

УДК 712.2 : 72.012.6

ДИЗАЙН-КОНЦЕПТ ЭКСТЕРЬЕРА И ПРИЛЕГАЮЩЕЙ ТЕРРИТОРИИ ЗДАНИЯ АВТОЦЕНТРА

В.В. Курильчиков, Н.Н. Самутина

Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь

Аннотация. В работе представлены этапы создания дизайн-концепта экстерьера и прилегающей территории здания автоцентра «Автоидея» в г. Минске. В результате работы создан авторский объект внешнего визуального стиля здания, который поможет показателю статуса автоцентра, повысить продажи и элитарность помещения.

Ключевые слова: дизайн-концепт, экстерьер, общественное помещение, комплексное проектирование, прилегающая территория.

В современном мире автоцентры играют важную социальную роль в сфере обслуживания. Экстерьер автоцентра является ключевым элементом его успешной работы, поскольку первое впечатление о центре формируется именно в его внешнем облике. Поэтому разрабатываемая тема актуальна.

Дизайн экстерьера и прилегающего ландшафта требует не только высокой креативности проектирования, но и отличного понимания бренда. При этом важно учесть корпоративную идентичность бренда, чтобы создать уникальный и запоминающийся облик здания.

Немаловажным является и привлекательность лицевой части здания и ландшафтной архитектуры вокруг: благоприятно влиять на восприятие объекта потенциальными покупателями, подчеркивать и дополнять высокий уровень сервиса, предлагаемого в данном заведении, и показывать премиальность.

Цель работы – разработать уникальное дизайнерское решение для экстерьера автоцентра и прилегающей территории, которое будет соответствовать высоким стандартам, художественной выразительности и уникальности данного объекта. Задачи исследования: определить и выбрать стиль, цветовую палитру и материалы, соответствующие концепции и потребностям данного объекта; разработать уникальное дизайнерское решение, вписывающееся в особенности проектируемого экстерьера и ландшафта; создать визуализацию дизайн-проекта для наглядной демонстрации концепции и решений.

Для создания проекта выбрано двухэтажное здание автоцентра BMW «Автоидея», который находится в Республике Беларусь, г. Минске. Фотофиксация объекта представлена на рис. 1.



Рис. 1. Фотофиксация проектируемого объекта

Решено идею проекта заключить в создании визуального стиля фасада и прилегающего ландшафта с использованием айдентики и оригинальной цветовой гаммы бренда BMW. Из рисунка 1 видно, что экстерьер здания выглядит достаточно обычно. Сам фасад имеет сплошное остекление, что не несет в себе никакой художественной выразительности. Отсутствует контурная подсветка здания в ночное время, что влияет на внешний вид и узнаваемость объекта в темное время суток.

Концепция проекта заключается в разработке фирменного стиля и оформлении фасада здания автоцентра. При этом, с учетом особенностей данного типа зданий, необходимо сохранить отличительные признаки, общий визуальный вид. Осуществлен подбор и анализ аналогов, выполнен обмер здания и прилегающей территории.

Для проектирования разработки визуального стиля здания, за основу взят брендбук BMW. Данное решение позволяет достичь максимального визуального сходства с устоявшимися рамками фирменного стиля компании и отразить их в дизайне здания (рис.2) [18].



Рис. 2. Брендбук BMW

Разработка фасада здания началась с проработки общей формы, композиционного решения и визуального стиля, основываясь на фирменном стиле компании BMW. Продумана схема освещения здания и территории. Автоцентр эксплуатируется в дневное и вечернее время суток,

поэтому фасад нуждается в схеме искусственного освещения. Она необходима для улучшенной видимости здания, а также несет декоративную составляющую.

Для искусственного освещения фасада была использована ленточная контурная подсветка белого цвета. Благодаря ей здание приобретает иной вид в ночное время суток. Контурная подсветка здания уже давно закрепились в дизайне экстерьера зданий и активно развивается, предлагая все новые решения. Такой вид освещения добавляет современности и художественной выразительности выбранному объекту проектирования.

Здание является двухэтажным сооружением, и в проекте видно разделение на этажи, что позволяет выразительно обыграть в дизайне этот момент. Решено разместить большой логотип бренда BMW и надпись «Автоидея», что позволяет понять, что находится в этом здании с полосы движения автотранспорта, так как автоцентр находится за городом, возле автомагистрали. Заметно и остекление в виде умных стеклопанелей, которые имеют различный функционал в зависимости от погодных условий.

Отделка фасада выполнена из металлокассет двух цветов – белый и черный, что также подчеркивает фирменный стиль бренда (рис. 3).



Рис. 3. Визуализация фасада автоцентра BMW «Автоидея», г. Минск

Главным нововведением обновленного фасада является «решетка радиатора» в середине конструкции. Основная роль этого решения – узнаваемость и оригинальность. Состоит она из металлоконструкции, выполненная методом сварного и болтового соединений. Между панелями присутствует ленточная подсветка, которая позволяет в темное время суток подчеркнуть данный элемент дизайна.

Также была доработана парковочная зона и зона озеленения с целью расширения парковочных мест (рис. 4). Когда-то четким объединяющим элементом В. Зеехаусом была выбрана цветовая унификация для автомобилей BMW M: комбинация из синего, фиолетового и красного. Синий символизирует марку BMW, красный – автоспорт, а фиолетовый – их уникальное соединение. Эта маркировка выбрана для ландшафтной зоны.

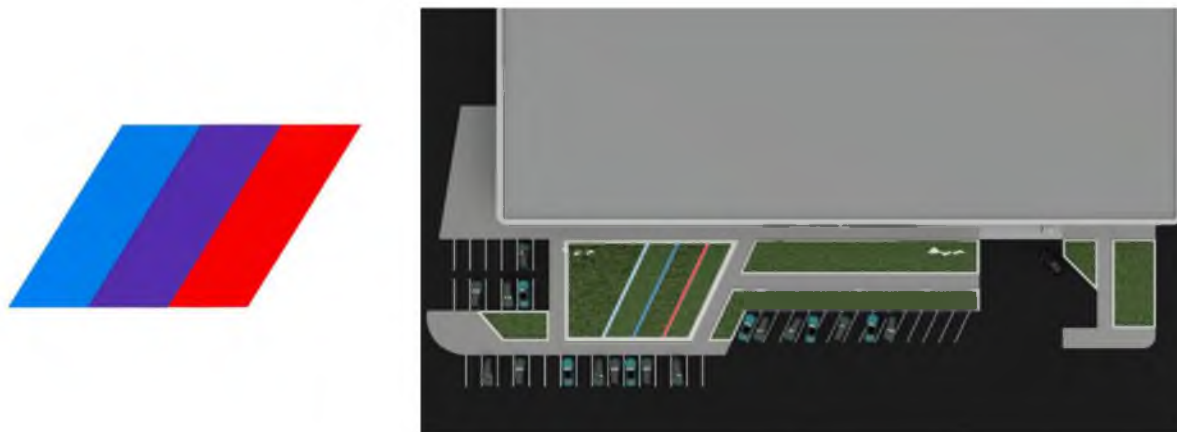


Рис.4. Обновленная парковочная зона

Ночной фасад также претерпел изменения в виде добавления контурной подсветки по периметру здания и по контуру клумб, что положительно сказывается на видимости здания, а также придает уникальности и выразительности дизайну (рис.5).



Рис. 5. Ночная визуализация фасада автоцентра

В проекте разработана декоративная металлоконструкция в виде «решетки радиатора» присущей бренду BMW (рис.6), к которой в соответствии с поставленными задачами была разработана конструкция, которая позволит реализовать данный объект в действительности. Это необходимо для придания зданию большей узнаваемости и корпоративного сходства с фирменным стилем. Сама конструкция полностью разборная, состоит из пластин стали углеродистой, которые между собой крепятся на сварные швы и болтовые соединения. Крепление к фасаду осуществляется также с помощью болтовых соединений.



Рис.6. Общий вид металлоконструкции аналогов

Для реализации проекта предложены следующие материалы: для отделки стен фасада – металлокассеты со скрытыми креплениями к стенам фасада. В качестве остекления – умное стекло. Они являются экологически чистыми, имеют длительный срок эксплуатации, удобство в процессе монтажа, доступны в продаже. Эти и многие другие нововведения в отделке позволяют придать фасаду автоцентра совершенно новый, неповторимый и оригинальный дизайн.

Вывод. Спроектированный экстерьер и прилегающая территория отражают ценности и стиль компании BMW. Использование логотипа, корпоративных цветов и стилизованных элементов создает связь с автомобильной индустрией и узнаваемостью бренда. Спроектированный авторский объект дополнил экстерьер здания. Новые сценарии освещения придают свежести и станут неотъемлемой вспомогательной частью фасада и ландшафтного дизайна автоцентра.

Литература:

1. BMW Group Classic. – URL: <https://www.bmwgroup-classic.com/>. – (дата обращения: 13.04.2024). – Текст : электронный.
2. Самутина, Н. Н. Семиотика городской среды / Н. Н. Самутина, А. М. Соснина // Тезисы докладов 51-й международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, Витебск, 25 апреля 2018 г. : тезисы доклада / Витебский государственный технологический университет. – Витебск, 2018. – С. 180–181.
3. Войтова, Н.Е. Использование народных мотивов при создании логотипа города и применение его в коллекции сувенирной продукции / Н.Е.Войтова, Н. Н. Самутина // Мотивы культурных традиций и народных промыслов в коллекциях современной одежды, обуви и аксессуаров : II Международная научно-практическая конференция, Москва, 7 ноября 2024 г.: сборник трудов / Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина. – Москва, 2024. – Часть 1. – С. 64–70.