


Международный аэропорт Внуково Москва



Руководство для арендаторов

Требования к оформлению фасадной части
арендуемого пространства в Терминале А



Содержание

| | |
|---|----|
| 1. Введение | 5 |
| 1.1. Цели разработки настоящего «Руководства» | 6 |
| 1.2. Термины и определения, обозначения и сокращения | 7 |
| 1.3. Требования к содержанию дизайн-концепции оформления арендных зон | 10 |
| 2.1. Устройство фриза и вывески, материалы, цвета, разрешенные и запрещенные варианты | 12 |
| 2.2. Требования к оформлению фасадной части помещений арендаторов, оборудованных витринами | 17 |
| а) Требования к носителям обязательной информации (часы работы, название и т.д.) | |
| б) Общие требования к постоянному и сезонному оформлению витрин (% занятого пространства, высота размещения, стилистика, допустимое содержание материалов и т.д.) | |
| в) Требования к рекламной и промо-информации на витрине | |
| г) Требования к информационным носителям, размещаемым на витринах | |
| д) Требования к оформлению рекламными материалами противокражных ворот | |
| е) Освещение витрин | |
| 2.3. Требования к оформлению фасадной части помещений арендаторов, не оборудованных витринами (открытая фасадная часть) | 25 |
| а) Требования к носителям обязательной информации (часы работы, название и т.д.) | |
| б) Общие требования к постоянному и сезонному оформлению фасадной части (% занятого пространства, высота размещения, стилистика, допустимое содержание материалов и т.д.) | |
| в) Требования к рекламной и промо-информации в фасадной части | |
| г) Требования к носителям для размещения на входе информации, объявлений | |
| д) Требования к оформлению рекламными материалами противокражных ворот | |
| е) Освещение фасадной части арендуемого помещения | |



Содержание

| | |
|---|-----------|
| 2.4. Декорирование фасадной части вакантных помещений арендаторов | 33 |
| а) Декорирование витрин силами арендатора на этапе ремонта (материалы, способ нанесения, информация, паттерны и т.д.). | |
| б) Оформление фальш-витрин: общие требования, материалы, художественные приемы | |
| в) Декорирование арендуемой площади, не имеющей стен, на период проведения строительных работ силами арендатора (общие требования, материалы) | |
| 2.5. Требования к оформлению фасадной части офисов авиакомпаний | 37 |
| а) Устройство фриза, содержание, цвета | |
| б) Материалы лицевой части светового короба | |
| в) Требования к обязательной информации рядом с входом в помещение (часы работы, название и т.д.) | |
| г) Требования к сезонному оформлению витрин | |
| д) Требования к рекламной и промо-информации на витрине | |
| е) Требования к информационным носителям, размещаемым на витринах | |
| 2.6. Требования к высоте конструкций при самостоятельной застройке арендаторов на площади, не имеющей стен | 44 |
| 2.7. Недопустимые варианты оформления фасадной части арендованных помещений/площадей | 46 |
| 2.8. Банкоматы, вендинги, пункты обмена валюты | 48 |
| 2.9. Стойки, арендованные у аэропорта, и стойки заказа такси на отметке +0.000..... | 50 |



Содержание

| | |
|---|----|
| 2.10. Стойки авиакомпаний | 52 |
| 2.11. Малые формы (МАФ): киоски (торговые места островной торговли), промо-стойки, промо-подиумы, временные ярмарки | 54 |
| а) Требования к киоскам | |
| б) Требования к промо-стойкам | |
| в) Требования к промо-подиумам | |
| г) Требования к оформлению временных ярмарок | |

1. Введение





1.1. Цели разработки настоящего «Руководства»

Настоящее «Руководство для арендаторов. Требования к оформлению фасадной части арендуемого пространства» разработано с целью:

- систематизировать требования, предъявляемые к оформлению арендных зон на территории международного аэропорта Внуково;
- помочь арендаторам объекта при разработке дизайн-проектов оформления арендуемых зон;
- обеспечить высокие показатели удовлетворенности посетителей международного аэропорта Внуково на территории всего объекта за счет создания современной, удобной, комфортной среды пребывания на территории аэропорта.



1.2. Термины и определения, обозначения и сокращения

В настоящем Руководстве использованы следующие термины и соответствующие им определения:

Брендинг – нанесение элементов фирменного стиля компании (логотип, паттерн) на различные товары, изделия или элементы декорирования;

Временная торговля – это сезонное мероприятие торговли товарами, проводимое с целью активизации посетителей в общих зонах;

Входная группа – часть архитектурно-планировочных решений здания, обеспечивающая вход и выход посетителей;

Вывески – информационные конструкции, размещаемые на фасадах, крышах или иных внешних поверхностях (внешних ограждающих конструкциях) зданий, строений, сооружений, в том числе с внешней и (или) с внутренней стороны витрин, окон, на внешних поверхностях нестационарных торговых объектов, размещаемые отдельно стоящие информационные конструкции, в месте фактического нахождения или осуществления деятельности организации или индивидуального предпринимателя, и содержащие:

- сведения о профиле деятельности организации, индивидуального предпринимателя и (или) виде реализуемых ими товаров, оказываемых услуг и (или) их наименование (фирменное наименование, коммерческое обозначение, изображение товарного знака, знака обслуживания) в целях извещения неопределенного круга лиц о фактическом местоположении (месте осуществления деятельности) данной организации, индивидуального предпринимателя, за исключением вывесок, размещаемых на крышах зданий, строений, сооружений;
- сведения, размещаемые в случаях, предусмотренных Законом Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»;



1.2. Термины и определения, обозначения и сокращения

Дизайн-концепция оформления арендной зоны – это основополагающая идея, комплексное видение того, как будет воплощён бренд в оформлении торгового пространства через визуализации внешнего и внутреннего оформления выполненные в формате фотопривязки с нескольких ракурсов с указанием общих размеров;

Малые формы (МАФ) – малые архитектурные формы;

Объект – здание Терминала А международного аэропорта «Внуково»;

Общие зоны – комплекс открытых площадок и помещений в здании, свободных для доступа посетителей Объекта круглосуточно, кроме помещений арендаторов. Общие зоны Объекта делятся на внешние и внутренние;

Промо-подиум – это конструкция, предназначенная для демонстрации товара, в т.ч. крупногабаритного. Включает в себя подиум высотой до 100 мм разной конфигурации. Может иметь подсветку по периметру;

Световой короб (лайтбокс) – это объемная световая конструкция, лицевая часть которой изготавливается из светопрозрачного материала (акрила, поликарбоната или другого материала, пропускающего свет). Внутри короба размещают световые элементы (светодиодные линейки, кластеры) для подсвечивания лицевой части;



1.2. Термины и определения, обозначения и сокращения

Табличка информационная – согласно ст. 9 Федерального закона от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» информационная табличка предназначена для доведения до сведения потребителя информации об изготовителе (исполнителе, продавце). На табличке должна быть указана следующая информация: зарегистрированное (юридическое) наименование предприятия, организационно-правовая форма, режим работы предприятия, дополнительная информация не рекламного характера (в случае необходимости);

Панель-кронштейн – это односторонняя или двусторонняя рекламная или навигационная конструкция, крепящаяся к стенам здания, столбам уличного освещения или к фасаду помещения внутри Объекта;

Фальш-витрина – это совокупность декоративных элементов и конструкций, размещенных внутри стационарной витрины, составленная на основе идеи декорирования;

Фриз - это стационарная горизонтальная панель, расположенная в верхней части фасада помещения арендатора, по ширине ограниченная размерами арендуемого помещения;



1.3. Требования к содержанию дизайн-концепции оформления арендных зон

Дизайн-концепция, предоставляемая Арендатором на согласование Арендодателю, в соответствии с п.5.1.4. РГ-03.01-04 «Регламент выполнения работ по обустройству арендных зон, приёма-передачи и возврата объектов в аренду (из аренды)» должна содержать следующие материалы:

- а) место расположения объекта на плане этажа и в осях;
- б) план объекта с указанием геометрических параметров объекта в целом (в т.ч. ширина, глубина объекта, высота конструкций по периметру объекта, наличие потолков и перекрытий) и геометрических параметров дверных проёмов и путей эвакуации;
- в) дизайн-концепция оформления фасада/фасадов арендуемого объекта, выполненная в формате фотопривязки. Фотопривязки должны быть в 3-х ракурсах:
 - фронтальный с захватом рядом (на расстоянии не менее 5 м) расположенных объектов инфраструктуры, коммерческих объектов, элементов архитектуры здания (при их наличии);
 - вид слева под 45 градусов к линии главного фасада;
 - вид справа под 45 градусов к линии главного фасада;
- г) развертка фасада/фасадов с обозначением размеров всех элементов, расположенных на границе фасада;



1.3. Требования к содержанию дизайн-концепции оформления арендных зон

- г) развертка фасада/фасадов с обозначением размеров всех элементов, расположенных на границе фасада;
- д) вывеска/вывески на фасаде с размерами всех элементов, описанием типа конструкции, типа подсветки, типа крепления элементов вывески, материалов вывески;
- е) спецификация оборудования и материалов, использующихся при строительстве/оформлении фасада/фасадов, включая рекламные и информационные конструкции;
- ж) макет оклейки фасадных витрин на период проведения строительных/ремонтных работ для объектов, имеющих витрины на фасаде, или макет оформления ограждающих конструкций на период проведения строительных/ремонтных работ для объектов, не имеющих витрины на фасаде. Спецификация материалов.
- и) план расположения мебели, оборудования, габаритные размеры и массу предполагаемого к установке оборудования;
- к) информация о пожароопасных свойствах строительных и отделочных материалов;
- л) информация о пределах огнестойкости противопожарных преград и заполнений проёмов в них.



2.1. Устройство фриза и вывески, материалы, цвета, разрешенные и запрещенные варианты



2.1. Устройство фриза и вывески, материалы, цвета, разрешенные и запрещенные варианты

а) Разрешены следующие варианты оформления фриза:

Вариант 1: На фризе размещается вывеска, содержащая фирменное название арендатора, товарный знак (логотип), обозначение направления деятельности предприятия (например, аптека, ресторан, бистро). В данном варианте фризовая панель должна быть несветовая (см. Рисунок 1).

Материалы: несветовая подложка из композита, вывеска в виде объемных световых букв с внутренней светодиодной подсветкой или в виде инкрустации из оргстекла. Контражурная подсветка объемных световых букв вывески разрешена.

Вариант 2: фриз в виде светового короба шириной, равной ширине арендуемого помещения/входной группы (см. Рисунок 2)

Материалы: лицевая часть светового короба изготавливается из светопрозрачного материала (например, молочный акрил), на который накатывается изображение, напечатанное на самоклеющейся пленке, предназначенной для использования в световых конструкциях.

Фасад помещения с фризом, вывеской, витриной в фасадной части



Фасад помещения с фризом, вывеской, открытой фасадной частью (без витрин)



Рисунок 1. Схема размещения фриза и вывески с витриной в фасадной части и с открытой фасадной частью (без витрины)

СВЕТОВОЙ КОРОБ



Рисунок 2. Схема размещения светового короба шириной, равной ширине арендуемого помещения/входной группы



2.1. Устройство фриза и вывески, материалы, цвета, разрешенные и запрещенные варианты

б) Цвет фриза и вывески арендатор должен выбрать самостоятельно на основе Руководства по фирменному стилю представляемого бренда, учитывать при разработке макета вывески/фриза/светового короба. Макет вывески/фриза/светового короба, независимо от типа арендуемого помещения или в случае аренды площади для самостоятельной застройки, арендатор должен предоставить на согласование Арендодателю в составе дизайн-проекта оформления арендуемого помещения/площади или отдельно в соответствии с РГ-ОЗ.01-01 «Регламент выполнения работ по обустройству арендных зон (перепланировка, текущий и капитальный ремонты) АО «Международный аэропорт «Внуково».

в) Если арендатор планирует занять помещение, расположенное вдоль стен объекта, в нишах и будет изготавливать фриз, вывеску самостоятельно, то одновременно с макетом фриза, вывески арендатор должен предоставить электрическую схему подключения электрифицированных элементов (фриза, вывески) и данные об их потребляемой мощности. Арендатор должен самостоятельно произвести замер места установки фриза, вывески до их изготовления.

г) Если арендатор планирует занять помещение, над входом в которое размещена конструкция светового короба без изображения в лицевой части, то арендатор должен разработать макет лицевой части светового короба, предоставить на согласование Арендодателю, изготовить лицевую часть светового короба по техническим требованиям Арендодателя и смонтировать. Арендатору запрещено менять имеющийся фриз в виде светового короба на другой вид рекламного носителя. Арендатор должен самостоятельно произвести замер лицевой части светового короба до изготовления.

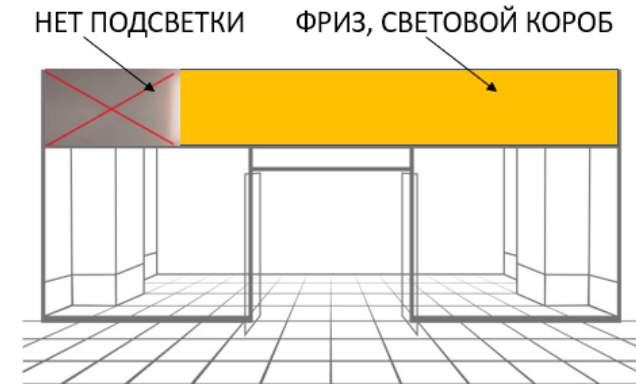


Рисунок 3. Пример светового короба с частично неработающей внутренней подсветкой



2.1. Устройство фриза и вывески, материалы, цвета, разрешенные и запрещенные варианты

д) в случае выхода из строя подсветки светового короба в фасадной части помещения сообщить арендодателю (в группу эксплуатации электрооборудования объекта (ГЭЭ службы ЭСТОП)) о необходимости восстановления подсветки, если оборудование светового короба является собственностью Арендодателя и обслуживается Арендодателем на основании договора технического обслуживания.

е) в случае, если фриз/вывеска/световой короб полностью изготовлен и оплачен арендатором, выполнить комплекс работ по ремонту за свой счет в кратчайшие сроки.

Разрешено

- Арендаторам, занимающим не офисные помещения, разрешено размещать в фасадной части арендуемого помещения рекламную конструкцию панель-кронштейн с внутренней светодиодной подсветкой. Размеры данной конструкции должны соответствовать указанным на Рисунке 4.

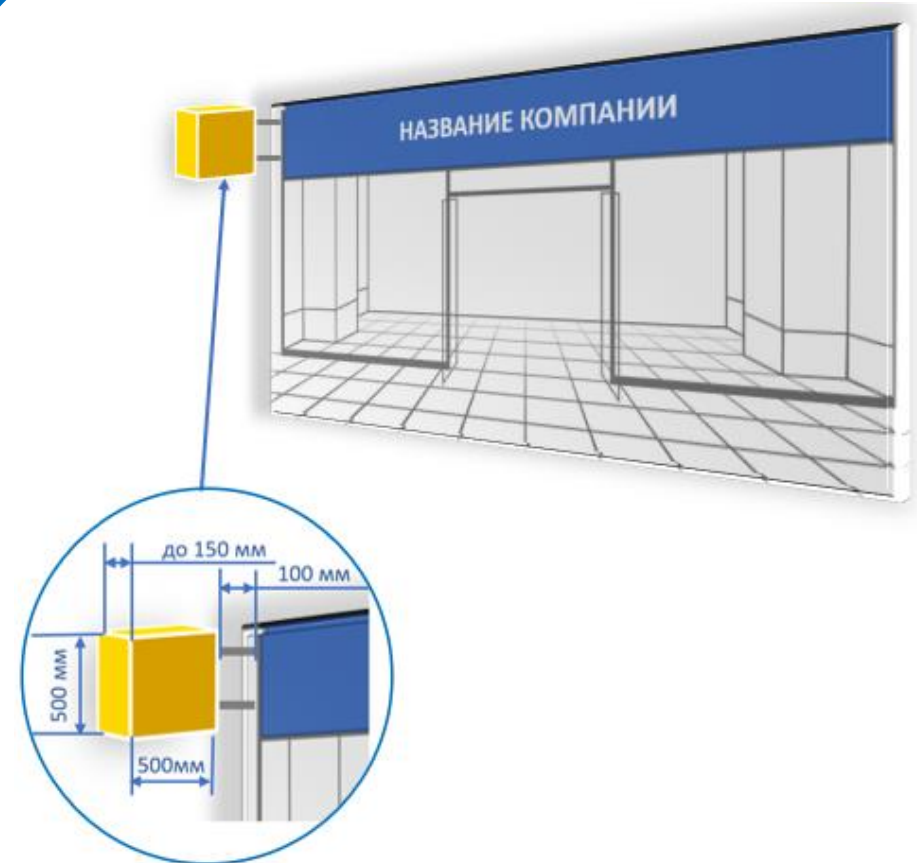


Рисунок 4. Схема размещения и размеры панель-кронштейна



2.1. Устройство фриза и вывески, материалы, цвета, разрешенные и запрещенные варианты

Запрещено

- арендаторам запрещено для всех типов арендуемых помещений и торговых павильонов самостоятельной застройки (включая точки общественного питания) размещение на месте фриза digital-рекламных носителей (видеоэкран со сменным изображением). (см. Рисунок №5)
- запрещено монтировать фриз, вывеску без согласования Арендодателя.
- запрещено эксплуатировать неисправное оборудование фриза.

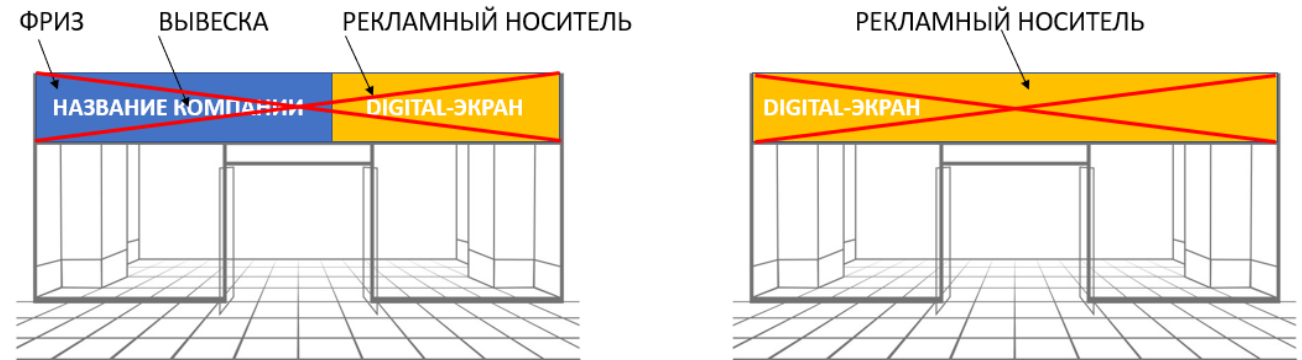


Рисунок 5. Запрещенные варианты размещения digital-рекламных носителей на месте фриза



2.2. Требования к оформлению фасадной части помещений арендаторов, оборудованных витринами



2.2. Требования к оформлению фасадной части помещений арендаторов, оборудованных витринами:

а) Требования к носителям обязательной информации (часы работы, название и т.д.).

В соответствии со ст. 9 Федерального закона от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей»: «Изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы». Вышеуказанная информация должна быть размещена на информационной табличке рядом с входом в арендуемое помещение. Дополнительное требование: информация на информационной табличке должна быть на русском и английском языках.

Материалы информационной таблички и место размещения:

При размещении информационной таблички на стекле фасадной витрины табличка должна быть изготовлена в виде стикера и смонтирована на стекле витрины со стороны помещения. Предпочтительный вариант – прозрачная или полупрозрачная самоклеящаяся пленка с печатью изображения. Размеры таблички и расстояния от пола и двери показаны на Рисунке 6.

б) Общие требования к постоянному и сезонному оформлению витрин (% занятого пространства, высота размещения, стилистика, допустимое содержание материалов и т.д.):

- постоянное и сезонное оформление витрин должно быть эстетичным;
- все витрины одного магазина, расположенные на одной линии, должны быть оформлены в одном стиле;
- оформление витрин арендаторов должно отвечать следующим требованиям: наличие продуманной концепции, идеи; продуманная композиция; гармоничное, профессиональное сочетание цветов; высокое качество исполнения всех элементов оформления витрин; достаточно яркая подсветка;
- декор не должен быть более 30 % от площади витрины;
- основное оформление должно приходиться между отметками от +0,200 м до 2,200 м с учетом зрительского восприятия.
- в концепции оформления витрин приветствуется использование ярких, креативных решений.

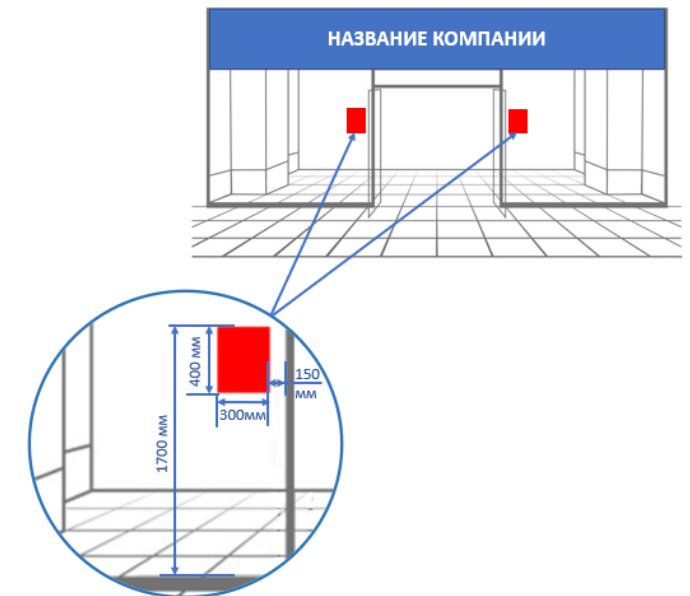


Рисунок 6. Схема размещения информационной таблички рядом с входом в арендуемое помещение с витриной в фасадной части (выбрать один из предложенных вариантов)



2.2. Требования к оформлению фасадной части помещений арендаторов, оборудованных витринами:

Запрещено

- Арендаторы не вправе размещать на внешнем периметре (фасаде, крыше и т.д.) арендуемых помещений любую рекламу, а информационные вывески с наименованием собственного фирменного наименования, товарного знака (бренда) и вида деятельности не должны превышать 20% общей площади фасада соответствующего арендуемого помещения/зоны, а также указанные вывески не должны использоваться для рекламы товаров, продуктов, услуг, товарных знаков или знаков обслуживания третьих лиц.
- Запрещено использование плохочитаемых шрифтов в оформлении витрин;
- Запрещено размещение любых рекламных и информационных материалов, декора со стороны общих зон;
- Запрещено размещение информации, оскорбляющей чувства каких-либо наций, верующих людей;
- Запрещено использование сыпучих материалов мелких фракций, легко распыляемых веществ (конфетти, спреи для декорирования и др.).



2.2. Требования к оформлению фасадной части помещений арендаторов, оборудованных витринами:

в) Требования к рекламной и промо-информации на витрине:

- размещение промоматериалов разрешено только с внутренней стороны витрины;
- промоматериалы должны сочетаться с постоянными элементами оформления витрин по стилю, цвету. Не должны нарушать композицию;
- промоматериалы не должны занимать более 30% всей площади остекления витрины;
- промоматериалы, размещаемые на стекле витрины, должны быть изготовлены из самоклеющейся пленки с учетом крепления с внутренней стороны витрины.

Запрещено

- Размещение на витринах арендаторов промоматериалов, изготовленных на обычной бумаге форматами А4, А3 с нанесенной на них информацией;
- крепление промоматериалов на скотч (канцелярский, строительный, двусторонний и др.);
- использование плохочитаемых шрифтов в оформлении витрин;
- размещение любых рекламных и информационных материалов, декора со стороны общих зон.

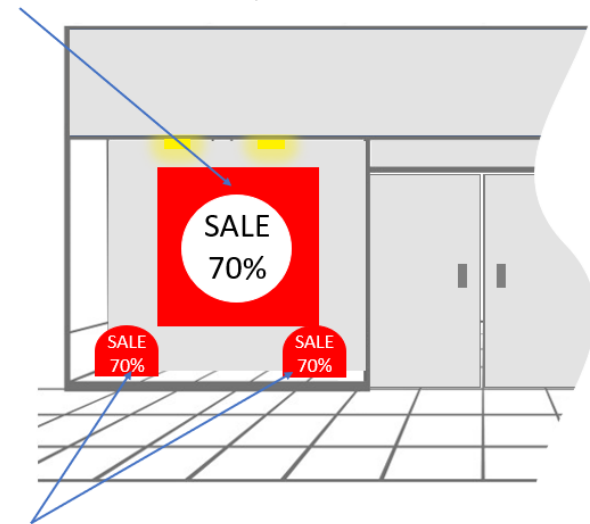


2.2. Требования к оформлению фасадной части помещений арендаторов, оборудованных витринами:

Разрешено

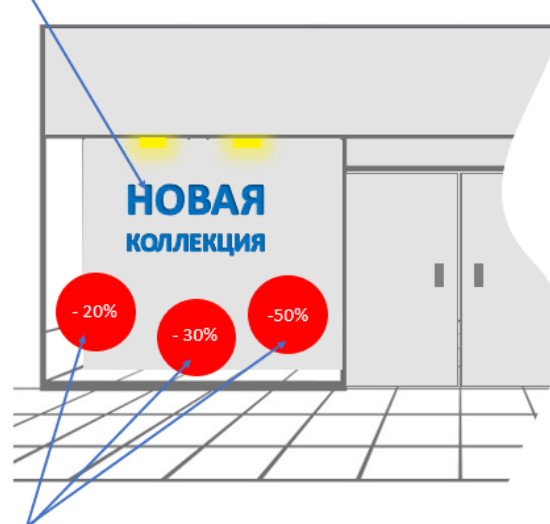
Разрешены следующие варианты оформления витрин арендованных помещений (см. Рисунок 7)

Баннер на задней стенке витрины с информацией о распродаже и указанием размера/размеров скидки с обозначенным товаром



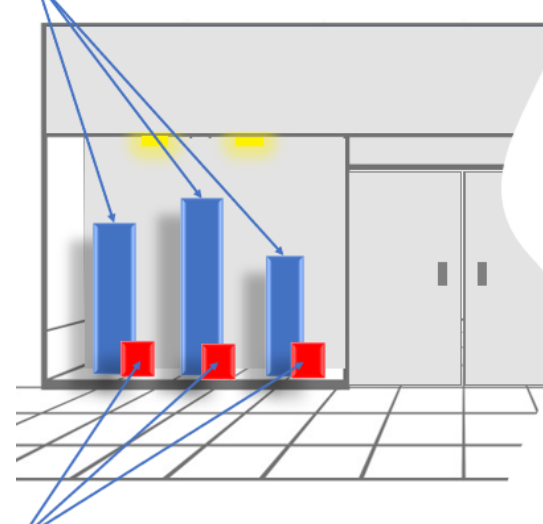
Напольная конструкция с информацией о распродаже и указанием размера/размеров скидки с обозначенным товаром

Самоклеящаяся пленка, наклеенная на стекло витрины с внутренней стороны



Стикер из самоклеящейся пленки с печатью, наклеенные на стекло витрины с внутренней стороны

Товар



Название товара, цена (напольная конструкция)

Рисунок 7. Примеры оформления витрины арендованного помещения



2.2. Требования к оформлению фасадной части помещений арендаторов, оборудованных витринами:

г) Требования к информационным носителям, размещаемым на витринах:

– в случае необходимости временно закрыть арендуемое помещение, работник арендатора обязан разместить соответствующее объявление: на входной двери должна быть вывешена информационная табличка с указанием времени окончания перерыва (см. Рисунок 8). Текст таблички: ПЕРЕРЫВ ДО WILL RETURN AT.

Материалы таблички: ПВХ 3 мм с нанесенной надписью в виде прямой печати или самоклеящейся пленки с плоттерной резкой или самоклеящейся пленкой с нанесенным изображением; часы выполнены в виде циферблата с подвижными стрелками. Размеры таблички 300 x 120 мм. Крепление: на леске табличка подвешивается на присоске, закрепленной с внутренней стороны помещения. Фон должен быть черным, надписи и изображение часов, стрелки – белыми (см. Рисунок 9).

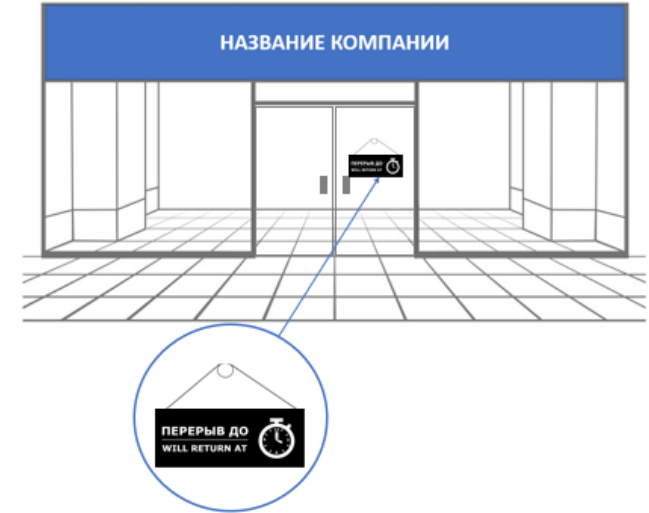


Рисунок 8. Пример размещения таблички «ПЕРЕРЫВ ДО WILL RETURN AT»

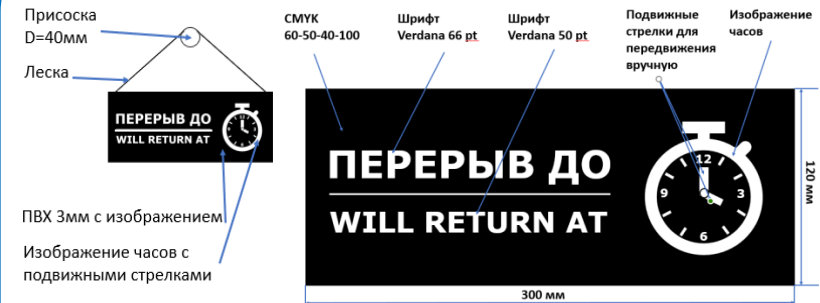


Рисунок 9. Конструкция информационной подвесной таблички



2.2. Требования к оформлению фасадной части помещений арендаторов, оборудованных витринами:

д) Требования к оформлению рекламными материалами противокражных ворот:

- разрешено поверх стоек противокражных ворот размещать рекламные носители по размерам, не превышающим размеры противокражных ворот с учетом необходимых зазоров и креплений, не мешающие проходу посетителей и не нарушающие функционал данного оборудования (см. Рисунок 10).

Материалы коробов поверх противокражных ворот: картон, пластик, ткань с нанесенным изображением.

Также разрешено размещать на противокражных воротах стикеры с информацией рекламного характера.

Запрещено

- запрещено размещать поверх противокражных ворот громоздкие конструкции, значительно превышающие по ширине, глубине, высоте размеры противокражных ворот;
- запрещено размещать конструкции с острыми углами, которые могут привести при контакте к порче личного имущества посетителей Объекта.



КОРОБ ПОВЕРХ
ПРОТИВОКРАЖНЫХ
ВОРОТ

Рисунок 10. Пример оформления противокражных ворот в периоды распродаж



2.2. Требования к оформлению фасадной части помещений арендаторов, оборудованных витринами:

е) Освещение витрин:

- освещение витрин должно быть достаточно ярким, обеспечивать хорошую видимость представленного в витринах товара;
- освещение не должно быть слепящим;
- освещение не должно быть направлено в сторону общих зон.





2.3. Требования к оформлению фасадной части помещений арендаторов, не оборудованных витринами (открытая фасадная часть)



2.3. Требования к оформлению фасадной части помещений арендаторов, не оборудованных витринами (открытая фасадная часть)

а) Требования к носителям обязательной информации (часы работы, название и т.д.).

В соответствии со ст. 9 Федерального закона от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей»: «Изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы». Вышеуказанная информация должна быть размещена на информационной табличке рядом с входом в арендуемое помещение. Дополнительное требование: информация на информационной табличке должна быть на русском и английском языках.

Материалы информационной таблички и место размещения:

– при размещении информационной таблички рядом с входом в арендуемое помещение, не имеющее фасадной витрины, местоположение таблички должно находиться максимально близко от входа, например, на колонне рядом с входом, на ближайшей стене или на противокражных воротах (см. Рисунок 11, 12).

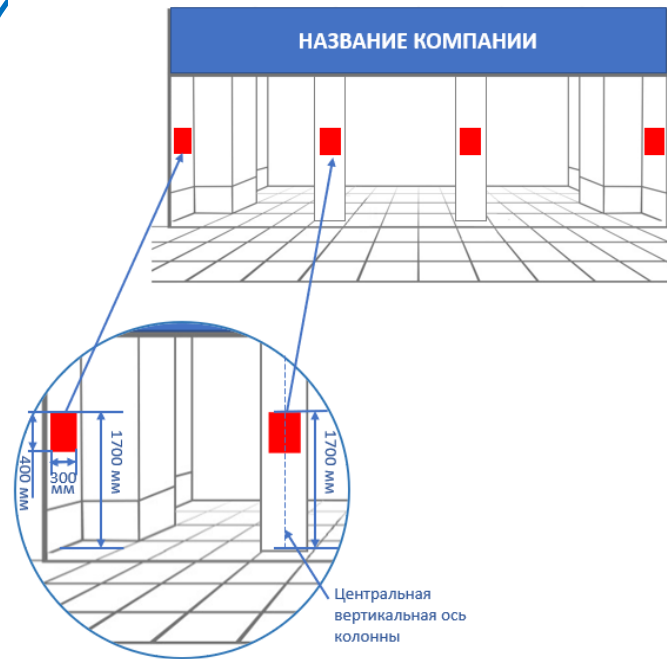
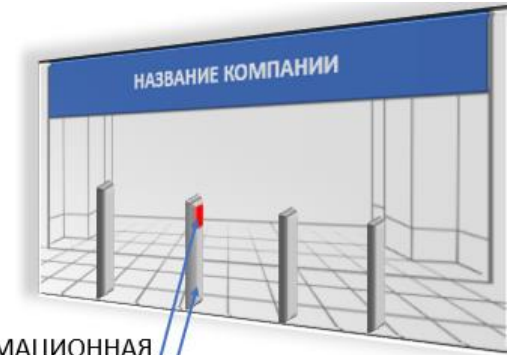


Рисунок 11. Места возможного размещения информационной таблички на колоннах, на стенах рядом с фасадной частью арендуемого помещения



ИНФОРМАЦИОННАЯ
ТАБЛИЧКА

ПРОТИВОКРАЖНЫЕ
ВОРОТА

Рисунок 12. Пример размещения информационной таблички на противокражных воротах



2.3. Требования к оформлению фасадной части помещений арендаторов, не оборудованных витринами (открытая фасадная часть)

При размещении информационной таблички на территории отдельно расположенного в виде острова торгового павильона/точки питания, не имеющего стен, колонн, необходимо разместить в прикассовой зоне настольную информационную табличку формата А4.

Пример держателя настольной информационной таблички показан на Рисунке 13.

Примеры настольных табличек с информацией о перерыве в работе показаны на Рисунках 14, 15. Фон должен быть черным, надписи и изображение часов, стрелки – белыми.

Текст таблички: ПЕРЕРЫВ ДО WILL RETURN AT

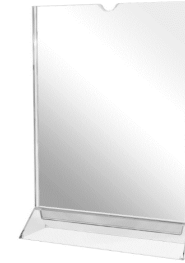


Рисунок 13. Тейбл-тент (менюхолдер) из оргстекла формата А4 для размещения обязательной информации об арендаторе



Рисунок 14. Пример настольной информационной таблички размером 300 x 120 мм с подвижными стрелками часов



Рисунок 15. Конструкция настольной информационной таблички из ПВХ 3 мм



2.3. Требования к оформлению фасадной части помещений арендаторов, не оборудованных витринами (открытая фасадная часть)

Запрещено

Арендаторы не вправе размещать на внешнем периметре (фасаде, крыше и т.д.) арендуемых помещений любую рекламу, а информационные вывески с наименованием собственного фирменного наименования, товарного знака (бренда) и вида деятельности не должны превышать 20% общей площади фасада соответствующего арендуемого помещения/зоны, а также указанные вывески не должны использоваться для рекламы товаров, продуктов, услуг, товарных знаков или знаков обслуживания третьих лиц.

Разрешено

Разрешены варианты оформления фасадной части только для точек общепита, показанные на Рисунках 16 и 17

Меню точки питания с ценами и фотографиями блюд на видеозэкранах или лайтбоксах

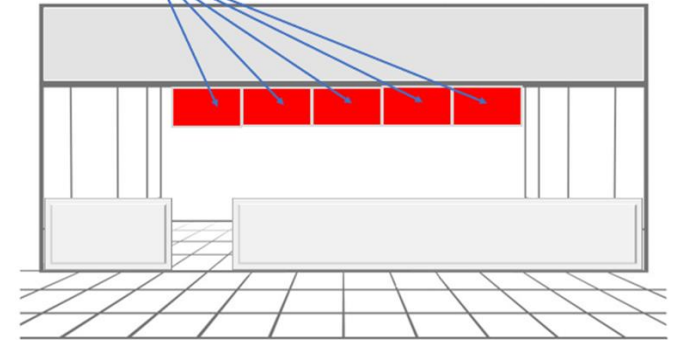


Рисунок 16. Вариант размещения меню, фото блюд в точках питания

Меню точки питания с ценами и фотографиями блюд на лайтбоксе

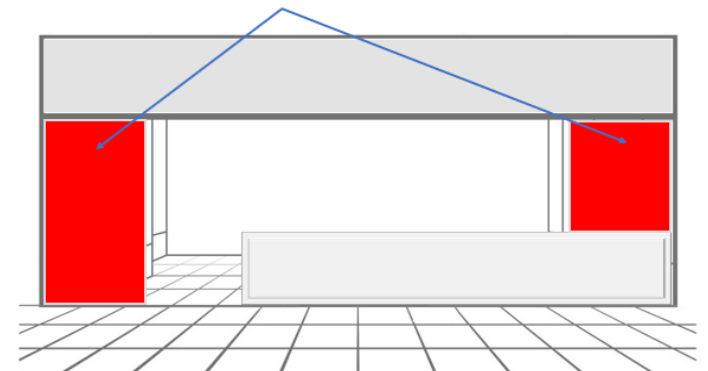


Рисунок 17. Вариант размещения меню, фото блюд в точках питания



2.3. Требования к оформлению фасадной части помещений арендаторов, не оборудованных витринами (открытая фасадная часть)

б) Общие требования к постоянному и сезонному оформлению открытой фасадной части арендуемого помещения без витрин (% занятого пространства, высота размещения, стилистика, допустимое содержание материалов и т.д.):

- постоянное и сезонное оформление фасадной части арендуемого помещения элементами декора должно быть эстетичным;
- дизайн, качество, местоположение элементов декорирования фасадной части арендуемого помещения должны соответствовать утвержденному дизайн-проекту;
- элементы декора должны быть в хорошем состоянии, не должно быть сколов, трещин, потертостей, подсветка электрифицированных конструкций должна работать, digital-конструкции должны исправно работать;
- оформление фасадной части открытых помещений арендаторов должно отвечать следующим требованиям: наличие продуманной концепции, идеи; продуманная композиция; гармоничное, профессиональное сочетание цветов; высокое качество исполнения всех элементов оформления;
- декор не должен быть более 30% от площади фасадной части;
- основное оформление должно приходиться между отметками от +0,200м до 2,200м с учетом зрительского восприятия;
- все элементы декорирования, оформления должны находиться в пределах арендуемого помещения;
- в концепции оформления фасадной части арендуемого помещения приветствуется использование ярких, креативных решений.

Запрещено

- использование плохочитаемых шрифтов в оформлении;
- размещение любых рекламных и информационных материалов, декора со стороны общих зон;
- размещение информации, оскорбляющей чувства каких-либо наций, верующих людей;
- использование сыпучих материалов мелких фракций, легко распыляемых веществ (конфетти, спреи для декорирования и др.).



2.3. Требования к оформлению фасадной части помещений арендаторов, не оборудованных витринами (открытая фасадная часть)

в) Требования к рекламной и промо-информации в фасадной части:

- размещение промоматериалов разрешено только в пределах арендуемого помещения;
- промоматериалы должны сочетаться с постоянными элементами оформления фасадной части арендуемого помещения по стилю, цвету. Не должны нарушать композицию;
- промоматериалы не должны занимать более 30% всей площади фасадной части арендуемого помещения.

Запрещено

- в фасадной части арендуемого помещения запрещено размещение рекламных материалов;
- в фасадной части арендуемого помещения запрещено размещение промоматериалов, изготовленных на обычной бумаге форматами А4, А3 с нанесенной на них информацией;
- крепить промоматериалы на скотч (канцелярский, строительный, двусторонний и др.);
- использование плохочитаемых шрифтов в оформлении рекламной и промо-информации;
- размещение любых рекламных и информационных материалов, декора со стороны общих зон.

г) Требования к носителям для размещения на входе информации, объявлений:

В случае необходимости временно закрыть арендуемое помещение, работник арендатора обязан разместить соответствующее объявление рядом с входом: должна быть установлена напольная информационная табличка с указанием времени окончания перерыва. Информация на табличке должна быть напечатана (см. Рисунок 18)



Рисунок 18. Пример напольной информационной таблички



2.3. Требования к оформлению фасадной части помещений арендаторов, не оборудованных витринами (открытая фасадная часть)

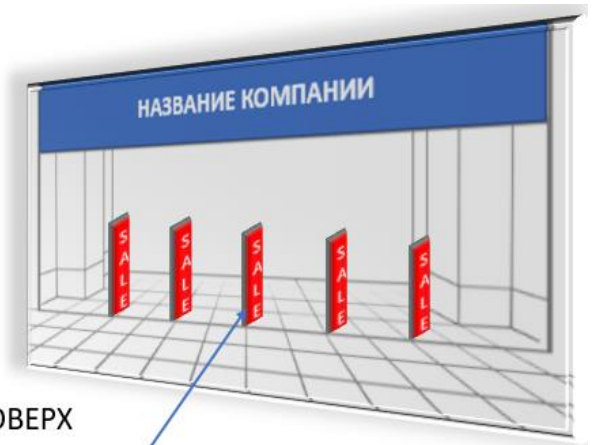
д) Требования к оформлению рекламными материалами противокражных ворот:

- разрешено поверх стоек противокражных ворот размещать рекламные носители по размерам, не превышающим размеры противокражных ворот с учетом необходимых зазоров и креплений, не мешающие проходу посетителей и не нарушающие функционал данного оборудования;
- также разрешено размещать на противокражных воротах стикеры с информацией рекламного характера.

Материалы коробов поверх противокражных ворот: картон, пластик, ткань с нанесенным изображением.

Запрещено

- запрещено размещать поверх противокражных ворот громоздкие конструкции, значительно превышающие по ширине, глубине, высоте размеры противокражных работ;
- запрещено размещать конструкции с острыми углами, которые могут привести при контакте к порче личного имущества посетителей Объекта.



КОРОБ ПОВЕРХ
ПРОТИВОКРАЖНЫХ
ВОРОТ

Рисунок 19. Пример оформления противокражных ворот в периоды распродаж



2.3. Требования к оформлению фасадной части помещений арендаторов, не оборудованных витринами (открытая фасадная часть)

- е) Освещение фасадной части арендуемого помещения:
- освещение должно быть достаточно ярким, обеспечивать хорошую видимость товара, представленного в фасадной части помещения;
 - освещение не должно быть слепящим;
 - освещение не должно быть направлено в сторону общих зон.





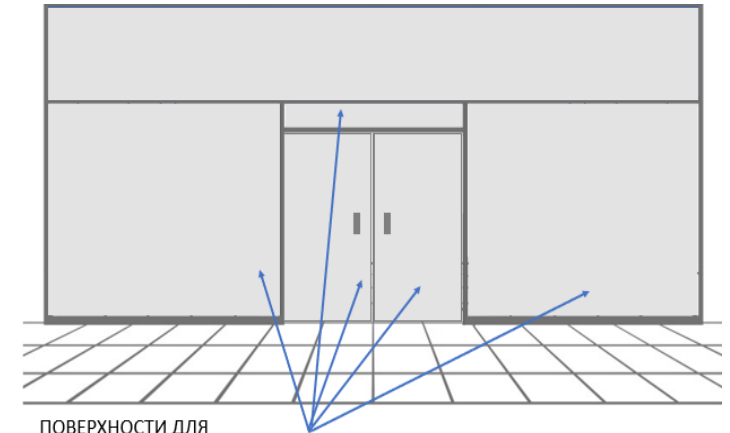
2.4. Декорирование фасадной части вакантных помещений арендаторов



2.4. Декорирование фасадной части вакантных помещений арендаторов

а) Декорирование витрин силами арендатора на этапе ремонта (материалы, способ нанесения, информация, паттерны и т.д.):

- до момента установки вывески, логотипа над входом в арендуемое помещение, фризная панель не должна содержать элементы бренда, должна быть однотонного цвета в зависимости от типа конструкции: световой короб – лицевая поверхность белого цвета из молочного акрила, композитная панель – светло-серый или черный цвет;
- витрины и двери в фасадной части помещения должны быть оклеены со стороны общих зон самоклеющейся пленкой с нанесенным изображением. В макетах изображений разрешены следующие элементы: цвета и элементы фирменного стиля в виде паттерна, комбинированного товарного знака (логотипа), фотографии, отражающие направление деятельности арендатора, надпись «СКОРО ОТКРЫТИЕ!», дата планируемого открытия. Поверхности, предназначенные для декорирования, показаны на Рисунке 20;
- до начала работ по декорированию витрин, арендатор обязан согласовать с Арендодателем макет с изображением планируемого оформления витрин;
- Согласно п.6.2.5 РК-04.01-01 «РУКОВОДСТВО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ Международного аэропорта Внуково» арендатор обязан разместить информационный щит с наименованием и контактами организации, производящей ремонтные/строительные/монтажные работы.



ПОВЕРХНОСТИ ДЛЯ
БРЕНДИРОВАНИЯ В
ФИРМЕННОМ СТИЛЕ
АРЕНДАТОРА НА ПЕРИОД
РЕМОНТА ПОМЕЩЕНИЯ

Рисунок 20. Поверхности для декорирования витрин вакантных помещений силами арендатора.



2.4. Декорирование фасадной части вакантных помещений арендаторов

б) Оформление фальш-витрин: общие требования, материалы, художественные приемы:

- конструкция фальш-витрины должна иметь: заднюю стенку, закрывающую вид на свободное помещение, и дверь для входа в фальш-витрину, смены экспозиции, проведения уборки; потолок; боковые стенки;
- элементы декорирования должны иметь качество фабричного производства;
- освещение в фальш-витрине не должно быть слепящим, не должно быть направлено в сторону общих зон;
- глубина фальш-витрины должна быть достаточной для размещения в ней элементов декорирования, экспонатов.



Рисунок 21. Составные элементы фальш-витрины



2.4. Декорирование фасадной части вакантных помещений арендаторов

в) декорирование арендуемой **площади, не имеющей стен, на период проведения строительных работ силами арендатора** (общие требования, материалы):

- для закрытия арендуемой площади, не имеющей стен, необходимо вдоль всего периметра площадки выстроить каркасную конструкцию и закрепить на ней баннер с нанесенным изображением. Изображение на баннере может содержать элементы фирменного стиля арендатора, название и логотип арендатора, надпись «СКОРО ОТКРЫТИЕ»;
- макет баннера с изображением для ограждения и фотопривязку арендатор должен предоставить на согласование Арендодателю. Количество ракурсов фотопривязок зависит от конфигурации арендованной площади и количества открытых сторон (например, для открытой с трех сторон площади необходимы три фотопривязки (по одной для каждой стороны));
- каркасная конструкция должна располагаться максимально близко к границам арендуемой площади, должна иметь задекорированную дверь/двери для доступа и проведения работ на площадке;
- материал каркаса: каркас конструкции должен быть выполнен из дерева и обработан противопожарным средством или из гипсокартона с креплением на алюминиевый профиль.

2.5. Требования к оформлению фасадной части офисов авиакомпаний



2.5. Требования к оформлению фасадной части офисов авиакомпаний

а) Устройство фриза, содержание, цвета

- разрешено оформление фриза только в виде светового короба шириной, равной ширине арендуемого помещения (см. Рисунок 22);
- цвет фона лицевой части светового короба арендатор должен выбрать самостоятельно на основе Руководства по фирменному стилю представляемого бренда, учитывать при разработке макета лицевой части светового короба. Макет арендатор должен предоставить на согласование Арендодателю в составе дизайн-концепции и дизайн-проекта оформления арендуемого помещения/площади или отдельно в соответствии с РГ-03.01-01 «Регламент выполнения работ по обустройству арендных зон (перепланировка, текущий и капитальный ремонты) АО «Международный аэропорт «Внуково»;
- если арендатор планирует занять помещение, расположенное вдоль стен Объекта, в нишах и будет изготавливать световой короб в фасадной части помещения самостоятельно, то одновременно с макетом арендатор должен предоставить макет-фотопривязку светового короба, электрическую схему подключения светового короба и данные о его потребляемой мощности. Арендатор должен самостоятельно произвести замер места установки светового короба до его изготовления;
- если арендатор планирует занять помещение, над входом в которое размещена конструкция светового короба без изображения в лицевой части, то арендатор должен разработать макет лицевой части светового короба, предоставить на согласование Арендодателю, изготовить лицевую часть светового короба по техническим требованиям Арендодателя и смонтировать. Арендатору ЗАПРЕЩЕНО менять имеющийся фриз в виде светового короба на другой вид рекламного носителя. Арендатор должен самостоятельно произвести замер лицевой части светового короба до изготовления.



Рисунок 22. Фриз в виде светового короба



2.5. Требования к оформлению фасадной части офисов авиакомпаний

Запрещено

- запрещено размещение на месте фриза digital-рекламных носителей (видеоэкран со сменным изображением) (см. Рисунок 23);
- запрещено монтировать фриз, вывеску без согласования Арендодателя;
- запрещено эксплуатировать неисправное оборудование фриза (см. Рисунок 24). В случае, если подсветка фриза частично или полностью не работает, арендатор обязан:

- 1) в случае выхода из строя подсветки светового короба в фасадной части офиса сообщить арендодателю (в группу эксплуатации электрооборудования Объекта (ГЭЭ службы ЭСТОП)) о необходимости восстановления подсветки, если оборудование светового короба является собственностью Арендодателя и обслуживается Арендодателем на основании договора технического обслуживания;
- 2) в случае, если фриз/вывеска/световой короб полностью изготовлен и оплачен арендатором, выполнить комплекс работ по ремонту за свой счет в кратчайшие сроки.

- Арендаторы не вправе размещать на внешнем периметре (фасаде, крыше и т.д.) арендуемых помещений любую рекламу, а информационные вывески с наименованием собственного фирменного наименования, товарного знака (бренда) и вида деятельности не должны превышать 20% общей площади фасада соответствующего арендуемого помещения/зоны, а также указанные вывески не должны использоваться для рекламы товаров, продуктов, услуг, товарных знаков или знаков обслуживания третьих лиц.

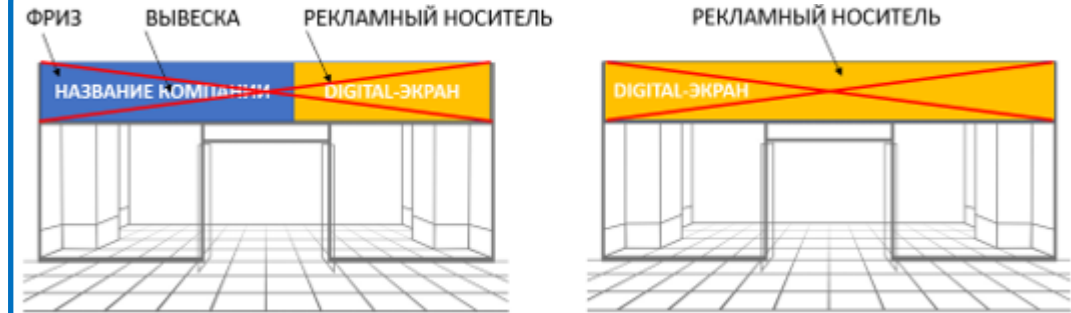


Рисунок 23. Недопустимые варианты оформления фризовой части фасада арендуемого помещения/площади

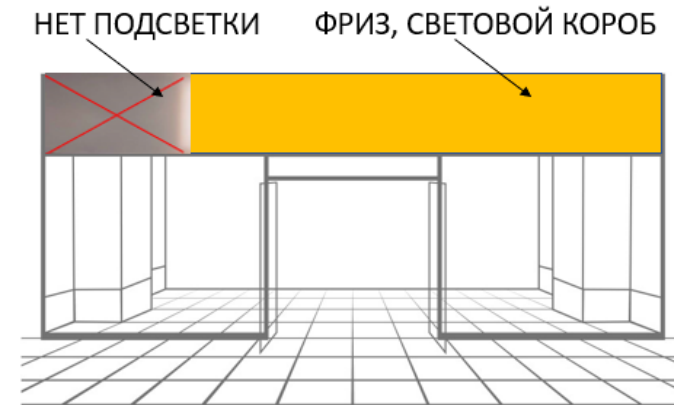


Рисунок 24. Недопустимый вариант технического состояния светового короба во фризовой части фасада арендуемого помещения/площади



2.5. Требования к оформлению фасадной части офисов авиакомпаний

б) Материалы лицевой части светового короба

Материалы: лицевая часть светового короба изготавливается из светопрозрачного материала (например, молочный акрил), на который накатывается изображение, напечатанное на самоклеющейся пленке, предназначенной для использования в световых конструкциях.

в) Требования к обязательной информации на входе в помещение (часы работы, название и т.д.)

В соответствии со ст. 9 Федерального закона от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей»: «Изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы». Вышеуказанная информация должна быть размещена на информационной табличке рядом с входом в арендуемое помещение. Дополнительное требование: информация на информационной табличке должна быть на русском и английском языках.

Материалы информационной таблички и место размещения:

– При размещении информационной таблички на стекле фасадной витрины табличка должна быть изготовлена в виде стикера и смонтирована на стекле витрины со стороны помещения. Предпочтительный вариант – прозрачная или полупрозрачная самоклеящаяся пленка с печатью изображения. Размеры таблички и расстояния от пола и двери показаны на Рисунке 25.

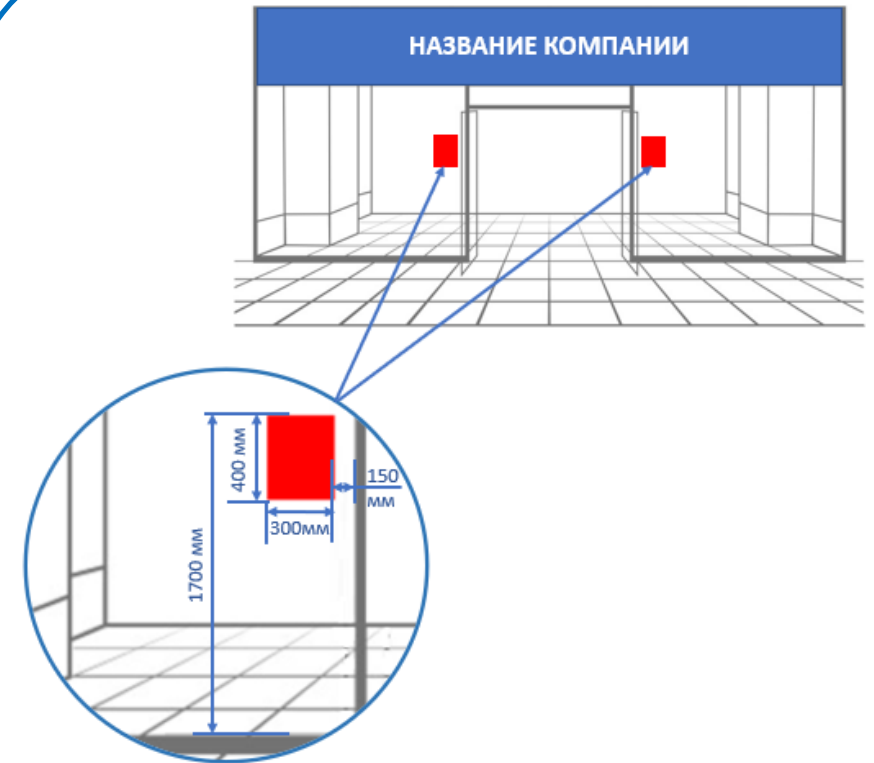


Рисунок 25. Схема размещения информационной таблички рядом с входом в арендуемое помещение с витриной в фасадной части (выбрать один из предложенных вариантов)



2.5. Требования к оформлению фасадной части офисов авиакомпаний

г) Требования к сезонному оформлению витрин

- постоянное и сезонное оформление витрин должно быть эстетичным;
- оформление витрин арендаторов должно отвечать следующим требованиям: наличие продуманной концепции, идеи; продуманная композиция; гармоничное, профессиональное сочетание цветов; высокое качество исполнения всех элементов оформления витрин; достаточно яркая подсветка;
- допустимо размещение стикеров на витринах с тематическими изображениями и надписями или не громоздких декораций;
- декор не должен занимать более 30% от площади витрины;
- основное оформление должно приходиться между отметками от +0,200 м до 2,200 м с учетом зрительского восприятия.

Запрещено

- использование плохочитаемых шрифтов в оформлении витрин;
- размещение любых рекламных и информационных материалов, декора со стороны общих зон;
- размещение информации, оскорбляющей чувства каких-либо наций, верующих людей;
- использование сыпучих материалов мелких фракций, легко распыляемых веществ (конфетти, спреи для декорирования и др.);
- в концепции оформления витрин приветствуется использование ярких, креативных решений.



2.5. Требования к оформлению фасадной части офисов авиакомпаний

д) Требования к рекламной и промо-информации на витрине

- размещение промоматериалов разрешено только с внутренней стороны витрины;
- промоматериалы должны сочетаться с постоянными элементами оформления витрин по стилю, цвету. Не должны нарушать композицию;
- промоматериалы не должны занимать более 30% всей площади остекления витрины;
- промоматериалы, размещаемые на стекле витрины, должны быть изготовлены из самоклеющейся пленки с учетом крепления с внутренней стороны витрины.

Запрещено

- размещение на витринах арендаторов промоматериалов, изготовленных на обычной бумаге форматами А4, А3 с нанесенной на них информацией;
- крепить промоматериалы на скотч (канцелярский, строительный, двусторонний и др.);
- использование плохочитаемых шрифтов в оформлении витрин;
- размещение любых рекламных и информационных материалов, декора со стороны общих зон.

2.5. Требования к оформлению фасадной части офисов авиакомпаний

е) Требования к информационным носителям, размещаемым на витринах

– в случае необходимости временно закрыть арендуемое помещение, работник арендатора обязан разместить соответствующее объявление: на входной двери должна быть вывешена информационная табличка с указанием времени окончания перерыва (см. Рисунки 26, 27).

Текст таблички: ПЕРЕРЫВ ДО WILL RETURN AT

Материалы таблички: ПВХ 3 мм с нанесенной надписью в виде прямой печати или самоклеящейся пленки с плоттерной резкой или самоклеящейся пленкой с нанесенным изображением; часы выполнены в виде циферблата с подвижными стрелками. Размеры таблички 300 x 120 мм. Крепление: на леске табличка подвешивается на присоске, закрепленной с внутренней стороны помещения. Фон черный, надписи и изображение часов, стрелки – белые.

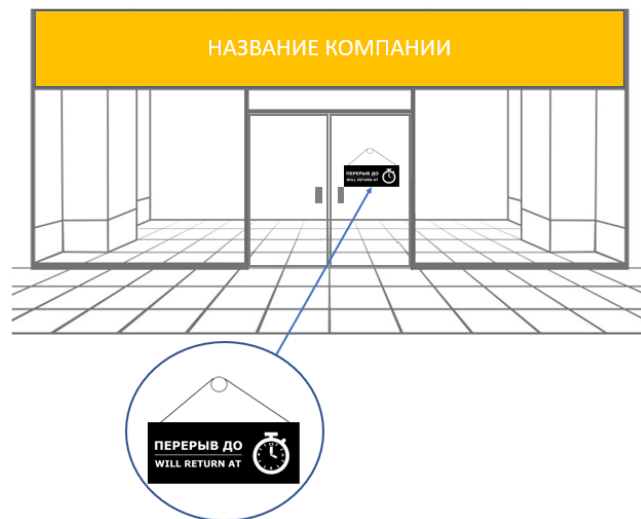


Рисунок 26. Пример размещения таблички
«ПЕРЕРЫВ ДО WILL RETURN AT»



Рисунок 27. Конструкция информационной
подвесной таблички 300 x 120 мм.



2.6. Требования к высоте конструкций при самостоятельной застройке арендаторов на площади, не имеющей стен



2.6. Требования к высоте конструкций при самостоятельной застройке арендаторов на площади, не имеющей стен

Если арендатор берет в аренду только площадь без стен, то он самостоятельно производит застройку арендуемой площади и обязан при проектировании учитывать следующие требования в дополнение к указанным в РГ-03.01-01 «Регламент выполнения работ по обустройству арендных зон (перепланировка, текущий и капитальный ремонт) АО «Международный аэропорт «Внуково»:

- высота конструкций застраиваемой площади каждого арендатора определяется и утверждается Арендодателем индивидуально;
- конструкции арендатора не должны ограничивать доступ или частично закрывать объекты инфраструктуры, навигации, информационного обеспечения пассажиров Объекта;

- если рядом с новым арендатором размещены торговые места других арендаторов, то высота их конструкций должна быть одинаковой: новый арендатор должен установить конструкции такой же высоты, как у уже работающего рядом расположенного арендатора (Пример 1: высота фриза в самой высокой точке должна быть одинаковой у рядом расположенных торговых мест. Пример 2: высота рядом расположенных стен должна быть одинаковой, ни с одной стороны не должно быть видно тыльную сторону стен соседнего арендатора);
- у вывесок с названиями арендаторов, расположенных на фризах, должна быть одна центральная горизонтальная линия выравнивания, как показано на Рисунке 28.

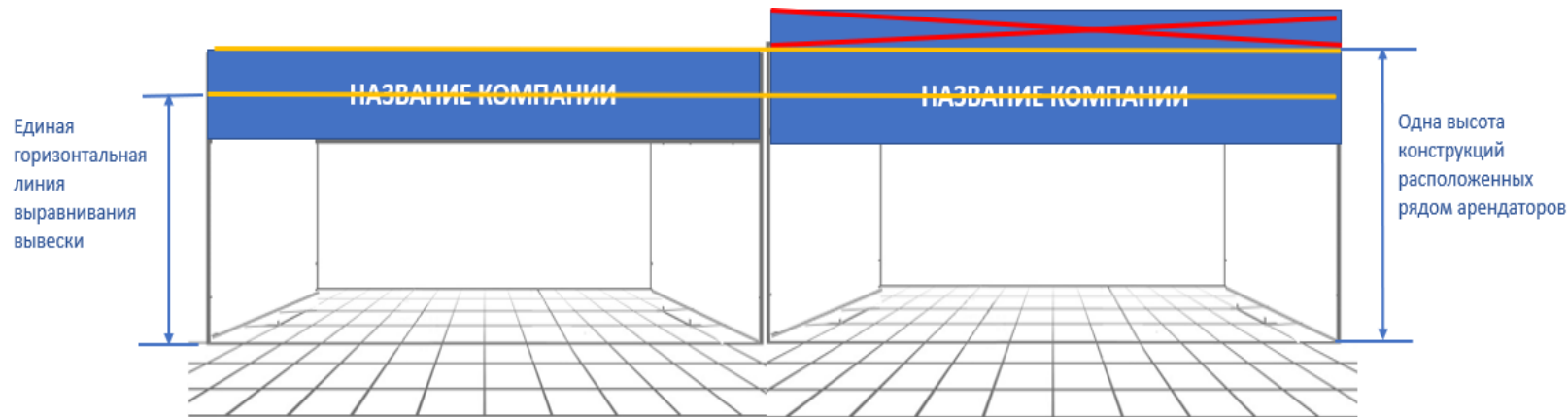


Рисунок 28. Схема линий высотных отметок для верхней точки конструкций и линий выравнивания вывески на фасаде



2.7. Недопустимые варианты оформления фасадной части арендованных помещений/площадей

2.7. Недопустимые варианты оформления фасадной части арендованных помещений/площадей.

Запрещено

В фасадной части арендованных помещений/площадей запрещено устанавливать:

- светильники для внешней подсветки продукции или рекламных носителей, выступающие в проход;
- козырьки, нависающие над проходом;
- образцы продукции, витрины, элементы оформления экспозиции, выходящие за пределы арендованной площади;
- видеомониторы, светодиодные экраны (digital-экраны), светодиодное табло категории «бегущая строка»;
- любые объемные держатели для рекламно-полиграфической продукции, смонтированные на внешней стороне фасада и выступающие в проход;
- любые светодинамические конструкции для привлечения внимания покупателей;
- объемные рекламные конструкции, в том числе световые короба, выступающие в проход;
- любые объявления, не имеющие отношения к деятельности, осуществляемой арендатором в арендованном помещении/площади. Например, «Требуется менеджер», «Продаю мобильный телефон» и т.д.;
- любые самодельные объявления в следующих форматах: лист бумаги, лист бумаги в файле, стикер, надпись маркером на стекле (см. Рисунок 29);
- проекционная реклама, транслирующаяся на пол общих зон с проектора, закрепленного на фасаде арендуемого помещения/площади;
- шары надувные, независимо от количества, наполнения.

Лист бумаги



Лист бумаги в файле



Стикер канцелярский с креплением на скотч



Рисунок 29. Запрещенные варианты объявлений



2.8. Банкоматы, вендинги, пункты обмена валюты



2.8. Банкоматы, вендинги, пункты обмена валюты

а) Банкоматы, вендинги.

- Дизайн групп банкоматов и вендингов должен соответствовать утвержденной концепции.
- Банкоматы и вендинги не должны мешать движению посетителей Объекта, должны находиться в свободном доступе.
- Оборудование банкоматов, вендингов должно работать, должно быть чистым, без повреждений.
- На вендинговых автоматах и банкоматах в доступном для клиентов месте должна быть размещена следующая информация:
 - 1) наименование юридического лица/индивидуального предпринимателя;
 - 2) контактные телефоны справочных и/или технических служб;
 - 3) инструкция по использованию оборудования на русском и английском языках.

б) Пункт обмена валюты (операционная касса в виде отдельно стоящей конструкции).

Разрешено

- установка digital-экрана на месте фриза для демонстрации только информационного контента (см. Рисунок 30);
- установка видеоэкрана внутри операционной кассы для трансляции курсов валют (см. Рисунок 30);
- размещение крупных статичных надписей EXCHANGE, ОБМЕН ВАЛЮТЫ в верхней и нижней части главного и бокового фасадов.

СВЕТОВОЙ КОРОБ/
DIGITAL-ЭКРАН

ВИДЕОЭКРАН ДЛЯ
ТРАНСЛЯЦИИ КУРСОВ
ВАЛЮТ

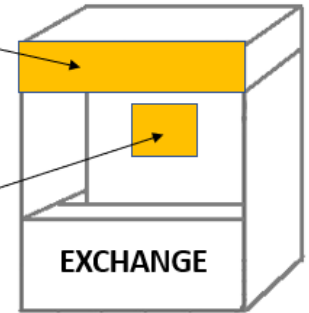


Рисунок 30. Схема размещения digital-электронных носителей/светового короба на месте фриза при оформлении пункта обмена валюты (отдельно стоящего)



2.9. Стойки, арендованные у
аэропорта, и стойки заказа такси на
отметке +0.000



2.9. Стойки, арендованные у аэропорта, и стойки заказа такси на отметке +0.000.

- Оборудование должно быть исправным, чистым.
- В поле видимости посетителей не должно быть личных вещей персонала.
- На стойке не должно быть объявлений, не имеющих отношения к деятельности, осуществляемой на стойке заказа такси. Например, «Требуется менеджер», «Продаю мобильный телефон» и т.д.

Материалы объявлений:

- настольная информационная табличка формата А4. Пример держателя настольной информационной таблички показан на Рисунке 31.



Рисунок 31. Тейбл-тент (менюхолдер) из оргстекла формата А4 для размещения информационного объявления, напечатанного на бумаге

2.10. Стойки авиакомпаний





2.10. Стойки авиакомпаний

- Оборудование должно быть исправным, чистым;
- в поле видимости посетителей не должно быть личных вещей персонала;
- на стойке не должно быть объявлений, не имеющих отношения к деятельности, осуществляемой на стойке. Например, «Требуется менеджер», «Продаю мобильный телефон» и т. д.

Материалы объявлений:

- настольная информационная табличка формата А4. Пример держателя настольной информационной таблички показан на Рисунке 32.

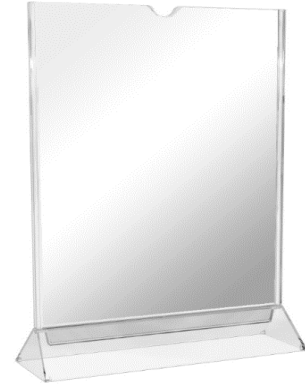


Рисунок 32. Тейбл-тент (менюхолдер) из оргстекла формата А4 для размещения информационного объявления, напечатанного на бумаге



2.11. Малые формы (МАФ): киоски (торговые места островной торговли), промо-стойки, промо-подиумы, временные ярмарки



2.11. Малые формы (МАФ): киоски (торговые места островной торговли), промо- стойки, промо-подиумы, временные ярмарки

а) Требования к киоскам:

- конструкция киоска должна подходить для демонстрации товаров арендаторов;
 - внешний вид киоска (макет), размеры (ширина, глубина, высота) торгового оборудования, материалы, из которых планируется изготовление киоска, схема электроподключения и подключения воды (если применимо) должны быть согласованы с Арендодателем до начала работ по производству оборудования киоска;
 - материалы, из которых планируется изготовить оборудование киоска, должны быть пожаробезопасными, иметь Сертификаты соответствия;
 - в конструкции киоска желательно предусмотреть подсветку цоколя по периметру киоска;
 - на витринах, стеллажах киоска товар должен быть выложен аккуратно, наличие ценников обязательно;
 - фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы (в соответствии со ст. 9 Федерального закона от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей») должны быть размещены в прикассовой зоне в виде стикера с информацией или настольного держателя формата А4. Дополнительное требование: информация на информационной табличке должна быть на русском и английском языках.
- Пример держателя настольной информационной таблички показан на Рисунке 33. Примеры настольных табличек с информацией о перерыве в работе показаны на Рисунках 34, 35. Фон должен быть черным, надписи и изображение часов, стрелки – белыми.



Рисунок 33. Тейбл-тент
(менюхолдер) из оргстекла
формата А4 для размещения
обязательной информации об
арендаторе



Рисунок 34. Пример
настольной информационной
формата А4 для размещения
таблички размером 300 x 120
мм с подвижными стрелками
часов



- Изображение часов с
подвижными стрелками
- ПВХ 3мм с напечатанным
изображением
- Настольный держатель



Рисунок 35. Конструкция настольной
информационной таблички размером 300 x
120 мм с подвижными стрелками часов



2.11. Малые формы (МАФ): киоски (торговые места островной торговли), промо-стойки, промо-подиумы, временные ярмарки

б) Требования к промо-стойкам:

- промо-стойка должна быть эстетичной, мобильной, без крепления к полу, изготовлена из пожаробезопасных материалов;
- на материалы промо-стойки должны быть Сертификаты соответствия;
- качество изготовления промо-стойки должно соответствовать заводскому;
- на промо-стойке не должно быть повреждений, грязи;
- в конструкции тумбы промо-стойки должны быть предусмотрены полки и с тыльной стороны непрозрачные двери, полностью закрывающие вид на содержимое полок;
- допускается установка двух типов промостоек: тумба + фриз (Рисунок 36 и тумба (Рисунок 37).
- допустимые размеры промо-стойки: ширина тумбы и фриза – не более 1500 мм, глубина тумбы – до 500 мм, высота тумбы - до 1000 мм, расстояние от пола до верхней точки фриза – не более 2000 мм;
- дизайн оформления промостойки разрабатывается индивидуально на основе руководства по фирменному стилю арендатора (рекламодателя) и согласовывается с Арендодателем.

Запрещено

- запрещено захламление стеллажа внутри промо-стойки;
- запрещено хранение вещей и дополнительного инвентаря рядом с промо-стойкой;
- запрещено использовать при оформлении промо-стойки элементы и имиджи, содержащие элементы эротики, религиозной или политической принадлежности.

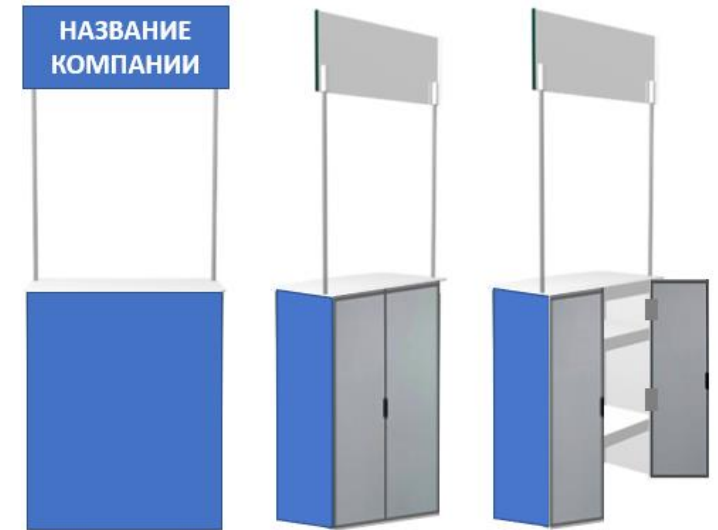


Рисунок 36. Схема промостойки «Тумба + фриз»



Рисунок 37. Схема промостойки «Тумба»



2.11. Малые формы (МАФ): киоски (торговые места островной торговли), промо-стойки, промо-подиумы, временные ярмарки

в) Требования к промо-подиумам:

- конструкция промо-подиума, материалов и планирующегося к установке на нем оборудования, товара должны учитывать допустимые нагрузки на пол (до 450 кг/м²);
- подсветка промоподиума желательна;
- внешний вид промо-подиума с оборудованием (макет), размеры (ширина, глубина, высота) промо-подиума и торгового оборудования, материалы, из которых планируется изготовление, схема электроподключения и подключения воды (если применимо) должны быть согласованы с Арендодателем до начала работ по производству оборудования промоподиума.
- дизайн оформления промоподиума разрабатывается индивидуально на основе руководства по фирменному стилю арендатора (рекламодателя) и согласовывается с Арендодателем.

г) Требования к оформлению временных ярмарок:

- оборудование ярмарки должно быть изготовлено и установлено на основании утвержденной концепции оформления, схемы размещения оборудования на территории Объекта;
- подключение электрифицированного оборудования ярмарки осуществляется на основе утвержденной Арендодателем схемы подключения;
- оборудование ярмарки должно быть эстетичным, мобильным, без крепления к полу, изготовлено из пожаробезопасных материалов;
- на материалы должны быть Сертификаты соответствия;
- качество изготовления оборудования ярмарки должно соответствовать заводскому;
- на оборудовании ярмарки, элементах декорирования не должно быть повреждений, грязи;
- выкладка товаров на оборудовании ярмарки должна быть качественной.



Контакты:

**Контактное лицо: Силантьева Наталья Евгеньевна -
Ведущий специалист по общим зонам Службы маркетинга**

Телефон: +7 495 436 27 46

E-mail: Natalya.Silanteva@vnukovo.ru