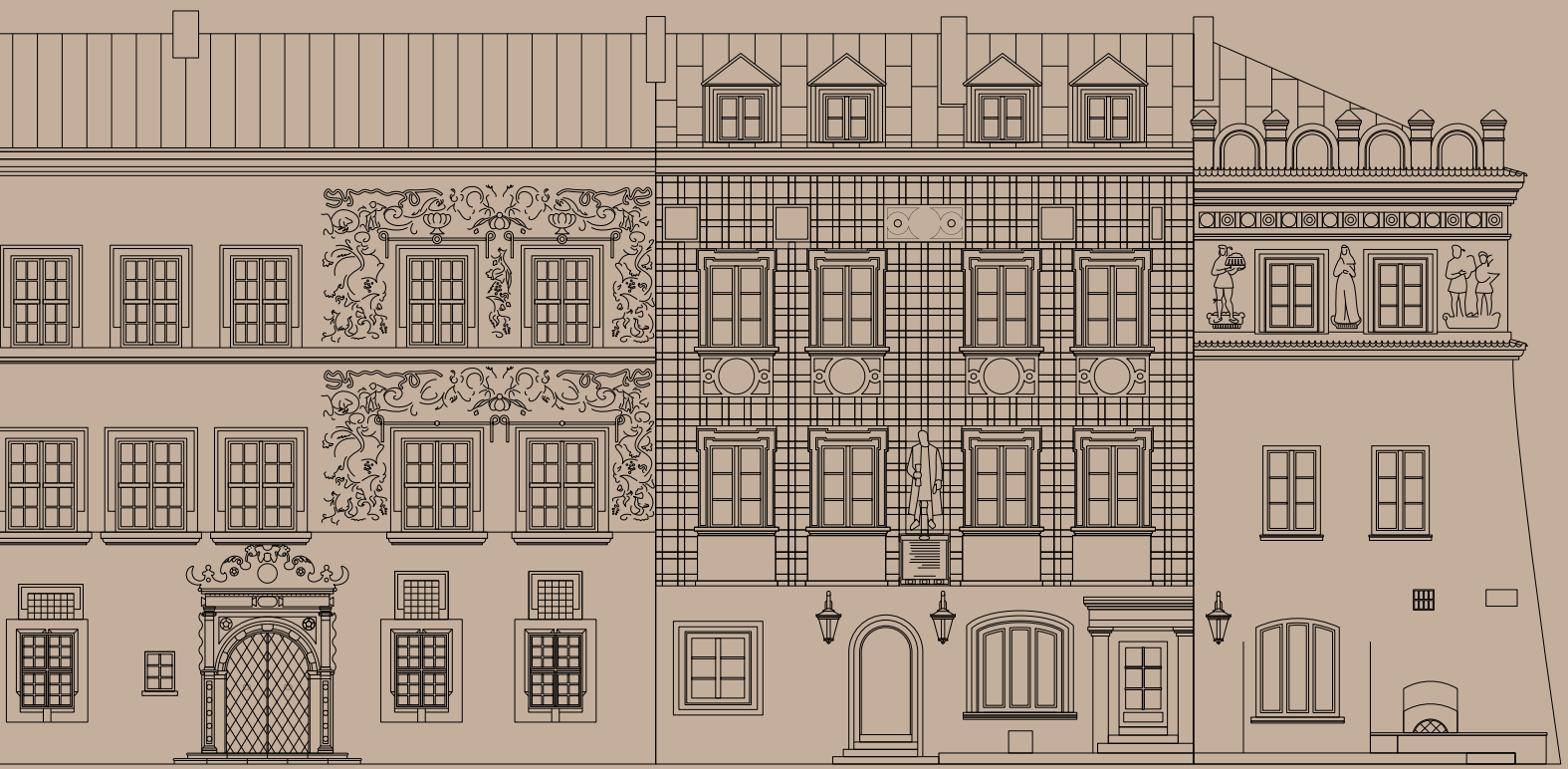
Lubelska Księga Standardów

Stare Miasto



Lubelska Księga Standardów

Stare Miasto

Wydawca
Urząd Miasta Lublin
Biuro Rewitalizacji

Dane do kontaktu
Urząd Miasta Lublin
Departament Inwestycji i Rozwoju
Biuro Rewitalizacji

ul. Zana 38
20-601 Lublin
tel: +48 81 466 2580
e-mail: rewitalizacja@lublin.eu

Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków

ul. Złota 2/20
20-112 Lublin
tel: +48 81 466 2650
e-mail: zabytki@lublin.eu

Wydział Gospodarowania Mieniem

ul. Wieniawska 14/701
20-071 Lublin
tel: +48 81 466 2700
e-mail: mienie@lublin.eu

Zarząd Dróg i Mostów w Lublinie
Wydział Zajęcia Pasa Drogowego

ul. Krochmalna 13j
20-401 Lublin
tel: +48 81 466 5775, 5776
e-mail: drogi@zdm.lublin.eu

ISBN

978-83-954254-7-9

Autorzy

Fundacja Rozwoju Designu LuCreate

Krakowskie Przedmieście 53 (I. piętro)
20-076 Lublin
tel: +48 570 990 650
email: kontakt@lucreate.pl

Zespół autorski

Michał Ćwiek
Mateusz Kunkiewicz
Krzysztof Jaraszkiewicz

Nadzór i współpraca

Marek Poznański - Menadżer Śródmieścia - Biuro Rewitalizacji

Redakcja

Justyna Szurek
Dominika Migryt
Monika Góźdź

Rysunki techniczne

Jan Wilk

Opracowanie graficzne i skład

Jakub Jarzębowski
Eliasz Gola

Druk

Drukarnia AKAPIT Sp. z o.o., Lublin

PROJEKT ZREALIZOWANY ZE ŚRODKÓW BUDŻETU OBYWATELSKIEGO

Spis treści

Wstęp prezydenta 5
Wstęp 6
Nawigator publikacji 7
Tabela nawigacyjna publikacji 8

Rozdział 1

Kształtowanie ładu przestrzennego

Wstęp 12
Nawigator rozdziału 13
Słownik 14
Mapa ogólna 16

Mapy szczegółowe

Obszar nr 1 20
Obszar nr 2 22
Obszar nr 3A 24
Obszar nr 3B 26
Obszar nr 4 28
Obszar nr 5 30
Obszar nr 6 32
Obszar nr 7 34

Sezonowe ogródki gastronomiczne

Wytyczne ogólne 37
Inspiracje 39
Procedura 43

Mobline punkty sprzedaży

Wytyczne ogólne 45
Inspiracje 46
Procedura 48

Parklety

Wytyczne ogólne 51
Inspiracje 53

Stoiska festiwalowe

Wytyczne ogólne 55
Inspiracje 56
Procedura 58

Organizacja ruchu

Wytyczne ogólne 61
Mapa ruchu pieszych 62
Mapa ruchu kołowego 64

Rozdział 2

Kształtowanie ładu kompozycyjnego elewacji budynków

Wstęp 68
Nawigator rozdziału 69
Słownik 70

Ułożenie elementów reklamowych na elewacjach

Wytyczne ogólne 73
Elewacja gładka 76
Elewacja - boniowanie pasowe 78
Elewacja - boniowanie płytowe 80
Przykład zastosowania opisanych w księdze zasad umieszczania nośników reklamowych 82
Szyldy reklamowe 84
Litery przestrzenne 86
Szyldy semaforowe 87
Szyldy (tabliczki) 88
Okleiny w oknach 89
Ład kompozycyjny w konteksie elewacji 90

Ułożenie elementów reklamowych na elewacjach budynków unikatowych

Elewacje rynku:

- Południowa 93
- Wschodnia 98
- Północna 102
- Zachodnia 106

Trybunał Koronny 110
Fragment pierzei Placu Zamkowego 112

Elementy reklamowe

Wytyczne ogólne 115
Szyldy reklamowe 116
Litery przestrzenne 118
Szyldy semaforowe 120
Szyldy (tabliczki) 122
Oznaczenia w oknach i witrynach 124
Stojak i gabloty 126
Procedura 128

Udogodnienia dla niepełnosprawnych

Rampy, pochylnie 131
Możliwe rozwiązania 132

Notatnik 134

Szanowni Państwo!

Zadbana i estetyczna przestrzeń publiczna to wizytówka każdego miasta. Dlatego zdecydowaliśmy się stworzyć, wraz z mieszkańcami, Lubelską Księgę Standardów dla obszaru Starego Miasta. Mury kamienic tego unikatowego miejsca nadal skrywają ślady wielowiekowej historii Lublina. Zależy nam na tym, by to architektura zachwycała mieszkańców i turystów, a szyldy reklamowe były do niej estetycznym dodatkiem.

Lublin jest drugim miastem w Polsce, które zebrało wytyczne, a także przykłady prawidłowego porządkowania przestrzeni publicznych. Taki zbiór obowiązujących norm stanowi z jednej strony wskazówki dla lubelskich właścicieli firm i kamienic, z drugiej strony daje szansę przyciągnąć do tej części miasta przedsiębiorców i turystów. Jest to również dla samych mieszkańców powód do dumy z miasta, w którym żyją na co dzień.

Jako pierwsze miasto w Polsce chcemy objąć standaryzacją całe Śródmieście. Postanowiliśmy, by każda część dla tego obszaru została opracowana w odrębnej publikacji. Dokument w formie papierowej i elektronicznej będzie dostępny dla wszystkich mieszkańców oraz przedsiębiorców. Wierzę, że nasze podejście do Księgi Standardów stanie się początkiem nowego nurtu ulepszania przestrzeni publicznej, nie tylko w naszym, ale także w innych miastach Polski.

Krzysztof Żuk
Prezydent Lublina

Wstęp

– Po co opracowaliśmy
Lubelską Księgę Standardów?

Lubelska Księga Standardów, to zbiór zasad i wskazówek dotyczących ładu przestrzennego oraz kompozycyjnego reprezentacyjnych obszarów Miasta Lublina.

Została opracowana przy współpracy ekspertów od nowoczesnej urbanistyki oraz w oparciu o konsultacje społeczne.

Jako właściciel/zarządca lokalu w zabytkowym obszarze miasta, odgrywasz szczególną rolę we współtworzeniu jego przestrzeni. To również od Ciebie zależy, jakie wrażenie zrobi nasze miasto na licznie przybywających do nas gościach.

Przy pomocy księgi standardów chcemy Cię przekonać
do rezygnacji z przestarzałych, nie zawsze właściwych rozwiązań i zachęcić
do nowego, spójnego standardu kształtowania przestrzeni miejskiej.

Księga powstała po to, aby pomóc Ci w poskładaniu wszystkich elementów w spójną całość, która zachwyci pięknem, coraz mocniej tętniącego życiem, serca Lublina.

Możesz, a nawet powinieneś pokazać księgę każdej osobie, która będzie projektowała Ci: szyld, logo, mobilny punkt sprzedaży, stoisko festiwalowe, itp. Księga zawiera ogólne i szczegółowe wytyczne rozmieszczenia elementów reklamowych w przestrzeni publicznej oraz zagospodarowania elewacji budynków.

Znajdziesz tu m.in.: ogólne wytyczne kształtowania:

- sezonowych ogródków gastronomicznych,
- możliwości lokalizacji mobilnych punktów sprzedaży,
- stanowisk festiwalowych

Są tu również inspiracje, jak poszczególne elementy powinny wyglądać oraz procedury uzyskania potrzebnych pozwoleń,
jeśli takowych potrzeba.

W publikacji znajdziesz mapę ogólną całego obszaru, którego dotyczy księga oraz informacje na temat przeznaczenia poszczególnych terenów, a także zakresy map szczegółowych.

Tom II dotyczy terenu Starego Miasta.

Wierzymy, że Lubelska Księga Standardów ułatwi Ci upiększanie miejsca prowadzenia Twojej działalności i wpłynie na jeszcze większą popularność Twojej lokalizacji.

Nawigator publikacji

– czyli o co w tym
wszystkim chodzi?

Jak dowiedziałeś się ze wstępu, Lubelska Księga Standardów powstała, aby pomóc Ci estetycznie zagospodarować przestrzeń reklamową oraz usługową przy i na budynku, za który jesteś odpowiedzialny.

Gdzie znajdziesz informacje na temat Twojego budynku?

Na stronie 9 zamieściliśmy indeks budynków (adresów), w którym znajdziesz informacje, gdzie należy szukać wszelkich wytycznych oraz wskazówek dotyczących Twojego budynku.

Księga jest podzielona w taki sposób, aby łatwo było odnaleźć Ci potrzebne informacje:

Rozdział 1

Jest poświęcony kształtowaniu ładu przestrzennego.

Znajdziesz w nim:

- wstęp
- nawigator umożliwiający szybkie odnalezienie poszukiwanych treści w rozdziale,
- słownik terminów związanych z tematyką urbanistyczną,
- mapę ogólną całego opracowanego obszaru - zawierającą informacje na temat przeznaczenia poszczególnych terenów oraz zakresy map szczegółowych,
- mapy szczegółowe - zawierające dokładne informacje dotyczące powierzchni poszczególnych terenów oraz długości elewacji wyznaczających granice powierzchni do zagospodarowania (przydatne w przypadku sezonowych ogródków gastronomicznych),
- ogólne wytyczne odnoszące się do sposobu kształtowania sezonowych ogródków gastronomicznych, uzupełnione o inspiracje do projektowania oraz procedurę uzyskania potrzebnych pozwoleń z urzędu,
- ogólne wytyczne dotyczące możliwości lokalizacji mobilnych punktów sprzedaży, inspiracje dla projektantów oraz procedurę uzyskania potrzebnych pozwoleń
z urzędu,
- ogólne wytyczne odnoszące się do stanowisk festiwalowych, opatrzone inspiracjami
do projektowania
- organizację ruchu kołowego i ruchu pieszych

Rozdział 2

Odnosi się do kształtowania ładu kompozycyjnego
elewacji budynków.

- wstęp,
- nawigator umożliwiający szybkie odnalezienie poszukiwanych treści w rozdziale,
- słownik terminów związanych z tematyką architektoniczną,
- zasady rozmieszczenia nośników reklamowych
na poszczególnych typach elewacji,
- zasady podziału witryn lokali,
- opisy i przykłady poszczególnych elementów reklamowych,
- przykłady rozwiązań ułatwiających osobom niepełnosprawnym dostęp do obszaru Starego
Miasta i korzystanie z niego.

Tabela nawigacyjna publikacji

Podział uzgodnień na Starym Mieście jest skomplikowany i nie jest to jedyna płaszczyzna kłopotów organizacyjnych. Przyczyny są różne, jednak jedną główną jest wiek tej przestrzeni a co za tym idzie, stopniowe nawarstwianie się zmian w tak gęstym i pełnym działań kulturalnych, biznesowych i administracyjnych miejscu.

W tym miejscu przybliżamy główne zasady uzgodnień:

1. Myśląc o jakiejkolwiek działalności, która będzie zajmować teren publiczny, należy zapytać czy takie działanie jest możliwe.

W zależności od lokalizacji takie pytanie należy kierować do:

- Wydział Gospodarki Komunalnej Urzędu Miasta (WGK)
- Zarząd Dróg i Mostów w Lublinie (ZDiM)

  Komórki te uzgadniają lokalizację i warunki Twojego miejsca pod kątem technicznym i administracyjnym

2. Myśląc o tym jak ma wyglądać Twoja działalność, tzn. jak będzie się identyfikować i jakie elementy przestrzenne będzie zawierać, należy zapytać czy jest to akceptowalne ze względu na skalę, kolorystykę, oddziaływanie na otoczenie zabytków, osie widokowe i ogólny ład przestrzeni.
W zależności od lokalizacji takie pytanie należy zadać:

- Wojewódzki Urząd Konserwatora Zabytków w Lublinie (WKZ)
- Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków

Ad.1
Do uzgodnień w WGK należy teren Placu Rynego i placu po Farze (nie dotyczy to przestrzeni przylegających do ścian kamienic).

Do uzgodnień w ZDiM należy cały teren Starego Miasta poza powyższymi dwoma placami.

Ad.2
Podział uzgodnień pomiędzy WKZ a MKZ wynika z porozumienia nr 140/2012 pomiędzy Wojewodą Lubelskim a Gminą Lublin. Wynika to z faktu, że do 2012 nie istniał urząd MKZ. W chwili jego powołania, środowisko konserwatorskie naszego regionu podzieliło się obowiązkami. Tabela zamieszczona obok zawiera adresy, które podlegają pod uzgodnienie w Wojewódzkim Urzędzie Konserwatora Zabytków w Lublinie (WKZ), pozostałe adresy (których nie ma w tabeli) oraz przyległe do nich tereny publiczne należy uzgadniać w Biurze Miejskiego Konserwatora Zabytków.

Ulica	Nr w rejestrze zabytków	Strona
Archidiakońska 4	A/1022	31
Archidiakońska 6, 6a	A/1047	31
Grodzka	A/222	29
Grodzka 2/Rybna 1	A/1027	29
Grodzka 3	A/518	29
Grodzka 5, 5a, 5b	A/503	29
Grodzka 7	A/631	29
Grodzka 8	A/666	29
Grodzka 9	A/27	33
Grodzka 10	A/552	29
Grodzka 11	A/27	33
Grodzka 12	A/619	29
Grodzka 13	A/289	33
Grodzka 14	A/501	29
Grodzka 15	A/511	33
Grodzka 16/1, 16/2, 16/3	A/648	31
Grodzka 17/1, 17/2, 17/3	A/519	33
Grodzka 18	A/965	31
Grodzka 19	A/520	33
Grodzka 20	A/521	33
Grodzka 21	A/966	33
Grodzka 22	A/647	31
Grodzka 24	A/995	33
Grodzka 26	A/513	33
Grodzka 28	A/522	33

Ulica	Nr w rejestrze zabytków	Strona
Grodzka 30	A/523	33
Grodzka 32 i 34 (dawniej 32)	A/460	33
Grodzka 36 (d. 34)	A/485	33
Rynek 1	A/966	25
Rynek 2	A/647	25
Rynek 3	A/995	25
Rynek 4	A/513	25
Rynek 5/Rybna 2	A/522	25
Rynek 6	A/523	25
Rynek 7	A/460	25
Rynek 8	A/485	27
Rynek 9	A/645	27
Rynek 10	A/496	27
Rynek 11	A/270	27
Rynek 12 / Jezuicka 16	A/247	27
Rynek 14	A/269	27
Rynek 15	A/490	27
Rynek 16	A/630	27
Rynek 17	A/491	25
Rynek 18	A/481	25
Złota 2	A/278	25
Złota 3	A/505	35
Złota 4	A/989	35
Złota 5	A/554	35
Złota 6	A/279	35

1. Kształtowanie ładu przestrzennego

Wstęp do rozdziału

Kształtowanie zabytkowych obszarów miast, a zwłaszcza miasta o tak bogatej tradycji jak Lublin, to ogromne wyzwanie dla architektów, urbanistów, władz lokalnych oraz osób prowadzących działalność w tych miejscach.

Przez dotychczasowy brak spójnych wytycznych dotyczących zachowania ładu przestrzennego, w wielu miastach - również w naszym, powstał kompozycyjny chaos, który przyćmił atrakcyjność historycznej przestrzeni i zabudowy.

Możemy to zmienić. Na postrzeganie Starego Miasta mają decyzje nas wszystkich. To nasze działania kształtują wizerunek tego miejsca.

Jako użytkownicy tej historycznej przestrzeni, jesteśmy zobligowani do poszanowania i dbałości o jej charakter.
Ty, jako właściciel/zarządca lokalu w zabytkowym obszarze, odgrywasz szczególną rolę we współtworzeniu tej przestrzeni. Głównym celem Lubelskiej Księgi Standardów jest pomoc w tworzeniu, spójnego i estetycznego wizerunku Starego Miasta, przez którego pryzmat jest oceniane całe nasze miasto.

By uprościć ten etap, wprowadziliśmy strefowanie poszczególnych funkcji, które jest niezwykle ważnym czynnikiem wpływającym na uporządkowanie i zharmonizowanie obszaru.

W rozdziale I, znajdziesz wytyczne i wskazówki odnoszące się do:

- lokalizowania i sposobu kształtowania sezonowych ogródków gastronomicznych,
- mobilnych punktów sprzedaży,
- stanowisk festiwalowych,
- wygodnego poruszania się pieszo,
- prawidłowego ruchu kołowego obowiązującego w obrębie Starego Miasta,
- parklety.

Nawigator rozdziału

– czyli jak to działa?

Wymienione skazówki pomogą Ci szybciej odnaleźć najczęściej poszukiwanych informacji.

O czym jest rozdział?

Pierwszy rozdział publikacji jest poświęcony kształtowaniu ładu przestrzennego obszaru Starego Miasta w Lublinie.

Czym jest pierzeja? Co to jest pas drogowy?

Jeżeli nie znasz określeń związanych z tematyką urbanistyczną, odwiedź słownik znajdujący się na stronie 14. Znajdziesz w nim definicje poszczególnych terminów.

Jakie jest przeznaczenie poszczególnych terenów? Gdzie można lokalizować sezonowe ogródki gastronomiczne, mobilne punkty sprzedażowe i stoiska festiwalowe?

Mapa ogólna, zawierająca podstawowy schemat podziału przestrzeni, znajduje się na stronie 16. Zostały na niej również oznaczone zakresy obszarów map szczegółowych.

Gdzie znajdę informacje na temat parametrów powierzchni możliwej do dzierżawy dla potrzeb sezonowych ogródków i mobilnych punktów sprzedaży?

Opracowaną przestrzeń podzielono na 7 mniejszych obszarów, dla których powstały mapy szczegółowe przedstawiające miejsca lokalizacji różnych form sezonowej gastronomii.

Zakresy poszczególnych obszarów zostały oznaczone na mapie ogólnej (strona 16). Możesz również sprawdzić w tabeli na początku opracowania (strona 9), na której mapie znajduje się interesujący Cię fragment Starego Miasta. Znajdziesz tam także informacje na temat dokładnej powierzchni możliwej do dzierżawy, jej przebiegu i układu oraz, w przypadku sezonowych ogródków gastronomicznych, długości poszczególnych elewacji. Informacje te przydadzą Ci się także przy wypełnianiu wniosków urzędowych.

Jak powinien wyglądać sezonowy ogródek gastronomiczny?

Ogólne informacje i wytyczne na temat sposobu aranżacji sezonowych ogródków gastronomicznych znajdziesz na stronie 37-38. We wskazanej lokalizacji zostały zamieszczone również inspiracje przydatne w procesie projektowym, obrazujące proponowany wygląd elementów zagospodarowania przestrzeni ogródka. Na końcu podrozdziału umieściliśmy także uproszczoną procedurę urzędową przedstawiającą schemat postępowania w celu uzyskania potrzebnych zezwoleń na działanie sezonowego ogródka gastronomicznego.

Co zamiast ogródka gastronomicznego?

Jeśli przy Twoim budynku nie ma możliwości ustawienia ogródka gastronomicznego ze względu na wąski chodnik, możesz zastosować jego namiastkę, tzw. parklet - definicję znajdziesz w słowniku na stronie 14, a wytyczne i wskazówki budowania parkletów są na stronie 51-52.
Z doświadczeń przedsiębiorców wynika, że parklety przyczyniły się do lepszej rozpoznawalności i popularności lokali usługowych sąsiadujących z nimi.

Jak powinien wyglądać mobilny punkt sprzedażowy?

Ogólne informacje i wytyczne dotyczące mobilnych punktów sprzedażowych znajdziesz na stronie 45. We wskazanej lokalizacji zostały zamieszczone również inspiracje przydatne w procesie projektowym, obrazujące proponowany wygląd elementów zagospodarowania mobilnego punktu sprzedaży. Na końcu podrozdziału umieściliśmy także uproszczoną procedurę urzędową przedstawiającą schemat postępowania w celu uzyskania potrzebnych zezwoleń na działanie w przestrzeni publicznej mobilnego punktu sprzedaży.

Jak powinno wyglądać stoisko festiwalowe?

Ogólne informacje i wytyczne dotyczące stoisk festiwalowych znajdziesz na stronie 55. We wskazanej lokalizacji zostały zamieszczone również inspiracje przydatne w procesie projektowym, obrazujące proponowany wygląd elementów zagospodarowania przestrzeni ogródka. Na końcu podrozdziału umieściliśmy także uproszczoną procedurę urzędową przedstawiającą schemat postępowania w celu uzyskania potrzebnych zezwoleń na działanie w przestrzeni publicznej krótkookresowych stoisk festiwalowych.

Słownik

Część I – urbanistyka

Aby ułatwić Ci rozumienie publikacji przygotowaliśmy słownik terminów związanych z tematyką kształtowania ładu przestrzennego, użytych w opracowaniu.

deptak (droga, skwer, aleja, plac) - tworzy strefę pieszą, wyłączoną całkowicie lub w znacznym stopniu z ruchu kołowego, może pełnić dodatkowo funkcję centrum handlowego, gastronomicznego lub kulturalnego

droga (ulica) - budowla wraz z towarzyszącymi jej obiektami inżynierskimi – urządzeniami oraz instalacjami, stanowiąca całość techniczno-użytkową, przeznaczona do prowadzenia ruchu drogowego, zlokalizowana w pasie drogowym

elementy małej architektury - niewielkie obiekty, wznoszone w ramach zagospodarowania terenu: pergole, ławki, lampy, figury, posągi, śmietniki itp.

elewacja frontowa zewnętrzna - frontowa ściana budynku wraz z występującymi na niej elementami architektonicznymi, zwrócona bądź przyległa do drogi, z której wjeżdża się wchodzi do budynku lub na działkę

front sezonowych ogródków gastronomicznych - zewnętrzna, w stosunku do lica elewacji budynku przy którym się znajduje, granica sezonowego ogródka gastronomicznego wraz z usytuowanymi w niej elementami zagospodarowania, znajdująca się w obowiązującej linii zabudowy

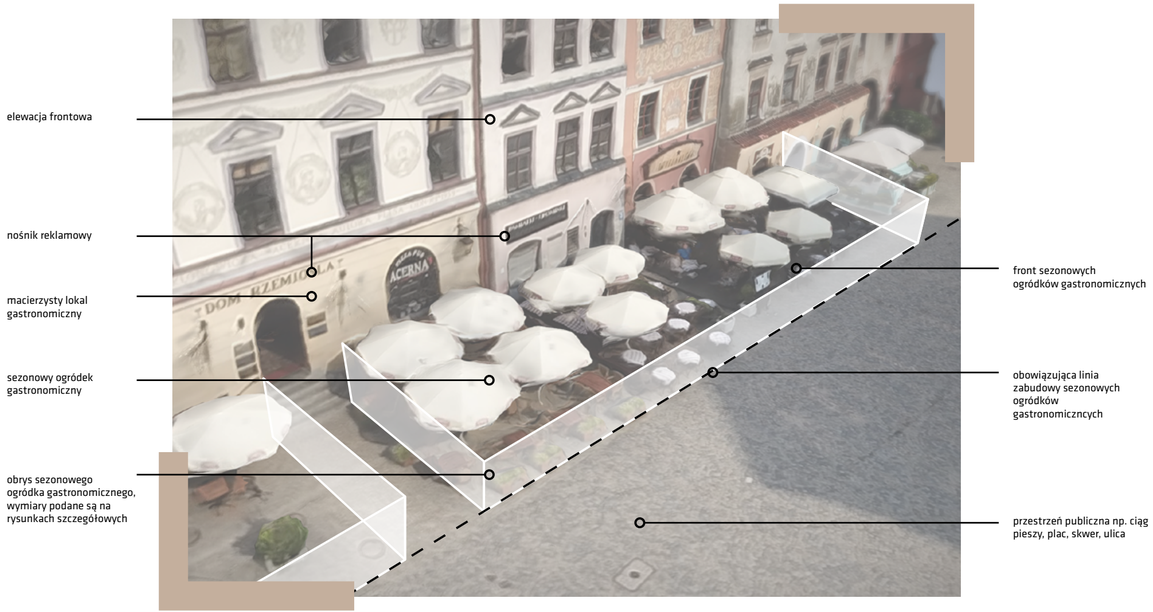
macierzysty lokal gastronomiczny - lokal, w którym prowadzona jest działalność usługowa z zakresu gastronomicznego, np. restauracja, bar, kawiarnia, lodziarnia

nośnik reklamowy - moduł bądź urządzenie o dowolnej formie, zawierające elementy konstrukcyjne oraz przekazu treści ze stałą lub zmienną powierzchnią ekspozycji, umieszczone w polu widzenia użytkowników danej przestrzeni

obowiązująca linia zabudowy sezonowych ogródków gastronomicznych - linia wyznaczająca obowiązkowe położenie skrajnie wysuniętych elementów wyposażenia ogródka gastronomicznego (np. donic, skrzynek na rośliny ozdobne, stojaków reklamowych, stojaków na menu i in.) w stosunku do elewacji budynku, przy którym zlokalizowany jest ogródek

strefa wolnego dostępu do budynku - obszar przeznaczony na potrzeby zapewnienia wejścia do budynku lub, jeżeli w budynku znajduje się przejazd bramowy, wjazdu na teren posesji

parklet - to dodatkowa przestrzeń dla pieszych, wytyczona z dotychczasowych miejsc parkingowych, która ma zachęcać do zatrzymania się; wpływa na lepszą rozpoznawalność usługodawców w danym miejscu



Mapa ogólna

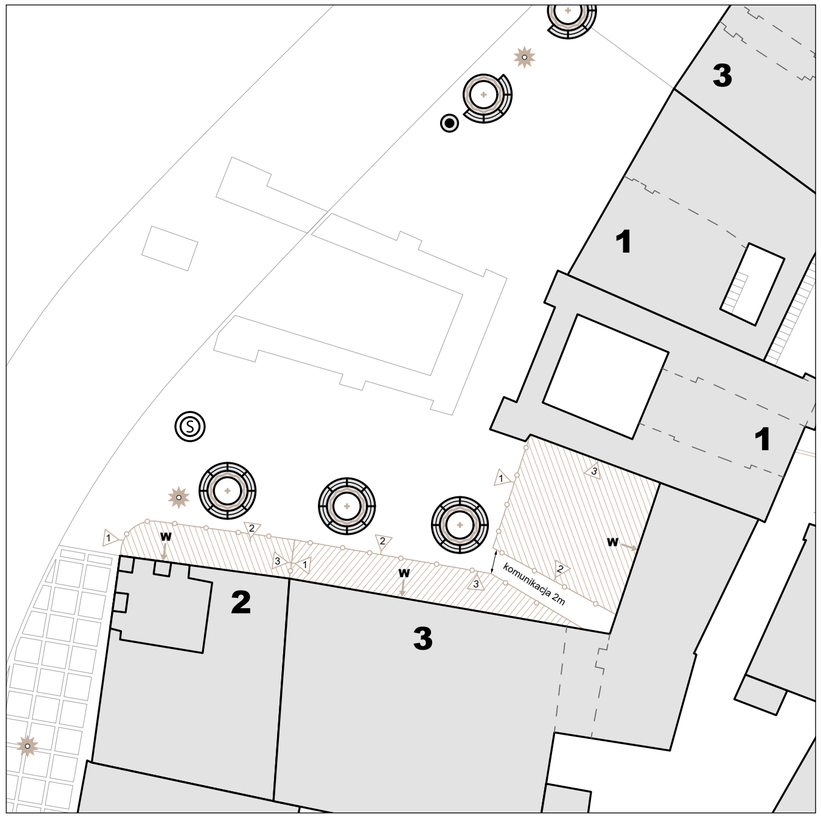
Obszary przestrzeni publicznej przeznaczone na działalność sezonowych ogródków gastronomicznych

Mapy szegółowe

Obszar nr 1

Mapa szczegółowa

- 30 — Numer adresowy nieruchomości
- Obszary przestrzeni publicznej przeznaczone na działalność sezonowych ogródków gastronomicznych
- W — Obszary przeznaczone na potrzeby zapewnienia wejścia do budynku bądź wjazdu na teren posesji
- Oznaczenie odcinka długości elewacji sezonowego ogródka gastronomicznego
- Latarnie uliczne
- Ławki
- Stojak na rowery
- Śmietnik
- Drzewa w donicach wyposażonych w okalające je ławki
- Studnia



Sezonowe ogródki gastronomiczne

KRÓLEWSKA 2

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

35,00 m²

Długość elewacji:

1 — 3,00 m

2 — 9,37 m

3 — 3,00 m

PL. KRÓLA WŁADYSŁAWA ŁOKIETKA 3

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

51,00 m²

Długość elewacji:

1 — 3,00 m

2 — 13,79 m

3 — 8,70 m

PL. KRÓLA WŁADYSŁAWA ŁOKIETKA 3

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

93,00 m²

Długość elewacji:

1 — 10,33 m

2 — 9,37 m

3 — 9,99 m

Obszar nr 2

Mapa szczegółowa

30 Numer adresowy nieruchomości

Obszary przestrzeni publicznej przeznaczone na działalność sezonowych ogródków gastronomicznych

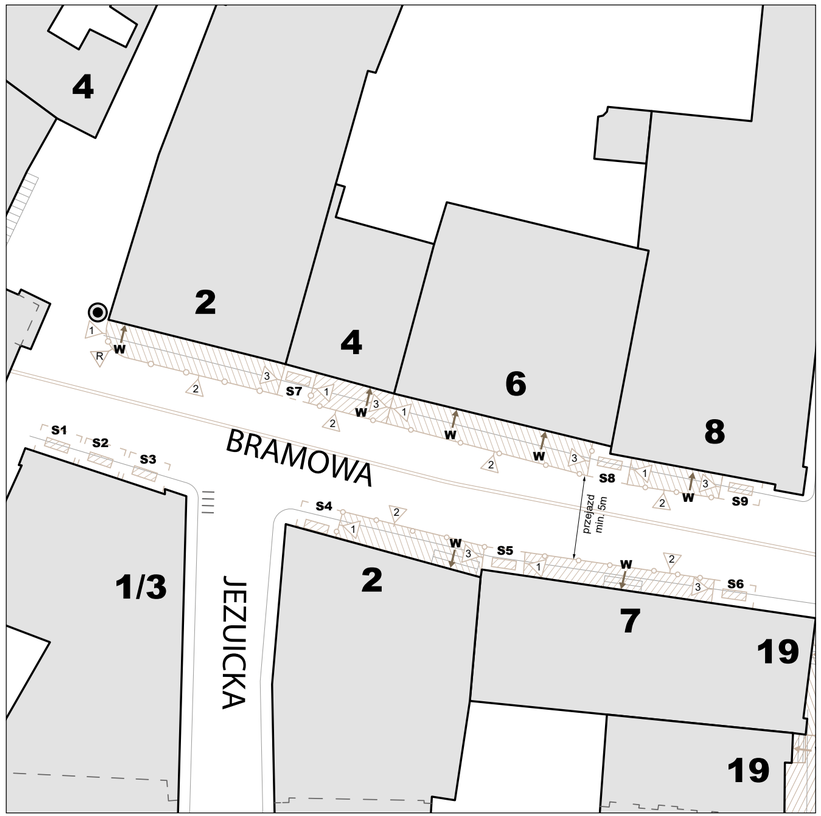
W Obszary przeznaczone na potrzeby zapewnienia wejścia do budynku bądź wjazdu na teren posesji

Oznaczenie odcinka długości elewacji sezonowego ogródka gastronomicznego

Mobilny punkt sprzedaży

Stojak na rowery

Śmietnik



Sezonowe ogródki gastronomiczne

BRAMOWA 2

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

32,00 m²

Długość elewacji:

1 2,89 m
2 9,01 m
3 2,81 m
R 3,00 m (promień)

BRAMOWA 4

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

22,00 m²

Długość elewacji:

1 2,81 m
2 8,40 m
3 2,56 m

BRAMOWA 6

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

27,00 m²

Długość elewacji:

1 2,56 m
2 11,06 m
3 2,54 m

BRAMOWA 8

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

12,00 m²

Długość elewacji:

1 1,95 m
2 6,28 m
3 1,95 m

S1-9 - MOBILNE (CAŁOROCZNE)

Powierzchnia obszaru mobilnego punktu gastronomicznego:

2,80 m²

S1 - S3 - stoiska kwiatowe (bez możliwości ustawiania zabudowy na kołach i rowerów cargo)

S4 - S9 - stoiska mobilne (z możliwością ustawiania zabudowy na kołach i rowerów cargo)

JEZUICKA 2

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

21,00 m²

Długość elewacji:

1 1,80
2 10,04 m
3 2,35 m

BRAMOWA 7 / RYNEK 19

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

23,00 m²

Długość elewacji:

1 1,80 m
2 12,85 m
3 1,80 m

Obszar nr 3A

Mapa szczegółowa

30 Numer adresowy nieruchomości

Obszary przestrzeni publicznej przeznaczone na działalność sezonowych ogródków gastronomicznych

Stoiska festiwalowe:
Rynek 1a, 1b, 1c, 1d

W Obszary przeznaczone na potrzeby zapewnienia wejścia do budynku bądź wjazdu na teren posesji

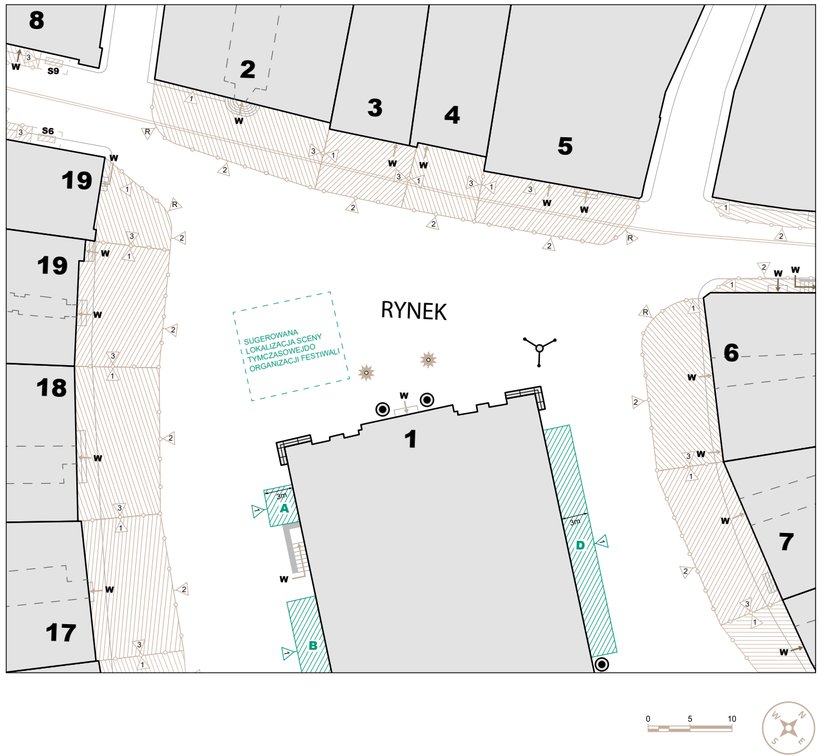
2 Oznaczenie odcinka długości elewacji sezonowego ogródka gastronomicznego

Latarnia uliczna

Ławki

Śmietnik

Trójnóg informacji kulturalnych



Sezonowe ogródki gastronomiczne

RYNEK 2

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:
103,00 m²

Długość elewacji:
- 1: 5,98 m
- 2: 12,76 m
- 3: 7,05 m
- R: 7,00 m (promień)

RYNEK 3

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:
54,00 m²

Długość elewacji:
- 1: 6,45 m
- 2: 8,34 m
- 3: 6,50 m

RYNEK 4

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:
46,00 m²

Długość elewacji:
- 1: 7,00 m
- 2: 6,93 m
- 3: 7,00 m

RYNEK 5

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:
103,40 m²

Długość elewacji:
- 1: 5,50 m
- 2: 9,95 m
- 3: 5,50 m
- R: 5,50 m (promień)

RYNEK 6

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:
104,00 m²

Długość elewacji:
- 1: 2,00 m
- 2: 10,82 m
- 3: 7,00 m
- R: 5,00 m (promień)

RYNEK 7

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:
104,00 m²

Długość elewacji:
- 1: 7,00 m
- 2: 15,93 m
- 3: 7,00 m

RYNEK 19 / BRAMOWA 7

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:
42,00 m²

Długość elewacji:
- 1: 6,48 m
- 2: 2,29 m
- 3: 7,13 m
- R: 2,00 m (promień)

RYNEK 19

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:
95,00 m²

Długość elewacji:
- 1: 8,00 m
- 2: 11,30 m
- 3: 8,00 m

RYNEK 18

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:
112,00 m²

Długość elewacji:
- 1: 8,00 m
- 2: 13,70 m
- 3: 8,00 m

RYNEK 17

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:
103,00 m²

Długość elewacji:
- 1: 7,59 m
- 2: 13,12 m
- 3: 8,00 m

RYNEK 1A 10,00 m²
- 1: 3,50 m

Szerokość od budynku:
3,00 m

RYNEK 1B 33,00 m²
- 1: 10,95 m

Szerokość od budynku:
3,00 m

RYNEK 1C 51,00 m²
- 1: 17,29 m

Szerokość od budynku:
3,00 m

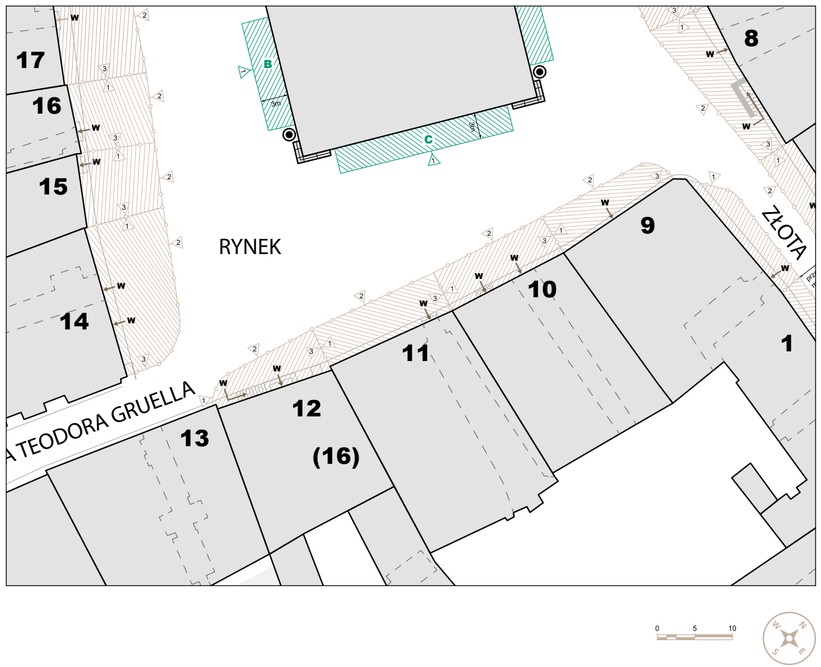
RYNEK 1D 65,00 m²
- 1: 21,78 m

Szerokość od budynku:
3,00 m

Obszar nr 3B

Mapa szczegółowa

- Numer adresowy nieruchomości
- Obszary przestrzeni publicznej przeznaczone na działalność sezonowych ogródków gastronomicznych
- Stoiska festiwalowe: Rynek 1a, 1b, 1c, 1d
- Obszary przeznaczone na potrzeby zapewnienia wejścia do budynku bądź wjazdu na teren posesji
- Oznaczenie odcinka długości elewacji sezonowego ogródka gastronomicznego
- Ławki
- Śmietnik
- Obszar festiwalowy



Sezonowe ogródki gastronomiczne

RYNEK 16

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

53,00 m²

Długość elewacji:

1. 7,88 m
2. 6,97 m
3. 7,43 m

RYNEK 15

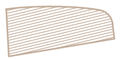
Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

55,00 m²

Długość elewacji:

1. 8,00 m
2. 6,57 m
3. 8,04 m

RYNEK 14



Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

108,00 m²

Długość elewacji:

1. 8,26 m
2. 10,95 m
3. 6,92 m

RYNEK 8

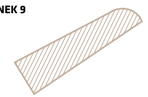
Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

75,00 m²

Długość elewacji:

1. 7,00 m
2. 17,34 m
3. 2,38 m

RYNEK 9



Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

53,00 m²

Długość elewacji:

1. 5,00 m
2. 10,22 m
3. 3,77 m

RYNEK 10

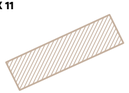
Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

62,00 m²

Długość elewacji:

1. 5,00 m
2. 12.52 m
3. 5,00 m

RYNEK 11



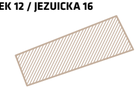
Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

66,00 m²

Długość elewacji:

1. 5,00 m
2. 13,21 m
3. 5,00m

RYNEK 12 / JEZUICKA 16



Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

51,00 m²

Długość elewacji:

1. 3,78 m
2. 9,41 m
3. 5,42 m

Obszar nr 4

Mapa szczegółowa

30 Numer adresowy nieruchomości

Obszary przestrzeni publicznej przeznaczone na działalność sezonowych ogródków gastronomicznych

W Obszary przeznaczone na potrzeby zapewnienia wejścia do budynku bądź wjazdu na teren posesji

2 Oznaczenie odcinka długości elewacji sezonowego ogródka gastronomicznego

Stojak na rowery

Ławki

Śmietnik

Sezonowe ogródki gastronomiczne

GRODZKA 2

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

25,00 m²

Długość elewacji:

1 2,04 m

2 16,84 m

3 0,87 m

GRODZKA 4-6

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

23,00 m²

Długość elewacji:

1 1,52 m

2 19,69 m

3 0,89 m

GRODZKA 14

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

11,00 m²

Długość elewacji:

1 1,10 m

2 10,73 m

3 1,38 m

GRODZKA 1

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

34,00 m²

Długość elewacji:

1 1,25 m

2 22,74 m

3 1,76 m

GRODZKA 8

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

11,00 m²

Długość elewacji:

1 0,89 m

2 10,51 m

3 1,34 m

GRODZKA 10

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

14,00 m²

Długość elewacji:

1 1,34 m

2 11,30 m

3 1,17 m

GRODZKA 12

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

8,00 m²

Długość elewacji:

1 1,17 m

2 7,40 m

3 1,10 m

GRODZKA 3

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

16,00 m²

Długość elewacji:

1 1,76 m

2 10,66 m

3 1,32 m

GRODZKA 5

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

18,00 m²

Długość elewacji:

1 1,32 m

2 13,62 m

3 1,1 m

GRODZKA 7

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

24,00 m²

Długość elewacji:

1 1,10 m

2 23,63 m

3 1,20 m

RYNEK 6

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

18,00 m²

Długość elewacji:

1 1,70 m

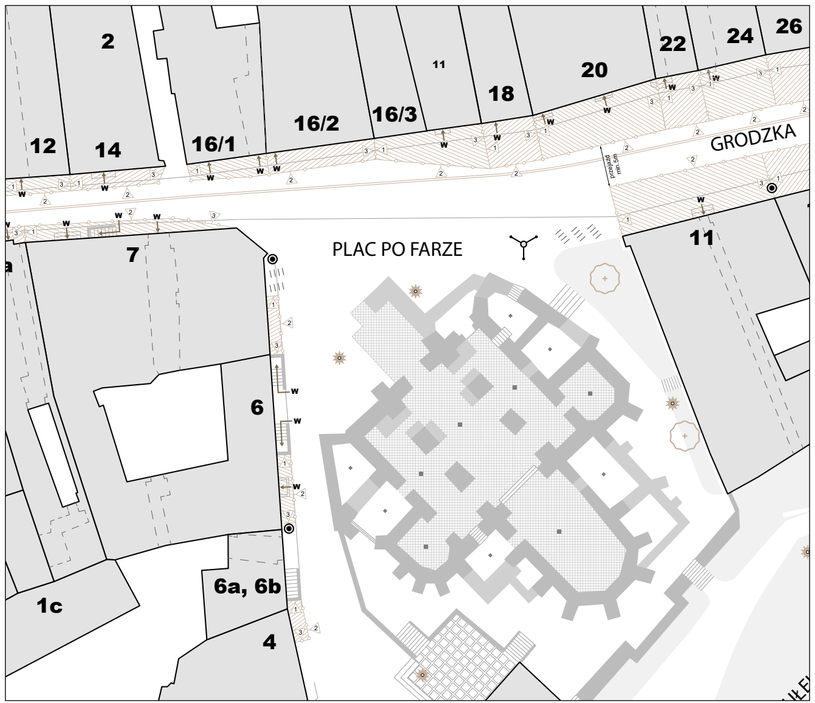
2 13,32 m

3 1,25 m

Obszar nr 5

Mapa szczegółowa

- Numer adresowy nieruchomości
- Obszary przestrzeni publicznej przeznaczone na działalność sezonowych ogródków gastronomicznych
- Obszary przeznaczone na potrzeby zapewnienia wejścia do budynku bądź wjazdu na teren posesji
- Oznaczenie odcinka długości elewacji sezonowego ogródka gastronomicznego
- Latarnia uliczna
- Stojak na rowery
- Śmietnik
- Trójnóg informacji kulturalnych
- Drzewa



Sezonowe ogródki gastronomiczne

GRODZKA 16/1

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

20,00 m²

Długość elewacji:

1. 2,53 m
2. 8,90 m
3. 3,00 m

GRODZKA 16/2

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

37,00 m²

Długość elewacji:

1. 3,00 m
2. 12,48 m
3. 2,98 m

GRODZKA 16/3 + RYBNA11

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

53,00 m²

Długość elewacji:

1. 2,98 m
2. 12,99 m
3. 5,72 m

GRODZKA 18

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

31,00 m²

Długość elewacji:

1. 5,72 m
2. 5,75 m
3. 5,19 m

ARCHIDIAKOŃSKA 6/ GRODZKA 7

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

13,00 m²

Długość elewacji:

1. 1,77 m
2. 7,50 m
3. 1,77 m

ARCHIDIAKOŃSKA 6

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

14,00 m²

Długość elewacji:

1. 1,67 m
2. 8,50 m
3. 6,70 m

ARCHIDIAKOŃSKA 4

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

6,00 m²

Długość elewacji:

1. 1,65 m
2. 3,87 m
3. 1,65 m

Obszar nr 6

Mapa szczegółowa

30 Numer adresowy nieruchomości

Obszary przestrzeni publicznej przeznaczone na działalność sezonowych ogródków gastronomicznych

W Obszary przeznaczone na potrzeby zapewnienia wejścia do budynku bądź wjazdu na teren posesji

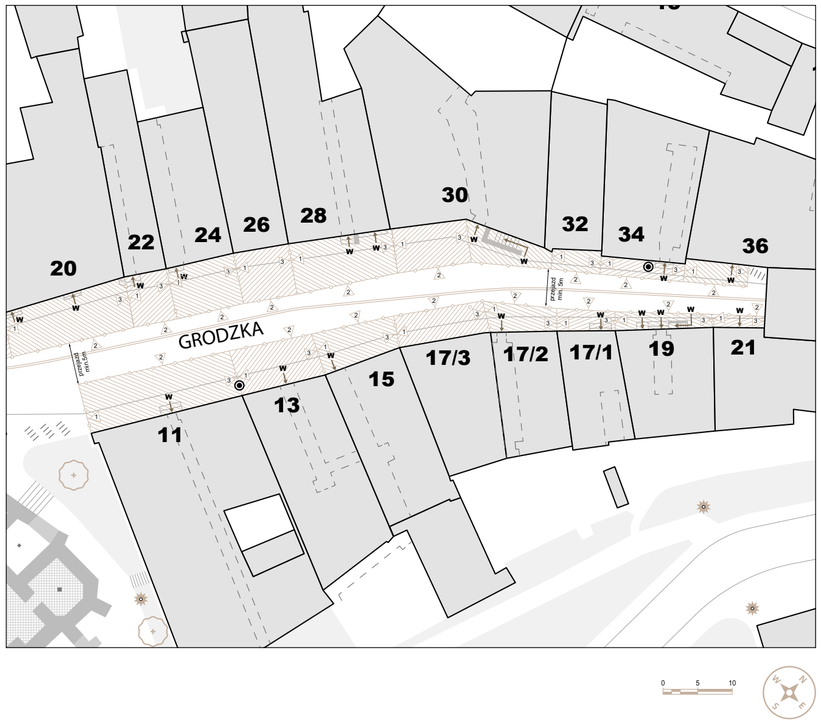
2 Oznaczenie odcinka długości elewacji sezonowego ogródka gastronomicznego

Latarnia uliczna

Stojak na rowery

Śmietnik

Drzewa



Sezonowe ogródki gastronomiczne

GRODZKA 20

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

79,00 m²

Długość elewacji:

1 5,19 m

2 14,39 m

3 5,80 m

GRODZKA 22

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

27,00 m²

Długość elewacji:

1 5,80 m

2 4,79 m

3 5,52 m

GRODZKA 24

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

42,00 m²

Długość elewacji:

1 5,52 m

2 7,61 m

3 5,47 m

GRODZKA 26

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

33,00 m²

Długość elewacji:

1 5,47 m

2 6,31 m

3 5,17 m

GRODZKA 28

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

54,00 m²

Długość elewacji:

1 5,17 m

2 11,43 m

3 4,25 m

GRODZKA 30

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

58,00 m²

Długość elewacji:

1 4,25 m

2 16,59 m

3 4,13 m

GRODZKA 32

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

11,00 m²

Długość elewacji:

1 1,60 m

2 6,42 m

3 2,09 m

GRODZKA 34

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

15,00 m²

Długość elewacji:

1 1,49 m

2 9,49 m

3 1,77 m

GRODZKA 36

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

17,00 m²

Długość elewacji:

1 2,29 m

2 7,37 m

3 2,41 m

GRODZKA 11

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

97,00 m²

Długość elewacji:

1 5,38 m

2 17,95 m

3 5,43 m

GRODZKA 13

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

50,00 m²

Długość elewacji:

1 5,43 m

2 9,50 m

3 5,19 m

GRODZKA 15

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

41,00 m²

Długość elewacji:

1 5,19 m

2 9,10 m

3 4,09 m

GRODZKA 17/3

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

44,00 m²

Długość elewacji:

1 4,09 m

2 10,05 m

3 3,77 m

GRODZKA 17/2

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

27,00 m²

Długość elewacji:

1 3,77 m

2 9,00 m

3 2,95 m

GRODZKA 17/1

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

17,00 m²

Długość elewacji:

1 2,95 m

2 6,50 m

3 2,40 m

GRODZKA 19

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

19,00 m²

Długość elewacji:

1 2,40 m

2 11,00 m

3 1,21 m

GRODZKA 21

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

6,00 m²

Długość elewacji:

1 1,21 m

2 5,70 m

3 1,07 m

Obszar nr 7

Mapa szczegółowa

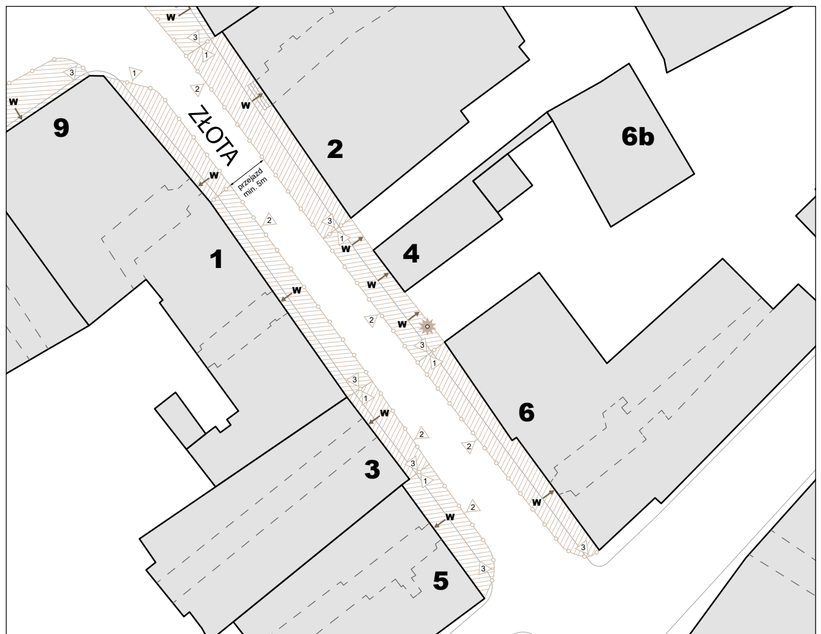
30 Numer adresowy nieruchomości

Obszary przestrzeni publicznej przeznaczone na działalność sezonowych ogródków gastronomicznych

W Obszary przeznaczone na potrzeby zapewnienia wejścia do budynku bądź wjazdu na teren posesji

Oznaczenie odcinka długości elewacji sezonowego ogródka gastronomicznego

Latarnia uliczna



Sezonowe ogródki gastronomiczne

ZŁOTA 1

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

70,00 m²

Długość elewacji:

1 1,68 m

2 33,64 m

3 2,27 m

ZŁOTA 3

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

19,00 m²

Długość elewacji:

1 2,97 m

2 9,28 m

3 2,09 m

ZŁOTA 5

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

36,00 m²

Długość elewacji:

1 2,97 m

2 9,75 m

3 3,00 m

ZŁOTA 2

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

61,00 m²

Długość elewacji:

1 5,00 m

2 27,20 m

3 4,00 m

ZŁOTA 4

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

38,00 m²

Długość elewacji:

1 2,68 m

2 14,02 m

3 2,82 m

ZŁOTA 6

Powierzchnia obszaru ogródka lokalu:

63,00 m²

Długość elewacji:

1 2,82 m

2 19,21 m

3 2,90 m

Sezonowe ogródki gastronomiczne

Wytyczne ogólne

Sezonowe ogródki gastronomiczne

Ogródki gastronomiczne wyrastające w okresie letnim przed lokalami, zachęcają do wypicia pysznej kawy czy spróbowania specjałów lokalnej kuchni, ciesząc się promieniami słońca na świeżym powietrzu.

Od pierwszych wiosennych dni, ulice Starego Miasta wypełniają się ludźmi i do późnych godzin wieczornych tętnią życiem i gwarem rozmów.

Oprócz tworzenia wspaniałego klimatu, ważne by ogródki gastronomiczne podkreślały historyczne piękno danego miejsca.

Chcemy zachęcić Cię do kreowania wysokiej jakości miejsc, które nie będą konkurowały
z tym otoczeniem, ale będą je uzupełniały.

Podczas konsultacji społecznych, wygląd sezonowych ogródków był bardzo ważnym punktem. Obserwatorzy zwracali uwagę, które aranżacje ich zapraszają. Największym powodzeniem cieszyły się najbardziej otwarte przestrzenie.

Stworzenie spójnego wizerunku przestrzeni nie tylko sprzyja podniesieniu atrakcyjności miejsca, ale też zachęci mieszkańców i turystów do częstych odwiedzin Twojego lokalu.

Zabytkowe otoczenie skłania do wykorzystywania minimalistycznych form, które nie wchodzą w konflikt z charakterem miejsca i w pełni go podkreślają.

Pamiętaj, że główną rolę odgrywają zabytkowe elewacje budynków. Szanuj ich piękno, gdyż są niemożliwym do odtworzenia dziedzictwem Lublina. Co najważniejsze, Twój lokal działa tu dlatego że przestrzeń jest niezwykle cenna i atrakcyjna, dlatego wszystkim przedsiębiorcom powinno zależeć na tym by taka pozostała. Dlatego należy zawsze rozpatrywać wygląd swojego ogródka względem innych, by nie stwarzać zbędnych różnic w tak ważnej substancji zabytkowej.
! przy projektowaniu swojego sezonowego ogródka gastronomicznego zapoznaj się ze szczegółowymi wymaganiami i wytycznymi dotyczącymi tego typu obiektów, zawartymi w dokumencie o nazwie „Sezonowe ogródki gastronomiczne w obszarze Pomnika Historii. Wytyczne do projektowanie i urządzania", przygotowanym przez Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków oraz Zarząd Dróg i Mostów w Lublinie.

Meble – stoły i krzesła

kształt i forma

- powinny charakteryzować się wysokim standardem wykonania
- powinny być praktyczne i wytrzymałe, odporne na zmienne warunki atmosferyczne
- ich wygląd (lub ich styl) powinien wpisywać się w kontekst zabytkowej zabudowy
- pamiętaj o bezpieczeństwie i wygodzie klientów
  ! prosta, minimalistyczna estetyka to rozwiązanie, które zawsze pasuje do historycznego kontekstu zabudowy

materiały

- drewno
- aluminium
- stal
- szkło
- wiklina
- technorattan
- wysokiej jakości tworzywo sztuczne
- materiały naturalne (drewno, wiklina)

kolorysytyka

- kolory neutralne – np. biel, czerń, szarość, brąz, beż
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro, stal

Wygrodzenia

zasady ogólne

- niech Twój ogródek będzie integralną częścią przestrzeni – zrezygnuj ze stosowania wszelkiego rodzaju ogrodzeń, parawanów i ekranów
- nie stosuj podestów – są one często nieprzekraczalną barierą dla osób niepełnosprawnych
- możesz zasygnalizować granice swojego ogródka niskimi donicami z zielenią, pamiętaj że brak ogrodzenia to zaproszenie większej ilości klientów
  ! nie buduj zwartych ścian poprzez ustawianie donic szczelnie obok siebie

Parasole

zasady ogólne

- pamiętaj, by wszelkie przesłonięcia stosować jedynie tam, gdzie jest to konieczne i uzasadnione. Są to elementy najsilniej ingerujące w odbiór i zasłaniające elewacje budynków, które są tu główną atrakcją.
- nie stosuj tych elementów w ciasnych uliczkach jak np. ul Bramowa i Grodzka.

kształt i forma

- stosuj parasole i markizy wolnostojące o możliwie najniższej wysokości czaszy i możliwie najmniejszych lambrekinach, przy czym markizy powinny być stosowane w podwórkach i miejscach skrytych, rzadziej widoczne z miejsc publicznych
- staraj się zminimalizować liczbę elementów przesłaniających
- logo lub nazwę Twojego lokalu umieszczaj na lambrekinie
  ! nie stosuj parasoli sygnowanych nazwami reklamowymi innych firm
- stosuj jeden rodzaj przesłony w obrębie całego ogródka
- pamiętaj o zabezpieczeniu podstawy parasoli i markiz wolnostojących, tak by tworzyły stabilną konstrukcję
  ! w celu ustabilizowania stosuj jedynie dekoracyjne, ozdobne obciążniki

materiał

podkonstrukcja:
- profile stalowe i aluminiowe
- elementy drewniane
- tkaniny tekstylne i akrylowe

kolorystyka

podkonstrukcja:
- kolory neutralne – np. biel, czerń, szarość, brąz, beż
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro, stal

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

Oświetlenie

zasady ogólne

- stosuj kameralne oświetlenie na stolikach i stołach
- możesz stosować girlandy świetlne w miejscach, które nie są eksponowane widokowo
- pamiętaj o zachowaniu odpowiedniego zabarwienia światła – jego barwa powinna mieć odcień ciepłej bieli

Donice

kształt i forma

- stosuj donice o prostych kształtach – sześciennych, prostopadłościennych, walcowych, kulistych
- nie stosuj donic dłuższych niż 120 cm
- szerokość lub średnica donicy nie powinna być większa, niż 55 cm
- maksymalna wysokość donicy powinna wynosić 60 cm
  ! zaleca się stosowanie donic o wysokości 45 cm

materiał

- drewno
- metal
- ceramika
- polimerobeton
- wiklina

kolorystyka

- materiały naturalne (drewno, wiklina)
- kolory neutralne – np. biel, czerń, szarość, brąz, beż
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro, stal

Roślinność

zasady ogólne

- wybieraj rośliny mające charakter zieleni niskiej
- dobieraj rośliny przystosowane do warunków panujących w obszarach przestrzeni publicznej, przede wszystkim powinny to być gatunki długo zielone, wolno rosnące, o wysokiej tolerancji na zanieczyszczenia i suszę
- zadbaj o to, by nie stwarzały one niebezpieczeństwa dla Twoich klientów i przechodniów, w związku z tym wybieraj rośliny nieposiadające cierni, ani trujących owoców oraz te o małym natężeniu pylenia

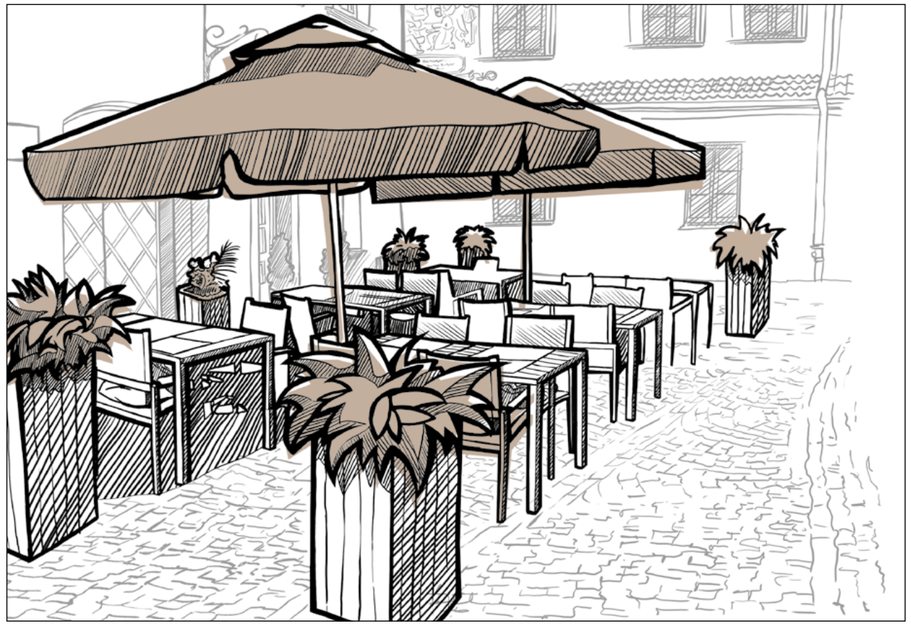
Podesty

zasady ogólne

- nie stosuj podestów – są one często nieprzekraczalną barierą dla osób niepełnosprawnych
- podesty stają się elementem wyróżniającym przestrzeń danego ogródka gastronomicznego, co jest sprzeczne z ideą współtworzenia przestrzeni
- ! stosowanie podestów dopuszczalne jest jedynie w miejscach o znaczącym spadku terenu.

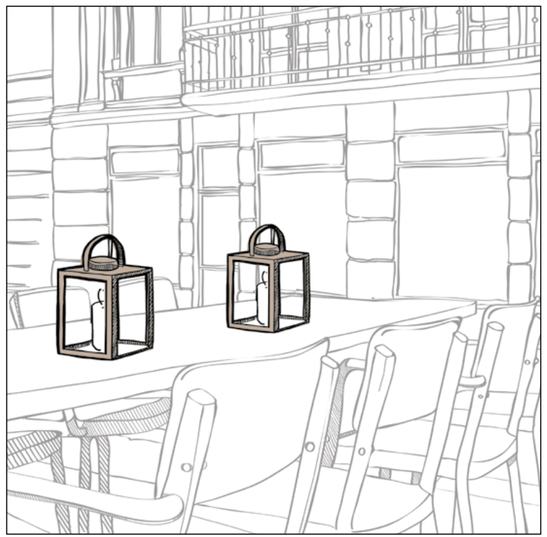
Inspiracje

Stoły, krzesła i parasole



Inspiracje

Oświetlenie



Inspiracje

Donice, roślinność

Procedura

Sezonowe ogródki gastronomiczne

Jeżeli planowany ogródek gastronomiczny spełnia wymogi określone w Lubelskiej Księdze Standarów złóż wniosek do Zarządu Dróg i Mostów w Lublinie.

ZARZAD DRÓG I MOSTÓW W LUBLINIE

W siedzibie Zarządu Dróg i Mostów złóż wniosek o zajęcie pasa drogowego w związku z ustawieniem ogródków letnich i punktów gastronomicznych (ZDiM-007-02)*

Do wniosku załącz:

- ogólny plan orientacyjny w postaci mapy sytuacyjno-wysokościowej z zaznaczeniem zajmowanego odcinka pasa drogowego
- szczegółowy plan sytuacyjny z zaznaczeniem zajmowanego odcinka pasa drogowego i podaniem wymiarów planowanej powierzchni zajęcia pasa drogowego
- program obejmujący:**

  1. Część informacyjną zawierającą podstawowe wiadomości dotyczące planowanego sezonowego ogródka gastronomicznego opatrzoną opisem materiałów, kolorystyki, gabarytów i sposobu montażu poszczególnych elementów zagospodarowania (mebli, parasoli, elementów oświetleniowych itp.)
  2. Część opisową, w której należy zamieścić krótką charakterystykę planowanego sezonowego ogródka gastronomicznego
  3. Część graficzną zawierającą konieczne rysunki, plany, szkice i wizualizacje.
- umowę najmu lokalu potrzebnego do prowadzenia działalności gastronomicznej
- aktualną opinię Powiatowej Stacji Sanitarno-Epidemiologicznej w Lublinie dotyczącą działalności ogródka gastronomicznego
- aktualną kopię wypisu z właściwego rejestru lub zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, aświadczenie o nadaniu numeru REGON i NIP

* wszystkie wymagane dokumenty (wzory wniosków) są dostępne w siedzibie ZDiM oraz na odpowiednich stronach Urzędu Miasta Lublin (www.zdm.lublin.eu)

** szczegółowe wymagania i wytyczne dotyczące organizacji sezonowych ogródków gastronomicznych oraz skompletowania wniosku znajdują się w dokumencie „Sezonowe ogródki gastronomiczne w obszarze Pomnika Historii. Wytyczne do projektowania i urządzania" przygotowanym przez Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków

Mobilne punkty sprzedaży

Wytyczne ogólne

Mobilne punkty sprzedaży

Mobilne punkty sprzedaży wprowadzają powiew świeżości i wzbogacają ofertę kulinarną miasta. Coraz częściej stają się niezbędnym elementem podczas festiwali i imprez plenerowych odbywających się w naszym mieście.

Mobilna forma działalności, jak i niestandardowy wygląd, mogą przyczynić się do osiągnięcia sukcesu inwestycyjnego i podniesienia jego rentowności.

Jeśli jesteś właścicielem takiego punktu, zwróć szczególną uwagę, aby punkt mobilny wpisywał się w klimat otoczenia i zaskakiwał zamiast jaskrawą formą czy kolorystyką, ciekawym charakterem nawiązującym do elementów znajdujących się w danej przestrzeni.

Zabytkowe otoczenie inspiruje do wykorzystywania minimalistycznych form, które nie konkurują z duchem miejsca, a w pełni z nim harmonizują i dodatkowo podkreślają jego walory.

Mobilny punkt sprzedaży to obiekt o wymiarach 5m^2

Mobilne punkty sprzedaży są całoroczne. Mogą również funkcjonować podczas festiwali miejskich

Szczegółowe lokalizacje punktów mobilnej sprzedaży zostały określone w obszarze nr 2

kształt i forma

- Twój mobilny punkt gastronomiczny może przyjąć formę wózka, roweru lub rikszy
  ! nie dopuszcza się możliwości stosowania wszelkich pojazdów silnikowych, przyczep samochodowych, lawet czy kontenerów
- zadbaj o to, by kształt i forma Twojego mobilnego punktu były możliwie jak najmniejsze, najbardziej estetyczne i spójne z otaczającą architekturą?
- staraj się projektować punkty możliwie najmniej zabudowane, tak by nie były elementem przesłaniającym i dominującym w przestrzeni
- staraj się zminimalizować liczbę elementów reklamowych
  ! ogranicz się do dwóch-trzech oznaczeń z logo firmy
- dla jednego punktu gastronomii mobilnej możesz zastosować jeden element informujący o ofercie, np. w formie stojaka na menu
- nie stosuj przy mobilnym punkcie gastronomicznym dodatkowych (towarzyszących) elementów małej architektury, takich jak stoliki, krzesła, parasole, czy wszelkiego rodzaju przykryć, niebędących integralną częścią wózka lub roweru
- dopuszcza się możliwość stosowania stołka lub krzesła dla osoby obsługującej wózek lub rower

materiał

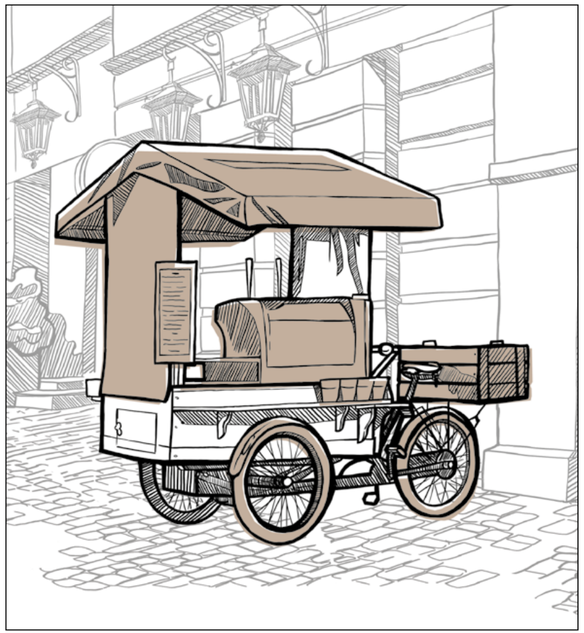
- preferowane jest użycie tradycyjnych materiałów – np. drewna, wikliny, metalu, stali, aluminium
- wykorzystuj materiały trwałe, bezpieczne i odporne na działanie zmiennych czynników atmosferycznych

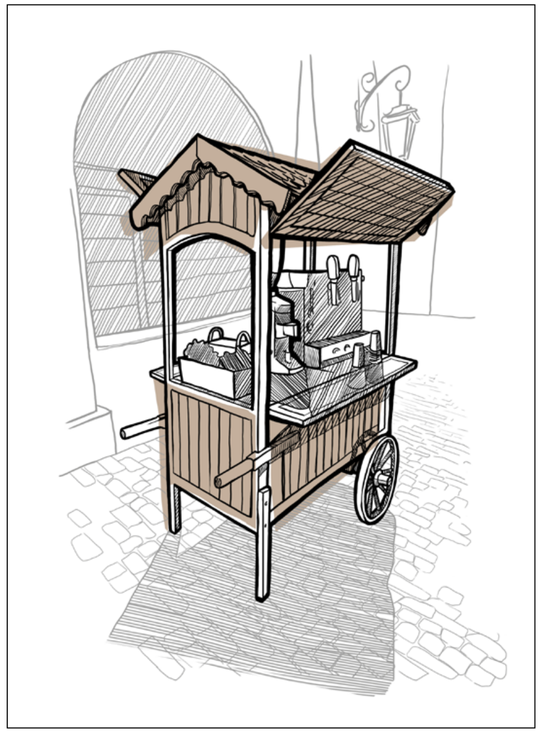
kolorystyka

- materiały naturalne (drewno, wiklina)
- kolory neutralne – np. biel, czerń, szarość, brąz, beż
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro, stal

Inspiracje

Mobilne punkty sprzedaży





Procedura

Mobilne punkty sprzedaży

ZARZAD DRÓG I MOSTÓW W LUBLINIE

W siedzibie Zarządu Dróg i Mostów złóż wniosek o zajęcie pasa drogowego w związku z ustawieniem ogródków letnich i punktów gastronomicznych (ZDiM-007-02).*

Do wniosku załącz:

- ogólny plan orientacyjny w postaci mapy sytuacyjno-wysokościowej z zaznaczeniem zajmowanego odcinka pasa drogowego
- szczegółowy plan sytuacyjny z zaznaczeniem zajmowanego odcinka pasa drogowego i podaniem wymiarów planowanej powierzchni zajęcia pasa drogowego
- program obejmujący:**

  1. Część informacyjną zawierającą podstawowe wiadomości dotyczące planowanego sezonowego ogródka gastronomicznego opatrzoną opisem materiałów, kolorystyki, gabarytów i sposobu montażu poszczególnych elementów zagospodarowania (mebli, parasoli, elementów oświetleniowych itp.)
  2. Część opisową, w której należy zamieścić krótką charakterystykę planowanego sezonowego ogródka gastronomicznego
  3. Część graficzną zawierającą konieczne rysunki, plany, szkice i wizualizacje.
- umowę najmu lokalu potrzebnego do prowadzenia działalności gastronomicznej
- aktualną opinię Powiatowej Stacji Sanitarno-Epidemiologicznej w Lublinie dotyczącą działalności ogródka gastronomicznego
- aktualną kopię wypisu z właściwego rejestru lub zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, aświadczenie o nadaniu numeru REGON i NIP

* wszystkie wymagane dokumenty (wzory wniosków) są dostępne w siedzibie ZDiM oraz na odpowiednich stronach Urzędu Miasta Lublin (www.zdm.lublin.eu)

Parklety

Wytyczne ogólne

Parklety

Parklet to nowy (niedostępny do tej pory w naszym mieście) sposób na powiększenie powierzchni biznesowej. Polega na rozszerzeniu chodnika o dotychczasowe miejsca parkingowe, na potrzeby prowadzenia działalności gospodarczej.

Często ustawia się je tam, gdzie występuje duży ruch samochodów, aby go spowolnić oraz tam gdzie brakuje spoczynkowych miejsc z zielenią, gdyż parklety zachęcają przechodniów do zatrzymania się podczas załatwiania spraw na mieście.

Aby przykuć uwagę pieszych, parklety mogą pełnić funkcję dekoracyjną, a nawet służyć jako powierzchnia dla instalacji artystycznych.

Restauracje i lokale usługowe wykorzystują parklety zamiast tradycyjnych ogródków gastronomicznych. Trzeba jednak pamiętać, o zachowaniu wolnej przestrzeni chodnika dla pieszych.

Nie ma potrzeby stosowania parkletów na Starym Mieście, którego bardziej dotyczy dział "sezonowe ogródki gastronomiczne". Parklety mogą zastąpić "ogródki", na takich ulicach jak Kowalska, gdzie brakuje przestrzeni na stolik i krzesła (np. przy małych lokalach gastronomicznych).

Parklet musi być łatwy w demontażu w razie nagłych wypadków, zmian w organizacji ruchu czy odśnieżania w zimie.

Z dotychczasowych doświadczeń wynika, że parklety zwiększają rozpoznawalność okolicy i przysparzają nowych klientów.

Meble – stoły i krzesła

kształt i forma

- powinny charakteryzować się wysokim standardem wykonania
- powinny być praktyczne i wytrzymałe, odporne na zmienne warunki atmosferyczne
- ich wygląd (lub ich styl) powinien wpisywać się w kontekst zabytkowej zabudowy
- pamiętaj o bezpieczeństwie i wygodzie klientów

  ! prosta, minimalistyczna estetyka to rozwiązanie, które zawsze pasuje do historycznego kontekstu zabudowy

materiały

- drewno
- aluminium
- stal
- szkło
- wiklina
- technorattan
- wysokiej jakości tworzywo sztuczne
- materiały naturalne (drewno, wiklina)

kolorysytyka

- kolory neutralne – np. biel, czerń, szarość, brąz, beż
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro, stal

Wygrodzenia

zasady ogólne

- niech Twój ogródek będzie integralną częścią przestrzeni – zrezygnuj ze stosowania wszelkiego rodzaju ogrodzeń, parawanów i ekranów
- nie stosuj podestów – są one często nieprzekraczalną barierą dla osób niepełnosprawnych
- możesz zasygnalizować granice swojego ogródka niskimi donicami z zielenią

  ! nie buduj zwartych ścian poprzez ustawianie donic szczelnie obok siebie

Parasole

zasady ogólne

- pamiętaj, by wszelkie przesłonięcia stosować jedynie tam, gdzie jest to konieczne i uzasadnione. Są to elementy najsilniej ingerujące w odbiór
- elementy te są niedozwolone w ciągu ulicy Bramowej oraz odcinku Grodzkiej (od Rynku do pl. po Farze)

kształt i forma

- stosuj parasole i markizy wolnostojące o możliwie najniższej wysokości czaszy i możliwie najmniejszych lambrekinach
- staraj się zminimalizować liczbę elementów przesłaniających
- logo lub nazwę Twojego lokalu umieszczaj na lambrekinie

! nie stosuj parasoli sygnowanych nazwami reklamowymi innych firm

- stosuj jeden rodzaj przesłony w obrębie całego ogródka
- pamiętaj o zabezpieczeniu podstawy parasoli i markiz wolnostojących, tak by tworzyły stabilną konstrukcję

! w celu ustabilizowania stosuj jedynie dekoracyjne, ozdobne obciążniki

materiał

podkonstrukcja:

- profile stalowe i aluminiowe
- elementy drewniane

tkanina:

- tkaniny tekstylne – akrylowe

kolorystyka

podkonstrukcja:

- kolory neutralne – np. biel, czerń, szarość, brąz, beż
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro, stal

tkanina:

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

Oświetlenie

zasady ogólne

- stosuj kameralne oświetlenie na stolikach i stołach
- możesz stosować girlandy świetlne
- pamiętaj o zachowaniu odpowiedniego zabarwienia światła – jego barwa powinna mieć odcień ciepłej bieli

Donice

kształt i forma

- stosuj donice o prostych kształtach – sześciennych, prostopadłościennych, walcowych, kulistych
- nie stosuj donic dłuższych niż 120 cm
- szerokość lub średnica donicy nie powinna być większa, niż 55 cm
- maksymalna wysokość donicy powinna wynosić 60 cm

! zaleca się stosowanie donic o wysokości 45 cm

materiał

- drewno
- metal
- ceramika
- polimerobeton
- wiklina

kolorystyka

- materiały naturalne (drewno, wiklina)
- kolory neutralne – np. biel, czerń, szarość, brąz, beż
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro, stal

Roślinność

zasady ogólne

- wybieraj rośliny mające charakter zieleni niskiej
- dobieraj rośliny przystosowane do warunków panujących w obszarach przestrzeni publicznej, przede wszystkim powinny to być gatunki długo zielone, wolno rosnące, o wysokiej tolerancji na zanieczyszczenia i suszę
- zadbaj o to, by nie stwarzały one niebezpieczeństwa dla Twoich klientów i przechodniów, w związku z tym wybieraj rośliny nieposiadające cierni, ani trujących owoców oraz te o małym natężeniu pylenia

Podesty

zasady ogólne

Podesty w zabudowie parkletów zlokalizowanych na jezdni stanowią kluczowy element konstrukcji. Zapewniają wejście do ogródka bez pokonywania różnicy poziomów oraz zabezpieczają przed ruchem kołowym na zasadzie krawężnika przy jezdni.

- podest należy wykonać na równo z poziomem chodnika a ponad jezdnią, tak aby piesi mogli zejść z chodnika na obszar parkletu bez pokonywania progu,
- w miejscach gdzie znajdują się obniżenia krawężników chodnikowych, należy także stosować zaniżenia
- zabrania się organizowania przestrzeni parkletu z wykorzystaniem progów i schodów

Inspiracje

Parklety

Stoiska festiwalowe

Wytyczne ogólne

Stoiska festiwalowe

Mimo, że stoiska festiwalowe są elementami czasowo goszczącymi w przestrzeni miejskiej, mają na nie silny wpływ. Ze względu na czas, w jakim się pojawiają (okres świąteczny, jarmark lub obchody miejskie) budzą wiele pozytywnych emocji.

Wojewódzki Konserwator Zabytków zaleca przy organizacji imprez masowych aby wszystkie stoiska reprezentowały spójny estetyczny charakter.

W przypadku stoisk festiwalowych na Starym Mieście, ważne jest by tworzyły spójną całość dopasowaną do klimatu i charakteru tego miejsca oraz by nie przyćmiewały otaczającej go architektury.

Przy planowaniu imprez pamiętaj:

- Menadżer śródmieścia oraz mieszkańcy nie zgadzają się na używanie agregatów prądotwórczych zasilanych silnikami spalinowymi. Ich zastosowanie najprawdopodobniej zostanie zakwestionowane, dlatego postaraj się o dostęp do prądu z sieci.
- Uprzedź mieszkańców Starego Miasta o imprezach powodujących zatory w ruchu pieszym lub zmiany w organizacji ruchu drogowego. Przygotuj ulotki z informacją o utrudnieniach i wrzuć je do skrzynek pocztowych.
- Aby zapewnić komfort poruszania się po Starym Mieście podczas imprez masowych, zapoznaj się z mapką ruchu pieszego i ruchu kołowego. Dzięki niej wytyczysz obejścia i objazdy dla stałych użytkowników naszego miasta.
- Wyznacz miejsce parkingowe dla mieszkańców Starego Miasta na Placu Zamkowym

kształt i forma

- festiwale to czas wzmożonego ruchu mieszkańców i turystów, pamiętaj więc o tym, by wspomóc działania lokalnych przedsiębiorców (a przynajmniej nie przeszkadzać im w prowadzeniu działalności) – nie zasłaniaj witryn ich sklepów, nie zastawiaj wejść do lokali, pozostaw odpowiednie wolne przedpole przed budynkiem w celu zachowania wolnego dostępu do witryn sklepowych,
- przestrzeń festiwalowa ze względu na swój reprezentatywny charakter, zarezerwowana jest wyłącznie dla festiwali kulturowych w przestrzeni Starego Miasta.
- nie stosuj namiotów przesłaniających widok, staraj się konstruować stoiska w taki sposób, aby były one możliwie najbardziej przezierne/transparentne w przestrzeni, zwłaszcza w zasięgu wzroku przechodnia
- dostosuj skalę stoiska do miejsca, w którym ma się znaleźć ! dobrym wyznacznikiem może tu być wysokość okolicznej zabudowy – stanowiska nie powinny być wyższe niż wysokość parteru okolicznych budynków

materiał

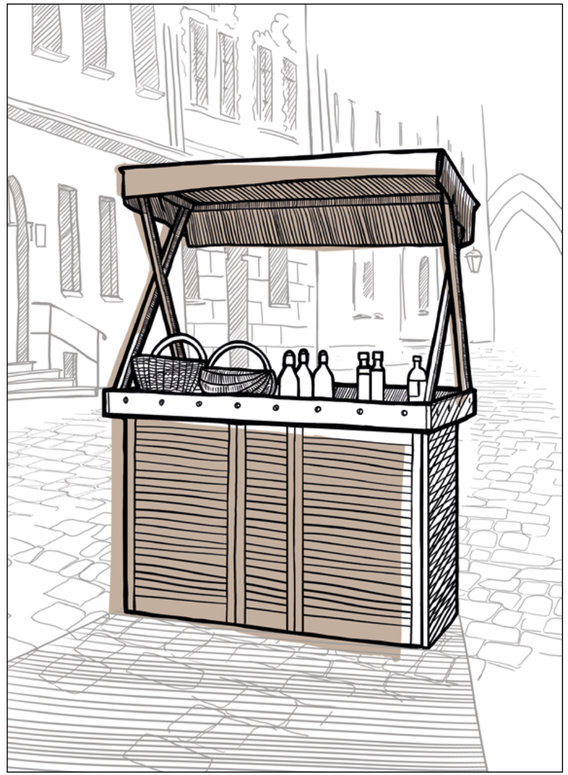
- preferowane jest użycie tradycyjnych materiałów – np. drewna, wikliny, metalu, stali, tkanin tekstylnych
- wykorzystuj materiały trwałe, bezpieczne i odporne na działanie zmiennych czynników atmosferycznych
- materiały naturalne (drewno, wiklina)

kolorystyka

- kolory neutralne – np. biel, czerń, szarość, brąz, beż
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro, stal
- kolory tkanin – naturalne – np. beż, krem, kość słoniowa, szarość
- ! dopuszcza się możliwość stosowania innych kolorów za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków

Inspiracje

Stoiska festiwalowe



Procedura

Stoiska festiwalowe

ZARZAD DRÓG I MOSTÓW W LUBLINIE

W siedzibie Zarządu Dróg i Mostów złóż wniosek o zajęcie pasa drogowego w związku z ustawieniem ogródków letnich i punktów gastronomicznych (ZDiM-007-02).*

Do wniosku załącz:

- ogólny plan orientacyjny w postaci mapy sytuacyjno-wysokościowej z zaznaczeniem zajmowanego odcinka pasa drogowego
- szczegółowy plan sytuacyjny z zaznaczeniem zajmowanego odcinka pasa drogowego i podaniem wymiarów planowanej powierzchni zajęcia pasa drogowego
- program obejmujący:**

  1. Część informacyjną zawierającą podstawowe wiadomości dotyczące planowanego sezonowego ogródka gastronomicznego opatrzoną opisem materiałów, kolorystyki, gabarytów i sposobu montażu poszczególnych elementów zagospodarowania (mebli, parasoli, elementów oświetleniowych itp.)
  2. Część opisową, w której należy zamieścić krótką charakterystykę planowanego sezonowego ogródka gastronomicznego
  3. Część graficzną zawierającą konieczne rysunki, plany, szkice i wizualizacje.
- umowę najmu lokalu potrzebnego do prowadzenia działalności gastronomicznej
- aktualną opinię Powiatowej Stacji Sanitarno-Epidemiologicznej w Lublinie dotyczącą działalności ogródka gastronomicznego
- aktualną kopię wypisu z właściwego rejestru lub zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, aświadczenie o nadaniu numeru REGON i NIP

* wszystkie wymagane dokumenty (wzory wniosków) są dostępne w siedzibie ZDiM oraz na odpowiednich stronach Urzędu Miasta Lublin (www.zdm.lublin.eu)

Organizacja ruchu

Wytyczne ogólne

Organizacja ruchu

Z tego rozdziału dowiesz się jak można poruszać się po Starym Mieście autem oraz pieszo.

Prezentujemy go, bo uważamy że potencjał dróg i przejść pieszych jest nadal niewykorzystany, zwłaszcza podczas imprez masowych. Dosyć często podczas festiwali dochodzi do pieszych zatorów a cierpią na tym nie tylko mieszkańcy muszący mimo wszystko korzystać z miasta normalnie ale także goście tych imprez. Miłym gestem oraz dobrą praktyką byłoby aby organizatorzy imprez robili materiały informacyjne dotyczące możliwych „obejść dla pieszych" największych skupisk ludzkich generowanych o spodziewanych godzinach.

Takie informacje powinny być dostępne na stronach internetowych tych imprez, aplikacji ich dotyczących oraz wrzucane do skrzynek pocztowych mieszkańców.

Piesze obejścia można także wyznaczać w terenie lub wyznaczać osoby, wskazujące alternatywną drogę.

Z mapy ruchu pieszych można wywnioskować następujące informacje:

- którędy można wyprowadzać ruch pieszy przez szereg różnych mało uczęszczanych ulicy i przejść niedostępnych dla ruchu kołowego,
- zaplanujesz trasę dogodną dla osób niemogących pokonać schodów,
- jak zaplanować trasy ewakuacji imprezy,
- czy lokalizacja imprezy jest kolizyjna z codziennym ruchem pieszych i jak zorganizować jego obejście dla osób niezainteresowanych imprezą,

Z mapy ruchu kołowego można wywnioskować następujące informacje:

- jakie są zasady wjazdu na Stare Miasto,
- jakie są fizyczne a jakie administracyjne możliwości wjazdu i wyjazdu na stare miasto,
- czy logistyka planowanej imprezy jest zgodna z przyjętym schematem poruszania,

Mapa ruchu pieszych

Możliwości poruszania się po Starym Mieście

Czarna przerywana linia ze strzałkami ilustruje ścieżki ruchu pieszych

Schody

Jak najefektywniej poruszać się po Starym Mieście pieszo?

Zazwyczaj wchodzimy na Stare Miasto Bramą Grodzką lub Bramą Krakowską (tak samo je opuszczamy) i poruszamy się w obrębie głównej ulicy - ulicy Grodzkiej, a obszar lubelskiego Starego Miasta rozciąga się przecież poza nią. Można wejść i wyjść ze Starego Miasta innymi drogami.

Aby do tego zachęcić przygotowaliśmy wskazówki, które będą najbardziej pomocne, kiedy uliczki Starego Miasta są zatłoczone, np. podczas imprez.

Proponowane szlaki komunikacyjne pokazują, którędy najprościej opuścić teren Starego Miasta, kiedy główny trakt ulicy Grodzkiej przestaje być drożny. Zilustrowany schemat, ułatwi także służbom porządkowym, zabezpieczanie imprez masowych, pomoże w wytyczaniu dróg ewakuacyjnych. Usprawni kierowanie pieszych do poszczególnych miejsc oraz wskaże, jak „ominąć" imprezę.

Pamiętaj, że wskazanie pieszym różnych dróg dotarcia do twojego lokalu (wejścia na Stare Miasto), wpłynie pozytywnie na twój wizerunek - odwiedzający poczują się zaopiekowani, kiedy będą mogli dotrzeć do ciebie tak, jak im jest najwygodniej.

Szambelańska - Lubartowska

Przechodząc przez Bramę Krakowską i skręcając od razu w lewo, ulica Szambelańska, zaprowadzi nas wprost do wyjścia na ulicę Lubartowską.

Olejna-Noworybna-Lubartowska

Pozostając na ulicy Bramowej, zaraz za Brama Krakowską, nastepna uiczka w lewo - ulica Olejna, prowadzi do ulicy Noworybnej oraz Lubartowskiej.

Jezuicka - Brama Trynitarska - Podwale

Od ulicy Bramowej w prawo możemy przejść ulicą Jezuicką, która doprowadzi nas do Bramy Trynitarskiej. Ulica Jezuicka prowadzi nas, także do punktu widokowego, z którego można zejść do ulicy Podwale.

Jezuicka - Podwale

Z ulicy Jezuickiej przez Dominikańską oraz Archidiakońską możemy dostać się na Plac po Farze, z którego schodami można dostać się na ulicę Podwale.

Rynek - Lubartowska
Rynek - Kowalska

Ulica Bramowa, przechodzi w Rynek, z którego idąc w lewo ulicą Rybną, dojdziemy do Placu Rybnego, a stamtąd do ulicy Lubartowskiej lub schodząc w dół schodami przez Zaułek Hartwigów, dotrzemy do ulicy Kowalskiej (połączonej z jednej strony z Placem Zamkowym, a z drugiej z ulicą Lubartowską).

Ku Farze - Lubartowska - Kowalska

Rynek jak i ulica Rynek zmienia się idąc dalej w ulice Grodzką. W lewo od ulicy Grodzkiej prowadzi nas wąska uliczka Ku Farze. Wąskie przejście doprowadzi nas do Placu Rybnego i ulicy Lubartowskiej oraz ulicy Kowalskiej (schodząc zaułkiem Hartwigów).

Grodzka - Podwale

Ulica Grodzka zaprowadzi nas bezpośrednio na Plac po Farze. Z punktu widokowego zaraz za fundamentami kościoła Św. Michała, znajdują się schody prowadzące po dwóch stronach zbocza na ulice Podwale.

Mapa ruchu kołowego

Prawidłowa organizacja ruchu kołowego

Miejsca przez, które mogą przejechać służby porządkowe w nagłych przypadkach ale nie są to wjazdy publiczne. Wjazdy te są ograniczone parametrami budynków pod którymi trzeba przejechać.

Czarna linia ze strzałkami ilustruję drogi gdzie mogą poruszać się auta z przepustkami

Miejsce gdzie auta z przepustkami mogą przejechać ale tylko i wyłącznie mieszkańcy określonych adresów

Prawidłowa organizacja ruchu kołowego

Opis prawidłowej organizacji ruchu kołowego rozwieje wątpliwości dotyczące tego, kto i w jakich sytuacjach może wjeżdżać na teren Starego Miasta, a także jak poruszać się po Starym Mieście podczas imprez masowych.

Standarowo na Stare Miasto można wjechać poprzez wjazd z ulicy Lubartowskiej przez ul. Noworybną.

Wyjazd na dwa sposoby: przez dwukierunkową Noworybną lub jednokierunkową ul. Rybną (tylko wyjazd).

W wyjątkowych sytuacjach można starać się o pozwolnie na wykorzystanie pozostałych wjazdów.

W tym celu skontaktuj się z Wydziałem Zarządzania Ruchem Drogowym i Mobilnością

ul. Krochmalna 13i
tel. 81 466 29 50
e-mail: zrim@lublin.eu
www: http://www.zdm.lublin.eu/
Wydział Zarządzania Ruchem Drogowym i Mobilnością

W wyjątkowych sytuacjach i po usunięciu blokad, wjazd samochodem na teren Starego Miasta jest możliwy przez Bramę Trynitarską.

Brama Krakowska

Zakaz przejazdu przez Bramę Krakowską z wyjątkiem służb.

Jadąc ul. Bramową możemy kierować się jedynie do wyjazdu przez ulicę Olejną, która prowadzi do ulicy Lubartowskiej.

Lubartowska - Noworybna

Samochody wjeżdżające na teren Starego Miasta, dostępnym na co dzień wjazdem od ulicy Lubartowskiej i Noworybnej, mogą kierować się przez Ulicę Rybną do Trybunału Koronnego, ulicy Złotej, ulic Jezuickiej oraz do wyjazdu przez ulicę Olejną.

Brama Trynitarska

Wjazd na teren Starego Miasta umożliwia także, Brama Trynitarska. Umożliwia ona dostęp do ulicy Jezuickiej, Teatru Starego oraz wyjazdu przez ulice Olejną.

Brama Grodzka

Wjazd przez Bramę Grodzką, możliwy jest od strony zamku, wjeżdżając ulica Zamkową, wjazdem dostępnym od strony Alei Tysiąclecia. Jest to wjazd, dostępny głównie dla służb mundurowych.

Przepustki stałe i okazjonalne

Pozwolenia i zasady wjeżdżania na teren Starego Miasta od 1 stycznia 2020 roku reguluje:

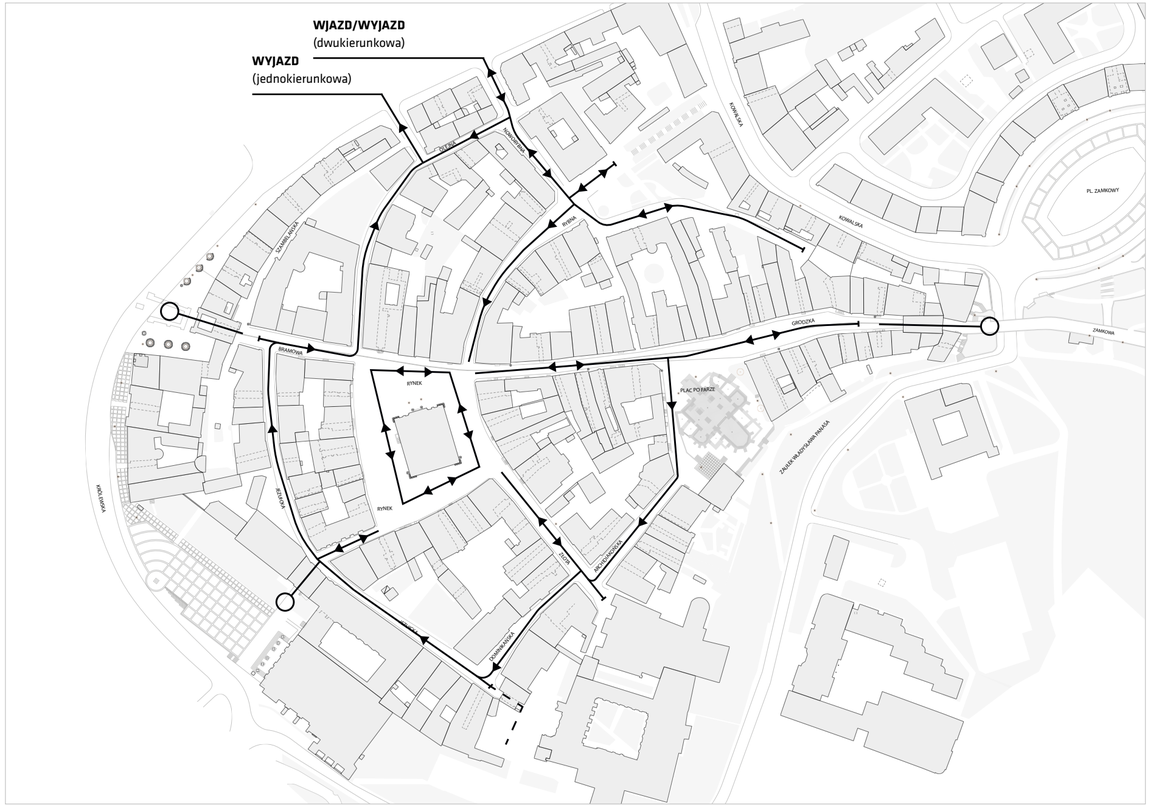
- Zarządzenie nr 73/12/2019 Prezydenta Miasta Lublin z dnia 27 grudnia 2019 r. w sprawie ustalenia zasad wydawania i użytkowania identyfikatorów uprawniających do wjazdu w strefę objętą zakazem ruchu na obszarze Starego Miasta w Lublinie.

Ważne: przepustka nie uprawnia do wjazdu na prywatne posesje.

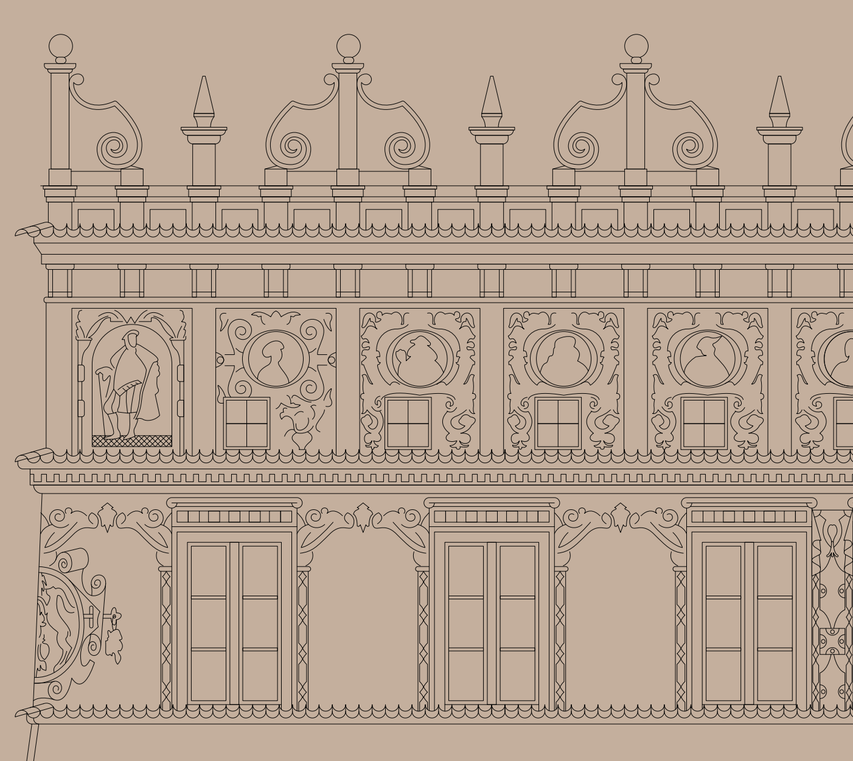
Na Starym Mieście obowiązuje przeważnie ruch jednokierunkowy!

Dostawy do lokali i sklepów znajdujących się na Starym Mieście możliwe są w godzinach porannych do godziny:

10:00 w sezonie turystycznym
od 15 kwietnia do 15 listopada
11:00 poza zesonem turystycznym
od 15 listopada do 15 kwietnia



2. Kształtowanie ładu kompozycyjnego elewacji budynków



Wstęp do rozdziału

Stare Miasto, to historycznie najstarsza część Lublina. Na jego terenie znajdują się liczne zabytki, w tym pozostałości murów miejskich: Brama Krakowska i Grodzka, Baszta Gotycka, renesansowe kamienice, Trybunał koronny (dawny ratusz), Wieża Trynitarska, Bazylika oo. Dominikanów i Teatr Stary.

To skarby architektury ukryte pośród mieszanki kolorów, kształtów i wszelakich interpretacji różnorodnych stylów. Fasady ulic tworzące barwny obraz, który buduje wyjątkowy klimat i atmosferę tego miejsca.

Nikt inny, jak Ty sam, poprzez swoje działania wyznaczasz klasę tego jakże wartościowego dla Lublina miejsca.

Elegancka witryna zachęca i zaprasza gości. Odpowiednio zaaranżowane, nienarzucające się nośniki reklamowe, wykonane z wysokiej klasy materiałów, nie zginą w gęstwinie innych reklam, a będą wartością dodaną lokalu.

Pierzeje ulic, tworzące elegancki, spójny obraz, pełne gustownych ekspozycji, stanowią klucz do sukcesu Twojego biznesu.

W rozdziale II chcemy pokazać Ci, jak sprawić, aby kompozycja stworzona z witryny i elementów reklamowych Twojego lokalu była spójna, korespondowała z zabytkową zabudową, a ponadto nabrała elegancji i tym samym przyciągała wzrok klientów.

Nawigator rozdziału

– czyli jak to działa?

Poniższe wskazówki pomogą Ci szybciej odnaleźć najczęściej poszukiwane informacje.

O czym jest rozdział?

Drugi rozdział publikacji jest poświęcony kształtowaniu ładu kompozycyjnego na elewacjach budynków.
W rozdziale tym znajdziesz wytyczne min. dotyczące umieszczania szyldów i reklam. Pokazujemy także, dobre i złe praktyki, jako przykład właściwego umieszczania znaków.

Czym jest boniowanie? Co to jest szpros?

Jeżeli nie znasz określeń związanych z tematyką architektoniczną, odwiedź słownik znajdujący się na stronie 70. Znajdziesz w nim definicje terminów.

W jakich miejscach można umieszczać reklamy, a gdzie jest to zabronione?

Zagadnienia dotyczące lokalizacji reklam na różnych rodzajach elewacji znajdziesz na stronach 74-81. Znajdują się tam również rysunki obrazujące rozwiązania preferowane (oznaczone na berzowo) oraz zabronione (oznaczone na szaro).

Gdzie i jakie elementy reklamowe można zamieszczać na elewacjach unikatowych?

Informacje dotyczące rodzajów dopuszczalnych elementów reklamowych możliwych do stosowania i sposobu ich rozmieszczenia na elewacjach unikatowych zostały ujęte na stronach 93-113. Wykaz budynków unikatowych znajduje się w tabeli na stronie 9. W zestawieniu uwzględniono również odsyłacze do stron, na których znajdują się informacje o interesującym Cię obiekcie.

Jak zaprojektować witrynę lokalu?

Zapoznaj się z wytycznymi i propozycjami aranżacji witryn umieszczonymi na stronie 124. Znajdziesz tam cenne uwagi dotyczące wyboru najodpowiedniejszego wyglądu i umiejscowienia witryn – m.in. ich wymiarów, wykorzystywanych materiałów oraz dostępnej gamy kolorystycznej.

Jak powinny wyglądać poszczególne elementy reklamowe?

Wytyczne dotyczące poszczególnych, dopuszczonych do stosowania, elementów reklamowych znajdziesz na stronach 115-129. Dla każdego nośnika reklamowego zostały podane wytyczne szczegółowe odnoszące się do jego wyglądu i sposobu montażu – obejmujące sugestie w kwestii wymiarów, wykorzystywanych materiałów oraz dostępnej gamy kolorystycznej.

Jak uzyskać pozwolenie na montaż elementów reklamowych na elewacji budynku?

Procedura urzędowa została zamieszona na końcu podrozdziału poświęconego elementom reklamowym, na stronie 128.

Jak ułatwić osobom niepełnosprawnym dostęp i korzystanie z Twojego lokalu?

Na stronach 131-132 znajdziesz cenne uwagi i propozycje rozwiązań, których wdrożenie z pewnością ułatwi dostęp do Twojego lokalu osobom poruszającym się na wózku inwalidzkim.

Słownik

Część II – architektura

Definicje terminów związanych z tematyką kształtowania ładu kompozycyjnego elewacji użytych w opracowaniu

badania stratygraficzne - zespół działań (w tym wykonanie odkrywek, pobranie próbek, analiza i wyniki przeprowadzonych badań) mających na celu ustalenie chronologicznego układu warstw materiałów wykończeniowych

balustrada pełne bądź ażurowe ogrodzenie - (np. schodów, tarasów, balkonów), mocowane zwykle na krawędzi zabezpieczanego elementu, pełniące dodatkowo funkcję ozdobną

belka ślemienna prosta lub ozdobna - trwale połączona z ościeżnicą, pozioma poprzeczka dzieląca okno na część górną i dolną; w otworze drzwiowym rozdzielająca drzwi od naświetla

boniowanie - dekoracyjne opracowanie lica muru kamiennego polegające na ścięciu pod kątem lub profilowaniu krawędzi licowych poszczególnych ciosów czy płyt kamiennych; alternatywnie naśladownictwo powyższego w tynku poprzez wykonanie prostolinijnych, złobionych bruzd

brama - zamknięcie otworu wjazdowego lub wejściowego prowadzącego na podwórze bądź wewnętrzny dziedziniec znajdujący się za budynkiem frontowym

cokół - dolna część elewacji, często wyodrębniona kolorem, materiałem, uskokiem lub gzymsem

gablota - oszklona szafka, mocowana do płaszczyzny elewacji, służąca do wystawiania towarów, eksponatów lub zamieszczenia ogłoszeń

gzyms - poziomy element architektoniczny, często profilowany, wysunięty przed lico ściany dla zaakcentowania horyzontalnych podziałów elewacji i osłony przed deszczem; w wielu budynkach akcentuje jej zwieńczenie lub – jako gzyms międzypiętrowy – wyodrębnia poszczególne kondygnacje

kaseton - segment okna wielodzielnego, utworzony przez słupek (pion) i ślemię (poziom). W oknach bez słupków kwateraodpowiada powierzchni skrzydła okiennego

Kwatera okienna - przestrzenny (prostopadłościenny) panel z nazwą bądź logo firmy, często z wbudowanym wewnętrznie oświetleniem. (Kaseton nie jest nośnikiem rekomendowanym do zastosowania w obrębie Starego Miasta)

litery przestrzenne - patrz: stojak reklamowy litery przestrzenne pojedyncze litery, montowane nad witryną

okno ze szprosami - szprosy, to listewki, które dzielą okno na kilka lub kilkanaście części, obecnie pełnią formę dekoracyjną, dawniej był to sposób szklenia okna

markiza - składane zadaszenie, montowane nad witryną lub oknem sklepowym, osłaniające przed zmiennymi warunkami atmosferycznymi

nadświetle - górna część otworu bramy lub drzwi w formie okna, służąca do oświetlenia pomieszczenia znajdującego się za tymi drzwiami (bramą) – sieni, przedsionka, przedpokoju. Może mieć kształt prostokąta, odcinka koła itp.

neon - lampa jarzeniowa w postaci szklanej, często giętej rurki wypełnionej gazem szlachetnym, tworząca reklamę świetlną. (Neon nie jest nośnikiem rekomendowanym do zastosowania w obrębie Starego Miasta)

okno ze szprosami - szprosy, to listewki, które dzielą okno na kilka lub kilkanaście części, obecnie pełnią formę dekoracyjną, dawniej był to sposób szklenia okna

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

pas reklamowy - w większości przypadków przestrzeń między górną krawędzią witryny a gzymsem wyznaczająca przestrzeń reklamową

płycina - płaszczyzna wklęsła lub wypukła, często ujęta w profilowane ramy, będąca elementem podziału witryny lub elementem dekoracyjnym elewacji

potykacz - patrz: stojak reklamowy

przestrzeń ochronna (margines) - przestrzeń między elementem reklamowym lub oznaczeniem, a elementami architektonicznymi elewacji. Projektując oznaczenie należy pamiętać o zostawieniu odpowiedniej przestrzeni ochronnej. W przypadku gzymsów i otworów okiennych zaleca się zachować minimum 15 cm odstępu

prześwit bramowy - otwór w budynku stanowiący przejście lub przejazd do oficyn, podwórek lub skwerów znajdujących w dalszej względem frontu części działki

rama witryny - szkielet konstrukcyjny okna witryny podtrzymujący jej 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 przeszklonej gabloty na podporze

stojak reklamowy - nośnik reklamowy w postaci wolnostojącej, składanej ramy, sytuowanej najczęściej na chodniku, w której są umieszczone połączone górnymi krawędziami szyldy z informacją o usłudze (po rozłożeniu kształt ramy zbliżony jest do litery A)

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

sztaluga - przenośna wolnostojący nośnik reklamowy służący np. do prezentacji menu

szyld - tablica z nazwą i 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 budynku pod kątem większym niż 0° w stosunku do płaszczyzny ściany (najczęściej prostopadle do niej

witryna - okno wystawowe, oszklona, często podświetlana gablota lub szafa. Witryna służy do eksponowania towarów, dzieł sztuki, stałych i sezonowych dekoracji przyciągających uwagę przechodniów

wspornik - element konstrukcyjny pełniący funkcję podpierającą dla elementów wystających poza lico ściany zewnętrznej budynku, takich jak np. balkon czy wykusz

wystawa - wizytówka lokalu handlowego i usługowego, część wewnętrzna witryny sklepowej za szkleniem; miejsce ekspozycji towarów

Ułożenie elementów reklamowych na elewacjach

Wytyczne ogólne

Ułożenie elementów reklamowych na elewacjach

Wielkość oznaczeń

Może się wydawać, że im większy i jaskrawszy szyld, tym lepiej będzie przykuwał uwagę. Rejon Starego Miasta rządzi się jednak innymi prawami. Tutaj liczy się estetyczne dopasowanie elementów reklamowych do elewacji.

Upewnij się, że Twój szyld ma odpowiednią wielkość. Oznaczenia mniejsze o 10-20% od pierwotnie proponowanych są równie czytelne i dużo lepiej odbierane w widoku całej elewacji.

Przy projektowaniu elementów reklamowych weź pod uwagę podziały na elewacji, tzn boniowanie. Zachowuj osie kompozycyjne i odpowiednią odległość od okien gzymsów i bram, najlepiej minimum połowę szerokości Twojego nośnika reklamowego do otworu okiennego/drzwiowego.

Ograniczaj stosowanie kasetonów i neonów, gdyż nie są one rozwiązaniem rekomendowanym dla tego obszaru. Szyldy, litery przestrzenne i litery malowane na elewacji to najodpowiedniejsze w rejonie Starego Miasta narzędzia komunikacji wizualnej.

Nie stosuj krzykliwych kolorów i emitujących nocą dużo światła nośników. Dzięki temu cała przestrzeń Starego Miasta uzyska spójny charakter i przyjazną dla odwiedzających atmosferę.

Elewacja boniowana płytowo

Latarnia

Litery przestrzenne

Gzyms (powyżej gzymsu nie instaluj nośników reklamowych)

Kwatera okienna

Pas dolny reklamy na szkleniu

Elewacja boniowana pasowo

Nadświetle

Stojak menu

Szyld semaforowy

Szyld (tabliczka)

Szyld reklamowy

Gablota

Gzyms (powyżej gzymsu nie instaluj nośników reklamowych)

Elewacja

Gładka (pozbawiona boniowania)

Dobrze

1. Cokół (jeśli występuje)

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

2. Gablota wisząca

- umieszczaj menu dla lokali gastronomicznych w gablocie na elewacji budynku
- stosuj tylko dla lokali gastronomicznych
- w wypadku braku potrzebnego miejsca na elewacji umieszczaj menu wewnątrz lokalu, za szybą – na tablicy widocznej z ulicy

3. Litery przestrzenne / szyld reklamowy

- dostosuj wielkość elementów do wymiarów pasa reklamowego, a sam pas reklamowy do wysokości boniowania oraz wysokości pomiędzy gzymsem a otworem okna czy bramy.
- elementy reklamowe umieszczaj centralnie nad witryną z zachowaniem odpowiednich dystansów
  ! jeżeli wysokość pasa reklamowego jest mniejsza niż 30 cm, proponujemy zastosowanie naklejek reklamowych z folii lub pleksi, umieszczanych na szkleniu, lub elementów reklamowych montowanych po wewnętrznej stronie witryny
- jeżeli lokal składa się z kilku witryn, staraj się rozmieszczać elementy reklamowe tak, by nie przebiegały przez całą szerokość frontu lokalu

4. Markiza

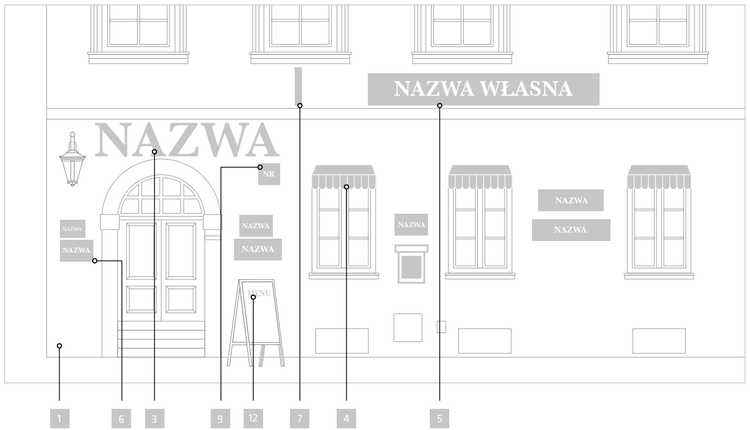
- nie stosuj markiz i innych elementów przesłaniających witryny mocowanych bezpośrednio do elewacji budynków

5. Pas reklamowy

- nie umieszczaj nośników reklamowych ponad poziomem parteru, gzyms międzykondygnacyjny wyznacza jego górną granicę
  ! jeżeli elewacja pozbawiona jest gzymsu nad parterem, powierzchnię pasa reklamowego stanowi przestrzeń pomiędzy szczytem witryny a dolnym poziomem otworów okiennych piętra (pod warunkiem, że w wydzielonym pasie nie znajdują się elementy dekoracyjne)
- za zgodą odpowiedniego konserwatora zabytków
- dopuszcza się możliwość lokalizacji neonów mocowanych do konstrukcji wspornikowej powyżej poziomu pasa parteru budynku (wyznaczanej najczęściej gzymsem międzykondygnacyjnym)
  ! wymiary i dokładne miejsce montażu należy każdorazowo ustalić z odpowiednim konserwatorem zabytków
- nie umieszczaj reklam poza wyznaczonymi pasami reklamowymi na elewacjach oraz poza powierzchnią szklenia witryny

6. Szyld (tabliczka)

- montuj po obu stronach prześwitu bramowego lub wejścia
- umieszczaj kolejne szyldy, zachowując ich symetryczne ułożenie po obu stronach prześwitu
- dla każdego lokalu nieposiadającego witryny w pasie parteru elewacji frontowej obowiązuje jeden szyld
- dostosuj wielkość szyldu do wyznaczonej dla jego montażu przestrzeni
- pamiętaj, że szyldy tworzą wspólną kompozycję, dlatego wszystkie powinny mieć jednakowe wymiary (szerokość, wysokość, długość) i być wykonane z tych samych materiałów
  ! jeżeli szerokość ściany przy prześwicie nie pozwala na montaż szyldów, umieszczaj je od jego wewnętrznej strony



Źle

7. Szyld semaforowy – semafor

- umieszczaj semafor w poziomie pasa reklamowego – możliwie pośrodku miejsca dla niego przeznaczonego, jednak nie bliżej niż 20 cm od krawędzi ramy witryny
- stosuj tylko jeden semafor dla lokalu
- umieszczaj semafor od zewnętrznej strony witryny
  ! gdy lokal posiada kilka okien witrynowych, a odległość między nimi jest nie mniejsza niż 50 cm, możesz umieścić semafor pomiędzy nimi
- nie umieszczaj semaforów na różnych wysokościach w obrębie elewacji
- podkonstrukcja semaforu powinna być mocowana na poziomie wyznaczonego pasa reklamowego

8. Stojak na menu

- stosuj tylko w lokalach gastronomicznych
- obowiązuje jeden stojak dla jednego lokalu (niezależnie od tego czy lokal posiada sezonowy ogródek gastronomiczny)

9. Znaki i tablice informacyjne

- wieszaj w prawym górnym rogu wejścia, prześwitu bramowego lub bramy
- stosuj stylizowane tablice informacyjne – wieszaj je na wysokości ok. 2,20m nad gruntem

10.Stojak menu

- stojak reklamowy to delikatna sprawa - jeśli uważasz, że jest konieczny dla Twojego biznesu, ustawiaj go sprytnie. Dopuszcza się go wszędzie tam gdzie światło przejścia zostało zawężone przez schody, pochylnię lub stojak rowerowy. Nie wolno stawiać go tak po prostu, przy elewacji aby stanowił przeszkodę w przestrzeni pieszej. Powinien być wąski, jak tylko możliwe.

11. Latarnia

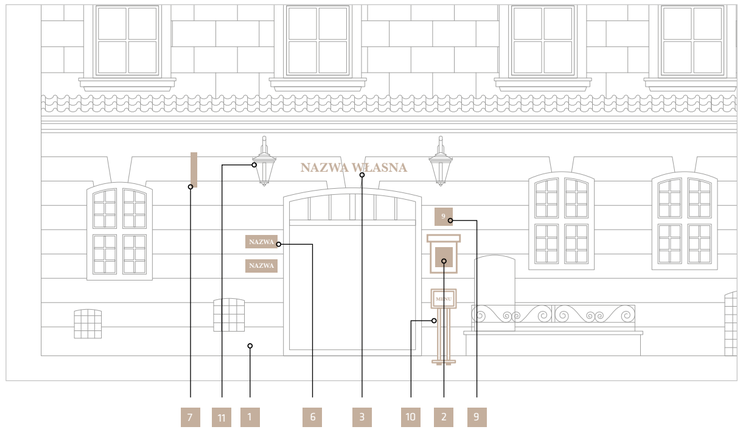
- element systemu oświetlenia miasta. Nie zmieniaj go i nie wpływaj na jego działanie

12. Potykacz

- nie stosuj elementów, które mogą stwarzać niebezpieczeństwo dla osób niewidomych, niedowidzących czy po prostu mogą tamować ruch w przestrzeni przeznaczonej do komunikacji. Ustawianie wszelkich elementów reklamowych w pasach drogowych, poza wykupioną przestrzenią jest niebezpieczne oraz niezgodne z przepisami o ruchu drogowym

Elewacja

Boniowanie pasowe



Dobrze

1. Cokół (jeśli występuje)

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

2. Gablota wisząca

- umieszczaj menu dla lokali gastronomicznych w gablocie na elewacji budynku
- stosuj tylko dla lokali gastronomicznych
- w wypadku braku potrzebnego miejsca na elewacji umieszczaj menu wewnątrz lokalu, za szybą – na tablicy widocznej z ulicy

3. Litery przestrzenne / szyld reklamowy

- dostosuj wielkość elementów do wymiarów pasa reklamowego, a sam pas reklamowy do wysokości boniowania oraz wysokości pomiędzy gzymsem a otworem okna czy bramy.
- elementy reklamowe umieszczaj centralnie nad witryną z zachowaniem odpowiednich dystansów
  ! jeżeli wysokość pasa reklamowego jest mniejsza niż 30 cm, proponujemy zastosowanie naklejek reklamowych z folii lub pleksi, umieszczanych na szkleniu, lub elementów reklamowych montowanych po wewnętrznej stronie witryny
- jeżeli lokal składa się z kilku witryn, staraj się rozmieszczać elementy reklamowe tak, by nie przebiegały przez całą szerokość frontu lokalu

4. Markiza

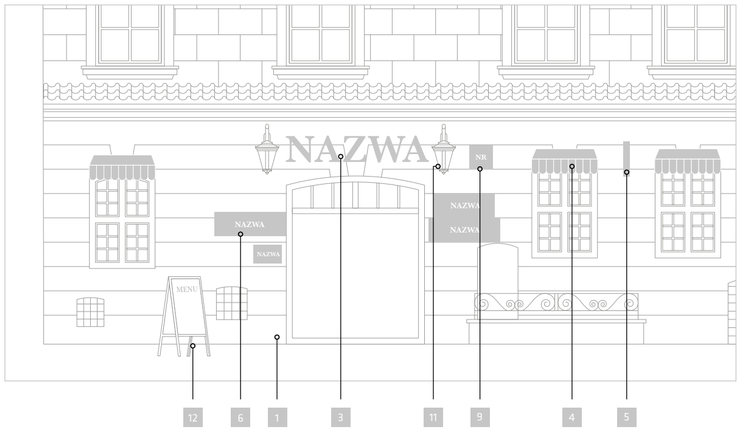
- nie stosuj markiz i innych elementów przesłaniających witryny mocowanych bezpośrednio do elewacji budynków

5. Pas reklamowy

- nie umieszczaj nośników reklamowych ponad poziomem parteru, gzyms międzykondygnacyjny wyznacza jego górną granicę
  ! jeżeli elewacja pozbawiona jest gzymsu nad parterem, powierzchnię pasa reklamowego stanowi przestrzeń pomiędzy szczytem witryny a dolnym poziomem otworów okiennych piętra (pod warunkiem, że w wydzielonym pasie nie znajdują się elementy dekoracyjne)
- za zgodą odpowiedniego konserwatora zabytków
- dopuszcza się możliwość lokalizacji neonów mocowanych do konstrukcji wspornikowej powyżej poziomu pasa parteru budynku (wyznaczanej najczęściej gzymsem międzykondygnacyjnym)
  ! wymiary i dokładne miejsce montażu należy każdorazowo ustalić z odpowiednim konserwatorem zabytków
- nie umieszczaj reklam poza wyznaczonymi pasami reklamowymi na elewacjach oraz poza powierzchnią szklenia witryny

6. Szyld (tabliczka)

- montuj po obu stronach prześwitu bramowegolub wejścia
- umieszczaj kolejne szyldy, zachowując ich symetryczne ułożenie po obu stronach prześwitu
- dla każdego lokalu nieposiadającego witryny w pasie parteru elewacji frontowej obowiązuje jeden szyld
- dostosuj wielkość szyldu do wyznaczonej dla jego montażu przestrzeni
- pamiętaj, że szyldy tworzą wspólną kompozycję, dlatego wszystkie powinny mieć jednakowe wymiary (szerokość, wysokość, długość) i być wykonane z tych samych materiałów
  ! jeżeli szerokość ściany przy prześwicie nie pozwala na montaż szyldów, umieszczaj je od jego wewnętrznej strony



Źle

7. Szyld semaforowy – semafor

- umieszczaj semafor w poziomie pasa reklamowego – możliwie pośrodku miejsca dla niego przeznaczonego, jednak nie bliżej niż 20 cm od krawędzi ramy witryny
- stosuj tylko jeden semafor dla lokalu
- umieszczaj semafor od zewnętrznej
- strony witryny
  ! gdy lokal posiada kilka okien witrynowych, a odległość między nimi jest nie mniejsza niż 50 cm, możesz umieścić semafor pomiędzy nimi
- nie umieszczaj semaforów na różnych wysokościach w obrębie elewacji
- podkonstrukcja semaforu powinna być mocowana na poziomie wyznaczonego pasa reklamowego

8. Stojak na menu

- stosuj tylko w lokalach gastronomicznych
- obowiązuje jeden stojak dla jednego lokalu (niezależnie od tego czy lokal posiada sezonowy ogródek gastronomiczny)

9. Znaki i tablice informacyjne

- wieszaj w prawym górnym rogu wejścia, prześwitu bramowego lub bramy
- stosuj stylizowane tablice informacyjne – wieszaj je na wysokości ok. 2,20m nad gruntem

10.Stojak menu

- stojak reklamowy to delikatna sprawa - jeśli uważasz, że jest konieczny dla Twojego biznesu, ustawiaj go sprytnie. Dopuszcza się go wszędzie tam gdzie światło przejścia zostało zawężone przez schody, pochylnię lub stojak rowerowy. Nie wolno stawiać go tak po prostu, przy elewacji aby stanowił przeszkodę w przestrzeni pieszej. Powinien być wąski, jak tylko możliwe.

11. Latarnia

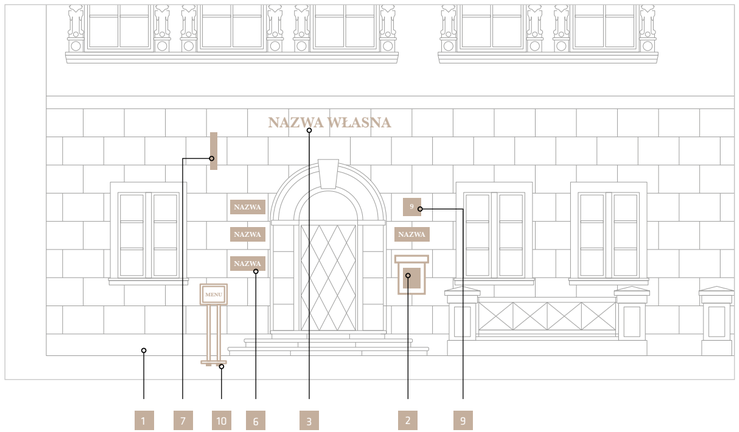
- element systemu oświetlenia miasta. Nie zmieniaj go i nie wpływaj na jego działanie

12. Potykacz

- nie stosuj elementów, które mogą stwarzać niebezpieczeństwo dla osób niewidomych, niedowidzących czy po prostu mogą tamować ruch w przestrzeni przeznaczonej do komunikacji. Ustawianie wszelkich elementów reklamowych w pasach drogowych, poza wykupioną przestrzenią jest niebezpieczne oraz niezgodne z przepisami o ruchu drogowym

Elewacja

Boniowanie płytowe



Dobrze

1. Cokół (jeśli występuje)

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

2. Gablota wisząca

- umieszczaj menu dla lokali gastronomicznych w gablocie na elewacji budynku
- stosuj tylko dla lokali gastronomicznych
- w wypadku braku potrzebnego miejsca na elewacji umieszczaj menu wewnątrz lokalu, za szybą – na tablicy widocznej z ulicy

3. Litery przestrzenne / szyld reklamowy

- dostosuj wielkość elementów do wymiarów pasa reklamowego, a sam pas reklamowy do wysokości boniowania oraz wysokości pomiędzy gzymsem a otworem okna czy bramy.
- elementy reklamowe umieszczaj centralnie nad witryną z zachowaniem odpowiednich dystansów
  ! jeżeli wysokość pasa reklamowego jest mniejsza niż 30 cm, proponujemy zastosowanie naklejek reklamowych z folii lub pleksi, umieszczanych na szkleniu, lub elementów reklamowych montowanych po wewnętrznej stronie witryny
- jeżeli lokal składa się z kilku witryn, staraj się rozmieszczać elementy reklamowe tak, by nie przebiegały przez całą szerokość frontu lokalu

4. Markiza

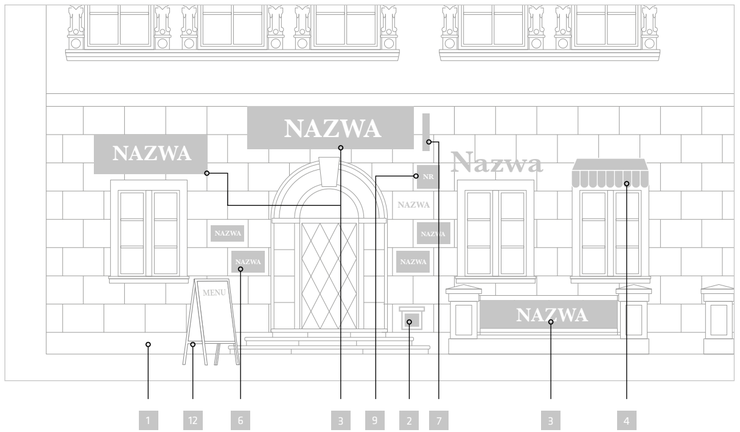
- nie stosuj markiz i innych elementów przesłaniających witryny mocowanych bezpośrednio do elewacji budynków

5. Pas reklamowy

- nie umieszczaj nośników reklamowych ponad poziomem parteru, gzyms międzykondygnacyjny wyznacza jego górną granicę
  ! jeżeli elewacja pozbawiona jest gzymsu nad parterem, powierzchnię pasa reklamowego stanowi przestrzeń pomiędzy szczytem witryny a dolnym poziomem otworów okiennych piętra (pod warunkiem, że w wydzielonym pasie nie znajdują się elementy dekoracyjne)
- za zgodą odpowiedniego konserwatora zabytków
- dopuszcza się możliwość lokalizacji neonów mocowanych do konstrukcji wspornikowej powyżej poziomu pasa parteru budynku (wyznaczanej najczęściej gzymsem międzykondygnacyjnym)
  ! wymiary i dokładne miejsce montażu należy każdorazowo ustalić z odpowiednim konserwatorem zabytków
- nie umieszczaj reklam poza wyznaczonymi pasami reklamowymi na elewacjach oraz poza powierzchnią szklenia witryny

6. Szyld (tabliczka)

- montuj po obu stronach prześwitu bramowegolub wejścia
- umieszczaj kolejne szyldy, zachowując ich symetryczne ułożenie po obu stronach prześwitu
- dla każdego lokalu nieposiadającego witryny w pasie parteru elewacji frontowej obowiązuje jeden szyld
- dostosuj wielkość szyldu do wyznaczonej dla jego montażu przestrzeni
- pamiętaj, że szyldy tworzą wspólną kompozycję, dlatego wszystkie powinny mieć jednakowe wymiary (szerokość, wysokość, długość) i być wykonane z tych samych materiałów
  ! jeżeli szerokość ściany przy prześwicie nie pozwala na montaż szyldów, umieszczaj je od jego wewnętrznej strony www



Źle

7. Szyld semaforowy – semafor

- umieszczaj semafor w poziomie pasa reklamowego – możliwie pośrodku miejsca dla niego przeznaczonego, jednak nie bliżej niż 20 cm od krawędzi ramy witryny
- stosuj tylko jeden semafor dla lokalu
- umieszczaj semafor od zewnętrznej
- strony witryny
  ! gdy lokal posiada kilka okien witrynowych, a odległość między nimi jest nie mniejsza niż 50 cm, możesz umieścić semafor pomiędzy nimi
- nie umieszczaj semaforów na różnych wysokościach w obrębie elewacji
- podkonstrukcja semaforu powinna być mocowana na poziomie wyznaczonego pasa reklamowego

8. Stojak na menu

- stosuj tylko w lokalach gastronomicznych
- obowiązuje jeden stojak dla jednego lokalu (niezależnie od tego czy lokal posiada sezonowy ogródek gastronomiczny)

9. Znaki i tablice informacyjne

- wieszaj w prawym górnym rogu wejścia, prześwitu bramowego lub bramy
- stosuj stylizowane tablice informacyjne – wieszaj je na wysokości ok. 2,20m nad gruntem

10.Stojak reklamowy

- stojak reklamowy to delikatna sprawa - jeśli uważasz, że jest konieczny dla Twojego biznesu, ustawiaj go sprytnie. Dopuszcza się go wszędzie tam gdzie światło przejścia zostało zawężone przez schody, pochylnię lub stojak rowerowy. Powinien być wąski, jak tylko możliwe

11. Latarnia

- element systemu oświetlenia miasta. Nie zmieniaj go i nie wpływaj na jego działanie

12. Potykacz

- nie stosuj elementów, które mogą stwarzać niebezpieczeństwo dla osób niewidomych, niedowidzących czy po prostu mogą tamować ruch w przestrzeni przeznaczonej do komunikacji. Ustawianie wszelkich elementów reklamowych w pasach drogowych, poza wykupioną przestrzenią jest niebezpieczne oraz niezgodne z przepisami o ruchu drogowym

Przykład zastosowania opisanych w księdze zasad umieszczania nośników reklamowych

Wizualizacja wykonana dla kamienicy na ul. Królewskiej.

! Zobacz jak taka zmiana wpływa na wizerunek
całej kamienicy i jej najemców.

Dobrze

Źle

Szyldy reklamowe

Dobre przykłady

Litery przestrzenne

Dobre przykłady

Szyldy semaforowe

Dobre przykłady

Szyldy (tabliczki)

Dobre przykłady

Okleiny w oknach

Dobre przykłady

Ład kompozycyjny w kontekscie elewacji

Dobre przykłady

Ułożenie elementów reklamowych na elewacjach budynków unikatowych

Elewacja południowa

Rynek

1. Szyld

- dobrym przykładem lokalizowania na elewacji i estetyki wykonania (zarówno pod względem użytego liternictwa, jak i wykorzystanych materiałów) są szyldy miast partnerskich Lublina – zaleca się dopasowanie do nich innych obecnie stosowanych szyldów pojawiających się na elewacji (również tych planowanych)
- zaleca się umieszczanie elementów zgodnie z wytycznymi wskazanymi w rozdziale poświęconym szyldom reklamowym (strona 116)

2. Banery

- dopuszcza się, we wskazanych lokalizacjach, możliwość stosowania tymczasowych banerów okolicznościowych wykonanych z materiału płóciennego, mocowanych za pośrednictwem lin do kolumnady portyku
  ! należy zadbać, by nadruki były odporne na działanie zmiennych warunków atmosferycznych
- banery powinny być umieszczane centralnie względem wyznaczonego miejsca (zgodnie z oznaczoną osią symetrii)
- odległość od poziomu posadzki do dolnej krawędzi baneru powinna wynosić nie mniej niż 250 cm
- banery w przestrzeni całej elewacji powinny być spójne kolorystycznie i wizualnie oraz tworzyć harmonijną całość z kolorystyką obiektu
- zaleca się stosowanie kolorów neutralnych – np. biel, czerń, szarość, brąz, beż
  ! dopuszcza się możliwość stosowania innych kolorów za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków
- staraj się dobierać liternictwo pasujące do zabytkowego charakteru obiektu
  ! zaleca się stosowanie klasycznych szeryfowych krojów pism takich jak np.: Trajan Pro, Cinzel, Antykwa Półtawskiego, Forum, Times New Roman, Caslon, Garamond, Bodoni, Quattrocento, Butler.
  ! w przypadku przedsiębiorstw posiadających spójną identyfikację wizualną pod względem liternictwa użytego w elementach reklamowych, na skalę krajową bądź międzynarodową, każdorazowo kroje wykorzystywanych czcionek należy konsultować z odpowiednim konserwatorem zabytków
- bogata czcionka o zaokrąglonych kształtach kontrastuje z pionowymi i poziomymi podziałami klasycznej elewacji historycznej
- prosta, regularna, skromna czcionka oddaje założenia stylów klasycznych
- ozdobny krój czcionek podkreśla bogate zdobnictwo detali elewacji budynku

3. Tablice (szyldy) informacyjne

- tablice lokalizuj tylko we wskazanych miejscach na elewacji
- oznaczenia dla osób niepełnosprawnych umieszczaj na jednej wysokości
- wszelkie tablice informacyjne i oznaczenia powinny być umieszczane na elewacji zgodnie z wytycznymi wskazanymi w rozdziale poświęconym szyldo (strona 122)
- tablice o wymiarach regulowanych przepisami prawa, w zależności od ich wielkości, umieszczaj centralnie na boniach lub na wysokości bruzd bądź przerw między boniami

4. Tablice pamiątkowe

- tablice lokalizuj tylko we wskazanych miejscach na elewacji
- wszelkie nowo lokalizowane tablice powinny być umieszczane na elewacji zgodnie z wytycznymi wskazanymi w rozdziale poświęconym szyldom (strona 122)
- zgrupowanie tablic pamiątkowych wpływa na zharmonizowanie wyglądu całej elewacji i pomaga w utrzymaniu ładu kompozycyjnego
- tablice powinny być umieszczone osiowo względem przeznaczonej ściany
- nowe tablice powinny swoim wyglądem nawiązywać do już istniejących zarówno pod względem wymiarów, jak i sposobu wykonania

5. Tablice adresowe

- tablice należy lokalizować we wskazanych miejscach na elewacji
- jeśli nie ma żadnych przeszkód powinny być wieszane po prawej stronie wejścia do budynku na wysokości ok. 2,20m
- należy stosować klasyczne, historyzujące tablice
- tablice powinny być umieszczane na elewacji zgodnie z wytycznymi wskazanymi w rozdziale poświęconym szyldom (strona 122)

Na obiektach nie przewiduje się możliwości stosowania innych form nośników reklamowych i informacyjnych niż wymienione.

UWAGA!

Grafika przedstawia maksymalne zajęcie powierzchni elewacji przez nośniki reklamowe.

Ich obecność na tym rysunku nie oznacza akceptacji na wszystkie rozwiązania łącznie i należy je konsultować zawsze z odpowiednim urzędem konserwatorskim.

Tablice reklamowe

Tablice okazjonalne, oznaczenia zabytku, adresy

Szyldy semaforowe

Elewacja południowa

Ujęcie szczegółowe

UWAGA!

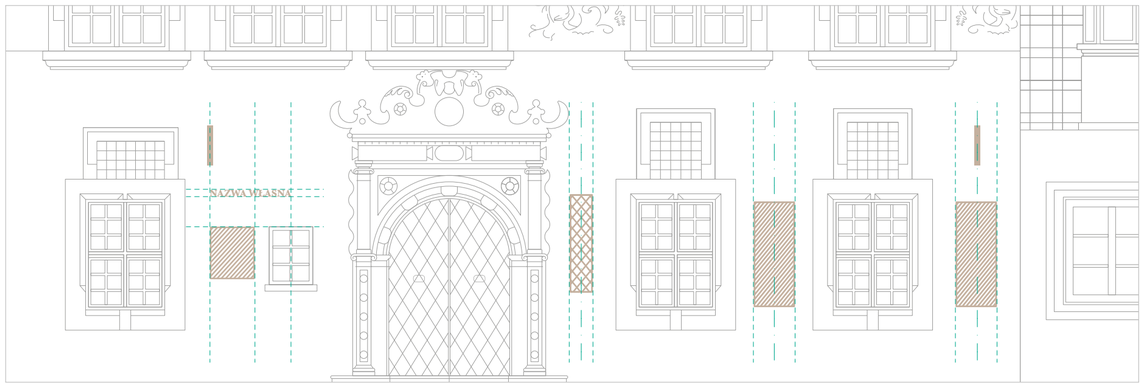
Grafika przedstawia maksymalne zajęcie powierzchni elewacji przez nośniki reklamowe.

Ich obecność na tym rysunku nie oznacza akceptacji na wszystkie rozwiązania łącznie i należy je konsultować zawsze z odpowiednim urzędem konserwatorskim.

Tablice reklamowe

Tablice okazjonalne, oznaczenia zabytku, adresy

Szyldy semaforowe



Elewacja wschodnia

Rynek

1. Szyld

- dobrym przykładem lokalizowania na elewacji i estetyki wykonania (zarówno pod względem użytego liternictwa, jak i wykorzystanych materiałów) są szyldy miast partnerskich Lublina – zaleca się dopasowanie do nich innych obecnie stosowanych szyldów pojawiających się na elewacji (również tych planowanych)
- zaleca się umieszczanie elementów zgodnie z wytycznymi wskazanymi w rozdziale poświęconym szyldom reklamowym (strona 116)

2. Banery

- dopuszcza się, we wskazanych lokalizacjach, możliwość stosowania tymczasowych banerów okolicznościowych wykonanych z materiału płóciennego, mocowanych za pośrednictwem lin do kolumnady portyku
  ! należy zadbać, by nadruki były odporne na działanie zmiennych warunków atmosferycznych
- banery powinny być umieszczane centralnie względem wyznaczonego miejsca (zgodnie z oznaczoną osią symetrii)
- odległość od poziomu posadzki do dolnej krawędzi baneru powinna wynosić nie mniej niż 250 cm
- banery w przestrzeni całej elewacji powinny być spójne kolorystycznie i wizualnie oraz tworzyć harmonijną całość z kolorystyką obiektu
- zaleca się stosowanie kolorów neutralnych – np. biel, czerń, szarość, brąz, beż
  ! dopuszcza się możliwość stosowania innych kolorów za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków
- staraj się dobierać liternictwo pasujące do zabytkowego charakteru obiektu
  ! zaleca się stosowanie klasycznych szeryfowych krojów pism takich jak np.: Trajan Pro, Cinzel, Antykwa Półtawskiego, Forum, Times New Roman, Caslon, Garamond, Bodoni, Quattrocento, Butler.
  ! w przypadku przedsiębiorstw posiadających spójną identyfikację wizualną pod względem liternictwa użytego w elementach reklamowych, na skalę krajową bądź międzynarodową, każdorazowo kroje wykorzystywanych
- czcionek należy konsultować z odpowiednim konserwatorem zabytków
- bogata czcionka o zaokrąglonych kształtach kontrastuje z pionowymi i poziomymi podziałami klasycznej elewacji historycznej
- prosta, regularna, skromna czcionka oddaje założenia stylów klasycznych
- ozdobny krój czcionek podkreśla bogate zdobnictwo detali elewacji budynku

3. Tablice (szyldy) informacyjne

- tablice lokalizuj tylko we wskazanych miejscach na elewacji
- oznaczenia dla osób niepełnosprawnych umieszczaj na jednej wysokości
- wszelkie tablice informacyjne i oznaczenia powinny być umieszczane na elewacji zgodnie z wytycznymi wskazanymi w rozdziale poświęconym szyldom (strona 122)
- tablice o wymiarach regulowanych przepisami prawa, w zależności od ich wielkości, umieszczaj centralnie na boniach lub na wysokości bruzd bądź przerw między boniami

4. Tablice pamiątkowe

- tablice lokalizuj tylko we wskazanych miejscach na elewacji
- wszelkie nowo lokalizowane tablice powinny być umieszczane na elewacji zgodnie z wytycznymi wskazanymi w rozdziale poświęconym szyldom (strona 122)
- zgrupowanie tablic pamiątkowych wpływa na zharmonizowanie wyglądu całej elewacji i pomaga w utrzymaniu ładu kompozycyjnego
- tablice powinny być umieszczone osiowo względem przeznaczonej ściany
- nowe tablice powinny swoim wyglądem nawiązywać do już istniejących zarówno pod względem wymiarów, jak i sposobu wykonania

5. Tablice adresowe

- tablice należy lokalizować we wskazanych miejscach na elewacji
- należy stosować klasyczne, historyzujące tablice
- tablice powinny być umieszczane na elewacji zgodnie z wytycznymi wskazanymi w rozdziale poświęconym szyldom (strona 122). Na obiektach nie przewiduje się możliwości stosowania innych form nośników reklamowych i informacyjnych niż wymienione.

Tablice reklamowe

Tablice okazjonalne, oznaczenia zabytku, adresy

Szyldy semaforowe

UWAGA!

Grafika przedstawia maksymalne zajęcie powierzchni elewacji przez nośniki reklamowe.

Ich obecność na tym rysunku nie oznacza akceptacji na wszystkie rozwiązania łącznie i należy je konsultować zawsze z odpowiednim urzędem konserwatorskim.

Rynek 9 Rynek 10 Rynek 11 Rynek 12 Rynek 13

Elewacja wschodnia

Ujęcie szczegółowe

UWAGA!

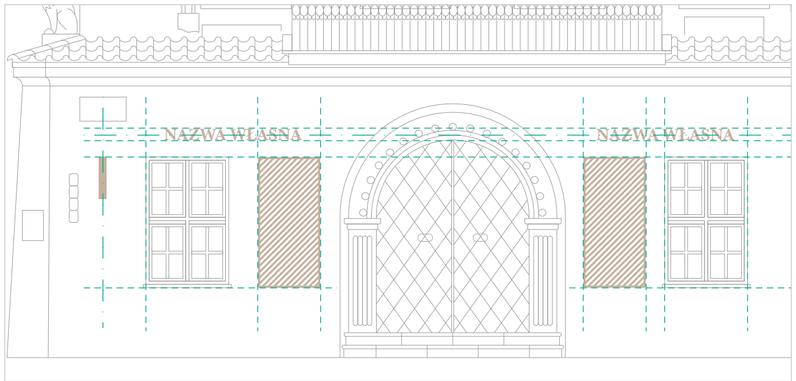
Grafika przedstawia maksymalne zajęcie powierzchni elewacji przez nośniki reklamowe.

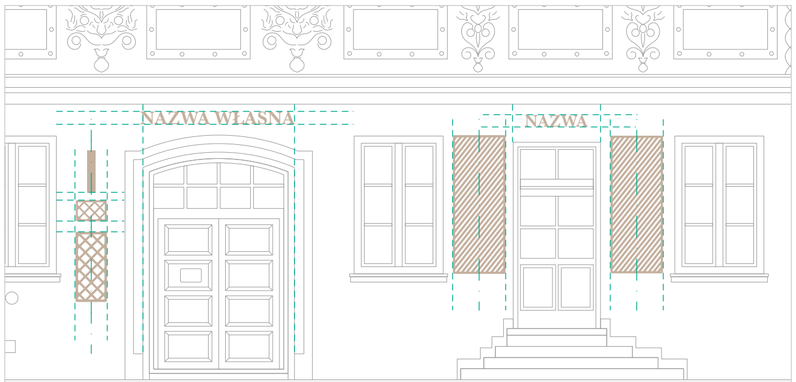
Ich obecność na tym rysunku nie oznacza akceptacji na wszystkie rozwiązania łącznie i należy je konsultować zawsze z odpowiednim urzędem konserwatorskim.

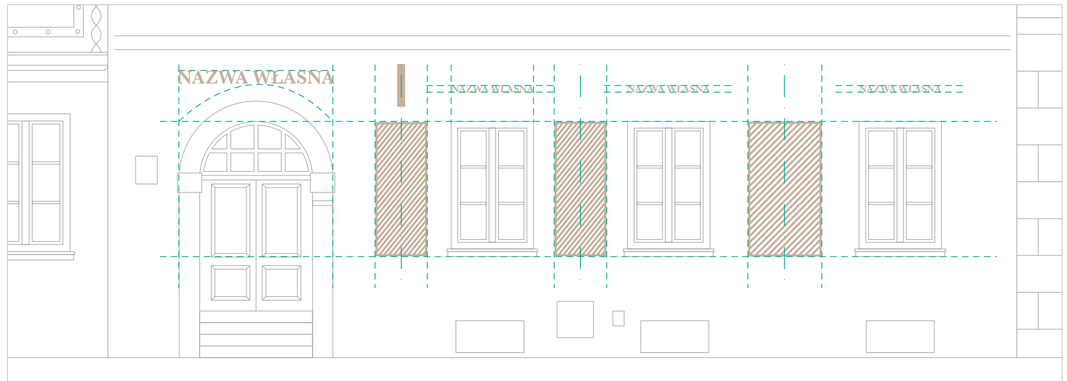
Tablice reklamowe

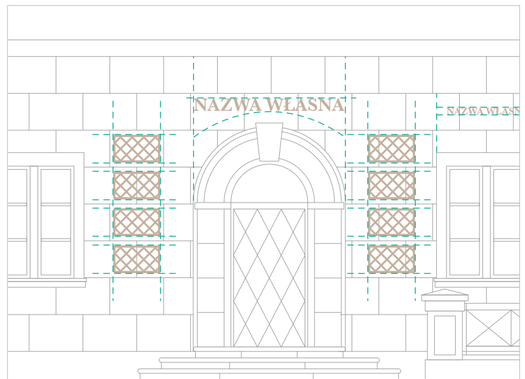
Tablice okazjonalne, oznaczenia zabytku, adresy

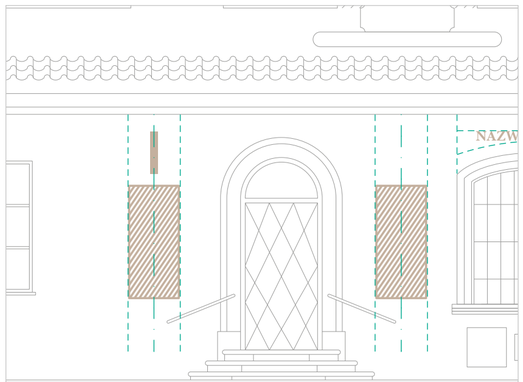
Szyldy semaforowe











Elewacja północna

Rynek

1. Szyld

- dobrym przykładem lokalizowania na elewacji i estetyki wykonania (zarówno pod względem użytego liternictwa, jak i wykorzystanych materiałów) są szyldy miast partnerskich Lublina – zaleca się dopasowanie do nich innych obecnie stosowanych szyldów pojawiających się na elewacji (również tych planowanych)
- zaleca się umieszczanie elementów zgodnie z wytycznymi wskazanymi w rozdziale poświęconym szyldom reklamowy (strona 116)

2. Banery

- dopuszcza się, we wskazanych lokalizacjach, możliwość stosowania tymczasowych banerów okolicznościowych wykonanych z materiału płóciennego, mocowanych za pośrednictwem lin do kolumnady portyku
  ! należy zadbać, by nadruki były odporne na działanie zmiennych warunków atmosferycznych
- banery powinny być umieszczane centralnie względem wyznaczonego miejsca (zgodnie z oznaczoną osią symetrii)
- odległość od poziomu posadzki do dolnej krawędzi baneru powinna wynosić nie mniej niż 250 cm
- banery w przestrzeni całej elewacji powinny być spójne kolorystycznie i wizualnie oraz tworzyć harmonijną całość z kolorystyką obiektu
- zaleca się stosowanie kolorów neutralnych – np. biel, czerń, szarość, brąz, beż
  ! dopuszcza się możliwość stosowania innych kolorów za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków
- staraj się dobierać liternictwo pasujące do zabytkowego charakteru obiektu
  ! zaleca się stosowanie klasycznych szeryfowych krojów pism takich jak np.: Trajan Pro, Cinzel, Antykwa Półtawskiego, Forum, Times New Roman, Caslon, Garamond, Bodoni, Quattrocento, Butler.
  ! w przypadku przedsiębiorstw posiadających spójną identyfikację wizualną pod względem liternictwa użytego w elementach reklamowych, na skalę krajową bądź międzynarodową, każdorazowo kroje wykorzystywanych czcionek należy konsultować z odpowiednim konserwatorem zabytków
- bogata czcionka o zaokrąglonych kształtach kontrastuje z pionowymi i poziomymi podziałami klasycznej elewacji historycznej
- prosta, regularna, skromna czcionka oddaje założenia stylów klasycznych
- ozdobny krój czcionek podkreśla bogate zdobnictwo detali elewacji budynku

3. Tablice (szyldy) informacyjne

- tablice lokalizuj tylko we wskazanych miejscach na elewacji
- oznaczenia dla osób niepełnosprawnych umieszczaj na jednej wysokości
- wszelkie tablice informacyjne i oznaczenia powinny być umieszczane na elewacji zgodnie z wytycznymi wskazanymi w rozdziale poświęconym szyldom (strona 122)
- tablice o wymiarach regulowanych przepisami prawa, w zależności od ich wielkości, umieszczaj centralnie na boniach lub na wysokości bruzd bądź przerw między boniami

4. Tablice pamiątkowe

- tablice lokalizuj tylko we wskazanych miejscach na elewacji
- wszelkie nowo lokalizowane tablice powinny być umieszczane na elewacji zgodnie z wytycznymi wskazanymi w rozdziale poświęconym szyldom (strona 122)
- zgrupowanie tablic pamiątkowych wpływa na zharmonizowanie wyglądu całej elewacji i pomaga w utrzymaniu ładu kompozycyjnego
- tablice powinny być umieszczone osiowo względem przeznaczonej ściany
- nowe tablice powinny swoim wyglądem nawiązywać do już istniejących zarówno pod względem wymiarów, jak i sposobu wykonania

5. Tablice adresowe

- tablice należy lokalizować we wskazanych miejscach na elewacji
- należy stosować klasyczne, historyzujące tablice
- tablice powinny być umieszczane na elewacji zgodnie z wytycznymi wskazanymi w rozdziale poświęconym szyldom (strona 122)

Na obiektach nie przewiduje się możliwości stosowania innych form nośników reklamowych i informacyjnych niż wymienione.

Rynek 6 Rynek 7 Rynek 8

UWAGA!

Grafika przedstawia maksymalne zajęcie powierzchni elewacji przez nośniki reklamowe.

Ich obecność na tym rysunku nie oznacza akceptacji na wszystkie rozwiązania łącznie i należy je konsultować zawsze z odpowiednim urzędem konserwatorskim.

Tablice reklamowe

Tablice okazjonalne, oznaczenia zabytku, adresy

Szyldy semaforowe

Elewacja północna

Ujęcie szczegółowe

UWAGA!

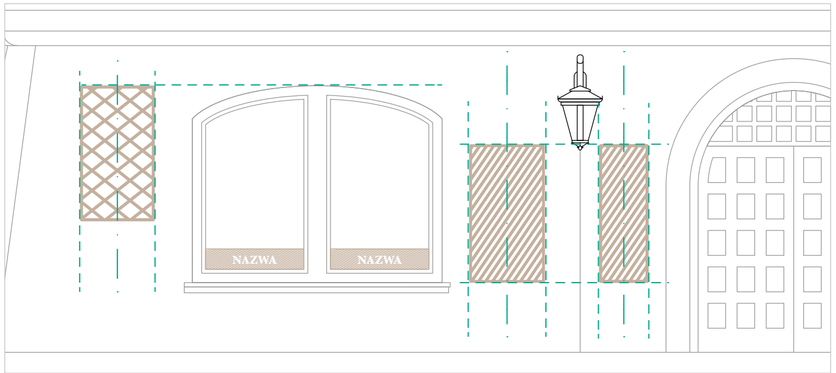
Grafika przedstawia maksymalne zajęcie powierzchni elewacji przez nośniki reklamowe.

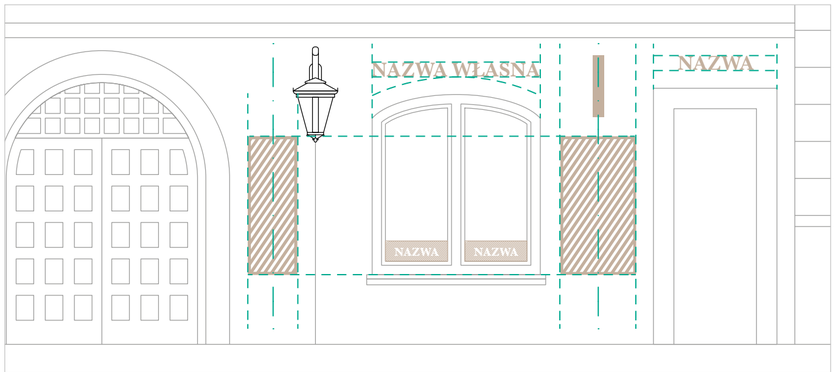
Ich obecność na tym rysunku nie oznacza akceptacji na wszystkie rozwiązania łącznie i należy je konsultować zawsze z odpowiednim urzędem konserwatorskim.

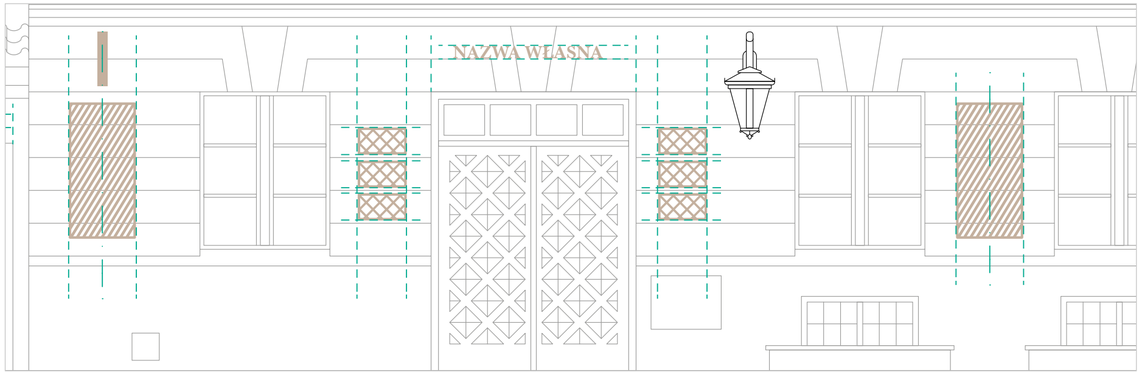
Tablice reklamowe

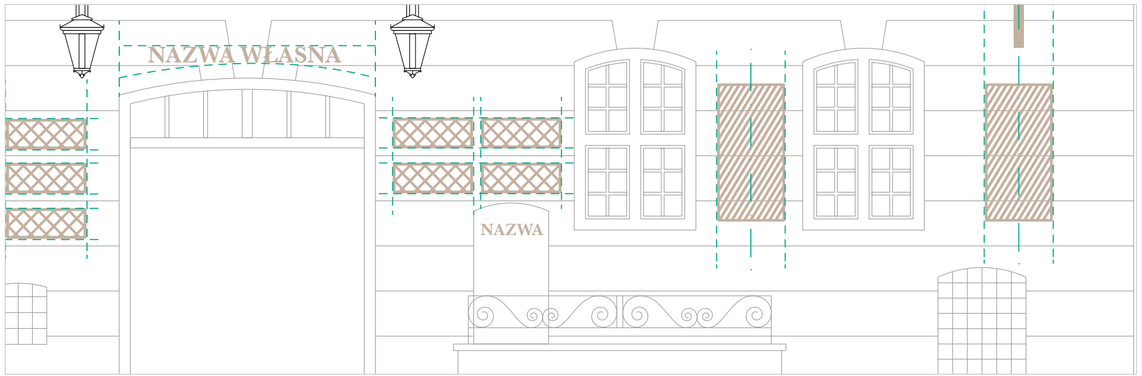
Tablice okazjonalne, oznaczenia zabytku, adresy

Szyldy semaforowe









Elewacja zachodnia

Rynek

1. Szyld

- dobrym przykładem lokalizowania na elewacji i estetyki wykonania (zarówno pod względem użytego liternictwa, jak i wykorzystanych materiałów) są szyldy miast partnerskich Lublina – zaleca się dopasowanie do nich innych obecnie stosowanych szyldów pojawiających się na elewacji (również tych planowanych)
- zaleca się umieszczanie elementów zgodnie z wytycznymi wskazanymi w rozdziale poświęconym szyldom reklamowym (strona 116)

2. Banery

- dopuszcza się, we wskazanych lokalizacjach, możliwość stosowania tymczasowych banerów okolicznościowych wykonanych z materiału płóciennego, mocowanych za pośrednictwem lin do kolumnady portyku
  ! należy zadbać, by nadruki były odporne na działanie zmiennych warunków atmosferycznych
- banery powinny być umieszczane centralnie względem wyznaczonego miejsca (zgodnie z oznaczoną osią symetrii)
- odległość od poziomu posadzki do dolnej krawędzi baneru powinna wynosić nie mniej niż 250 cm
- banery w przestrzeni całej elewacji powinny być spójne kolorystycznie i wizualnie oraz tworzyć harmonijną całość z kolorystyką obiektu
- zaleca się stosowanie kolorów neutralnych – np. biel, czerń, szarość, brąz, beż
  ! dopuszcza się możliwość stosowania innych kolorów za zgodą Miejskiego Konserwatora Zabytków
- staraj się dobierać liternictwo pasujące do zabytkowego charakteru obiektu
  ! zaleca się stosowanie klasycznych szeryfowych krojów pism takich jak np.: Trajan Pro, Cinzel, Antykwa Półtawskiego, Forum, Times New Roman, Caslon, Garamond, Bodoni, Quattrocento, Butler.
  ! w przypadku przedsiębiorstw posiadających spójną identyfikację wizualną pod względem liternictwa użytego w elementach reklamowych, na skalę krajową bądź międzynarodową, każdorazowo kroje wykorzystywanych czcionek należy konsultować z odpowiednim konserwatorem zabytków
- bogata czcionka o zaokrąglonych kształtach kontrastuje z pionowymi i poziomymi podziałami klasycznej elewacji historycznej
- prosta, regularna, skromna czcionka oddaje założenia stylów klasycznych
- ozdobny krój czcionek podkreśla bogate zdobnictwo detali elewacji budynku

3. Tablice (szyldy) informacyjne

- tablice lokalizuj tylko we wskazanych miejscach na elewacji
- oznaczenia dla osób niepełnosprawnych umieszczaj na jednej wysokości
- wszelkie tablice informacyjne i oznaczenia powinny być umieszczane na elewacji zgodnie z wytycznymi wskazanymi w rozdziale poświęconym szyldom (strona 122)
- tablice o wymiarach regulowanych przepisami prawa, w zależności od ich wielkości, umieszczaj centralnie na boniach lub na wysokości bruzd bądź przerw między boniami

4. Tablice pamiątkowe

- tablice lokalizuj tylko we wskazanych miejscach na elewacji
- wszelkie nowo lokalizowane tablice powinny być umieszczane na elewacji zgodnie z wytycznymi wskazanymi w rozdziale poświęconym szyldom (strona 122)

UWAGA!

Grafika przedstawia maksymalne zajęcie powierzchni elewacji przez nośniki reklamowe.

Ich obecność na tym rysunku nie oznacza akceptacji na wszystkie rozwiązania łącznie i należy je konsultować zawsze z odpowiednim urzędem konserwatorskim.

Tablice reklamowe

Tablice okazjonalne, oznaczenia zabytku, adresy

Szyldy semaforowe

Rynek 2 Rynek 3 Rynek 4 Rynek 5 Brama Rybna

Elewacja zachodnia

Ujęcie szczegółowe

UWAGA!

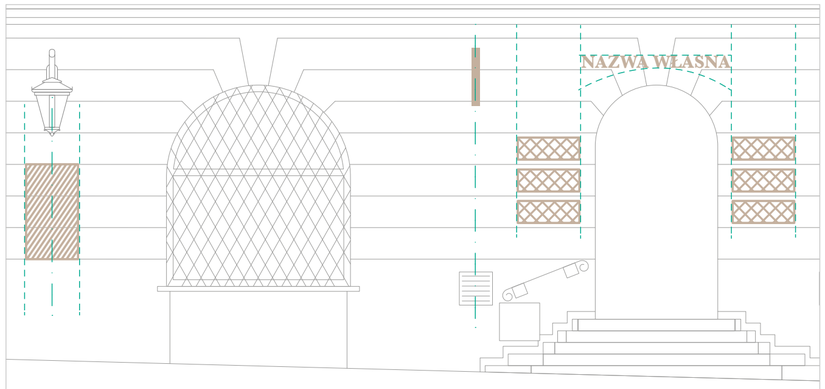
Grafika przedstawia maksymalne zajęcie powierzchni elewacji przez nośniki reklamowe.

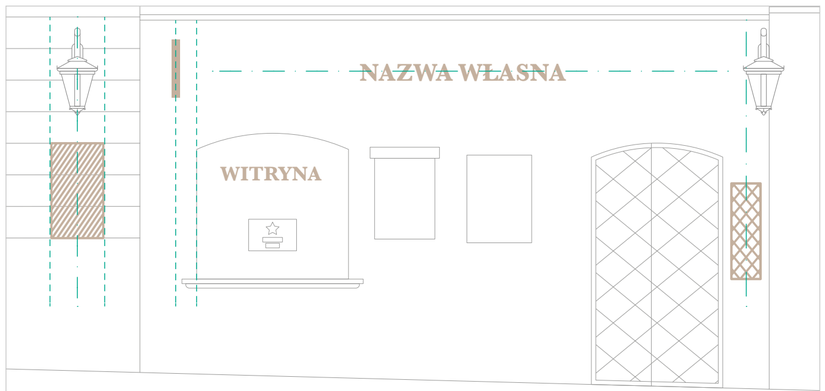
Ich obecność na tym rysunku nie oznacza akceptacji na wszystkie rozwiązania łącznie i należy je konsultować zawsze z odpowiednim urzędem konserwatorskim.

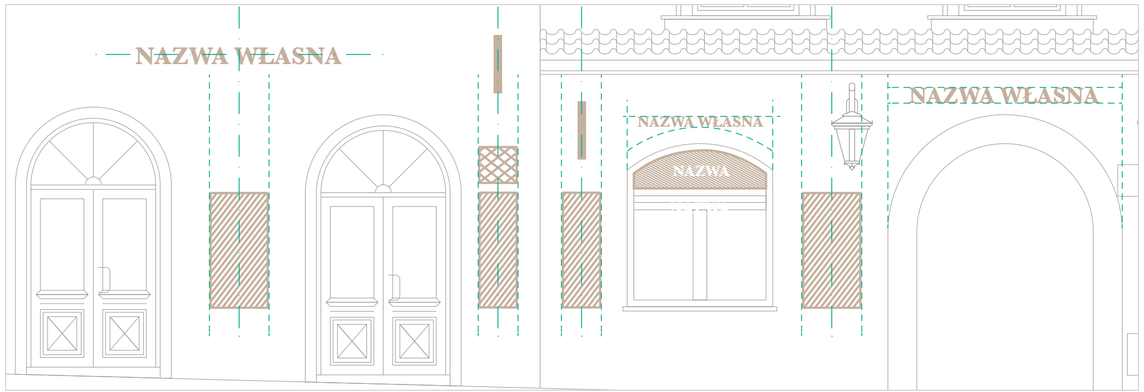
Tablice reklamowe

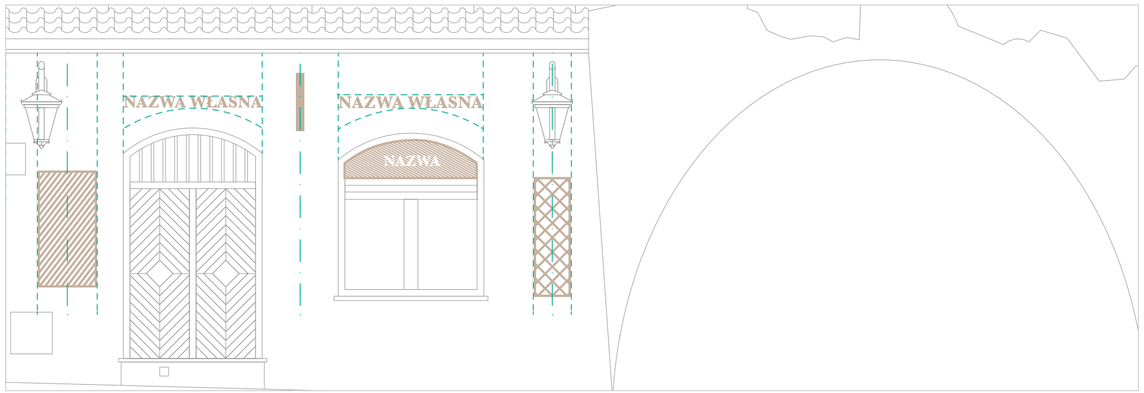
Tablice okazjonalne, oznaczenia zabytku, adresy

Szyldy semaforowe









Trybunał Koronny

Rynek

W Trybunale Koronnym nie prowadzi się działalności innej niż publiczna, dlatego nie ma powodu by wyznaczać na nim powierzchnie reklamowe.

Tabliczki adresowe i szyldy należy umieszczać w strefie wejściowej zgodnie z przyjętym schematem.

Tablice okazjonalne, oznaczenia zabytku, adresy

Fragment pierzei Placu Zamkowego

plac Zamkowy - elewacja powtarzalna semgentami

Tablice reklamowe

UWAGA!

Grafika przedstawia maksymalne zajęcie powierzchni elewacji przez nośniki reklamowe.

Ich obecność na tym rysunku nie oznacza akceptacji na wszystkie rozwiązania łącznie i należy je konsultować zawsze z odpowiednim urzędem konserwatorskim.

Elementy reklamowe

Wytyczne ogólne

Elementy reklamowe

Elementy reklamowe mają przyciągać uwagę i zachęcać do skorzystania z oferty. Dlatego ważne jest, aby szyldy, witryny, semafory, itp. były dopasowane do estetyki klientów, a skoro przyciągnęło ich piękno Starego Miasta, to znaczy, że cenią sobie elegancję.

Wizytówką Starego Miasta są budynki. Aby elementy reklamujące Twoją działalność były spójne z zabytkową architekturą, zastosuj neutralną kolorystykę i materiały dobrej jakości. Zamiast płaskich szyldów możesz zastosować litery przestrzenne.

Do obszaru Starego Miasta nie pasują natomiast kasetony i neony. Na kolejnych stronach znajdziesz przykłady oraz wizualizacje, jak zyskuje budynek, kiedy zamiast jaskrawych kolorów i zakrywania elewacji zastosujemy minimalistyczne, ale bardzo estetyczne formy.

Wskazówki, które znajdziesz w księdze mają pomóc osobie, która projektuje dla Ciebie identyfikację wizualną (logo, itp.). Korzystaj z pomocy fachowców, aby elementy reklamowe były piękne i skuteczne. Pamiętaj, aby projekt uzgodni w odpowiednich urzędach, zgodnie z opisanymi procedurami.

Szyldy reklamowe

Wskazówki ogólne

wielkość

- starannie dobierz wielkość swojego oznaczenia. Najczęściej popełnianym błędem jest zbyt duży szyld. Pamiętaj że logo oglądane na monitorze odbiera się inaczej, niż w przestrzeni miejskiej. Koniecznie zrób wizualizacje swojego znaku na zdjęciu kamienicy. Zwykle szyld mniejszy o 10-20% od pierwotnie zakładanego jest równie czytelny i lepiej komponuje się na elewacji.

kształt

- stosuj wyłącznie szyldy prostokątne, pozbawione w obrysie wycięć i nieregularności
  ! wyjątek stanowią szyldy montowane po wewnętrznej stronie witryny, których kształt może być dowolny
  ! dopuszczalne jest wprowadzenie zaobleń narożników
- nie stosuj zewnętrznych świetlówek oraz montowanych do lica elewacji lamp/reflektorów oświetlających szyld reklamowy
- możesz zastosować podświetlane od środka litery przestrzenne, mocowane do powierzchni szyldu

kolorysytyka

szyld na elewacji:

- kolorystyka naturalna – np. kość słoniowa, czerń, beż, brąz, szarość, grafit
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro
- kolorystyka wszystkich nośników reklamowych w obrębie elewacji powinna być spójna
  ! nie dopuszcza się możliwości stosowania mocnych i jaskrawych kolorów

szyld wewnątrz lokalu:

- pełna paleta kolorów
  ! dopuszcza się stosowanie kolorów mocnych i jaskrawych za zgodą odpowiedniego konserwatora zabytków

materiały szyldu oraz liternictwa

- aluminium
- mosiądz
- drewno
- szkło / szkło akrylowe

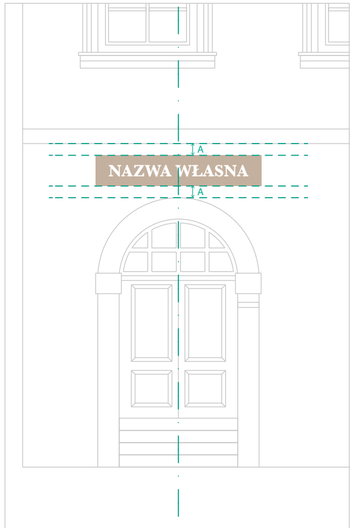
liternictwo

- czcionki nośników reklamowych dla jednego lokalu powinny mieć jednakowy krój
- dobierz styl czcionek do witryny Twojego lokalu i charakteru całej elewacji

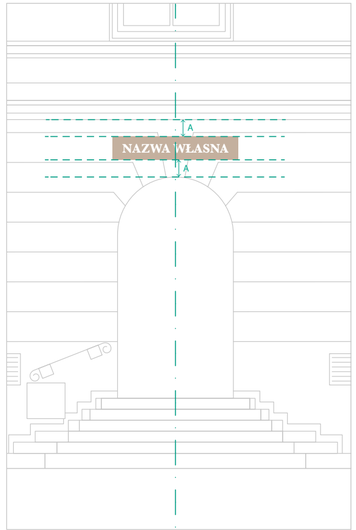
! zaleca się stosowanie klasycznych szeryfowych krojów pism takich jak np.: Trajan Pro, Cinzel, Antykwa Półtawskiego, Forum, Times New Roman, Caslon, Garamond, Bodoni, Quattrocento, Butler.
! w przypadku przedsiębiorstw posiadających spójną identyfikację wizualną pod względem liternictwa użytego w elementach reklamowych, na skalę krajową bądź międzynarodową, każdorazowo kroje wykorzystywanych czcionek należy konsultować z odpowiednim konserwatorem zabytków

Trajan Pro	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTVWXYZ
Cinzel	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTVWXYZ
Antykwa Półtawskiego	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTVWXYZ
Forum	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTVWXYZ
Times New Roman	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTVWXYZ
Caslon	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTVWXYZ
Garamond	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTVWXYZ
Bodoni	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTVWXYZ
Quattrocento	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTVWXYZ
Butler	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTVWXYZ

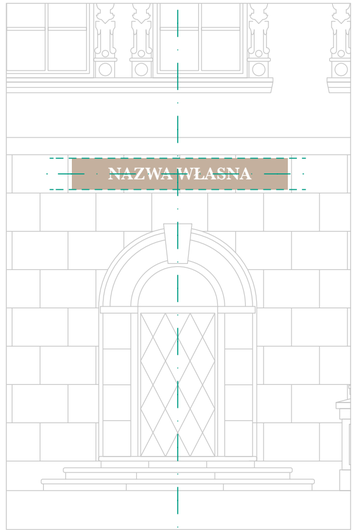
Elewacja gładka (pozbawiona boniowania)



Elewacja boniowana pasowo



Elewacja boniowana płytowo



- nazwę lub logo lokalu umieszczaj na szyldzie centralnie
- szyld umieszczaj zawsze centralnie względem pasa reklamowego lub centralnie względem otworu wejściowego/okiennego
- w elewacjach boniowanych płytowo wielkość pasa reklamowego wyznaczają poszczególne bonie - staraj się zachować odległość minimum 5cm od krawędzi płaszczyzny boni
- zwróć szczególną uwagę na estetykę montażu, detale w dużej mierze decydują o finalnym wyglądzie zainstalowanego nośnika.

Litery przestrzenne

Wskazówki ogólne

wielkość

- starannie dobierz wielkość swojego oznaczenia. Najczęściej popełnianym błędem jest zbyt duży szyld. Pamiętaj że logo oglądane na monitorze odbiera się inaczej, niż w przestrzeni miejskiej. Koniecznie zrób wizualizacje swojego znaku na zdjęciu kamienicy. Zwykle szyld mniejszy o 10-20% od pierwotnie zakładanego jest równie czytelny i lepiej komponuje się na elewacji.

kształt

- mogą tworzyć jeden element, co zmniejsza liczbę punktów mocowania napisu
- napis może składać się z pojedynczych liter mocowanych osobno
  ! nie stosuj napisów wykonanych z osobnych liter mocowanych do elewacji za pośrednictwem widocznej podkonstrukcji
- stosowanie liter samoświecących (podświetlanych od spodu) nadaje napisowi miękkości poprzez efekt poświaty
  ! stosuj podświetlenia tylko wtedy, gdy na elewacji znajduje się wyprowadzenie instalacji elektrycznej
  ! podświetlaj litery za pomocą wodoodpornych taśm ledowych
  ! nie stosuj widocznych świetlówek

liternictwo

- czcionki nośników reklamowych dla jednego lokalu powinny mieć jednakowy krój
- dobierz styl czcionek do witryny Twojego lokalu i charakteru całej elewacji
  ! zaleca się stosowanie klasycznych szeryfowych krojów pism takich jak np.: Trajan Pro, Cinzel, Antykwa Półtawskiego, Forum, Times New Roman, Caslon, Garamond, Bodoni, Quattrocento, Butler.
  ! w przypadku przedsiębiorstw posiadających spójną identyfikację wizualną pod względem liternictwa użytego w elementach reklamowych, na skalę krajową bądź międzynarodową, każdorazowo kroje wykorzystywanych czcionek należy konsultować z odpowiednim konserwatorem zabytków

materiały szyldu oraz liternictwa

- aluminium
- mosiądz
- drewno
- szkło / szkło akrylowe

kolorysytyka

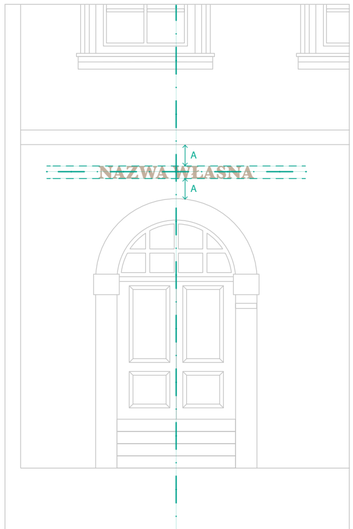
litery przestrzenne na elewacji:

- kolorystyka naturalna – np. kość słoniowa, czerń, beż, brąz, szarość, grafit
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro
- kolorystyka wszystkich nośników reklamowych w obrębie elewacji powinna być spójna
  ! nie dopuszcza się możliwości stosowania mocnych i jaskrawych kolorów

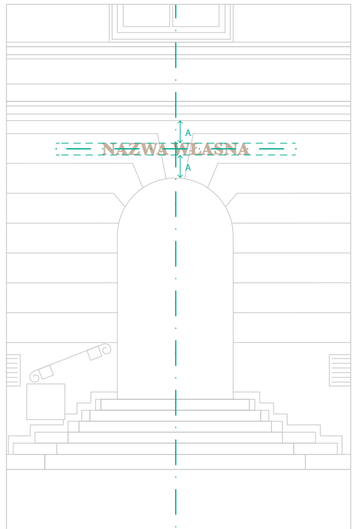
litery przestrzenne wewnątrz lokalu:

- pełna paleta kolorów
  ! dopuszcza się stosowanie kolorów mocnych i jaskrawych za zgodą odpowiedniego konserwatora zabytków

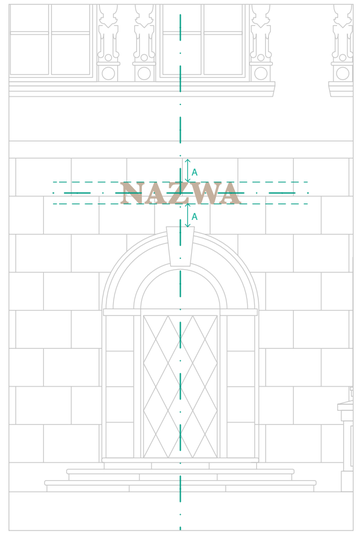
Elewacja gładka (pozbawiona boniowania)



Elewacja boniowana pasowo



Elewacja boniowana płytowo



- nazwę lub logo lokalu umieszczaj centralnie względem pasa reklamowego lub centralnie względem otworu wejściowego/okiennego
- zwróć szczególną uwagę na estetykę montażu, detale w dużej mierze decydują o finalnym wyglądzie zainstalowanego nośnika.
- w elewacjach boniowanych płytowo wielkość pasa reklamowego wyznaczają poszczególne bonie - staraj się zachować odległość minimum 10cm od krawędzi płaszczyzny boni

Szyldy semaforowe

Wskazówki ogólne

wielkość

- starannie dobierz wielkość swojego oznaczenia. Najczęściej popełnianym błędem jest zbyt duży szyld. Pamiętaj że logo oglądane na monitorze odbiera się inaczej, niż w przestrzeni miejskiej. Koniecznie zrób wizualizacje swojego znaku na zdjęciu kamienicy. Zwykle szyld mniejszy o 10-20% od pierwotnie zakładanego jest równie czytelny i lepiej komponuje się na elewacji.

kształt

- semafor dobierz do stylu witryny Twojego lokalu, detali architektonicznych oraz pozostałych elementów reklamowych wykorzystanych w przestrzeni elewacji
- wielkości poszczególnych elementów semaforu (szyldu i podkonstrukcji), niezależnie od jego kształtu, dostosuj do maksymalnych parametrów wskazanych dla różnych jego typów
- nie stosuj zewnętrznych świetlówek oraz montowanych do lica elewacji lamp/ reflektorów oświetlających semafor

! dopuszczalne jest oświetlenie wewnętrzne, jeżeli semafor wykonany jest w formie kasetonu, a litery wycinane są w powierzchni płyty czołowej kasetonu (w tym wypadku otwory należy zabezpieczyć mlecznym szkłem akrylowym lub wypełnić literami przestrzennymi)

podkonstrukcja:

- wykonana z elementów stalowych wygiętych techniką metaloplastyki – prostych bądź stylizowanych, nawiązujących do detali użytych w elewacjach budynków zabytkowych
- wykonana z profili aluminiowych lub stalowych (w wypadku szyldów o kroju nowoczesnym)

szyld:

- wiszący szyld promujący Twoją działalność zaprojektuj jako tabliczkę
- sugerujemy kształt prostokątny bądź okrągły/owalny

! dopuszcza się zastosowanie innych kształtów, zgodnie z polityką i logo firmy, za zgodą konserwatora zabytków

- nie stosuj zewnętrznych świetlówek, diod, oświetlenia pulsującego ani wężów ledowych
- semafor w pasie reklamowym zawieś tak, żeby był on widoczny w przestrzeni ulicy

liternictwo

- czcionki nośników reklamowych dla jednego lokalu powinny mieć jednakowy krój
- dobierz styl czcionek do witryny Twojego lokalu i charakteru całej elewacji

! zaleca się stosowanie klasycznych szeryfowych krojów pism takich jak np.: Trajan Pro, Cinzel, Antykwa Półtawskiego, Forum, Times New Roman, Caslon, Garamond, Bodoni, Quattrocento, Butler.

! w przypadku przedsiębiorstw posiadających spójną identyfikację wizualną pod względem liternictwa użytego w elementach reklamowych, na skalę krajową bądź międzynarodową, każdorazowo kroje wykorzystywanych czcionek należy konsultować z odpowiednim konserwatorem zabytków

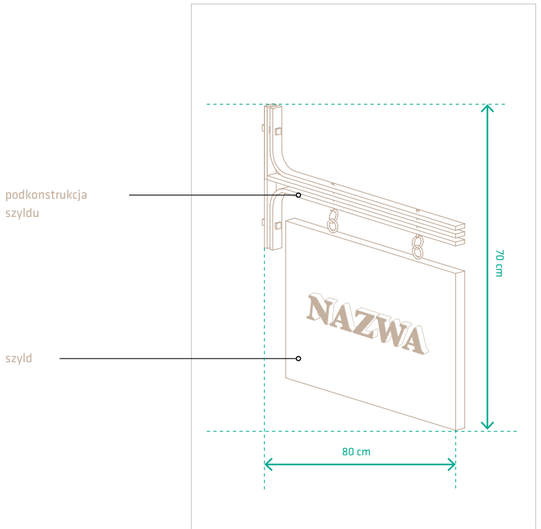
materiał

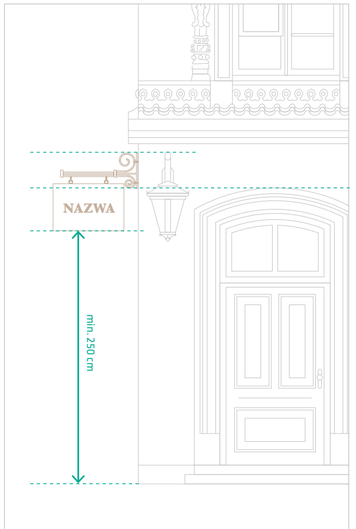
podkonstrukcja:

- profil stalowy wykonany w technice metaloplastyki
- prosty profil aluminiowy lub stalowy

szyld:

- blacha
- mosiądz
- drewno
- aluminium
- szkło / szkło akrylowe





- odległość od poziomu posadzki do dolnej krawędzi semafora powinna wynosić nie mniej niż 250 cm
- zamontuj semafor tak, żeby poziomy element podkonstrukcji mocowania znajdował się w pasie reklamowym lub na wyznaczonej przez niego wysokości
- odległość od krawędzi gzymsu do osi semafora powinna wynosić minimum 20 cm
- całkowite wymiary szyldu:
  - szerokość maksymalna: 60 cm
  - wysokość maksymalna: 40 cm
- całkowite wymiary szyldu (obejmujące podkonstrukcję):
  - szerokość maksymalna: 80 cm
  - wysokość maksymalna: 70 cm

Szyldy (tabliczki)

Wskazówki ogólne

wielkość

- starannie dobierz wielkość swojego oznaczenia. Najczęściej popełnianym błędem jest zbyt duży szyld. Pamiętaj że logo oglądane na monitorze odbiera się inaczej, niż w przestrzeni miejskiej. Koniecznie zrób wizualizacje swojego znaku na zdjęciu kamienicy. Zwykle szyld mniejszy o 10-20% od pierwotnie zakładanego jest równie czytelny i lepiej komponuje się na elewacji.

kształt

- stosuj wyłącznie szyldy prostokątne, pozbawione w obrysie wycięć i nieregularności
  ! wyjątek stanowią szyldy montowane po wewnętrznej stronie witryny, których kształt może być dowolny
  ! dopuszczalne jest wprowadzenie zaobleń narożników
- nie stosuj zewnętrznych świetlówek oraz montowanych do lica elewacji lamp/reflektorów oświetlających szyld reklamowy
- możesz zastosować podświetlane od środka litery przestrzenne, mocowane do powierzchni szyldu

liternictwo

- czcionki nośników reklamowych dla jednego lokalu powinny mieć jednakowy krój
- dobierz styl czcionek do witryny Twojego lokalu i charakteru całej elewacji
  ! zaleca się stosowanie klasycznych szeryfowych krojów pism takich jak np.: Trajan Pro, Cinzel, Antykwa Półtawskiego, Forum, Times New Roman, Caslon, Garamond, Bodoni, Quattrocento, Butler.
  ! w przypadku przedsiębiorstw posiadających spójną identyfikację wizualną pod względem liternictwa użytego w elementach reklamowych, na skalę krajową bądź międzynarodową, każdorazowo kroje wykorzystywanych czcionek należy konsultować z odpowiednim konserwatorem zabytków

materiały szyldu oraz liternictwa

- aluminium
- mosiądz
- drewno
- szkło / szkło akrylowe

kolorysytyka

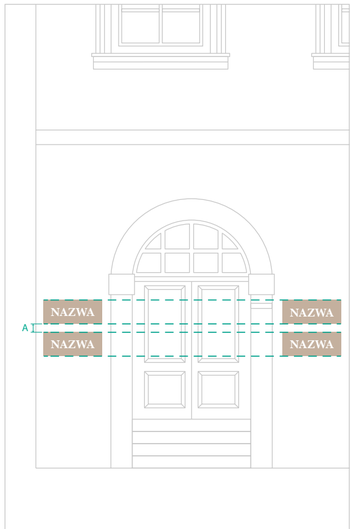
szyld na elewacji:

- kolorystyka naturalna – np. kość słoniowa, czerń, beż, brąz, szarość, grafit
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro
- kolorystyka wszystkich nośników reklamowych w obrębie elewacji powinna być spójna
  ! nie dopuszcza się możliwości stosowania mocnych i jaskrawych kolorów

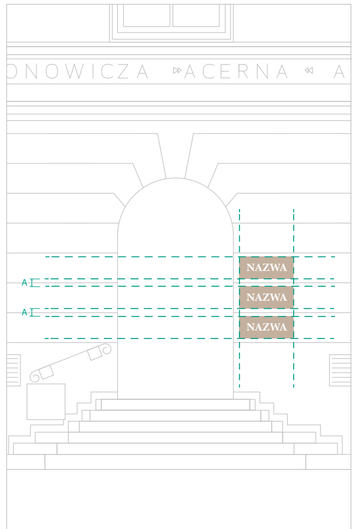
szyld wewnątrz lokalu:

- pełna paleta kolorów
  ! dopuszcza się stosowanie kolorów mocnych i jaskrawych za zgodą odpowiedniego konserwatora zabytków

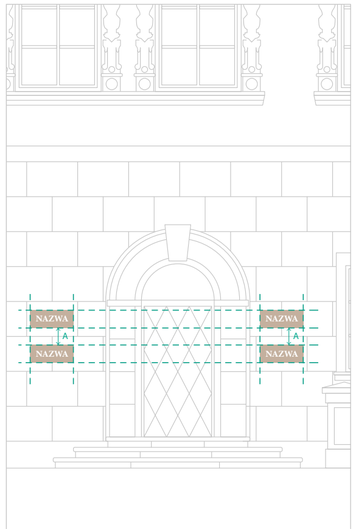
Elewacja gładka (pozbawiona boniowania)



Elewacja boniowana pasowo



Elewacja boniowana płytowo



- szyldy powinny być montowane symetrycznie po obu stronach prześwitu wejściowego lub bramowego lub po jednej ze stron
- jeśli umieszczasz szyldy po obu stronach, pamiętaj by ich liczba była jednakowa po obu stronach
- zadbaj również o jednakową wysokość umieszczania szyldów po obu stronach
- nie stosuj szyldów, jeżeli przestrzeń reklamowa jest przesłonięta stałymi elementami, takimi jak np. rury spustowe
- jeżeli wejście do budynku (w pasie parteru elewacji frontowej) posiada ozdobny detal architektoniczny, nie należy stosować w jego przestrzeni szyldów
- stosuj szyldy tej samej szerokości
- wyrównuj szyldy centralnie i montuj precyzyjnie jeden pod kolejnym
- dostosuj wielkość szyldu do wymiarów podziałów architektonicznych elewacji
- odległość szyldu od krawędzi boni powinna z każdej strony wynosić min. 2cm.
- umieszczaj szyldy symetrycznie względem przestrzeni boni

Oznaczenia w oknach i witrynach

Wskazówki ogólne

kształt

- komponując naklejkę przeznaczoną na szklenie, staraj się uzyskać możliwie największą jej przezierność (transparentność)
- pamiętaj, aby naklejki nie przysłaniały ekspozycji sklepu – to ona powinna być najbardziej widoczna i zauważalna
- łączna powierzchnia wszystkich naklejek nie może przekraczać 10% powierzchni jednego podziału okna
- zabrania się całościowego zaklejania szklenia witryny
- naklejki na szkleniu są alternatywą dla innych elementów reklamowych – stosuje się je zazwyczaj, gdy wysokość pasa reklamowego nad witryną nie przekracza 30 cm

liternictwo

- czcionki nośników reklamowych dla jednego lokalu powinny mieć jednakowy krój
- dobierz styl czcionek do witryny Twojego lokalu i charakteru całej elewacji
  ! zaleca się stosowanie klasycznych szeryfowych krojów pism takich jak np.: Trajan Pro, Cinzel, Antykwa Półtawskiego, Forum, Times New Roman, Caslon, Garamond, Bodoni, Quattrocento, Butler.
  ! w przypadku przedsiębiorstw posiadających spójną identyfikację wizualną pod względem liternictwa użytego w elementach reklamowych, na skalę krajową bądź międzynarodową, każdorazowo kroje wykorzystywanych czcionek należy konsultować z odpowiednim konserwatorem zabytków

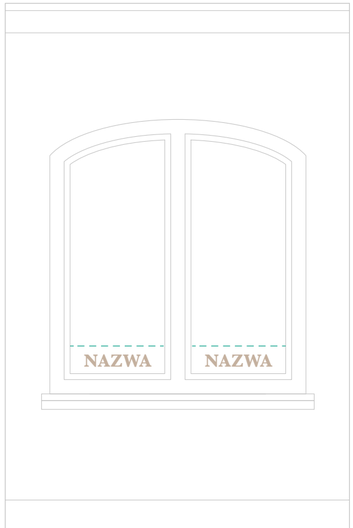
materiał

- folia okienna matowa (szroniona)

kolorysytyka

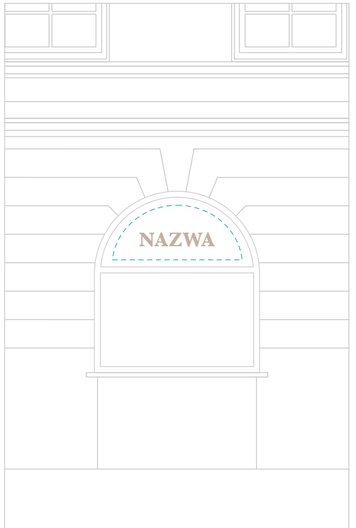
- kolory stonowane, neutralne – beż, biel, szarość, grafit, czerń
  ! dopuszcza się możliwość stosowania innych kolorów za zgodną konserwatora zabytków

Elewacja gładka (pozbawiona boniowania)



- umieszczaj oznaczenia poziomo, w dolnym pasie okien, nie wyższym niż 30 cm. Wycięte elementy grafiki naklejaj bezpośrednio na szybie lub wydrukuj na przezroczystej/szronionej folii.

Elewacja boniowana pasowo



- w przypadku okien jednorzędowych dwudzielnych poziomo, zwieńczonych wyraźnym łukiem, najlepszym miejscem do umieszczenia oznaczeń jest środek nadświetla.

Elewacja boniowana płytowo

- w przypadku okna podzielonego na kwatery oznaczenia umieszczaj tylko w dolnych kwaterach.

Stojaki i gabloty

Wskazówki ogólne

Stojaki na menu

! stosuj tylko w lokalach gastronomicznych
! obowiązuje jeden stojak dla jednego lokalu(niezależnie od tego czy lokal posiada sezonowy ogródek)

wymiary

- gablota
  - szerokość maksymalna: 60 cm
  - wysokość maksymalna: 40 cm
- podkonstrukcja – nogi:
  - wysokość: 115 cm

kształt

- dość prosty styl, który pasuje do bogatych witryn klasycystycznych
- stylistycznie stojak powinien nawiązywać do elementów reklamowych wykorzystywanych w przestrzeni elewacji (takich jak np. szyld, semafor)

meteriał

gablota:
- drewno
- profile stalowe
- żeliwo
- metaloplastyka

! gablota powinna być przykryta pleksi lub szkłem w celu zabezpieczenia jej wnętrza przed warunkami atmosferycznymi

podkonstrukcja:
- drewno
- profile stalowe
- żeliwo
- metaloplastyka

kolorysytyka

- kolorystyka stojaka i szyldu semaforowego powinna być spójna

rama gabloty:
- materiały naturalne – np. drewno
- kolory neutralne – np. kość słoniowa, czerń, beż, brąz, szarość, grafit
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro

podkonstrukcja:
- materiały naturalne – np. drewno
- kolory neutralne – np. kość słoniowa, czerń, beż, brąz, szarość,
- grafit
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro

Gablota wisząca

wymiary

- szerokość maksymalna: 60 cm
- wysokość maksymalna: 40 cm
- grubość maksymalna: 12 cm

kształt

- projektując gablotę, nawiąż jej kształtem do witryny Twojego lokalu oraz innych elementów reklamowych – inspiracją mogą być detale architektoniczne elewacji budynku
- gablota może mieć bardziej klasyczny lub dekoracyjny krój
w zależności od wystroju elewacji
- minimalistyczne gabloty stosuj w wypadku elewacji budynków współczesnych lub dla spójności stylistycznej z pozostałymi elementami reklamowymi

meteriał

rama gabloty:
- drewno
- metal

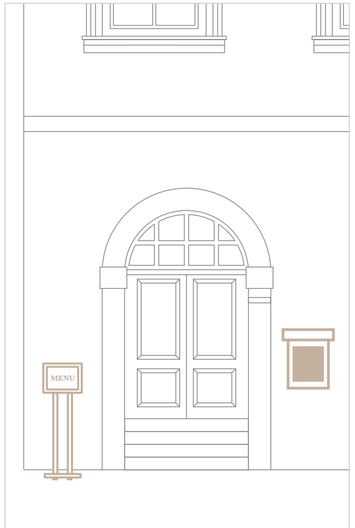
szyba:
- szkło bezpieczne
- bezbarwne pleksi

kolorysytyka

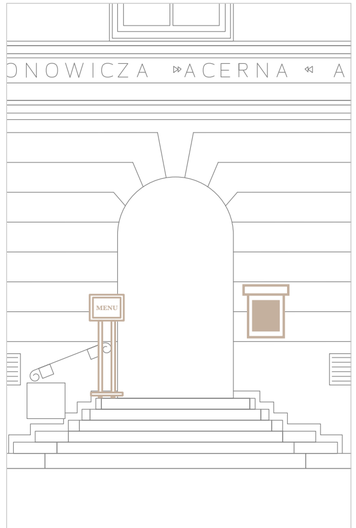
- kolorystyka gabloty wiszącej powinna być spójna z zastosowaną w witrynie

rama gabloty:
- materiały naturalne – np. drewno
- kolory neutralne – np. kość słoniowa, czerń, beż, brąz, szarość, grafit
- kolory metali – np. złoto, patyna, srebro

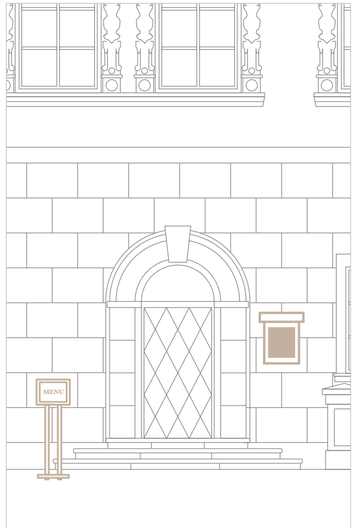
Elewacja gładа (pozbawiona boniowania)



Elewacja boniowana pasowo



Elewacja boniowana płytowo



- stojak reklamowy to delikatna sprawa - jeśli uważasz, że jest konieczny dla Twojego biznesu, ustawiaj go sprytnie. Dopuszcza się go wszędzie tam gdzie światło przejścia zostało zawężone przez schody, pochylnię lub stojak rowerowy. Powinien być wąski, jak tylko możliwe
- gablotę umieszczaj pionowo lub poziomo
- staraj się, aby centralny punkt gabloty znajdował się na poziomie wzroku człowieka – ok. 160 cm od poziomu posadzki
- jeżeli szerokość miejsca na gablotkę jest mniejsza niż 60 cm, menu umieść na stojaku lub wewnątrz lokalu

Procedura

Montaż reklam (semafory)

ZARZAD DRÓG I MOSTÓW W LUBLINIE

Wystąp do ZDiM z wnioskiem o wydanie zezwolenia na lokalizację w pasie drogowym urządzeń niezwiązanych z potrzebami zarządzania drogami lub potrzebami ruchu drogowego (reklamy) (ZDiM-005-01).

Do wniosku załącz:

- mapa sytuacyjno-wysokościowa w skali 1:500 z naniesioną granią pasa drogowego i szczegółową lokalizacją reklam z podaniem ich wymiarów na mapie wraz ze wskazaniem miejsca dostępu do nośnika reklamowego
- w przypadku reklam wolnostojących – wypis z rejestru gruntów wraz z mapą ewidencyjną w skali 1:1000

Złóż wniosek o zajęcie pasa drogowego w związku z umieszczeniem reklam (ZDiM-005-01).

Do wniosku załącz:

- przedstawienie szaty graficznej reklamy (wizualizacja w kolorze)
- zgoda na umieszczenie reklamy wydana przez:

  1. Reklamy na słupach trakcyjnych – Miejskie Przedsiębiorstwo Komunikacyjne
  2. Reklamy na słupach oświetlenia drogowego – PGE Dystrybucja S.A.
  3. Reklamy na budynku – właściciel (zarządca) budynku

- kserokopia decyzji na lokalizację reklamy wraz z załącznikami
- uzgodnienie lokalizacji reklam umieszczonych w strefie ochrony konserwatorskiej od Miejskiego Konserwatora Zabytków lub Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków – dotyczy reklam o ekspozycji stałej (ponad 30 dni)
- uzgodnienie lokalizacji reklam o ekspozycji krótkotrwałej (do 30 dni) – Menadżer Śródmieścia
- aktualna kopia wypisu z właściwego rejestru lub zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, zaświadczenie o nadaniu numeru REGON i NIP

* wszystkie wymagane dokumenty (wzory wniosków) są dostępne w siedzibie ZDiM oraz na odpowiednich stronach Urzędu Miasta Lublin (www.zdm.lublin.eu)

Udogodnienia dla niepełnosprawnych

Rampy, pochylnie

Wskazówki ogólne

Możliwość budowy pochylni należy za każdym razem uzgodnić z odpowednim urzędem konserwatorskim.

zasady ogólne

- pochylnie i rampy to elementy, które umożliwiają osobom niepełnosprawnym samodzielny dostęp do budynków. Okaż wsparcie i zadbaj o to, by goście
- o ograniczonej sprawności ruchowej oraz poruszający się na wózkach inwalidzkich również mogli skorzystać z Twojego lokalu

! lokalizacja rampy, jej konstrukcja i wykonanie znacząco ingerują w przestrzeń deptaka bądź budynku – każdorazowo wymagane jest więc uzyskanie odpowiednich zgód ze strony jednostek urzędowych

kształt i konstrukcja

- staraj się wykorzystywać elementy o możliwie prostych profilach, bez zdobień i elementów dekoracyjnych; podjazdy i pochylnie projektuj jako możliwie najprostsze i najmniej ingerujące w przestrzeń deptaka – pomocy przy wyborze najodpowiedniejszego rozwiązania udzieli Ci Miejski bądź Wojewódzki Konserwator Zabytków
- przy projektowaniu pochylni posiłkuj się odpowiednimi przepisami oraz normami

materiały

- powierzchnia posadzki:

! nie stosuj ażurowych krat stalowych, płytek lub terakoty

- zaleca się stosowanie kamienia naturalnego o drobnoziarnistej powierzchni, groszkowej lub płomieniowanej fakturze nawiązującej kolorem i kształtem do materiałów wykończeniowych posadzki deptaka

! staraj się nawiązywać powierzchnią posadzki (podziałami i różnicami w kolorze) do wykończenia deptaka

- drewno (pod warunkiem wykonania nawierzchniowej perforacji)
- wylewka betonowa z gruboziarnistą nawierzchnią lub okładzinowe płyty betonowe o ryflowanej powierzchni

konstrukcja:

! uzgodnij z odpowiednimi służbami miejskimi najbardziej odpowiednie rozwiązanie konstrukcyjne dla pochylni Twojego lokalu

- szkielet drewniany (możliwość prostego demontażu pochylni)
- szkielet stalowy (możliwość prostego demontażu pochylni)
- beton (pochylnia stale związana z gruntem)

poręcze i barierki:

- profile drewniane
- profile stalowe
- elementy kute

kolorysytyka

! kolorystyka poszczególnych elementów powinna być spójna i tworzyć całość niedominującą w przestrzeni deptaka

- kolor drewna
- kolory neutralne – np. kość słoniowa, czerń, beż, brąz, szarość, grafit

Możliwe rozwiązania

pochylnia wewnątrz lokalu

- zaleca się stosowanie pochylni i ramp wewnątrz lokali pozwalających na niwelowanie różnic poziomów pomiędzy powierzchnią deptaka a powierzchnią parteru lokalu, bez ingerencji w wygląd zewnętrzny budynku
- bardzo dobrym pomysłem jest również wykorzystywanie wewnętrznych wind, krzeseł schodowych, podnośników i platform

pochylnia wewnątrz przejścia bramowego / prześwitu bramowego

- doskonałym sposobem na niwelowanie różnic poziomów pomiędzy powierzchnią deptaka a powierzchnią parterów lokali, nieingerującym w wygląd zewnętrzny budynku, jest stosowanie pochylni wewnątrz przejścia bądź prześwitu bramowego – wyjście to wprowadza udogodnienia dla niepełnosprawnych w wielu lokalach przy wykorzystaniu jednej rampy lub pochylni
- jeżeli szerokość prześwitu bądź przejścia jest zbyt mała dla zlokalizowania stałej pochylni, proponuje się montaż podjazdu składanego na ścianę

pochylnia zewnętrzna zlokalizowana w podwórzu

- zaleca się stosowanie pochylni i ramp zewnętrznych w podwórzach, jeżeli jest możliwość wejścia do lokali od strony wewnętrznego dziedzińca

pochylnia zewnętrzna zlokalizowana od strony elewacji frontowej

- najmniej korzystnym, choć w wielu przypadkach jedynym możliwym sposobem na niwelowanie różnic poziomów pomiędzy powierzchnią deptaka a powierzchnią parterów lokali, jest zlokalizowanie rampy bądź pochylni od strony elewacji zewnętrznej budynku
- istnieje możliwość zaopatrzenia lokalu w składaną, przenośnią pochylnię

Notatnik

Lublin®
MIASTO INSPIRACJI