



ЧКАЛОВСКИЙ

РУКОВОДСТВО по комплексному оформлению арендуемого помещения*

СТАНДАРТНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ:
ИНТЕРЬЕРНЫЕ РЕШЕНИЯ, ВЫВЕСКИ, ИХ РАЗМЕЩЕНИЕ
И ЭКСПЛУАТАЦИЯ, ВХОДНАЯ ЗОНА, ВИТРИНЫ, ДИЗАЙН

*возможны изменения технических требований

Пояснительная записка

Оказание всесторонней поддержки бизнесу наших партнеров – одна из наших главных целей. Команда Чкаловского всегда готова оказать маркетинговую помощь и поддержку компаниям-партнерам, в совместных проектах, таких как наружная реклама, интернет-реклама, pos-материалы и комплексные мотивационные программы, и поддержка открытия брендовых промо-стендов.

Разработанное нами руководство со стандартными решениями позволят вам не только занять достойные позиции в глазах ваших потенциальных покупателей, но и более эффективно взаимодействовать с ними через различные коммуникационные каналы.

Наша команда постоянно работает над поиском решений, идеально подходящих под нужды вашего бизнеса. Одним из инструментов поддержки, которую мы оказываем нашим партнерам, являются решения для оформления магазина и демонстрации фирменной продукции.

Основные цели и задачи разработки руководства:

- упорядочение размещения информационных конструкций (вывесок) в торговом центре;
- формирование полноценной архитектурной среды;
- разработка художественных решений вывесок и оформления отдела, гармонично сочетающихся с архитектурными, стилистическими и колористическими особенностями торгового центра.

Важнейшей задачей работы является упрощение порядка размещения и согласования информационных конструкций (вывесок).

Настоящее руководство дает возможность партнеру-заказчику, изучив положения концепции о месте размещения вывески, ее типе, типе подсвета, месте размещения на плоскости информационного поля текста, логотипа и товарного знака, самостоятельно оформить и установить конструкцию и оформить зону отдела.

В рамках создания данного руководства была проведена инвентаризация всех рекламных и информационных конструкций, размещенных на торговых площадках центра, проведена проверка конструкций на соответствие утвержденной стилистики.

 Красное обозначение (крестик) указывает на то, что конструкция не соответствует современным требованиям, архитектурным особенностям и стилистике оформления торгового центра.

Зеленое условное обозначение утверждает полное соответствие вывески требованиям настоящей концепции и возможность ее дальнейшей эксплуатации без каких-либо изменений и согласований.

Основные принципы выбора художественного решения информационной конструкции:

- Создание комфортного визуального пространства;
- Донесение до потенциального потребителя хорошо просматриваемых сведений о деятельности компании и сфере услуг.

Термины и определения

Входная группа отдела - набор конструкций, которые образуют единую законченную композицию для создания оформленного в едином стилистическом решении входного проема;

Витрина - остекленная часть фасадов отдела;

Фриз - декоративный элемент в виде горизонтальной полосы или ленты. Увенчивающей или обрамляющий периметр, площадь или часть отдела;

Единая горизонтальная ось - это условная прямая линия, относительно которой располагаются вывески;

Вывеска - информационная конструкция, размещаемая над входом, не содержащая сведений рекламного характера.

К типам вывесок относятся:

- **Потолочная конструкция** - конструкция вывесок, располагаемая параллельно к потолку, перекрытиям, непосредственно крепится к ним же;
- **Световой короб**;
- **Объемные или плоские буквы** и знаки без подложки или с подложкой;
- **Панель-кронштейн** - конструкция вывесок, располагаемая перпендикулярно к поверхности фризов и вывесок и их конструктивных элементов, устанавливается вертикально.

Описание вывески и информационных табличек:

1. Вывеска состоит из графической и текстовой части.
2. Графическая часть содержит только логотип.
3. Текстовая часть содержит только название организации и род ее деятельности.
4. Высота фриза, вывески, потолочной конструкции не должна превышать 0,5 м.
5. Логотип организации может превышать максимальную высоту текстовой части настенной конструкции не более чем на 20%.
6. При горизонтальном расположении панель-кронштейн не должен превышать высоту настенной конструкции на этом же фасаде.
7. Максимальная ширина всей конструкции панель-кронштейна - 0,8 м.
8. Потолочная конструкция конструкции должна отступать от уровня потолка не менее, чем на 5 см и не должна превышать 15 см в толщину.
9. Панель-кронштейн находится на одной горизонтальной оси с основным фризом.
10. Расстояние между панель-кронштейнами определяется крайними точками площади отдела.
11. Размещение информации, не предусмотренной пунктами 2; 3 стандартных требований, на вывесках не допускается.
12. Вывеска формируется из логотипа организации, ее названия и рода деятельности.
13. Элементы вывески размещаются в единичном экземпляре. Допускается дублирование только одного элемента вывески. На вывеске должно располагаться не более четырех элементов. Допустимо использование фирменного паттерна.

Требования к размещению и эксплуатации вывесок и информационных табличек:

1. Все вывески на одной улице торгового центра должны быть отцентрированы относительно единой горизонтальной оси.
2. Каждая вывеска и (или) каждый элемент вывески центруются относительно окон, арок, дверей и других архитектурных элементов при расположении над ними.
3. При наличии нескольких юридических лиц или индивидуальных предпринимателей в одном здании устанавливаются вывески только из отдельных букв.
4. При наличии нескольких входов в помещение допускается размещать вывески над каждым входом.

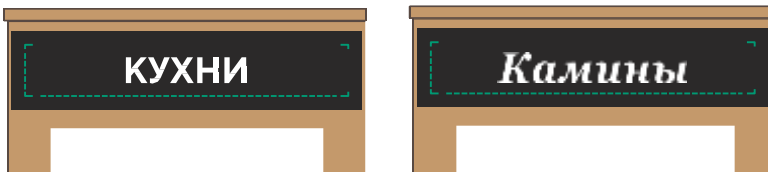
Не допускается:

1. Размещение текстовой и графической части вывески в разных плоскостях фриза одной входной группы;
2. Размещение вывески в виде глухой оклейки витрин или замены остекления витрин световыми коробами и экранами;
3. Использование разных цветовых решений панель-кронштейна и плоскости вывески фриза при оформлении одной потолочной конструкции;
4. Установление настенных конструкций различных видов в пределах одной входной группы;
5. Непосредственно на остеклении витрины допустимо однотонное написание информации, состоящей только из букв, занимающей собой не более 30% площади витрины.
6. Вертикальная установка вывески на угловых глухих плоскостных частях фасада, состоящей только из букв, допустима при условии размещения ее в границах отметки покрытия пола до отметки потолка второго этажа.
7. У каждого входа в здание располагается не более двух информационных табличек. Информационные таблички могут быть как одного типа, так и разных.
8. При наличии в одном здании более двух юридических лиц или индивидуальных предпринимателей информационные таблички различных юридических лиц или индивидуальных предпринимателей заменяются на один общий указатель, на котором будут размещены логотипы и названия организаций с указанием этажа и номера офиса.
9. При группировке информационных табличек сменные модули должны иметь одинаковые размеры, схему расположения информации и цветовое решение.
10. Вывески и информационные таблички должны содержаться в чистоте.
11. Размещение несветовой вывески.

Как правильно разместить вывеску

Все проекты согласовываются с отделом маркетинга и службой главного инженера

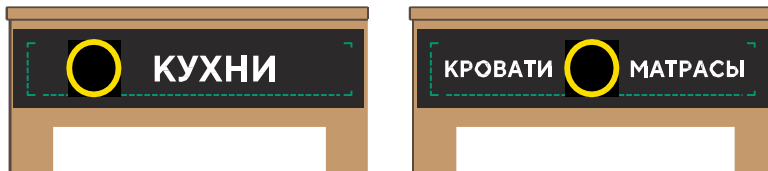
ВЫВЕСКИ, ОБОЗНАЧАЮЩИЕ РОД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



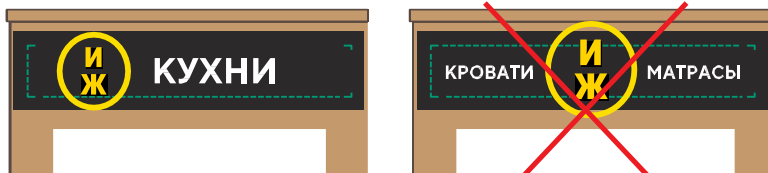
Вывеска обязана занимать все отведенное пространство.

ВЫВЕСКИ С ЛОГОТИПАМИ

К логотипам относятся фирменные знаки, фирменный шрифт, а также комбинации.



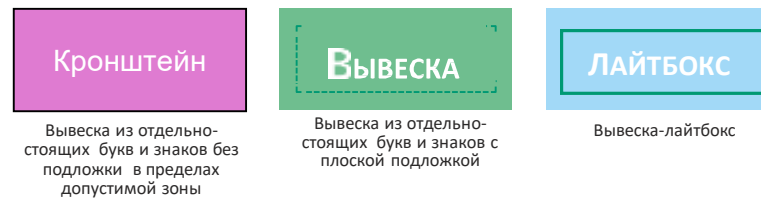
Если форма логотипа не позволяет эффективно вписать его в зеленую зону, то допускается выйти из границы зеленой зоны на 15-20% при условии, что элементы логотипа при этом не будут перекрывать и касаться перекрытий.



Допустимо

Недопустимо

Вывески допустимо размещать только в указанных стандартах.



Администрация оставляет за собой право не согласовать дизайн-проект, представленный Арендатором, по причине несоответствия последнего общему архитектурному и стилистическому оформлению ТЦ и/или некачественного исполнения.

Время для проведения работ устанавливает Администрация.

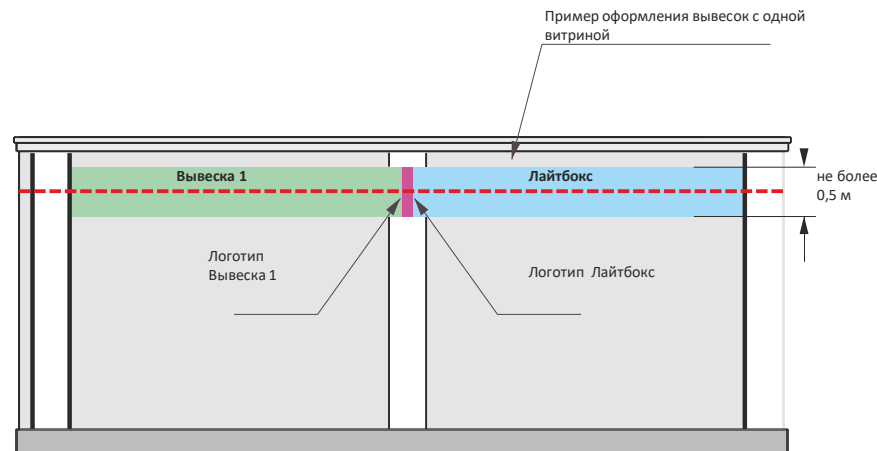
Ширина монтируемого фриза должна составлять 50 см.

Расстояние от пола до нижней точки фриза 2,5 м.

Крепление фриза над отделом дополнительно согласовать со службой маркетинга.

Пример оформления, а также тех. условия для размещения фриза внутри ТЦ размещены на сайте <https://chkalov-mebel.ru/documentation> Приложение№8.

Крепление (перфорация) в колонны и ригельную перевязку (балку) перекрытий запрещено.



Разрешенные к установке виды вывесок

САМЫМ ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНЫМ ВИДОМ ВЫВЕСОК ЯВЛЯЮТСЯ:

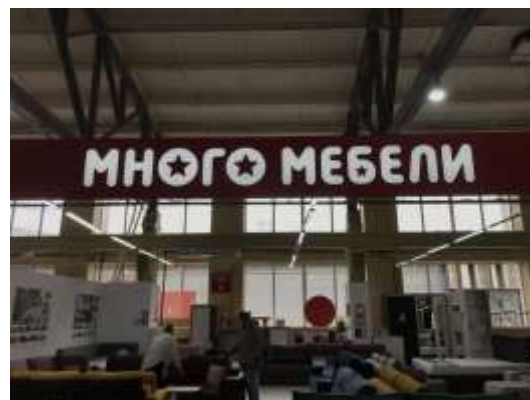
- **Световые буквы и логотипы на подложке** (декоративная панель);
- **Буквы на подложке могут быть плоскими или объемными, световыми;**
- **Световые буквы на подложке могут быть с внутренней или контр ажурной подсветкой.** Сама подложка свет может не излучать;

Размер и длина вывески должны охватывать все свободное внешнее пространство отдела, обозначая периметр, границы отдела, согласно плана помещения, соответствовать по высоте.

ЦВЕТ ПОДЛОЖКИ:

- Подложка может быть любого цвета. Темный цвет подложки эффективен, когда располагающийся рядом отдел размещает светлую вывеску. В случаях, когда подложка расположена на фоне стены, подойдут светлые оттенки;
- Соседне граничащие вывески у разных отделов должны отличаться по цвету или шрифтовому оформлению.

Недопустима также разная высота и размеры фриза (вывески).




Удачные примеры



Оформление витрин

Витринное остекление и витринное пространство должны быть чистые, оборудование без повреждений. Арендатор обязан ежедневно, до открытия магазина, контролировать чистоту витринного пространства, при необходимости – устранять загрязнения.

 Не допускается:

- Размещать в витринах не оформленные манекены и оборудование.
- Монтировать элементы оформления с внешней стороны фасада/витрины.
- Размещать оборудование и любые элементы оформления за пределами витринного пространства. Размещать в витринном пространстве материалы, содержащие любые административные объявления.
- Использовать клейкую ленту/скотч на внутреннем или наружном остеклении, или материалы, прикрепляемые с помощью клейкой ленты/скотча.
- Использовать для оформления рекламные материалы, содержащие информацию, запрещенную законодательством РФ.



Оформление витрин

Отделы, в которых предусмотрены витрины, должны быть привлекательными и создавать благоприятный образ отдела.

- Оформление витрины должно обеспечивать ощущение пространства внутри зала.
- Глухие витрины (например, закрытые шторами или рекламой) не рекомендуются.
- Глухая оклейка витринных стекол запрещена.
- В случае оклейки витрины пленкой наклеивать пленку следует с внутренней стороны.
- Графика на стекле витрины не должна занимать больше 30% площади витрины.

