на зданиях и сооружениях

#### ПРИМЕР РАЗРАБОТКИ ОБЩЕЙ КОНЦЕПЦИИ (ГРАФИЧЕСКОЙ СХЕМЫ)

Размещение информационных конструкций на исторических  
зданиях или зданиях, имеющих фасады, насыщенные  
элементами декора



Размещение информационных конструкций на зданиях, фасады  
которых имеют простую архитектурную форму

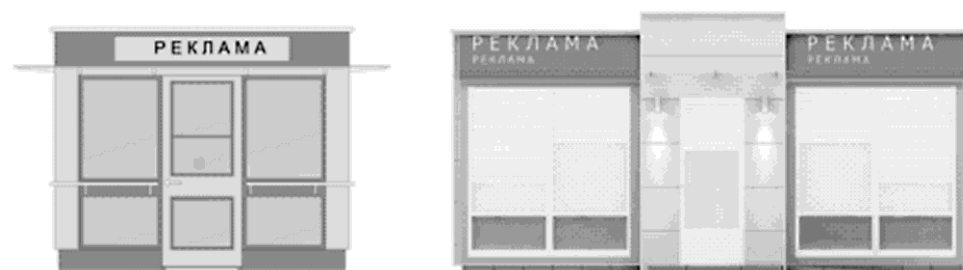


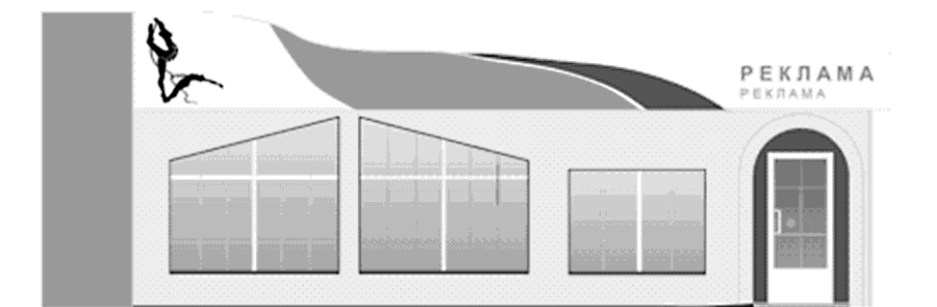
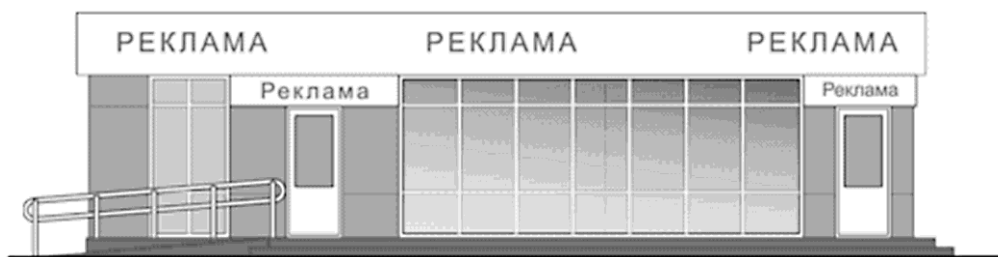
- 1 - отдельные буквы (крышная установка)
- 2 - информационный короб с подсветкой
- 3 - отдельные буквы на участке стены
- 4 - панель-кронштейн

Приложение N 9  
к Методическим рекомендациям  
по внешнему виду и размещению  
рекламных конструкций и средств  
размещения информации  
на зданиях и сооружениях

#### ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

Возможные варианты размещения информационных конструкций





Приложение N 10  
к Методическим рекомендациям  
по внешнему виду и размещению  
рекламных конструкций и средств  
размещения информации  
на зданиях и сооружениях

ПРИМЕР РАЗРАБОТКИ ПРОЕКТНОГО РЕШЕНИЯ

