

Паспорт лучшей практики

Полное наименование лучшей практики (далее – ЛРП)	«Методические рекомендации по разработке и внедрению дизайн-кода»
Субъект Российской Федерации, где реализована ЛРП	Курская область
Национальный проект, в рамках которого разрабатывается ЛРП	«Жильё и городская среда»
Решаемая задача	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. 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. 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.
Области изменений	Дизайн-код оценивает существующее состояние параметров среды, выдвигает требования к эстетическим характеристикам зданий и городского пространства, приводит примеры решений деталей застройки. Дизайн-код Курска (как пример) 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.
Условия для внедрения ЛРП	Инициатива внедрения дизайн-кода «снизу»: группа активных горожан получает отклик «сверху» у Губернатора (главы города, администрации муниципального образования).
Уникальность ЛРП	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.
Заинтересованные лица, целевая аудитория	Пособие будет полезно как представителям Администрации городов и регионов, муниципалитетам, так и командам разработчиков. 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.
Необходимые ресурсы	Многопрофильная рабочая группа (представители администрации, профессиональное сообщество, предпринимательское сообщество, общественность)
Ключевой ресурс для запуска ЛРП	Политическая воля
Этапы внедрения ЛРП, основные мероприятия по внедрению ЛРП	Основные этапы разработки и внедрения регламента 1. ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП Планирование проектных этапов и задач внутри каждого из этапов, установка дедлайнов (1-2 месяца) 2. ПРЕДПРОЕКТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ (1-2 месяца) Градостроительный анализ, анализ проблем городской среды выявление идентичности, встречи с заинтересованными сторонами, анализ системы улиц, их типологии, транспортной системы; ландшафтно-визуальный анализ и выявление особенностей архитектурного облика города, 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, сбор данных от жителей посредством интернет-платформы, Сбор исторических данных, поиск городских символов, архитектурного образа и атмосферы города, «духа места», а также самоопределения и представления о городе жителями, анализ города и проблем глазами жителей, главных стейкхолдеров проекта, определение команды разработчиков 3. РАЗРАБОТКА РЕГЛАМЕНТА (3-6 месяцев) Выделение типологии улиц и зданий в городе, взаимодействие с городскими профильными комитетами 4. ВНЕДРЕНИЕ ДИЗАЙН-КОДА (6-24 месяцев) Синхронизация внедрения дизайн-кода с нацпроектами и региональными программами, выбор и назначение контролирующего органа,

	внедрение дизайн-кода на пилотной улице, обретение документом юридической силы, включение всего регламента или его основных тезисов в структуру Правил благоустройства, внедрение дизайн-кода во всем городе, распространение регламента на все муниципальное образование
Риски	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 осведомленности 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.

Контакты ответственных за взаимодействие по вопросам реализации ЛРП	лиц, за 1.Советник Губернатора Курской области Коновалова А.С. 89103153813 2.Руководитель АНО «Центр компетенций развития городской среды Курской области» Деева К.Н. 89510824617
--	--