

**Рекомендации для разработки
дизайн-проекта магазина
в торговых комплексах**

Мармелад

До начала подготовки проектной документации Арендатор обязан подготовить и согласовать с Арендодателем дизайн-проект (раздел архитектурные решения) торговой точки и вывески на входной группе.

Данный бриф содержит основные требования к торговым пространствам в торговых комплексах Мармелад по разделам:

1. Общие рекомендации по организации пространства
2. Входная группа
3. Оборудование (торговое, промо)
4. Коммерческий свет
5. Примерочные
6. Материалы отделки

Порядок взаимодействия на этапах подготовки проектной документации и СМР описан в «Регламенте обустройства помещения арендатора».

1. Общие рекомендации

1.1 Оформление в Торгового пространства должно соответствовать фирменному стилю представляемого бренда, сочетаться по стилистике с торговым оборудованием и товаром.

1.2 Цветовые решения по исполнению Торгового пространства должны соответствовать современным трендам в интерьере и подчеркивать индивидуальные особенности бренда (выделять его на фоне остальных торговых точек).

1.3 Потолок торгового пространства может быть выполнен на разных высотных отметках, как с использованием подвесного потолка из ГКЛ, грильято, реечный (не ниже 3500) так и открытого типа с окраской всех коммуникаций в один цвет.

1.4 Пол в торговом зале должен иметь покрытие – плитка (керамогранит), размером не менее 600*600мм. По согласованию допускается использование иных размеров, если это требуется для создания индивидуальности пространства. Все материалы используемые при отделке полов должны быть на одном уровне с покрытием пола торговой галереи. В случае использования разных типов материалов следует использовать износостойкие профили.

1.5 Фасад не должен опираться на какие-либо конструктивные элементы здания, за исключением межэтажного перекрытия



2. Входная группа

- 2.1 Входная группа должна быть оригинально оформлена и привлекать внимание посетителей ТЦ.
- 2.2 Требования для входной группы представлены в приложении 1.
- 2.3 При проектировании витрины необходимо закладывать возможности создания привлекательной экспозиции и сезонной смены товара на ней (специальное оборудование, свет, декоративные элементы и т.д.)
- 2.4 Витрина должна иметь свое независимое освещение. Допускается расположение источников света на разных высотных отметках, в том числе и напольное.



SEVEN CORNERS



HERMÈS



3.Оборудование

3.1 Торговое оборудование должно быть разнообразным по конструктивным решениям, иметь эстетический вид и соответствовать выбранной стилистике торгового пространства, выгодно презентовать товар покупателю.

3.2 Торговое пространство должно иметь подиумы, манекены для презентации актуальных коллекций/новых поступлений.

3.3 Оборудование торгового зала должно скрывать от взгляда посетителей вещи, не предназначенные для продажи, а также личные вещи сотрудников если нет подсобного помещения.

3.4 Рекомендуется включать в интерьер декоративные элементы, арт-объекты формирующие атмосферу внутри помещения и создающие положительные эмоции у покупателей

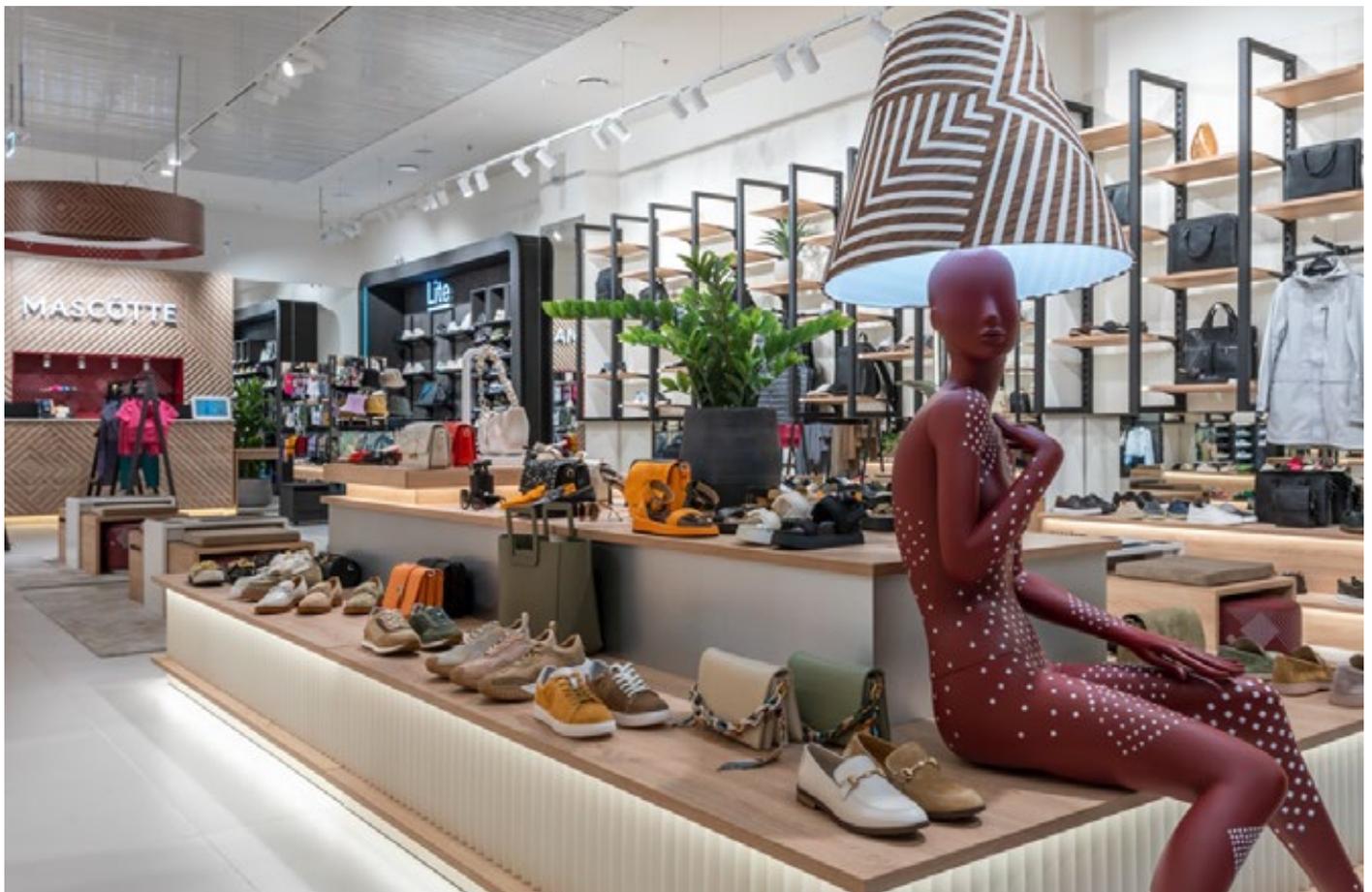
3.5 При наличии возможности (необходимого пространства) в интерьере магазина рекомендуется использовать объемные светящиеся вывески, декоративные светящиеся элементы соответствующие образу бренда. Все элементы проводки должны быть скрытыми.

3.6 Для демонстрации акций, уникальных предложений торговое пространство/витрина должны быть оборудованы медиапанелями. Медиапанели могут размещаться на колоннах. Рекомендуется размещение в кассовой зоне. Дополнительно допускается применение лайтбоксов.

3.7 Дизайн проект торгового пространства должен предусматривать размещение POS-материалов.

3.8 В торговом зале обязательно должно размещаться музыкальное оборудование. Фоновая музыка по стилю должна соответствовать позиционированию бренда.





4. Коммерческий свет

- 4.1 Освещенность торгового пространства должна быть не менее 800 Лм.
- 4.2 Рекомендуется использовать точно направленную подсветку товара(подиумы, стеллажи и т.д.)
- 4.3 Допускается применение различных форм встроенных и подвесных светильников направленного света. Не допускается использование «офисных» светильников типа - светодиодная панель 600х600мм встроенных в подвесной потолок.
- 4.4 Ограничений по цвету и форме светильников нет, они должны соответствовать выбранному стилю интерьера.



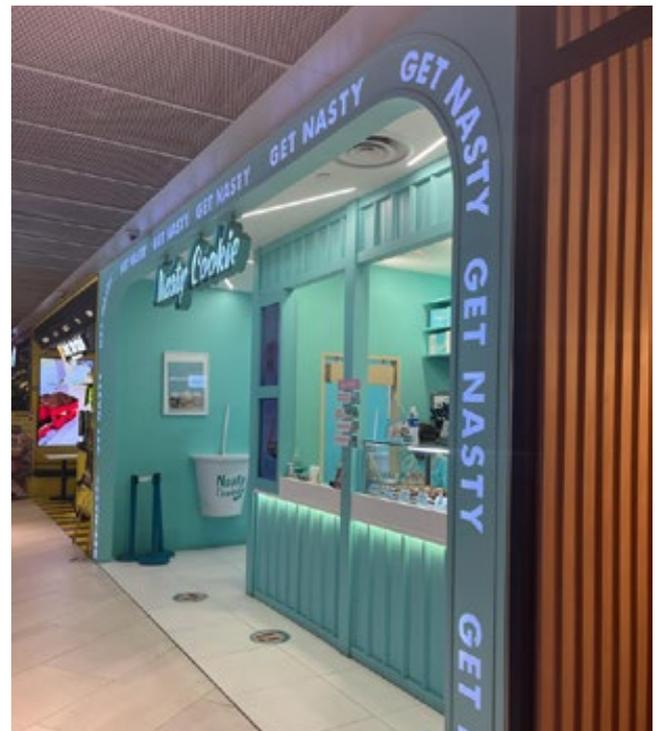
5. Примерочные

- 5.1 Пространство примерочной должно отвечать требованию удобства для посетителя.
- 5.2 Примерочная должна иметь удобную вешалку для размещения как одежды покупателя, так и нескольких товаров взятых на примерку.
- 5.3 Примерочная должна быть оборудована зеркалом в полный рост, желательна контурная подсветка или «гримерное зеркало»
- 5.4 Свет, в отличии от основного торгового пространства, должен быть «приглушенным» и рассеянным.
- 5.5 Рекомендуется использовать узнаваемые цвета (основные цвета) бренда в элементах при оформлении пространства примерочной.



6. Материалы

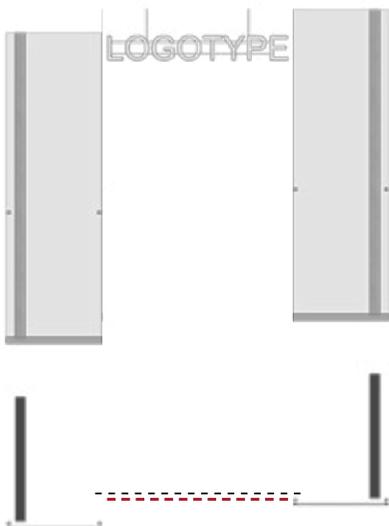
- 6.1 Не допускается применение материалов эконом класса.
- 6.2 Рекомендуется включать в интерьерные решения элементы из натуральных материалов: металл, дерево, стекло.



Приложение 1. Правила оформления фасада арендуемого помещения мегамолла Мармелад

В Мегамолл «Мармелад» разрешается оформление фасада арендуемого помещения в 3-х вариантах.

Вариант 1
Полностью остеклённая витрина

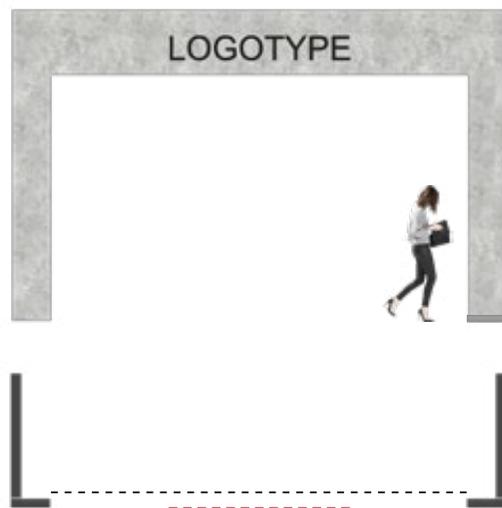


Полностью остекленная витрина представляет из себя сплошное остекление от пола до потолка.

Вход в торговое помещение осуществляется через проем, который закрывается рольставней.

Расположение вывески: перед линией рольставни

Вариант 2
Портал



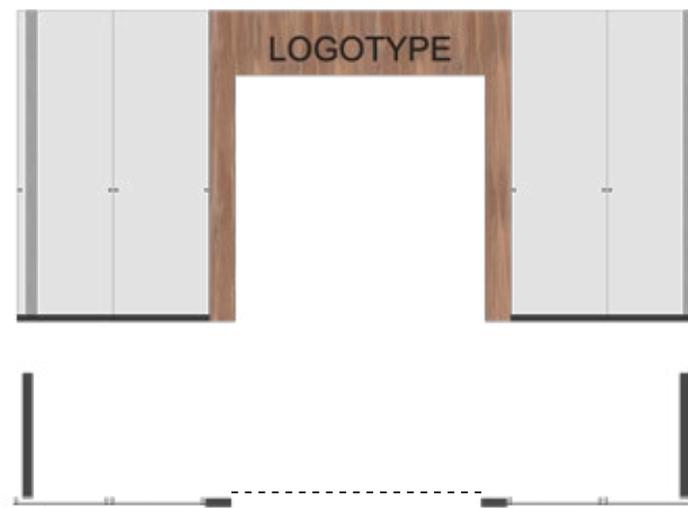
Портал представляет из себя конструкцию в виде рамы с открытой входной группой без использования остекления.

Портал оснащен рольставней.

Расположение вывески: снаружи на поверхности портала.

Материал отделки портала согласовывается индивидуально согласно проекту арендатора

Вариант 3
Остекленная витрина + Портал



Сочетание остекленной витрины и портала позволяет арендатору выделить входную группу.

Такой вариант преимущественно подходит для торговых помещений с большой протяженностью витрины не менее 8 метров.

Размещение портала преимущественно по центру торгового помещения. Исключением могут являться витрины с рядом стоящими колоннами.

Расположение вывески: снаружи на поверхности портала.

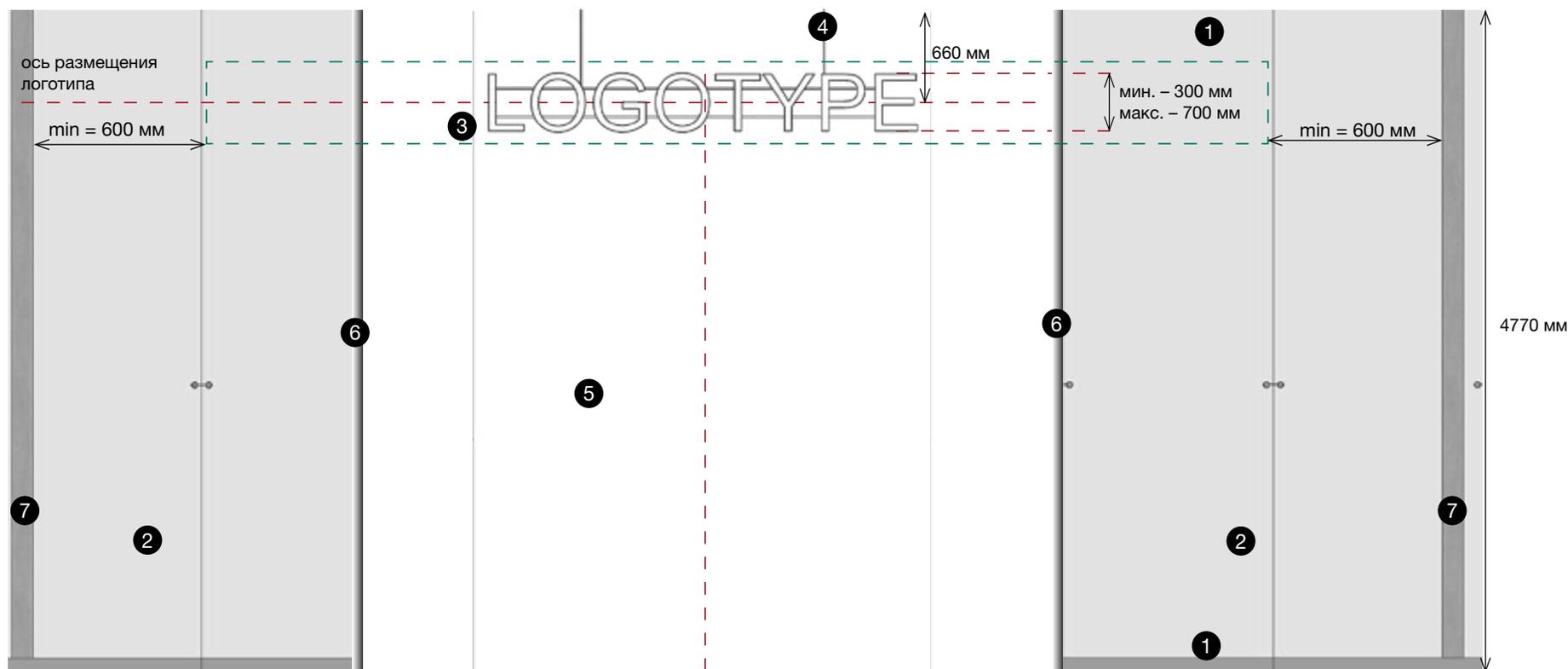
Материал отделки портала согласовывается индивидуально согласно проекту арендатора

Вариант 1

- 1 Пол – зажимной профиль из металла, цвет серый, высотой 40 мм.
Потолок - скрытый зажимной профиль. Необходимо обеспечить обслуживание верхнего профиля со стороны торгового помещения.
- 2 Сплошное остекление от пола до потолка.
Размер стеклянного полотна витрин определяется поставщиком / производителем.
Стекло прозрачное 12 мм полированное, закаленное, тонирование противоосколочной пленкой.

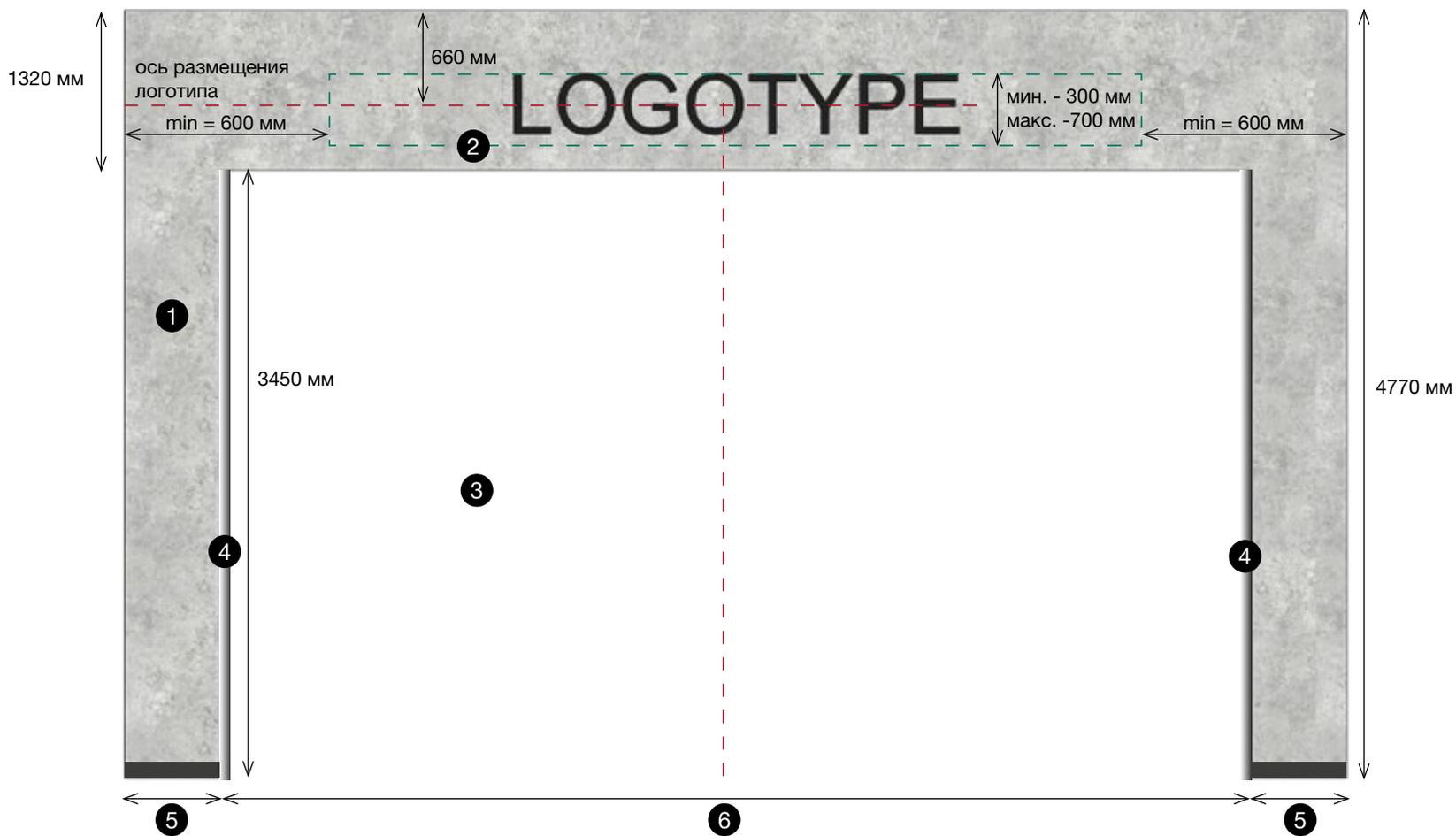
- 3 Логотип — объемные световые буквы.
Лицевая часть — акриловое стекло молочное или цветное.
Боковая часть — акриловое стекло молочное или цветное / ПВХ / алюминий / алюмокомпозит.
Задняя часть — ПВХ / алюминий / алюмокомпозит.
Подсветка — светодиодные модули.
Максимальная глубина логотипа 60 мм.
Не допускается использование подложек.
В случае если брендбук арендатора предусматривает подложку под логотип рекомендуется использовать вариант витрины 2 или 3.

- 4 Крепление логотипа осуществляется на тонкой металлической конструкции внутри магазина перед рольставней. Рекомендуется использовать конструкцию из металлических труб квадратного сечения 10мм с двумя горизонтальными направляющими. Ширина конструкции и количество вертикальных направляющих (подвесов) зависит от длины логотипа арендатора.
- 5 Вход в торговое помещение осуществляется через проем, который закрывается рольставней от пола до потолка высотой 4.7 м.
- 6 Стойки для крепления рольставней, утопленные вовнутрь арендуемого помещения.
(Расстояние определяется по месту)
- 7 Перегородка между торговыми помещениями - металлическая касета.



Вариант 2

- 1 Материал отделки портала HPL панели / металл / керамогранит в оттенках соответствующих общей концепции мегамолла.
- 2 Логотип — объемные световые буквы.
Лицевая часть — акриловое стекло молочное или цветное.
Боковая часть — акриловое стекло молочное или цветное / ПВХ / алюминий / алюмокомпозит.
Задняя часть — ПВХ / алюминий / алюмокомпозит.
Подсветка — светодиодные модули.
Максимальная глубина логотипа 60 мм.
- 3 Вход в торговое помещение осуществляется через проем, который закрывается рольставней.
- 4 Стойки для крепления рольставней, утопленные вовнутрь арендуемого помещения.
(Расстояние определяется по месту)
- 5 Ширина боковых частей портала от 400 до 1000 мм.
- 6 Размер зависит от ширины торгового помещения и выбранной ширины боковых частей портала.



Вариант 3

- 1 Пол – зажимной профиль из металла, цвет серый, высотой 40 мм.
Потолок – скрытый зажимной профиль.
Необходимо обеспечить обслуживание верхнего профиля со стороны торгового помещения.
- 2 Сплошное остекление от пола до потолка.
Размер стеклянного полотна витрин определяется поставщиком / производителем.
Стекло прозрачное 12 мм полированное, закаленное, тонирование противоосколочной пленкой.
- 3 Материал отделки портала HPL панели / металл / керамогранит в оттенках соответствующих общей концепции мегамолла.
- 4 Логотип — объемные световые буквы.
Лицевая часть — акриловое стекло молочное или цветное.
Боковая часть — акриловое стекло молочное или цветное / ПВХ / алюминий / алюмокомпозит.
Задняя часть — ПВХ / алюминий / алюмокомпозит.
Подсветка — светодиодные модули.
Максимальная глубина логотипа 60 мм.
- 5 Вход в торговое помещение осуществляется через проем, который закрывается рольставней.
- 6 Стойки для крепления рольставней, утопленные внутрь арендуемого помещения.
(Расстояние определяется по месту)
- 7 Перегородка между торговыми помещениями - металлическая кассета.
- 8 Ширина боковых частей портала от 400 до 1000 мм.
- 9 Размер зависит от ширины торгового помещения и выбранной ширины боковых частей портала.

