

Na rubu trga

Šunjo, Marta

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:

University of Split, Faculty of Civil Engineering, Architecture and Geodesy / Sveučilište u Splitu, Fakultet građevinarstva, arhitekture i geodezije

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:123:989215>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-05**



Repository / Repozitorij:

[FCEAG Repository - Repository of the Faculty of Civil Engineering, Architecture and Geodesy, University of Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



NAZIV PROJEKTA: **NA RUBU TRGA** TEMA: **INTEGRACIJA POLIVALENTNOG PROGRAMA U POVIJESNI KONTEKST** LOKACIJA: **POŽEGA** STUDENTICA: **MARTA ŠUNJO** MENTORICA: **VANJA ILIĆ** KOMENTORICA: **ANA ŠVERKO** KONZULTANT ZA KONSTRUKCIJU: **HRVOJE SMOLJANOVIĆ**
Sveučilište u Splitu **FGAG** studij **Arhitektura i urbanizam** zimski rok ak. godine **2021./2022.**

SADRŽAJ

KOMENTORSKI RAD
1. urbanistički značaj lokacije
2. tipologija tržnica
3. odnos starog i novog u arhitekturi
ANALIZE
PROJEKTNO RJEŠENJE

UVOD

Problematika ovog projekta leži u urbanističkim postavkama arhitekture koja se ugrađuje u lokaciju. Urbani pejzaž koji okružuje lokaciju je višestoljetni trg i obiteljske kuće koji uokviruje prirodni pejzaž šumovitih požeških gora. Pozicija projekta je frekventno prometno, društveno i kulturno sjecište. Komentorskim radom istražuju se mogućnosti ponovnog početka i progresa postojeće tržnice koja se treba prilagoditi potrebama suvremenog društva te izgraditi novu sliku ruba požeškog glavnog trga. Kako se odnositi prema trgu? Na koji način artikulirati novi objekt? Koje sadržaje potaknuti? Uvažavanje ili kritiziranje zatečenog? Mogući odgovori na ova pitanja pokušat će biti obrazloženi u komentorskom radu.



Slika 1. lokacija projekta

1. urbanistički značaj lokacije

POVIJEST

Požega, grad u kotlini okružen starim gorjem prepunim vegetacijom i faunom smješten je u današnjoj središnjoj Slavoniji, tj. u antičkoj Panoniji. Svoju povijest započinje jako rano zahvaljujući svojem povoljnom topografskom položaju te klimatskim i hidrološkim osobinama Požege i okolice.



Slika 2. grad Požega

Samo gradsko područje Požege pokazuje kontinuitet stanovanja od ranog neolita. Brojni su arheološki nalazi koji datiraju iz **prapovijesti**; paleolitika, neolitika, eneolitika, brončanog i željeznog doba; što govori o kulturnom kontinuitetu požeškog područja (Filip Potrebica et al., *Kulturna baština Požege i Požeštine*, 2004, 15).

Ako su Rimljani Požešku kotlinu zvali Aurea vallis, znali su zašto to čine. Nema čega tu nema! Požega je pola ravnica, pola planine. U poljadiji ima ona hrast, a u gorju bor, kraj šarana u polaganoj Orljavi ima pastvu u brznoj Veličanki! Uz salastu patku i debelu krmaču na Lonži, ima koščatog sokola na Bedemgradu, lakog jelena na Vranom kamenu! (Matko Peić, *Požega: eseji, feljtoni, putopisi*, 1995.)

Rimljani su je nazivali *Aurea vallis* što u prijevodu označava zlatnu dolinu. Panonija se **u antici** navodi kao beskrajna šumska ravan sa „žironosnim šumama“ i područjem sa isključivom kvalitetom zemlje. Kao dio rimske provincije *Pannonia-e superior*, požeška kotlina podvrgnuta je izradi katastra u vrijeme vladavine rimskog cara Trajana i time postaje dokumentirana. Požeški kraj nalazio se na rimskoj trasi između gradova Siscia i Mursa, odnosno Siska i Osijeka te na raskrsnici puteva od Siscie do Sirmiuma, tj. Srijemske Mitrovice. Tako nastaju zapisi i dokazi postojanja požeških sela i naselja u antici.

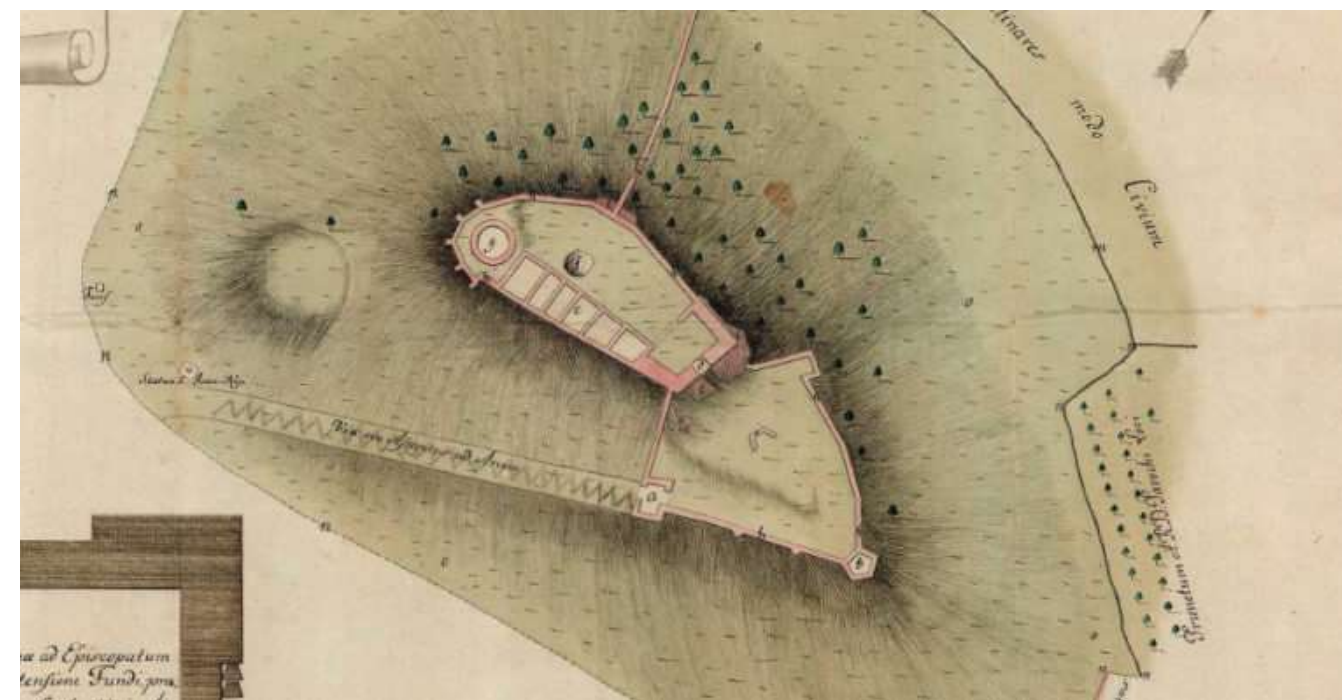
Pronađeni su ostatci antičke profane arhitekture – *villae rusticae*, odnosno ladanjska gospodarska zdanja, kupališni kompleksi, ljevaonica željeza, sakralni spomenici te raznovrsni

predmeti umjetničkog obrta. (Dubravka Sokač-Štimac, *Arhitektura kasne antike u požeškom kraju Zlatna dolina*, Zbornik radova Požeštine, 1995, 173-180)

Nadalje, u ranom **srednjem vijeku** pronađeni su nalazi Langobarda, Avara i Slavena.

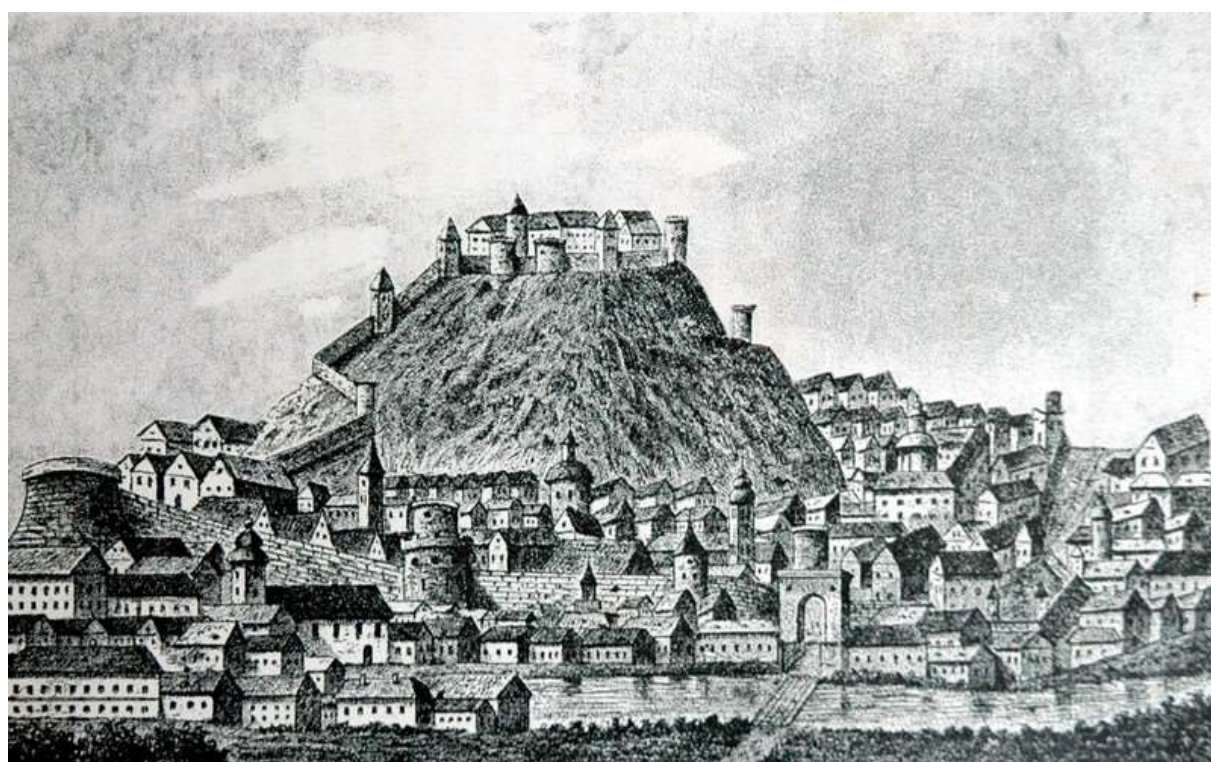
Na najvećoj raskrsnici puteva unutar doline smještena je jedina srednjovjekovna urbana cjelina Požeštine. Putevi su nasljeđeni od Rimljana – tzv. *viae magnae* ili *viae publicae* i dio su linije koja povezuje Varaždin, Zagreb, Požegu i Vukovar. Ta putanja je žarište srednjovjekovne urbanizacije i broji mnoge srednjovjekovne lokalitete. (Ivica Degmedžić, *Požega i okolica, Studije o razvoju naselja, Požega 1227-1977*, 1997, 99-110)

Srednjovjekovna pravna i prostorna organizacija srednjoeuropskih prostora vezana je uz sustav utvrda - burgova, *castruma*, oko kojih se formiraju županije. Burgovi kao sjedišta županija su imali funkciju vojnih, upravnih, pravnih, ekonomskih i crkvenih centara županija. Uz burgove kao predgrađa ili u požeškom slučaju podgrađa, nastaju i srednjovjekovni gradovi, što nije uvijek pravilo.



Slika 4. Tlocrt utvrde iz 18. stoljeća

Za požešku srednjovjekovnu tvrđavu pretpostavlja se da je nastala u 11. st. U tvrđavi je bilo sjedište Požeške županije i njezine uprave te vlastinstva. *Castrum de Posega* bio je smješten na brežuljku koji se nalazi sjeveroistočno od glavnog požeškog Trga Svetog Trojstva, odnosno istočno od Trga Svete Terezije Avilske, podno kojega prolazi ključna komunikacija Požeškom kotlinom. Taj brežuljak danas Požežani nazivaju Stari Grad koji je šetalište i park prekriven listopadnim drvećem s vidljivim ostatcima utvrde.

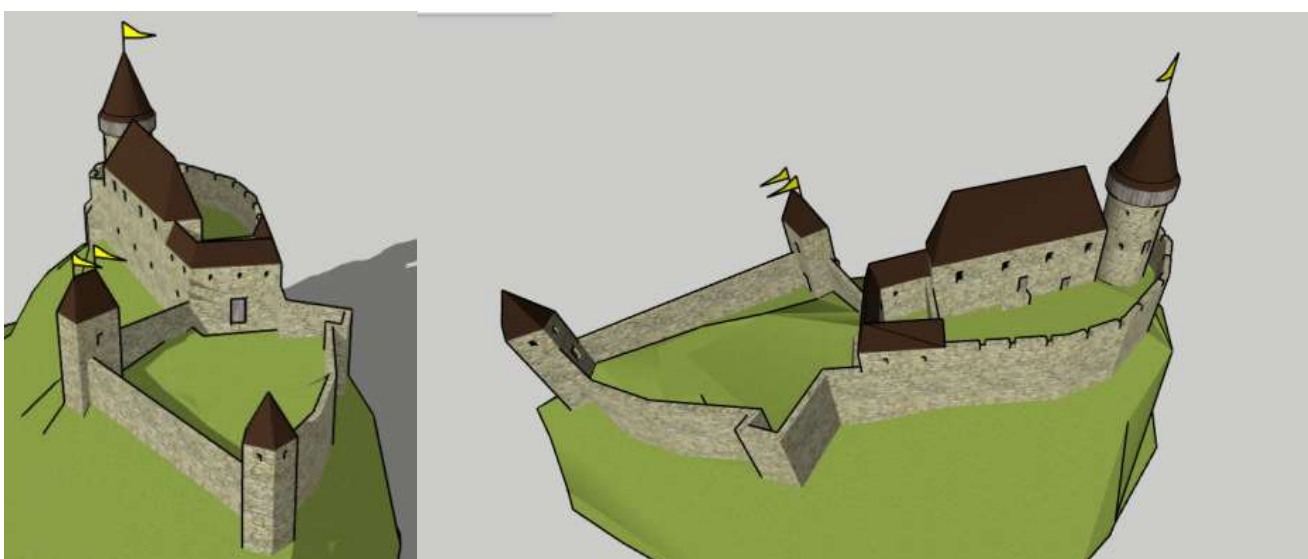


Slika 3. Grafika grada Požege, oko 1700.



Slika 5. Kamenita ili sjeverna vrata - nekadašnji ulaz u grad

Najstariji dokumenti vezani za požešku županiju potvrđuju kako je 1210. Požega bila središte županije, što je najviši stupanj političkoga razvoja u poretku plemenske narodne zajednice. Prvi spomen grada kao *castrum*, 1227., dokazuje da je obrambeni sustav bio na visokom stupnju (Ivica Degmedžić, *Požega i okolica, Studije o razvoju naselja, Požega 1227-1977, 1997, 99-110*).



Slika 6. rekonstrukcija utvrđenog grada, Dario Šošić



Slika 7. crkva sv. Duha

Tri su bitne sakralne građevine nastale u 13. st., a to su franjevačka crkva svetog Duha, dominikanska crkva svetog Lovre i župna crkva svetog Pavla koju su porušili Turci.



Slika 8. crkva sv. Lovre

Požega je u 15. st. trgovište koje se zvalo i grad, u vlasništvu bogatih feudalaca. Tada su podignuti bedemi oko grada koji su se početkom 16. stoljeća naslanjali na tvrđavu i okruživali cijelo tadašnje naselje. Vlasnici požeške tvrđe nisu ograničavali autonomiju gradske općine i

bili su zainteresirani za razvoj trgovačkih odnosa, što je utjecalo na razvoj grada i građanskog svijeta. Za vrijeme turske vladavine (16. i 17. st.) Požega nije bila dominantno agrarno naselje nego su među stanovnicima prevladavali obrtnici te trgovci. Grad je bio sjedište Sandžaka i uz Osijek najznačajnije središte Slavonije. Početkom 18. st. slijedi nastavak djelovanja franjevac i isusovaca koje je započeto od 13. st. kad nastaju franjevačka crkva i crkva sv. Lovre. 18. stoljeće je doba modernizacije i ubranog razvoja gradova te početak barokizacije grada Požege. 1765. postaje jedini kraljevski grad u Slavoniji čime se stvaraju uvjeti za nesmetani napredak, što će se dokazati razvojem obrazovanja, kulture, gospodarstva i dr. Trgovačka djelatnost se intenzivira 10 godina kasnije kada je grad steknuo pravo na četiri godišnja tjedna sajma. Time uloga sajmišta i tržnica postaje izuzetno bitna. Najnačajniji prihodi trgovanja ostvareni su prodajom vina. Također se intenzivira promet koji zahtjeva širenje postojećih ulica te probijanje i gradnju potpuno novih. Uz trgove, na kojima se trgovalo na otvorenom, u prizemljima kuća pojavljuju se dućani, pa se trgovačka funkcija kao jedna od primarnih, polako širi u gradsko tkivo. Gradska vlast, inženjeri i građani okupljeni u raširenim društvima za njegovo poljepšavanje skrbe o rješavanju raznih gradskih pitanja, a posebice onih o parkovima i zelenilu.



Slika 9. Trg Svetog Trojstva danas

Požega je tipičan primjer srednjovjekovne borgate čiju plansku osnovu možemo i dan danas pratiti u urbanizaciji starog središta, što znači da je grad uspio sačuvati netaknutu srednjovjekovnu urbanu osnovu u turskom i postturskom razdoblju. A ta je srednjovjekovna planska osnova poslužila kao temelj baroknoj urbanizaciji grada u 18. st. uzduž drevnih gradskih prometnica, ostvarujući unutar njih nepravilno oblikovane insule. (Ivy Lentić-Kugli, Povijesno-urbanistički razvoj Slavonske Požege od oslobođenja Turaka do danas, 1977)

TRG SVETOG TROJSTVA

Najveći intenzitet gradnje prisutan je u stambenoj i trgovačkoj namjeni, koja u prvom redu oblikuje fizionomiju pojedinih ulica i trgova u središtu, a rjeđe se interpolira u krajolik. Tijekom čitave svoje povijesti Slavonija je bila prostor na kojem su se spajali svjetovi. Grad u cjelini nije mogao slijediti velike vrijednosti centra, pa se uz središte grada smjetstila periferija, a grad se razvija uzduž prilaznih puteva. Ulice se iz središta grada šire na sve strane poput krakova između kojih se na periferiji prostiru široki, slobodno prostori – njive, voćnjaci i vinogradi.

Trg je postao vrlo živahno sjecište gospodarskog života grada. Do danas su zadržana obilježja središnjeg prostora gospodarskog, kulturnog i političkog života grada. Nastao je proširenjem požeškog prometnog križanja, na glavnom prometnom pravcu u smjeru istok – zapad.

Na njemu su prodavaonice, ugostiteljski objekti, kulturne i prosvjetne ustanove te sakralne građevine. Većina javnih manifestacija kulturnog i političkog života održavaju se na trgu, pa je povijest ovog trga i povijest grada. U 18. st. spominje se kao *forum publicum* na kojem su se održavali sajmovi i narodne skupštine. Današnji naziv trga dobiven je po kamenom obelisku koji je podignut 1749. kao zavjet Požežana protiv kuge Svetom Trojstvu. Sve građevine trga važan su dio urbanističke jezgre grada. Trg predstavlja primjer razvijenog, tipološki složenog organskog, trokutastog i izduženo ovalnog srednjovjekovnog trga. Krivudave ulice koje su vezane s trgov čine urbanu jezgru kasnobaroknih obilježja i srednjovjekovne osnove.

Liniju trga zapadno od franjevačkog samostana do 1959. činilo je 6 stoljetnih kestenova čime je narušena linija trga, a na njihovu mjestu je na trokutastom prostoru sagrađena današnja natkrivena tržnica što je i lokacija ovog diplomskog rada (Filip Potrebić, Trgovi, ulice i parkovi Slavonske Požege, 1997).



Slika 10. Barokni spomenik Kuhni pil i zgrade na zapadu trga / izvor hrz.hr

Karakteristika požeških jednokatnica na glavnome trgu su u prvome redu duboki niski trijemovi koji počivaju na niskim, masivnim i debelim stupovima. Drugim riječima, **bolte** – nadsvođeni korpulentni četverokutni bijelo obojeni stupovi u podnožju većine zgrada na zapadnom dijelu trga.

Putnicima, gostima i Požežanima ovaj prostor bolta – pun baroknog arhitektonskog duha – omiljelo je sastajalište. Za kiše bolta zakloni pokislog seljaka, sjenom osvježi znojnog radnika. Pod njom su i predsjednik općine i apotekar, arheolog i nogometaš, profesor i gimnazijalka, autobusni kondukter, časna sestra i dimnjačar – sva Požega! Pod boltama se jede, pije, razgovara o ljubavi, svađa o sportu, psuje pasju žegu, proklinje kišnu jesen. Kao da se nastavlja razgovor i debata, polemike koje su njihovi pradjedovi, požeški studenti u 15. i 16. st. vodili pod lukovima Venecije i Verone, pod boltama Padove.

(Matko Peić, Požega: eseji, feljtoni, putopisi, 1995.)



Slika 11. Bolte

Požega je tipičan primjer kako izvanredno ujednačenu, skladnu i vrijednu urbanu cjelinu ne čine i ne stvaraju samo pojedinačni vredniji i važniji arhitektonski spomenici, već harmonično raspoređen zbir skromne, nepretenciozne malogradske arhitekture. Ona svojom stilskom i volumenskom ujednačenošću, te skladom svojih proporcija i skromnih ukrasa stvara vrijedne i zanimljive urbanističke ambijente i cjeline. (Ivy Lentić-Kugli, Povijesno-urbanistički razvoj Slavonske Požege od oslobođenja Turaka do danas, 1977)

Na Trgu Svetog Trojstva periodički se odvijaju sajmovi, izložbe i koncerti. To su Požeško Vincelovo i projekt Zeleno-plavo na kojem se postavlja više mobilnih štandova na kojima se prezentiraju tradicionalni proizvodi lokalnih proizvođača iz jadranske i kontinentalne Hrvatske. Nadalje, dan grada obilježava se 12. ožujka koji se naziva i Grgurevo – dan pobjede u bitci protiv Turaka, a manifestira se smotrom i paradom povijesnih postrojbi i gradskih straža iz cijele Hrvatske i inozemstva i pucanjem iz topova s okolnih brežuljaka Požeške gore.



Slika 12. Dan grada – Grgurevo, na trgu Svetog Trojstva / izvor 034portal.hr

U svibnju se slavi svetkovina Presvetog tijela i krvi Kristove kada se održava procesija od katedrale i trga Svete Terezije Avilske do trga Svetog Trojstva.

21. lipnja obilježavaju se Ivanjski krijesovi kada se pale krijesovi uz glazbu i druženje kada se dio plohe Trga koristi za organizirano usluživanje hrane i pića u montažnim šatorima.



Slika 13. manifestacija Ivanjski krijes / izvor croatia.hr

Središnja gradska manifestacija je Aureafest, nekadašnje Zlatne žice Slavonije – glazbeni festival za tamburice, folklor i pop glazbu koji se održava prvog tjedna mjeseca rujna. Tijekom festivala koji traje 4 zadnja dana u tjednu vrijedi posebna regulacija prometa, postavljen je ugostiteljski šator, koji je svojom pojavnošću neprimjeren takvoj manifestaciji te pozornica sa gledalištem na središnjem prostoru parkirališta trga.



Slika 14. Aureafest / izvor aurea-fest.com

Na poslijetku godine, za vrijeme adventa smještaju se mobilni štandovi sa lokalnim prehrambenim specijalitetima i božićno drveće.

Za Novu godinu održava se koncert pop glazbe s pozornicom i gledalištem.

2. tipologija tržnica

Tržnica, pijac, pijaca, pazar, bazar, plac; sve su to riječi koje označavaju prostor trajno namijenjen trgovanju prehrambenih i neprehrambenih proizvoda gdje ih prodaju mali proizvođači specijalizirani za određene tipove proizvoda. Međutim, tržnice nisu samo mjesto trgovanja; one su mjesto susreta, slika drušva i kulture, pokazatelji gospodarske razvijenosti, običaja, prehrambenih navika, bioraznolikosti podneblja i mnogo više. Zato su često bile smještene na glavnim gradskim trgovima kao što je slučaj u ovome projektu. U nastavku će se ispitati povijesni razvoj tržnica te **vrste** tržnica po tipovima proizvoda koji se prodaju, po fizičkim karakteristikama tržnica, te po vremenskom trajanju istih.

POVIJEST

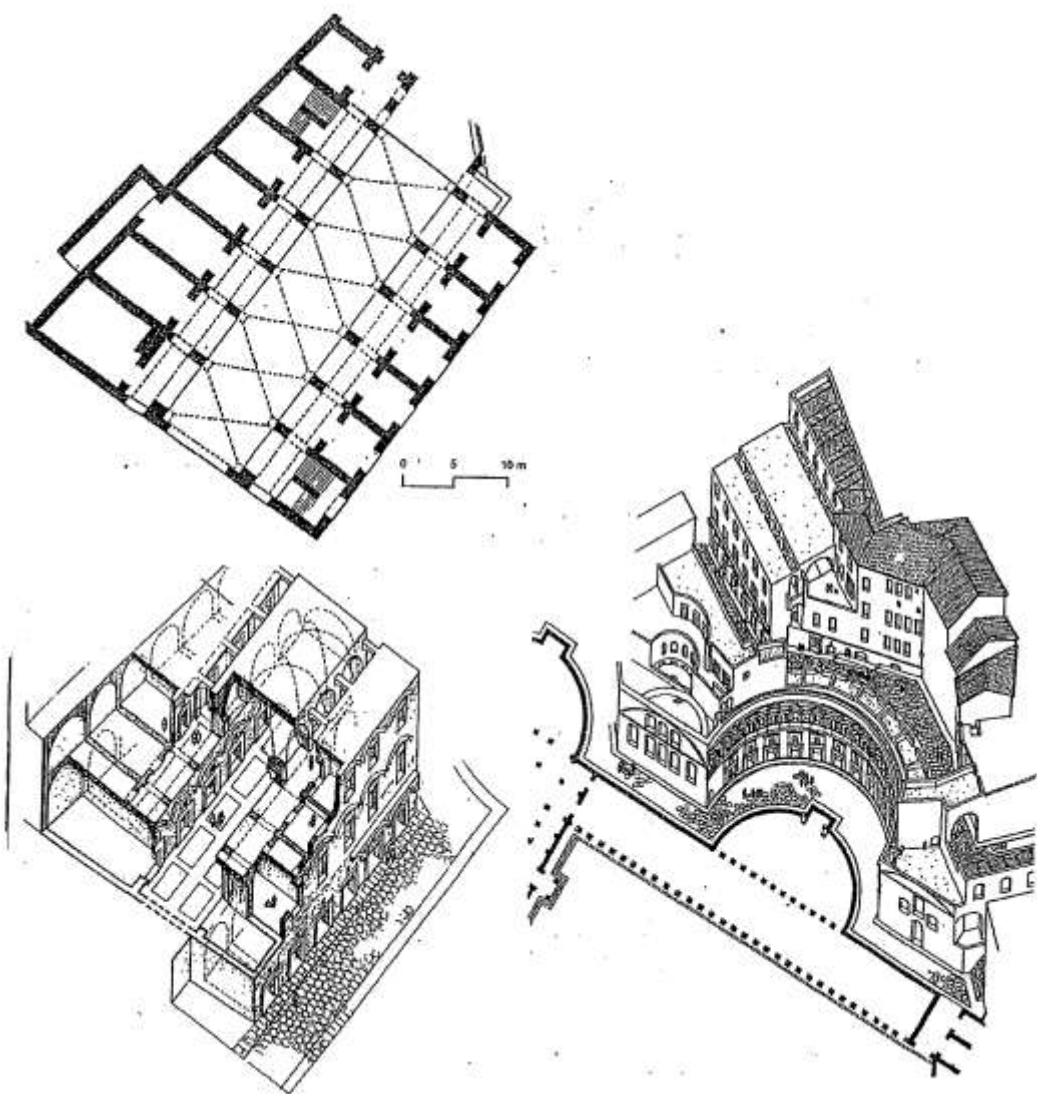
Engleski izraz *market* dolazi od latinske riječi *mercatus* što znači mjesto trgovanja. Pojam tržnice postoji vjerojatno koliko i civilizacije, a pojam trgovanja i duže. Zapravo, tržnice su samo jedan od mnogobrojnih oblika trgovanja danas i kroz povijest. Najstariji dokazi potvrđuju kako su prvi oblici tržnica nastali 3000 p.n.e. Izraz *bazaar* dolazi iz perzijskog jezika gdje poprima značenje javnog gradskog područja za trgovanje, a u nekim slučajevima označava „mrežu trgovaca, bankara i obrtnika“ koji rade na tom području. Naznake upućuju kako su se izvorno razvile izvan gradskih zidina gdje bi se njihov rad povezivao s potrebama velikih hotela. Kako su se gradovi razvijali veličinom i brojem stanovništva, tako se pozicija tržnica prebacila u centar i razvila linearnu formu uzduž ulica protežući se od jednih do drugih gradskih vrata. Tržnice su postale natkrivena šetališta s obostranim štandovima za prodaju robe. S vremenom, tržnice bi stvorile trgovačku mrežu koja bi velikim brojem razmjene dobara i informacija poticala nastanak moćnih gradova i carstva. Prve tržnice – *bazaar*-i nastaju u Perziji, na prostorima današnjeg Irana, odakle su se širile kroz Bliski istok te prema Europi. Prema grčkom povjesničaru Herodotu, u brončano doba je diljem Mediterana nastala mreža tržnica u kojima bi se prodavalo hranu, sirovine, keramiku, oružje, odjeću i dr.

Diljem svijeta, tržnice su evoluirale na različite načine, ovisno o lokalnim uvjetima, o vremenu, tradiciji i kulturi. Tržnice zemalja Bliskog istoka bile su natkrivene radi jakog sunca, u zemljama blage klime bile su na otvorenom, a u Aziji je ustaljen sustav jutarnje tržnice sa svježim proizvodima i noćne s nekvarljivim proizvodima.

U antici su tržnice zauzele prostore gradskih centara. U antičkoj Grčkoj, tržnice su smještene u agori. Agora je označavala gradski trg, tržnicu ili mjesto na kojem se odvijao društveno-politički i trgovački život. Zgrada koja je smještala trgovce i štandove bila je stoa. Stoa je pravokutna

građevina omeđena zidom s jedne i stupovima s druge uzdužne strane - odnosno dugački trijem. Unutar nje, prodavači bi se grupirali prema vrsti namirnica koju prodaju.

U antičkom Rimu, trgovanje se odvijalo na forumu. Postojala su dva foruma – Forum Romanum te Trajanov forum. Trajanova tržnica danas je kompleks ruševina koje su bile trgovačko i upravno središte Rima. Građevina se sastojala od velike dvorane koja je smještala zatvorenu tržnicu te niz dućana na dvije etaže. Prodavači na tim tržnicama bili su lokalni poljoprivrednici koji su prodavali svoje viškove te obrtnici koji su prodavali sirovine. Kupci su bili isto poljoprivrednici i obrtnici koji bi kupovali opremu za rad ili poneki luksuz za obitelj te gradski stanovnici koji bi kupovali osnovne potrepštine.



Slika 15. Trajanova tržnica

U srednjem vijeku, oko 12. st., neformalne i neregulirane tržnice postaju organiziran sustav trgovanja s vagama i mjerilima što je potrošačima dalo povjerenja u kvalitetu i poštnu cijenu. U zapadnoj Europi, tržnice su bile smještene blizu samostana, kraljevskih rezidencija i dvoraca kako bi plemićima i vlastelinima bila olakšana i pristupačna kupovina. Njihova potražnja bila je znatna te su na takav način osiguravali i trgovce. Nadalje, neki proizvodi bili su povezivani s

određenim mjestima, pružajući kupcima dosljedne opise kvalitete i podrijetla dobara. To je potaknulo stvaranje autohtonih i autentičnih brendova.

VRSTE

Što se veličine prema broju prodavača i kupaca tiče, tržnice kakve u Hrvatskoj znamo su uglavnom lokalne. Međutim, sajmovi koji se održavaju na mjesečnoj ili godišnjoj razini su kratkotrajne tržnice koje svrstavamo nacionalnu ili internacionalnu kategoriju.



Slika 16. mjesečni Benkovački sajam/ izvor zadarskilist.hr

Sajam (reg. vašar, pazar) oblik je javno organiziranog periodičnog – tjednog, mjesečnog, sezonskog, godišnjeg tržišta na kojem se prostorno i vremenski koncentriraju ponuda i potražnja radi izravnoga trgovanja izloženom robom; specijalizirana tržišna ustanova koja priređuje gospodarske izložbe komercijalne i industrijske robe te usluga. U prošlosti se trgovalo poljoprivrednim proizvodima, između ostalog stokom, te obrtničkim i ruktovornim predmetima, a u novije vrijeme robom svih proizvodnih djelatnosti. (izvor enciklopedija.hr)

Prema fizičkim obilježjima razlikujemo

zatvorene tržnice



Slika 17. Markthal, Rotterdam, izvor mrvd.nl

natkrivene tržnice



Slika 18. tržnica špansko, Jurica Galoić, izvor vecernji.hr

mokre tržnice



Slika 23. mokra tržnica na Filipinima, izvor wikipedia.org

online tržnice



Slika 24. online tržnica Svete Nedjelje, izvor gradonacelnik.hr

otvorene tržnice



Slika 19. tržnica Dolac, izvor trznice-zg.hr

ulične tržnice



Slika 20. tržnica Albert Cuyp, Amsterdam, izvor amsterdamsights.com

plutajuće tržnice



Slika 21. tržnica u Indoneziji, izvor wikipedia.org

noćne tržnice



Slika 22. tržnica u Maleziji, izvor wikipedia.org

Prema vrsti robe koja se prodaje razlikujemo sljedeće tržnice

- **zelene** – na kojima se prodaje hrana direktno od uglavnom manjih proizvođača; uglavnom se prodaje voće i povrće, mliječni proizvodi, meso, mesne prerađevine, ljekovito bilje i ostalo
- **životinja** – prodaje se živa stoka i životinje, u prošlosti ih je bilo više nego danas
- **mokre** – prodaju se životinju, žive i mrtve, uključujući ribu, perad, razne egzotične vrste
- **riblje** – prodaja svježe ribe u primorskim zemljama
- **cvijeća**
- **prehrambenih prerađevina** – mliječni, suhomesnati te drugi prehrambeni proizvodi koji se često mogu kušati
- **rukotvorina**
- **odjeće** (buvljak) – prodaje se korištena ili nova odjeća i obuća te druga polovna roba
- **automobila** – sajmovi automobila

Prema veličini također razlikujemo maloprodajne i veleprodajne tržnice gdje su prve sastoje od malih proizvođača i lokalnih kupaca, a druge su namijenjene za veće proizvođače i kupce kao što su restorani i sl.

Pojam seljačkih tržnica veže se za tržnice na kojima se povremeno ili stalno prodaju isključivo vlastiti poljoprivredno-prehrambeni proizvodi poljoprivrednih gospodarstava. Osim navedenih proizvoda često se i prodaju suveniri, tradicijski nakit, prehrambene prerađevine i dr. Seljačke tržnice sadrže elemente uobičajene komunalne tržnice te elemente manifestacije te se osim prodaje i kupovine često održavaju i popraatne svečanosti i priredbe. Na takvim tržnicama proizvođači sudjeluju u organizaciji i radu tržnice. (izvor: savjetodavna.hr)

Na poslijetku, razlikujemo i trajnost tržnica. Postoje svakodnevne tržnice, periodičke, povremene i noćne. Svakodnevne tržnice u Hrvatskoj uglavnom rade ujutro do popodnevnih

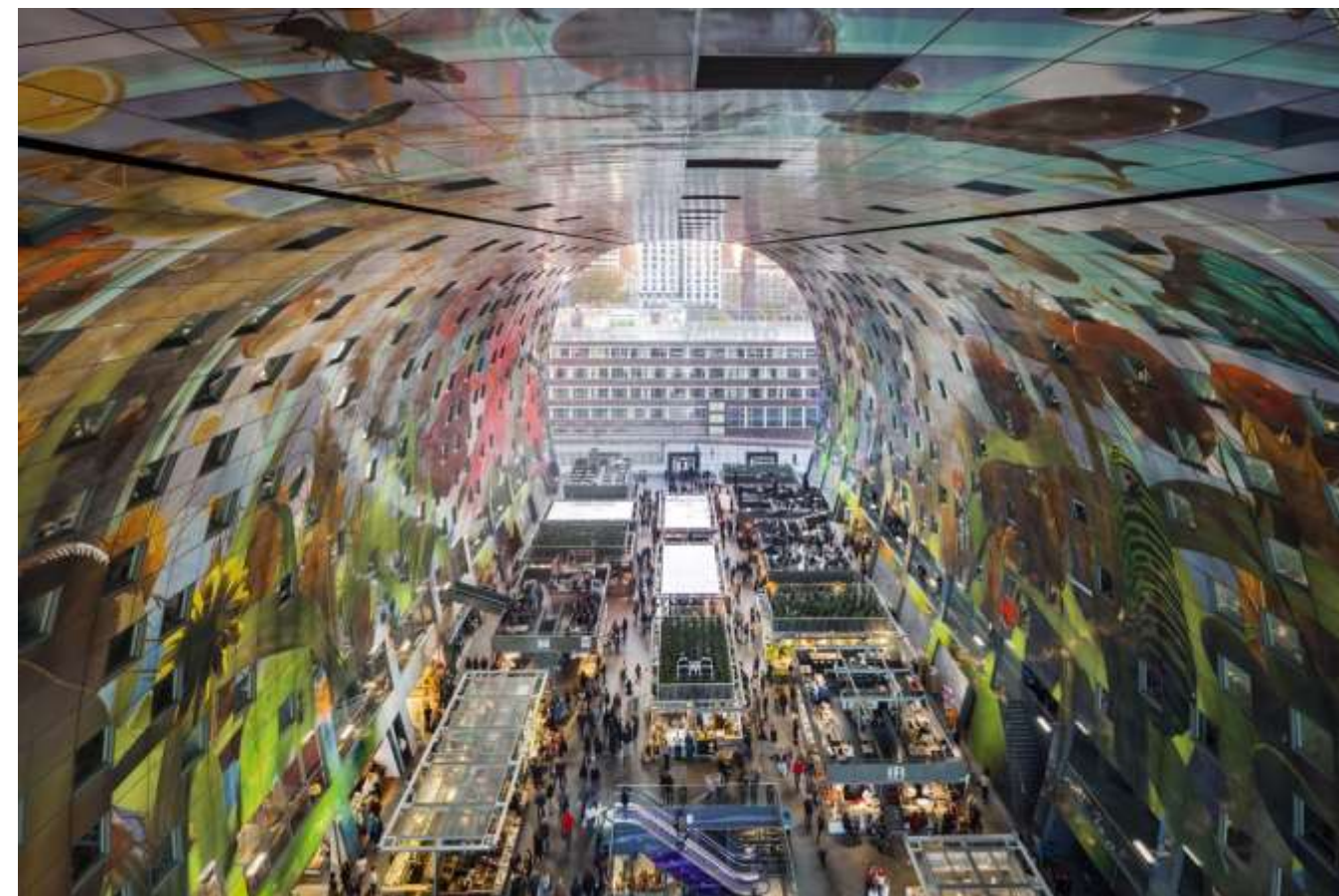
sati nakon čega se čiste radne plohe i podovi ili se spremaju prenosivi štandovi. Periodičke tržnice se javljaju u pravilnom vremenskom razmaku, na tjednoj, mjesečnoj ili drugoj razini gdje se koristi privremena infrastruktura s vozilima i štandovima. Noćne tržnice se javljaju u većim i mnogoljudnijim gradovima i posvećene su ležernim šetnjama, kupovini i jelu nego poslovnim dnevnim tržnicama.

Tržnica u Požegi funkcionira na svakodnevnoj bazi osim nedjelje, a povećanim kapacitetom četvrtkom i subotom, kada veći broj proizvođača dolazi prodavati svoja dobra.

Kupovina u 21. stoljeću definitivno pomiče granice trgovanja na nove razine. Mjesto trgovanja postaje virtualno; nema potrebe za tržnicom ili dućanom. Vrijeme postaje nebitno, kupovati se može svaki dan i svaki sat. Nove mogućnosti ostavljaju traga na postojeće sustave trgovanja, pa između ostaloga i na same tržnice. Suvremena tržnica bi trebala odgovarati na potrebe suvremenog čovjeka; vizualno, auditivno i olfaktivno kako bi mogla konkurirati u potrošačkoj utrci sa supermarketima i online kupovinom. Priroda suvremenog društva sklona je brzim promjenama što se mnogome odražava u arhitekturi.

ODNOS TRŽNICA S DRUGIM SADRŽAJIMA

Tržnice nisu isključivo zgrade ili infrastrukture koje natkrivaju prodajni prostor, nego se često koriste i u svrhe degustacije hrane i pića, sajmovi, izložbi te raznih drugih manifestacija gospodarskog, kulturnog, edukativnog ili zabavnog karaktera. S obzirom da je česta praksa radnog vremena tržnice od jutra do popodne, prostor nakon toga preostaje drugim korisnicima koji ga aktiviraju.



Slika 25. tržnica Markthal koju nadsvođuju stanovi i koja postaje zbir restorana u večernjim satima, izvor mrvd.v.nl

Povoljan položaj požeške tržnice ima potencijal primiti sadržaje kulturnog i društveno korisnog karaktera. Blizina gradskog muzeja i nedostatak izložbenog prostora sugeriraju mogućnosti adaptacije prostora tržnice u popodnevnim i večernjim satima za povećanje galerijskog prostora.

Spomenute brojne manifestacije koje se odvijaju na središnjem gradskom trgu, također imaju potencijal proširivanja dijela organizacije na prostore tržnice.

POSTOJEĆA TRŽNICA

Glavni nedostaci postojeće tržnice su nepostojeća infrastruktura otvorene seljačke tržnice, zpuštena zgrada zatvorenog dijela tržnice i nemogućnost njenog korištenja u bilo koje druge svrhe, nedostatak parkirnih mjesta i neuklapanje u kontekst. Dostatne je površine za potrebe građana što se može zaključiti iz fotografija snimljenih u vremenskom periodu od mjesec dana.



Slika 26. primjer sinteze sadržaja tržnice i galerije



Slika 27. interijer zgrade postojeće tržnice, izvor autorske fotografije

Bruto površina zatvorenog dijela iznosi 1438,54 m², a otvorenog dijela cca 1000 m².

PRIORITET 1.4. Osažiti potencijal za poljoprivrednu proizvodnju i povezati ga s drugim granama gospodarstva						
Prioritet 1.4. Osažiti potencijal za poljoprivrednu proizvodnju i povezati ga s drugim granama gospodarstva						
Mjera 1.4. 1. Uspostaviti tržišno edukacijski centar za razvoj poljoprivrede						
Svrha Osigurati građanima Požege dostupnost domaćih, poljoprivrednih proizvoda lokalnih proizvođača hrane na jednom mjestu te obnoviti socijalne, kulturne i društvene veze između stanovnika Požege i ruralnog dijela Požeško-slavonske županije izgradnjom centra za razvoj i implementaciju održivih urbanih poljoprivredno-prehrambenih sistema (CRUP)						
Očekivani rezultat r Stvoreni preduvjeti za promicanje domaćih poljoprivrednih proizvoda lokalnih proizvođača i učenje o kulturi ruralnog područja kroz CRUP						
Aktivnosti/projekti • CRUP - Centar za razvoj i implementaciju održivih urbanih poljoprivredno-prehrambenih sistema						
Nositelji Grad Požega, LAG Papuk - Krdija						
Pokazatelj ostvarenja			Cijana vrijednost		Učestalost praćenja	Izvor
Definicija	Jedinica	Opis	Vrijednost	Godina		
Broj poljoprivrednih domaćinstava koja prodaju svoje proizvode na tržnici	broj	Aktiviranje poljoprivrednih domaćinstava izravno utječe na povećanje količine lokalno proizvedenih prehrambenih namirnica te obogaćuje ponudu prehrambenog sektora na lokalnoj razini. Pokazatelj mjeri broj poljoprivrednih domaćinstava koja prodaju lokalno proizvedene proizvode na gradskoj tržnici.	30	2020.	6 mj.	Gradska tržnica u Požegi
Broj posjetitelja tržnice na godišnjoj razini	broj	Povećanje posjetitelja tržnice preduvjet je za nastavak jačanja urbano-ruralnih veza u okviru razvoja lokalnih poljoprivredno-prehrambenih sistema. Pokazatelj mjeri povećanje broja posjetitelja na gradskoj tržnici	45000	2020.	12 mj.	Gradska tržnica u Požegi

Slika 28. podatci o radu tržnice, izvor: Strategija razvoja Grada Požege 2015. – 2020.

PRIORITET 1.4. Osažiti potencijal za poljoprivrednu proizvodnju i povezati ga s drugim granama gospodarstva						
Prioritet 1.4. Osažiti potencijal za poljoprivrednu proizvodnju i povezati ga s drugim granama gospodarstva						
Mjera 1.4. 1. Unaprijediti promociju, distribuciju i prodaju poljoprivrednih proizvoda						
Svrha Zaštita, promocija i "brandiranje" lokalnih proizvoda s ciljem povećane prepoznatljivosti na regionalnom tržištu. Nadalje, mjerom će se pridonijeti većoj dostupnosti proizvoda krajnjim kupcima.						
Očekivani rezultati r Povećana vidljivost, prepoznatljivost i dostupnost tradicionalnih poljoprivrednih požeških proizvoda na lokalnom, nacionalnom i regionalnom tržištu						
Aktivnosti/projekti • Promocija lokalnih proizvoda na specijaliziranim sajmovima, u restoranima • Direktno povezivanje proizvođača s restoranima i turističkim odredištima • Edukacija proizvođača o načinima prezentacije, prodaje i kontrole kvalitete • Skriveno blago Požeške gore						
Nositelji Grad Požega, Turistička zajednica Grada Požege, Hrvatska poljoprivredna agencija, Savjetodavna služba za poljoprivredu Požege						

Definicija	Jedinica	Opis	Ciljana vrijednost		Učestalost praćenja	Izvor
			Vrijednost	Godina		
Broj promocija na domaćim i međunarodnim sajmovima i broj posjetitelja	broj	Pojačane aktivnosti usmjerene na promociju tradicionalnih poljoprivrednih proizvoda na lokalnom, nacionalnom i regionalnom tržištu pozitivno će utjecati na povećanje proizvodnje, kvalitete proizvodnih procesa te sveukupnu prepoznatljivost proizvoda Požeške kotline. Pokazatelj mjeri broj održanih domaćih i međunarodnih sajmova na kojima su promovirani lokalni požeški proizvodi uključujući i broj posjetitelja ovih događanja.	10 promocija 500 posjetitelja	2020.	6 mj.	Gradska tržnica u Požegi
Broj posjetitelja tržnice na godišnjoj razini	broj	Uključivanje i aktivna suradnja sa turističkim i ugostiteljskim sektorom doprinjet će jačanju sinergije te stvoriti dodatne kanale distribucije koji će unaprijediti poslovanje u oba sektora	5	2020.	12 mj.	Gradska tržnica u Požegi
Broj edukacija i broj polaznika	broj	edukacija lokalnih poljoprivrednih proizvođača o načinima prezentacije, prodaje i kontrole kvalitete potaknut će veću aktivnost u poljoprivrednom sektoru te unaprijediti kvalitetu proizvoda koji će uspješno konkurirati na domaćem ali i vanjskom tržištu. Pokazatelj mjeri broj održanih edukacija koje o važnosti prezentacije i kontrole kvalitete poljoprivrednih proizvoda te broj polaznika ciljane skupine (poljoprivredni proizvođači).	10 edukacija 200 polaznika	2020.	6 mj.	Gradska tržnica u Požegi
Broj proizvoda obuhvaćeni jedinstvenim "brandom"	broj	Brandiranje proizvoda predstavlja jedan od najvažnijih alata promocije te omogućuje olakšani plasman proizvoda na svim tržišnim razinama stvarajući pritom pozitivne učinke u okviru jačanja sveukupne prepoznatljivosti destinacije. Pokazatelj mjeri broj proizvoda koji su zadovoljili standarde kvalitete i obuhvaćeni su jedinstvenim brandom.	5	2020.	12 mj.	Gradska tržnica u Požegi

Slika 29. podatci o razvoju poljoprivredne proizvodnje, izvor: Strategija razvoja Grada Požege 2015. – 2020.

PRIORITET 1.5. Povećati kvalitetu turističke ponude i osigurati veću prepoznatljivost grada na turističkom tržištu						
Prioritet 1.5. Povećati kvalitetu turističke ponude i osigurati veću prepoznatljivost grada na turističkom tržištu						
Mjera	1.5.1. Unaprijediti gastronomsku ponudu koristeći postojeću gastronomsku i enološku baštinu					
Svrha	Oživjeti i očuvati bogatu gastronomsku i enološku baštinu Požege te na njenim temeljima razvijati turističku ponudu (gastroturizam i enoturizam).					
Očekivani rezultat/i	r Povećana prepoznatljivost gastronomske i enološke baštine Požege od strane domaćih i stranih gostiju					
Aktivnosti/projekti	<ul style="list-style-type: none"> Organizacija manifestacija s ciljem promicanja gastronomske i enološke ponude Požege Edukacija turističkih djelatnika o gastronomskoj i enološkoj baštini Poticanje hotela i restorana na ponudu baziranu na tradicionalnoj kuhinji požeškog kraja Degustacijska sala – voćne rakije 					
Nositelji	Grad Požega, Gradski muzej, Turistička zajednica Grada Požege, Obrt Willijams, restorani, hoteli					
		Pokazatelj ostvarenja		Ciljana vrijednost		Učestalost praćenja
Definicija	Jedinica	Opis	Vrijednost	Godina		Izvor
Broj gastro-eno manifestacija i broj posjetitelja	broj	Gastronomska i enološka baština Požege predstavlja niz višestruko iskoristivih potencijala koji istovremeno doprinose jačanju turističke ponude, ugostiteljskih usluga te poljoprivredne proizvodnje. Pokazatelj mjeri broj održanih manifestacija na kojima su promovirani požeški gastronomski i enološki proizvodi te broj posjetitelja ovih događanja.	25 manifestacija 12.500 posjetitelja	2020.	6 mj	TZ Grada Požege, Grad Požega, Izvješća organizatora
Broj edukacija o gastro-eno baštini i broj polaznika	broj	Edukacija djelatnika u turizmu o gastronomskoj i enološkoj baštini Požeške kotline omogućit će jačanje prepoznatljivosti kvalitete lokalnih proizvoda te dodatno promovirati grad Požegu kao visokokvalitetnu turističku destinaciju. Pokazatelj mjeri broj edukacija o važnosti promocije i očuvanja gastronomske i enološke baštine te broj polaznika edukacija.	10 edukacija 200 polaznika	2020.	6 mj	Ugovori / Sporazumi pružatelja usluga edukacije, Izvješća nositelja mjere o provedenim edukativnim aktivnostima
Broj turističkih objekata koji temelje ponudu na gastro-eno baštini Požege	broj	Turistički objekti koji svoju ponudu temelje na lokalnim gastronomskim i enološkim proizvodima izravno potiču razvoj lokalnog gospodarstva uključujući i one uslužne sektore koji izravno sudjeluju u razvoju turističke ponude grada. Pokazatelj mjeri broj turističkih objekata koji su uvrstili lokalne gastronomske i enološke proizvode u svoju ponudu.	6	2020.	12 mj	TZ Grada Požege, Sporazumi / Ugovori turističkih poslovnih subjekata
Broj projekata s ciljem promocije gastro-eno baštine	broj	Aktivna priprema i provedba projekata koji promoviraju lokalne gastronomske i enološke proizvode dodatno povećavaju njihov plasman na tržištu te stvaraju nove kanale distribucije putem kojih se povećava broj krajnjih korisnika. Pokazatelj mjeri broj provedenih projekata putem kojih je unaprijeđena prepoznatljivost gastronomske i enološke baštine na domaćem i vanjskom tržištu.	5	2020.	12 mj	TZ Grada Požege, Izvješća nositelja mjere o provedbi projekta

Slika 30. , izvor Strategija razvoja Grada Požege 2015. - 2020.

Nova tržnica trebala bi služiti građanima cijele Požeško-slavonske županije kao središnja tržnica glavnog grada županije i omogućiti proizvođačima adekvatan i poticajan prostor za prodaju i promociju njihovih proizvoda i usluga.

3. odnos – novo i staro

Možemo reći kako postoje dva osnovna načina arhitektonske reakcije u odnosu na mjesto na kojem se gradi – kontrast ili stapanje. Sukladno s valorizacijom okoliša u kojem nastaje novi projekt, arhitekti se odlučuju na jedn ili drugi način. Osim toga, nije isto radi li se o urbaniziranom ili prirodnom pejzažu. U urbaniziranom okolišu puno je veći protok ljudi, različitih stajališta i uloga u društvu pa su tako i brojnija pitanja o dijalogu arhitekture s kontekstom. Također, postoji niz raznih načina na kojih se može reagirati kontrastno ili „skladno“ s okolišem. Može se reagirati visinom građevine, volumenom, materijalnosti, oblikovanjem, kolorizmom, svjetlošću te na kraju ambijentom itd.

Unutar povijesnih cjelina javlja se dodatna kulturološka komponenta koja je odraz trajnih društvenih vrijednosti koje se njeguju i razvijaju. Arhitektura, običaji, tokovi ulica, parkovi, trgovi – sve su to načini kojima se neko društvo poistovjećuje s okolišem. Suvremena arhitektura treba reagirati na te vrijednosti u skladu sa tehnološkim, financijskim i ostalim mogućnostima.



Slika 31. centre Pompidou, R.Piano + R.Rogers - primjer kontrasta volumenom, konstrukcijom i materijalima, izvor pinterest.com

Različito, inventivnost i promjena su zasigurno aspekti oblikovanja koje treba poticati u povijesnim sredinama, ali na način da su isti dosljedni i koherentni u odnosu na postojeću vizualnu tradiciju. Naime, postoji velika razlika između vizualno koherentnog konteksta – u kojem su različite građevine sličnog ili istog vizualnog karaktera – i zajednice koja je vizualno sasvim predvidljiva. Također postoji profinjena ravnoteža između različitosti koja stvara životne i vizualno interesantne kontraste i različitosti koja donosi kaos. Monotonija i kaos su dvije strane iste medalje, koje su jednako nepoželjne (...). Interpretacija povijesnog konteksta kroz 'traženje reda' u onome što nije nužno nastalo ili izvorno bilo izgrađeno kao 'uredni' urbani prostor, umanjuje jedinstvene kvalitete individualnih postignuća u cjelini i narušava suvremeno poznavanje mehanizama razvoja i promjene koji su tu cjelinu definirali onakvom kakva je danas. (Sandra Uskoković, intervju, 2014., izvor mvinfo.hr)

Na svjetskim primjerima prikazanim na slikama 24. i 25. vidimo različite pristupe valorizacije vrijednosti naselja i društva. Svaka lokalna ili nacionalna zajednica ima svoja obilježja koja ih čine posebnima. Spoj arhitekture i mjesta na kojem se ona nalazi čine svaku zajednicu

autentičnom.



Slika 32. Apartments in GiudeccaCino Zucchi - primjer stapanja konstrukcijom, materijalima i oblikovanjem, izvor arquitecuraviva.com

Predmetna lokacija specifičnog karaktera oblikovana stoljećima posjeduje vrijednosti koje treba valorizirati i ispoštivati novom izgradnjom. Isto tako, novonastala gradnja ne treba slijepo pratiti načine iz prošlosti, nego suvremenom tehnologijom težiti svježim idejama koje objedinjuju novo i staro.



Slika 33. Cvjetni, B. Podrecca, izvor podrecca.at

ZAKLJUČAK

Požeška tržnica primjer je tržnice koja se smjestila na sam gradski trg koji okuplja sve sfere grada. Postojeća zgrada datira 60.-ih godina prošlog stoljeća i primjer je arhitekture koja ispunjava svoju funkciju, ali ne odgovara na neke značajke lokacije, poput odnosa visine sa susjednim građevinama, oblikovanja i kolorita u kontrastu koji ne ističu ni postojeće ni nove vrijednosti te ukupne ambijentalne vrijednosti koje bi takav sadržaj trebao imati. Stoga projektni zadatak treba postići pomirivanje navedenih postavki kako bi se zaokružilo lice trga i opravdale kulturne i društvene vrijednosti koje baštini grad Požega.

Adekvatnom organizacijom prostora tržnice, on bi postao domaćin kulturnih i društveno korisnih zbivanja tijekom cijele godine. Neposredna blizina gradske kuće, gradskog muzeja, kazališta i ugostiteljskih objekata, stavljaju ovu tržnicu u bogati kontekst unutar kojega treba omogućiti razne scenarije korištenja u svrhu dinamike života tog prostora.

Prilikom projektiranja tisućljetne tipologije tržnice treba uvažiti postojeće oblike korištenja, ali i unaprijediti ih i implementirati produktivnije vrijednosti čime se postižu novi pozitivni čimbenici i odnosi. Tržnica kao mjesto trgovanja između lokalnih proizvođača i kupaca daje na uvid u prehrambene navike, običaje, jezik i kulturu tog lokaliteta i kao takva može i treba biti odraz ekonomskih i kulturno-društvenih aktivnosti. Revitalizacijom tržnice potiče se razvoj ekonomije, podupiru se mali poljoprivrednici koji hrane sve nas, obogaćuje se ponuda prehrambenog sektora te jačaju urbano-ruralne veze.

Potenciranjem kulturnih, ugostiteljskih i društvenih sadržaja sa trgovačkim, sintetiziraju se različiti profili korisnika. Tako bi tržnica u budućnosti mogla živjeti tijekom cijelog dana. Projektom će se pokušati naglasiti pozitivne vrijednosti konteksta i omogućiti nove prostorne i društvene dijaloge.

LITERATURA

Potrebica, Filip et al., *Kulturna baština Požege i Požeštine*, 2004.

Peić, Matko, *Požega: eseji, feljtoni, putopisi*, 1995.

Zbiljski, Ana, *Stari kraljevski grad Požega*, 2020., <http://zagorka.net/stari-kraljevski-grad-pozega/>, pristupljeno 05.11.2021.

Antolković, Darko, *Rekonstrukcija pretpostavljenog izgleda Castrum de Posega – srednjovjekovna Požega*, 2018., <https://darkoantolkovic.wordpress.com/2018/04/08/rekonstrukcija-pretpostavljenog-izgleda-castrum-de-posega-srednjovjekovna-pozega/>, pristupljeno 05.11.2021.

Sokač-Štimac, Dubravka, *Arhitektura kasne antike u požeškom kraju Zlatna dolina; Zbornik radova Požeštine*, 1995

Degmedžić, Ivica, članak *Požega i okolica*, *Studije o razvoju naselja; monografija Požega 1227-1977*, 1997.

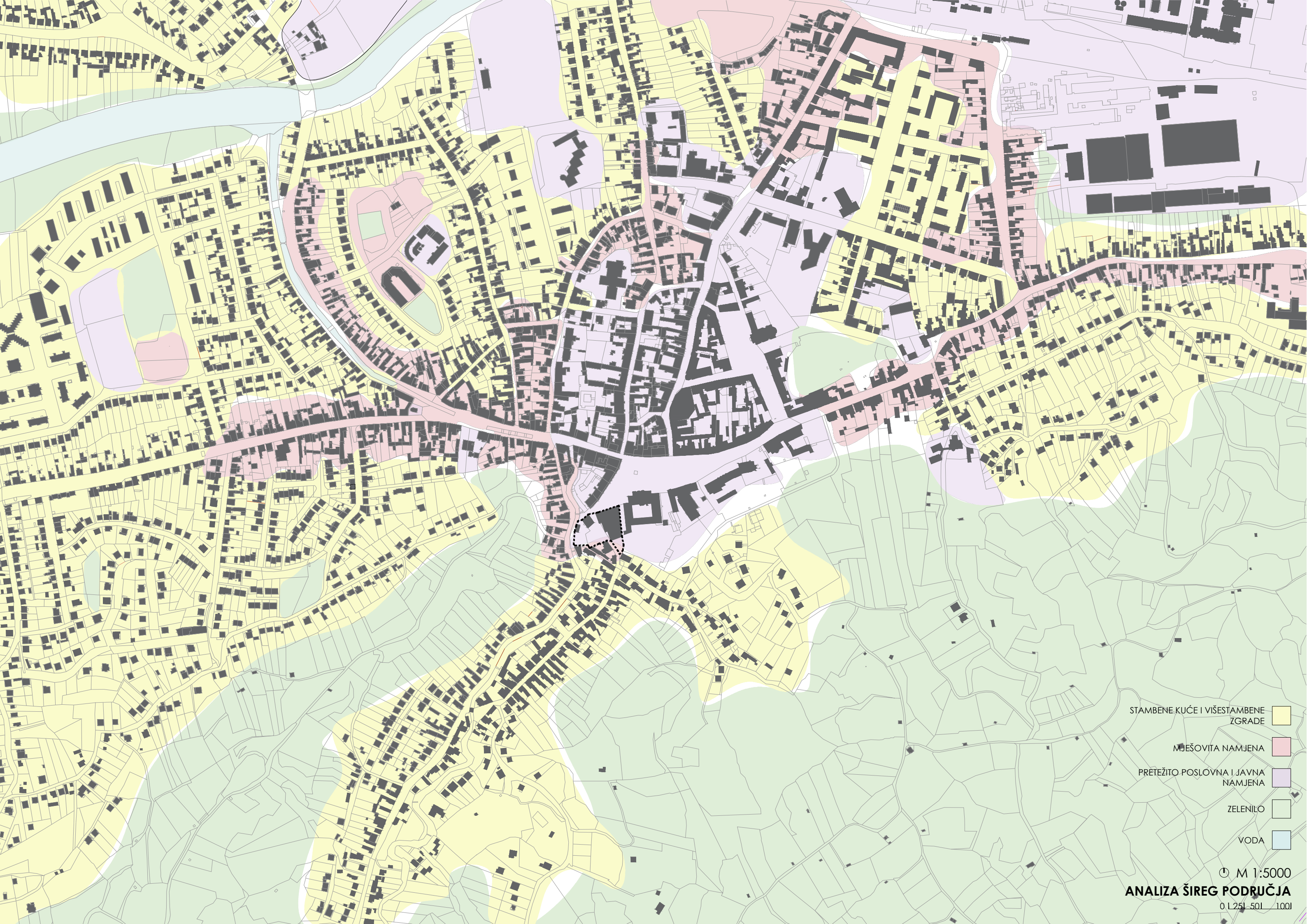
Lentić-Kugli, Ivy, članak *Povijesno-urbanistički razvoj Slavonske Požege od oslobođenja Turaka do danas; monografija Požega 1227-1977*, 1997.

<https://en.wikipedia.org/wiki/Marketplace> ; preuzeto 8.11.2021.

Poljoprivredna savjetodavna služba, https://www.savjetodavna.hr/wp-content/uploads/publikacije/seljacke_trznice_web_novo_opt_24_6.pdf, 2013., preuzeto 10.11.2021.

Uskoković, Sandra, *Suvremena arhitektura u povijesnom ambijentu: ignoriranje ili uvažavanje konteksta*, 2014.

Sandić, Srđan, <https://mvinfo.hr/clanak/sandra-uskokovic-oduvijek-me-intrigirao-odnos-moderniteta-i-tradicije>, 2014., preuzeto 15.11.2021.

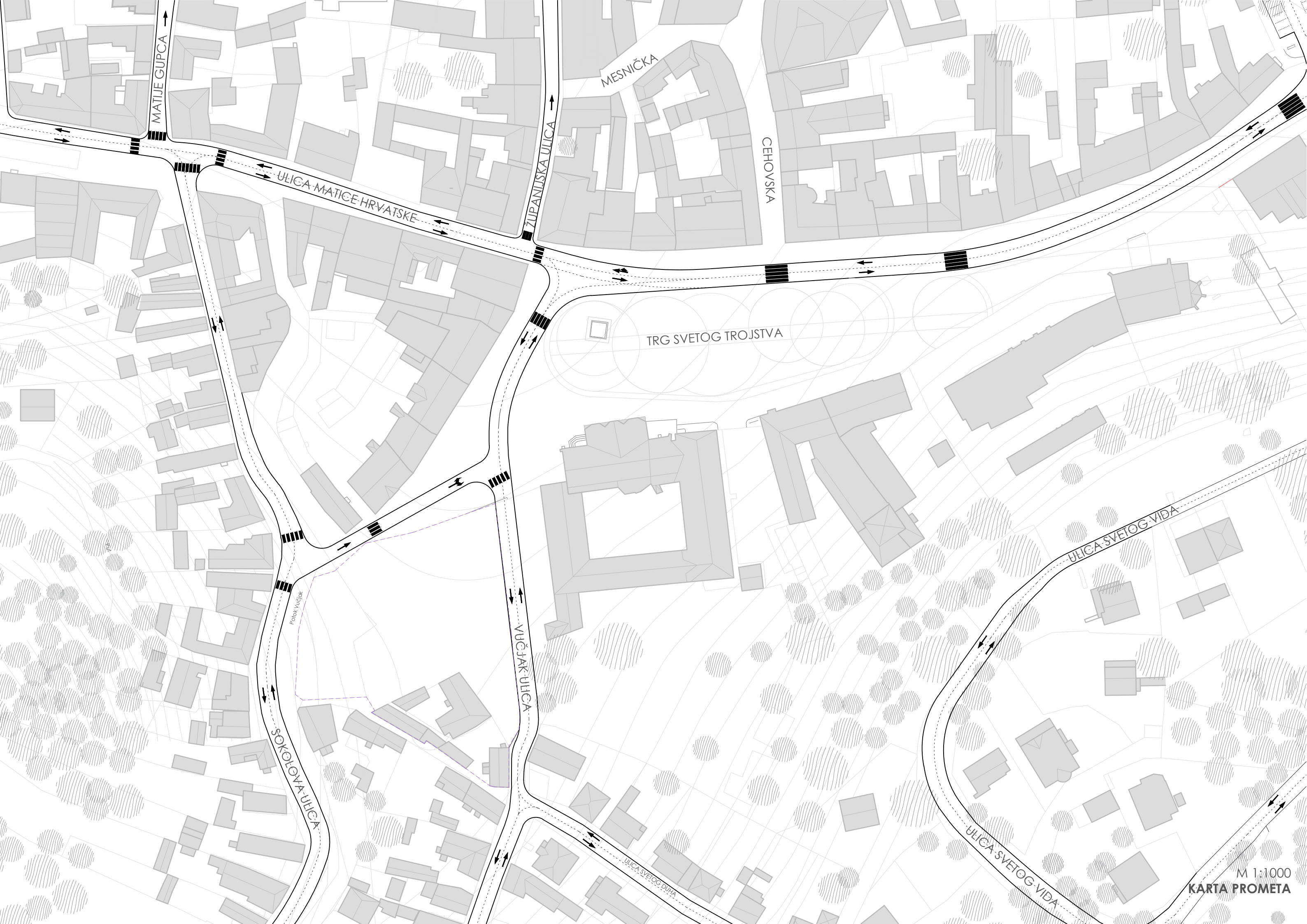


- STAMBENE KUĆE I VIŠESTAMBENE ZGRADE ■
- MJEŠOVITA NAMJENA ■
- PRETEŽITO POSLOVNA I JAVNA NAMJENA ■
- ZELENILO ■
- VODA ■

M 1:5000

ANALIZA ŠIREG PODRUČJA

0 1 251 501 1001



MATIJE GUPCA

ULICA MATICE HRVATSKE

ZUPANIJSKA ULICA

MESNIČKA

CEHOVSKA

TRG SVETOG TROJSTVA

VUČJAK ULICA

SOKOLOVA ULICA


ULICA SVETOG DUHA

ULICA SVETOG VIDA

M 1:1000
KARTA PROMETA




RESTORANI 

TRGOVINE ŽIVÉŽNIH NAMIRNICA 

KULTURNE USTANOVE 

PRODAVAONICE ODJEĆE 


OBRAZOVNE USTANOVE 

KAFIĆI 

PARKOVI 

CRKVE 

BANKE 

LJEKARNE I ZDRAVSTVENE
USTANOVE 

M 1:2000

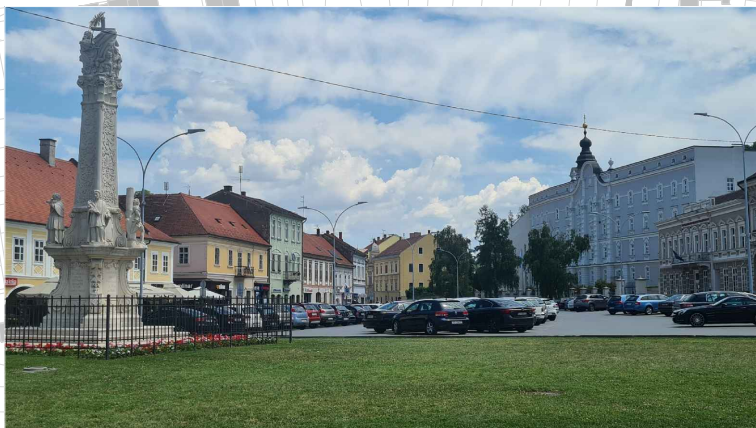
MAPA SADRŽAJA

0 100 200 500





Bašatalci





GRAĐEVINE NA ZAPADNOM DIJELU TRGA SVETOG TROJSTVA



ZGRADA POŠTE



GLAZBENA ŠKOLA POŽEGA



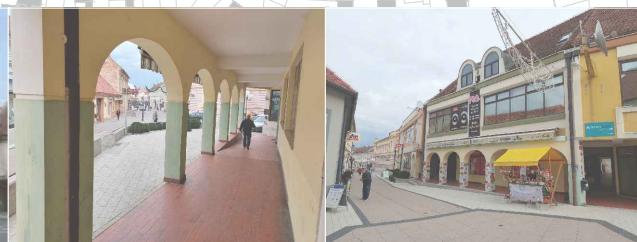
GRAĐEVINA NA SJEVERNOM DIJELU TRGA SVETOG TROJSTVA



ZGRADA BIVŠE LJEKARNE

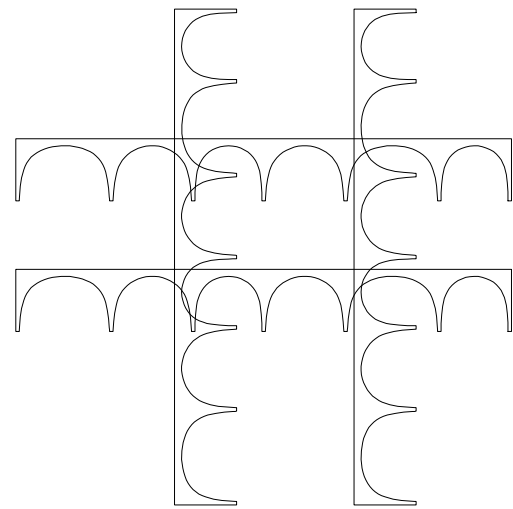


GRADSKI MUZEJ



POSLOVNA ZGRADA U ČEHOVSKOJ

TeKiJa

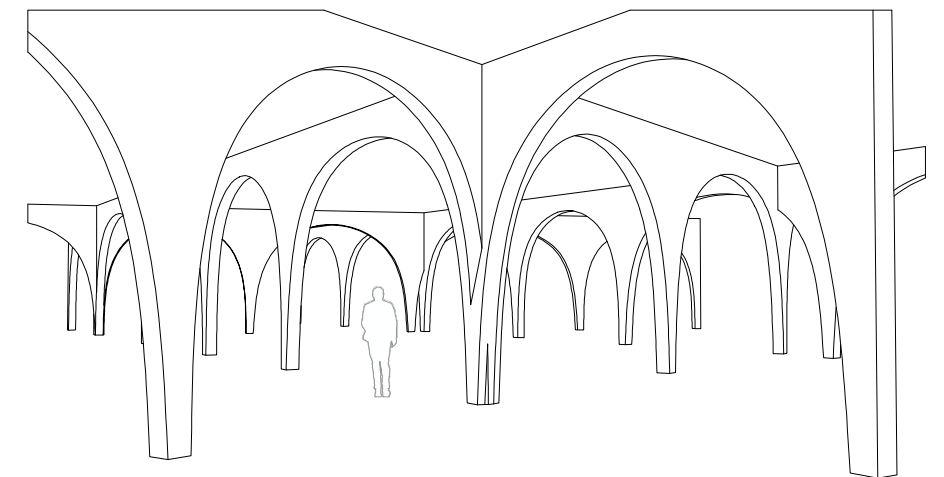


KONSTRUKTIVNI SISTEM **ARKADA**

STVARANJE TRIJEMOVA

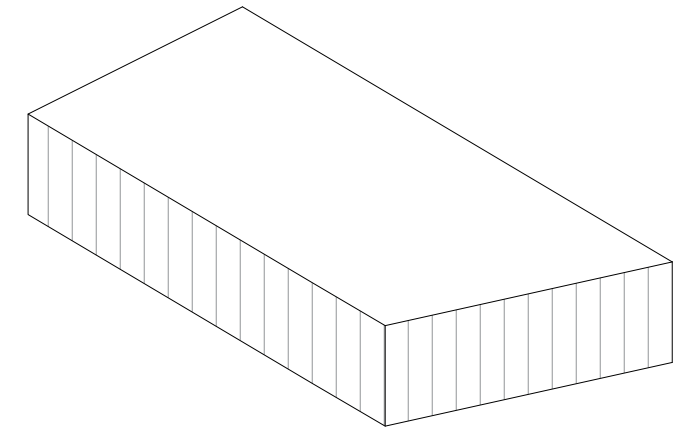
REINTERPRETACIJA ARHITEKTONSKOG ELEMENTA

VIZUALNI I PROSTORNI **IDENTITET**



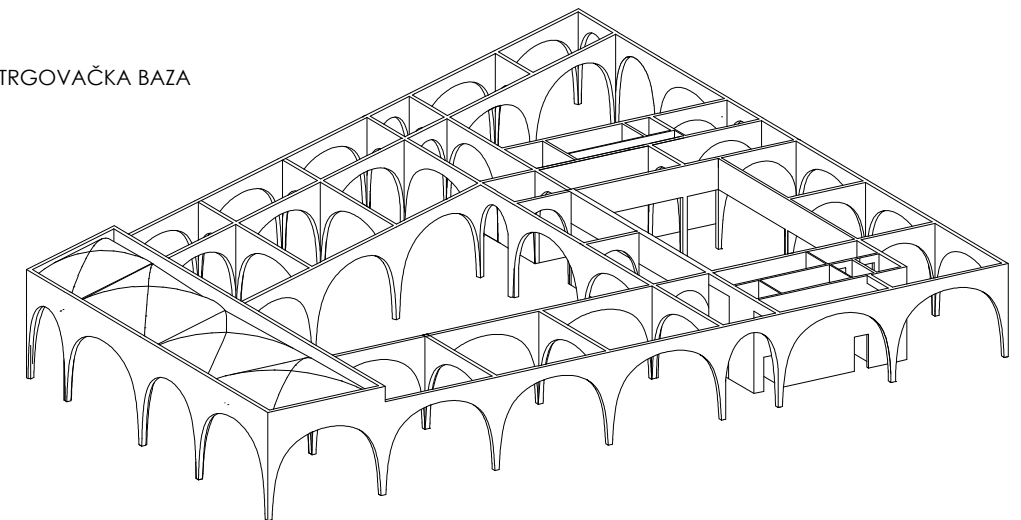
FUNKCIONALAN I PRIMIJENJEN SISTEM BOLTA, ODNOSNO TRIJEMOVA S LUČNIM ARKADAMA I KRIŽNIM SVODOM POSTALI SU DIO SVAKODNEVICE ŠETAČA I PROLAZNIKA U GRADSKOJ JEZGRI. SISTEM BOLTA NAJISTAKNUTIJE JE ARHITEKTONSKO OBILJEŽJE BAROKNOG TRGA NA KOJEM JE LOCIRAN PROJEKT. MULTIPLICIRANJEM SUSTAVA TRIJEMOVA, DINAMIKA KRETANJA INTEGRIRA SE U SAM OBJEKT TE SE TAKO POSTIŽU PROHODNI PROSTORI KOJI SU EKSTENZIJA JAVNIH GRADSKIH PROLAZA I TRGOVA. NOVONASTALI SISTEM USTVARI PREUZIMA BAZU IZ POSTOJEĆEG KONTEKSTA NA KOJI SE ADICIRA KULTURNO-UGOSTITELJSKI VOLUMEN. TRGOVAČKA BAZA PROŽETA JE OTVORENIM I ZATVORENIM TRIJEMOVIMA KOJI TANGIRAJU OTVORENI ATRIJ, KRUŽNIM KRETANJEM I VOĐENJEM POSJETITELJA KROZ CIJELO PRIZEMLJE NASTOJI IH SE ZADRŽATI U CENTRU DOGAĐANJA, ATRIJU. ATRIJ KOJI JE NATKRIVEN FLEKSIBILNIM TENDAMA POTENCIRA MNOGE SCENARIJE KORIŠTENJA ZAHVALJUJUĆI POZICIJI KOJA JE NA RUBU TRGA TE OMogućUJE DOVOLJAN PRODOR PRIRODNE SVJETLOSTI U UNUTRAŠNJOST OBJEKTA. KAO VAŽNO PROMETNO ČVORIŠTE, PROJEKTOM SE OSIGURAVA GARAŽA TE OSIGURAVA POTREBE TRŽNICE, KINA I UGOSTITELJSKIH SADRŽAJA. KULTURNO UGOSTITELJSKI VOLUMEN TAKOĐER POTENCIRA CJELODNEVNE REŽIME KORIŠTENJA GDJE SE KINO DVORANA MOŽE KORISTITI KAO KONFERENCIJSKA U JUTARNJIM SATIMA ZA POTREBE SUSJEDNE GRADSKKE KUĆE. KROVNE TERASE IZLAŽU POSJETITELJE NOVIM VIZURAMA KOJE POSTAJU DOSTUPNE SVIMA. POSTOJEĆA TRŽNICA JE SKORO MARGINALIZIRANA, A PROJEKTOM SE NASTOJI REVITALIZIRATI JE TE OKUPITI SVE SKUPINE LJUDI I PREMA TOME SE NADODAJE KULTURNO UGOSTITELJSKA EKSTENZIJA. PROJEKT NASTOJI OBUHVATITI ŠTO VIŠE RAZLIČITIH NAČINA KORIŠTENJA ISTOG, TE OKUPITI ŠTO VEĆI BROJ KORISNIKA U VREMENSKOM RASPOREDU. NA URBANISTIČKOJ RAZINI, OBJEKT PRATI GRAĐEVINSKE PRAVCE SA SJEVERNE ISTOČNE I JUŽNE STRANE, DOK SE NA ZAPADU ODMIČE ZBOG OTVARANJA POTOKA VUČJAKA. U POSTOJEĆOJ SITUACIJI POTOK JE SKRIVEN I PROVEDEN ODVODNJOM ISPOD RAZINE ULICE. PROJEKTOM SE NASTOJI APOSTROFIRATI VODENA BOGATSTVA ZATEČENOG KRAJOLIKA I POTENCIRATI NOVE AMBIJENTALNE VRIJEDNOSTI.

KULTURNO-UGOSTITELJSKA SUPERPOZICIJA

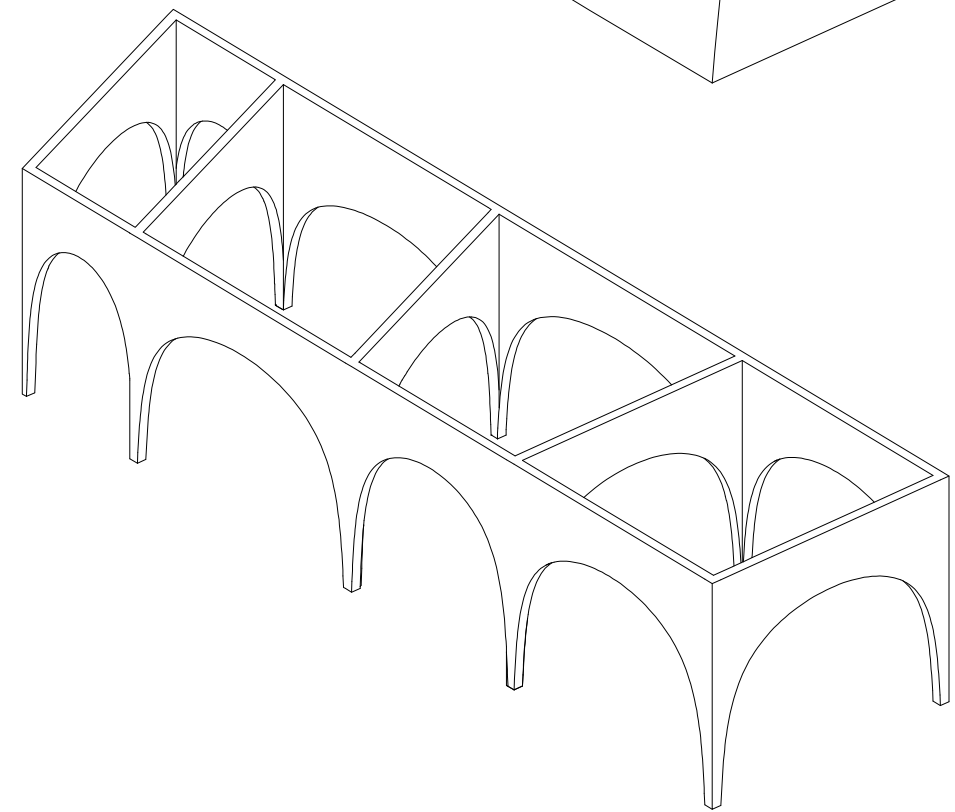
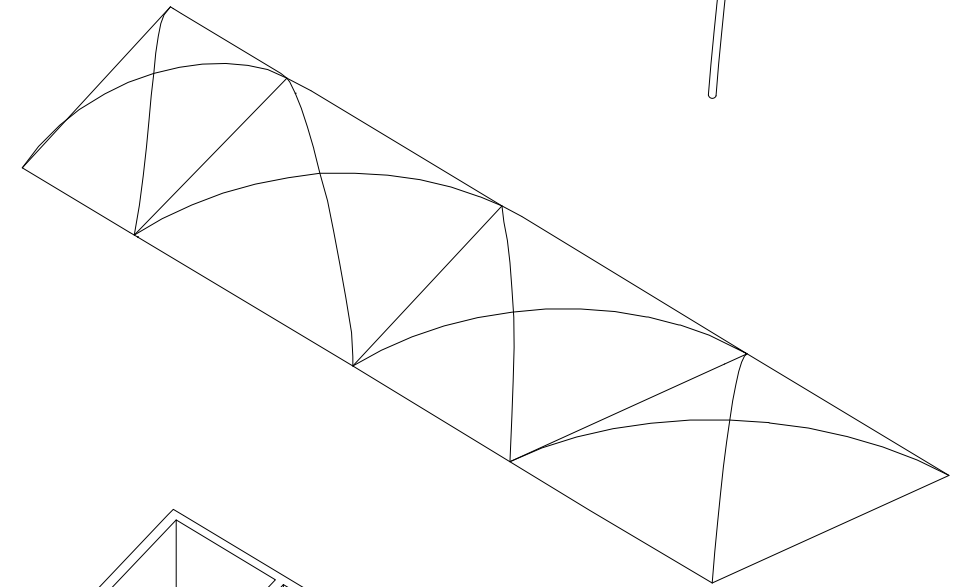
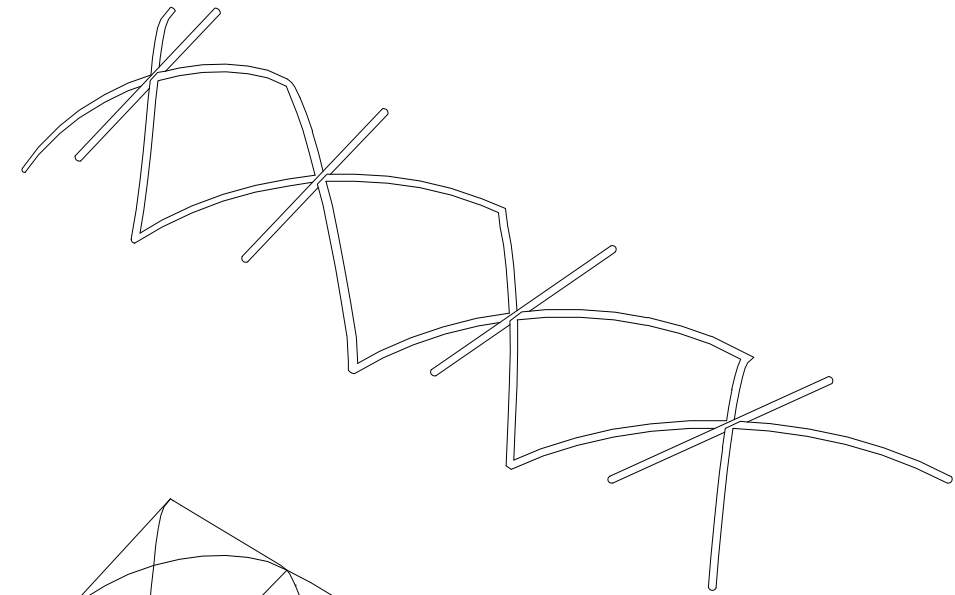
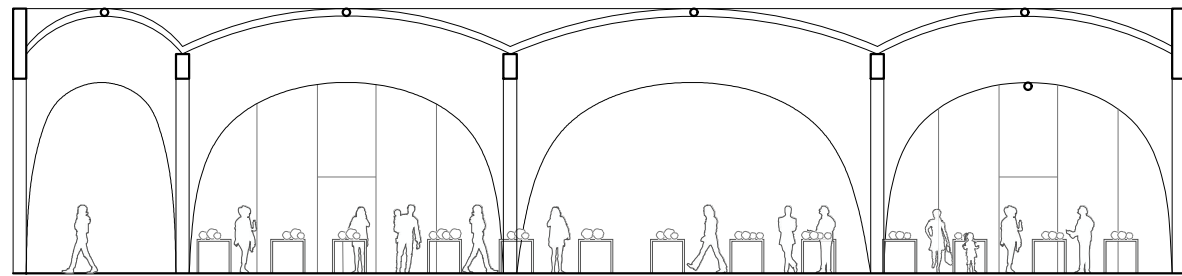


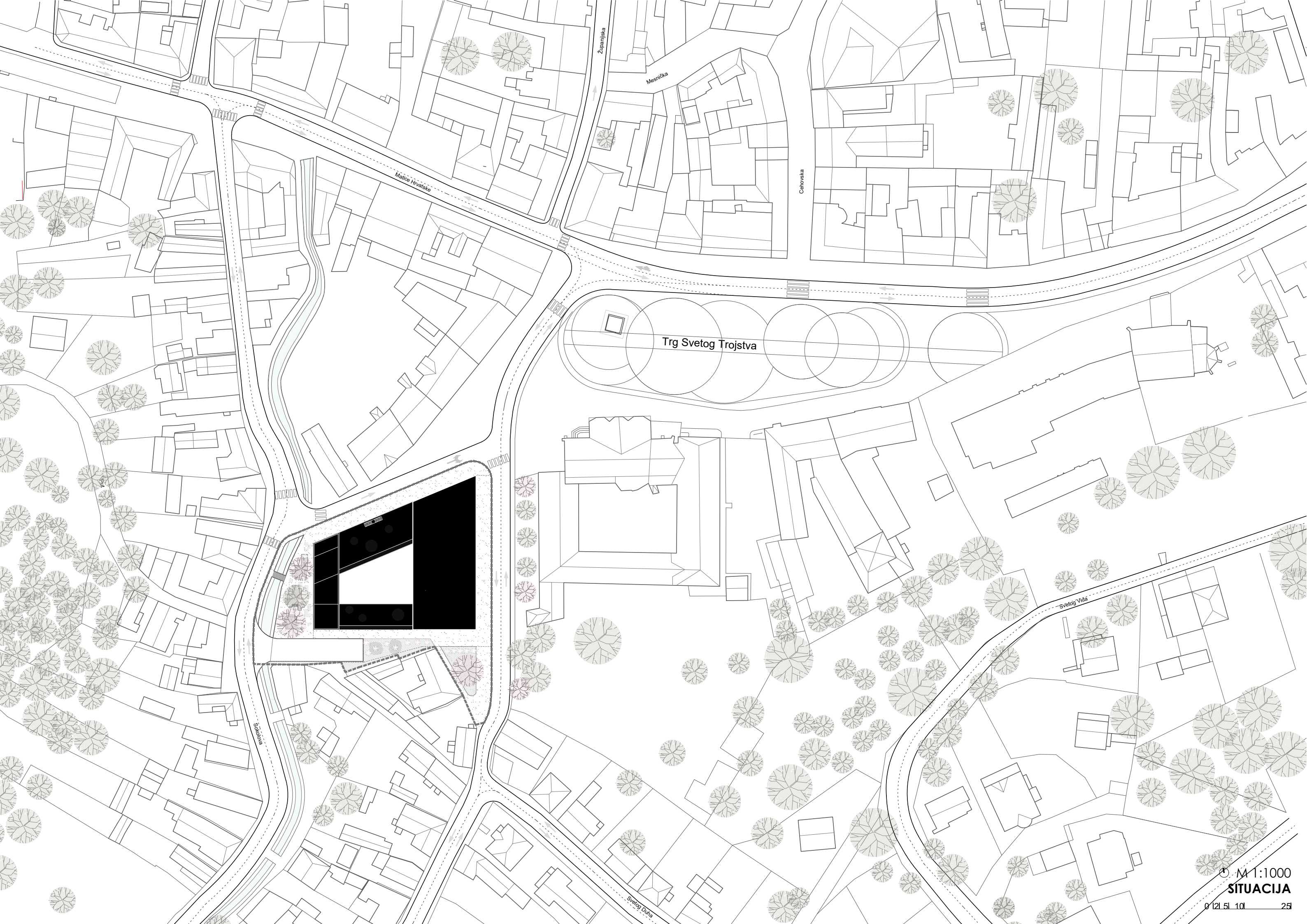
+

TRGOVAČKA BAZA



NATKRIVENA TRŽNICA PREDSTAVLJA REINTERPRETIRANI SUSTAV BOLTA GDJE SE KORISTI SISTEM ARMIRANOBETONSKIH LUČNIH NOSAČA TE KRIŽNOG SVODA IZVEDENOG OD ČELIČNIH GREDA I ETFE PLATNA BIJELE BOJE KOJE JE TRANSLUCENTNO I OMOGUĆUJE DOVOLJAN DOVOD SUNČEVE SVJETLOSTI U JUTARNJIM SATIMA KORIŠTENJA TRŽNICE. BOLTE SU MJESTO SUSRETA, MJESTO SKRIVANJA OD SUNCA, OD KIŠE I JAVNI HODNICI ZA GRADSKE PROLAZNIKE. TAKO I OVA TRŽNICA POSTAJE PROLAZNI TRIJEM IZMEĐU NOVOOTVORENE ŠETNICE UZ POTOK VUČJAK I TRGA.





Mesniska

Matiice Hrvatke

Zupanijska

Celovska

Trg Svetog Trojstva

Svetog Vida

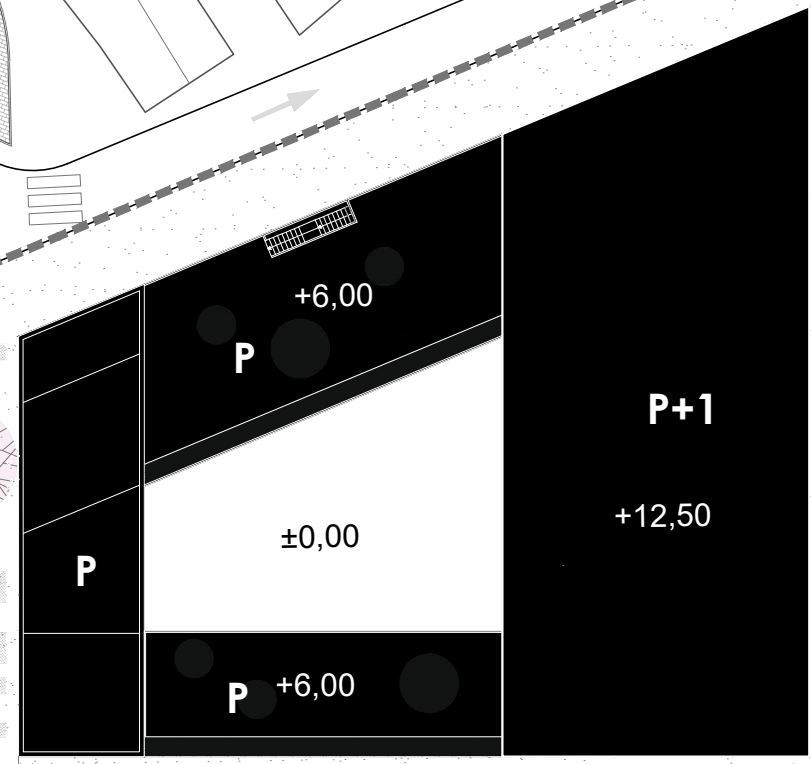
Sokolova

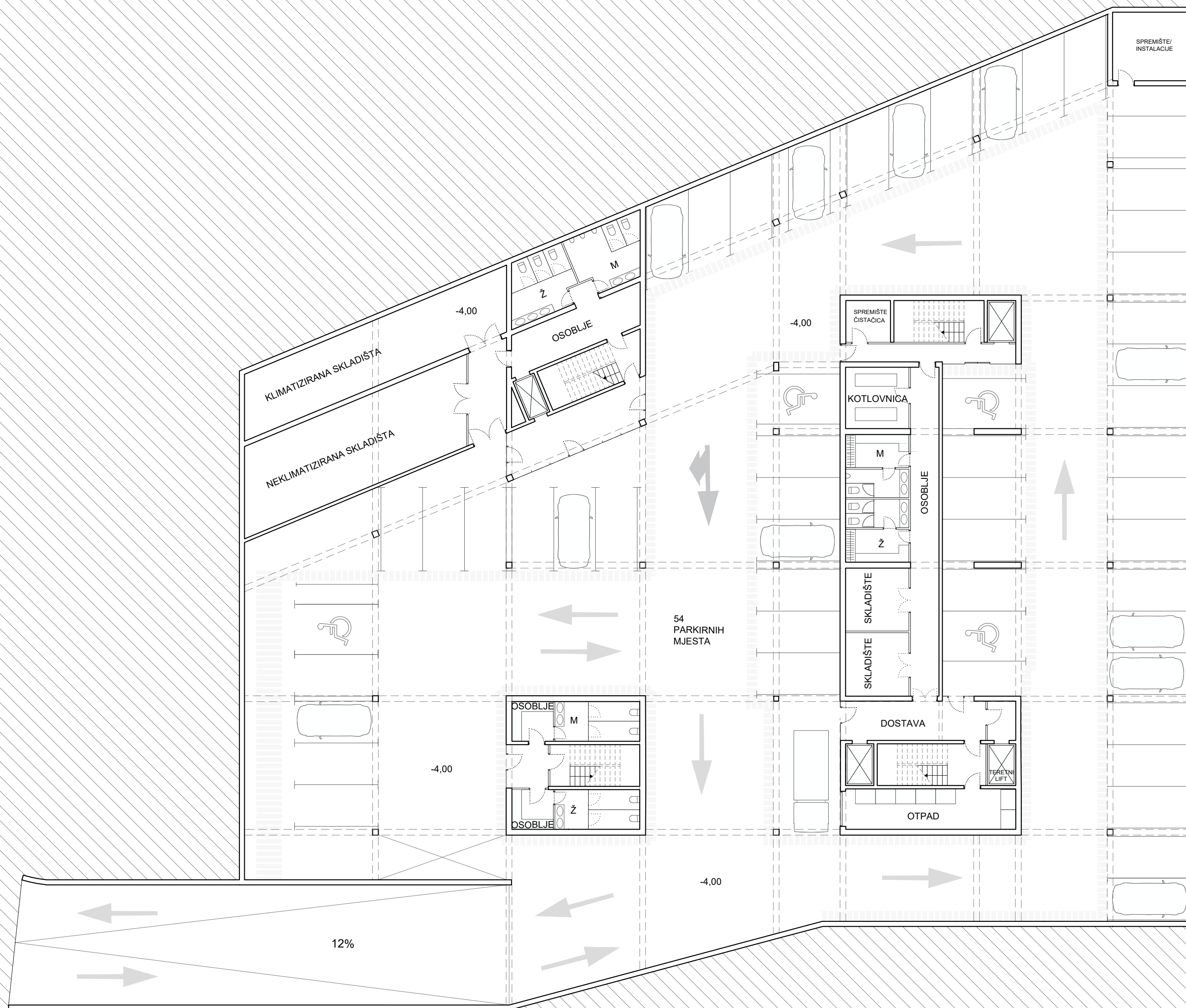
Svetog Duha

M 1:1000
SITUACIJA

0 12.5 10 25

Trg Svetog Trojstva











RAVNI
NEPROHODNI
KROV

+12.50

+6.00

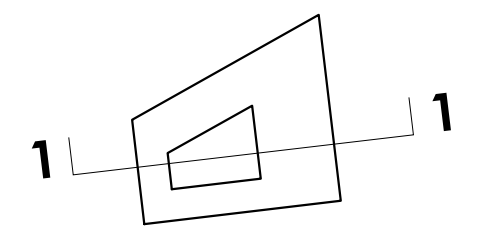
+7.00

±0.00

+6.00

+7.00

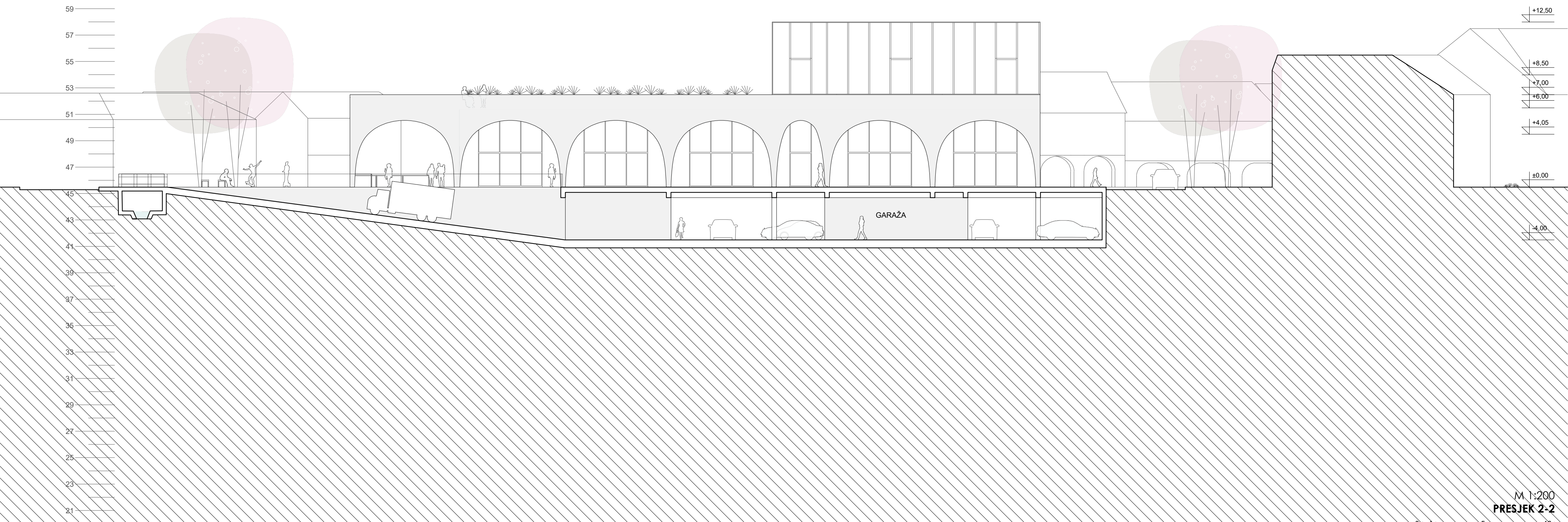
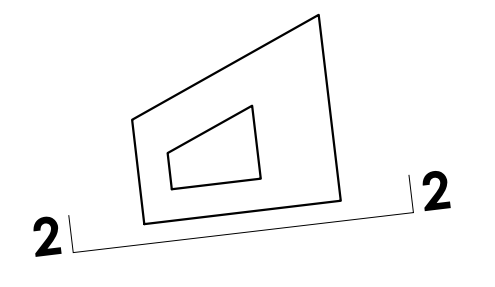
101
99
97
95
93
91
89
87
85
83
81
79
77
75
73
71
69
67
65
63
61
59
57
55
53
51
49
47
45
43
41
39
37
35
33
31
29
27
25
23
21



M 1:200
PRESJEK 1-1

0 1 1 1 5 10 1

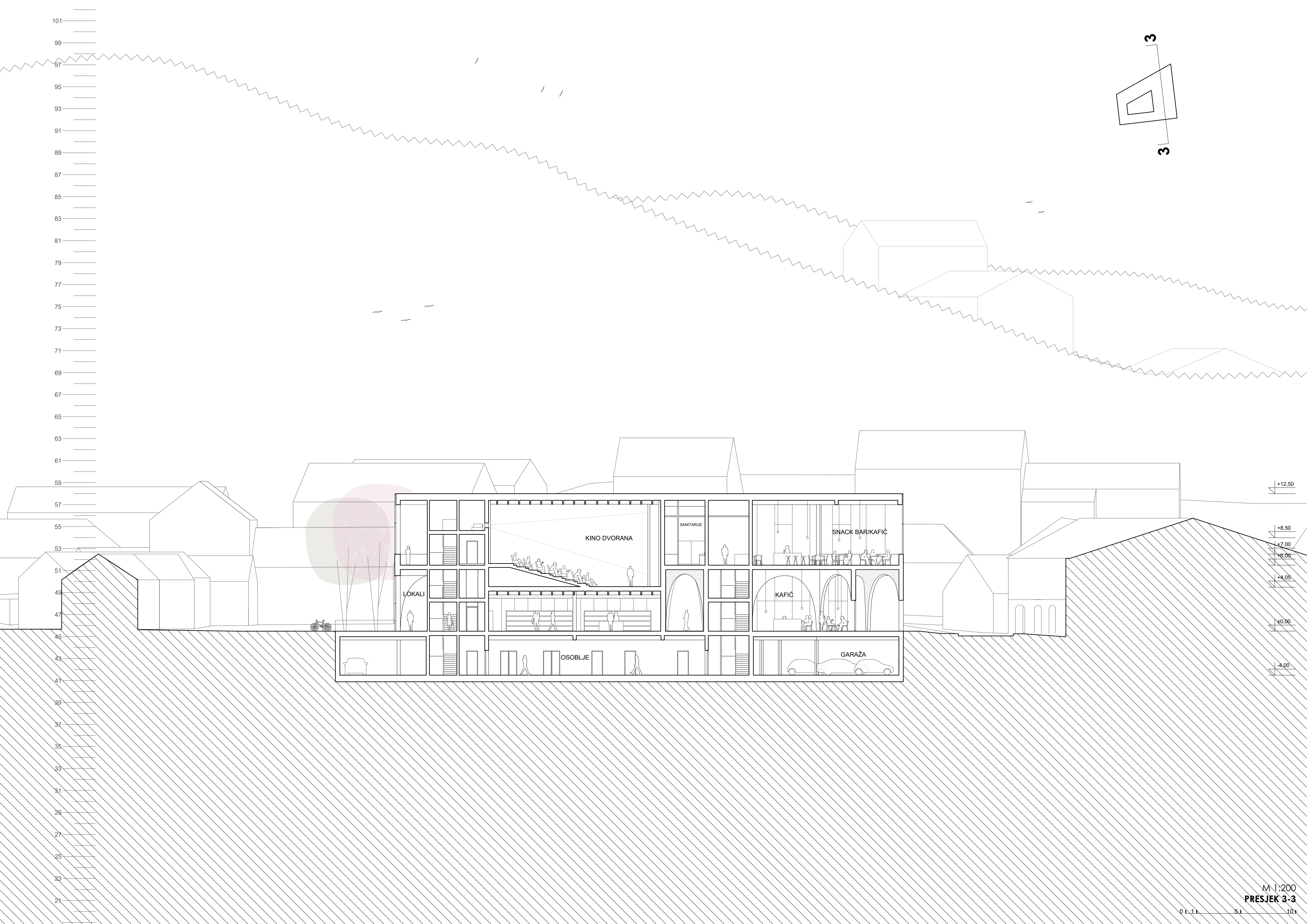
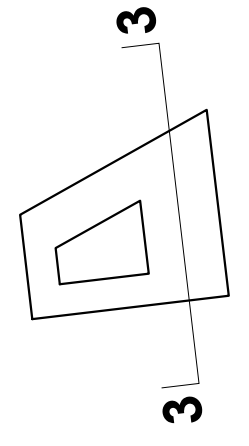
101
99
97
95
93
91
89
87
85
83
81
79
77
75
73
71
69
67
65
63
61
59
57
55
53
51
49
47
45
43
41
39
37
36
33
31
29
27
25
23
21



M 1:200
PRESJEK 2-2

0 1 1 1 5 1 10 1

101
99
97
95
93
91
89
87
85
83
81
79
77
75
73
71
69
67
65
63
61
59
57
55
53
51
49
47
45
43
41
39
37
35
33
31
29
27
25
23
21

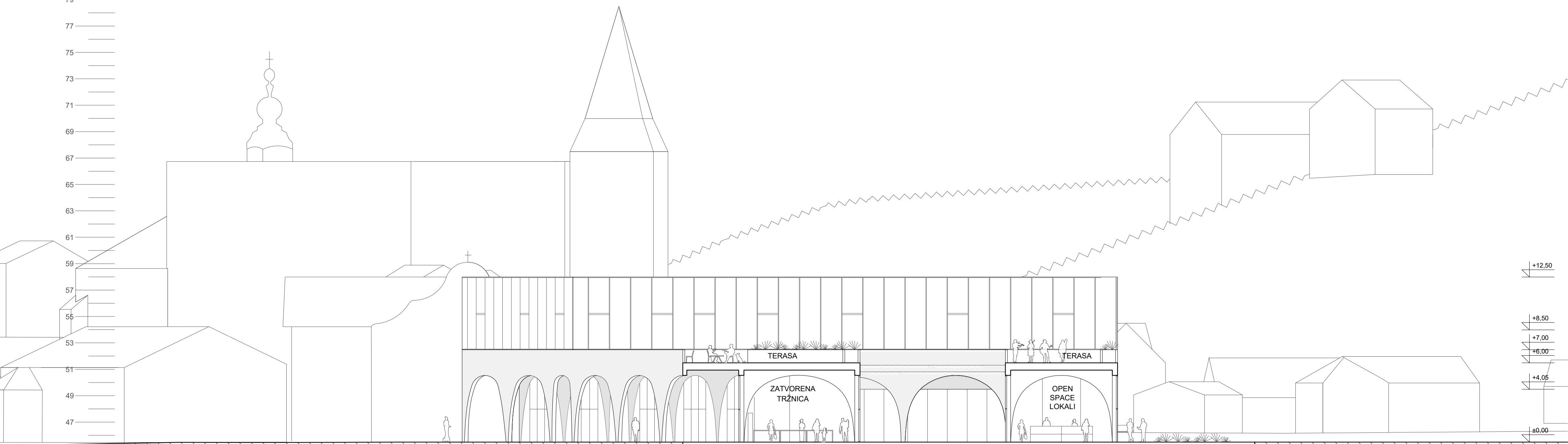
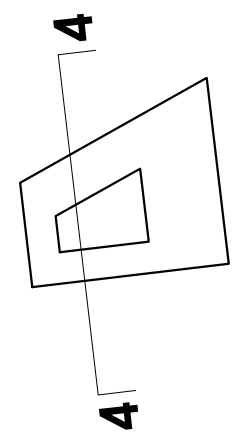


+12.50
+8.50
+7.00
+6.00
+4.05
±0.00
-4.00

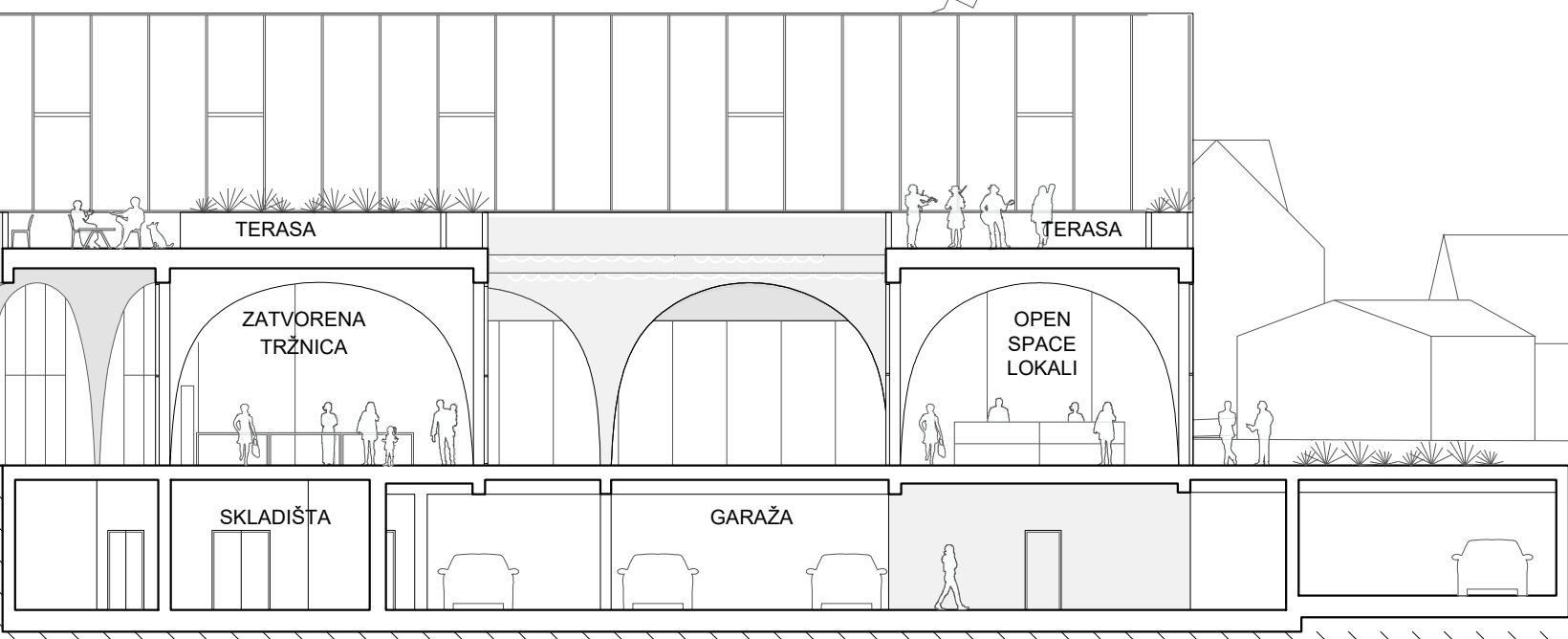
M 1:200
PRESJEK 3-3

0 1 11 5 101

101
99
97
95
93
91
89
87
85
83
81
79
77
75
73
71
69
67
65
63
61
59
57
55
53
51
49
47
45
43
41
39
37
35
33
31
29
27
25
23
21



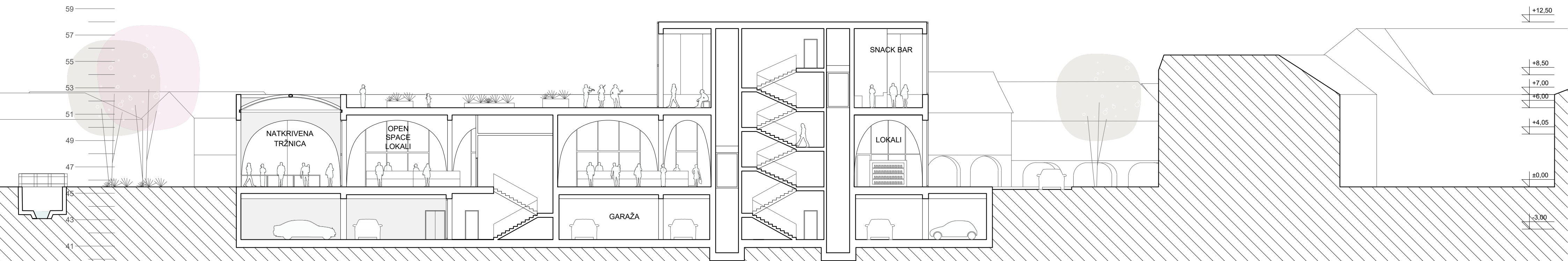
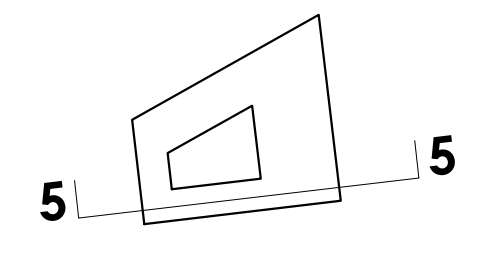
+12.50
+8.50
+7.00
+6.00
+4.05
±0.00
-4.00



M 1:200
PRESJEK 4-4

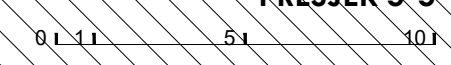
0 1 11 5 101

101
99
97
95
93
91
89
87
85
83
81
79
77
75
73
71
69
67
65
63
61
59
57
55
53
51
49
47
45
43
41
39
37
35
33
31
29
27
25
23
21

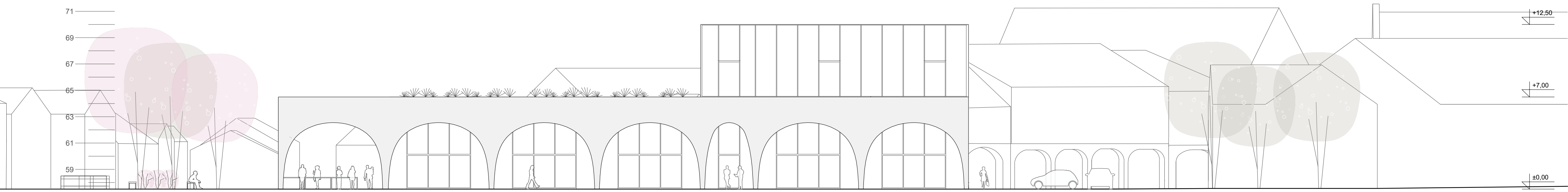


+12.50
+8.50
+7.00
+6.00
+4.05
±0.00
-3.00

M 1:200
PRESJEK 5-5



101
99
97
95
93
91
89
87
85
83
81
79
77
75
73
71
69
67
65
63
61
59
57
55
53
51
49
47
45



101
99
97
95
93
91
89
87
85
83
81
79
77
75
73
71
69
67
65
63
61
59
57
55
53
51
49
47
45



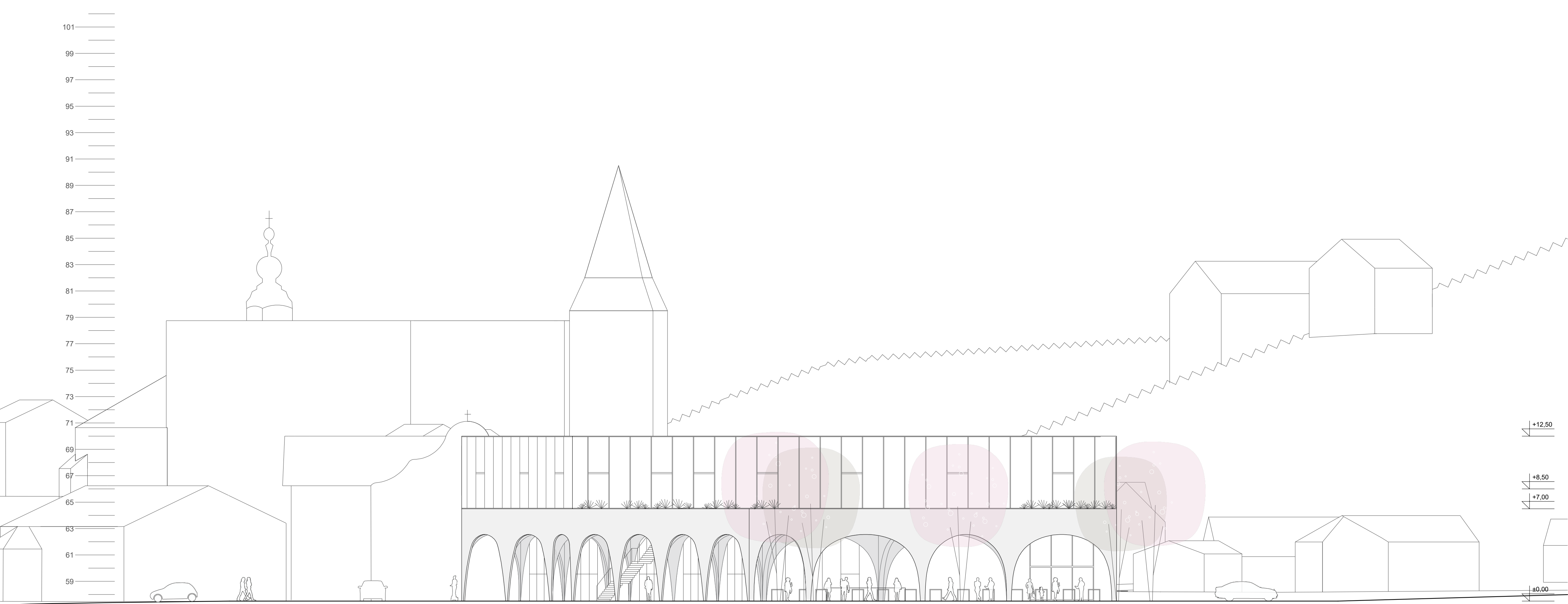


101
99
97
95
93
91
89
87
85
83
81
79
77
75
73
71
69
67
65
63
61
59
57
55
53
51
49
47
45

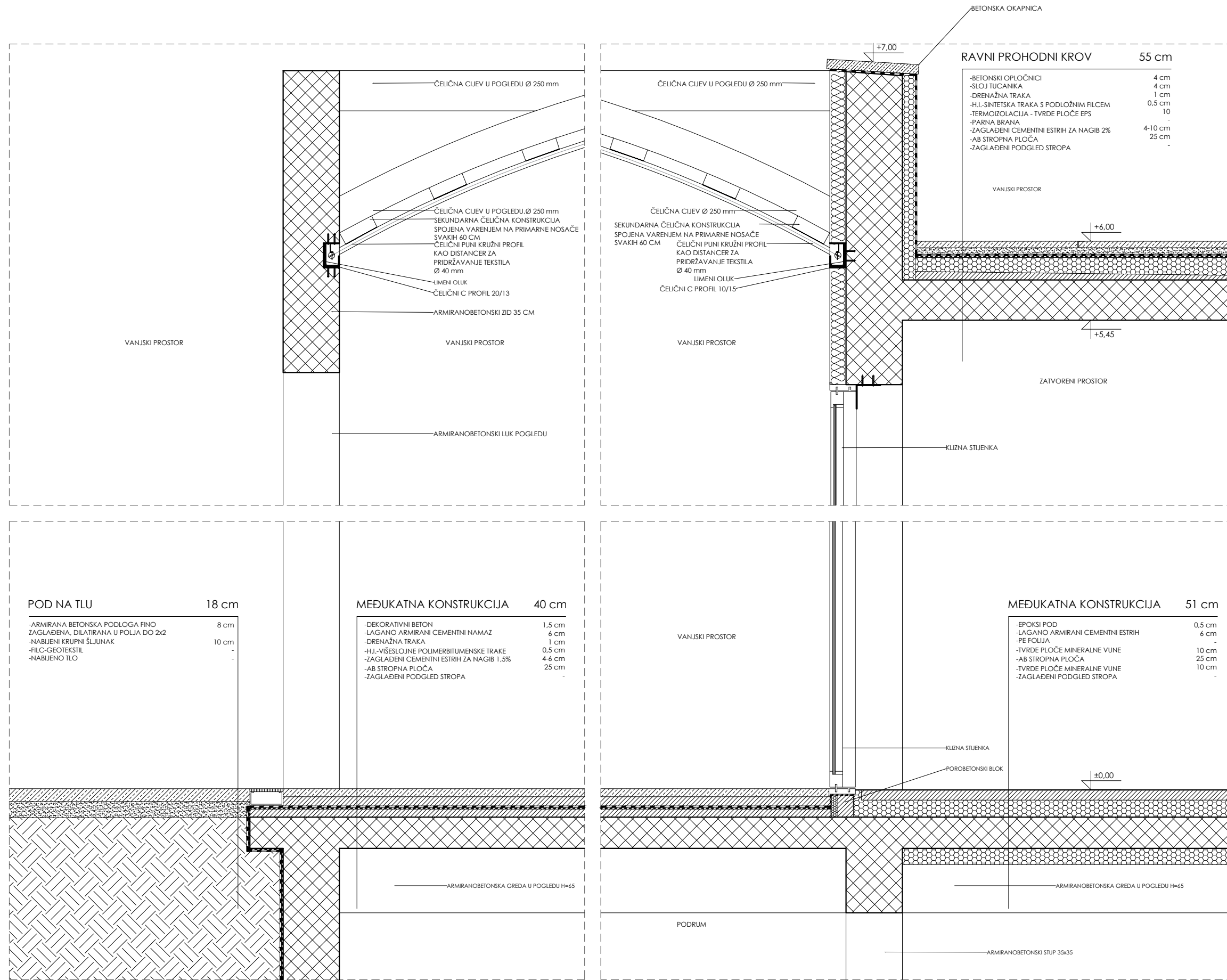
+12.50
+8.50
+7.00
±0.00

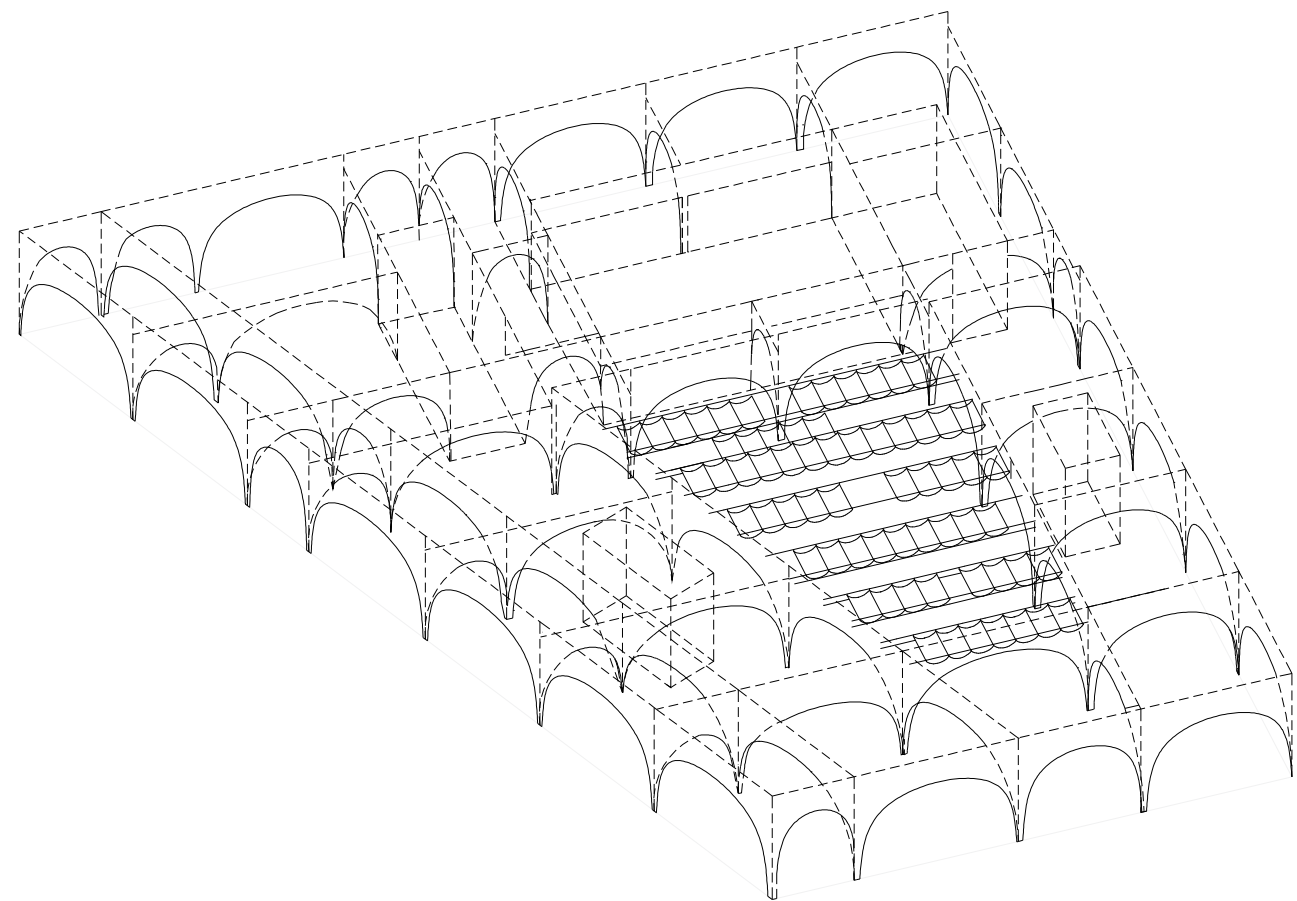
M 1:200
SJEVERNO PROČELJE
0 1 1 5 1 10 1

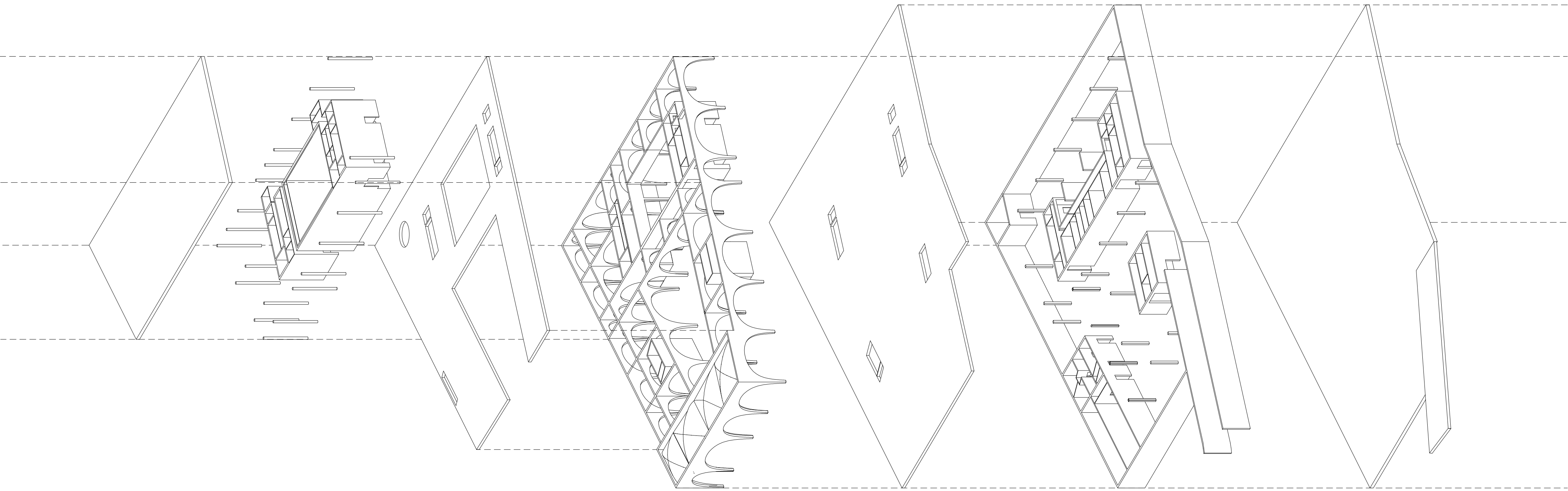
101
99
97
95
93
91
89
87
85
83
81
79
77
75
73
71
69
67
65
63
61
59
57
55
53
51
49
47
45



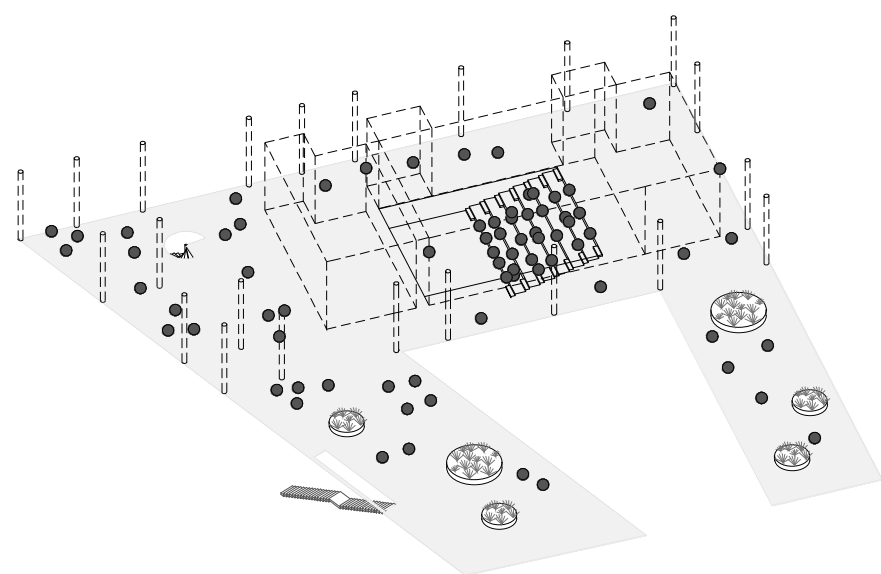
+12.50
+8.50
+7.00
±0.00



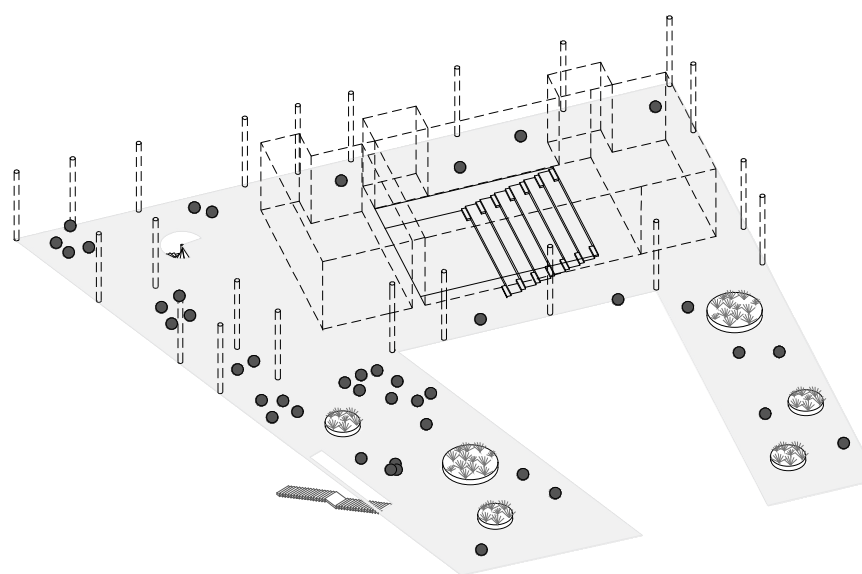




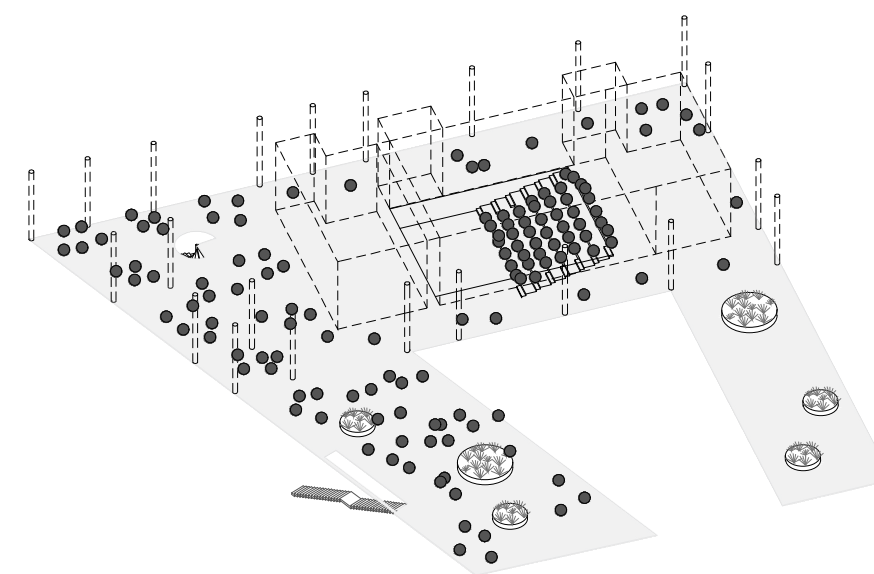
PRVI KAT



12:00 h

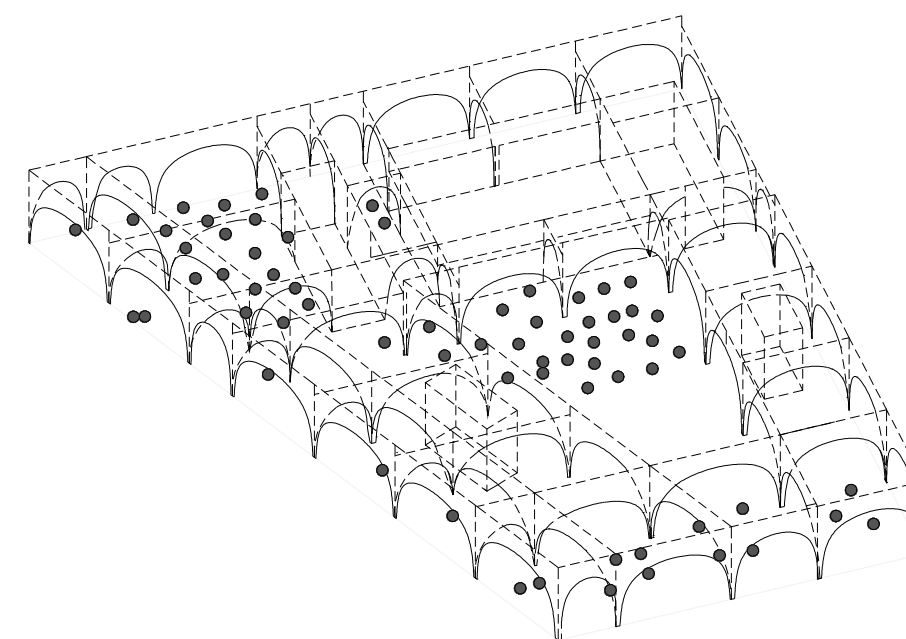
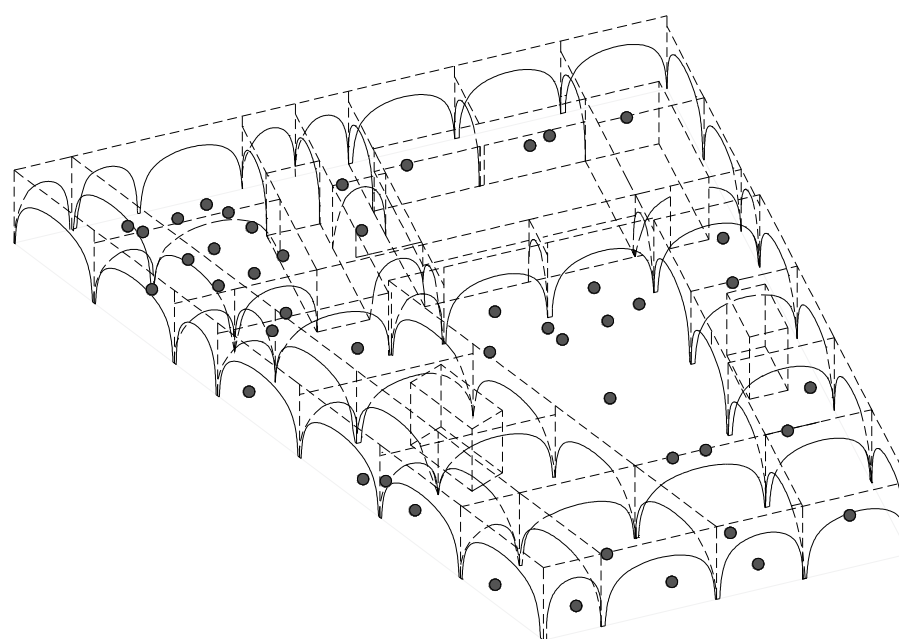
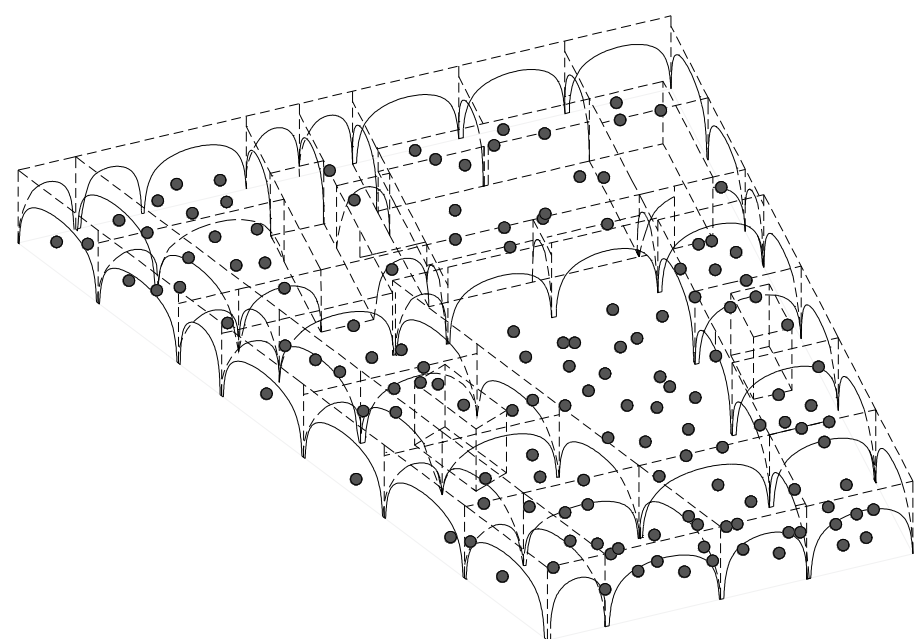


16:00 h



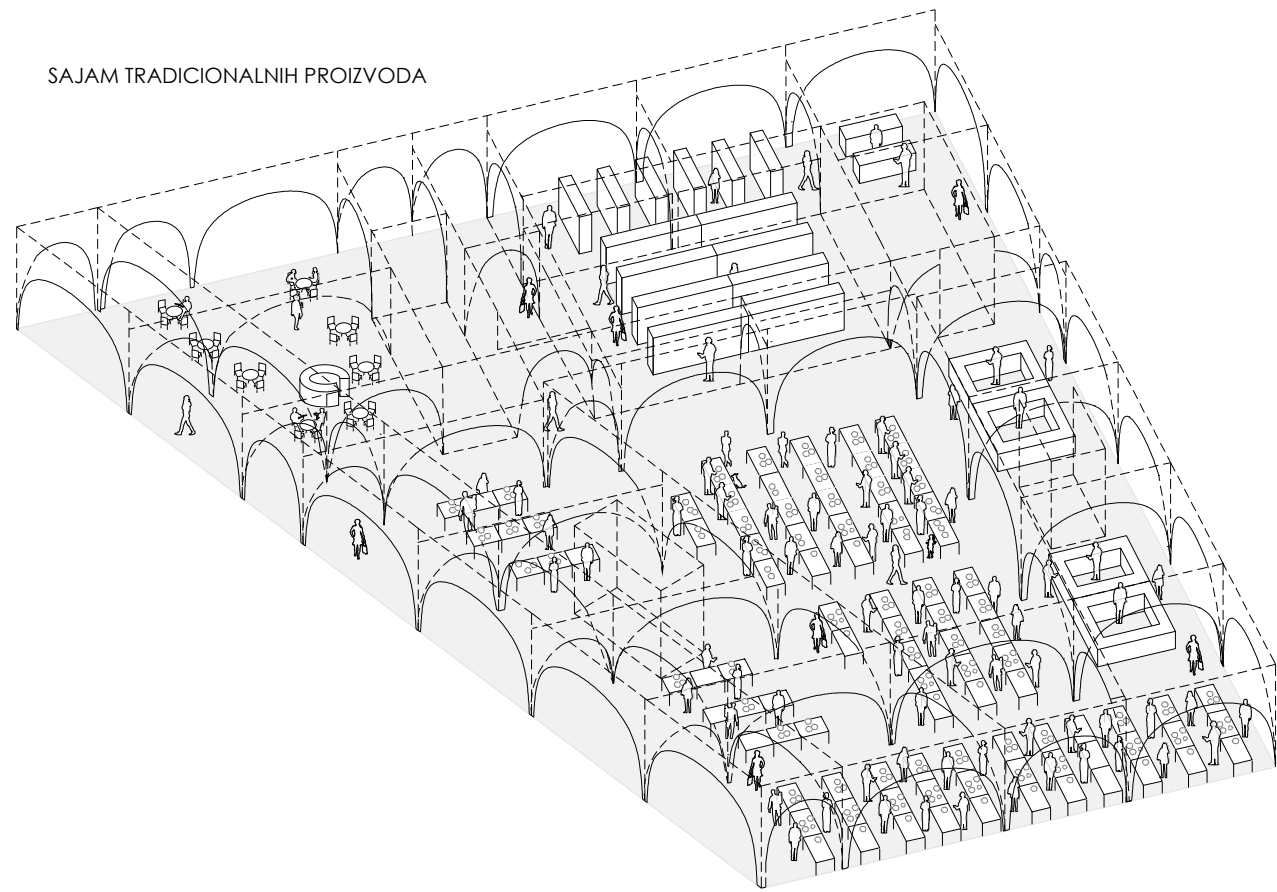
21:00 h

PRIZEMLJE

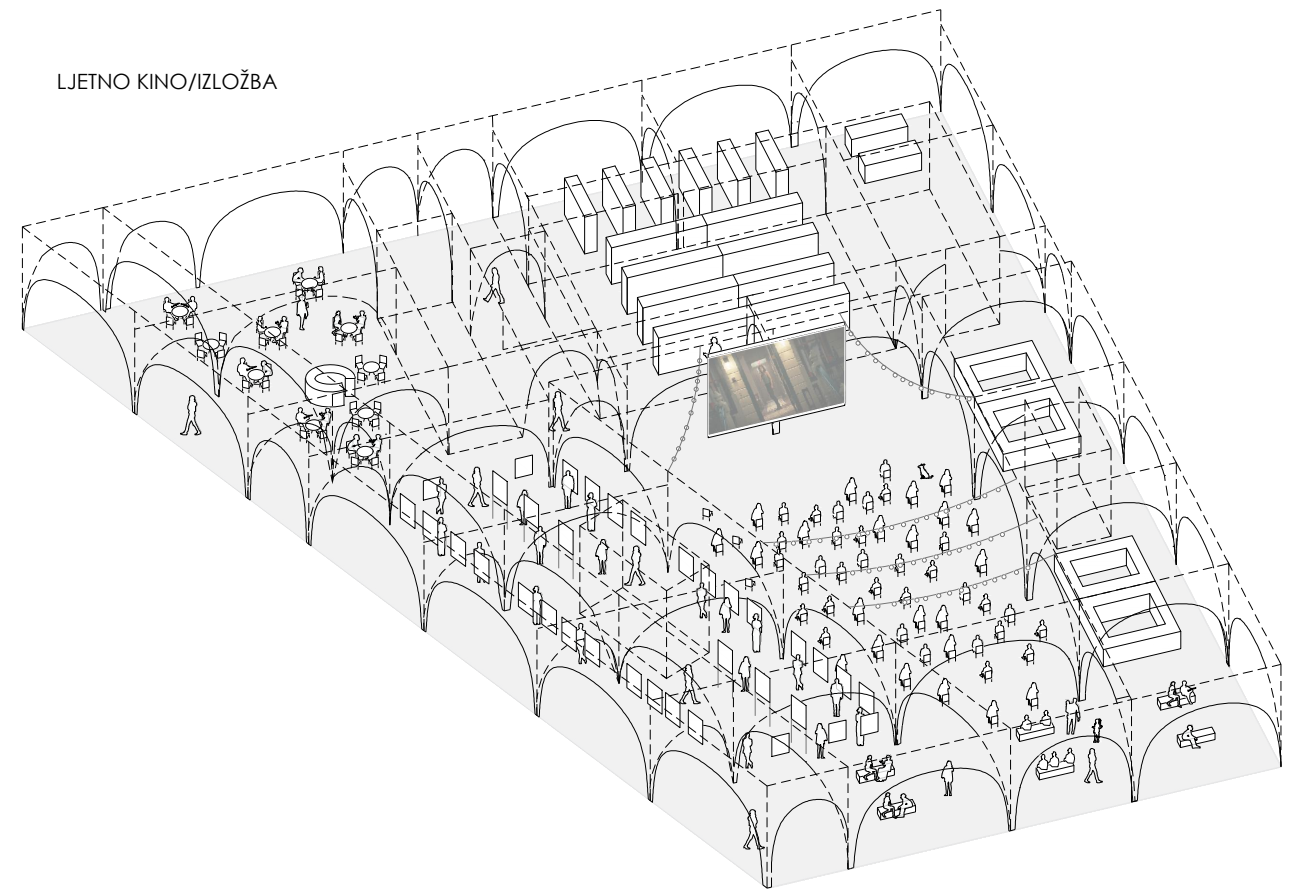


DIJAGRAM KORIŠTENJA KROZ DAN

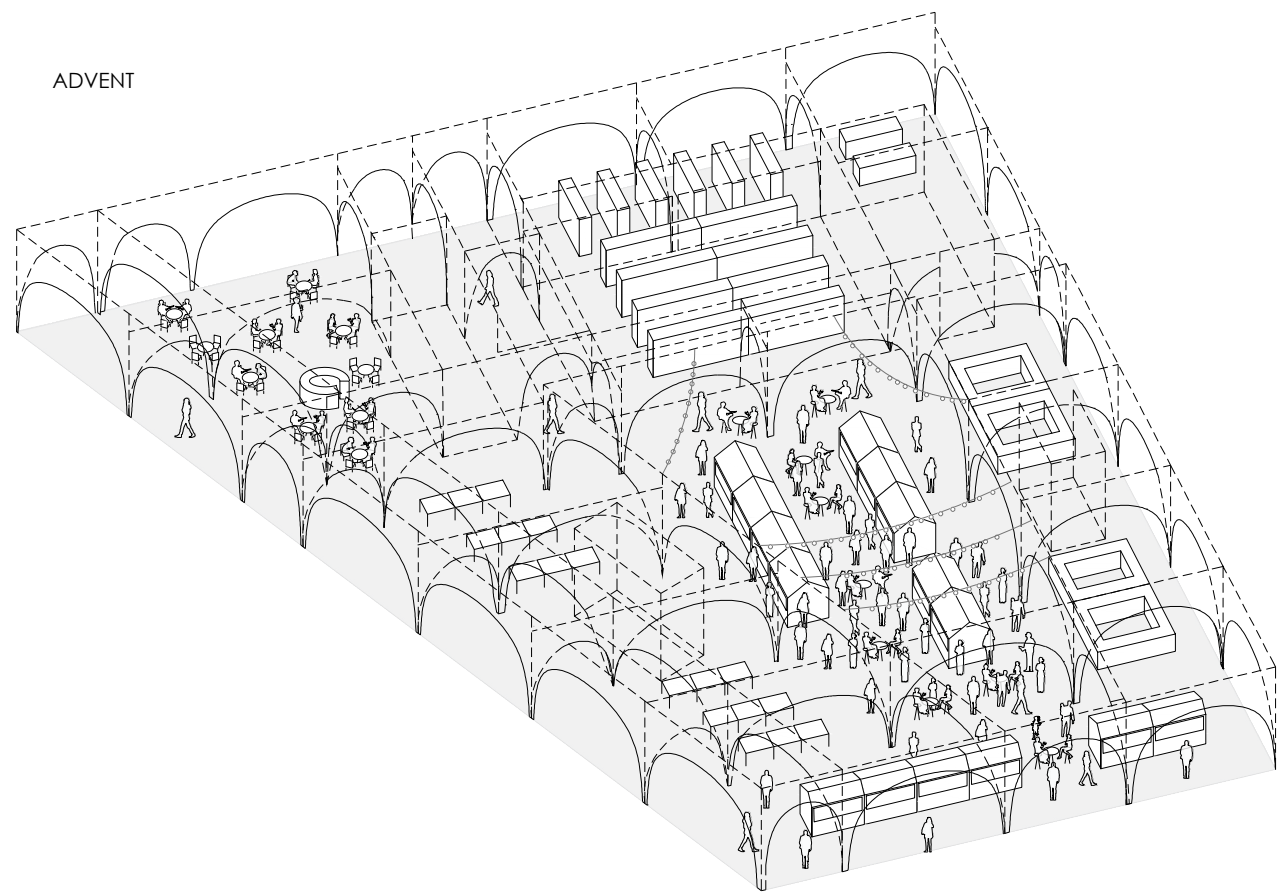
SAJAM TRADICIONALNIH PROIZVODA



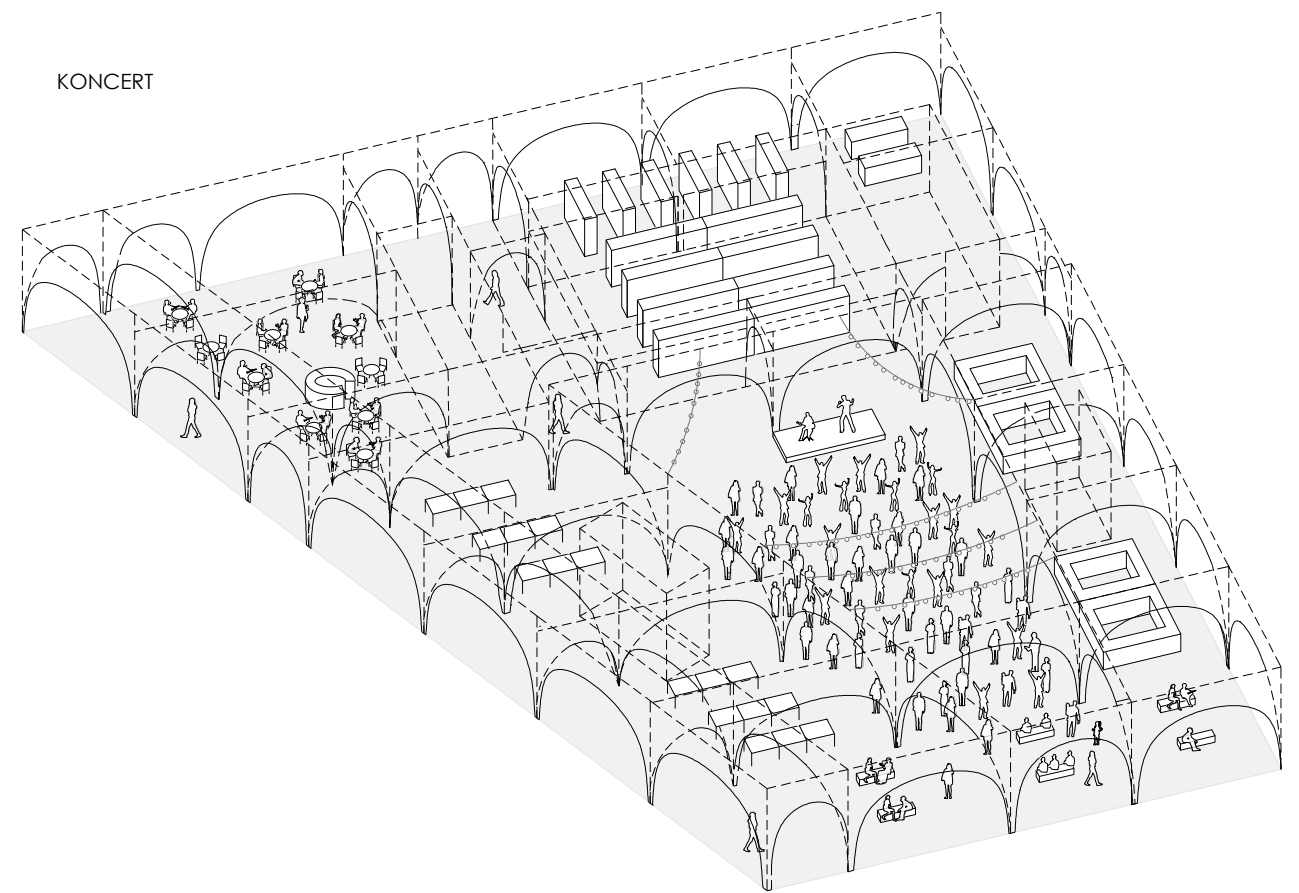
LJETNO KINO/IZLOŽBA



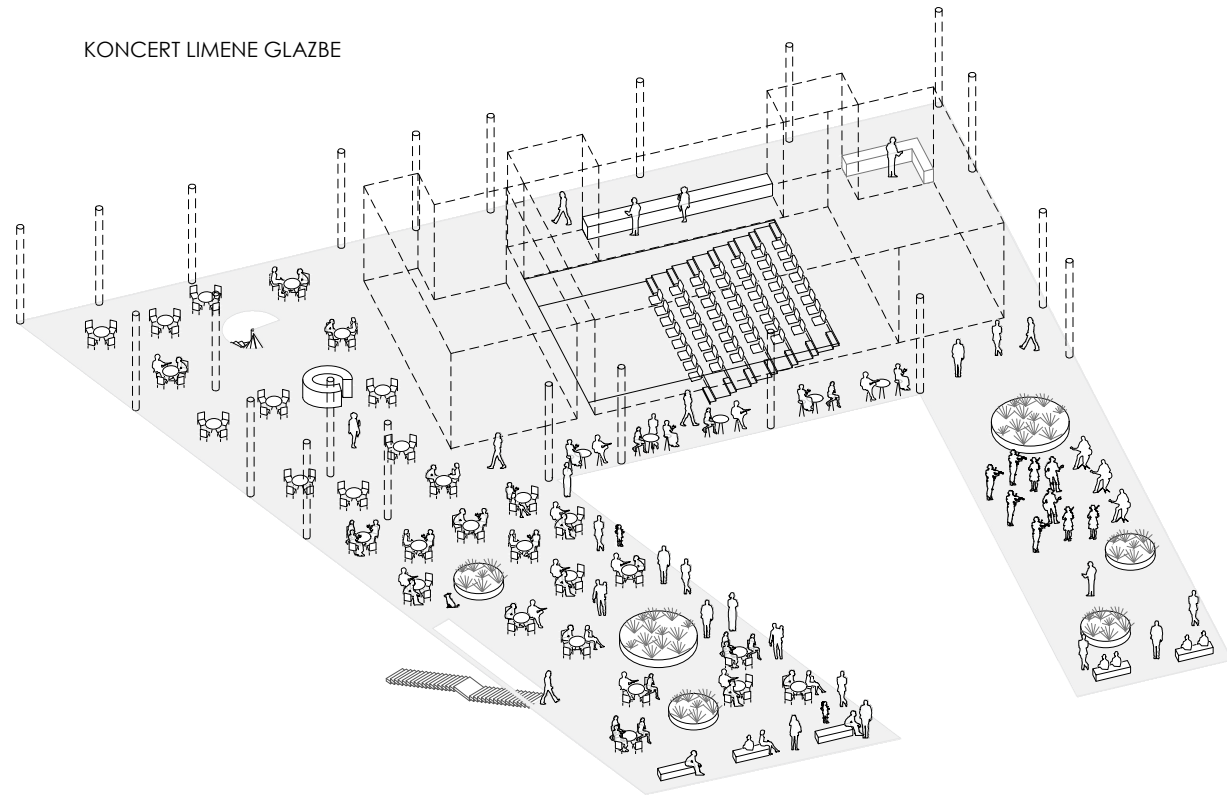
ADVENT



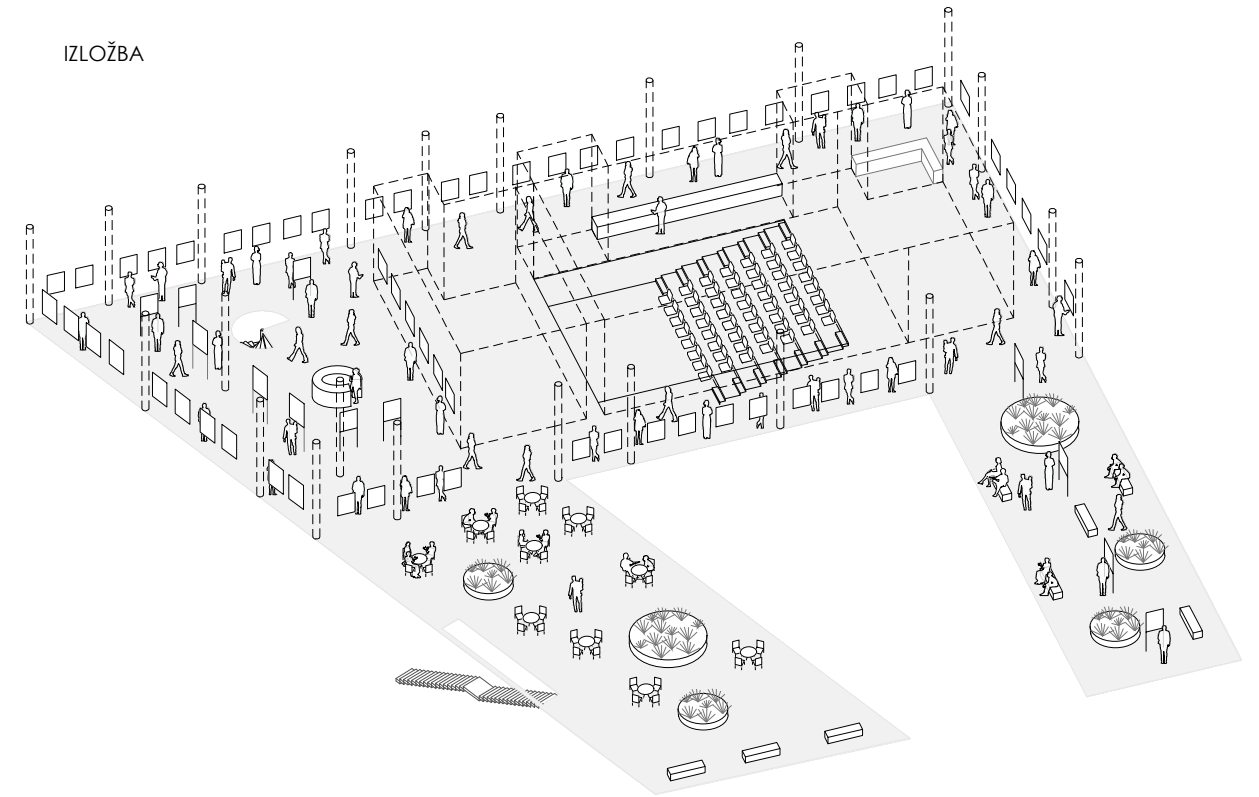
KONCERT



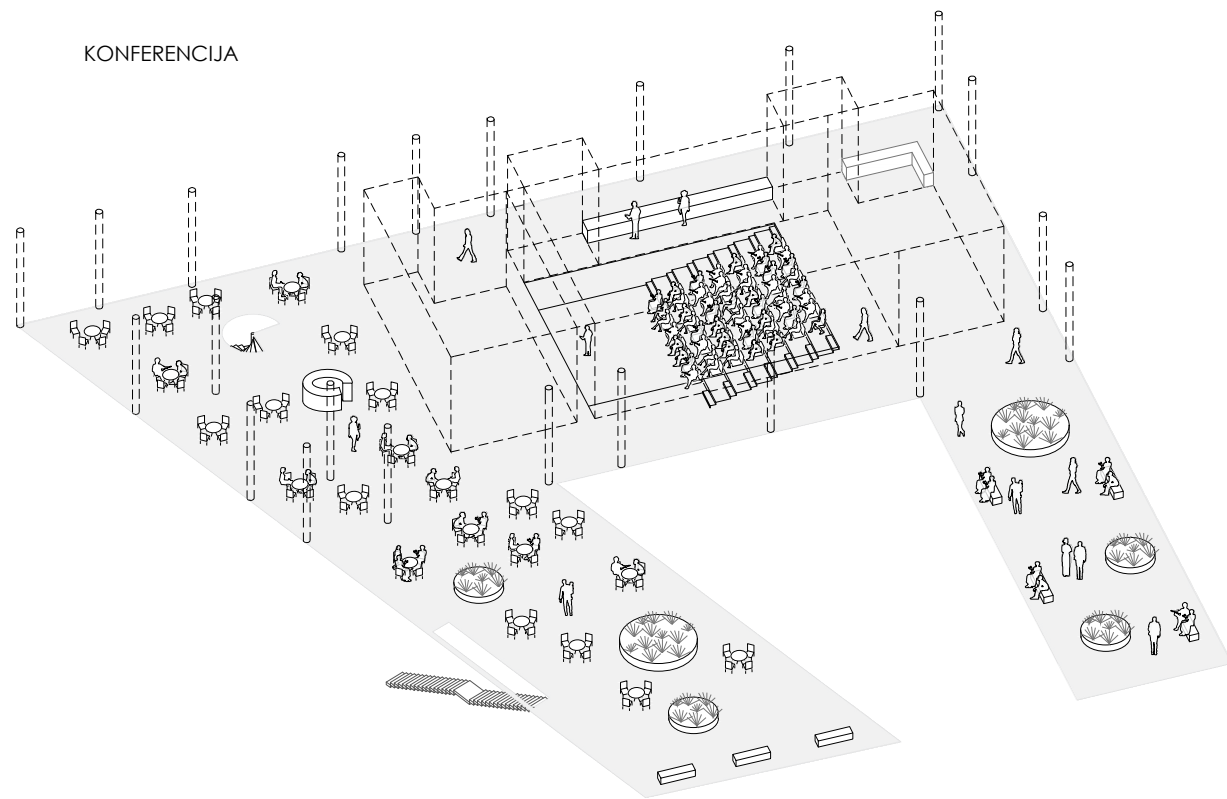
KONCERT LIMENE GLAZBE



IZLOŽBA



KONFERENCIJA



KINO

