

MANUÁL TVORBY VEREJNÝCH PRIESTRANSTIEV

Dizajn manuál pešej zóny mesta
Liptovský Mikuláš

M

Spracovateľ
Architektonické štúdio Atrium s.r.o.,
Mlynská 27, Košice

Autori
Ing. arch. Dušan Burák, PhD.
Ing. arch. Oto Nováček
Mgr. Art. Tomáš Eisner



LIPTOVSKÝ
MIKULÁŠ



[Verejné
Priestory]

UzemnePlany.sk
portál o budúcnosti

Copyright © 2021 Architektonické štúdio Atrium s.r.o., Všetky práva vyhradené.

MANUÁL TVORBY VEREJNÝCH PRIESTRANSTIEV

Dizajn manuál pešej zóny mesta
Liptovský Mikuláš

OBSAH

- 04 ÚVOD
- 05 Mapa dotknutého územia
- 06 Všeobecné odporúčania
- 08 OZNAČENIE PREVÁDZOK
- 09 HLAVNÉ OZNAČENIA PREVÁDZOK
- 15 ŠTÍTY PREVÁDZOK
- 19 REKLAMA UMIESTNENÁ V RÁMCI VÝKLADU
- 21 CEDUĽKY A DOPLNKOVÉ INFORMÁCIE
- 22 REKLAMNÉ ÁČKA, EXTERNÉ VLAJKY A INÉ SAMOSTATNE
STOJACE NOSIČE
- 23 EXTERIÉROVÉ TERASY
- 24 DIZAJN TERÁS
- 25 UMIESTŇOVANIE TERÁS
- 26 MARKÍZY A SLNEČNÍKY
- 27 REGULÁCIA UMIESTNENIA TERÁS V PEŠEJ ZÓNE



DIZAJN MANUÁL PEŠEJ ZÓNY MESTA LIPTOVSKÝ MIKULÁŠ

ÚVOD

Tvorba Manuálu označovania prevádzok a umiestňovania terás v Centrálnej mestskej zóne mesta Liptovský Mikuláš je založená na snahe ochrany tejto zóny a jej urbanistického a architektonického charakteru, ako aj jej verejných priestranstiev od „reklamného smogu“.



MAPA DOTKNUTÉHO ÚZEMIA



VŠEOBECNÉ ODPORÚČANIA

- reklama musí rešpektovať charakter objektu
- návrh riešenia reklamných stavieb v rámci navrhovanej prevádzky musí byť súčasťou Dokumentácie o stavebné povolenie (DSP), a následne sa nesmie meniť a rozširovať
- reklama nesmie byť dominantná a jej umiestnenie nesmie prekryvať architektonické prvky budovy
- na fasáde objektu môže byť umiestnené výhradne hlavné označenie prevádzky a prípadne štít prevádzky, pričom ostatné reklamné prvky sú neprípustné. Takto umiestnená reklama musí byť riešená koncepčne s rešpektovaním individuálnych hodnôt pamiatkového fondu.
- informačne a propagačne zariadenia umiestnené na pamiatke a nehnuteľnosti v pamiatkovom území musí svojim výtvarným prevedením zohľadňovať architektonický a estetický výraz objektu (základné členenie priečelia a jeho významné detaily: vstupné portály, rímsy, pilastre, balkónové zábradlia..),
- plošné tabuľové reklamy a plošné reklamy krabicového typu sú na historických objektoch neprípustné,
- v pamiatkovom území sa zakazuje situovanie dlhodobo osadených veľkoplošných reklám (billboardy, bigboardy, banery, veľkoplošné obrazovky a pod.) ako i LED obrazoviek a iných typov svetelných reklám – výnimkou môžu byť krátkodobé reklamy kultúrnych, spoločenských a iných verejných podujatí, či umiestnenie takejto reklamy počas samotného podujatia
- použitie reflexných, fosforeskujúcich a ostrých kontrastných farieb je zakázané. Odporúča sa pracovať s minimom farieb (1 – 2 farby), ktoré musia vhodne dopĺňať farebnosť fasády
- hlavný text reklamy (hlavné nápisy a označenia prevádzky, či štíty prevádzok) musia obsahovať minimum informácií (napr. názov, rok založenia). Reklama sa nesmie opakovať na viacerých typoch označenia (povolené je opakovanie názvu na hlavnom označení a štíte prevádzky)
- umiestnenie reklamy a označenia prevádzky minimalizovať na plochách výplní okenných a dverných otvorov,
- doplnkové informácie o ponúkanom tovare, či aktuálnych zľavách môžu byť umiestnené formou polepu na výklad prevádzky, či v rámci reverzibilného zariadenia za výkladom, prípadne v presklennej vitríne (tieto musia však spĺňať podmienky stanovené nižšie v dokumente)
- použitie priamo svietiacich a blikajúcich reklám je neprípustné. Reklama môže byť osvetlená iba inverzne.
- všetky reklamné zariadenia, vrátane hlavného označenia prevádzok a doplnkového označenia, je možné umiestniť iba v parteri t.j. len v úrovni 1. Nadzemného podlažia (v rámci historických budov tvorí predel medzi 1. a 2. NP rímsa.
- umiestňovanie reklamných stavieb a iných zariadení s plochou väčšou ako 2,5m² je v rámci pamiatkovej zóny neprípustné

- informačné a propagačné zariadenia riešiť na vysokej umelecko-remeselnej a výtvarnej úrovni s uprednostnením originálnych stvárnení – pri návrhu reklamy sa odporúča využiť služby profesionála (dizajnéra, alebo architekta)
- osadenie reklamy v pamiatkovej zóne mesta je neprípustné:
 - na strechách objektov a na všetkých nadzemných podlažiach okrem parteru (1. Nadzemné podlažie), pričom za hranicu medzi 1. NP a 2. NP sa považuje rímsa objektu
 - na stĺpoch verejného osvetlenia, prípadne iných stĺpoch technickej infraštruktúry
 - na výtvarných dielach a zeleni
 - na doplnkových ornamentálnych prvkoch, ktoré sú integrálnou súčasťou objektov (napr. kované zábradlia schodísk, balkónov, pavlačí, na parapetoch okien a pod.)
- reklama nesmie zasahovať a zaberáť verejné priestranstvá. Za takúto nevhodnú reklamu sa považujú reklamné Áčka, vlajky a iné samostatne stojace nosiče (výnimku tvoria štíty prevádzok a reklamné Áčka umiestnené do verejného priestranstva mestom za účelom propagácie kultúrnych podujatí, trhov, slávností a pod.)
- predávaný tovar sa nesmie umiestňovať a vystavovať vo verejnom priestranstve pred obchodmi (výnimkou je tovar predávaný sezónne v rámci podujatí organizovaných mestom, napr. počas trhov)
- umiestňovanie reklamných vitrín na fasády objektov je zakázané
- akékoľvek reklamné pútače a zariadenia, ktoré sú umiestnené na budove, v budove, alebo mimo budovy a sú osvetlené, resp. priamo vyžarujú svetlo nesmú presiahnuť hodnotu 10lx od 6:00 do 22:00 a 2lx od 22:00 do 6:00
- reklamné pútače a zariadenia zároveň nesmú blikať a priamo žiariť do priestoru – odporúča sa inverzné osvetľovanie reklamy
- farba osvetlenia musí byť biela, resp. žltá a nesmie byť zelená, modrá, príp. iná výrazná farba. Odporúča sa teplota osvetlenia v rozmedzí 2500–4000 K

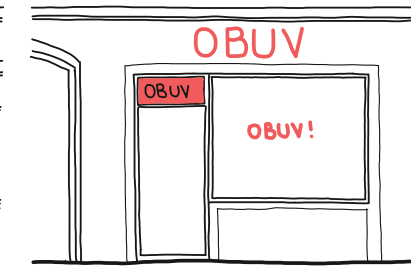
OZNAČENIE PREVÁDZOK

PREVÁDZKA

HLAVNÉ OZNAČENIE PREVÁDZOK

Označenie jednej prevádzky v rámci budovy

Zlý príklad

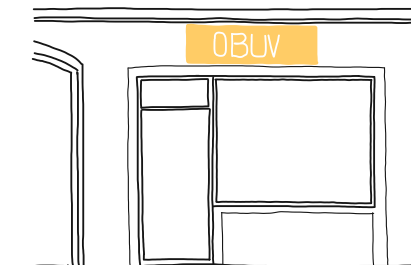


1. Reklama prevádzky sa opakuje a hlavný nosič vytŕča do priestoru a ruší celkový architektonický výraz budovy.

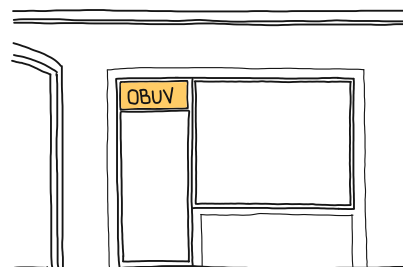
2. Výrazná duplicita reklamy, ktorá je neprípustná.

- názov prevádzky alebo jej prevládajúcej funkcie neduplikujeme
- v hlavnom názve neuvádzame detailné informácie
- hlavný názov nesmie prekryvať architektonické prvky budovy
- vyhnúť sa používaniu nečitateľných a deformovaných typov písma

Dobrý príklad



- v prípade označenia jednej prevádzky môže byť toto označenie umiestnené vo voľnej ploche medzi rímsou a okennými / dvernými otvormi tak, aby neprekryvalo hodnotné plastické časti fasády
- alternatívne môže byť nápis umiestnený na skle vstupných dverí, prípadne na časti výkladu [nesmie sa však duplikovať]



1. Výborný príklad hlavného označenia prevádzky zhotoveného zo samostatných kovových písmen.

2. Vhodný príklad označenia prevádzky umiestneného nad vstupom a výkladom prevádzky zhotoveného ako celistvý nosič v neutrálnych farbách korešpondujúcich s farebnosťou objektu.



3. Vhodné označenie prevádzky zo samostatných písmen v neutrálnej farebnosti umiestnené osovo nad vstup a výklad prevádzky.

- okolo nápisu je potrebné ponechať dostatočný priestor, aby sa zaistila jeho čitateľnosť
- dôraz by mal byť kladený na výber kvalitného typu písma
- pri umiestňovaní hlavného označenia prevádzky na historickú budovu a jej časti sa odporúča aplikovať nápisi vytvorené z individuálnych písmen vyhotovených kvalitných materiálov (drevo, kov, sklo, plast) a v neutrálnych (šedá, čierna, hnedá, ...)
- nápis umiestnený na ploche-pútači a mal by mal byť zhotovený z kvalitných materiálov (drevo, kov, sklo, plast) a v neutrálnych (šedá, čierna, hnedá, ..) prípadne komplementárnych farbách k farbe budovy
- nápis by mal obsahovať výlučne názov predajne bez zbytočných doplnkových informácií (povolené sú napr. doplnkové infomácie ako typ predajne napr Obuv Baťa, alebo Martinus est. 2000)
- v prípade osvetleného názvu musí byť nápis nasvietený inverzne a nesmie blikať, pričom maximálne intenzita osvetlenia môže byť 500 lx a povolené sú iba teplotné odtiene bielej (2000 – 4000k)
- tieto pravidlá sú platné i pre označenie kioskov a predajných stánkov

Detail hlavného označenia prevádzky

Zlý príklad



1. Príklad označenia prevádzky, ktorý je ťažko čitateľný a obsahuje príliš veľa informácií.



2. Príklad nečitateľného nápisu obsahujúceho zbytočne veľa informácií, ktorý zároveň prekrýva architektonické prvky budovy.

Dobrý príklad



- všetky orientačne nepodstatné informácie (kontaktné údaje, podrobná špecifikácia sortimentu a pod.) nesmú byť umiestnené na hlavnom označení prevádzky

- nápis musí obsahovať nevyhnutné a pre orientáciu užitočné informácie ako je názov prevádzky, prípadne špecifikáciu jej zamerania, či založenie prevádzky

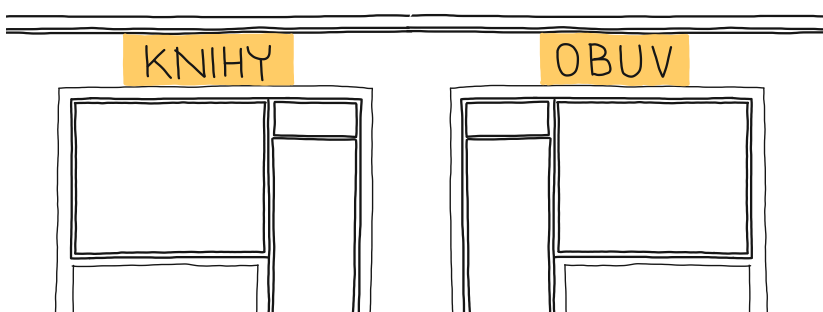
- Príklad čistého, jednoduchého označenia prevádzky, ako i doplnkového označenia
- Príklad čitateľného označenia prevádzky s jednoduchou a prípustnou doplnkovou informáciou o charaktere prevádzky.

Označenie viacerých prevádzok rámci budovy (príp. viacerých druhovo podobných budov) s priamym vstupom do prevádzky

Zlý príklad



Dobrý príklad



- nejednotné riešenie nosičov reklamy v rámci jednej budovy (príp. viacerých druhovo podobných budov) je neprípustné
- nosič prevádzky nesmie pokrývať hodnotné architektonické prvky budovy

1. Príklad nejednotného riešenia nosičov viacerých prevádzok v rámci jednej budovy.
2. Nevhodný príklad riešenia, veľkosti a umiestnenia reklamných nápisov viacerých prevádzok v rámci jednej budovy.

- optimálnym riešením nápisov rozličných prevádzok v rámci jednej budovy je jeden nápis na jednu prevádzku, pričom musia byť všetky v jednotnom štýle a jednotnom umiestnení (ideálne v páse nad vstupmi do prevádzok, prípadne na vstupných dverách, alebo časti výkladu)



1. Príklad jednotného a vkusného umiestnenia a spracovania nosičov hlavného označenia prevádzok.

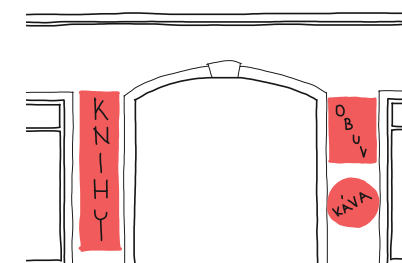
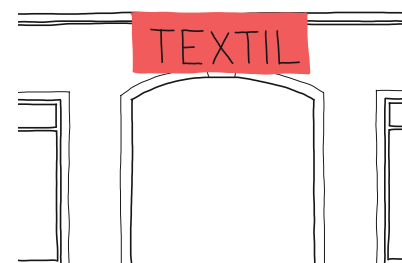
2. Vhodný spôsob označenia prevádzky vo voľnom páse nad vchodom formou samostatných písmen (Prešov, Slovensko).

3. Dobrý príklad inverzného osvetlenia hlavného označenia prevádzky zo samostatných písmen (Bratislava, Slovensko).



Označenie viacerých prevádzok rámci budovy ktoré sú umiestnené na poschodí resp. v dufarte alebo vnútornom dvore

Zlý príklad



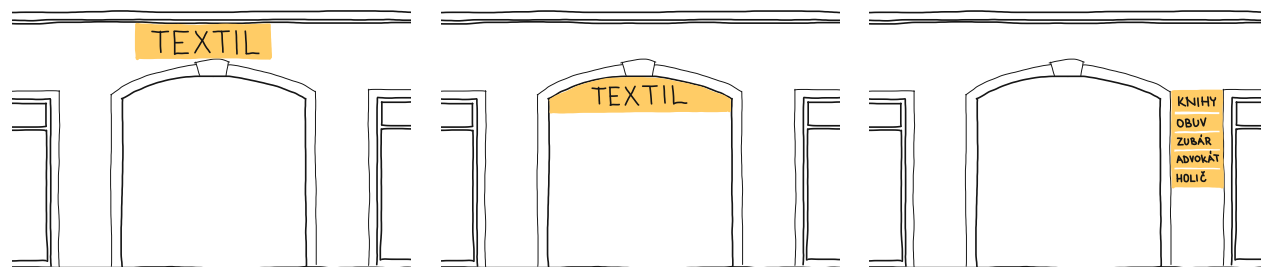
- optimálnym riešením nápisov rozličných prevádzok v rámci jednej budovy je jeden nápis na jednu prevádzku, pričom musia byť všetky v jednotnom štýle a jednotnom umiestnení (ideálne v páse nad vstupmi do prevádzok, prípadne na vstupných dverách, alebo časti výkladu)
- vyžaduje sa tiež jednotná koncepcia označenia prevádzok (veľkosť nápisu, vizuálny štýl, materiálovosť, a pod.), pričom sa odporúča využitie jednotlivých písmen
- okrem týchto odporúčaní platia aj odporúčania spomenuté v sekcii vyššie (viď Označenie jednej prevádzky v rámci budovy (dobrý príklad))

- nosiče prevádzok nachádzajúcich sa na poschodí, v pasáži / dufarte, alebo vo dvore objektu nesmú pokrývať hodnotné architektonické prvky budovy
- nejednotné riešenie nosičov prevádzok v rámci jednej budovy (napríklad na okrajoch vstupu do pasáže/dufartu) je neprípustné

1. Označovanie prevádzok umiestnených na poschodí, v pasáži / podchode, alebo vo dvore jednej budovy je potrebné zjednotiť.

2. Označovanie prevádzok by malo byť materiálom a farebne zladené a nesmie poškodzovať a zakrývať prvky budovy.

Dobrý príklad



- v prípade umiestnenia jednej prevádzky na poschodí, v pasáži / podchode, alebo vo dvore objektu je vhodné riešiť nosič v jednotnom štýle a jednotnom umiestnení (ideálne v páse nad vstupmi do dvora, prípadne v priestore vstupného otvoru) s ostatnými nosičmi prevádzok umiestnených v rovnakej budove

- v prípade umiestnenia viacerých prevádzok na poschodí, v pasáži / podchode, alebo vo dvore objektu je potrebné umiestniť nosiče prevádzok do jednotného označenia (napr. formou lištovníka) na jeden alebo oba boky vstupu do pasáže / podchodu, prípadne na vnútornú stenu tejto pasáže / podchodu

- takýto nosič pre viac prevádzok musí byť navrhnutý v jednotnej koncepcii označení prevádzok (veľkosť nápisu, vizuálny štýl, materiál, a pod.)

- odporúča sa používať lištové nosiče, ktoré ponúkajú variabilnú možnosť zmeny reklamy pri zmene prevádzky (alternatívou sú polepy na sklenenom / kovovom nosiči, ktoré sa dajú jednoducho odstrániť a nahradiť)

- označenie prevádzok v samotnom dufarte je musí byť riešené formou hlavného označenia prevádzky priamo nad vstupom do danej prevádzky v pasáži / dufarte / dvore (viď časť Hlavné označenie prevádzky), prípadne menším doplnkovým označením (napr. tabuľkou) vedľa vchodu do tejto prevádzky



1. Príklad jednotného a vkusného umiestnenia a spracovania nosičov hlavného označenia prevádzok.

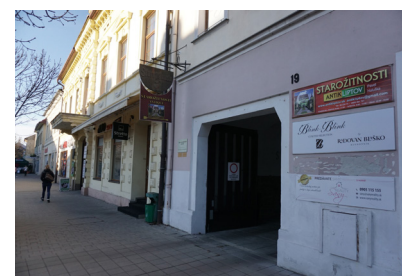
2. Vhodný spôsob označenia prevádzky vo voľnom páse nad vchodom formou samostatných písmen (Prešov, Slovensko).

3. Dobrý príklad inverzného osvetlenia hlavného označenia prevádzky zo samostatných písmen (Bratislava, Slovensko).

ŠTÍTY PREVÁDZOK

Označenie jednej prevádzky v rámci budovy

Zlý príklad



Dobrý príklad



- štít prevádzky v žiadnom prípade nesmie zasahovať do bezzásahovej zóny rímsy, prípadne ju presahovať.

- štít by nemal byť umiestnený na nároží objektu, minimálna prípustná vzdialenosť umiestnenia štítu od nárožia je minimálne 1 meter, aby sa zabránilo kumulácii reklamy v dotyku dvoch fasád budovy

1. Štít nesmie zasahovať do bezzásahovej zóny rímsy a ani ju presahovať a zasahovať tak to 2. NP budovy.

2. Umiestnenie viacerých štítov pre potreby jednej prevádzky je nepripustné.

- v rámci jednej budovy môže byť na túto budovu umiestnený iba jeden štít

- štít by mal byť umiestnený pri vchode do prevádzky, prípadne pri okraji výkladu tejto prevádzky

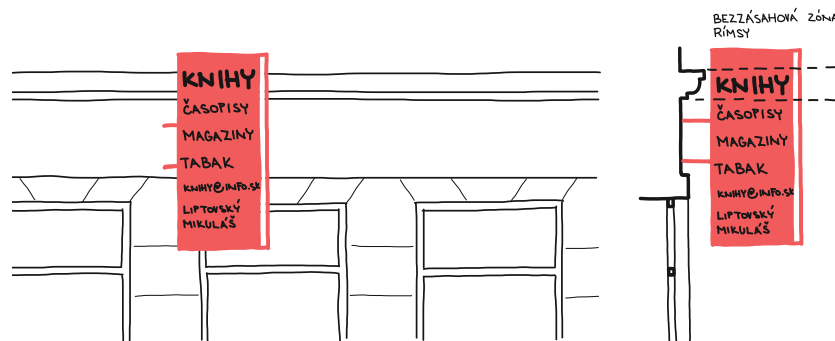
- štít by mal byť subtilný a nemal by presiahnuť rozmery 0,5 m x 0,5 m (resp. 0,25m² – platí napríklad pre kruhový dizajn)

1. Vhodný príklad umiestnenia a dizajnu štítu prevádzky.

2. Vhodný príklad umiestnenia a dizajnu štítu, ktorý je zároveň hlavným nositeľom informácie o prevádzke.

Detail štítu prevádzky

Zlý príklad



1. Nevhodný príklad umiestnenia zbytočných informácií na štít prevádzky a duplikácia informácií v rámci označenia prevádzky

- nejednotné riešenie nosičov reklamy v rámci jednej budovy (príp. viacerých druhovo podobných budov) je neprípustné
- nosič prevádzky nesmie prekryvať hodnotné architektonické prvky budovy

Dobrý príklad

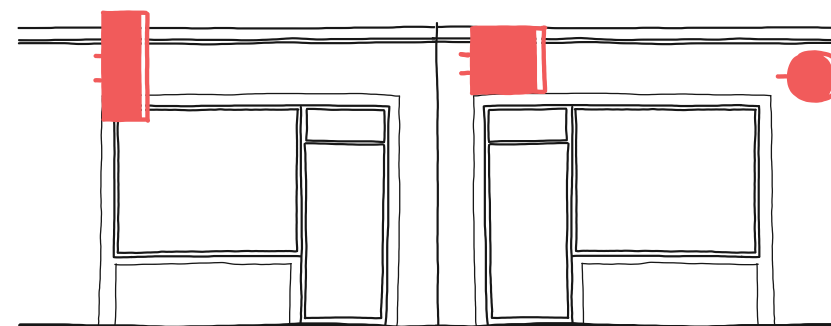


1. Dobrý príklad jednoduchého, jasného a čitateľného označenia prevádzky štítom

- pri štítoch, rovnako ako pri hlavných nápisochoch platí, že je potrebné komunikovať iba nevyhnutné informácie (predovšetkým názov prevádzky, prípadne krátku doplnkovú informáciu o type prevádzky)

Označenie viacerých prevádzok v rámci viacerých druhovo podobných budov s priamym vstupom do prevádzky

Zlý príklad

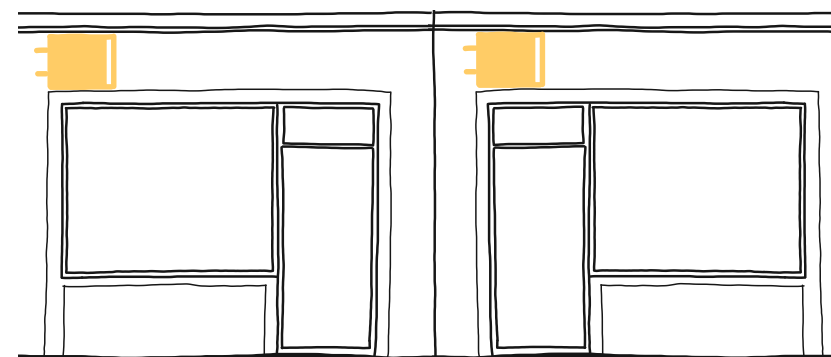


- v rámci jednej, prípadne viacerých druhovo a štýlovo podobných budov je neprípustné ich chaotické a rôznorodé umiestňovanie



1. Nevhodný príklad rôznorodého umiestnenia štítov, z ktorých niektoré zároveň porušujú základné princípy umiestňovania štítov, v rámci budov s podobne vysokým paterom.

Dobrý príklad

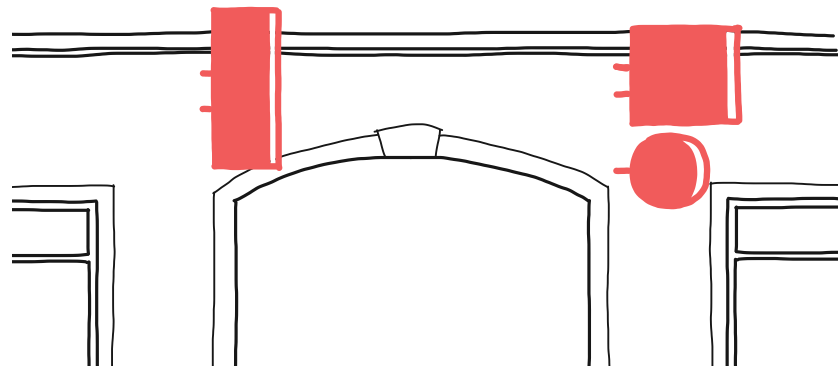


1. Dobrý príklad riešenia štítov rôznych prevádzok umiestnených v jednej budove (Bratislava, Slovensko).

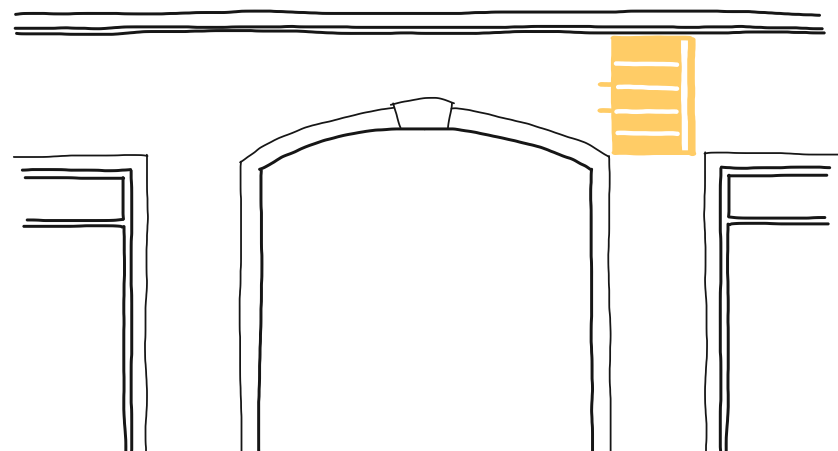
- štíty je potrebné v rámci jednej budovy, prípadne viacerých druhovo a štýlovo podobných budov umeisťňovať v jednej rovine, pričom nesmú prekryvať kľúčové architektonické prvky budovy (napr. rímsu, šambrány, rímsičky a pod.)
- v rámci jednej budovy, prípadne viacerých druhovo a štýlovo podobných budov je nevyhnutné štíty štýlovo, materiálovo, tvarovo i veľkostíne zjednotiť
- vždy platí pravidlo jedna prevádzka = maximálne jeden štít. Výnimku môže tvoriť prevádzka, ktorá je umiestnená na nároží a je orientovaná do viacerých ulíc/častí verejného priestoru. V takom prípade je možné umiestniť rovnaký štít do oboch týchto ulíc/častí v. p.

Označenie viacerých prevádzok v rámci budovy ktoré sú umiestnené na poschodí resp. v podchode alebo vnútornom dvore

Zlý príklad



Dobrý príklad



- štíty označujúce prevádzky, ktoré sa nachádzajú na poschodí, v podchode / pasáži, alebo vo dvore sa nikdy nesmú umiestňovať nad / pod seba
- zároveň je neprípustné ich chaotické a rôznorodé umiestňovanie

1. Nevhodný príklad označenia viacerých prevádzok nachádzajúcich sa na poschodí, v podchode / pasáži, alebo dvore štítm

2. Príklad nejednotného riešenia a umiestnenia štítov prevádzok v rámci jednej budovy, ale i reklamných nápisov a polepov výkladov týchto prevádzok prevádzok, na ktorých sa zároveň opakujú informácie a v neprípustnej miere zakrývajú parter budovy.

- v prípade označenia viacerých prevádzok štítom, ktoré sa nachádzajú na poschodí, v podchode/pasáži, alebo vo dvore je nevyhnutné aplikovať jednotný dizajn spoločného štítu, ktorý bude združovať tieto prevádzky

- dizajn takéhoto združeného štítu môže mať formu reverzibilného lištovníka, prípadne vymeniteľného polepu na trvácnom materiáli (sklo, kov, atď.)

- združený štít musí spĺňať všetky kritériá uvedené v kapitole vyššie

Reklama umiestnená v rámci výkladu

Zlý príklad



- celoplošné prekrytie výkladu polepom, respektíve iným typom označenia je neprípustné

- reklama umiestnená v rámci výkladu nesmie duplikovať informácie obsiahnuté v rámci hlavného označenia prevádzky, respektíve štítu

- reklama sa nesmie inštalovať na okná, ktoré nie sú výkladom prevádzky

- do okenných otvorov nachádzajúcich vo vyšších nadzemných podlažiach (2., 3., atď.) a na streche nie je dovolené inštalovať žiadny druh reklamy

- reklama umiestnená vo výklade nesmie blikať ani priamo svietiť

- do výkladov sa neodporúča umiestňovať obrazovky



1. Nevhodný príklad polepu pokrývajúceho celý výklad. Nevhodné je taktiež opakovanie názvu prevádzky na polepe výkladu.

2. Nevhodný príklad polepu pokrývajúceho celý výklad prevádzky.

3. Umiestňovanie reklamy v nadzemných podlažiach budovy je neprípustné.



Dobrý príklad

- doplnková reklama sa primerane umiestňuje do jeho výkladu, pričom umiestňovanie reklamy na budovu je neprípustné (výnimkou je hlavné označenie prevádzky, príp. umiestnenie štítu)

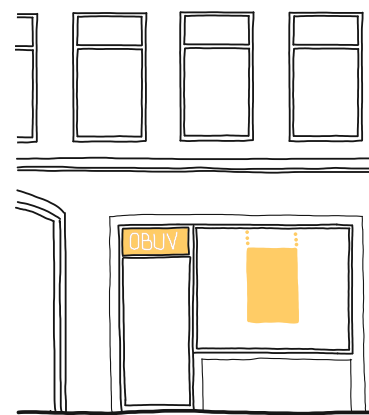
- výklad je reprezentatívnou časťou obchodu a priamo komunikuje s potenciálnym zákazníkom. Preto sa odporúča minimalizovať reklamu umiestnenú vo výklade na minimum a nahradiť ju vystavením ponúkaného tovaru

- reklama, ktorá je súčasťou výkladu musí byť spracovaná profesionálne a mala by byť integrálnou súčasťou komunikačnej identity prevádzky

- reklama vždy musí byť umiestnená z vnútornej strany výkladu

- reklama môže zaberáť maximálne 20% plochy výkladu v ktorom sa nachádza, príp. akákoľvek reklama umiestnená na presklených častiach všetkých výkladov zároveň nesmie presiahnuť 20%

- reklama umiestnená v rámci výkladu môže mať rôzne formy (nalepená, zavesená, atď.), pričom sa odporúča reverzibilná forma prezenčného panelu umiestneného na ľahkú konštrukciu. Tá by mala byť umiestnená orientačne v 1/2 ostena okna, minimálne však 10cm od skla výkladu



1. Vhodný príklad riešenia výkladu, ktorému dominujú vystavené produkty.

2. Vhodný príklad riešenia výkladu s umiestnením produktov, reverzibilných reklamných nosičov, či drobných polepov výkladu.

3. Vhodný príklad osvetlenia prvkov výkladu ako i inverzného osvetlenia hlavného označenia prevádzky

- osvetlenie výkladu nesmie prekročiť 500 luxov a teplota svetla by sa mala pohybovať v rozmedzí 2500-4000 K, nesmie žiariť priamo do verejného priestranstva a nesmie blikať

Cedulky a doplnkové informácie

Zlý príklad

- umiestňovanie amatérsky vyrobených ceduliek a doplnkových nápisov (otvorené / zatvorené, obedná prestávka, a pod.) na výklady a vstupy je zakázané

Dobrý príklad

- doplnkové cedulky a nápisy (otvorené / zatvorené, obedná prestávka, a pod.) je nutné navrhnuť spolu s ostatnou reklamou ako celok v jednotnom vizuálnom štýle

- pri zákazových, či príkazových cedulkách (zákaz vstupu s jedlom, psom, a pod.) sa odporúča vyhýbať sa agresívnym farbám (napr. červenej) a cedulky ladiť s celkovou koncepciou reklamy.

Výnimka

- prevádzka môže dočasne celoplošne zakryť výklad reklamou iba počas rekonštrukcie interiéru tejto prevádzky

- túto celoplošnú reklamu umiestnenú vo výklade je nevyhnutné odstrániť najneskôr v deň otvorenia prevádzky

- v rámci takejto reklamy sa odporúča komunikovať informačný obsah o pripravovanej prevádzke, predpokladanej dobe otvorenia, či o ponúkanom sortimente

- v prípade celkovej rekonštrukcie objektu, v ktorom sídli prevádzka, je táto prevádzka oprávnená umiestniť na lešenie dočasné označenie prevádzky formou baneru o rozmere max 0,5 x 0,5 m. Označenie musí obsahovať iba informácie nevyhnuté pre komunikáciu v danej situácii (napr. Kaviareň otvorená, a pod.). Toto označenie nesmie obsahovať výrazné a reflexné farby, či obrázky, alebo fotografie.

Reklamné Áčka, externé vlajky a iné samostatne stojace nosiče

Zlý príklad

- reklamné Áčka, externé vlajky a iné samostatne stojace nosiče je zakázané inštalovať vo verejnom priestore
- Áčko nesmie zasahovať do prirodzených vodiacich línií ani nezmenšovať minimálnu priechodnú šírku chodníka (1,5 m, príp. 1,75 m pri dotyku chodníka s fasádou budovy)
- Áčko nesmie byť osvetlené
- predávaný tovar sa nesmie umiestňovať a vystavovať vo verejnom priestranstve pred obchodmi (výnimkou je tovar predávaný sezónne v rámci podujatí organizovaných mestom, napr. počas trhov)



1. Nevhodný príklad umiestnenia externého pútača – vlajky pred prevádzku.
2. Reklamné Áčka musia byť spracované profesionálne a z trvácnych materiálov.
3. Nevhodný príklad umiestnenia tovaru do verejného priestranstva

Dobrý príklad

- výnimku tvoria štíty prevádzok a reklamné Áčka umiestnené do verejného priestranstva mestom za účelom propagácie kultúrnych podujatí, trhov, slávností a pod.
- Áčko musí byť zhotovené profesionálne a z trvácnych materiálov, pričom rám musí byť v neutrálnych farbách (napr. čierna, antracit, šedá, drevo)
- odporúčaný rozmer Áčka je 100 x 70 cm

EXTERIÉROVÉ TERASY

TERASY

Dizajn terás

Zlý príklad

- akékoľvek ohradzovanie terás, vytváranie pódii alebo ich iné priestorové ohraničovanie, či prestrešovanie je neprípustné
- mobiliár (stoličky, lavičky a stoly) umiestnený na terase nesmie byť z nekvalitných materiálov (napr. typový plastový záhradný nábytok)
- na terase nesmie byť umiestnený výčap, kasa, chladiace zariadenia, či zariadenia na prípravu jedál a nápojov
- na terase sa nesmú umiestňovať nadbytočné rušivé a reklamné prvky (výnimkou sú reklamné Áčka – vid' Reklamné Áčka, externé vlajky a iné samostatne stojace reklamné nosiče, prípadne umiestnenie nerušivej reklamy na volány markíz a slnečnikov)



Dobrý príklad

- letné terasy sú chápané ako sezónny prvok, ich inštaláciu vrátane sprievodných prvkov realizovať bez zásahov do pamiatkového fondu,
- terasa musí byť subtilná a tvorená iba mobiliárom (stoličky, lavičky a stoly), markízou, alebo slnečnikom, reklamným Áčkom (vid' Reklamné Áčka, externé vlajky a iné samostatne stojace reklamné nosiče) a príručným stolíkom / skrinkou pre umiestnenie príborov, menu, či dochucovadiel jedál a nápojov
- umiestnenie pivných zostáv je povolené iba vo dvoroch a ich umiestnenie na námestí je neprípustné



- mobiliár (stoličky, lavičky, stoly, slnečníky, markízy) umiestnený na terase musí byť riešený na vysokej dizajnerskej úrovni z kvalitného a trvácneho materiálu (drevo, kov, ratan), pričom farebnosť by mala sledovať celkovú identitu prevádzky (odporúčajú sa však neutrálne farby: čierna, antracit, šedá, pozink, drevo)
- terasa sa po záverečnej musí z verejného priestoru odstrániť úplne, prípadne minimalizovať jej priestorové parametre stohovaním jej prvkov. Prvky terasy uskladnené vo verejnom priestore stohovaním nesmú zasahovať do vodiacich línií a mali by byť stohované v hraniciach určených pre umiestňovanie terás. Ak je terasa sezónne uzatvorená (napr. v zime) musí byť terasa po túto dobu odstránená z verejného priestoru

1. Terasy nie je dovolené akokoľvek ohradzovať. Takéto riešenie vytvára bariéry vo voľnom pohybe chodcov.
2. Terasy nesmú byť tvorené stanmi ani inými typmi ohradenia a nesmú byť na ich prekrytie použité pevné markízy umiestnené v priestore — markíza sa smie používať iba v prípade ak je súčasťou objektu.

Umiestňovanie terás

Zlý príklad

- v rámci jednej prevádzky nie je možné umiestniť viacero terás
- terasa a jej všetky časti a prvky nesmú zasahovať do prirodzenej vodiacej línie a musia ponechať minimálnu priechodnú šírku 1,5 m



1. Terasy by mali byť kompaktné, nevytvárať bariéry v pohybe a ponechať min. 1,5 m priechodnú šírku chodníka.

Dobrý príklad

- terasa by mala byť kompaktná a jej príslušnosť ku konkrétnej prevádzke musí byť ľahko identifikovateľná
- pre jednu prevádzku môže byť vytvorená iba jedna terasa, pričom by mala byť kompaktná a prioritne umiestnená do pásu mobiliáru a zelene podľa grafickej prílohy
- umiestnenie terasy musí ponechať voľný priechodný priestor pre chodcov popri aktívnom parteri objektov o šírke minimálne 2,5 m. Zároveň musia terasy zachovávať bezpečnostný odstup od zásobovacej komunikácie/cyklotrasy minimálne 2 m.
- terasy musia rešpektovať priechody do dvorov a ponechať voľný priestor o šírke týchto vchodov, resp. minimálne 2 m. V prípade umiestnenia viacerých terás vedľa seba, musia tieto terasy zároveň ponechávať medzi sebou priechody pre peších o šírke minimálne 1,5 m podľa grafickej prílohy.
- slnečníky, či pergoly umiestnené na fasáde budovy musia rešpektovať existujúce stromy a nesmú zasahovať do ich korún
- všetky prvky terasy musia rešpektovať existujúce lavičky a nesmú k nim byť umiestnené bližšie ako 1,5 m

- vo výnimočných prípadoch môže byť terasa alebo jej časť umiestnená pri fasáde prevádzky, avšak nesmie byť širšia viac ako 1 m od tejto fasády. Takúto terasu sa odporúča riešiť formou malých kaviarenských stolov s možnosťou sedenia pre max 2 ľudí na 1 stôl
- v rámci pešej zóny sa odporúča implementácia variabilného sedenia podľa vzoru Sadni si!, a to predovšetkým v častiach s koncentrovanejším výskytom lavičiek a stromov.



1. Vhodný príklad riešenia kompaktného umiestnenia terasy v pásu mobiliáru a zelene.
2. Dobrý príklad materiálového a dizajnového riešenia terasy, ako i jej umiestnenia (Prešov, Slovensko).

Markízy a slnečníky

Zlý príklad

- použitie výrazných, kontrastných a reflexných farieb na markízach a slnečníkoch je neprípustné
- slnečník a markíza nesmie suplovať reklamnú plochu. Umiestnenie rozsiahlej reklamy na tieto prvky je preto neprípustné.



1. Terasy nesmú byť akýmkoľvek spôsobom ohradené, musia zachovávať stanovené odstupy od fasády budovy, a neprípustné je taktiež akékoľvek prestrešenie terasy okrem pergoly umiestnenej na budove, alebo slnečníka. Farba pergoly, alebo slnečníkov nesmie byť silne kontrastnej farby.

2. Nevhodný príklad použitia pevnej pergoly na prestrešenie terasy.

Dobrý príklad

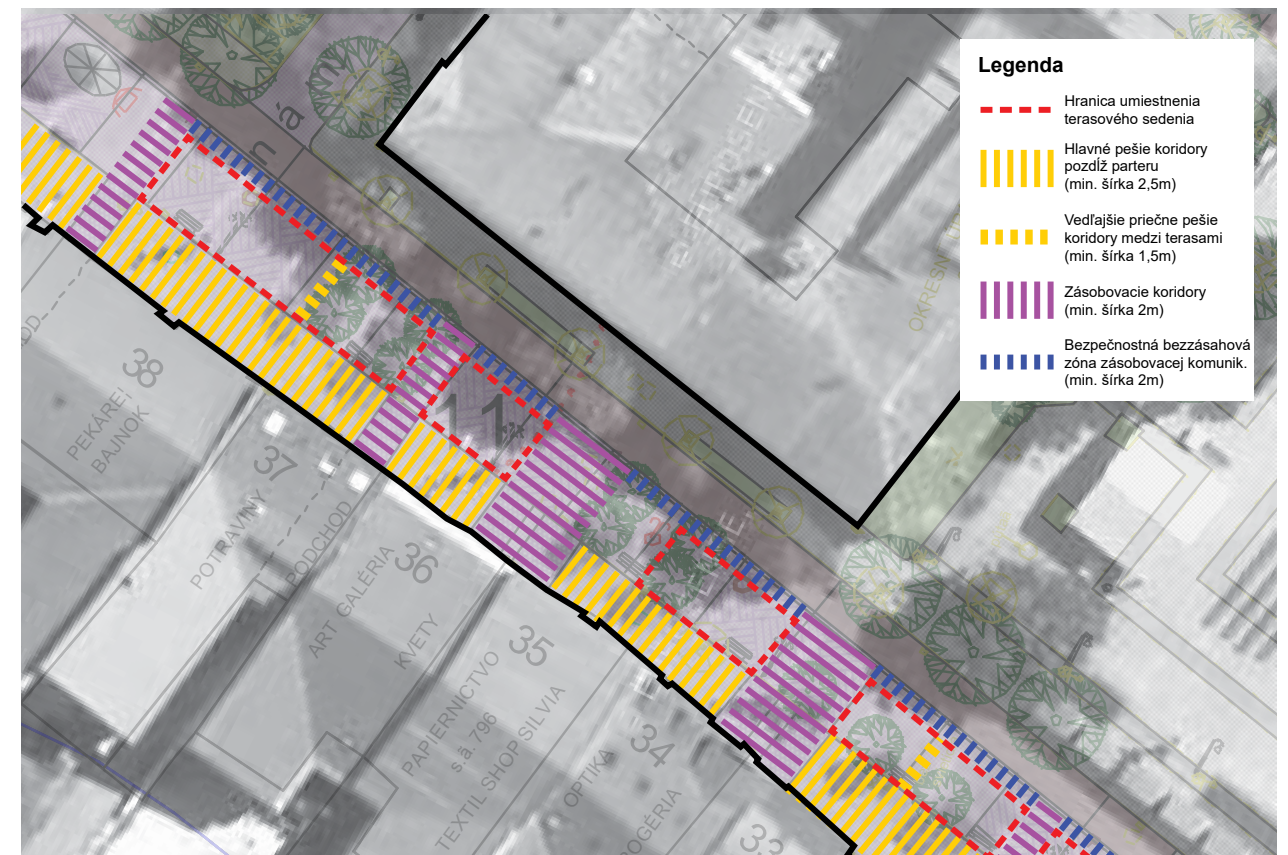
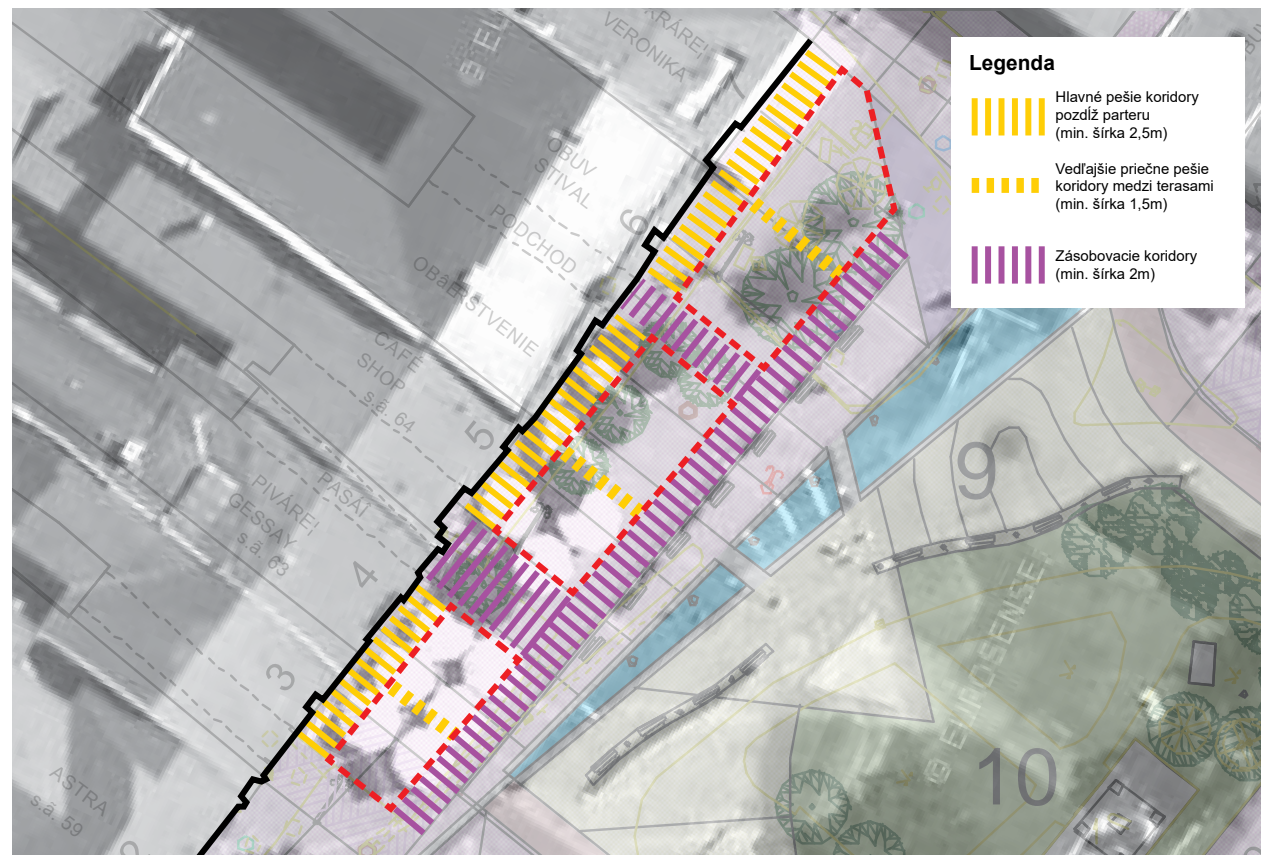
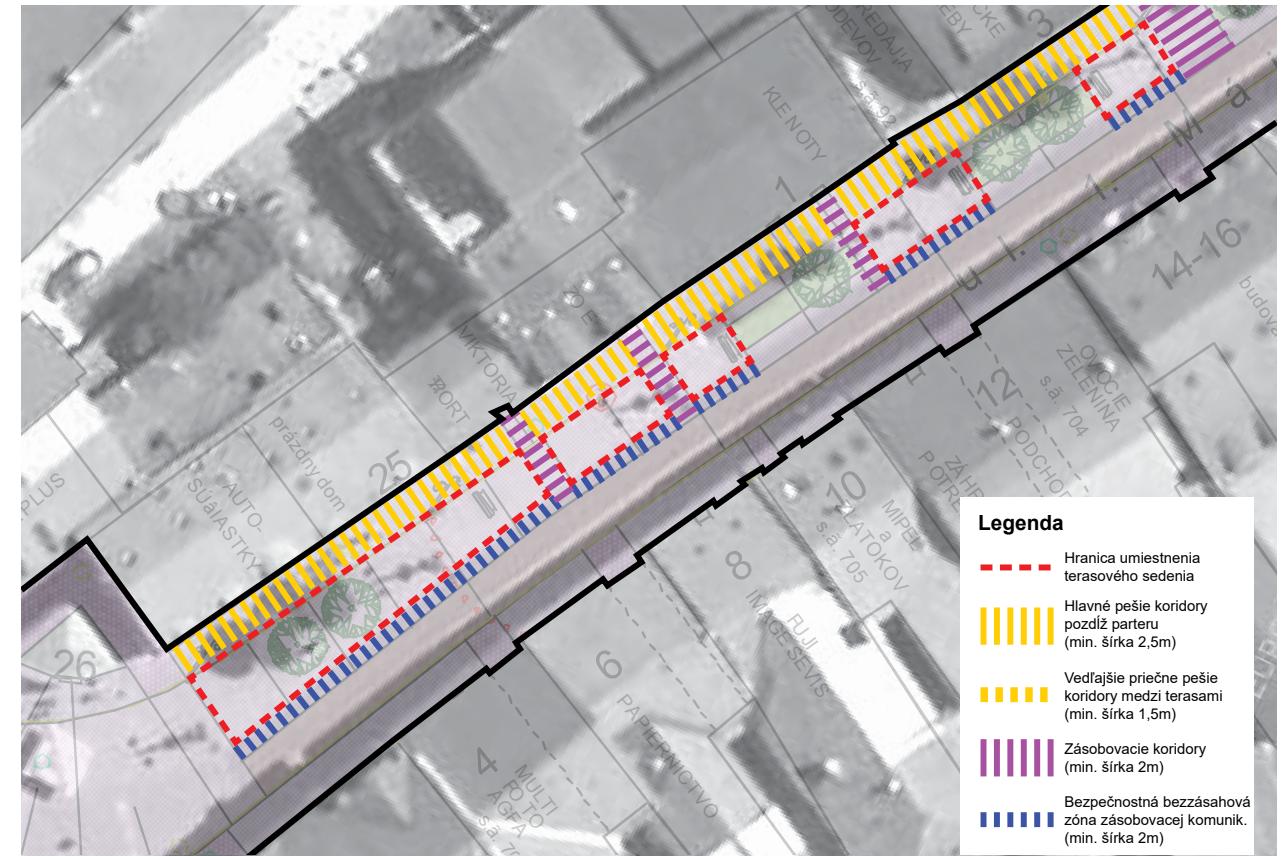
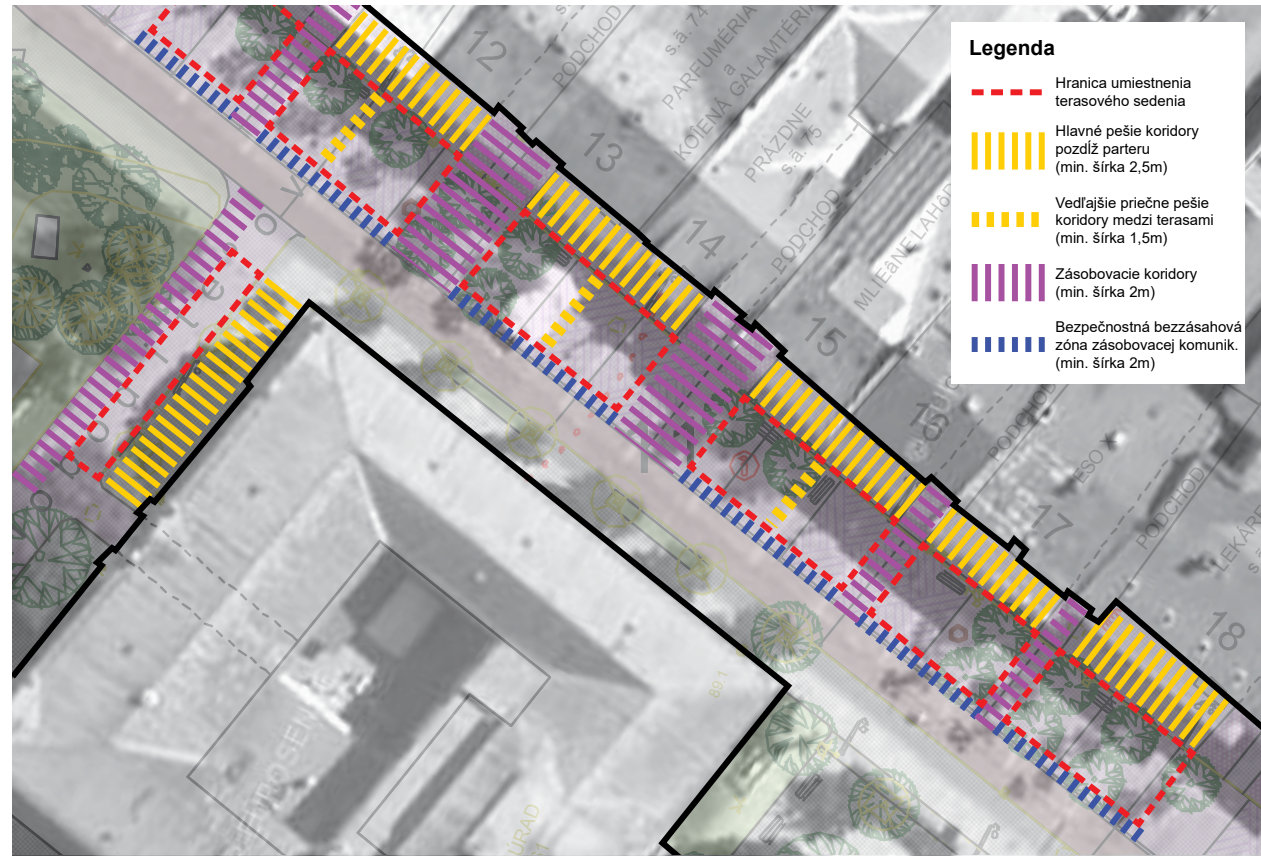
- na terasy umiestnené voľne vo verejnom priestore je povolené umiestňovať iba slnečníky
- terasy umiestnené pri fasáde budovy, v ktorej sídli prevádzka ku ktorej náležia je možné prekryť markízou pripevnenou na fasáde tejto budovy. Markíza zároveň nesmie prekryvať významné architektonické prvky budovy.
- markízy a slnečníky musia byť v neutrálnych svetlých farbách (preferuje sa biela, krémová, prípadne svetlo šedá)
- umiestnenie reklamy v rámci slnečníka, alebo markízy je prípustné iba na volánoch týchto prvkov



1. Vhodný príklad riešenia prestrešenia terasy formou pergoly umiestnenej na fasáde v adekvátnej farbe a taktiež akceptovateľný príklad skladovania nábytku terasy.

2. Vhodný príklad použitia slnečníkov adekvátnej farebnosti v rámci terasy, ako i jej umiestnenia.

REGULÁCIA UMIESTNENIA TERÁS V PEŠEJ ZÓNE



BIBLIOGRAFIA

Námestia by mali poskytovať viaceré funkcie súčasne, ktoré sú k sebe kompatibilné: komerčné aktivity a aktivity kultúrneho charakteru, vytváranie priestoru pre verejné administratívne úrady, komunitné centrá, kluby, knižnice, divadlá, kaviarne, bary atď.

Mestské dokumenty

Zásady ochrany pamiatkovej zóny Liptovský Mikuláš

VZN mesta Liptovský Mikuláš č. 7 / 2010 / VZN

Manuály

Manuál verejných priestranstiev mesta Prešov

Manuál reklamy v pamiatkovej rezervácii Žilina

Manuál dobrej praxe reklamy a označovania
provozovan v mestskej časti Brno-střed

Ostrava 360°: Kvalitní veškovní reklama
ze všech úhlu

Zákony a vyhlášky

Vyhláška MZ SR č. 539/2007 Z. z. o podrobnostiach
o limitných hodnotách optického žiarenia a požia-
davkách na objektivizáciu optického žiarenia
v životnom prostredí

Tvorba Manuálu
označovania prevádzok
a umiestňovania terás
v Centrálnnej mestskej
zóne mesta Liptovský
Mikuláš je založená
na snahe ochrany tejto
zóny, jej urbanistického
a architektonického
charakteru, ako aj jej
verejných priestranstiev
od „reklamného smogu“.

M

MANUÁL TVORBY
VEREJNÝCH PRIESTRANSTIEV

Dizajn manuál pešej zóny mesta
Liptovský Mikuláš



LIPTOVSKÝ
MIKULÁŠ



[Verejné
Priestory]

UzemnePlany.sk
porad v budúcnosti