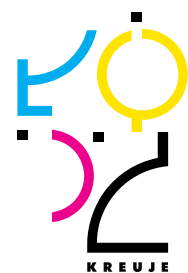


Księga standardów ulicy Piotrkowskiej

Zasady kształtowania frontów
lokali usługowych

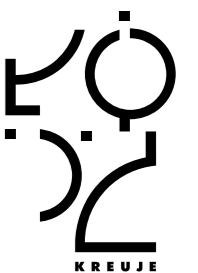
Urząd Miasta Łodzi, 2014



Księga standardów ulicy Piotrkowskiej

Zasady kształtowania frontów
lokali usługowych

Urząd Miasta Łodzi, 2014



Wydawca:

Urząd Miasta Łodzi
Biuro Architekta Miasta
Miejski Konserwator Zabytków



ISBN:

Dane do kontaktu:

Oddział Ochrony Zabytków
Urząd Miasta Łodzi
ul. Piotrkowska 113
90-430 Łódź
tel. (42) 638-43-33
lub (42) 638-42-33
mzk@uml.lodz.pl

Autorzy:

RWSL pracownia architektoniczna sp. z o.o.
www.rwsl.eu
rwsl@rwsl.eu



RWSL
PRACOWNIA
ARCHITEKTONICZNA

Nadzór i współpraca:

Kamila Kwiecińska-Trzewikowska, Miejski Konserwator Zabytków
Aleksandra Sztuka, Oddział Ochrony Zabytków
Marta Nowacka, Zespół Plastyka Miasta

Redakcja:

Katarzyna Rogowska

Zdjęcia i rysunki:

RWSL pracownia architektoniczna sp. z o.o.

Zdjęcie na okładce:

Agnieszka Bohdanowicz
filmowa7@gmail.com

Skład:

T.E.S. Studio
www.tesstudio.com

Druk:

RWSL dziękuje wszystkim Właścicielom i Najemcom,
którzy wyrazili zgodę na udostępnienie wizerunku witryn swoich lokali.

Drogi Najemco, Użytkowniku, Właścicielu,

Łódź to miasto pełne ducha eklektyzmu. Znakomita mieszanka architektonicznych stylów. To perły architektury ukryte pośród stylizowanych interpretacji minionych epok. Pierzeje ulic tworzą barwne malowidło, które buduje wyjątkową atmosferę. Miękkie, liryczne linie secesji, rozrzeźbione światłocieniem ornamenty historyzmu czy ascetyczna surowość modernizmu wprowadzają różny nastrój.

Mówi się, że ulica Piotrkowska, powstająca przez ponad 175 lat, jest zwierciadłem miasta. Spotkamy tu budowle szepczące o jego dziejach – dawny dom tkaczy, kamienice czynszowe i wielkomiejskie, miejskie pałace, świątynie i fabryki. Łódzkie fasady to jednak nie tylko bogata stylistyka wyrażona detalem. To również okna mieszkań i witryny lokali użytkowych. To również witryna Twojego lokalu. Publikacja, którą trzymasz w dłoniach, pokaże Ci, jak uzupełnić wizerunek łódzkich pierzei, żeby stanowiły całość – doskonały malarsko miejski pejzaż.

Przygotowany zbiór wskazówek, wytycznych i przykładów dobrych praktyk pokazuje, jak przywrócić ulicy dawną świetność. Podniesienie wizualnej atrakcyjności lokali i stworzenie spójnego wizerunku Piotrkowskiej jako ulicy reprezentacyjnej i elitarnej zachęci łodzian do częstszego odwiedzania nie tylko deptaka, ale przede wszystkim sklepów z pięknymi witrynami, niespotykanymi w zwykłym centrum handlowym. Każdy rozdział książki rozpoczyna się fragmentem prozy o danym stylu architektonicznym i słowami wielkich łodzian mówiących o ulicy Piotrkowskiej.

Pamiętaj! To Ty decydujesz, jakie emocje wzbudzi u przechodnia witryna Twojego lokalu i czy będzie chciał zajrzeć do środka. Ty masz wpływ na formę oferowanego zaproszenia. W ten sposób także Ty decydujesz o jutrze ulicy Piotrkowskiej.

*Przeszkłone witryny są magnelem i ornamentem
ulicy – przejściem do zaczarowanego świata:
kuszą kolorami, uwodzą formami, czarują
aranżacją, światłem – działają jakością towarów,
opakowań [...] Są tylko powierzchnią,
za którą kryje się wielce obiecujący świat.*

Spis treści

5	Od czego zacząć?
7	Słownik
10	Indeks kamienic
15	Ulica Piotrkowska
17	Klasycyzm
18	Nawigator, czyli jak to działa
19	Czym charakteryzuje się klasycyzm?
20	Główne założenia stylu
21	Jak zaprojektować witrynę mojego lokalu?
22	W jaki sposób podzielić witrynę?
23	Gdzie mogą umieszczać reklamy, a gdzie jest to zabronione?
24	Jak powinny wyglądać reklamy mojego lokalu?
32	Dobre praktyki
37	Historyzm / eklektyzm
38	Nawigator, czyli jak to działa
39	Czym charakteryzuje się historyzm i czym różni się od eklektyzmu?
40	Główne założenia stylu
41	Jak zaprojektować witrynę mojego lokalu?
42	W jaki sposób podzielić witrynę?
43	Gdzie mogą umieszczać reklamy, a gdzie jest to zabronione?
44	Jak powinny wyglądać reklamy mojego lokalu?
52	Dobre praktyki
57	Secesja / architektura XX w.
58	Nawigator, czyli jak to działa
59	Czym charakteryzuje się secesja i czym różni się od architektury początku XX w.?
60	Główne założenia stylu
61	Jak zaprojektować witrynę mojego lokalu?
62	W jaki sposób podzielić witrynę?
63	Gdzie mogą umieszczać reklamy, a gdzie jest to zabronione?
64	Jak powinny wyglądać reklamy mojego lokalu?
72	Dobre praktyki

77	Modernizm / postmodernizm / współczesność
78	Nawigator, czyli jak to działa
79	Czym charakteryzuje się modernizm i postmodernizm?
80	Główne założenia stylu
81	Jak zaprojektować witrynę mojego lokalu?
82	W jaki sposób podzielić witrynę?
83	Gdzie mogą umieszczać reklamy, a gdzie jest to zabronione?
84	Jak powinny wyglądać reklamy mojego lokalu?
94	Dobre praktyki
99	Założenia kompozycyjne
101	System 3 kroków – małe zmiany, duży efekt
107	Jak stworzyć dobrą kompozycję?
111	Aranżacja nośników reklamowych
114	Procedura

Od czego zacząć?

Czym jest księga standardów?

To publikacja zawierająca zasady dotyczące projektowania witryn na ulicy Piotrkowskiej. Opracowanie w prosty i czytelny sposób pokazuje, jak za pomocą kilku elementów reklamowych stworzyć ciekawą i estetyczną witrynę.

Dlaczego witryny na ulicy Piotrkowskiej są tak ważne dla Łodzi?

Żeby to zrozumieć, zapoznaj się ze wstępem na str. 15 dotyczącym ulicy, jej charakterystyki i historii.

Co znajduje się w kolejnych rozdziałach książki?

Każdy rozdział ma taki sam schemat i zawiera:

- nawigator pomagający szybko odnaleźć się w rozdziale,
- charakterystykę stylu architektonicznego,
- zasady podziału witryny lokalu,
- zasady rozmieszczania nośników reklamowych,
- opisy poszczególnych elementów reklamowych,
- przykłady dobrych praktyk,
- wizualizację pokazującą, jak może wyglądać Twoja witryna.

Jaki styl reprezentuje moja kamienica?

Na str. 10 znajduje się indeks kamienic, w którym znajdziesz informacje o tym, w jakim stylu została zaprojektowana Twoja kamienica.

Jak zaprojektować witrynę?

Publikacja ma 4 rozdziały – po odszukaniu stylu swojej kamienicy przejdź do mówiącego o nim rozdziału i zapoznaj się z zasadami projektowania witryny.

Jak zaaranżować ekspozycję w ciekawy sposób?

Zapoznaj się z inspiracjami na str. 111–113, żeby dowiedzieć się o sposobie prezentowania oferty dotyczącej różnych usług.

Ile kosztuje stworzenie estetycznej witryny?

Na str. 101–105 znajdziesz informacje o szacowanych kosztach elementów reklamowych i nowych witryn.

Słownik

Definicje terminów związanych z tematyką architektoniczną.

badania stratygraficzne / zespół działań (wykonanie odkrywki, pobranie próbki, analiza i wyniki) mających na celu ustalenie chronologicznego układu warstw materiałów wykończeniowych budynku

belka ślepienna / stała, pozioma poprzeczka dzieląca okno na część górną i dolną

boniowanie / rodzaj dekoracji lica muru tworzącej rowkowe podziały, które akcentują zewnętrzne krawędzie

brama / zamknięcie otworu wjazdowego na podwórze

cokół / dolna część elewacji, często wyodrębniona kolorem, uskokiem lub gzymsem

detal architektoniczny / element dekoracyjny określający styl, w jakim wykonany został budynek, stanowiący o jego estetyce i wartości

gabloty / oszklona szafka służąca do wystawiania eksponatów oraz zamieszczania ogłoszeń

gzymś / poziomy element architektoniczny, często profilowany, wysunięty przed lico ściany, w wielu budynkach akcentuje jej zwieńczenie lub, jak gzymś międzypiętrowy, poszczególne kondygnacje

kaseton / panel z logo firmy, grubości ok. 8–10 cm, montowany nad witryną, często z wbudowanym oświetleniem

koziółek / patrz: stojak reklamowy

litery przestrzenne / pojedyncze litery, montowane nad witryną

markiza / składane zadaszenie, montowane nad witryną, osłaniające przed zmiennymi warunkami atmosferycznymi

neon / lampa jarzeniowa tworząca reklamę świetlną w postaci szklanej rury wypełnionej gazem szlachetnym

pas dolny reklamy na szkleniu / nośnik reklamowy w formie naklejki na szkleniu witryny

pas reklamowy / przestrzeń między górną krawędzią witryny a gzymsem wyznaczająca przestrzeń reklamową

płyцина / płaszczyzna wklęsła lub wypukła, ujęta w profilowane ramy, będąca elementem podziału witryny

prześwit bramowy / otwór budynku służący jako przejazd do podwórek, oficyn

rama witryny / szkielet konstrukcyjny okna witryny, element utrzymujący szklenie

reklama na szkleniu / promocyjna informacja wizualna naklejona na szybie okna, drzwi lub witryny

stojak na menu / wolnostojący nośnik reklamowy, składający się z płyty lub gabloty wspartej na podporze

stojak reklamowy / nośnik reklamowy w postaci wolnostojącej, składanej ramy, sytuowanej najczęściej na chodniku, w której umieszczone są, połączone górnymi krawędziami, szyldy z informacją o usłudze (po rozłożeniu kształt ramy przypomina literę A)

szpros / listwa dzieląca szklenie okna, drzwi lub witryny na mniejsze pola

sztaluga przenośna / wolnostojący nośnik reklamowy do prezentacji menu

szyld / tabliczka z logo firmy informująca o miejscu i rodzaju prowadzonej działalności

szyld reklamowy / powiększony płaski szyld z logo i nazwą firmy, umieszczony nad witryną

szyld semaforowy (semafor = wysięgnik) / element reklamowy montowany do elewacji, z płaszczyzną prostopadłą do lica ściany

witryna / okno sklepowe umożliwiające ekspozycję sprzedawanych towarów

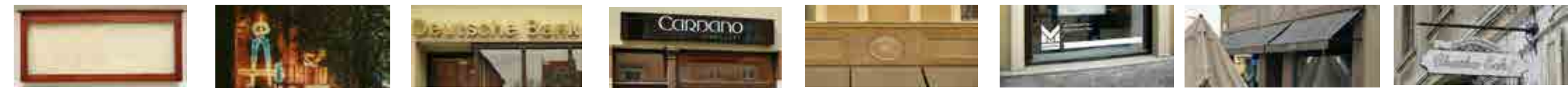
wystawa / wizytówka usługi, część wewnętrzna witryny sklepowej za szkleniem, miejsce ekspozycji towarów



cokół belka ślepienna rama witriny plycina szpros pas reklamowy gzyms



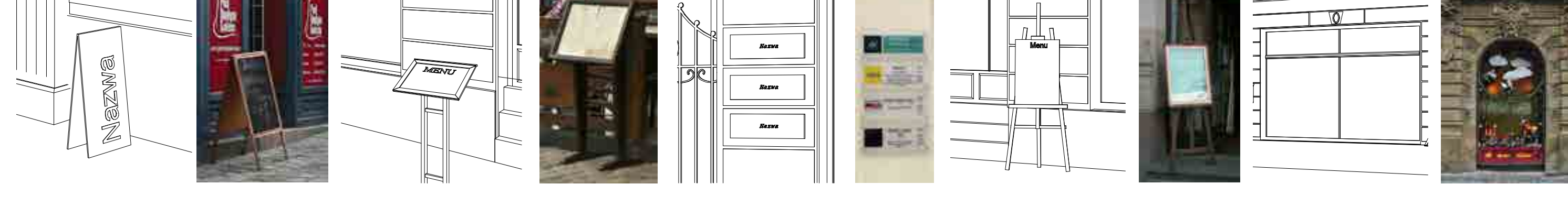
detal architektoniczny boniowanie brama przeswit bramowy witryna cokół



gabłota neon litery przestrzenne kaseton **niedozwolony!** szyld reklamowy pas dolny reklamy na szkleniu markiza szyld semaforowy – semafor



reklama na szkleniu stojak reklamowy (kociołek) **niedozwolony!** stojak na menu szyld sztaluga przenośna wystawa pas reklamowy cokół





Indeks kamienic

Znajdź swoją kamienicę w poniższym wykazie i sprawdź, jaki jest jej styl architektoniczny.

Numer posesji	Tytuł rodzaju	Strona	Obecny styl kamienicy	Uwagi
1	Klasycyzm	16	klasycyzm	
2	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
3	Klasycyzm	16	klasycyzm	
4	Klasycyzm	16	klasycyzm	zaleca się odtworzenie detalu
5	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	zaleca się odtworzenie oryginalnego boniowania elewacji
6	Klasycyzm	16	klasycyzm	
7	Historyzm / eklektyzm	36	bezstylowa	pierwotnie kamienica miała secesyjną fasadę
8	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	zaleca się odtworzenie oryginalnego boniowania elewacji
9	Klasycyzm	16	klasycyzm	zaleca się odtworzenie detalu
10	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
11	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
12	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neogoty)	
13	Klasycyzm	16	klasycyzm	
14	Historyzm / eklektyzm	36	bezstylowa	pierwotnie kamienica miała neobarokową fasadę
15	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
16	Klasycyzm	16	klasycyzm	
17	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
18	Klasycyzm	16	klasycyzm	
19	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neogoty)	
20	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
21	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
22	Klasycyzm	16	klasycyzm	
23	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	zaleca się odtworzenie oryginalnego boniowania elewacji
24	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
25	Klasycyzm	16	klasycyzm	
26	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
27	Klasycyzm	16	klasycyzm	
28	Klasycyzm	16	klasycyzm	
29	Secesja / architektura początku XX w.	56	secesja	zaleca się zmianę wysokości witrny według materiałów źródłowych
30/32	Modernizm / postmodernizm / współczesność	76	modernizm	
31	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neobarok)	
33	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	

Numer posesji	Tytuł rodzaju	Strona	Obecny styl kamienicy	Uwagi
34	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
35	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
36	Klasycyzm	16	klasycyzm	
37	Secesja / architektura początku XX w.	56	secesja	zaleca się odtworzenie oryginalnego boniowania elewacji
38	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
39	Klasycyzm	16	klasycyzm	
40	Klasycyzm	16	klasycyzm	zaleca się wyrównanie wysokości witrny
41	Secesja / architektura początku XX w.	56	secesja	
42	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
43	Secesja / architektura początku XX w.	56	secesja	
44	Klasycyzm	16	klasycyzm	zaleca się odtworzenie oryginalnego boniowania elewacji
45	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
46	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
47	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
48	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
49	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
50	Klasycyzm	16	bezstylowa	pierwotnie kamienica miała neorenesansową fasadę
51	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
52	Klasycyzm	16	klasycyzm	
53	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
54	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
55	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
56	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
57	Klasycyzm	16	klasycyzm	
59	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
60	Historyzm / eklektyzm	36	bezstylowa (stylizowana)	pierwotnie kamienica miała modernistyczną fasadę
61	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
62	Modernizm / postmodernizm / współczesność	76	postmodernizm	
63	Klasycyzm	16	klasycyzm	
64	Historyzm / eklektyzm	36	bezstylowa	pierwotnie kamienica miała neorenesansową fasadę
65/67	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
66	Historyzm / eklektyzm	36	bezstylowa	pierwotnie kamienica miała neorenesansową fasadę
68	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
69	Klasycyzm	16	klasycyzm	
70	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
71	Klasycyzm	16	klasycyzm	
72	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
74	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	

Numer posesji	Tytuł rodzaju	Strona	Obecny styl kamienicy	Uwagi
76	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
77	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
78	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
79	Historyzm / eklektyzm	36	bezstylowa	pierwotnie kamienica miała neorenesansową fasadę
80	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
81	Modernizm / postmodernizm / współczesność	76	postmodernizm	
82	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
83	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
84	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	zaleca się odtworzenie oryginalnego boniowania elewacji
85	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neobarok)	
86	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neogotył)	
87	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
88	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
89	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
90	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neobarok)	
91	Modernizm / postmodernizm / współczesność	76	dom tkacza	
92	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
93	Klasycyzm	16	klasycyzm	
94	Modernizm / postmodernizm / współczesność	76	modernizm	
95	Modernizm / postmodernizm / współczesność	76	postmodernizm	
96	Secesja / architektura początku XX w.	56	architektura początku XX w.	
97	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
98	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
99	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neogotył)	
100	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
100a	Secesja / architektura początku XX w.	56	secesja	
101	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
102	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
102a	Modernizm / postmodernizm / współczesność	76	eklektyzm	
103/105	Modernizm / postmodernizm / współczesność	76	modernizm	front balkonu przejmuje rolę pasa reklamowego
104	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
104a	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
106	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
107	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
108	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
109	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
111	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
113	Secesja / architektura początku XX w.	56	architektura początku XX w.	

Numer posesji	Tytuł rodzaju	Strona	Obecny styl kamienicy	Uwagi
114	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
115/119	Modernizm / postmodernizm / współczesność	76	modernizm	front balkonu przejmuje rolę pasa reklamowego
116	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
118	Klasycyzm	16	klasycyzm	
120	Historyzm / eklektyzm	36	bezstylowa	pierwotnie kamienica miała eklektyczną fasadę
121	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
122	Secesja / architektura początku XX w.	56	architektura początku XX w.	
123	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
124	Klasycyzm	16	klasycyzm	
125	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	zaleca się odtworzenie oryginalnego boniowania elewacji
126	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neobarok)	
127	Modernizm / postmodernizm / współczesność	76	modernizm	
128	Secesja / architektura początku XX w.	56	secesja	
130	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
132	Modernizm / postmodernizm / współczesność	76	bezstylowa (stylizowana)	pierwotnie kamienica miała modernistyczną fasadę
133	Modernizm / postmodernizm / współczesność	76	modernizm	
134	Modernizm / postmodernizm / współczesność	76	modernizm	
135	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
136	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
137/139	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
141	Modernizm / postmodernizm / współczesność	76	współczesność	
142	Secesja / architektura początku XX w.	56	secesja	
143	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neogotył)	
144	Klasycyzm	16	klasycyzm	
145	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
146	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
147	Historyzm / eklektyzm	36	eklektyzm	
148/150	Modernizm / postmodernizm / współczesność	76	współczesność	
149	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neobarok)	
151	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	
152	Secesja / architektura początku XX w.	56	architektura początku XX w.	
153	Historyzm / eklektyzm	36	historyzm (neorenesans)	

Ulica Piotrkowska

Kiedyś była kwintesencją dobrego smaku i życia towarzyskiego. W gwarze wieczornych rozmów, stukocie szpilek eleganckich pań, szeleście krawatów przystojnych panów toczyło się ekscytujące życie wytwornej społeczności. *Aż chce się uważać ulicę Piotrkowską za całą Łódź*¹ – pisze Anna Rynkowska.

Co takiego rozstrzygało o doskonałości i magii łódzkiego deptaka w czasach świetności? Odpowiedź okazuje się znacznie prostsza, niż moglibyśmy przypuszczać: *Poza prężnie rozwijającymi się ośrodkami życia towarzyskiego, takimi jak szynki, pijalnie, restauracje czy pojawiające się coraz częściej cukiernie, Piotrkowska stała się głównym punktem handlowym, przyciągającym ludność całego miasta. Jak przystało na ulicę wielkiego miasta w niesamowitym tempie pojawiały się nowe sklepy [...] Pojawiało się coraz więcej punktów świadczących o wysokim statusie tej ulicy. [...] Wiązała się z tym wizualna zmiana Piotrkowskiej. Teraz partery frontowych kamienic zmieniły się w przepiękne wystawy, które zbierały przed nimi całe tłumy gapiów [...] To na ulicy Piotrkowskiej, gdzie w godzinach popołudniowych i wieczornych płynie ogromna fala eleganckiego świata [...] ciągnie się jeden sklep za drugim i każdy stara się prześcignąć sąsiada w elegancji wystawy [...] Czaruje nas wystawa jubilerska [...] Błyszczą srebro i złoto oraz gustowne drogocenne kamienie*².

To czynnik ludzki i nasze działania determinują klasę i szykowność miejsca. Emanująca dobrym smakiem witryna kusi i zaprasza do siebie świadomych jej piękna gości. Pierzeje pełne wytwornych ekspozycji, ubrane w kulturę projektową, to klucz do sukcesu Twojego lokalu i wytrych do powrotu dawnej świetności ulicy Piotrkowskiej.

20 stycznia 1971 roku obszar zabudowy ulicy Piotrkowskiej, rozciągający się między placem Wolności i aleją Mickiewicza/Piłsudskiego, ograniczony ulicami Wschodnią i Sienkiewicza od wschodu oraz Zachodnią i aleją Kościuszki od zachodu, został oficjalnie uznany za zabytkowy i wpisany do rejestru zabytków. Był to dowód uznania zarówno wartości historycznych i artystycznych tego obszaru, jak również wysokich wartości kulturowych ulicy Piotrkowskiej, która od początku dziejów Łodzi przemysłowej odgrywała ważną rolę w życiu mieszkańców miasta.

¹ A. Rynkowska, *Ulica Piotrkowska*, Wydawnictwo Łódzkie, Łódź 1970, s. 162

² J. Janiak, *Tradycje architektoniczne Łodzi a współczesna ikonografia miasta. Studium z antropologii obrazu*, Łódź 2010, s. 17, praca magisterska napisana pod kierunkiem prof. nadzw. dr hab. Ewy Nowiny-Sroczyńskiej

Klasycyzm

Piekarnie w północnej części Piotrkowskiej należały przeważnie do Żydów, od ulicy Andrzeja do Górnego Rynku – do Polaków i Niemców. Przy Piotrkowskiej 93 znajdowała się piekarnia Kopczyńskich, pierwsza łódzka piekarnia mechaniczna, która na początku 1914 roku miała na Piotrkowskiej 5 filii.

Nawigator, czyli jak to działa

Czym charakteryzuje się klasycyzm?

zapoznaj się z założeniami stylu zawartymi we wstępie

Jak zaprojektować witrynę mojego lokalu?

zaczynij od elewacji (str. 21) – czy jest symetryczna, czy ma detale?
zapoznaj się z zasadami dotyczącymi tworzenia witryny w kontekście całej elewacji
przeanalizuj jej wymiary i elementy
czy jest cokół – jeśli tak, jaką ma wysokość?

Co to jest belka ślepienna?

kiedy nie rozumiesz terminów, posilkuj się słowniczkiem ze str. 7

Jakie materiały mogę stosować?

informacje znajdziesz na str. 21 w części „Materiały”

Gdzie mogę umieszczać reklamy, a gdzie jest to zabronione?

na str. 23 omówiono zagadnienia dotyczące lokalizacji reklam,
znajdziesz tam rysunki:

- na pierwszym na czerwono oznaczono, co jest zabronione
- na drugim wskazano, jak prawidłowo wybierać i umieszczać nośniki reklamowe

Jak powinny wyglądać reklamy mojego lokalu?

na str. 24 opisano dozwolone elementy reklamowe
(ich wymiary, kolorystykę, materiały)

Dobre praktyki

na końcu rozdziału (str. 32) znajdziesz zdjęcia dobrych
praktyk – wykorzystaj je jako inspirację do stworzenia pięknej witryny

Czym charakteryzuje się klasycyzm?

To reakcja na bogactwo i przepych poprzednich epok. Chęć powrotu do starożytnych wzorców piękna i antycznych proporcji cesarstwa rzymskiego. To kompozycja i symetria. Równowaga i trwałość. Antyk i odrodzenie. To harmonia i spokój. Kształt i światło. Kolumny i pilastry. Tympanony i portyki. To fasada wyrażona przez subtelne płaskorzeźby i proste, łagodne linie.

Klasycyzm (1750–1850) to wczesna forma historyzmu, w której dominują formy antyczne. Fasady rozrzeźbione są przez tympanony, pilastry i kolumny w porządkach antycznych: doryckim, jońskim, korynckim, toskańskim lub kompozytowym. Elewacje cechuje symetria, często podkreślona przez balkony lub dekoracyjne, trójkątne szczyty. Klasyczne proporcje wywołują wrażenie monumentalizmu i dostojności.

O Piotrkowskiej Michał Urbaniak:

**Wczoraj: [...] przeżyłem dużo na, przez i dzięki Piotrkowskiej.
Dla mnie to zawsze była taka 5th Avenue. Najważniejsze miejsce
w mieście. To tutaj grałem jazz.**

**Dziś: Po 19 latach nieobecności [...] kiedy wyszedłem
po koncercie na Piotrkowską, która nieoczekiwanie stała
się mała, normalnie się pobeczałem. Jeszcze za słabo
brzmiał podwórka tej ulicy. Jestem globtrotterem, który wszędzie
czuje się dobrze. I dobrze wspomina Piotrkowską.
Jutro: Oprócz rozrywki powinno jeszcze coś być, coś istotniejszego.**

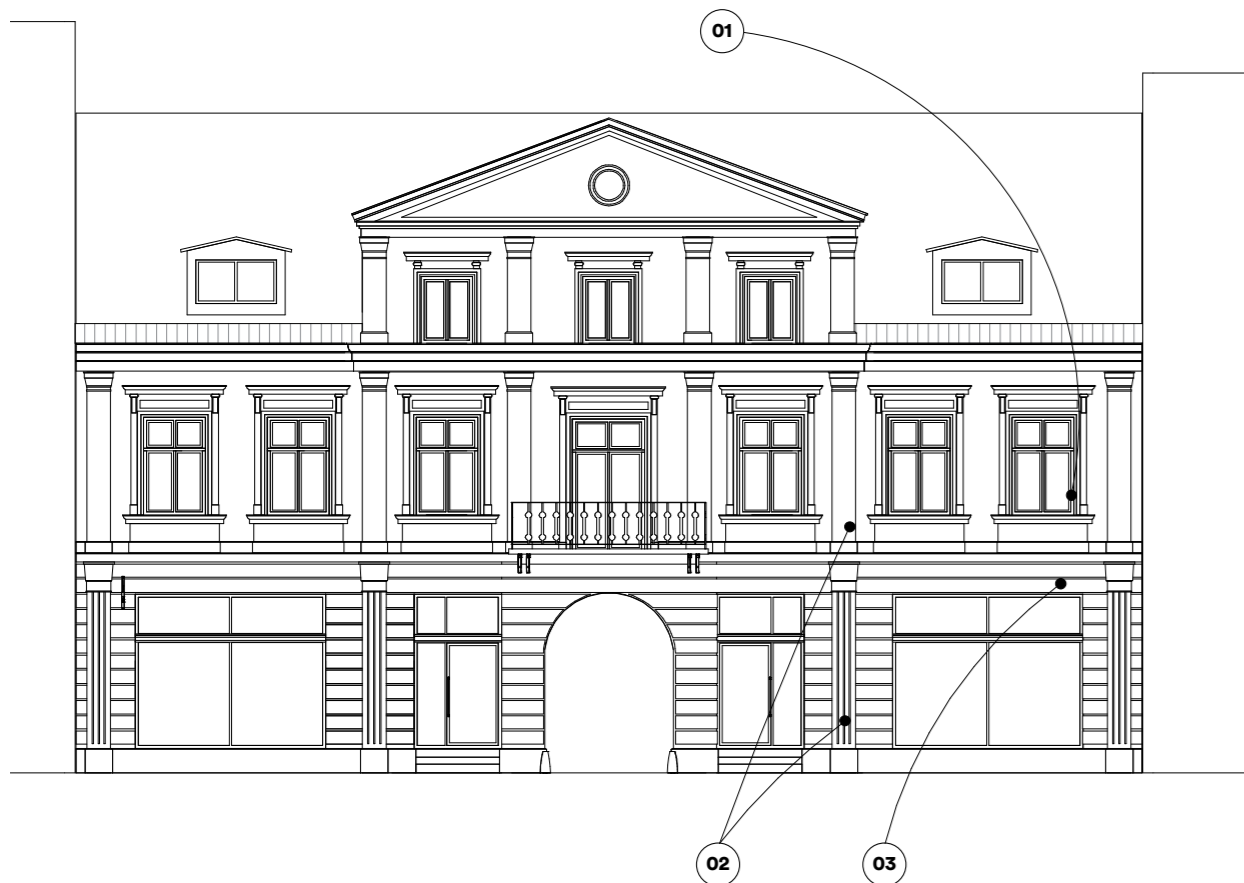
Główne założenia stylu

Czym charakteryzuje się klasycyzm?

przykład kamienicy klasycystycznej

- 01 stolarkę okienną charakteryzują proste, regularne podziały z dekoracyjną belką sienienną i słupkiem lub listwą przymykową – oddaj ten styl w witrynach
- 02 detale architektoniczne w formie ozdobnego zwieńczenia okien i pilastrów rozrzeźbiają elewację

- 03 klasycyzm inspirowany sztuką antyczną – cechuje go zrównoważona kompozycja i dominacja linii prostych (rozbudowane formy)



detal kamienicy pod nr. 4



stolarka okienna pod nr. 63



stolarka okienna pod nr. 124

Jak zaprojektować witrynę mojego lokalu?

Znajdziesz tu wskazówki, jaką kolorystykę i materiały możesz stosować w projekcie witryny. Bazuj na kolorystyce elewacji.

Poziom parteru

Kształt

- nie zmieniaj elementów dekoracyjnych, takich jak detale architektoniczne lub boniowanie
 - Ⓛ w kamienicy pod nr. 44 sugerujemy odtworzenie oryginalnego boniowania
 - Ⓛ w kamienicach pod nr. 4 i 9 sugerujemy odtworzenie detalu architektonicznego

Materiał

- nie zmieniaj istniejącego materiału elewacyjnego
 - wejście do lokalu – schody
- stosuj jeden wybrany materiał do wykonania schodów wejściowych – np. lastriko, granit, kamień
 - Ⓛ nie stosuj terakoty

Kolorystyka

- w razie braku jej opisu – według materiałów archiwalnych i badań stratygraficznych
 - Ⓛ dopuszczamy odświeżenie elewacji całego parteru
 - Ⓛ nie maluj elewacji w obrębie tylko jednego lokalu, a każdą zmianę kolorystyki konsultuj z Miejskim Konserwatorem Zabytków

Witryna

Kształt

- projektuj stolarkę o prostych, klasycznych profilach z szeroką belką sienienną (ozdobny element witryny, o rozbudowanym, bogatym profilu – według materiałów archiwalnych lub nadal istniejącej historycznej stolarki okiennej)

Materiał

- stolarka drewniana
- stolarka aluminiowa
 - Ⓛ sugerujemy zastosowanie szklenia klejonego, antywłamaniowego, klasy minimum P2

Kolorystyka

- stolarka drewniana – np. dąb, orzech, cyprys, afromozja, palisander, teak, wenge, grusza, mahoń
- kolorы stonowane, neutralne – np. kość słoniowa, czerń, beż, szarość, brąz



wyróżnia belka sienienna akcentuje podział witryny, kierując wzrok przechodnia na nazwę firmy lub na ekspozycję



ciemna kolorystyka ram witryny kontrastuje z jasnymi obramowaniami wokół okien, co akcentuje i podkreśla wagę witryny

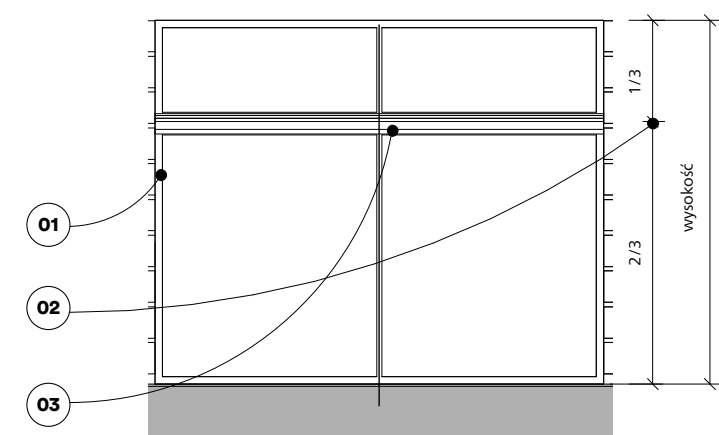
klasycyzm



W jaki sposób podzielić witrynę?

podział okna witryny

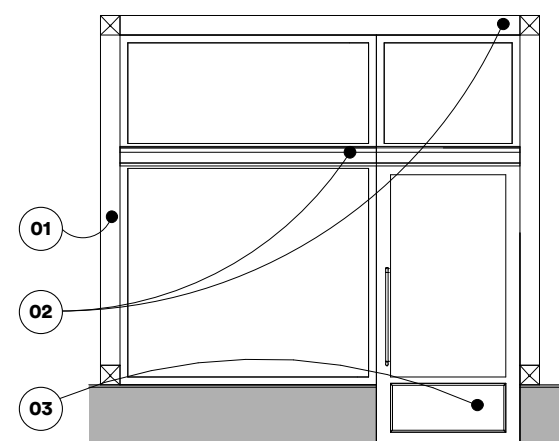
- stosuj prostą witrynę z masywną belką ślepienną
- projektuj dolną i górną powierzchnię okna witryny bez dodatkowego podziału, podział pionowy sugerujemy tylko ze względów konstrukcyjnych (po przekroczeniu 4 m² powierzchni szklenia)



- 01** rama witryny o klasycznym, prostym profilu
- 02** umieszczaj belkę ślepienną na ok. 2/3 wysokości całego otworu, dzieląc szklenie na 2 części
- 03** zdobiona, masywna belka ślepienna zgodna ze stolarką okienną na elewacji lub z materiałami archiwalnymi – zawsze znajduje się na tym samym poziomie co belka nad drzwiami

podział okna witryny z otworem drzwiowym

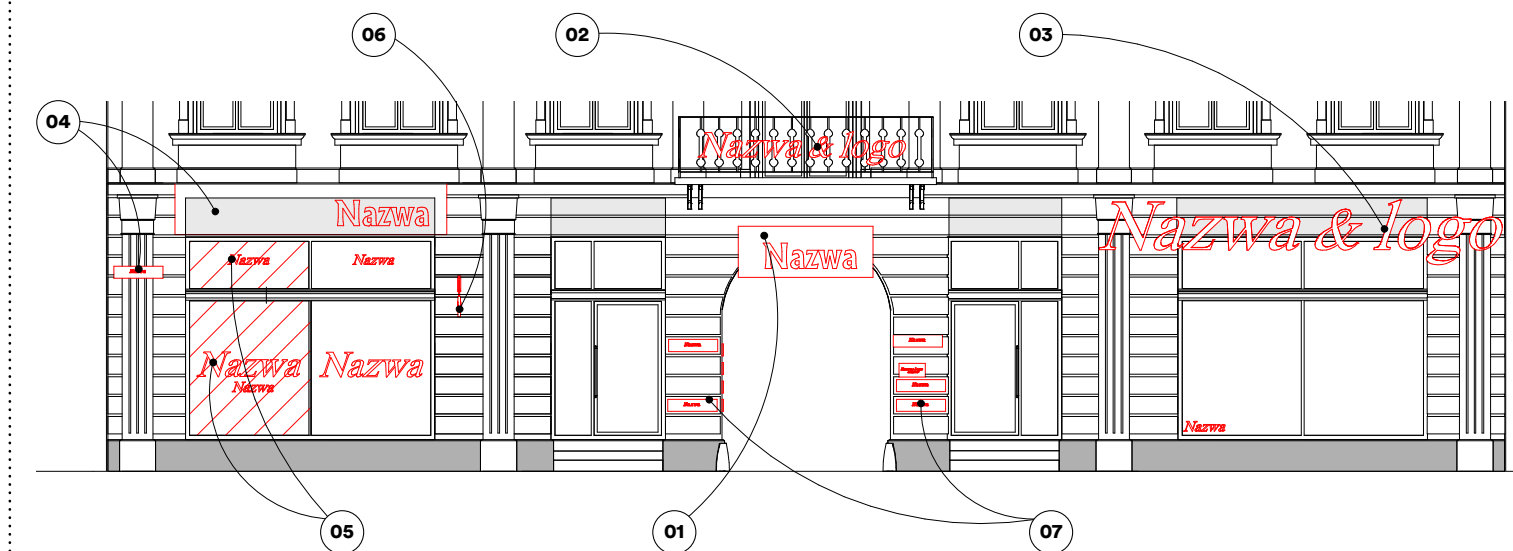
- 01** możesz stosować ozdobne szerokie ramy witryny
- 02** podziały ramy całej witryny znajdują się na jednej wysokości



- 03** płyciny w drzwiach równo z wysokością cokołu
- ① drzwi mogą stanowić element dekoracyjny, zdobienia w postaci płycin znakomicie podkreślają klasycystyczny charakter budynku

Gdzie mogą umieszczać reklamy, a gdzie jest to zabronione?

źle



Główne zasady

- Umieszczaj elementy reklamowe tylko w pasie reklamowym lub na szkleniu witryny,
- stosuj tylko 2–3 elementy reklamowe (np. litery przestrzenne + naklejkę),
- zadbaj o odpowiednie oświetlenie wewnętrzne i ekspozycję witryny, żeby nadać jej wyjątkowy charakter,
- utrzymuj swoją wystawę w należyłym porządku i schludności.

01 prześwit bramowy (patrz str. 27)

- nie umieszczaj reklam na zwieńczeniu ani wewnątrz prześwitu bramowego

02 pas reklamowy

- nie umieszczaj nośników reklamowych nad poziomem parteru
- nie umieszczaj reklam poza pasem reklamowym ani powierzchnią szklenia

03 litery przestrzenne (patrz str. 24)

- dostosuj wielkość liter przestrzennych do wymiarów pasa reklamowego
- nie umieszczaj nad witryną liter przestrzennych w przypadku montażu markizy

04 nośniki reklamowe

- nie stosuj kasetonów ani szyldów reklamowych
- nie zasłaniaj reklamami detali architektonicznych ani okien – są wizytówką kamienicy

05 reklama na szkleniu (patrz str. 25)

- nie umieszczaj naklejek zajmujących więcej niż 6% powierzchni szklenia
- nie umieszczaj naklejek w dowolnym miejscu witryny
- nie umieszczaj plakatów ani kartek na szybie

06 szyld semaforowy – semafor (patrz str. 28)

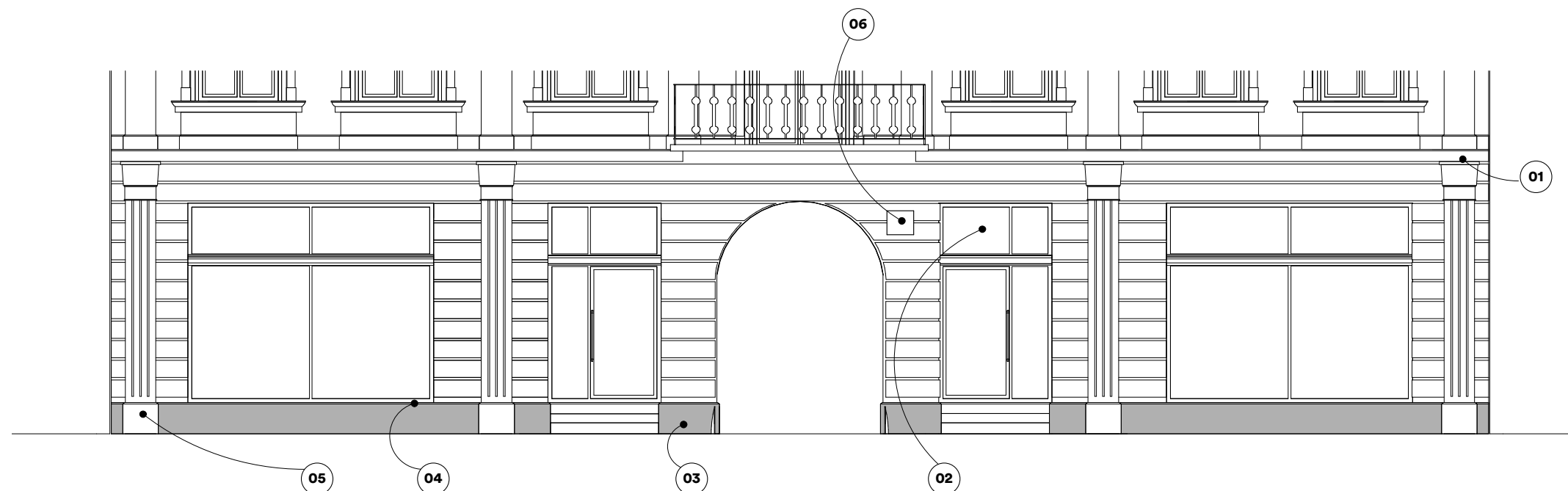
- nie umieszczaj semafora poniżej poziomu pasa reklamowego
- nie umieszczaj semaforów na różnych wysokościach

07 szyld (patrz str. 27)

- nie stosuj szyldów o niejednakowych wymiarach i nieodpasowanych do wielkości boniowania (jeśli występuje)

jak witryna powinna wyglądać w kontekście całej elewacji?

- zwróć uwagę na kompozycję witryny (pamiętaj, że jest ona oglądana w kontekście całej elewacji – zadbaj o harmonię)
- jeśli elewacja jest symetryczna, zachowaj ten układ
- zachowaj jednolitą wysokość cokołu i witryn
- zachowaj jednolity podział na górną i dolną powierzchnię szklenia na całej elewacji



- 01** gzyms międzykondygnacyjny wyznacza górną granicę parteru i pasa reklamowego

- 02** wszystkie witryny na elewacji powinny być jednakowej wysokości (określonej na podstawie materiałów archiwalnych) oraz mieć jeden styl podziału ramy na górną i dolną powierzchnię szklenia

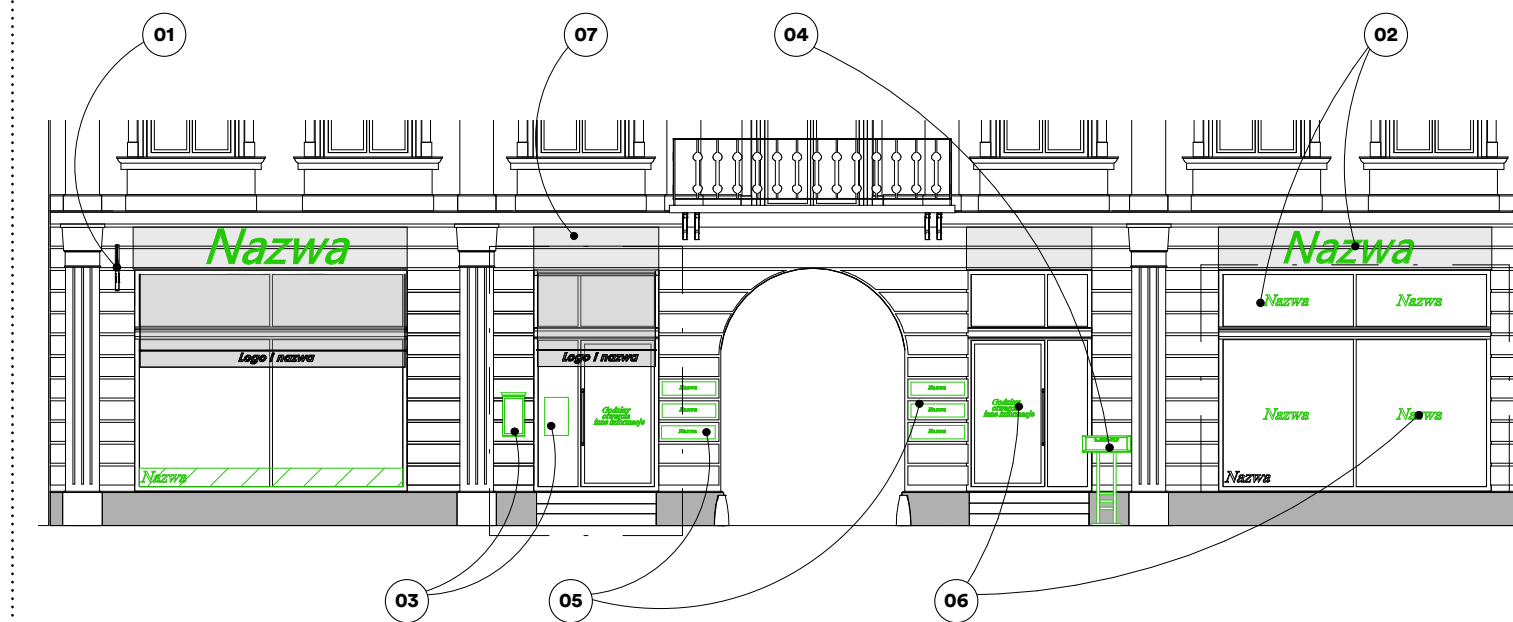
- 03** wysokość cokołu wyznaczono na podstawie materiałów archiwalnych, nie zmieniaj jej

- 04** stosuj witryny drewniane lub aluminiowe

- 05** jeżeli na elewacji parteru pojawiają się detale architektoniczne, nie zasłaniaj ich

- 06** wieszaj tablice informacyjne (zakaz wjazdu, numerację budynku) w prawym górnym rogu prześwitu bramowego lub bramy

dobrze



01 szyld semaforowy – semafor (patrz str. 28)

- umieszczaj semafor w poziomie pasa reklamowego – min. 20 cm od krawędzi ramy witryny
- stosuj tylko 1 semafor dla lokalu

02 litery przestrzenne (patrz str. 24)

- umieszczaj litery w pasie reklamowym – centralnie nad witryną
- ① jeśli wysokość pasa reklamowego jest mniejsza niż 30 cm, nie stosuj liter przestrzennych – w tym przypadku proponujemy zastosowanie naklejek reklamowych z folii lub pleksi, umieszczonych na szkleniu, lub liter wewnątrz witryny

03 gablotka wisząca (patrz str. 30)

- umieszczaj menu dla lokali gastronomicznych w gablocie na elewacji budynku
- nie zakrywaj detali architektonicznych
- ① w przypadku dekoracyjnej elewacji umieszczaj menu wewnątrz lokalu, za szybą – na tablicy widocznej z ulicy

04 stojak na menu (patrz str. 29)

- stosuj tylko w lokalach gastronomicznych
- obowiązuje jeden stojak dla jednego lokalu

05 szyld (patrz str. 27)

- montuj po obu stronach prześwitu bramowego
- dla każdego lokalu w podwórku obowiązuje jeden szyld
- dostosuj wielkość szyldu do wielkości boniowania

- pamiętaj, że szyldy tworzą razem kompozycję, dlatego wszystkie powinny mieć jednakowe wymiary (szerokość, wysokość, długość)
- ① jeśli prześwit bramowy ma detale architektoniczne, szyldy umieszczaj tylko od wewnętrznej strony prześwitu

06 reklama na szkleniu (patrz str. 25)

- umieszczaj ją w formie naklejki (usytuowanej centralnie lub w pasie dolnym)
- maks. powierzchnia naklejki to 6% powierzchni szklenia
- godziny otwarcia umieszczaj centralnie na drzwiach wejściowych w formie naklejki lub za szybą – jako tabliczkę widoczną z ulicy

07 markiza (patrz str. 26)

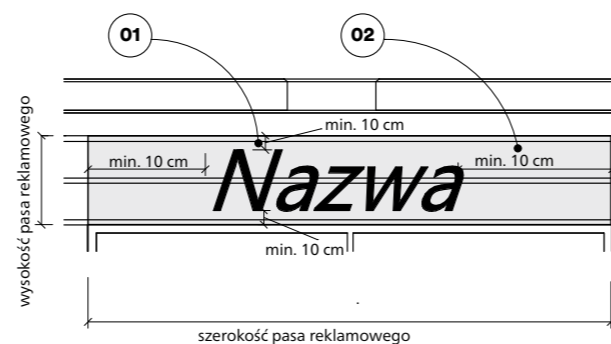
- logo i nazwę umieszczaj tylko na lambreklinie
- ① nie umieszczaj nazwy ani logo lokalu na markizie

Jak powinny wyglądać reklamy mojego lokalu?

Litery przestrzenne

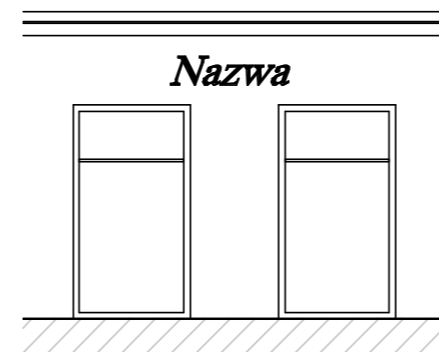
pojedyncza witryna

- 01 zachowaj odległość min. 10 cm od zewnętrznych linii wyznaczających pas reklamowy
 - Ⓛ dla witryn łukowo zakończonych odległość 10 cm liczona jest od najwyższego punktu łuku
- 02 litery przestrzenne umieszczaj centralnie nad witryną w obrębie wydzielonego pasa reklamowego



lokal z kilkoma witrynami

- jeżeli lokal składa się z kilku witryn, całkowita szerokość logo z liter przestrzennych równa się szerokości sumy witryn – wtedy umieszczaj litery centralnie względem całej elewacji



Kształt

- używaj czcionek zarówno prostych, skromnych, jak i ozdobnych – dobierz styl do witryny Twojego lokalu

Materiał

- dibond
- styrodur
- pleksi
- aluminium
- drewno
- szkło

Kolorystyka

- kolory neutralne – np. kość słoniowa, czerń, beż, brąz, szarość, grafit
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro
- Ⓛ kolorystyka wszystkich nośników reklamowych powinna być spójna
- Ⓛ dopuszcza się stosowanie kolorów mocnych i jaskrawych za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków

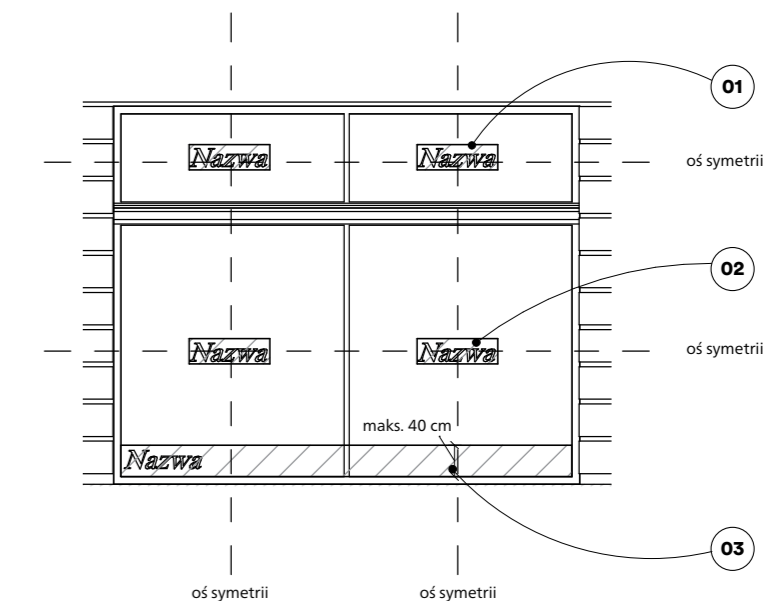


mimo różnorodności wzorów każdy z zaprezentowanych projektów liter przestrzennych sprawdziłby się w klasycyzmie – bogata czcionka o zaokrąglonych kształtach kontrastuje z pionowymi i poziomymi podziałami obecnymi w klasycyzmie, a prosta, regularna oddaje założenia stylu

Reklama na szkleniu

- 01 jeśli wysokość pasa reklamowego nie przekracza 30 cm, zrezygnuj z montażu liter przestrzennych – w tym przypadku proponujemy zastosowanie naklejek reklamowych z folii lub liter przestrzennych z pleksi umieszczonych w górnym podziale szklenia
- 02 naklejka w formie liter z nazwą lokalu, umieszczona centralnie w dolnym podziale szklenia

- 03 naklejka w pasie dolnym
 - wysokość naklejki – maks. 40 cm
 - pamiętaj, żeby naklejki nie przysłaniały ekspozycji sklepu – to ona ma odgrywać najważniejszą rolę
 - Ⓛ powierzchnia naklejek – maks. 6% powierzchni jednego podziału okna



Kształt

- używaj zarówno ozdobnych, jak i prostych czcionek
- czcionki nośników reklamowych dla lokalu powinny mieć jednakowy krój

Materiał

- folia okienna matowa (szroniona)
- pleksi

Kolorystyka

- kolory neutralne – beż, biel, szarość, grafit, czerń
- Ⓛ dopuszcza się stosowanie innych kolorów za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków



w miejscu, w którym nie było możliwości umieszczenia liter przestrzennych, zastosowano naklejki w pasie górnego szklenia – doskonale spełniają rolę nośnika reklamy

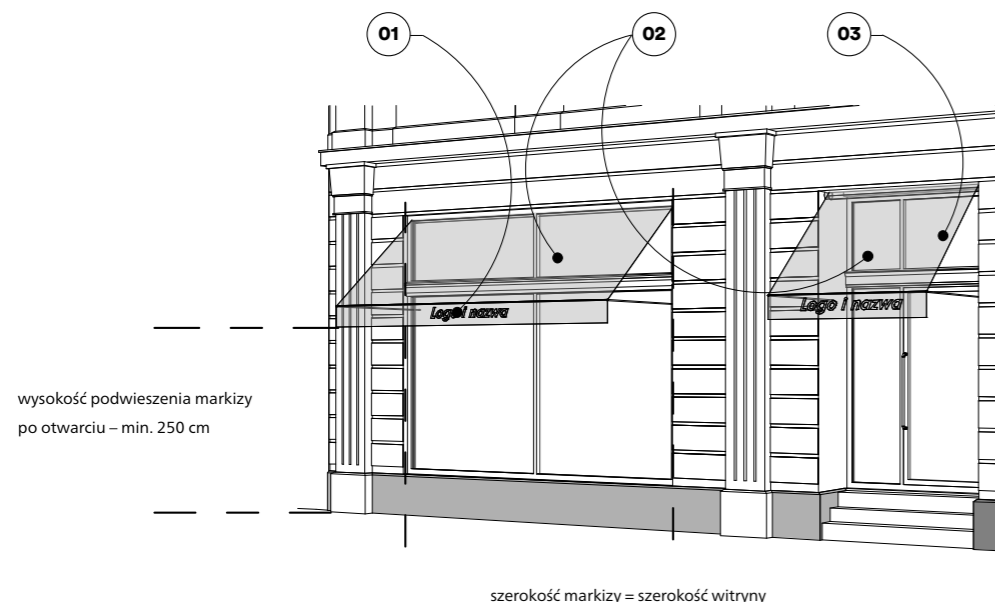


przykład zastosowania naklejki w pasie dolnym

Markiza

- 01 logo lub nazwę lokalu umieszczaj tylko na lambrekynie
- 02 w każdej witrynie lokalu montuj takie same markizy
- 03 dostosuj szerokość markizy do otworu okiennego

- ⓘ w przypadku wysokich witryn (ok. 4 m) dopuszcza się montaż markiz w świetle otworu okiennego na poziomie belki ślepiennej
- ⓘ w przypadku montażu markizy nie umieszczaj nad nią liter przestrzennych



Kształt

- umieszczaj markizy balkonowe lub tarasowe
- markizę mocuj w otworze okiennym

Materiał

- tkaniny tekstylne – akrylowe

Kolorystyka

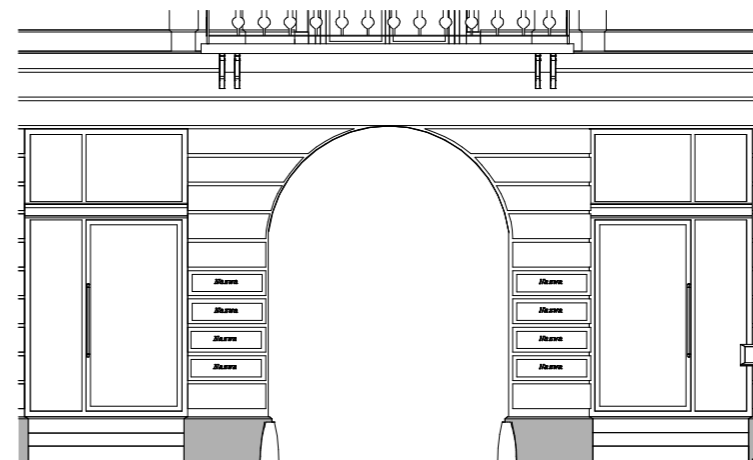
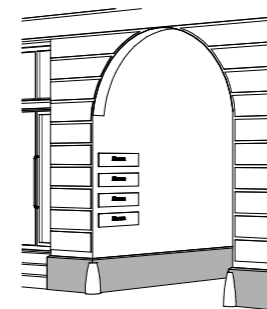
- kolory jasne, niejaskrawe – tworzące spójną całość z kolorystyką elewacji
- ⓘ dopuszcza się stosowanie ciemnych lub kontrastujących markiz za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków



dobranie kolorystyki markiz do elewacji daje wrażenie ładu i elegancji

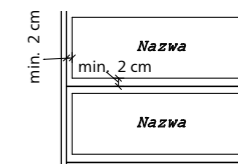
Szyld

- tylko dla lokali znajdujących się w oficynach i podwórkach
- szyld możesz montować po obu stronach prześwitu bramowego
- dla każdego lokalu w podwórku obowiązuje jeden szyld
- ⓘ jeśli prześwit bramowy ma detale architektoniczne, szyldy należy umieszczać od wewnętrznej strony prześwitu



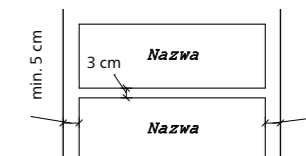
wymiary dla elewacji boniowanych

- zdefiniuj maksymalne wymiary szyldu:
 - wysokość szyldu – maks. wysokość boni minus 4 cm
 - szerokość szyldu – maks. szerokość boni minus 4 cm
- odległość od krawędzi ściany – min. 2 cm



wymiary dla elewacji gładkich

- wysokość szyldu – maks. 40 cm
- szerokość szyldu – maks. 60 cm
- odstęp od krawędzi ściany – min. 5 cm
- montuj szyldy w równej odległości – co 3 cm



Kształt

- stosuj szyldy proste w formie, pozbawione zdobień
- stosuj szyldy o jednakowych wymiarach i stylistyce – dzięki temu będą bardziej czytelne (dopasuj wymiary do miejsca podwieszenia szyldu, pozostaw min. 5 cm odsunięcia od krawędzi)
- ⓘ narzucone wymiary ani forma nie dotyczą szyldów zewnętrznych, których wygląd reguluje prawo (np. w odniesieniu do kancelarii notarialnych, przychodni, praktyk lekarskich, urzędów, szkół publicznych)

Materiał

- tło
 - pleksi
 - szkło
 - blacha ocynkowana
 - laminat grawerski
- litery
 - pleksi
 - grawer
 - folia

Montaż

- na kołkach z dystansem
- w listwach

Kolorystyka

tło

- szkło bezbarwne, mrozone
- pleksi bezbarwne, mrozone
- kolory metali
- kolory neutralne (biel, szarość, beż)

litery

- kolory neutralne – np. biel, czerni, szarość, brąz, beż
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro, stal
- ⓘ dopuszcza się inne kolory po otrzymaniu zgody Miejskiego Konserwatora Zabytków



szyldy wykonane w jednym stylu tworzą zwartą i czytelną kompozycję, dzięki czemu są łatwiejsze w odbiorze

Szyld semaforowy (semafor = wysięgnik)

semafor wiszący

- szyld – 60×40 cm
- całkowite wymiary (z podkonstrukcją) – 80×65 cm

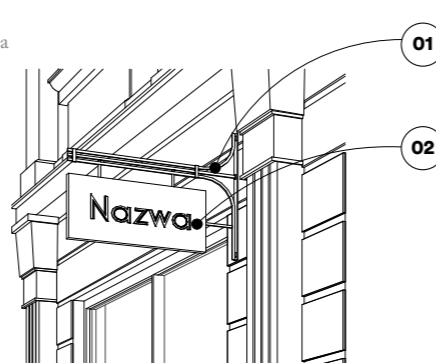
- 01 podkonstrukcja
- 02 szyld



semafor mocowany trwale

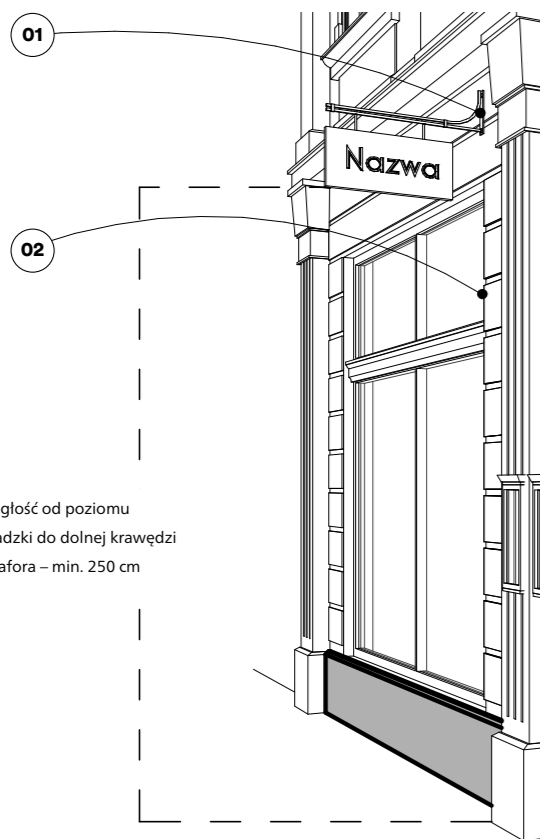
- szyld – 60×40 cm
- całkowite wymiary (z podkonstrukcją) – 80×75 cm

- 01 podkonstrukcja
- 02 szyld



- montuj semafor tak, żeby poziomy element podkonstrukcji mocowania znajdował się w pasie reklamowym
- odległość od krawędzi zewnętrznej witryny do osi semafora – min. 20 cm

- 01 podkonstrukcja mocowania
- 02 rama witryny



odległość od poziomu posadzki do dolnej krawędzi semafora – min. 250 cm

Kształt

podkonstrukcja

- wykonana z wygiętych elementów stalowych (metaloplastyka)

szyld

- wiszący szyld promujący Twoją działalność projektuj jako tabliczkę
- sugerujemy kształt prostokątny lub owalny
- dopuszcza się semafor z podświetleniem wewnętrznym (nie stosuj diod, świateł ledowych ani pulsujących)
- ⓘ dopuszcza się stosowanie innego kształtu, zgodnego z polityką i logo firmy, za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków
- ⓘ semafor wieszaj w pasie reklamowym tak, żeby był widoczny z ulicy, podane przykłady traktuj jako inspirację

Materiał

podkonstrukcja

- profil stalowy wykonany w technice metaloplastyki

szyld

- pleksi
- dibond
- blacha

Kolorystyka

podkonstrukcja

- kolory metali
- kolory neutralne – biel, czerń, szarość, brąz, beż, grafit

szyld

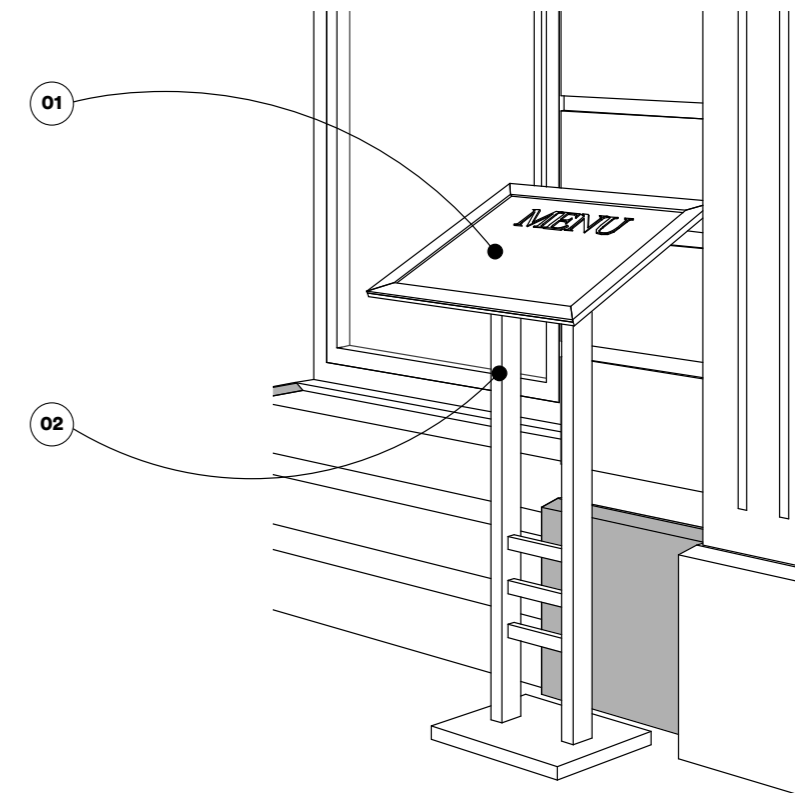
- kolory neutralne – biel, czerń, szarość, brąz, beż, grafit
- ⓘ dopuszcza się stosowanie innych kolorów za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków



semafor dobierz do stylu witryny Twojego lokalu – podkonstrukcję wykonaj techniką metaloplastyki, jak na zaprezentowanych przykładach

Stojak na menu

- 01 gablotka
- 02 podkonstrukcja – nogi



Wymiary

- gablotka
- 50×42 cm
- podkonstrukcja – nogi
- wysokość – 115 cm

Kształt

- dość prosty styl, który pasuje do bogatych witryn klasycystycznych

Materiał

- gablotka
- z drewna, odporna na warunki atmosferyczne, przykryta pleksi lub szkłem
- podkonstrukcja – nogi
- drewno

Kolorystyka

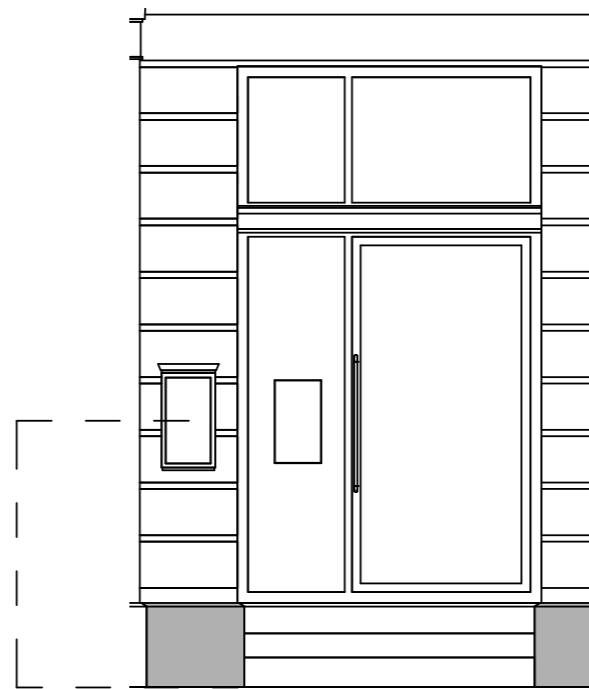
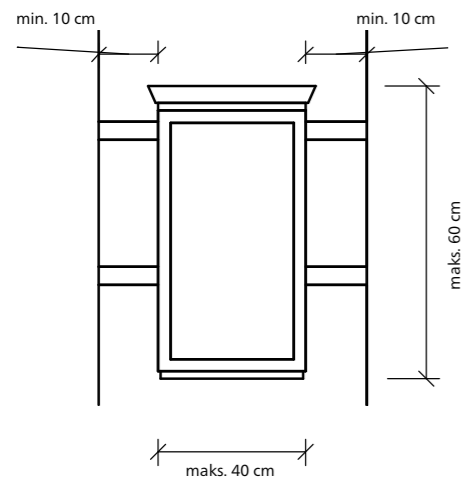
- ramy gablotki
- kolor drewna
- kolory neutralne – np. beż, biel, szarość, grafit, brąz, czerń
- podkonstrukcja – nogi
- kolor drewna
- kolory neutralne – np. beż, biel, szarość, grafit, brąz, czerń
- ⓘ kolorystyka stojaka na menu i szyldu semaforowego powinna być spójna



stojak na menu wykonany z drewna

Gabloty wiszące

- gablotę umieszczaj pionowo lub poziomo, centralnie względem miejsca podwieszenia na elewacji
- staraj się, żeby centralny punkt gabloty był na poziomie wzroku człowieka – ok. 160 cm
- ⓘ jeśli szerokość miejsca na gablotkę jest mniejsza niż 60 cm, menu umieszczaj wewnątrz lokalu



środek gabloty na wysokości 160 cm

Wymiary

- maks. 60x40x12 cm

Kształt

- prosty klasyczny lub z elementami dekoracyjnymi, nawiązującymi do detali architektonicznych kamienic klasycyzujących

Materiał

rama

- drewno
- metal

szyba

- szkło bezpieczne

Kolorystyka

rama

- kolor drewna (spójny stylistycznie i kolorystycznie z witryną)
- kolory stonowane – kość słoniowa, czern, szarość, beż, brąz, krem, złoto, srebro

szyba

- szkło bezbarwne



gabloty może być prosta, klasyczna lub zdobiona

Ekspozycja i oświetlenie

- Utrzymuj elementy widoczne z ulicy w należytnym ładzie i porządku,
- schludne wnętrze witryny jest najlepszym środkiem komunikacji między klientem a sprzedawcą,
- ciekawa ekspozycja jest w stanie na tyle skutecznie przyciągnąć uwagę patrzącego, żeby zachęcić go do wejścia do lokalu,
- projektując wystawę sklepu/restauracji, skorzystaj z przykładów dotyczących prezentacji towarów i usług (str. 111).



spraw, żeby witryna Twojego sklepu zwracała na siebie uwagę zarówno w dzień, jak i w nocy

Neony

Oświetlenie neonami może być stosowane tylko dla lokali otwartych w godzinach nocnych.

Wymiary

- dostosuj wymiary neonu do danej lokalizacji
- stosuj zasady dotyczące liter przestrzennych, kiedy neon montowany jest płasko na elewacji lub w świetle witryny
- odległość od poziomu posadzki do dolnej krawędzi neonu podwieszanego prostopadle do elewacji – 250 cm
- jeśli neon wieszany jest prostopadle, obowiązują wymiary jak dla szyldu semaforowego

Kształt

- stosuj rury szklane wygięte w kształt liter lub znaków graficznych

Materiał

- rury szklane wypełnione gazem

Kolorystyka

- kolory dostępne dla danej technologii – np. zieleń, błękit, róż, czerwień, pomarańcz



neony to świetlne nośniki reklamowe w formie połączonych szklanych rurek, które tworzą napis świetlny

Dobre praktyki



nazwę sklepu umieszczono na wysuwanej lambrekinie



mimo braku liter przestrzennych inne nośniki reklamowe (naklejki) są bardzo dobrze widoczne i rozpoznawalne



wszystkie nośniki reklamowe są ujednoczone (mają taką samą kolorystykę, pisane są taką samą czcionką), dzięki czemu cała kompozycja witryny jest bardzo czytelna



w witrynie nie ma innych nośników reklamowych oprócz logotypu umieszczonego wewnątrz, liczy się wystawa, która dzięki dużym przeszkleniom jest bardzo dobrze wyeksponowana



Historyzm / eklektyzm

*Idziemy dalej, na prawo i lewo coraz ładniejsze wystawy.
Towary galanteryjne, buty, sklepy żelazne. Eleganckie
są okna firmy Herzenberga i Rapport obłożone przez
ciekawych od rana do wieczora. Tu czyni zakupy elegancki
damski świat – i ma rację. W szerokich ze smakiem urządzonych
wystawach są najdroższe materiały, wspaniałe wieczorne suknie
koronkowe, aksamity, welwety, eleganckie jedwabne spódniczki
i bluzki, firanki, obrusy smyrneńskie i niezliczone różne
artykuły branży konfekcyjnej [...].*

Nawigator, czyli jak to działa

Czym charakteryzuje się historyzm i czym różni się od eklektyzmu?
zapoznaj się z założeniami stylu zawartymi we wstępie

Jak zaprojektować witrynę mojego lokalu?

zaczynij od elewacji (str. 60) – czy jest symetryczna, czy ma detale?
zapoznaj się z zasadami dotyczącymi tworzenia witryny w kontekście całej elewacji
przeanalizuj jej wymiary i elementy
czy jest cokół – jeśli tak, jaką ma wysokość?

Co to jest belka ślepienna?

kiedy nie rozumiesz terminów, posilkuj się słowniczkiem ze str. 7

Jakie materiały mogę stosować?

informacje znajdziesz na str. 41 w części „Materiały”

Gdzie mogę umieszczać reklamy, a gdzie jest to zabronione?

na str. 43 omówiono zagadnienia dotyczące lokalizacji reklam,
znajdziesz tam rysunki:

- na pierwszym na czerwono oznaczono, co jest zabronione
- na drugim wskazano, jak prawidłowo wybierać i umieszczać nośniki reklamowe

Jak powinny wyglądać reklamy mojego lokalu?

na str. 44 opisano dozwolone elementy reklamowe
(ich wymiary, kolorystykę, materiały)

Dobre praktyki

na końcu rozdziału (str. 52) znajdziesz zdjęcia dobrych
praktyk – wykorzystaj je jako inspirację do stworzenia pięknej witryny

Czym charakteryzuje się historyzm i czym różni się od eklektyzmu?

To szmery i szumy przeszłości. Kalejdoskop szeptów minionych epok. To romantyczna tęsknota za nieuchronnie przemijającą historią. Potrzeba powrotu. To samotność i prostota. Niepewność i różnorodność. Swoboda i pragnienia, architektura czerpiąca ze skarbnicy bezpowrotnie utraconej przeszłości.

Historyzm (1850 do I ćwierćwiecza XX wieku) to powrót do stylistyki minionych epok – wzorów charakterystycznych dla romanizmu, gotyku, renesansu czy baroku. Inspiracje historycznymi stylami ograniczają się jednak często do stylizacji detalu i dekoracji nałożonej na elewację XIX-wiecznej kamienicy.

Eklektyzm (1850 do I ćwierćwiecza XX wieku) to łączenie rozmaitych nurtów architektonicznych w jednej budowli poprzez krzyżowanie elementów dekoracyjnych, które pochodzą z różnych epok stylowych – często sprzecznych ze sobą estetycznie. W efekcie powstają zaskakujące i bogate elewacje o nietuzinkowej kompozycji.

O Piotrkowskiej Jerzy Grohman:

Wczoraj: Piotrkowska była zawsze najładniejszą ulicą w Łodzi i miała piękne sklepy. Widywało się na niej eleganckie panie i świetnie ubranych panów. [...]

To wszystko było bardzo malownicze.

Dziś: Przy ulicy Piotrkowskiej stały i do dziś stoją piękne kamienice.

Dalej stały dość smutne domy.

Dziś są jeszcze smutniejsze bo są zaniedbane...

Jutro: Piotrkowska była zawsze najładniejszą ulicą w Łodzi...

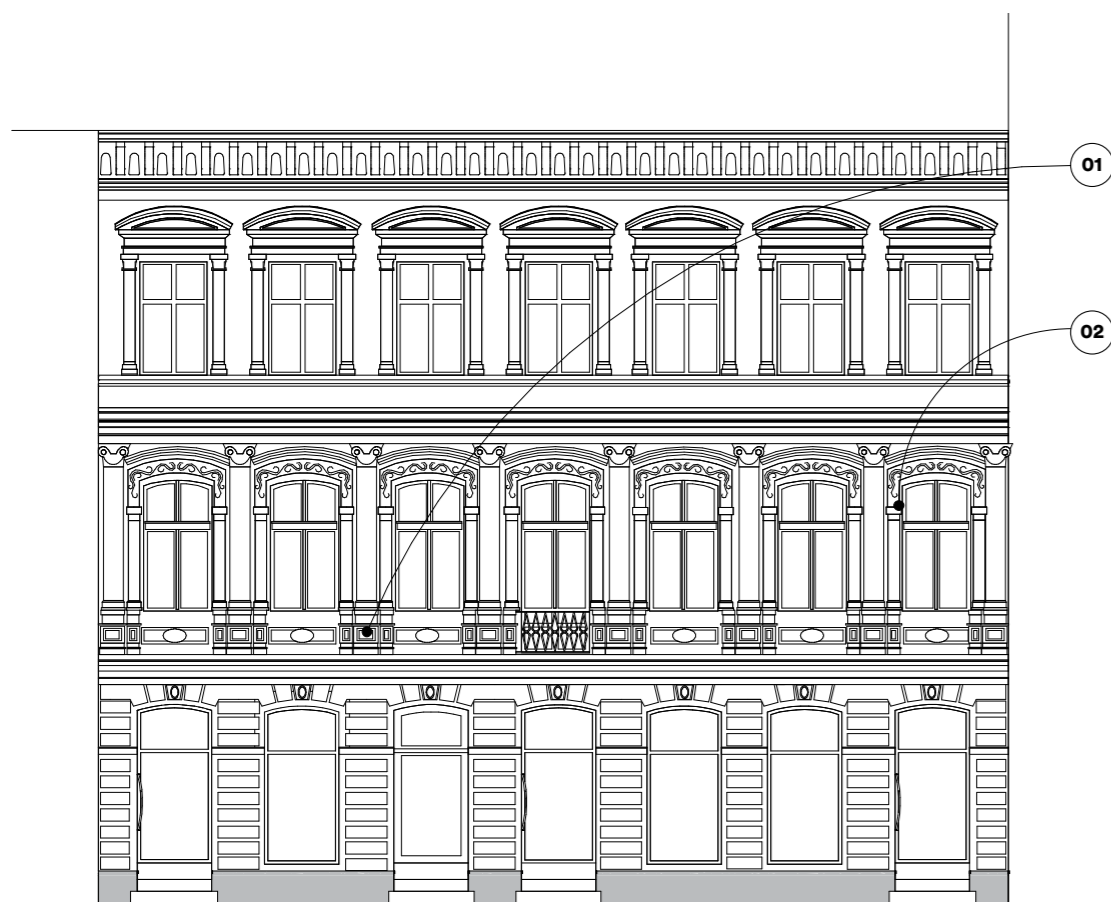
Główne założenia stylu

Czym charakteryzuje się historyzm?

przykład kamienicy historycznej

01 elewacje kamienic historycznych są bardzo bogato zdobione, wśród zdobień znajdują się detale inspirowane sztuką gotyku, baroku, renesansu, m.in. zworniki, boniowanie i dekoracyjne woluty

02 stolarka okienna zaakcentowana jest bardzo dekoracyjnymi pilastrami, stylizowanymi na antyczne, z ozdobnymi głowicami i bogatą roślinną dekoracją



wśród elewacyjnych zdobień znajdziesz detale inspirowane sztuką gotyku, baroku, renesansu

Jak zaprojektować witrynę mojego lokalu?

Znajdziesz tu wskazówki, jaką kolorystykę i materiały możesz stosować w projekcie witryny. Bazuj na kolorystyce elewacji.

Poziom parteru

Kształt

- nie zmieniaj elementów dekoracyjnych, takich jak detale architektoniczne lub boniowanie
- 1 w kamienicach pod nr. 5, 8, 23, 84 i 125 sugerujemy odtworzenie oryginalnego boniowania elewacji

Materiał

- nie zmieniaj istniejącego materiału elewacyjnego
- wejście do lokalu – schody
- stosuj jeden wybrany materiał – np. lastriko, granit, kamień
- 1 nie stosuj terakoty

Kolorystyka

- w razie braku jej opisu – według materiałów archiwalnych i badań stratygraficznych
- 1 dopuszczamy odświeżenie elewacji całego parteru
- 1 nie maluj elewacji w obrębie tylko jednego lokalu, każdą zmianę kolorystyki konsultuj z Miejskim Konserwatorem Zabytków

Witryna

Kształt

- dostosuj podział ramy witryny do stylu, w jakim wykonany jest budynek (elewacja)
- rama witryny
- stylizacja – *żeby osiągnąć podobieństwo*
- projektuj stolarkę nawiązując do detali architektonicznych elewacji budynku
- postaw na masywność stolarki i bogate zdobienia
- stosuj stolarkę drzwiową wzbogaconą o zdobne płyciny
- minimalizm – *żeby osiągnąć efekt kontrastu*
- projektuj prostą ramę z drobnymi elementami ozdobnymi

Materiał

- stolarka drewniana
- stolarka aluminiowa
- 1 sugerujemy zastosowanie szklenia klejonego, antywłamaniowego, klasy minimum P2

Kolorystyka

- stolarka drewniana – np. dąb, orzech, cyprys, afromozja, palisander, teak, wenge, grusza, mahoń
- kolorы stonowane, neutralne – np. kość słoniowa, beż, szarość, brąz



przykład witryny minimalistycznej wkomponowanej w boniowany parter kamienicy



dostosuj kolorystykę swojej witryny do kolorystyki elewacji, bazując na materiałach archiwalnych



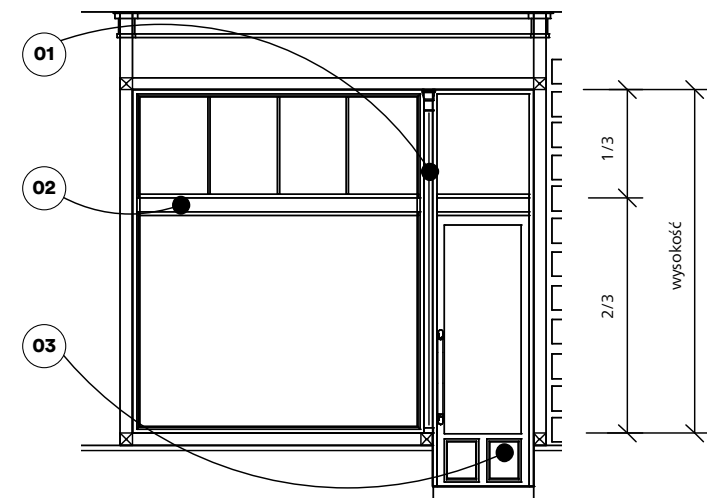
podziały górnej części okna ozdabiają witrynę, zastosowanie ozdobnej czcionki w literach przestrzennych umieszczonych pośrodku elewacji wprowadza ład i harmonię

W jaki sposób podzielić witrynę?

stylizacja – żeby osiągnąć podobieństwo

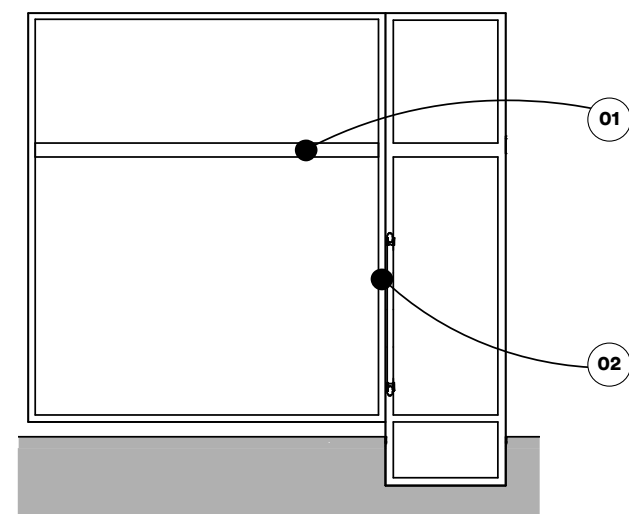
- stosuj masywną i bogato zdobioną ramę witryny, nawiązującą detalami do detali budynku, oraz stolarkę drzwiową ze zdobionymi płycinami
- projektuj dolną i górną powierzchnię okna witryny bez dodatkowego podziału, sugerujemy podział pionowy tylko ze względów konstrukcyjnych (po przekroczeniu 4 m² powierzchni szklenia)
- ① dopuszczamy możliwość dodatkowych podziałów górnej powierzchni okna (zgodnych z podziałem stolarki okiennej na elewacji lub bazujących na materiałach archiwalnych)

- 01** ozdobne, masywne ramy i bogato zdobiony słupek witryny odtwarzaj, bazując na materiałach archiwalnych
- 02** umieszczaj belkę sienienną na ok. 2/3 wysokości całego otworu, dzieląc szklenie na 2 części
- 03** staraj się żeby płyciny w drzwiach znajdowały się na wysokości cokołu



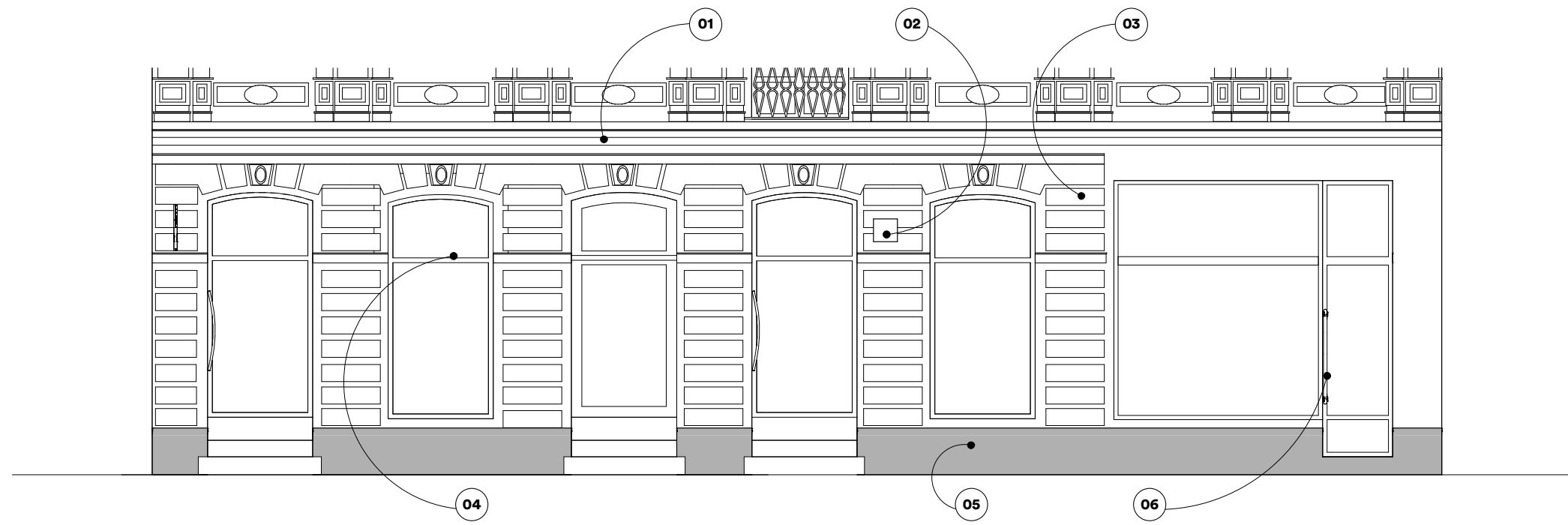
minimalizm – żeby osiągnąć efekt kontrastu

- 01** podziały ramy całej witryny znajdują się na jednej wysokości
- 02** rama witryny o klasycznym, prostym profilu



jak witryna powinna wyglądać w kontekście całej elewacji?

- zwróć uwagę na kompozycję witryny (pamiętaj, że jest oglądana w kontekście całej elewacji – zadбай o harmonię)
- jeśli elewacja jest symetryczna, zachowaj ten układ
- zachowaj jednolitą wysokość cokołu i witryn
- zachowaj jednolity podział na górną i dolną powierzchnię szklenia na całej elewacji



- 01** grzyms międzykondygnacyjny wyznacza górną granicę elewacji parteru i pasa reklamowego
- 02** wieszaj tablice informacyjne (zakaz wjazdu, numerację budynku) w prawym górnym rogu prześwitu bramowego lub wejścia do budynku

03 jeśli na elewacji parteru znajdują się detale architektoniczne, nie zasłaniaj ich

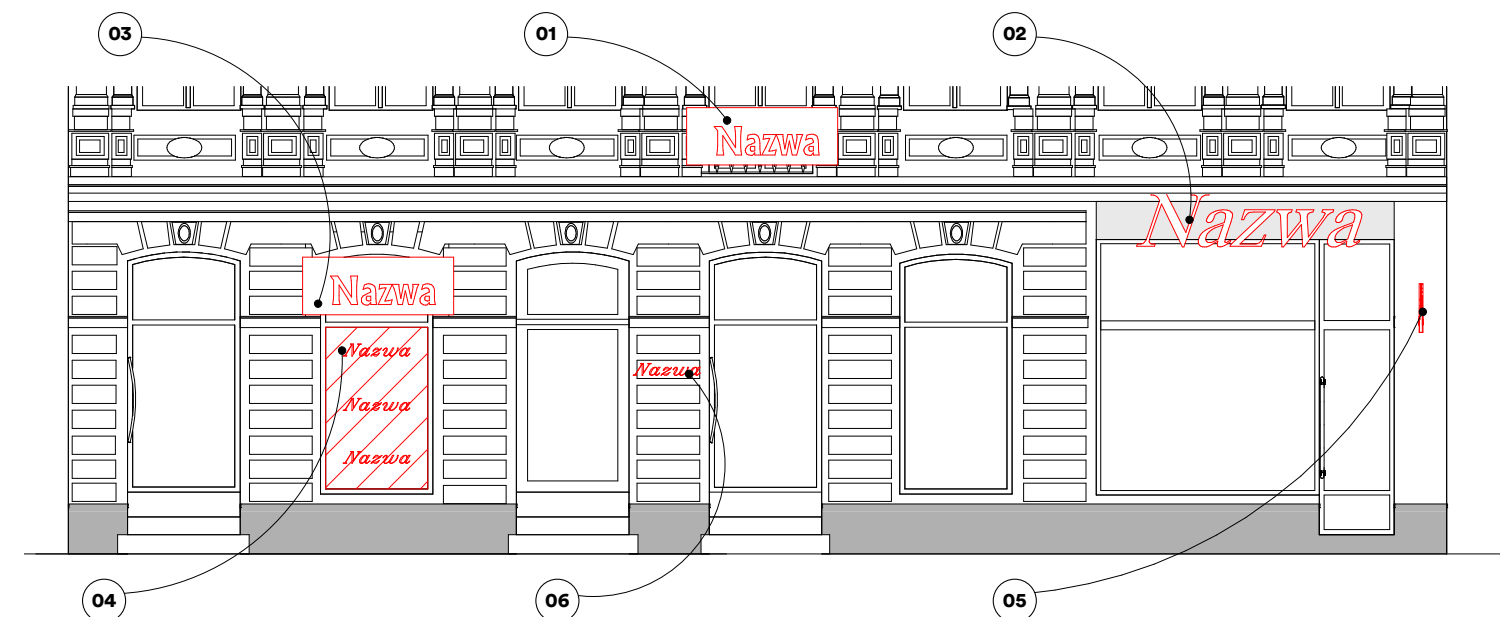
04 wszystkie witryny na elewacji powinny być jednakowej wysokości (określonej na podstawie materiałów archiwalnych) oraz mieć jeden styl podziału ramy na górną i dolną powierzchnię szklenia

05 wysokość cokołu wyznaczona jest w oparciu o materiały archiwalne, nie zmieniaj jej

06 stosuj witryny drewniane lub aluminiowe

Gdzie mogą umieszczać reklamy, a gdzie jest to zabronione?

źle



Główne zasady

- Umieszczaj elementy reklamowe tylko w pasie reklamowym lub na szkleniu witryny,
- stosuj tylko 2–3 elementy reklamowe (np. litery przestrzenne + naklejkę),
- zadбай o odpowiednie oświetlenie wewnętrzne i ekspozycję witryny, żeby nadać jej wyjątkowy charakter,
- utrzymuj swoją wystawę w należytym porządku i schludności.

01 pas reklamowy

- nie umieszczaj nośników reklamowych nad poziomem parteru
- nie umieszczaj reklam poza pasem reklamowym i powierzchnią szklenia
- 02 litery przestrzenne** (patrz str. 44)
- dostosuj wielkość liter przestrzennych do wymiarów pasa reklamowego
- nie umieszczaj liter przestrzennych nad witryną w przypadku montażu markizy

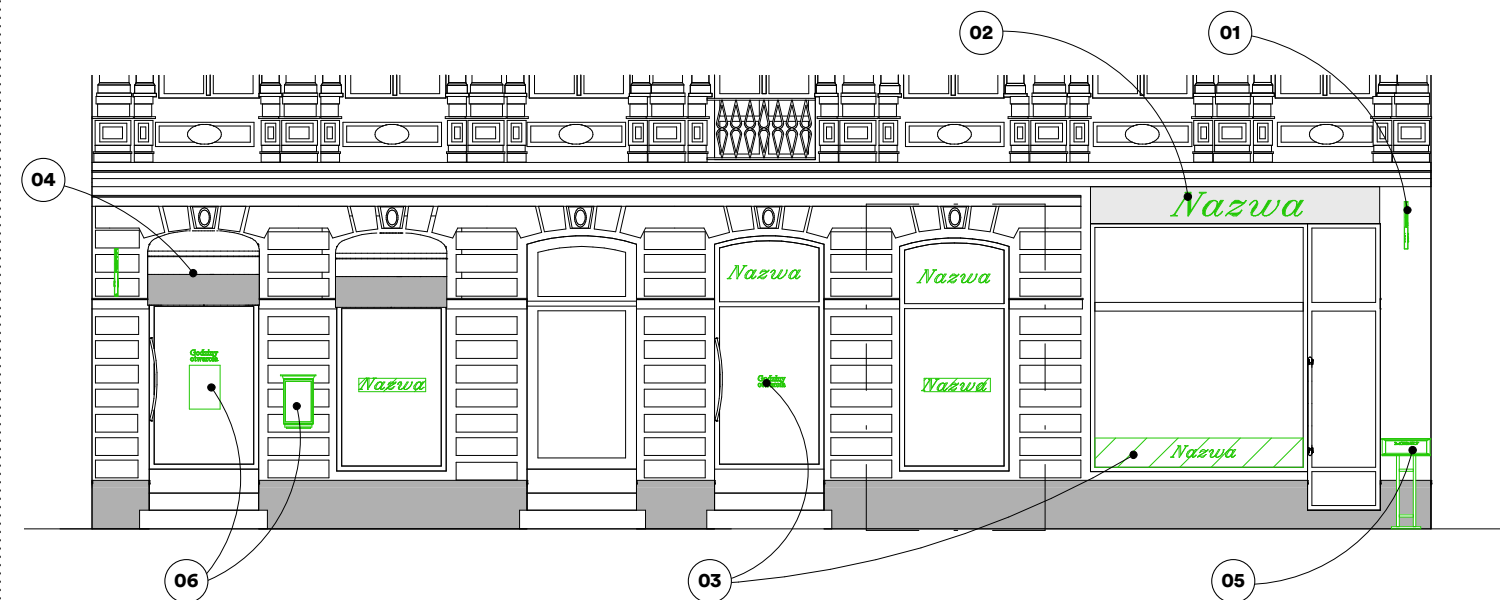
03 nośniki reklamowe

- nie stosuj kasetonów ani szyldów reklamowych
- nie zasłaniaj reklamami detali architektonicznych ani okien – są wizytówką kamienicy

04 reklama na szkleniu (patrz str. 45)

- nie umieszczaj naklejek zajmujących więcej niż 6% powierzchni szklenia
- nie umieszczaj naklejek w dowolnym miejscu witryny
- nie umieszczaj plakatów ani kartek na szybie
- 05 szyld semaforowy – semafor** (patrz str. 48)
- nie umieszczaj semafora poniżej poziomu pasa reklamowego
- nie stosuj semaforów o wymiarach innych niż podane
- nie umieszczaj semaforów na różnych wysokościach
- 06 szyld** (patrz str. 47)
- nie stosuj szyldów o niejednakowych wymiarach i nieodpasowanych do wielkości boniowania (jeśli występuje)

dobrze



01 szyld semaforowy – semafor (patrz str. 48)

- umieszczaj w poziomie pasa reklamowego, w odległości min. 20 cm od krawędzi ramy witryny
- stosuj tylko jeden semafor dla lokalu
- umieszczaj semafor od zewnętrznej strony witryny
- 02 litery przestrzenne** (patrz str. 44)
- umieszczaj je w pasie reklamowym centralnie nad witryną
- ① jeśli wysokość pasa reklamowego jest mniejsza niż 30 cm, nie stosuj liter przestrzennych; w tym przypadku proponujemy zastosowanie naklejek reklamowych z folii lub pleksi, umieszczonych na szkleniu, lub liter wewnątrz witryny

03 reklama na szkleniu (patrz str. 45)

- umieszczaj w formie naklejki (usytuowanej centralnie) lub w pasie dolnym
- powierzchnia naklejki – maks. 6% powierzchni szklenia
- umieszczaj informację o godzinach otwarcia centralnie na drzwiach wejściowych w formie naklejki lub za szybą – jako tabliczkę widoczną z ulicy

04 markiza (patrz str. 46)

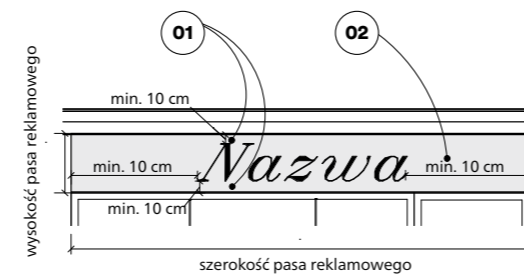
- umieszczaj logo i nazwę tylko na lambreklinie markizy
- nie umieszczaj nazwy ani logo lokalu na markizie
- 05 stojak na menu** (patrz str. 49)
- stosuj tylko w lokalach gastronomicznych
- obowiązuje jeden stojak na jeden lokal
- 06 gabłota wisząca** (patrz str. 50)
- umieszczaj menu dla lokali gastronomicznych w gablocie na elewacji budynku
- nie zakrywaj detali architektonicznych
- ① w przypadku dekoracyjnej elewacji umieszczaj menu wewnątrz lokalu, za szybą – na tablicy widocznej z ulicy

Jak powinny wyglądać reklamy mojego lokalu?

Litery przestrzenne

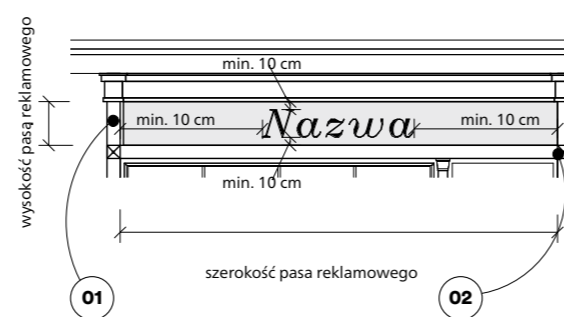
logotyp lub litery przestrzenne na zewnątrz lokalu

- 01** zachowaj odległość min. 10 cm od zewnętrznych linii wyznaczających pas reklamowy
 - ① dla witryn łukowo zakończonych odległość 10 cm liczona jest od najwyższego punktu łuku
- 02** litery przestrzenne umieszczaj centralnie nad witryną w obrębie wydzielonego pasa reklamowego
 - ① dopuszcza się stosowanie liter przestrzennych samoświecących



witryna stylizowana

- 01** płycina okalająca witrynę tworzy pole dla logotypu lub liter przestrzennych
- 02** nie zasłaniaj detali nawiązujących do stylistyki elewacji
 - ① w przypadku montażu liter lub logo na szerokiej/wysokiej belce ślimiennej obowiązują zasady dotyczące liter przestrzennych



Kształt

- używaj prostych lub ozdobnych krojów czcionek
- stosuj litery samoświecące tylko wtedy, gdy na elewacji znajduje się wyprowadzenie instalacji elektrycznej

Materiał

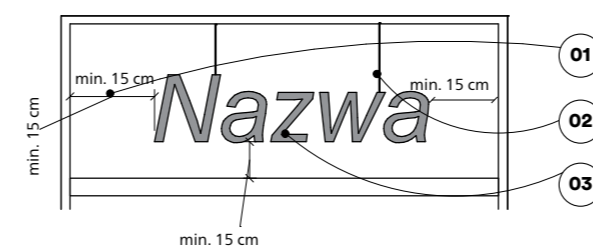
- dibond
- styrodur
- pleksi
- aluminium
- szkło
- drewno



efekt poświaty nadaje literom lekkość

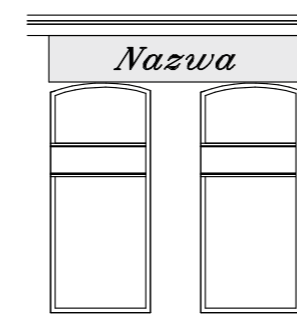
logotyp lub litery przestrzenne wewnątrz witryny

- 01** zachowaj odległość min. 15 cm od wewnętrznych krawędzi ramy szklenia
- 02** montuj litery do sufitu za pomocą stałaży
- 03** umieszczaj logo centralnie
 - ① wewnątrz lokalu dopuszcza się umieszczenie liter samoświecących lub neonów



lokal z kilkoma witrynami

- jeżeli lokal ma kilka witryn, całkowita szerokość logo z liter przestrzennych równa się szerokości sumy witryn – wtedy litery umieszczaj centralnie względem całej elewacji



Kolorystyka

litery przestrzenne na elewacji

- kolory jasne i neutralne – np. biel, beż, szarość, czerń, grafit, brąz
- kolory metali – np. złoto, srebro, patyna itp.

litery przestrzenne wewnątrz lokalu

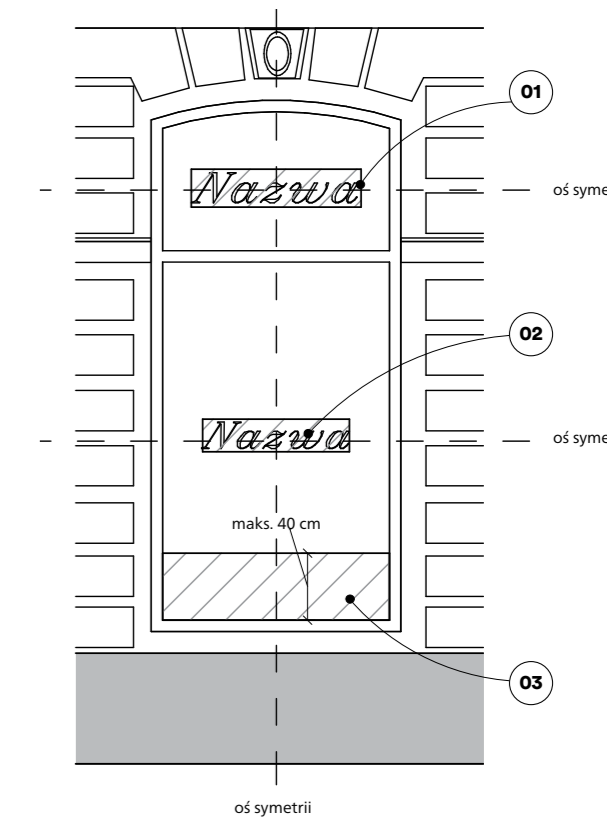
- pełna paleta kolorów
 - ① kolorystyka nośników reklamowych dla jednego lokalu powinna być spójna
 - ① dopuszcza się stosowanie kolorów mocnych i jaskrawych za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków



litery przestrzenne w kolorze złota lub brązu zawsze wyglądają dobrze

Reklama na szkleniu

- 01** jeśli nie ma miejsca na pas reklamowy, umieszczaj naklejki reklamowe z folii w górnym podziale okna
- 02** naklejka w formie liter z nazwą lokalu, umieszczona centralnie w dolnym podziale szklenia
 - ① powierzchnia wszystkich używanych naklejek – maks. 6% powierzchni jednego podziału okna
- 03** reklama w pasie dolnym w formie naklejki
 - ① wysokość naklejki – maks. 40 cm
 - ① szerokość – cała szerokość szklenia



Kształt

- używaj prostych lub ozdobnych krojów czcionek
- czcionki nośników reklamowych dla jednego lokalu powinny mieć jednakowy krój

Materiał

- folia okienna matowa (szroniona)
- pleksi

Kolorystyka

- kolory stonowane, neutralne – np. czerń, biel, szarość, beż, krem, grafit
 - ① dopuszcza się stosowanie innych kolorów za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków



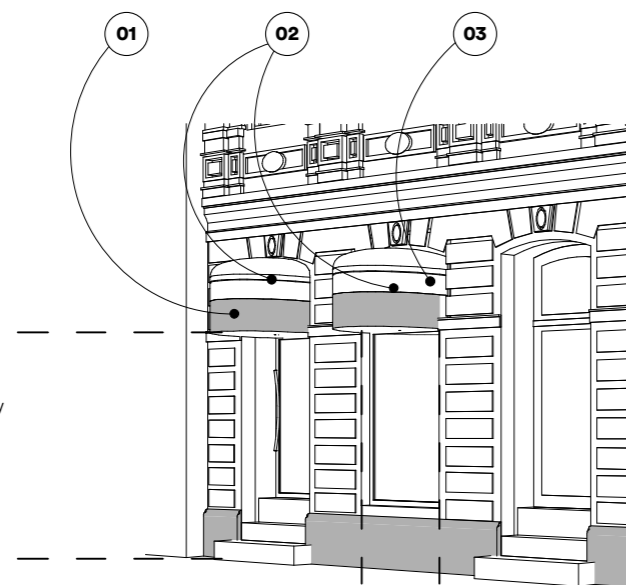
ciekawie zaaranżowana naklejka na szkleniu przyciąga wzrok do ekspozycji



Markiza

- 01 dostosuj szerokość markizy do otworu okiennego
- 02 w każdej witrynie lokalu montuj takie same markizy
- 03 logo lub nazwę lokalu umieszczaj tylko na lambrekinie

- ⓘ w przypadku wysokich witryn (ok. 4 m) dopuszcza się montaż markiz w świetle otworu okiennego na poziomie belki ślepiennej
- ⓘ w przypadku montażu markizy nie umieszczaj nad nią liter przestrzennych



wysokość podwieszenia markizy po otwarciu – min. 250 cm

szerokość markizy = szerokość witryny

Kształt

- stosuj markizy balkonowe, koszowe lub tarasowe
- markizę mocuj w otworze okiennym

Materiał

- tkaniny tekstylne – akrylowe

Kolorystyka

- kolory jasne, niejaskrawe – tworzące spójną całość z kolorystyką elewacji
- ⓘ dopuszcza się stosowanie ciemnych lub kontrastujących markiz za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków

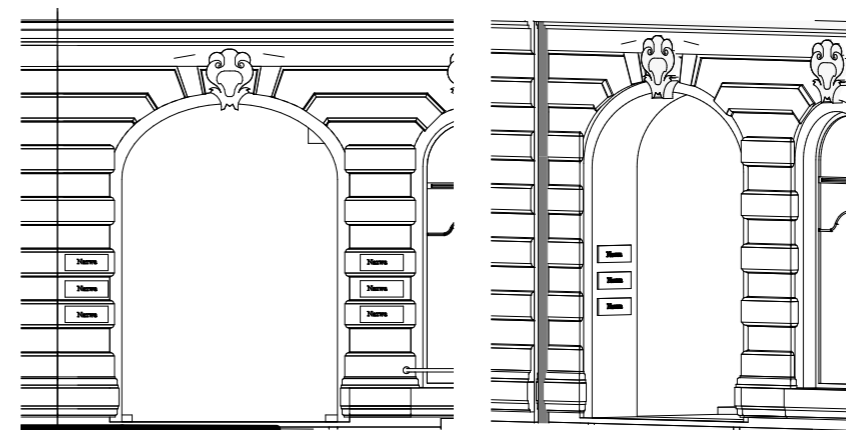


markizy koszowe najlepiej wyglądają w łukowo zakończonych oknach – nadają witrynom charakter

Szyld

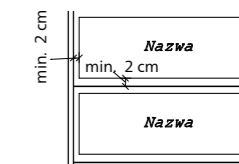
- tylko dla lokali znajdujących się w oficynach i podwórkach
- szyld możesz montować po obu stronach prześwitu bramowego
- dla każdego lokalu w podwórku obowiązuje jeden szyld

- ⓘ jeśli prześwit bramowy ma detale architektoniczne, szyldy należy umieszczać od wewnętrznej strony prześwitu



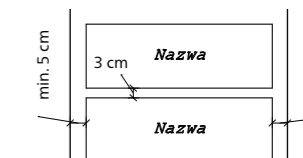
wymiary dla elewacji boniowanych

- zdefiniuj maksymalne wymiary szyldu:
 - wysokość szyldu – maks. wysokość boni minus 4 cm
 - szerokość szyldu – maks. szerokość boni minus 4 cm
- odległość od krawędzi ściany – min. 2 cm



wymiary dla elewacji gładkich

- wysokość szyldu – maks. 40 cm
- szerokość szyldu – maks. 60 cm
- odstęp od krawędzi ściany – min. 5 cm
- montuj szyldy w równej odległości – co 3 cm



Kształt

- szyldy proste w formie, pozbawione zdobień
- stosuj jednakowe wymiary i stylistykę – dzięki temu szyldy będą bardziej czytelne (dopasuj wymiary do miejsca podwieszenia szyldu, pozostaw min. 5 cm odsunięcia od krawędzi)
- ⓘ narzucone wymiary ani forma nie dotyczą szyldów zewnętrznych, których wygląd reguluje prawo (np. w odniesieniu do kancelarii notarialnych, przychodni, praktyk lekarskich, urzędów, szkół publicznych)

Materiał

- tło
 - szkło lub pleksi
 - blacha
 - laminat grawerski
- litery
 - grawer
 - naklejka
 - pleksi
- montaż
 - na kołkach z dystansem
 - w listwach

Kolorystyka

tło

- szkło bezbarwne, mrożone
- pleksi bezbarwne, mrożone
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro, stal
- kolory neutralne – np. biel, szarość, brąz, brąz

litery

- kolory neutralne – np. biel, czerń, szarość, brąz, brąz
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro, stal
- ⓘ dopuszcza się stosowanie innych kolorów za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków



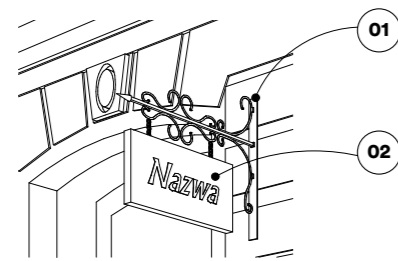
jednakowe szyldy tworzą spójną kompozycję, a ład i harmonia sprawiają, że szyldy są czytelniejsze dla potencjalnego klienta

Szyld semaforowy (semafor = wysięgnik)

semafor wiszący

- szyld – 60×40 cm
- całkowite wymiary (z podkonstrukcją) – 80×70 cm

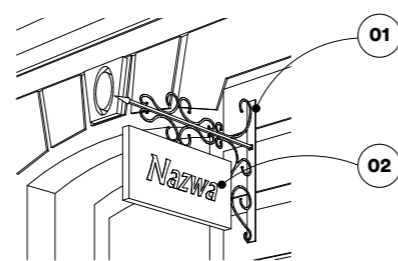
- 01 podkonstrukcja
- 02 szyld



semafor mocowany trwale

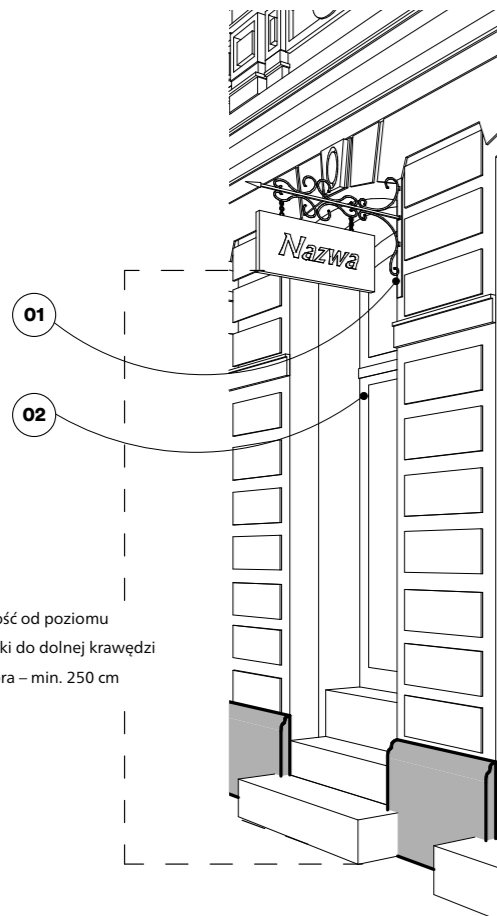
- szyld – 60×40 cm
- całkowite wymiary (z podkonstrukcją) – 80×70 cm

- 01 podkonstrukcja
- 02 szyld



- montuj semafor tak, żeby poziomy element podkonstrukcji mocowania znajdował się w pasie reklamowym
- odległość od krawędzi zewnętrznej witryny do osi semafora – min. 20 cm

- 01 podkonstrukcja mocowania
- 02 rama witryny



odległość od poziomu posadzki do dolnej krawędzi semafora – min. 250 cm

Kształt

podkonstrukcja

- wykonaj ją z elementów stalowych wygiętych techniką metaloplastyki – bogatych i stylizowanych według detali charakterystycznych dla epoki

szyld

- prostokątny, owalny, kwadratowy lub w formie znaku graficznego firmy
- ⓘ dopuszcza się stosowanie innego kształtu, zgodnego z polityką i logo firmy, za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków
- ⓘ semafor wieszaj w pasie reklamowym, tak żeby był widoczny z ulicy

Materiał

podkonstrukcja

- profile stalowe kształtowane techniką metaloplastyki

szyld

- pleksi
- dibond
- blacha
- drewno

Kolorystyka

podkonstrukcja

- kolory metali – np. złoto, srebro, patyna

szyld

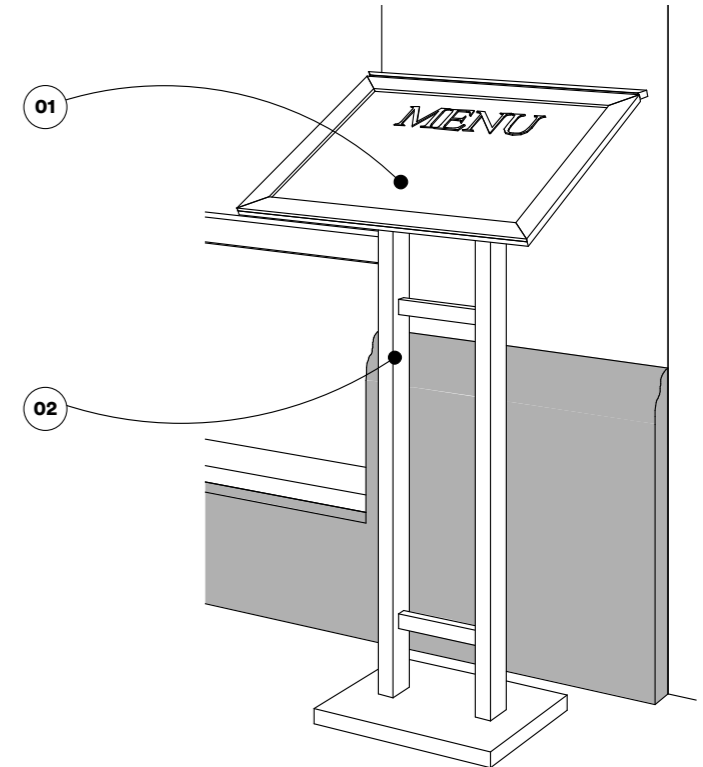
- kolory neutralne – np. biel, czerń, szarość, brąz, beż, grafit
- ⓘ dopuszcza się stosowanie innych kolorów za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków



do bogatych elewacji pasuje stylizowany szyld semaforowy o różnych kształtach

Stojak na menu

- 01 gablotka
- 02 podkonstrukcja – nogi



Wymiary

gablotka

- 50×42 cm

podkonstrukcja – nogi

- wysokość – 115 cm

Kształt

- prosta stylistyka pasuje do bogatych witryn kamienic historyzmu (zdjęcie traktuj jako inspirację)

Materiał

gablotka

- drewno

- odporna na warunki atmosferyczne, przykryta pleksi lub szkłem

podkonstrukcja

- drewno

Kolorystyka

rama gablotki

- kolor drewna

- kolory neutralne – np. beż, biel, szarość, grafit, brąz, czerń

podkonstrukcja

- kolor drewna

- kolory neutralne – np. beż, biel, szarość, grafit, brąz, czerń

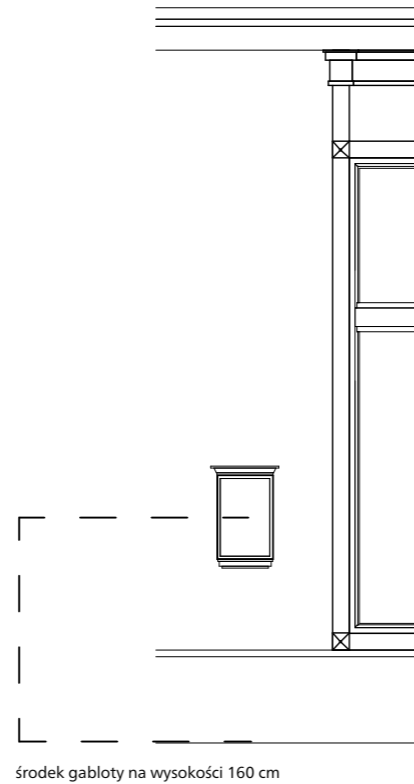
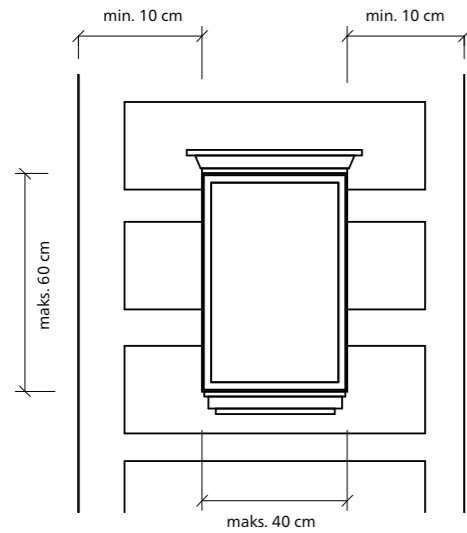
- ⓘ kolorystyka stojaka i szyldu semaforowego powinna być spójna



prosty kształt stojaka pasuje do elementów historyzujących (dzięki zastosowaniu jednolitej kolorystyki)

Gabloty wiszące

- gablotę umieszczaj pionowo lub poziomo, centralnie względem miejsca podwieszenia na elewacji
- staraj się, żeby centralny punkt gabloty był na poziomie wzroku człowieka – ok. 160 cm
- ⓘ jeśli szerokość miejsca na gablotę jest mniejsza niż 60 cm, menu umieszczaj wewnątrz lokalu



Wymiary

- maks. 40x60x12 cm

Kształt

- projektuj proste formy lub z detalami dekoracyjnymi
- wieszaj gablotkę centralnie w stosunku do elewacji zarówno w poziomie, jak i pionie
- utrzymuj gablotkę w należytych ładzie i porządku, jest wizytówką Twojej firmy

Materiał

- drewno ze szkłem lub bezbarwnym pleksi
- odporna na warunki atmosferyczne

Kolorystyka

- kolor drewna – spójny z witryną
- kolory stonowane – np. czerni, biel, szarość, beż, krem, złoto, srebro



dostosuj kształt i kolor gabloty do kolorystyki i stylu witryny Twojego lokalu



zwróć uwagę na rozmieszczenie gablot

Oświetlenie i ekspozycja

- Utrzymuj elementy widoczne z ulicy w należytych ładzie i porządku,
- schludne wnętrze witryny jest najlepszym środkiem komunikacji między klientem a sprzedawcą,
- ciekawa ekspozycja jest w stanie na tyle skutecznie przyciągnąć uwagę patrzącego, żeby zachęcić go do wejścia do lokalu,
- projektując wystawę sklepu/restauracji, skorzystaj z przykładów dotyczących prezentacji towarów i usług (str. 111).



Neony

Oświetlenie neonami może być stosowane tylko dla lokali otwartych w godzinach nocnych.

Wymiary

- dostosuj wymiary neonu do danej lokalizacji
- stosuj zasady dotyczące liter przestrzennych, kiedy neon montowany jest płasko na elewacji lub w świetle witryny
- odległość od poziomu posadzki do dolnej krawędzi neonu podwieszanego prostopadle do elewacji – min. 250 cm
- jeśli neon wieszany jest prostopadle, obowiązują wymiary jak dla szyldu semaforowego

Kształt

- stosuj rury szklane wygięte w kształt liter lub znaków graficznych

Materiał

- rury szklane wypełnione gazem

Kolorystyka

- kolory dostępne dla danej technologii – np. zieleń, błękit, róż, czerwień, pomarańcz



neony to świetlne nośniki reklamowe w formie połączonych, wypełnionych gazem, szklanych rurek, które tworzą napis lub znak graficzny

Dobre praktyki



alumiuniowa witryna tworzy zamierzony kontrast z historyczną elewacją



półokrągłe wykończenie górnej części okien witryn sklepowych doskonale nawiązuje do półokrągłego zakończonego wejścia do lokalu



prosta witryna, wzbogacona o elementy dekoracyjne w narożach ramy, wygląda bardzo elegancko, a pięknie podświetlona ekspozycja dobrze prezentuje biżuterię



zwróć uwagę na złotą naklejkę, która powtarza kształt górnego podziału okna – nadaje witrynie klasyczny charakter



Secesja / architektura XX w.

Dochodzimy teraz do części ulicy Piotrkowskiej, gdzie w godzinach popołudniowych i wieczornych płynie olbrzymia fala eleganckiego świata, spieszących kupców i przemysłowców [...] Tutaj ciągnie się jeden sklep za drugim i każdy stara się prześcignąć sąsiada w elegancji wystawy. W tym domu czaruje nas wystawa jubilerska Kantora. Błyszczą złoto i srebro oraz gustowne drogocenne kamienie.

Nawigator, czyli jak to działa

Czym charakteryzuje się secesja i czym różni się od architektury początku XX w.?
zapoznaj się z założeniami stylu zawartymi we wstępie

Jak zaprojektować witrynę mojego lokalu?

zaczynaj od elewacji (str. 61) – czy jest symetryczna, czy ma detale?
zapoznaj się z zasadami dotyczącymi tworzenia witryny w kontekście całej elewacji
przeanalizuj jej wymiary i elementy
czy jest cokół – jeśli tak, jaką ma wysokość?

Co to jest belka ślepienna?

kiedy nie rozumiesz terminów, posilkuj się słowniczkiem ze str. 7

Jakie materiały mogę stosować?

informacje znajdziesz na str. 61 w części „Materiały”

Gdzie mogę umieszczać reklamy, a gdzie jest to zabronione?

na str. 63 omówiono zagadnienia dotyczące lokalizacji reklam,
znajdziesz tam rysunki:
• na pierwszym na czerwono oznaczono, co jest zabronione
• na drugim wskazano, jak prawidłowo wybierać i umieszczać nośniki reklamowe

Jak powinny wyglądać reklamy mojego lokalu?

na str. 64 opisano dozwolone elementy reklamowe
(ich wymiary, kolorystykę, materiały)

Dobre praktyki

na końcu rozdziału (str. 72) znajdziesz zdjęcia dobrych
praktyk – wykorzystaj je jako inspirację do stworzenia pięknej witryny

Czym charakteryzuje się secesja i czym różni się od architektury początku XX w.?

To rozbrzmiewający nagle i silnie radykalny głos potrzeby nowego stylu. To wyrażona w twórczości artystycznej nieuchronna potrzeba zmiany. Konieczność zerwania z inspiracjami historyzmu.

To swoboda miękko wygiętej linii, kształtująca liryczne nastroje fasad. Sugestywna asymetria formy wypełnionej barwną plamą. To roślinne łodygi, liście kasztanowców i drzewa jabłoni oplatające elewacje. Wyglądające z okien kolorowe witraże. Rozwiązana pośród tynków kobieca zmysłowość. Zapach mniszków lekarskich rozsypanych pośród geometrii ornamentów. Jasne, delikatne barwy występujące obok kolorów nasyconych i połyskliwych, wyrażających wewnętrzną moc artysty.

Secesja (ok. 1890–1910) to przede wszystkim bogata ornamentyka fasad w stylistyce roślinnej i zwierzęcej, o swobodnej kompozycji. Charakteryzują ją miękkie i wygięte linie, układające się w abstrakcyjne wzory, które nadają kamienicom bajkowy charakter.

Kamienice z początku XX w. (1910 do lat 20.) to łagodne przejście od bogatej stylistyki historyzmu i secesji do ascetycznego modernizmu. Cechuje je uspokojenie i ograniczenie wystroju elewacji oraz zaakcentowanie dużych witryn dolnych pięter, całkowicie już przeznaczonych na funkcje handlowe. Detal architektoniczny często wywodzi się ze stylów historyzujących i secesji, jednak jest znacznie skromniejszy, uproszczony i „zredukowany”.

O Piotrkowskiej Jan Machulski:

Wczoraj: To był świat luksusu, świat magiczny. Wyjazd na Piotrkowską...

tak jakbym dziś jechał do Paryża na Champs-Elysee.

Dziś: Piotrkowska jest takim corso w Rzymie. Główna ulica,

gdzie wszyscy na spacerach chodzą.

Szkoda, że teraz wszyscy patrzą po wystawach.

Jutro: Chciałem, żeby Łódź zaistniała. Łodzianie za mało Łódź szanują,

za mało uwielbiają.

Główne założenia stylu

Czym charakteryzuje się secesja?

- w tym rozdziale książki wyróżniamy kamienice secesyjne i kamienice powstałe w XX w., styl determinuje sposób aranżacji ramy witryny
- na podstawie materiałów archiwalnych, fotografii pierwotnego wyglądu budynku i pierwszych projektów kamienic secesyjnych określi wysokość cokołu, podział stolarki i styl witryny (traktuj je jako wytyczne)
- ① materiały są dostępne u Miejskiego Konserwatora Zabytków

przykład kamienicy secesyjnej

- 01 secesyjna stolarka okienna charakteryzuje się bogatym podziałem górnej części okna
- 02 secesję charakteryzuje bogata ornamentyka roślinna, abstrakcyjna, zwierzęca lub ludzka



detal kamienicy pod nr. 29



stolarka okienna kamienicy pod nr. 41

Jak zaprojektować witrynę mojego lokalu?

Znajdziesz tu wskazówki, jaką kolorystykę i materiały możesz stosować w projekcie witryny. Bazuj na kolorystyce elewacji.

Poziom parteru

Kształt

- nie zmieniaj elementów dekoracyjnych, takich jak detale architektoniczne lub boniowanie
- ① w kamienicy pod nr. 37 sugerujemy odtworzenie oryginalnego boniowania
- ① w kamienicy pod nr. 29 sugerujemy odtworzenie oryginalnej wysokości okien witrynowych według materiałów archiwalnych

Materiał

- nie zmieniaj istniejącego materiału elewacyjnego
- wejście do lokalu – schody
- stosuj jeden wybrany materiał – np. lastriko, granit, kamień
- ① nie stosuj terakoty

Kolorystyka

- w razie braku jej opisu – według materiałów archiwalnych i badań stratygraficznych
- ① dopuszczamy odświeżenie elewacji całego parteru
- ① nie maluj elewacji w obrębie tylko jednego lokalu, każdą zmianę kolorystyki konsultuj z Miejskim Konserwatorem Zabytków



witryna w kolorze ciemnego brązu (takiego jak kolor stolarki elewacyjnej)



witryna w kolorze złota i szarości

Witryna

Kształt

- dostosuj podział ramy witryny do stylu, w jakim wykonany jest budynek (elewacja)
- rama witryny
- stolarka odtworzeniowa wraz z elementami ozdobnymi (według materiałów archiwalnych)
- podziały dekoracyjne
- projektuj szprosły z mniejszych profili (znacznie cieńszych niż szerokość ramy witryny)

Materiał

- stolarka drewniana
- ① sugerujemy zastosowanie szklenia klejonego, antywłamaniowego, klasy minimum P2

Kolorystyka

- stolarka drewniana – zgodna z kolorystyką historyczną stolarki drewnianej użytej na elewacji
- kiedy brak materiałów archiwalnych – kolory stonowane, neutralne, np. kość słoniowa, szarość, grafit, brąz, zielen, oliwka, złoto



witryna w kolorze brązu, zaaranżowana na podstawie materiałów archiwalnych



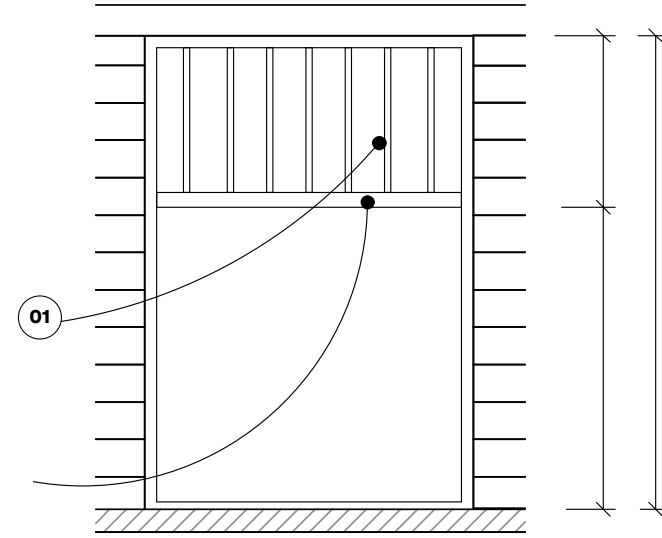
W jaki sposób podzielić witrynę?

architektura secesyjna
(kamienice pod nr. 29, 37, 41, 43, 100, 128, 142)

- 01 górny podział okna jest bogato zdobiony, pojawiają się zaokrąglenia oraz drobne podziały pionowe i poziome (należy otworzyć podział naświetla na podstawie materiałów archiwalnych)
 - ⌚ podziały dekoracyjne (szpros, przewiązki) projektuj z profili o mniejszym przekroju niż szerokość ramy witryny
- 02 umieszczaj belkę sienienną na ok. 2/3 wysokości całego otworu, dzieląc szklenie na 2 części

architektura początku XX w.
(kamienice pod nr. 96, 113, 122, 152)

- 01 górna część okna może być dodatkowo zdobiona dekoracyjnymi szprosami
 - ⌚ sugerujemy zastosowanie form poziomych lub pionowych bez dodatkowych elementów dekoracyjnych – podział wykonuj na podstawie materiałów archiwalnych, zdjęć pierwotnego wykonania budynku, pierwszych projektów
- 02 belka sienienna powinna się znajdować na ok. 2/3 wysokości całego otworu, dzieląc szklenie na 2 części – zachowaj ten układ



Jak witryna powinna wyglądać w kontekście całej elewacji?

- zwróć uwagę na kompozycję witryny (pamiętaj, że jest ona oglądana w kontekście całej elewacji – zadбай o harmonię)
- jeśli elewacja jest symetryczna, zachowaj ten układ
- zachowaj jednolitą wysokość cokołu i witryn
- zachowaj jednolity podział na górną i dolną powierzchnię szklenia na całej elewacji

- 01 gzyms międzykondygnacyjny wyznacza górną granicę elewacji parteru i pasa reklamowego
- 02 wieszaj tablice informacyjne (zakaz wjazdu, numerację budynku) w prawym górnym rogu prześwitu bramowego lub bramy

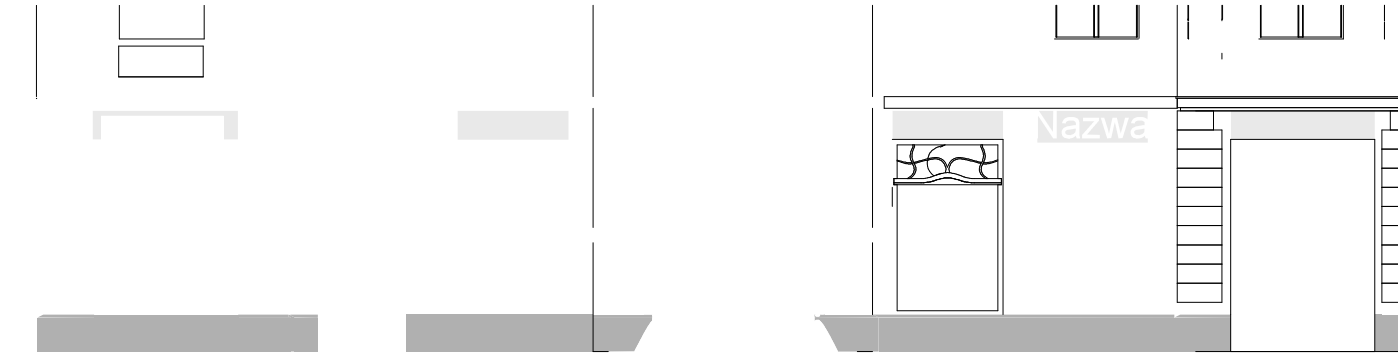
- 03 jeśli na elewacji parteru znajdują się detale architektoniczne, nie zasłaniaj ich
- 04 wysokość cokołu określona jest na podstawie materiałów archiwalnych, nie zmieniaj jej

- 05 wszystkie witryny na elewacji powinny być jednakowej wysokości (określonej na podstawie materiałów archiwalnych) i mieć jeden styl podziału ramy na górną i dolną powierzchnię
 - ⌚ w kamienicy pod nr. 29 zalecamy zmianę wysokości witryny według materiałów archiwalnych

- 06 stosuj witryny drewniane
- 07 płyciny w drzwiach projektuj równo z wysokością cokołu

Gdzie mogą umieszczać reklamy, a gdzie jest to zabronione?

źle



Główne zasady

- Umieszczaj elementy reklamowe tylko w pasie reklamowym lub na szkleniu witryny,
- stosuj tylko 2–3 elementy reklamowe (np. litery przestrzenne + naklejkę),
- zadбай o odpowiednie oświetlenie wewnętrzne i ekspozycję witryny, żeby nadać jej wyjątkowy charakter,
- utrzymuj swoją wystawę w należyтым porządku i schludności.

01 prześwit bramowy (patrz str. 67)

- nie umieszczaj reklam na zwieńczeniu ani wewnątrz prześwitu bramowego

02 pas reklamowy

- nie umieszczaj nośników reklamowych nad poziomem parteru
- nie umieszczaj reklam poza pasem reklamowym i powierzchnią szklenia

03 litery przestrzenne (patrz str. 64)

- dostosuj wielkość liter przestrzennych do wymiarów pasa reklamowego
- nie umieszczaj liter przestrzennych nad witryną
- w przypadku montażu markizy

04 nośniki reklamowe

- nie stosuj kasetonów ani szyldów reklamowych
- nie zasłaniaj reklamami detali architektonicznych ani okien – są wizytówką kamienicy

05 reklama na szkleniu (patrz str. 65)

- nie umieszczaj naklejek zajmujących więcej niż 4% powierzchni szklenia
- nie umieszczaj naklejek w dowolnym miejscu witryny
- nie umieszczaj plakatów ani kartek na szybie

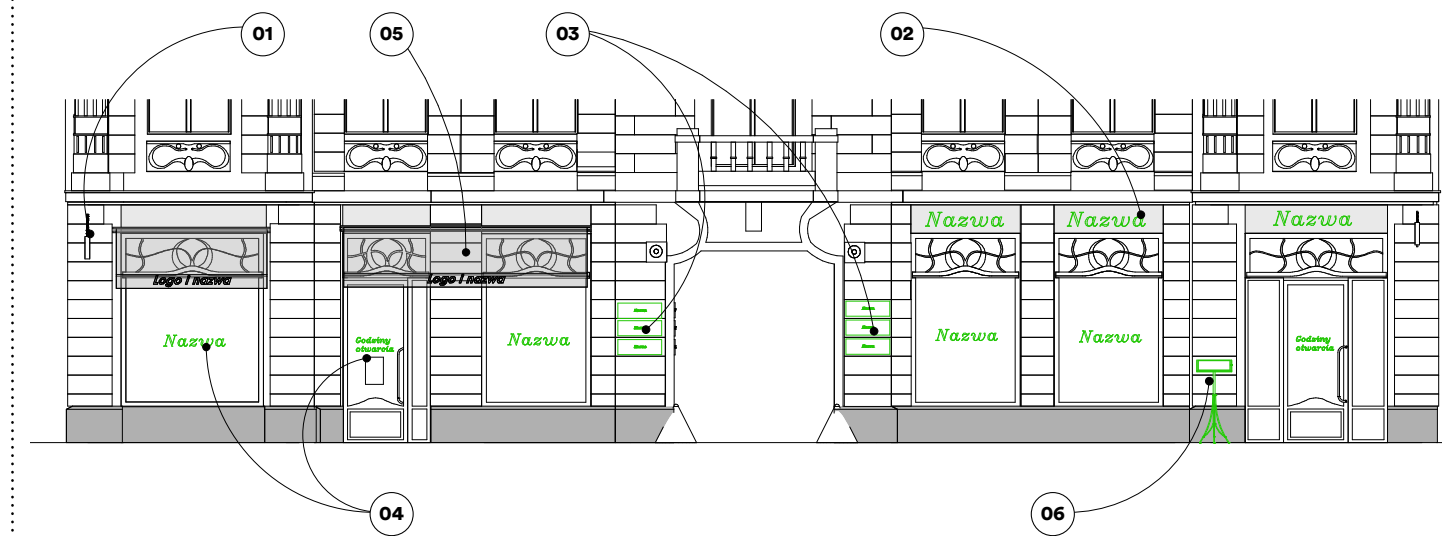
06 szyld semaforowy – semafor (patrz str. 68)

- nie umieszczaj semafora poniżej poziomu pasa reklamowego
- nie stosuj semaforów o innych wymiarach niż podane
- nie umieszczaj semaforów na różnych wysokościach

07 szyld (patrz str. 67)

- nie stosuj szyldów o niejednakowych wymiarach i nieodpasowanych do wielkości boniowania (jeśli występuje)

dobrze



01 szyld semaforowy – semafor (patrz str. 68)

- umieszczaj w poziomie pasa reklamowego, w odległości min. 20 cm od krawędzi ramy witryny
- stosuj tylko jeden semafor dla lokalu
- umieszczaj semafor od zewnętrznej strony witryny

02 litery przestrzenne (patrz str. 64)

- umieszczaj je w pasie reklamowym centralnie nad witryną
- jeśli wysokość pasa reklamowego jest mniejsza niż 30 cm, nie stosuj liter przestrzennych; w tym przypadku proponujemy zastosowanie naklejek reklamowych z folii lub pleksi, umieszczonych na szkleniu, lub liter wewnątrz witryny

03 szyld (patrz str. 67)

- montuj po obu stronach prześwitu bramowego
- dla każdego lokalu w podwórku obowiązuje jeden szyld
- dostosuj wielkość szyldu do wielkości boniowania

- pamiętaj, że szyldy tworzą razem kompozycję, dlatego wszystkie powinny mieć jednakowe wymiary (szerokość, wysokość, długość)

- ⌚ jeśli prześwit bramowy ma detale architektoniczne, szyldy umieszczaj tylko od wewnętrznej strony prześwitu

04 reklama na szkleniu (patrz str. 65)

- umieszczaj w formie naklejki usytuowanej centralnie lub w pasie dolnym,
- powierzchnia naklejki – maks. 4% powierzchni szklenia
- umieszczaj informację o godzinach otwarcia centralnie na drzwiach wejściowych w formie naklejki lub za szybą – jako tabliczkę widoczną z ulicy

05 markiza (patrz str. 66)

- umieszczaj logo i nazwę tylko na lambreklinie
- nie umieszczaj nazwy ani logo lokalu na markizie

06 stojak na menu (patrz str. 70)

- stosuj tylko w lokalach gastronomicznych

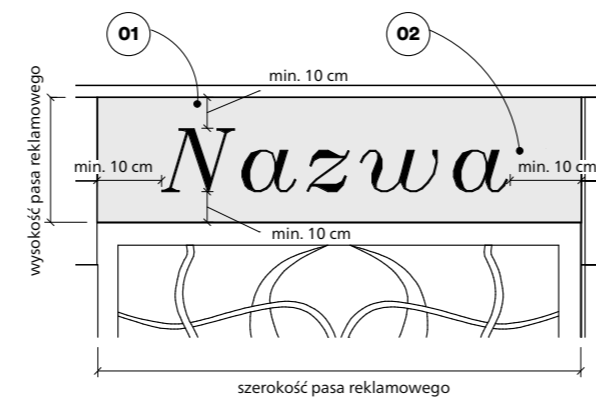


Jak powinny wyglądać reklamy mojego lokalu?

Litery przestrzenne

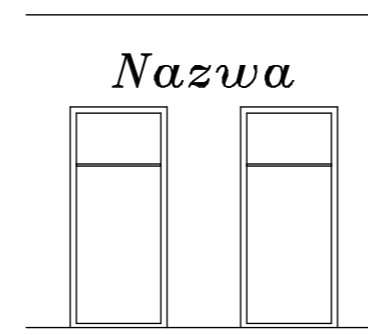
pojedyncza witryna

- 01 zachowaj odległość min. 10 cm od zewnętrznych linii wyznaczających pas reklamowy
- 02 litery przestrzenne umieszczaj centralnie nad witryną w obrębie wydzielonego pasa reklamowego



lokal z kilkoma witrynami

- jeżeli lokal ma kilka witryn, całkowita szerokość logo z liter przestrzennych równa się szerokości sumy witryn – wtedy umieszczaj litery centralnie względem całej elewacji



Kształt

- używaj ozdobnych krojów czcionek, żeby podkreślić bogaty styl secesji
- czcionki nośników reklamowych dla jednego lokalu powinny mieć jednakowy krój

Materiał

- dibond
- mosiądz
- aluminium
- szkło akrylowe

Kolorystyka

- kolory neutralne – np. kość słoniowa, czerń, beż, brąz, szarość, grafit
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro
- kolorystyka wszystkich nośników reklamowych powinna być spójna
- Ⓛ dopuszcza się stosowanie kolorów mocnych i jaskrawych za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków



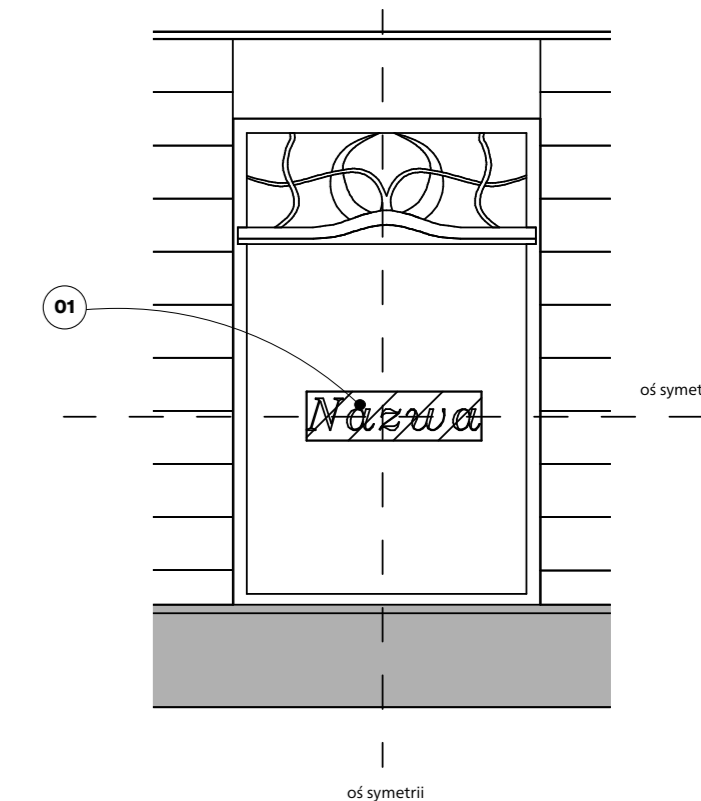
ciemne litery dobrze kontrastują z jasną elewacją



klasyczne litery przestrzenne w kolorze złota lub brązu zawsze wyglądają dobrze

Reklama na szkleniu

- 01 naklejka w formie liter z nazwą lokalu, umieszczona centralnie w dolnym podziale szklenia
- Ⓛ powierzchnia wszystkich używanych naklejek – maks. 4% powierzchni jednego podziału okna



Kształt

- używaj ozdobnych krojów czcionek, żeby podkreślić bogaty styl secesji
- czcionki nośników reklamowych dla lokalu powinny mieć jednakowy krój

Materiał

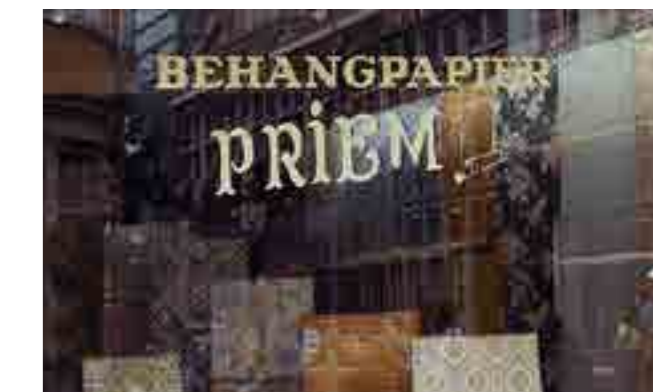
- folia okienna matowa (szroniona)

Kolorystyka

- kolory stonowane, neutralne – np. biel, mleczny, szarość, złoto



ozdobna czcionka i symbol kawiarni pozwalają przechodniom domyślać się, jaki jest styl i rodzaj lokalu gastronomicznego

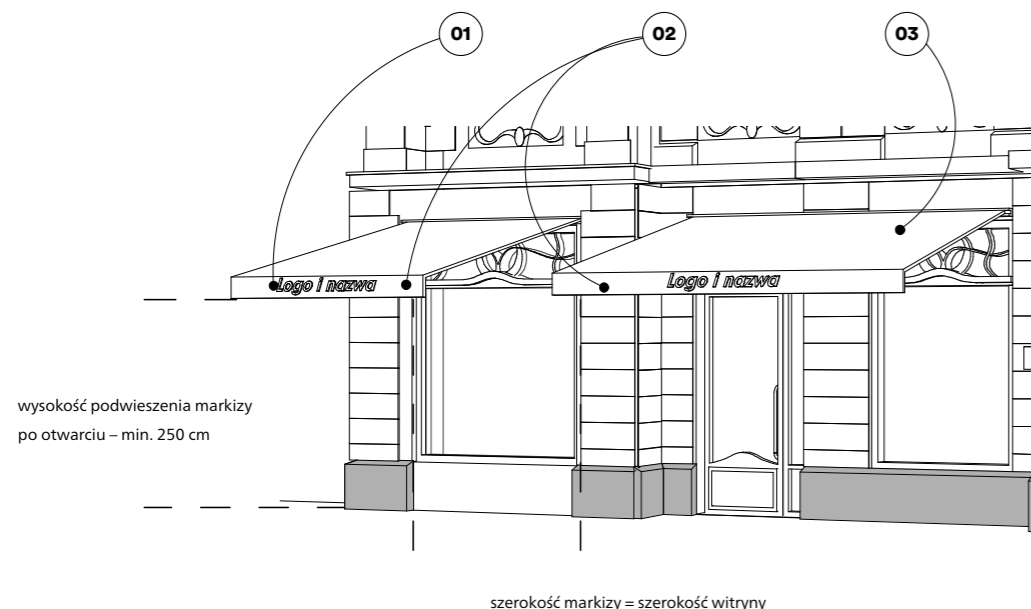


litery w kolorze złota

Markiza

- 01 dostosuj szerokość markizy do otworu okiennego
- 02 w każdej witrynie lokalu montuj takie same markizy
- 03 logo lub nazwę lokalu umieszczaj tylko na lambrekcinie

- ⓘ w przypadku wysokich witryn (ok. 4 m) dopuszcza się montaż markiz w świetle otworu okiennego na poziomie belki ślepiennej
- ⓘ w przypadku montażu markizy nie umieszczaj nad nią liter przestrzennych



Kształt

- umieszczaj markizy balkonowe lub tarasowe
- markizę mocuj w otworze okiennym

Materiał

- tkaniny tekstylne – akrylowe

Kolorystyka

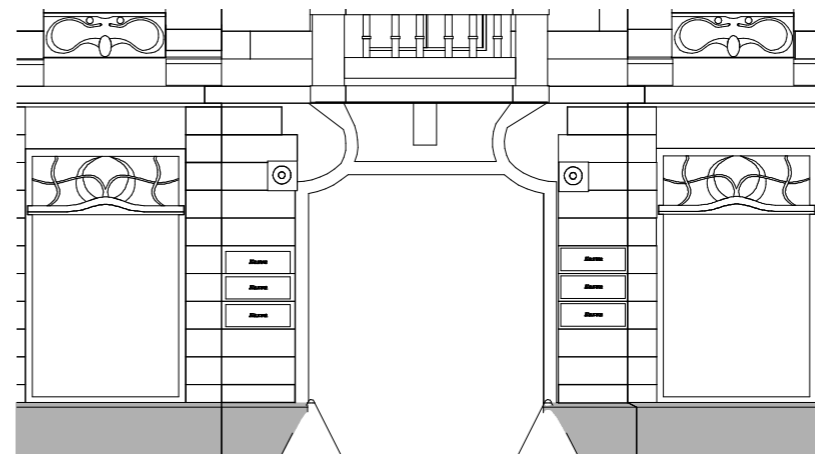
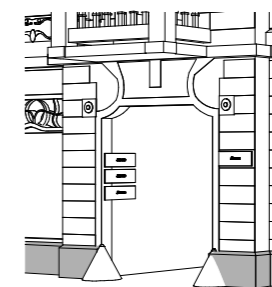
- kolory beżu – krem, kość słoniowa itp. – spójne z kolorystyką elewacji
- ⓘ dopuszcza się stosowanie ciemnych lub kontrastujących markiz za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków



markizy dobrane kolorystycznie do całości elewacji wyglądają bardzo elegancko

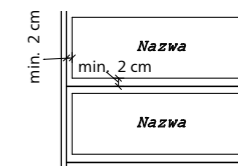
Szyld

- tylko dla lokali znajdujących się w oficynach i podwórkach
- szyld możesz montować po obu stronach prześwitu bramowego
- dla każdego lokalu w podwórku obowiązuje jeden szyld
- ⓘ jeśli prześwit bramowy ma detale architektoniczne, szyldy należy umieszczać od wewnętrznej strony prześwitu



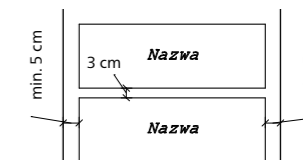
wymiary dla elewacji boniowanych

- zdefiniuj maksymalne wymiary szyldu:
 - wysokość szyldu – maks. wysokość boni minus 4 cm
 - szerokość szyldu – maks. szerokość boni minus 4 cm
- odległość od krawędzi ściany – min. 2 cm



wymiary dla elewacji gładkich

- wysokość szyldu – maks. 40 cm
- szerokość szyldu – maks. 60 cm
- odstęp od krawędzi ściany – min. 5 cm
- montuj szyldy w równej odległości – co 3 cm



Kształt

- stosuj szyldy proste w formie, pozbawione zdobień
- stosuj szyldy o jednakowych wymiarach i stylistyce – dzięki temu będą bardziej czytelne (dopasuj wymiary do miejsca podwieszenia szyldu, pozostaw min. 5 cm odsunięcia od krawędzi)
- ⓘ narzucone wymiary ani forma nie dotyczą szyldów zewnętrznych, których wygląd reguluje prawo (np. w odniesieniu do kancelarii notarialnych, przychodni, praktyk lekarskich, urzędów, szkół publicznych)

Materiał

tło

- szkło lub pleksi
- blacha

litery

- grawer
- naklejka
- pleksi

montaż

- na kołkach z dystansem
- w listwach

Kolorystyka

tło

- szkło bezbarwne, mrożone
- pleksi bezbarwne, mrożone
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro, stal
- kolory neutralne – np. biel, szarość, beż, brąz

litery

- kolory neutralne – np. biel, czerń, szarość, brąz, beż
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro, stal
- ⓘ dopuszcza się stosowanie innych kolorów za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków



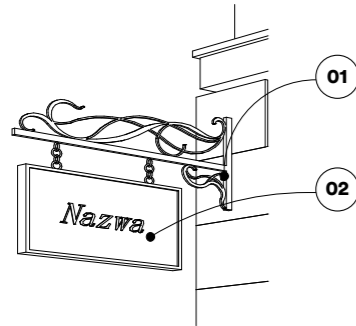
kiedy szyldy są wykonane w jednym stylu, tworzą zwartą i czytelną kompozycję, dzięki czemu są łatwiejsze w odbiorze

Szyld semaforowy (semafor = wysięgnik)

semafor wiszący

- szyld – 50×30 cm
- całkowite wymiary (z podkonstrukcją) – 72×60 cm

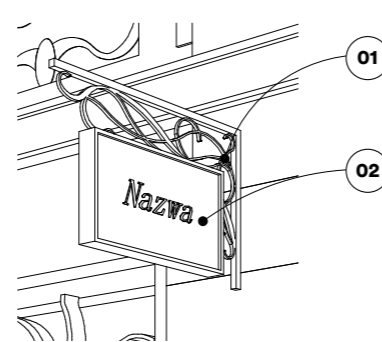
- 01 podkonstrukcja
- 02 szyld



semafor mocowany trwale

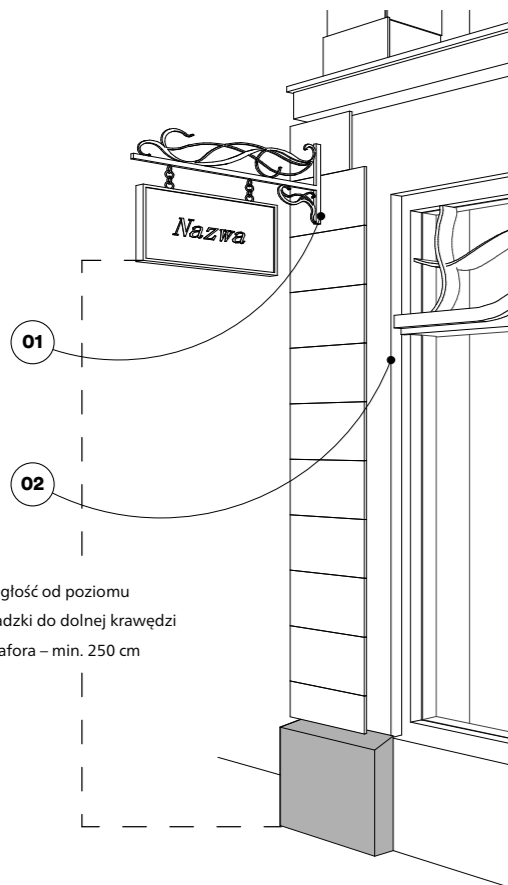
- szyld – 50×30 cm
- całkowite wymiary (z podkonstrukcją) – 72×47 cm

- 01 podkonstrukcja
- 02 szyld



- montuj semafor tak, żeby poziomy element podkonstrukcji mocowania znajdował się w pasie reklamowym
- odległość od krawędzi zewnętrznej witryny do osi semafora – min. 20 cm

- 01 podkonstrukcja mocowania
- 02 rama witryny



odległość od poziomu posadzki do dolnej krawędzi semafora – min. 250 cm

Kształt

⚠ żeby podkreślić unikatowość secesji, należy używać tylko 2 rodzajów semaforów (przykładowe rysunki wykonawcze znajdziesz na stronie obok) – wiszącego i mocowanego trwale – ich forma jest dopasowana do stylu secesji; całość podkonstrukcji musi być utrzymana w jednej kolorystyce

Materiał

podkonstrukcja

- profile stalowe prostokątne z elementami dekoracyjnymi
- elementy stalowe wykonane techniką metaloplastyki

szyld

- rama wykonana z profili stalowych
- wszystkie elementy połączone metodą spawania

Kolorystyka

podkonstrukcja

- kolor grafitowy lub brązowy

szyld

- beż, kość słoniowa
- ⚠ dopuszcza się stosowanie innego wzoru lub koloru tabliczki za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków
- ⚠ semafor wieszaj w pasie reklamowym, prostopadle do budynku, tak żeby był widoczny z ulicy

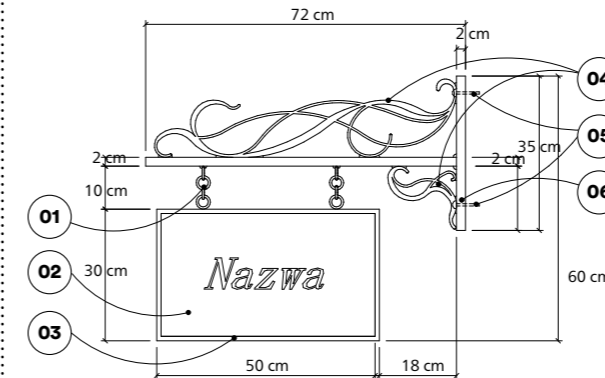


przykład semafora wiszącego

semafor wiszący

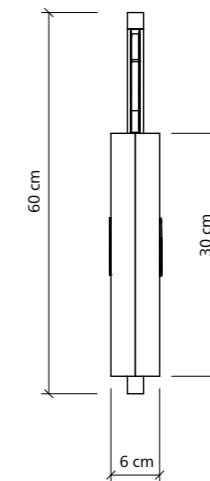
- 01 łańcuchy do podwieszenia szyldu wykonane z pierścieni o średnicy 3 cm
- 02 pleksi
 - rama o zewnętrznych wymiarach 50×30 cm o stalowym profilu c-kształtnym

widok – front

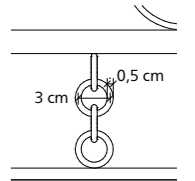


- 03 stalowe elementy o profilu zmiennym – od 0,5×1 cm do 1,6×1 cm
- 04 kotwa wkręcana przez ramę do ściany – średnica: 0,5 cm, długość: 6 cm
- 05 profil stalowy – 2×2×0,4 cm

widok – bok

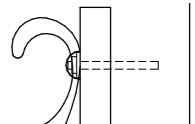


detal – łańcuch



detal – mocowanie na ścianie

skala 1:5

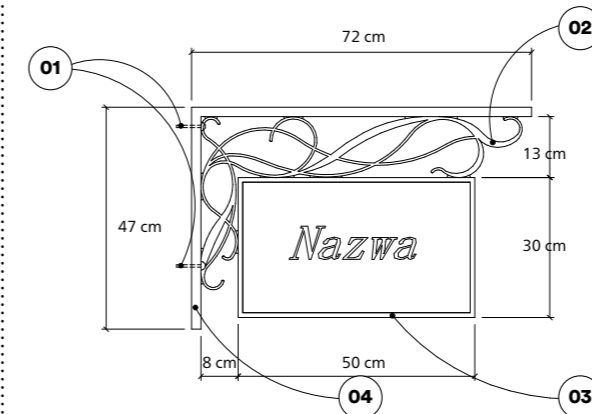


semafor mocowany trwale

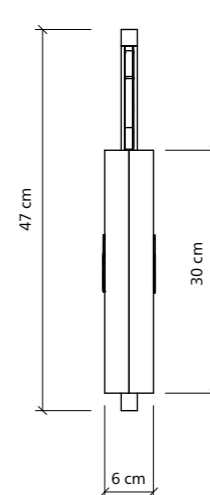
- 01 kotwa wkręcana przez ramę do ściany – średnica: 0,5 cm, długość: 6 cm
- 02 stalowe elementy o profilu zmiennym – od 0,5×1 cm do 1,6×1 cm

- 03 rama o zewnętrznych wymiarach 50×30 cm o stalowym profilu c-kształtnym
- 04 profil stalowy – 2×2×0,4 cm

widok – front

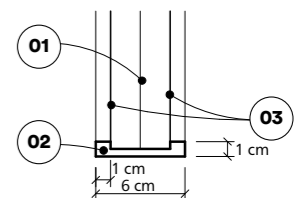


widok – bok



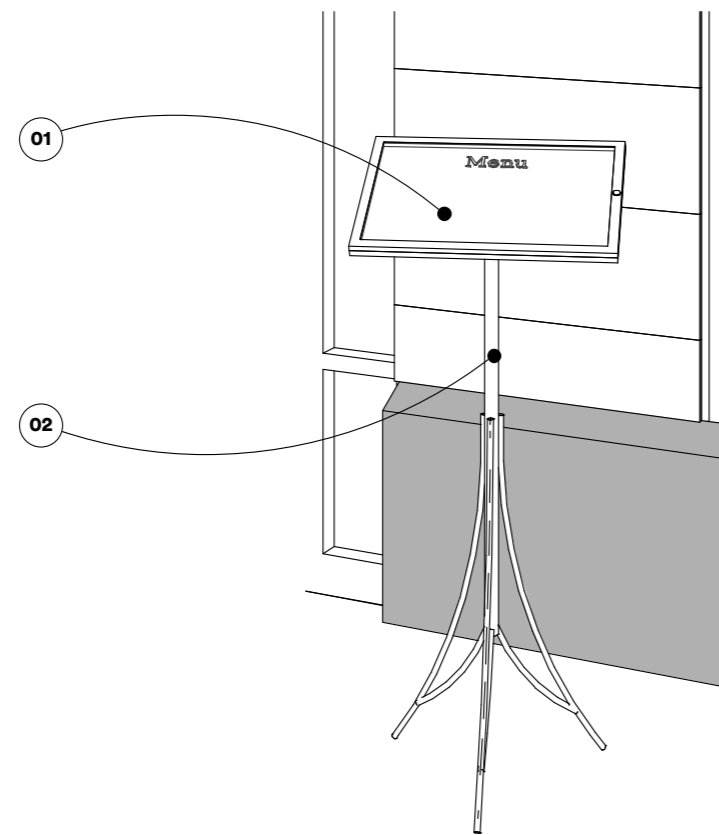
przekrój

- 01 blaszka stalowa
- 02 rama
- 03 pleksi



Stojak na menu

- 01 gablotka
- 02 podkonstrukcja – nogi



Wymiary

- gablotka
- 50x30 cm
- podkonstrukcja – nogi
- wysokość – 110 cm

Kształt

- stylizyka nawiązująca do projektu semafora

Materiał

- gablotka
- profile stalowe
- odporna na warunki atmosferyczne, przykryta pleksi lub szkłem
- podkonstrukcja
- profile stalowe
- wykonana techniką metaloplastyki

Kolorystyka

- rama gablotki
- grafit lub brąz
- podkonstrukcja
- grafit lub brąz
- ⓘ kolorystyka stojaka i szyldu semaforowego powinna być spójna



przykład stojaka na menu wykonanego w technice metaloplastyki kowalskiej

Ekspozycja i oświetlenie

- Utrzymuj elementy widoczne z ulicy w należytych łaździe i porządku,
- schludne wnętrze witryny jest najlepszym środkiem komunikacji między klientem a sprzedawcą,



dobrze oświetlone produkty są widoczne zarówno w słoneczny, jak i pochmurny dzień

- ciekawa ekspozycja jest w stanie na tyle skutecznie przyciągnąć uwagę patrzącego, żeby zachęcić go do wejścia do lokalu,
- projektując wystawę sklepu/restauracji, skorzystaj z przykładów dotyczących prezentacji towarów i usług (str. 111).



dobre oświetlenie wystawy przyciąga uwagę także w nocy



atrakcyjna ekspozycja witryny informuje klienta, jaki asortyment oferowany jest w sklepie



oświetlenie kamienicy podkreśla w nocy jej detale architektoniczne



ekspozycja witryny nie musi znajdować się tylko na poziomie podestu – można aranżować również górne partie witryny

Dobre praktyki



czysta forma i otwarta witryna są klasyczne i czytelne



naklejka w kolorze złotym z nazwą sklepu – zamieszczona na elewacji z powodu braku miejsca na szyld – doskonale komponuje się z secesyjną witryną



dzięki prostocie witryny ekspozycja wystawowa na dużej powierzchni szkła staje się czytelna w odbiorze



logotyp podwieszony wewnątrz jest bardzo czytelny i ładnie zamyka kompozycję eksponowanych produktów



Modernizm / postmodernizm / współczesność

W latach trzydziestych w centrum Łodzi wznoszono modne wśród zamożnych rodzin obiekty mieszkalne o wysokim standardzie i modernistycznej stylistyce. Połączenie wysokiej jakości z nowoczesnym wnętrzem i minimalistyczną formą wyrazu oferowało kuszącą atmosferę luksusu. Kamienica Tomaszowskiej Fabryki Sztucznego Jedwabiu przy ul. Piotrkowskiej 203/205 charakteryzowała się symetryczną fasadą z dwoma płaskimi wykuszami. Płaskie elewacje oblicowane eleganckim piaskowcem w odcieniu beżu wzbogacone zostały jedynie czarnymi granitowymi lizenami, wyrażając tym samym charakterystyczne dla moderny dążenie do stosowania szlachetnych materiałów wykończeniowych.

obecnie budynek Kina Charlie

Nawigator, czyli jak to działa

Czym charakteryzuje się modernizm i postmodernizm?

zapoznaj się z założeniami stylu zawartymi we wstępie

Jak zaprojektować witrynę mojego lokalu?

zaczynij od elewacji (str. 80) – czy jest symetryczna, czy ma detale?
zapoznaj się z zasadami dotyczącymi tworzenia witryny w kontekście całej elewacji
przeanalizuj jej wymiary i elementy
czy jest cokół – jeśli tak, jaką ma wysokość?

Co to jest belka ślepienna?

kiedy nie rozumiesz terminów, posilkuj się słowniczkiem ze str. 7

Jakie materiały mogę stosować?

informacje znajdziesz na str. 81 w części „Materiały”

Gdzie mogę umieszczać reklamy, a gdzie jest to zabronione?

na str. 83 omówiono zagadnienia dotyczące lokalizacji reklam,
znajdziesz tam rysunki:
• na pierwszym na czerwono oznaczono, co jest zabronione
• na drugim wskazano, jak prawidłowo wybierać i umieszczać nośniki reklamowe

Jak powinny wyglądać reklamy mojego lokalu?

na str. 84 opisano dozwolone elementy reklamowe
(ich wymiary, kolorystykę, materiały)

Dobre praktyki

na końcu rozdziału (str. 94) znajdziesz zdjęcia dobrych
praktyk – wykorzystaj je jako inspirację do stworzenia pięknej witryny

Czym charakteryzuje się modernizm i postmodernizm?

Hasła modernizmu: less is more (mniej znaczy więcej) i form follows function (forma podąża za funkcją). To kult funkcji i asceza formy. Dyscyplina, rygor i szablony. To głos awangardy odrzucający wszelki ornament jako zbrodnię. Modernizm (1918–1945) to rezygnacja z wszelkich stylizacji i inspiracji stylami historycznymi. O istocie i pięknie budynku stanowią jego forma, funkcja i konstrukcja. Dodatkowe wartości estetyczne mogą nieść ze sobą szlachetne materiały wykończeniowe, takie jak okładziny z naturalnego kamienia lub eleganckie tynki.

Hasła postmodernizmu: less is bore (mniej znaczy nudniej) i form follows fiction (forma podąża za fikcją). To protest przeciwko modernizmowi. Kontekst i nastrój. Złożoność i sprzeczność. Postmodernizm (od lat 80. XX w.) to rodzaj manierystycznej gry pełnej antyklasycznej, wyrafinowanej sztuczności. Jest to protest przeciwko suchemu i bezdusznemu modernizmowi, wyrażony w przesadnej stylizacji. Detal architektoniczny stosowany jest wbrew zasadom i porządkom uświęconym tradycją. O ile historyzm uczynił klasyczną normę idolem, o tyle postmodernizm przemienił ją w pełen przesady gag.

O Piotrkowskiej Władysław Pasikowski:

Wczoraj: Piotrkowska mojego dzieciństwa to całe rodziny [...], to tajemnicze postacie w dziwnych ubraniach i amerykańskich limuzynach [...] to ruchomy neon przedstawiający atletę podnoszącego sztangę. Pięknych miast jest co niemiara, a nas Łódź urzekła...

Dziś: Ulicę obrósł rak ohydy budek, reklam, znaków, ogródków letnich i zrujnowanych obcymi witrynami parterów. Ulicę toczy rak zniszczenia, brudu, zaniedbania, bezmyślności [...]. Pysznych fasad domów już nie widać pod makijażem (tapetą raczej) szyldów, reklam, witryn, budzących zgrozę ściennych malowideł. Obecnie trzeba cierpliwości i dobrej woli, aby zrozumieć, dlaczego każdy obcy wie, że Łódź to Piotrkowska, a każdy swój idąc na tę ulicę idzie do miasta.

Jutro: Chcesz iść. Łódź woła wróć!

Cytaty: J. Janik, U. Krajewska (red.), *Ulica Piotrkowska – spacer pierwszy*, Wydawnictwo Jacek Kusiński, 2008

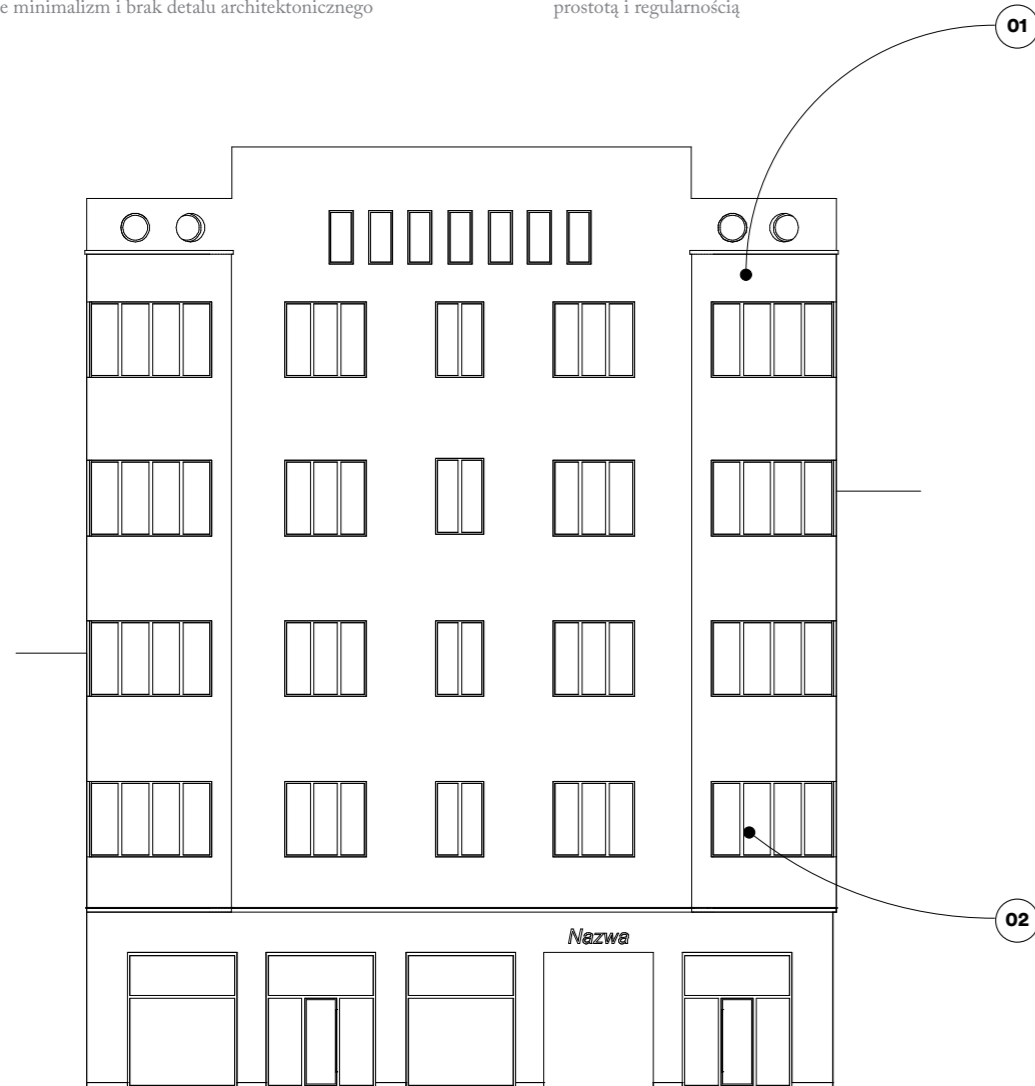
Główne założenia stylu

Czym charakteryzuje się modernizm?

przykład kamienicy modernistycznej

01 elewacje kamienic modernistycznych i postmodernistycznych charakteryzuje minimalizm i brak detalu architektonicznego

02 stolarka okienna i drzwiowa charakteryzuje się wyjątkową prostotą i regularnością



modernizm



postmodernizm

Jak zaprojektować witrynę mojego lokalu?

Znajdziesz tu wskazówki, jaką kolorystykę i materiały możesz stosować w projekcie witryny. Bazuj na kolorystyce elewacji.

Poziom parteru

Kształt

- modernizm i architekturę postmodernistyczną charakteryzują proste formy, pozbawione dekoracji – zachowaj tę stylistykę

Materiał

- nie zmieniaj istniejącego materiału elewacyjnego, np. tynku szlachetnego
- wejście do lokalu – schody
- stosuj jeden wybrany materiał – np. lastriko, granit, kamień
- Ⓛ nie stosuj terakoty

Kolorystyka

- w razie braku jej opisu – według materiałów archiwalnych i badań stratygraficznych
- Ⓛ dopuszczamy odświeżenie elewacji całego parteru
- Ⓛ nie maluj elewacji w obrębie tylko jednego lokalu, każdą zmianę kolorystyki konsultuj z Miejskim Konserwatorem Zabytków



jednakowa witryna dla całej elewacji (wraz z pierwszym piętrzem) wprowadza ład i harmonię – lokale stają się rozpoznawalną marką



wykorzystanie tylko 2 kolorów wygląda bardzo elegancko, a zarazem interesująco

Witryna

Kształt

rama witryny

- używaj stolarki o prostych profilach, bez zdobień i elementów dekoracyjnych, o maksymalnej powierzchni przeszklenia
- podziały
- projektuj dolną i górną powierzchnię okna witryny bez dodatkowego podziału – sugerujemy podział pionowy tylko ze względów konstrukcyjnych (po przekroczeniu 4 m² powierzchni szklenia)

Materiał

- stolarka drewniana
- stolarka aluminiowa
- stolarka stalowa
- Ⓛ sugerujemy zastosowanie szklenia klejonego, antywłamaniowego, klasy minimum P2

Kolorystyka

- stolarka drewniana – np. dąb, orzech, cyprys, afromozja, palisander, teak, wenge, grusza, mahoni
- Ⓛ można sugerować się kolorem stolarki już istniejącej na elewacji
- kolory stonowane, neutralne – np. biel, czerń, beż, szarość, brąz
- kolor aluminium
- Ⓛ każdorazowo dobieraj barwę witryny do kolorystyki elewacji



duże przeszklenia dobrze eksponują produkt

modernizm / postmodernizm / współczesność



W jaki sposób podzielić witrynę?

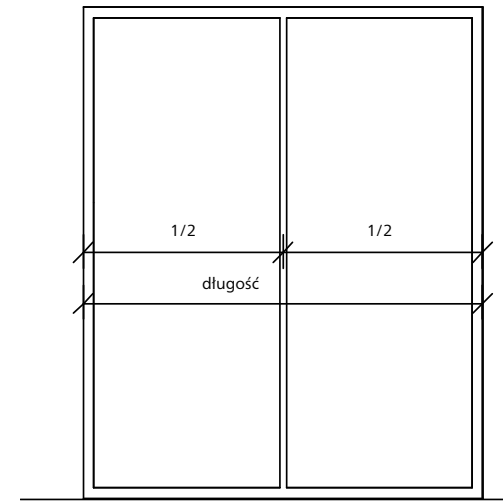
podział okna witryny

- sugerujemy stosowanie witryn o jak największej powierzchni szklenia
- wysokie, przejrzyste przeszklenia zwracają uwagę przechodnia i doskonale eksponują wystawę sklepową
- Ⓛ sugerujemy podział pionowy tylko ze względów konstrukcyjnych (po przekroczeniu 4 m² powierzchni szklenia)
- projektuj dolną i górną powierzchnię okna witryny bez dodatkowego podziału

podział po przekroczeniu 4 m² powierzchni szklenia

- projektuj przejrzyste witryny o prostej, oszczędnej formie, bez pływ i podziałów – to zapewni Ci atrakcyjną przestrzeń dla ekspozycji
- jeśli musisz podzielić witrynę ze względów konstrukcyjnych, stosuj podział pionowy lub poziomy

podział pionowy

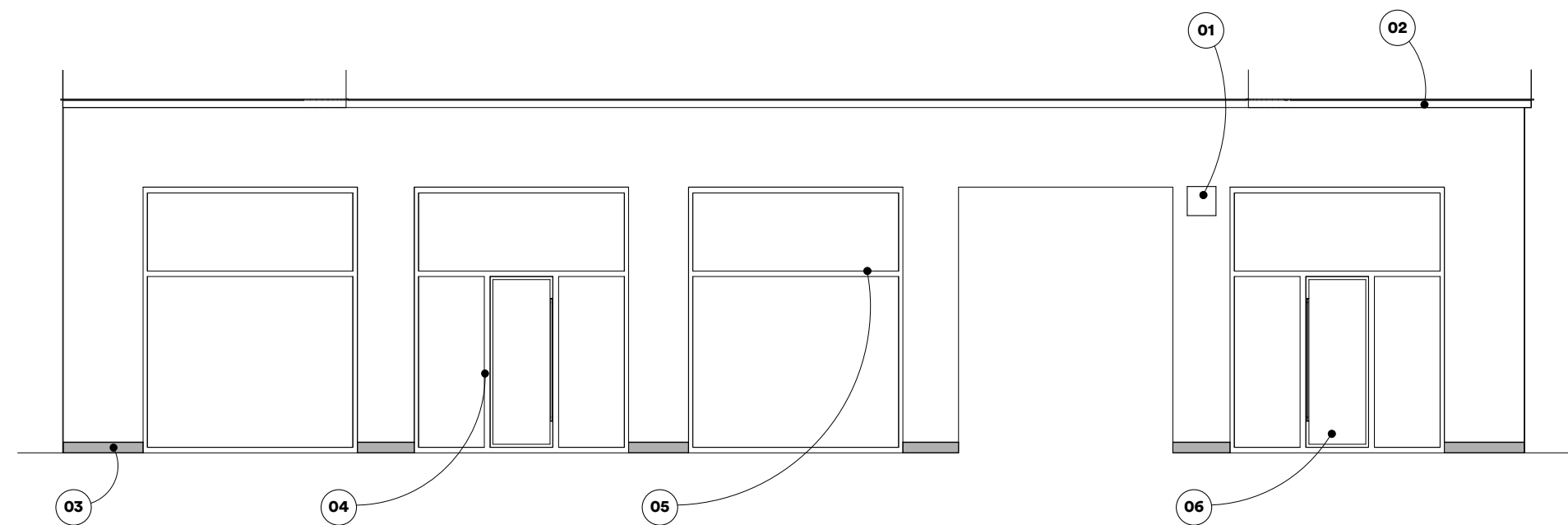


podział poziomy



jak witryna powinna wyglądać w kontekście całej elewacji?

- zwróć uwagę na kompozycję witryny (pamiętaj, że jest oglądana w kontekście całej elewacji – zadбай o harmonię)
- jeśli elewacja jest symetryczna, zachowaj ten układ
- zachowaj jednolitą wysokość cokołu i witryn
- zachowaj jednolity podział na górną i dolną powierzchnię szklenia na całej elewacji



- 01** wieszaj tablice informacyjne (zakaz wjazdu, numer budynku) w prawym górnym rogu prześwitu bramowego lub bramy
- 02** gzyms międzykondygnacyjny wyznacza górną granicę elewacji parteru i pasa reklamowego

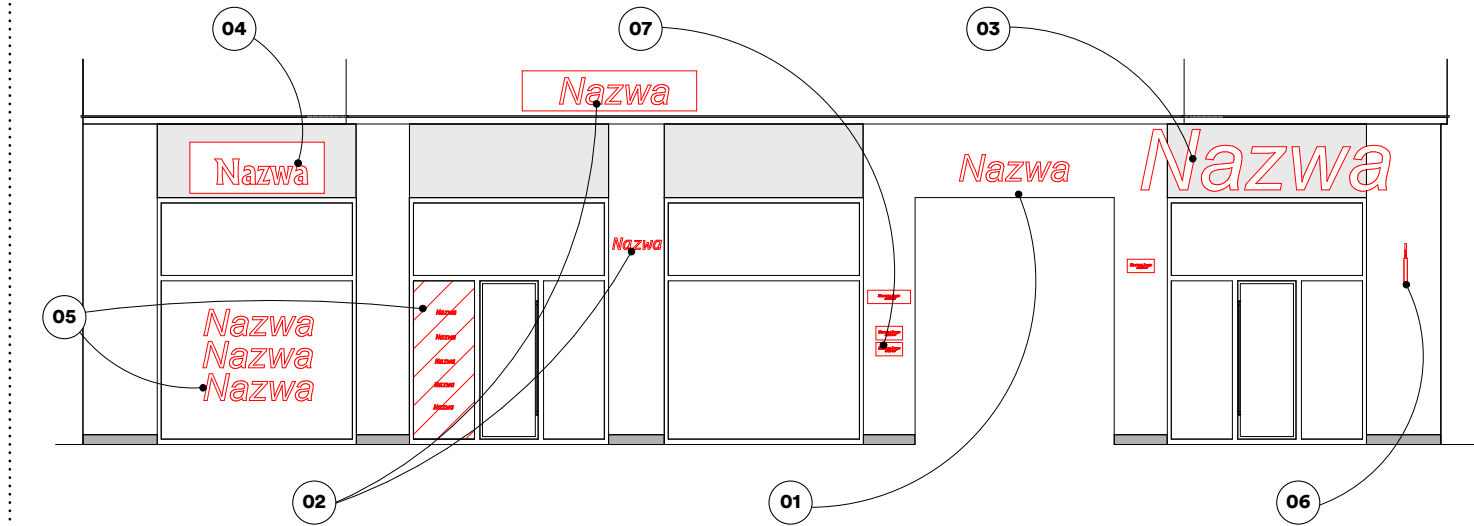
- 03** wysokość cokołu nie ulega zmianie
- Ⓛ dopuszcza się stosowanie witryny do ziemi za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków

- 04** stosuj witryny drewniane, aluminiowe lub stalowe

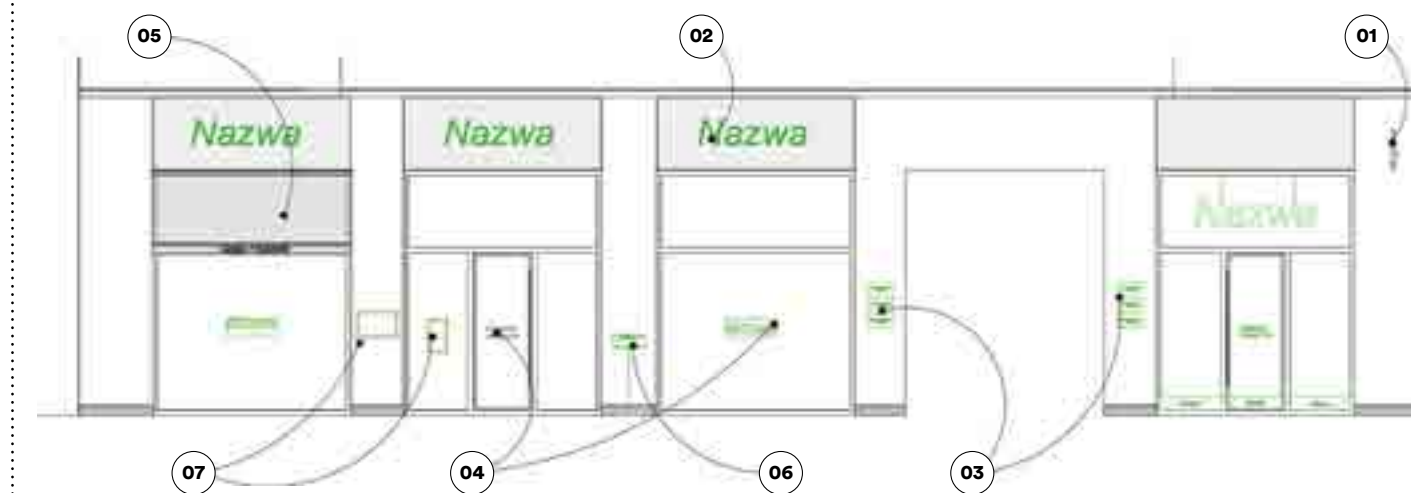
- 05** wszystkie witryny na elewacji powinny być jednakowej wysokości i mieć jeden styl podziału ramy na górną i dolną powierzchnię szklenia
- 06** stolarkę drzwiową projektuj bez płycin drzwiowych, z jak największą powierzchnią szklenia

Gdzie mogą umieszczać reklamy, a gdzie jest to zabronione?

źle



dobrze



Główne zasady

- Umieszczaj elementy reklamowe tylko w pasie reklamowym lub na szkleniu witryny,
- stosuj tylko 2–3 elementy reklamowe (np. litery przestrzenne + naklejkę),
- zadbaj o odpowiednie oświetlenie wewnętrzne i ekspozycję witryny, żeby nadać jej wyjątkowy charakter,
- utrzymuj swoją wystawę w należyтым porządku i schludności.

01 prześwit bramowy (patrz str. 88)

- nie umieszczaj reklam na zwieńczeniu ani wewnątrz prześwitu bramowego

02 pas reklamowy

- nie umieszczaj nośników reklamowych nad poziomem parteru
- nie umieszczaj reklam poza pasem reklamowym ani powierzchnią szklenia

03 litery przestrzenne (patrz str. 84)

- dostosuj wielkość liter przestrzennych do wymiarów pasa reklamowego
- nie umieszczaj nad witryną liter przestrzennych w przypadku montażu markizy

04 nośniki reklamowe

- nie stosuj kasetonów
- nie zasłaniaj reklamami okien – są wizytówką kamienicy

05 reklama na szkleniu (patrz str. 86)

- nie umieszczaj naklejek zajmujących więcej niż 10% powierzchni szklenia
- nie umieszczaj naklejek w dowolnym miejscu witryny
- nie umieszczaj plakatów ani kartek na szybie

06 sztyl semaforowy – semafor (patrz str. 89)

- nie umieszczaj semafora poniżej poziomu pasa reklamowego
- nie umieszczaj semaforów na różnych wysokościach

07 sztyl (patrz str. 88)

- nie stosuj sztyldów o niejednakowych wymiarach

01 sztyl semaforowy – semafor (patrz str. 89)

- umieszczaj w poziomie pasa reklamowego, w odległości min. 20 cm od krawędzi ramy witryny
- stosuj tylko jeden semafor dla lokalu
- umieszczaj semafor od zewnętrznej strony witryny

02 litery przestrzenne (patrz str. 84)

- umieszczaj je w pasie reklamowym centralnie, nad witryną
- jeśli wysokość pasa reklamowego jest mniejsza niż 30 cm, nie stosuj liter przestrzennych; w tym przypadku proponujemy naklejki reklamowe z folii lub pleksi, umieszczone na szkleniu, lub litery wewnątrz witryny
- Ⓛ w kamienicach pod nr. 103/105 i 115/119 front balkonu przejmując rolę pasa reklamowego

03 sztyl (patrz str. 88)

- montuj po obu stronach prześwitu bramowego
- dla każdego lokalu w podwórku obowiązuje jeden sztyl
- pamiętaj, że sztyldy tworzą razem kompozycję, dlatego wszystkie powinny mieć jednakowe wymiary (szerokość, wysokość, długość)

04 reklama na szkleniu (patrz str. 86)

- w formie naklejki usytuowanej centralnie lub w pasie dolnym
- powierzchnia naklejki – maks. 10% powierzchni szklenia
- informacje o godzinach otwarcia umieszczaj centralnie na drzwiach wejściowych w formie naklejki lub za szybą – jako tabliczkę widoczną z ulicy

05 markiza (patrz str. 87)

- umieszczaj logo i nazwę tylko na lambreklinie
- nie umieszczaj nazwy ani logo lokalu na markizie
- stosuj proste markizy, bez falban i zdobieci

06 stojak na menu (patrz str. 90)

- stosuj tylko w lokalach gastronomicznych

07 gabloty wiszące (patrz str. 91)

- menu dla lokali gastronomicznych umieszczaj w gablocie na elewacji budynku
- nie zakrywaj detali architektonicznych
- Ⓛ w przypadku dekoracyjnej elewacji umieszczaj menu wewnątrz lokalu, za szybą – na tablicy widocznej z ulicy

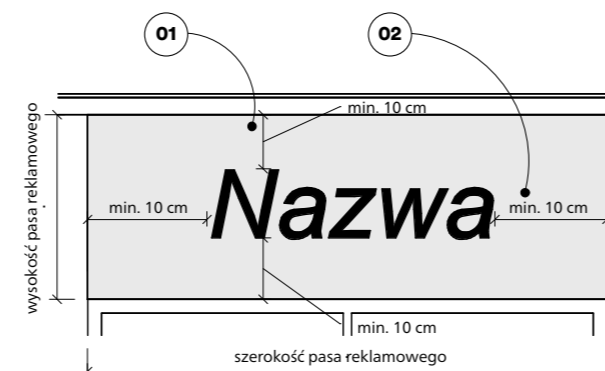


Jak powinny wyglądać reklamy mojego lokalu?

Litery przestrzenne

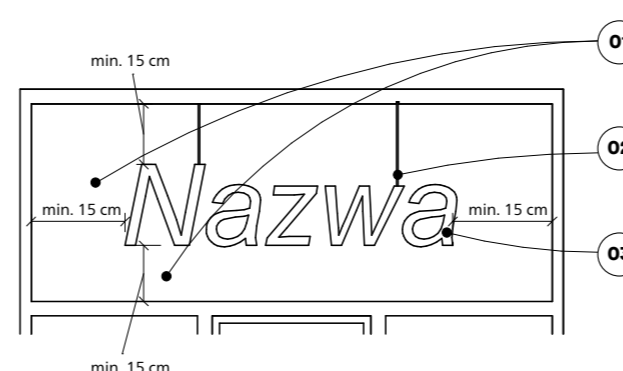
logotyp lub litery przestrzenne na zewnątrz lokalu

- 01 zachowaj odległość min. 10 cm od zewnętrznych linii wyznaczających pas reklamowy
- 02 litery przestrzenne umieszczaj centralnie nad witryną w obrębie wydzielonego pasa reklamowego
 - Ⓛ wysokość liter – maks. 80 cm



logotyp lub litery przestrzenne wewnątrz witryny

- 01 zachowaj odległość min. 15 cm od wewnętrznych krawędzi ramy szklenia
- 02 montuj litery do sufitu za pomocą stelaży
- 03 umieszczaj logo centralnie
 - Ⓛ wewnątrz lokalu dopuszcza się umieszczenie liter samoświejących lub neonów



Kształt

- używaj prostych, skromnych czcionek, żeby nawiązać do modernistycznej estetyki elewacji
- stosuj litery samoświejące tylko wtedy, gdy na elewacji znajduje się wyprowadzenie instalacji elektrycznej

Materiał

- dibond
- styrodur
- pleksi
- aluminium

Kolorystyka

litery przestrzenne na elewacji

- kolory jasne i neutralne – np. biel, beż, szarość, czerń, grafit
- kolory metali – np. złoto, srebro, patyna itp.

litery przestrzenne wewnątrz lokalu

- pełna paleta kolorów
- Ⓛ kolorystyka nośników reklamowych dla jednego lokalu powinna być spójna
- Ⓛ dopuszcza się stosowanie kolorów mocnych i jaskrawych za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków



kolorowe litery przestrzenne są jedynym akcentem szarej witryny, dzięki czemu przykuwają wzrok

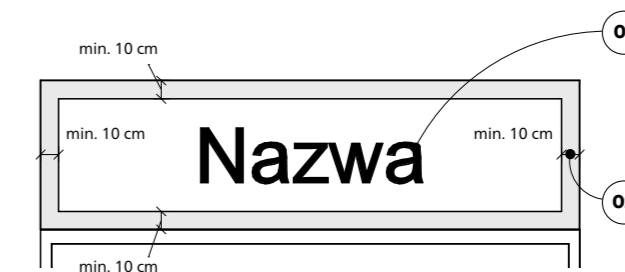


kolor liter przestrzennych harmonizuje z kolorystyką elewacji

Szyld reklamowy

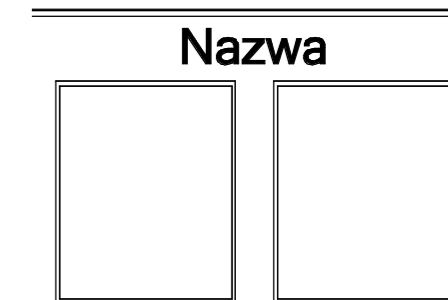
pojedyncza witryna

- 01 umieszczaj logo w obrębie szyldu reklamowego
- 02 zachowaj odległość min. 10 cm od zewnętrznych linii wyznaczających pas reklamowy



lokal z kilkoma witrynami

- jeżeli lokal ma kilka witryn, całkowita szerokość logo z liter przestrzennych lub szyldu równa się szerokości sumy witryn – wtedy umieszczaj litery centralnie względem całej elewacji



Kształt

- używaj prostych, skromnych czcionek, żeby nawiązać do modernistycznej estetyki elewacji

Materiał

- blacha aluminiowa pokryta folią reklamową
- blacha ocynkowana pokryta folią reklamową
- laminat grawerski
- dibond

Kolorystyka

tło

- kolory jasne i neutralne – np. biel, beż, szarość, czerń, szarość, grafit

litery

- kolory jasne i neutralne – np. biel, beż, szarość, czerń, szarość, grafit
- kolory metali – np. złoto, srebro, patyna itp.
- Ⓛ kolorystyka nośników reklamowych dla lokalu powinna być spójna
- Ⓛ dopuszcza się stosowanie innych kolorów za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków



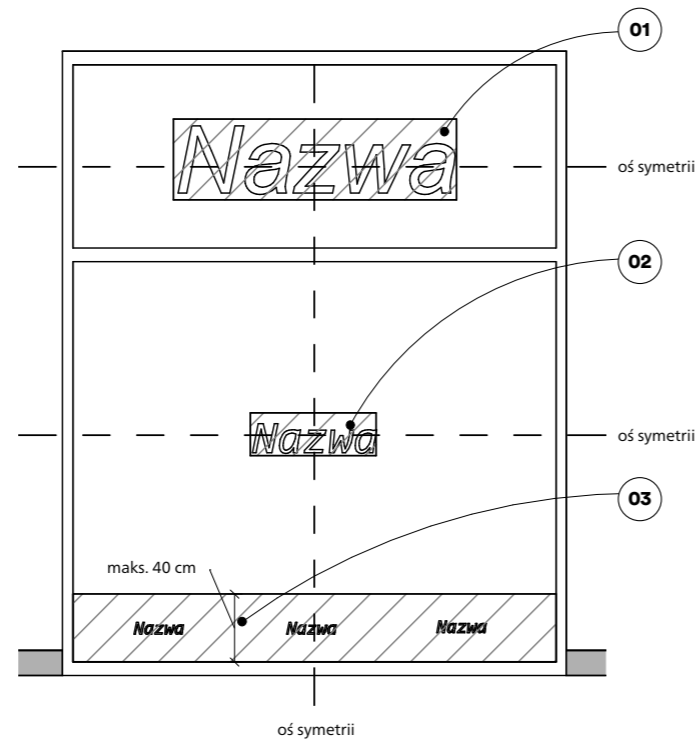
prosta biała czcionka kontrastuje z czarnym tłem szyldu reklamowego, sprawiając, że nazwa jest czytelna i wyrazista



przykład liter przestrzennych umieszczonych za szkleniem wewnątrz sklepu

Reklama na szkleniu

- 01** jeśli nie ma miejsca na pas reklamowy, umieszczaj naklejki reklamowe z folii w górnym podziale okna
- 02** naklejka w formie liter z nazwą lokalu, umieszczona centralnie w dolnym podziale szklenia
 - ⓘ powierzchnia wszystkich używanych naklejek – maks. 10% powierzchni jednego podziału okna
- 03** reklama w pasie dolnym w formie naklejki
 - ⓘ wysokość naklejki – maks. 40 cm
 - ⓘ szerokość naklejki = szerokość całości szklenia witryny



Kształt

- używaj prostych krojów czcionek
- czcionki nośników reklamowych dla jednego lokalu powinny mieć jednakowy krój

Materiał

- folia okienna matowa (szroniona)
- pleksi

Kolorystyka

- kolory stonowane, neutralne – np. czerń, biel, szarość, beż, krem, grafit
- ⓘ dopuszcza się stosowanie innych kolorów za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków



naklejka na szkleniu wskazuje profil działalności lokalu

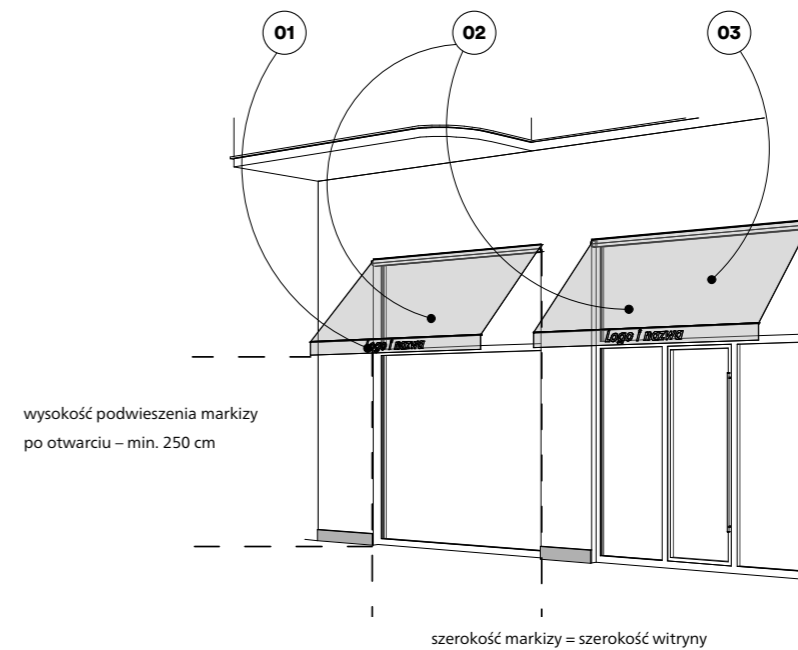


przykłady witryn, na których naklejkę wykorzystano do informowania o oferowanych produktach

Markiza

- 01** dostosuj szerokość markizy do otworu okiennego
- 02** w każdej witrynie lokalu montuj takie same markizy
- 03** logo lub nazwę lokalu umieszczaj tylko na lambrekcinie

- ⓘ w przypadku wysokich witryn (ok. 4 m) dopuszcza się montaż markiz w świetle otworu okiennego na poziomie belki ślepiennej
- ⓘ w przypadku montażu markizy nie umieszczaj nad nią liter przestrzennych



Kształt

- umieszczaj markizy balkonowe lub tarasowe
- markizę mocuj w otworze okiennym

Materiał

- tkaniny tekstylne – akrylowe

Kolorystyka

- kolory jasne, niejaskrawe – tworzące spójną całość z kolorystyką elewacji
- ⓘ dopuszcza się stosowanie ciemnych lub kontrastujących markiz za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków



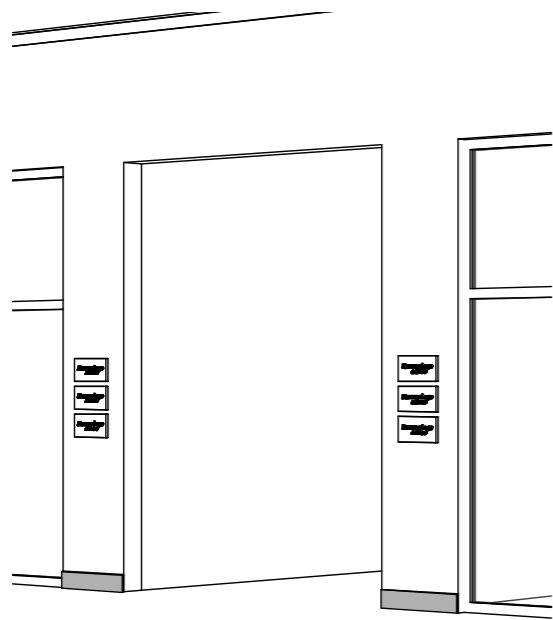
przykłady interesującego dostosowania markizy do stylu witryny



Szyld

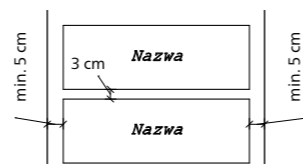
- tylko dla lokali znajdujących się w oficynach i podwórkach

- szyld możesz montować po obu stronach prześwitu bramowego
- dla każdego lokalu w podwórku obowiązuje jeden szyld



wymiary dla elewacji gładkich

- wysokość szyldu – maks. 40 cm
- szerokość szyldu – maks. 60 cm
- odstęp od krawędzi ściany – min. 5 cm
- montuj szyldy w równej odległości – co 3 cm



Kształt

- stosuj szyldy proste w formie, pozbawione zdobień
- stosuj szyldy o jednakowych wymiarach i stylistyce – dzięki temu będą bardziej czytelne (dopasuj wymiary do miejsca podwieszenia szyldu, zostaw min. 5 cm odsunięcia od krawędzi)
- Ⓢ narzucone wymiary ani forma nie dotyczą szyldów zewnętrznych, których wygląd reguluje prawo (np. w odniesieniu do kancelarii notarialnych, przychodni, praktyk lekarskich, urzędów, szkół publicznych)

Materiał

tło

- pleksi
- szkło
- blacha ocynkowana
- laminat grawerski

litery

- grawer
- naklejka
- pleksi

montaż

- na kołkach z dystansem
- w listwach

Kolorystyka

tło

- szkło bezbarwne, mrożone
- pleksi bezbarwne, mrożone
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro, stal
- kolory neutralne – np. biel, szarość, brąz, brąz

litery

- kolory neutralne – np. biel, czerni, szarość, brąz, brąz, krem, grafit
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro
- Ⓢ dopuszcza się stosowanie innych kolorów za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków



szyldy mimo różnorodności wyglądają spójnie i elegancko

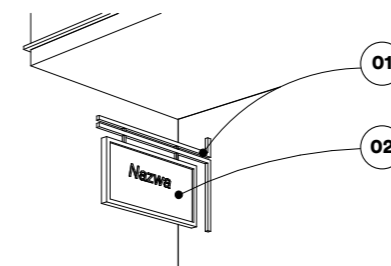
Szyld semaforowy (semafor = wysięgnik)

semafor wiszący

- szyld – 60×40 cm
- całkowite wymiary (z podkonstrukcją) – 85×80 cm

01 podkonstrukcja

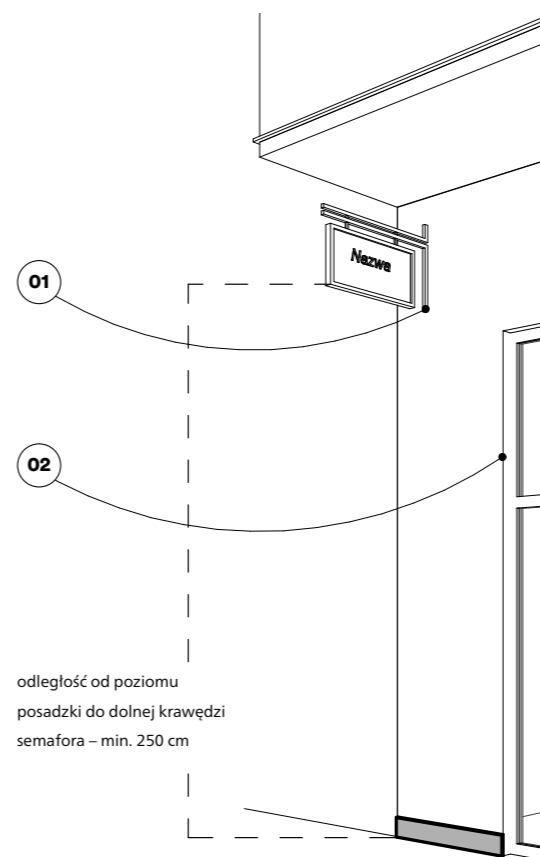
02 szyld



- montuj semafor tak, żeby poziomy element podkonstrukcji mocowania znajdował się w pasie reklamowym
- odległość od krawędzi zewnętrznej witryny do osi semafora – min. 20 cm

01 podkonstrukcja mocowania

02 rama witryny

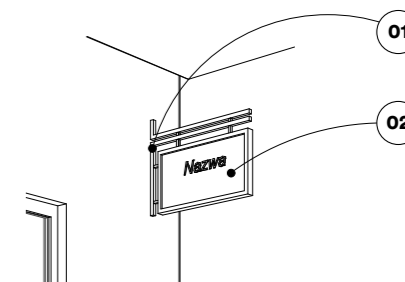


semafor mocowany trwale

- szyld – 60×40 cm
- całkowite wymiary (z podkonstrukcją) – 85×80 cm

01 podkonstrukcja

02 szyld



Kształt

podkonstrukcja

- wykonana z profili aluminiowych lub stalowych

szyld

- prostokątny, owalny, kwadratowy lub w formie znaku graficznego firmy
- dopuszcza się semafor z podświetleniem wewnętrznym (nie stosuj diod, świateł ledowych ani pulsujących)
- Ⓢ dopuszcza się stosowanie innego kształtu, zgodnego z polityką i logo firmy, za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków
- Ⓢ semafor wieszaj w pasie reklamowym tak, żeby był widoczny z ulicy

Materiał

podkonstrukcja

- prostokątne profile aluminiowe lub stalowe

szyld

- pleksi
- dibond
- blacha
- poliweglan
- szkło

Kolorystyka

podkonstrukcja

- kolory metali – np. złoto, srebro, patyna

szyld

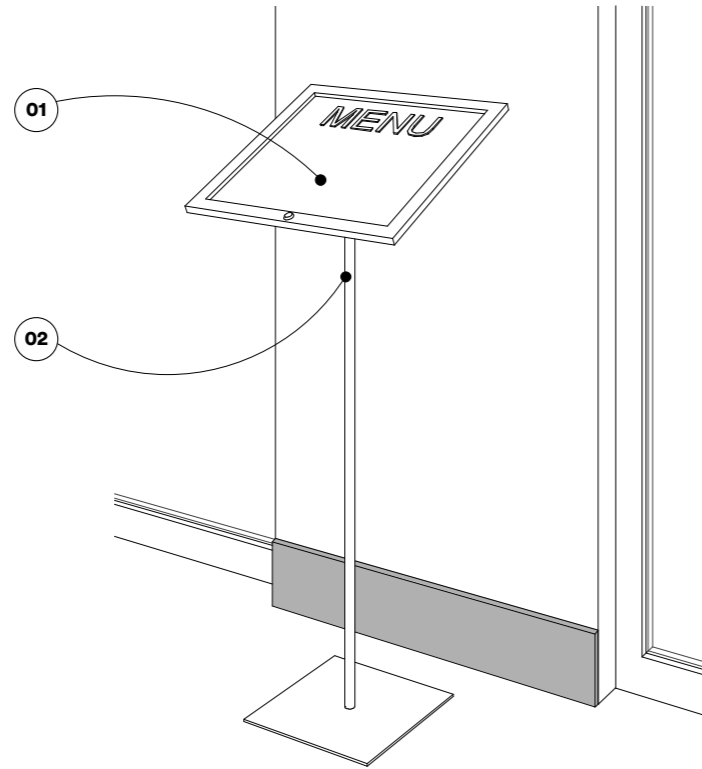
- kolory neutralne – np. biel, czerni, szarość, brąz, brąz, grafit
- Ⓢ dopuszcza się stosowanie innych kolorów za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków



charakterystyczny kształt semafora daje czytelny przekaz o rodzaju usług oferowanych w danym lokalu

Stojak na menu

- 01 gablotka
- 02 podkonstrukcja – nogi



Wymiary

- gablotka
- 50x42 cm
- podkonstrukcja – nogi
- wysokość – 110 cm

Kształt

- stylistyka nawiązująca do projektu semafora

Materiał

- gablotka
- profile stalowe
- odporna na warunki atmosferyczne, przykryta pleksi lub szkłem
- podkonstrukcja
- profile stalowe
- żeliwo

Kolorystyka

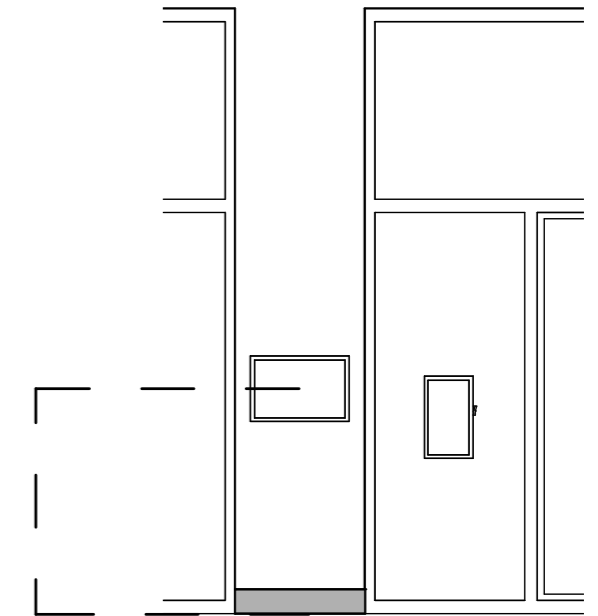
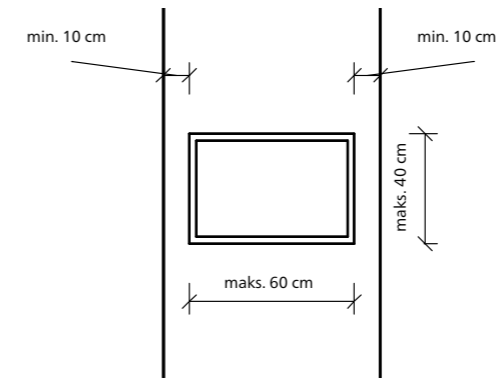
- rama gablotki
- kolory neutralne – np. beż, biel, szarość, grafit, brąz, czerń
- podkonstrukcja
- kolory neutralne – np. beż, biel, szarość, grafit, brąz, czerń
- ⓘ kolorystyka stojaka i szyldu semaforowego powinna być spójna



menu zawieszane wewnątrz lokalu jest alternatywą dla stojaka, koziołków i gablotki

Gablotka wisząca

- gablotkę umieszczaj pionowo lub poziomo centralnie względem miejsca podwieszenia na elewacji
- staraj się, żeby centralny punkt gablotki był na poziomie wzroku człowieka – ok. 160 cm
- ⓘ jeśli szerokość miejsca na gablotkę jest mniejsza niż 60 cm, menu umieszczaj wewnątrz lokalu



środek gablotki na wysokości 160 cm

Wymiary

- maks. 60x40x12 cm

Kształt

- projektuj proste formy, bez detali dekoracyjnych
- wieszaj gablotkę centralnie w stosunku do elewacji zarówno w poziomie, jak i w pionie
- utrzymuj gablotkę w należyтым ładzie i porządku, jest wizytówką Twojej firmy

Materiał

- drewno ze szkłem lub bezbarwnym pleksi
- odporna na warunki atmosferyczne
- profile stalowe

Kolorystyka

- spójna z witryną
- kolory stonowane, neutralne – np. czerń, biel, szarość, beż, krem, grafit



prosta gablotka może prezentować Twoje produkty, ogłoszenia lub menu

Ekspozycja i oświetlenie

- Utrzymuj elementy widoczne z ulicy w należytym ładzie i porządku,
- schludne wnętrze witryny jest najlepszym środkiem komunikacji między klientem a sprzedawcą,
- ciekawa ekspozycja jest w stanie na tyle skutecznie przyciągnąć uwagę patrzącego, żeby zachęcić go do wejścia do lokalu,
- projektując wystawę sklepu/restauracji, skorzystaj z przykładów dotyczących prezentacji towarów i usług (str. 111).



wystawa przekazuje informacje, jaka jest oferta danego lokalu



aranżacja witryny, która z pewnością zwróci na siebie uwagę



przykład witryny, która przyciąga wzrok zarówno w dzień, jak i w nocy

Neony

Oświetlenie neonami może być stosowane tylko dla lokali otwartych w godzinach nocnych.

Wymiary

- dostosuj wymiary neonu do danej lokalizacji
- stosuj zasady dotyczące liter przestrzennych, kiedy neon montowany jest płasko na elewacji lub w świetle witryny
- odległość od poziomu posadzki do dolnej krawędzi neonu podwieszanego prostopadle do elewacji – min. 250 cm
- kiedy neon wieszany jest prostopadle, obowiązują wymiary jak dla szyldu semaforowego

Kształt

- stosuj rury szklane wygięte w kształt liter lub znaków graficznych

Materiał

- rury szklane wypełnione gazem

Kolorystyka

- kolory dostępne dla danej technologii – np. zieleni, błękit, róż, czerwień, pomarańcz



neony to świetlne nośniki reklamowe w formie połączonych, wypełnionych gazem, szklanych rurek, które tworzą napis lub znak graficzny



na zdjęciach Łodzi z lat 60. i 70. ubiegłego wieku wzrok przyciąga duża liczba neonów



Dobre praktyki



zbliżona kolorystyka witryny i elewacji sprawia, że ekspozycja staje się bardziej widoczna



elewacja parteru jest łącznikiem między lokalem a otoczeniem, dlatego ekspozycja i witryna powinny robić wrażenie na przechodniach



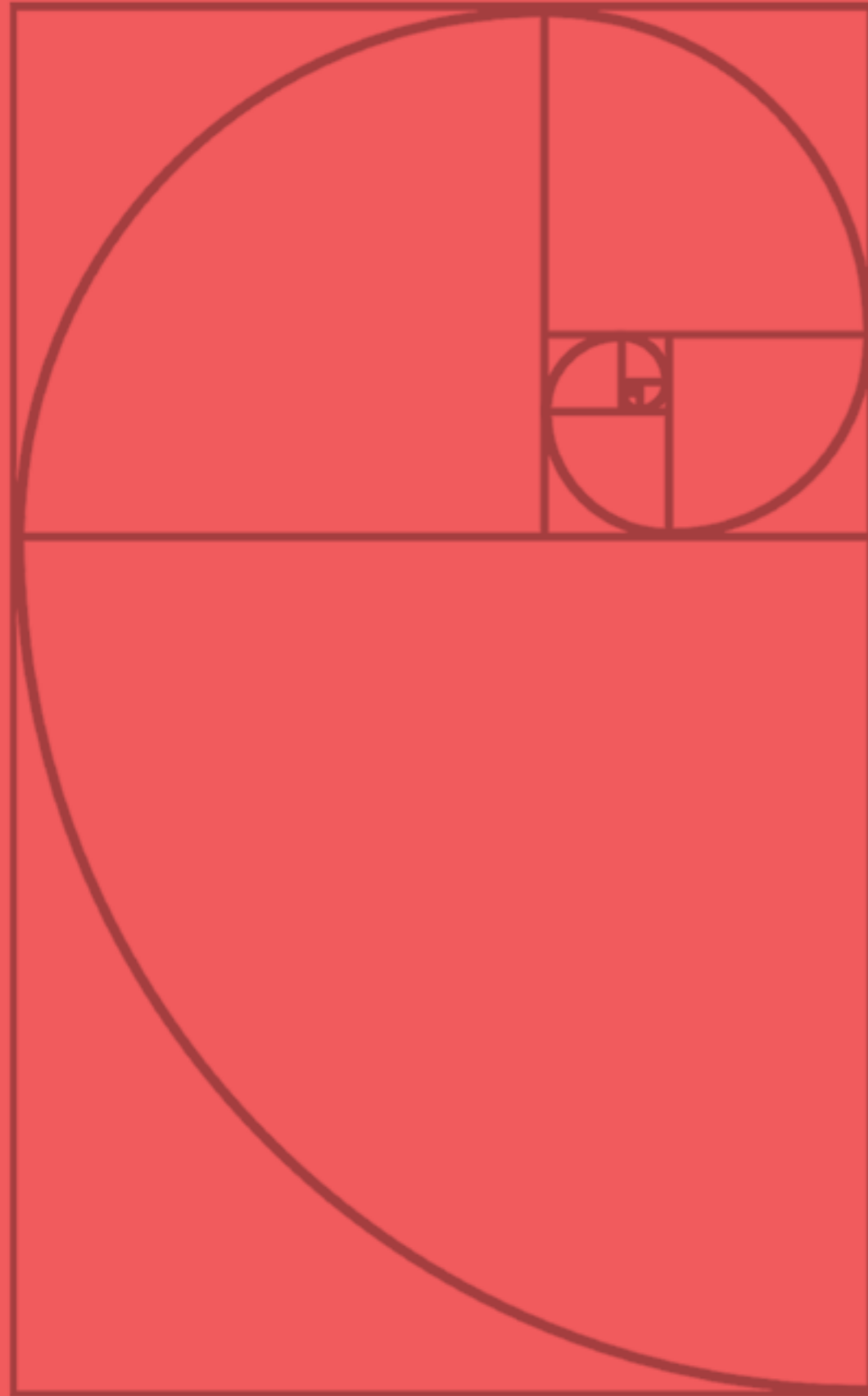
regularne podziały szerokich witryn – elementy charakterystyczne dla modernizmu – uspokajają i harmonizują witrynę



jednolita witryna dla całej elewacji wygląda stylowo, a jednocześnie – dzięki zastosowaniu odmiennych elementów reklamowych – lokale są rozpoznawalne



Założenia kompozycyjne



*Niezwykłość złotego podziału wynika z unikalnej
możliwości łączenia różnych części w całość i tworzenia
tym samym niepowtarzalnej harmonii, która zespala elementy
pozornie do siebie niepasujące. Jednocześnie w tej unikalnej
strukturze każdy z elementów zachowuje własną tożsamość,
tworząc zupełnie nową wartość.*

System 3 kroków – małe zmiany, duży efekt

Stan obecny

Stosując system małych kroków, możesz za pomocą niedużych kosztów sprawić, żeby witryna Twojego sklepu nabrała wyższej jakości i zaczęła przyciągać oczy klientów.

W dzisiejszych czasach codziennie, zarówno w pracy, jak i w szkole, jesteśmy odbiorcami niezliczonej ilości informacji. Nośniki reklamowe pojawiają się na ulicach, w komunikacji miejskiej i na budynkach – wszędzie. Przy tak dużej ilości wiadomości, w gęstwinie reklam, kolejny element reklamowy jest niezauważany. W XXI w. gwarancją sukcesu jest więc ograniczenie liczby nośników reklamowych i dobry pomysł na witrynę.

Krok 1 usunięcie zbędnych nośników reklamowych

Pierwszym krokiem do uzyskania nowoczesnej i atrakcyjnej witryny jest ograniczenie liczby elementów reklamowych oraz zdjęcie z niej zbędnych szyldów lub wywieszek. Dzięki temu witryna staje się bardziej czytelna, a zamiast naklejki na szybie podkreślona zostaje ekspozycja.

W przykładzie poniżej piękna witryna stanowi tło dla żółto-niebieskiej naklejki wypełniającej szybę, podczas gdy to witryna powinna być głównym elementem przykuwającym uwagę. Na usunięciu naklejki zyskuje zarówno wystawa, jak i witryna. Produkt jest lepiej eksponowany za pomocą atrakcyjnej witryny (ludzie najmocniej odbierają bodźce poprzez zmysł wzroku).

przed



możesz zmienić swoją witrynę już dziś, bez ponoszenia kosztów – naklejka w intensywnych barwach odwraca uwagę od pięknej witryny

po



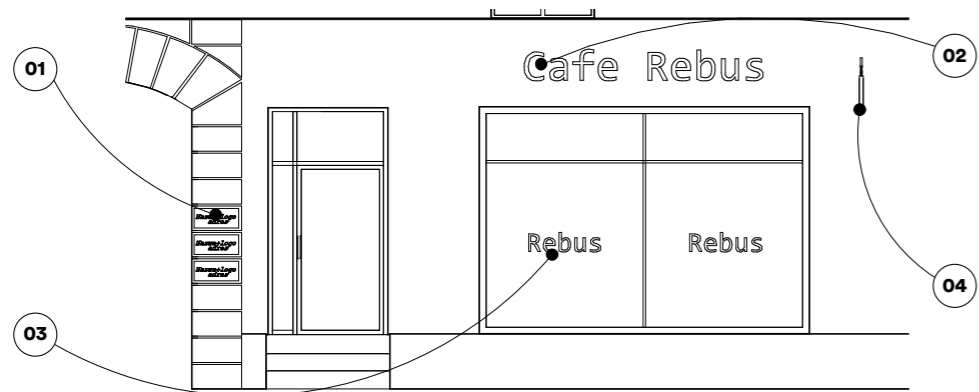
po usunięciu naklejki widoczna stała się witryna i ekspozycja

Koszt
0 zł netto!

Krok 2 wymiana nośników reklamowych

Kolejnym krokiem, dzięki któremu Twoja witryna będzie zdecydowanie bardziej atrakcyjna, jest zmiana nośników reklamowych. Litery przestrzenne dobrze oddają charakter ulicy Piotrkowskiej, są bardzo eleganckie i spełniają swoją rolę jako elementy reklamowe podobnie jak kasetony (nie są tak agresywne i są lepiej odbierane). W przypadku braku miejsca na litery przestrzenne zastosuj semafor – dzięki prostopadłemu położeniu względem ściany jest bardzo dobrze widoczny zarówno z lewej, jak i prawej strony lokalu.

Zaklejanie całości szklenia witryny kolorową folią reklamową nie zachęca, ale wręcz zraża potencjalnych odbiorców do zapoznania się z ofertą lokalu (taka reklama jest zbyt dosadna). Dodatkowo ogranicz reklamy do maks. 3 elementów (człowiek jest w stanie zauważyć nie więcej niż 2–3 elementy jednocześnie, patrz str. 107).



01 szyld

- używaj szyldów wykonanych według jednego standardu
- znak firmowy i napisy z kolorowej folii wycinanej z ploterów

materiał

- pleksi bezbarwne
- naklejka z folii

wymiary

- długość – 40 cm
- szerokość – 30 cm
- głębokość – 0,3 cm

koszt

200 zł

materiał

- laminat grawerski usztywniony dibondem
- litery grawerowane laserowo

wymiary

- długość – 40 cm
- szerokość – 30 cm
- głębokość – 0,3 cm

koszt

300 zł

03 naklejka na szkleniu

- używaj naklejek na szkleniu, które są dobrą alternatywą dla liter przestrzennych

materiał

- folia szroniona

koszt

50 zł/m²

02 litery przestrzenne

- stosuj litery przestrzenne zgodnie z wytycznymi dla stylu Twojej kamienicy
- nie stosuj kasetonów

materiał

- styrodur

wymiary

- długość – 297 cm
- szerokość – 40 cm
- głębokość – 0,3 cm

koszt

620 zł

materiał

- dibond

wymiary

- długość – 297 cm
- szerokość – 40 cm

koszt

460 zł

materiał

- PCV

wymiary

- długość – 297 cm
- szerokość – 40 cm
- głębokość – 0,8 cm

koszt

830 zł

04 semafor

- stosuj semafor zgodny z wytycznymi dla stylu Twojej kamienicy

materiał

- podkonstrukcja z metaloplastyki
- tło z pleksi

wymiary

- długość – 50 cm
- szerokość – 30 cm
- głębokość – 10 cm

koszt

1100 zł

Podano przybliżone ceny netto na rok 2014.

szyld



szyldy różne pod względem koloru i rozmiaru wprowadzają chaos, który sprawia, że są nieczytelne

litery przestrzenne



za szeroki kaseton przytłacza witrynę i staje się elementem dominującym

naklejka na szkleniu



naklejka w sposób niezgodny z wytycznymi Miejskiego Konserwatora Zabytków przysłania całą witrynę

semafor



kaseton umieszczony nad witryną odwraca uwagę od jej urody



jednakowe szyldy są spójne, dzięki czemu łatwo jest odnaleźć potrzebne informacje



dobrze zaprojektowane litery przestrzenne umieszczone w pasie reklamowym nie tylko akcentują witrynę, ale jednocześnie podkreślają ekspozycję



w czystej, otwartej witrynie uwagę zwraca jej detal i logotyp firmy



semafor czytelnie informuje przechodniów o nazwie lokalu i detalem podkonstrukcji nawiązuje do stylu kamienicy

Krok 3 stan projektowany

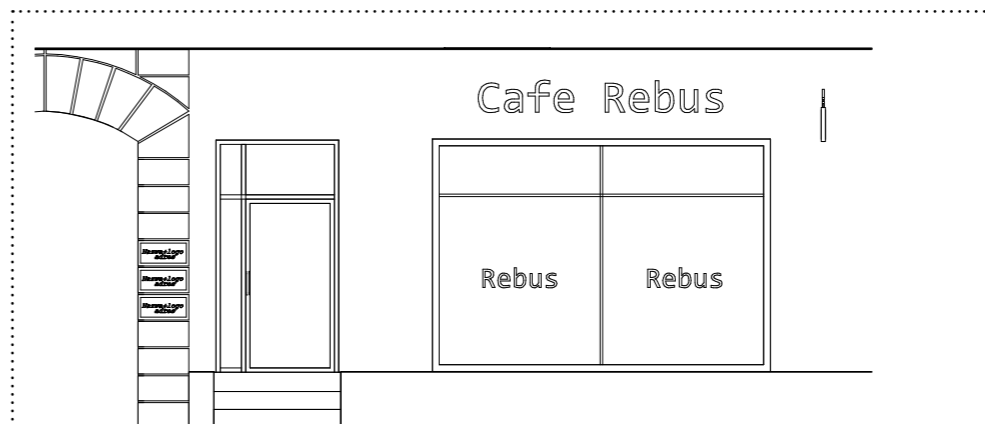
Ostatnim i najważniejszym krokiem jest wcielenie w życie projektu witryny wraz z nośnikami reklamowymi – stworzenie nowej witryny wpisującej się w standardy założeń zawartych w niniejszej książce.

Wykonanie tego kroku jest zdecydowanie najdroższe, ale również najbardziej efektywne. Nowa, estetyczniejsza witryna nie tylko wzbudzi zainteresowanie, ale również przyciągnie nowych klientów. Przykład poniżej pokazuje, jak wiele możesz zyskać i jak duży efekt osiągnąć, wprowadzając małe zmiany.

przed



po



stolarka alumiuniowa

materiał

- stolarka – aluminium
- szkło – P2

wymiary – drzwi

- 145×275 cm

koszt

5900 zł

wymiary – witryna

- 400×275 cm

koszt

8300 zł

stolarka drewniana

materiał

- stolarka – drewno
- szkło – P2

wymiary – drzwi

- 145×275 cm

koszt

5000 zł

wymiary – witryna

- 400×275 cm

koszt

6000 zł

stolarka PCV (niestosowana)

materiał

- stolarka – PCV
- szkło – P2

wymiary – drzwi

- 145×275 cm

Koszt

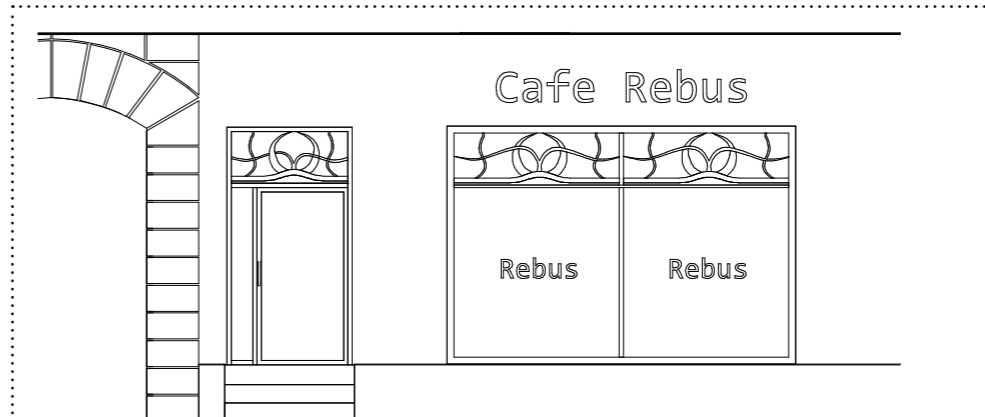
4500 zł

wymiary – witryna

- 400×275 cm

koszt

4400 zł



stolarka drewniana ozdobna

materiał

- stolarka – drewno
- szkło – P2

wymiary – drzwi

- 145×275 cm

koszt

7000 zł

wymiary – witryna

- 400×275 cm

koszt

11 000 zł

Podano przybliżone ceny netto na rok 2014, bez kosztów montażu.

Jak stworzyć dobrą kompozycję?

Rytm i kompozycja

Przyjrzyj się kombinacji kropek – która z nich wydaje Ci się „najczystsza”?



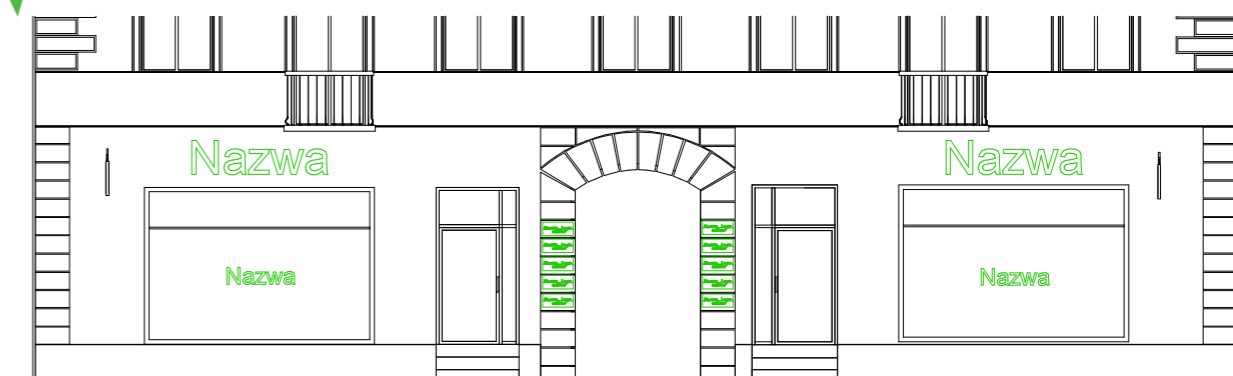
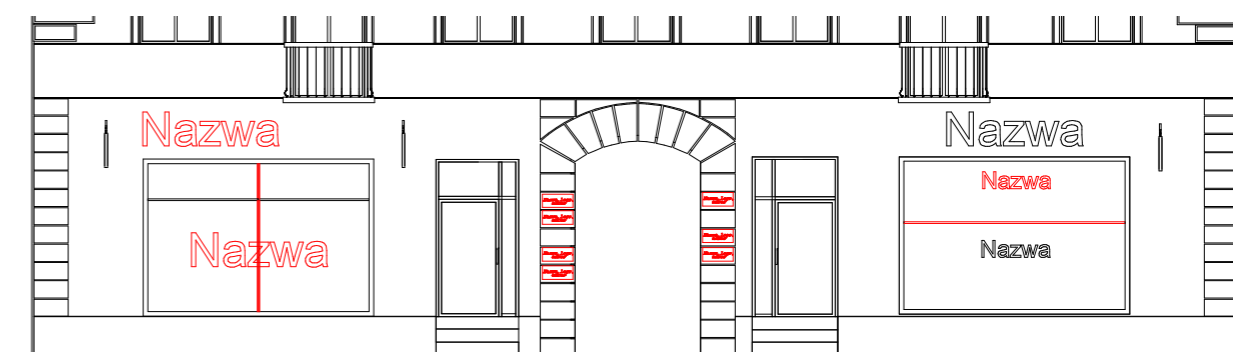
punkt wyjściowy

brak któregośkolwiek elementu w rytmie jest odbierany negatywnie, kompozycja wydaje się niedokończona

Wniosek

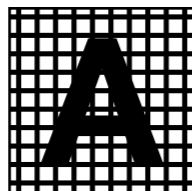
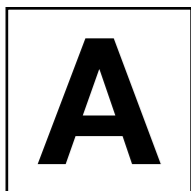
Elementy rozmieszczone równomiernie względem siebie tworzą czytelny przekaz:

- elewacja stanowi kompozycję, jeśli jest symetryczna,
- stosuj zasadę sąsiedztwa i równowagi – elewację traktuj jako całość, czyli po obu stronach stosuj ten sam podział witryny, rozmieszczaj nośniki reklamowe według tego samego rytmu.



Forma i tło

Porównaj takie same litery na różnym tle – która jest bardziej czytelna?



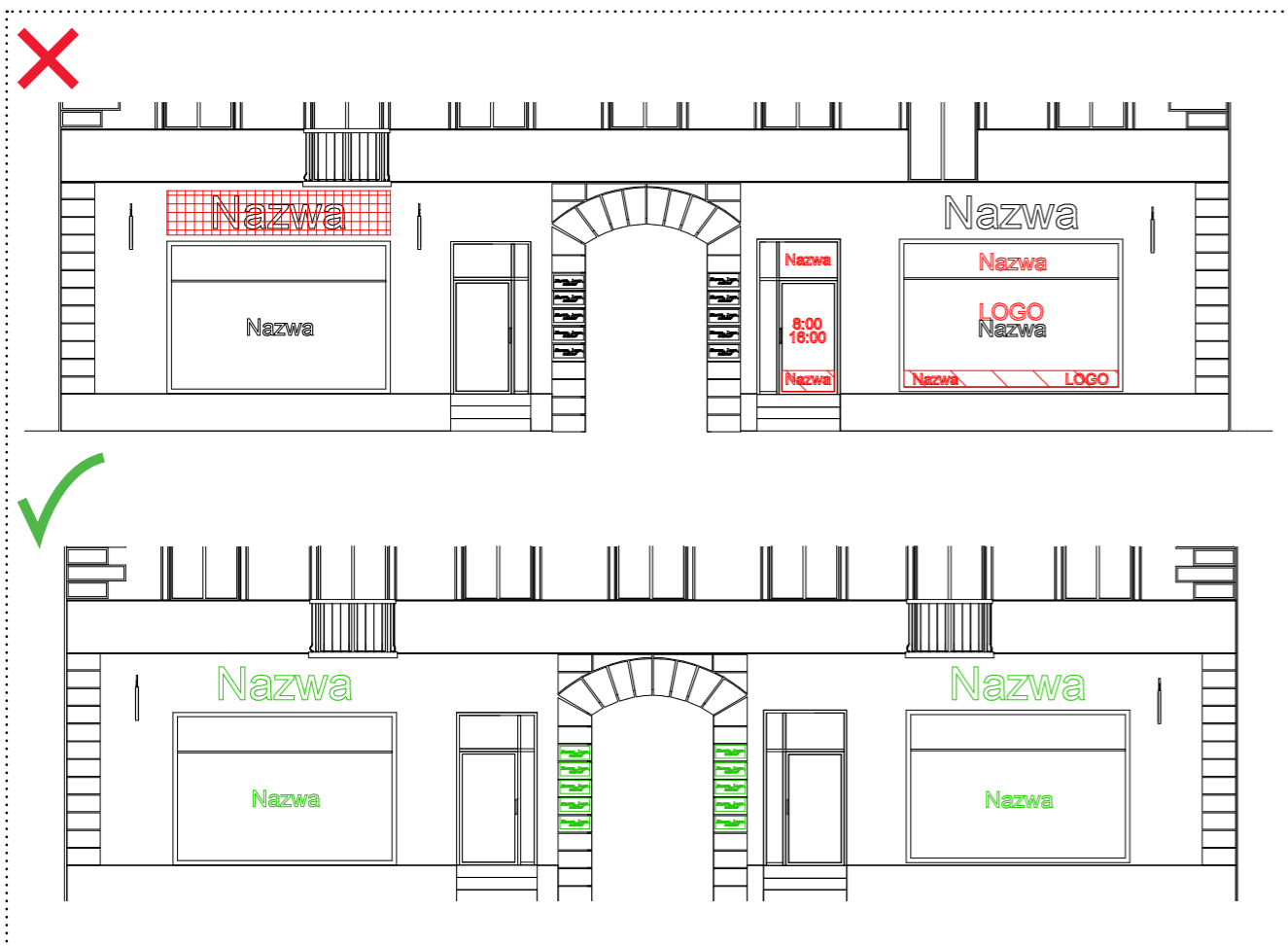
kontur pomaga formie odciąć się od tła – litera A na pustym, jednolitym tle jest widoczna i czytelna

wzorzyste tło zamazuje treść – litera A na wzorzystym, ciemnym tle jest niewyraźna

Wniosek

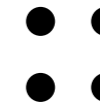
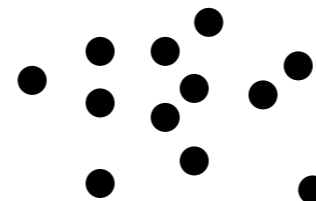
Elementy na pustym, jednolitym tle są bardziej czytelne:

- pojedynczy nośnik reklamowy na gładkim tle jest mocniejszym środkiem przekazu niż kilka reklam obok siebie, zasłaniających się wzajemnie.



Liczba

Porównaj i policz elementy na każdym rysunku.



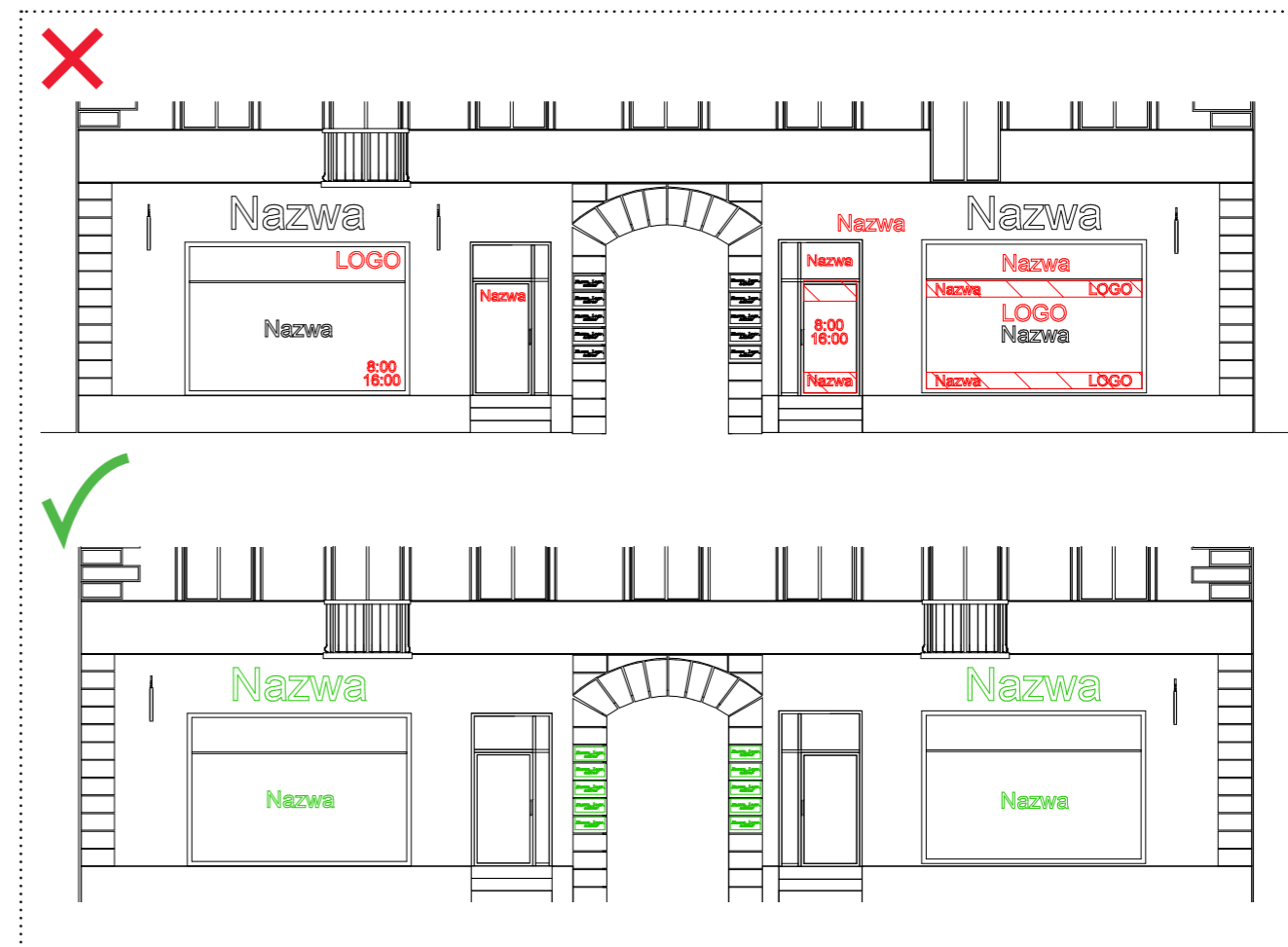
5 lub więcej elementów postrzeganych jest już jako grupa, a nie jako zbiór elementów

2–3 elementy są zauważane od razu

Wniosek

Większa liczba elementów osłabia przekaz:

- 2–3 nośniki reklamowe, które klient zauważy od razu, są mocniejszym środkiem przekazu niż większa liczba reklam.



Aranżacja nośników reklamowych

Prezentacja wyprzedaży w witrynie

Jeżeli chcesz umieścić w swojej witrynie informacje o wyprzedażach, zniżkach itp., możesz to zrobić w pomysłowy i efektowny sposób.



elementy wiszące informujące o przecenie

Dodatkowe elementy urozmaicające witrynę

Jeżeli chcesz, żeby Twój lokal był wyjątkowy, wykorzystaj dodatkowe elementy, które podniosą jego atrakcyjność.



witryna rozsuwana latem zaprasza do środka



elementy stojące informują o cenach sprzedawanych produktów



stoliki i siedziska wystawione na zewnątrz w słoneczne dni z pewnością wzbogacają ofertę lokali gastronomicznych



tablica kredowa – dobry pomysł na często zmieniające się promocje



mieszkańcy miast lubią zieleni, a rośliny w doniczkach to niewielki wydatek



litery przestrzenne wykorzystane do poinformowania klientów o wyprzedaży



odbojniki to ciekawe elementy, które zabezpieczą Twoją witrynę i wzbogacą jej wygląd

Witryna zakryta

Jeżeli Twój lokal (salon spa, bank) wymaga przesłonięcia witryny, postaraj się zaprojektować ją tak, żeby zainteresować potencjalnego klienta. Jest wiele możliwości atrakcyjnego przesłonięcia witryny, która pozwoli zadbać o intymność i prywatność klientów oraz estetykę lokalu.



wystawa z kolorowych butelek zasłania wnętrza, a jednocześnie jest ciekawym i zapamiętywalnym elementem



delikatna biała zasłona zapewnia intymność klientom salonu spa



biała zasłona stała się tłem dla prezentowanej reklamy banku i jednocześnie zapewnia prywatność klientom znajdującym się w środku



oryginalna rama, w której salon fryzjerski prezentuje ofertę, przysłania wnętrza salonu

Prezentacja ogłoszeń w witrynie

Jeżeli jesteś właścicielem lokalu (biura podróży, biura nieruchomości), w którym witryna wykorzystywana jest do umieszczania ogłoszeń, nie przyklejaj ich bezpośrednio do szyby. Wykorzystaj różnego rodzaju stojaki na ogłoszenia lub zawieszaj ogłoszenia na linkach. Zadbaj o atrakcyjność i spójność prezentowanych ogłoszeń.



ogłoszenia biura nieruchomości zostały wydrukowane w oparciu o jeden szablon



ogłoszenia umieszczone w czerwonych ramach zostały połączone stalowymi haczykami



ogłoszenia biura podróży prezentowane są w antyramach, połączonych stalowymi linkami



ogłoszenia biura podróży wydrukowane na jednakowych żółtych kartkach zostały powieszane za pomocą stalowych linek

Witryna artystyczna

Jeżeli masz ciekawy pomysł na witrynę, który nie pokrywa się z wytycznymi z księgi standardów, ale może wzbogacić ulicę Piotrkowską i podkreślić jej wyjątkowość, pokaż swój projekt u Miejskiego Konserwatora Zabytków. Oryginalne, artystyczne pomysły spotkają się z pozytywną opinią!



chcesz wykorzystać ciekawą wkładkę, która przekracza wyznaczony przez księgę procent powierzchni szklenia, pokaż projekt Miejskiemu Konserwatorowi Zabytków



nowoczesna witryna może wyglądać estetycznie również w zabytkowej kamienicy



chcesz zaprojektować witrynę w bardziej artystyczny sposób – pokaż projekt Miejskiemu Konserwatorowi Zabytków



masz ciekawy pomysł na semafor – pokaż projekt Miejskiemu Konserwatorowi Zabytków

Witryna typu akwarium

Być może najlepszym rozwiązaniem będzie witryna typu akwarium, czyli szklana instalacja wysunięta o 10 cm poza granicę elewacji. Jej zastosowanie jest korzystne zwłaszcza w przypadku lokali z małą powierzchnią wystawy. Zastrzegamy, że nie zawsze będzie możliwe otrzymanie zgody na to rozwiązanie Miejskiego Konserwatora Zabytków.



przykład wykorzystania witryny typu akwarium w zabytkowej kamienicy



dzięki zastosowaniu witryny typu akwarium zwiększyła się powierzchnia ekspozycji produktów



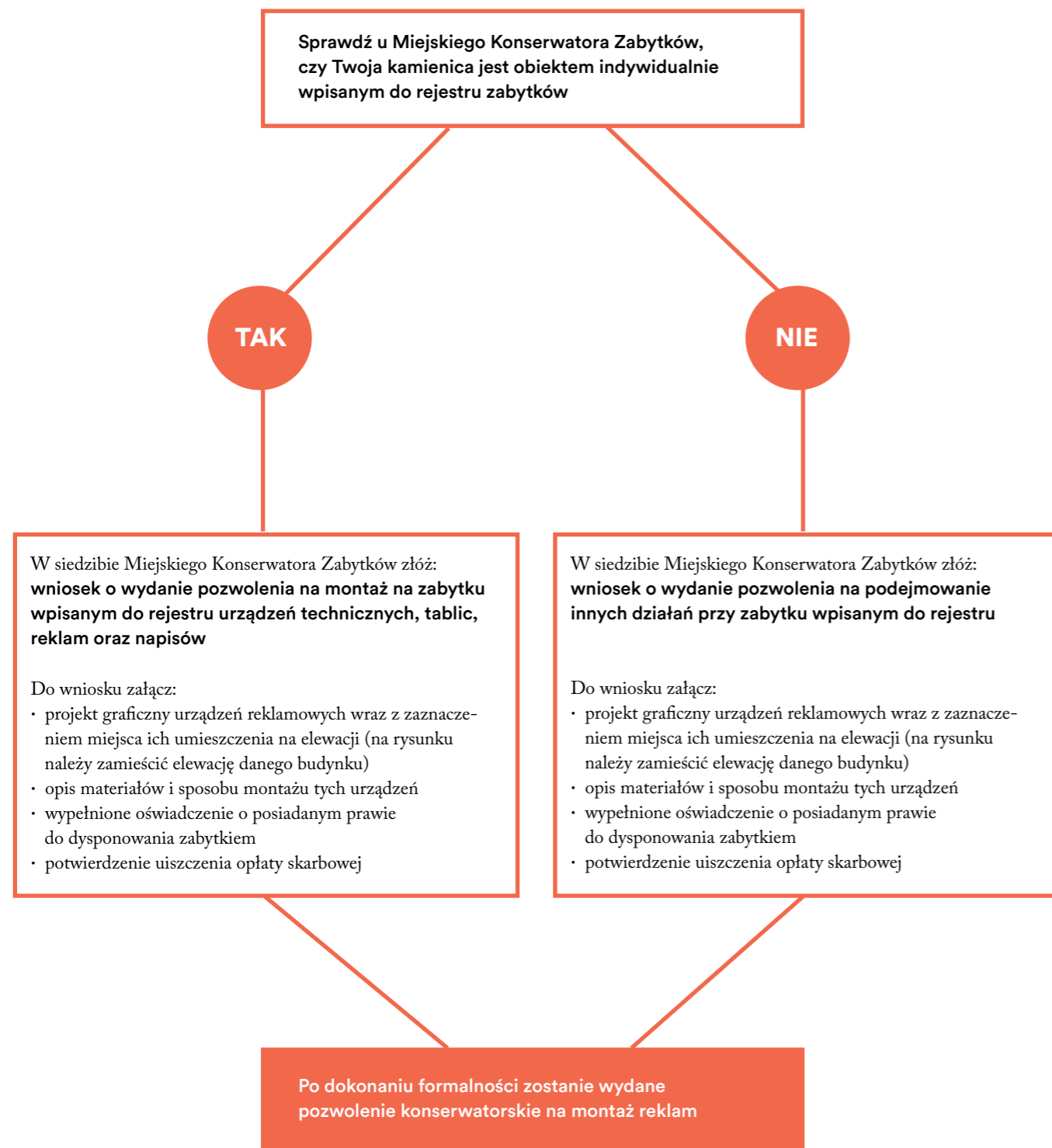
przykład miejsca, w którym sprawdziłaby się witryna typu akwarium



przykład miejsca, w którym sprawdziłaby się witryna typu akwarium

Procedura

Chcesz uzyskać pozwolenie na montaż urządzeń reklamowych?



① wszystkie wymagane dokumenty – wzory wniosków i oświadczeń, numer konta oraz materiały archiwalne – są dostępne u Miejskiego Konserwatora Zabytków lub na jego stronie internetowej (www.uml.lodz.pl lub www.ulicapiotrkowska.pl)



ISBN: