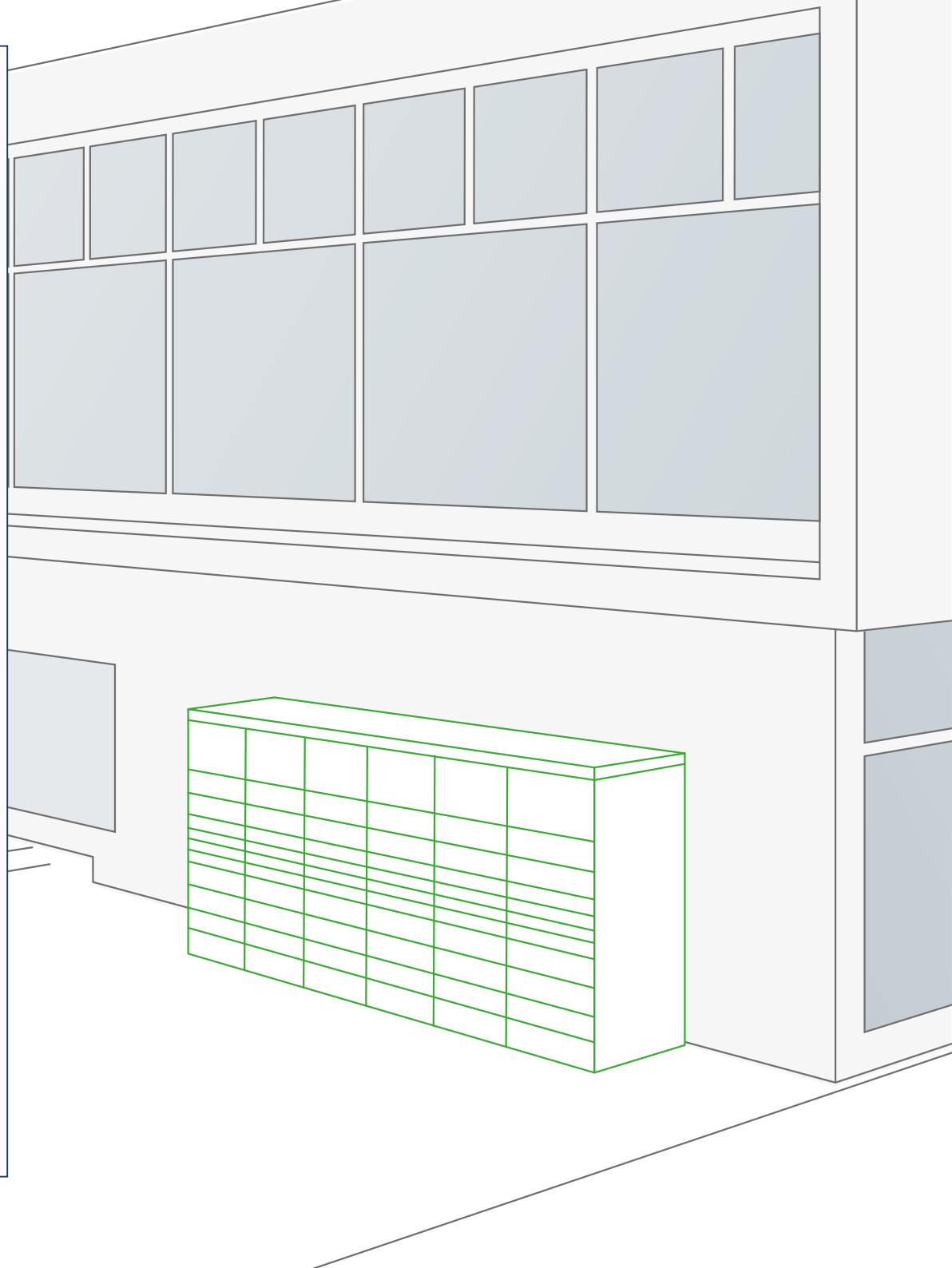


04.10* Výdejní boxy

Výdejní boxy jsou stále častějším prvkem městské infrastruktury. Usnadňují doručování zásilek, jejich umístění a vizuální podoba však nesmějí snižovat atraktivitu veřejného prostoru.

- ✓ Umístění výdejního boxu ve veřejném prostoru konzultujte s městským architektem. Společně najděte vhodnou lokalitu, umístění i vzhled.
- ✓ Boxy umístěné vedle sebe musí tvořit jednotný celek – stejná výška, zarovnání do jedné linie.
- ✓ Výdejní boxy umísťte přednostně k obchodním centrům, parkovištím či dopravním uzlům. Preferovaná jsou místa, kde bude box zapuštěn do hmoty objektu (nika, výkladec, plot), nebo interiéry s nepřetržitým přístupem. Samostatně stojící box je vždy větší zátěží pro veřejný prostor.
- ✓ Ke každému boxu zajistěte adekvátní dopravní obslužnost.
- ✓ Volte boxy v tlumených barvách. Barevnost musí odpovídat kontextu místa. Matný povrch je vhodnější než lesklý.
- ✓ Zajistěte bezbariérový přístup. Zachovejte min. 2,5 m volného prostoru – z toho 1,5 m pro průchod chodců a 1 m pro manipulaci se zásilkou. Boxy neumísťte na schodiště ani na nerovný terén vyžadující dorovnávací sokl.
- ✗ Box nesmí narušovat architekturu místa a průhledy na architektonické dominanty, tvořit bariéru pro chodce ani komplikovat dopravu. Nesmí být u nároží, křižovatek ani vytvářet nepřehledná zákoutí.
- ✗ Výdejní boxy nesmí zakrývat ani částečně výlohy nebo okna. Nesmí narušovat linie mobiliáře, vodící linie pro nevidomé ani uliční zástavbu. Výdejní boxy musí respektovat architekturu a veřejný prostor.
- ✗ Výdejní boxy nesmějí svou konstrukcí přesahovat do okolního prostoru.
- ✗ Box nesmí zhoršovat dopravní situaci v lokalitě. Provoz boxu nesmí bez souhlasu vlastníků narušovat pozemky třetích stran.
- ✗ Na výdejním boxu nesmí být umístěna reklama třetích stran. Celoplošné reklamní polepy nejsou přípustné. Firemní branding musí být decentní.



- ✓ Praha - Holešovice I Skvělý příklad využití zapuštěného prostoru pro instalaci výdejních boxů. U nově připravované zástavby mohou být takové situace předem zohledňovány.



- ✓ Studénka I Využití interiéru vlakového nádraží (dopravního uzlu) jako místa pro umístění výdejních boxů. Kryté prostory s nepřetržitým přístupem jsou ideální volbou.



- ✓ Kopřivnice I Vhodně umístěný výdejní box u obchodního centra a parkoviště s jednoduchým přístupem. Decentní barvy boxu nehyzdí a nenarušují okolní veřejný prostor.



- ✗ Smutný příklad znehodnocení místa. Výdejní boxy zakrývají výlohu a nerespektují architekturu místa. Umístění a vizuální chaos tvoří prostor neatraktivním.



- ✗ Výdejní box přechází a narušuje celkový pocit z veřejného místa. Nevhodné umístění bez ohledu na kontext okolí a uliční zástavbu.



- ✗ Samostatně stojící výdejní boxy, které zbytečně narušují veřejný prostor a tvoří nevzhledné ostrovy. Box vpravo má navíc obtížný přístup přes trávník.

* Tato kapitola 4.10 je součástí dokumentu Atraktivní Nový Jičín: Manuál označování provozoven a reklamy.

Nevíte, jak postupovat při označování své provozovny nebo s umístěním výdejního boxu?

Neváhejte se na nás obrátit. Rádi vám pomůžeme s podobou značení vaší provozovny, s reklamou, kterou chcete umístit ve veřejném prostoru, nebo s umístěním výdejního boxu.

Manuál označování provozoven a reklamy

Podrobný průvodce fungujícím a atraktivním označováním provozoven a reklamou. Obsahuje zásady, tipy a příklady dobré praxe.

Kontakt na městského architekta:

Ing. arch. Martin Materna
architekt@novyjicin.cz

Manuál ke stažení na www.atraktivninj.cz

KE STAŽENÍ
ZDARMA



Atraktivní
Nový Jičín

Manuál označování provozoven a reklamy

Manuál označování provozoven a reklamy, který je součástí koncepce Atraktivní Nový Jičín, jednoduše a názorně ukazuje, jak dosáhnout co nejlepšího efektu ve vlastní sebepropagaci a zároveň zvyšovat hodnotu místa, ve kterém se prezentujeme.

Město Nový Jičín se má z hlediska své historie a architektury čím pochlubit. Zároveň si však uvědomujeme, že je o tyto přednosti potřeba náležitě pečovat. Neuvědomělými zásahy, lidovou tvořivostí nebo snahou se za každou cenu zviditelnit můžeme tyto hodnoty dlouhodobě a mimoděk poškozovat.

Označování provozoven a reklama jsou jedním z dílků celé skládačky. Aby byl veřejný prostor atraktivní, musí být udržován a kultivován na všech svých úrovních.

Nejinak je tomu s výdejními boxy, které se stávají součástí města a postupně se, stejně jako jinde, zvyšuje jejich počet. Zvyšují komfort obyvatel, zároveň však mohou nevhodným umístěním narušovat veřejný prostor.

03 Manuál ve zkratkách

✓ Správné použití

1. Výstruč

Kvalitní materiál, dodržení velikosti a umístění

2. Označení provozovny

Kvalitní materiál, správné proporce a umístění v partěru

3. Výloha se zbožím

Čistá a upravená, s aktuální nabídkou produktů

4. Infopanel (za sklem výlohy)

Průhledné vhodné použít z kvalitních materiálů, správné odsazení od sítě výlohy (min. 10 cm)

5. Info na vstupu / Provozní doba

Označuje výše potřebné v transparentním materiálu a přiměřené velikosti

6. Vitrína

Čistá a upravená vitrina obsahující aktuální nabídku

7. Reklamní stojan (jáčko)

Z kvalitních materiálů, ve správné velikosti, s aktuální nabídkou

8. Parter

Označení provozovny a reklamu umístíme pouze do prostoru partěru, v souladu s architekturou

Deset základních doporučení pro atraktivní město

1. Architektura na prvním místě

Reklama a označování provozoven musí být v souladu s architekturou domu. Nesmí ji zakrývat, přebíjet ani narušovat.

3. Méně je více. Nebojte se ubírat.

Příliš mnoho vizuálních prvků nevede k lepší viditelnosti, ale k reklamní slepotě. Chcete být lépe viděni? Vsaďte na jednu informaci. Nepřidávejte nic navíc.

5. Výloha má lákat dovnitř

Používejte výlohy k jejich původnímu účelu. Je to skvělé místo pro prezentaci. Nechte kolemjdoucí nahlédnout dovnitř a navnaďte je na své zboží.

7. Buďte online. Buďte tam, kde jsou vaši zákazníci.

Své zboží a služby nabízejte chytře. Jděte svým zákazníkům naproti v online. Moderní marketing se řídí heslem: více komunikace, méně reklamy.

9. Reklamní plachty neslouží k označování provozoven

Značení provozovny má lákat, ne odpuzovat. PVC banerovina se nehodí vždy a všude. V případě označování provozoven se nehodí nikdy.

2. Nechte si poradit profesionály

Nejste na to sami. Předějte tento manuál jako součást zadání svému dodavateli marketingových a grafických prací.

4. Obraťte se na městského architekta

Nevíte si rady, jakou formu venkovní reklamy zvolit, aby byla funkční a vkusná? Nejste si jistí, zda postupujete správně? Obraťte se na městského architekta.

6. Čistota, půl zdraví reklamy

Udržujte své okolí v pořádku a čistotě. Odstraňte zbytečnosti a nezapomínejte na údržbu. Čistý prostor je vaší nejlepší vizitkou.

8. Vyhněte se blikání a křiklavé barevnosti

Barevnost volte harmonickou a střídanou. Na zákazníky nekřičte – ani vykřičníky na plakátech, ani blikajícími nápisy.

10. Fasáda ani plot nejsou primárně reklamními nosiči

Použijte výlohy, vitríny nebo jiné vhodné reklamní nosiče. Reklamu na plotě z PVC reklamní plachty přehlédne drtivá většina, ale hyzdí město zaručeně.



město
Nový Jičín

Výdejní boxy

Samostatná příloha Manuálu označování provozoven a reklamy koncepce Atraktivní Nový Jičín

Více na www.atraktivninj.cz