



ROMÂNIA
CONSILIUL LOCAL AL SECTORULUI 6
AL MUNICIPIULUI BUCUREȘTI

HOTĂRÂRE

privind aprobarea Regulamentului de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în Sectorul 6 al municipiului București

Având în vedere Referatul de aprobare al Primarului Sectorului 6 și Raportul de specialitate al Direcției Generale Arhitect Șef și Planificare Teritorială nr. 334/25.11.2022, din cadrul aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 6;

Luând în considerare avizele Comisiilor de specialitate ale Consiliului Local al Sectorului 6 nr. 5 și nr. 6 amendamentul formulat în timpul ședinței de dl consilier local Ciontu Gheorghe;

Ținând cont de prevederile:

- art. 8 din Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordonanței Guvernului nr. 43/1997 privind regimul drumurilor, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordonanței de Urgență a Guvernului nr. 195/2002 privind circulația pe drumurile publice, cu modificările și completările ulterioare;
- Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcție, cu modificările și completările ulterioare;
- H.C.G.M.B. nr. 488/2018 privind aprobarea Regulamentului local pentru autorizarea, construirea și amplasarea mijloacelor de publicitate;

În temeiul art. 139 alin. (3) lit. e), art. 166 alin. (4), art. 196 alin. (1) lit. a) și art. 197 din O.U.G. nr. 57/2019 privind Codul administrativ, cu modificările și completările ulterioare;

Consiliul Local al Sectorului 6

HOTĂRĂȘTE:

Art. 1. Se aprobă Regulamentul de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în Sectorul 6 al municipiului București, conform Anexei nr. 1, care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

Art. 2. Se aprobă Ghidul de publicitate comercială în Sectorul 6 al municipiului București, conform Anexei nr. 2, care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

Art. 3. Până la data de 31.12.2023 toate mijloacele de publicitate autorizate conform legii care nu respectă prezentele reglementări vor fi schimbate în concordanță cu prevederile acestora.

Art. 4. (1) Primarul Sectorului 6, Direcția Generală Arhitect Șef și Planificare Teritorială, Direcția Generală de Poliție Locală și Administrația Comercială Sector 6 vor duce la îndeplinire prevederile prezentei hotărâri.

(2) Comunicarea și aducerea la cunoștința publică se vor face, conform competențelor, prin grija Secretarului general al Sectorului 6.

Art. 5. Prezenta hotărâre poate fi contestată de cei interesați la instanța competentă, în termenul prevăzut de lege.

PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ,

Lucian Dubălaru

CONTRASEMNEAZĂ

pentru legalitate conf. art. 243 alin. (1) lit. a)
din O.U.G. nr. 57/2019

Secretarul general al Sectorului 6,

Demirel Spiridon

Nr.: 53

Data: 28.03.2023

REGULAMENT

privind aprobarea organizării și desfășurării activității de publicitate, reclamă și afișaj pe raza administrativ teritorială a Sectorului 6 al Municipiului București

CAPITOLUL I **DISPOZIȚII GENERALE**

ART. 1

- (1) Regulamentul stabilește activitatea de amplasare a mijloacelor de publicitate pe raza administrativ-teritorială a Sectorului 6 al Municipiului București, în vederea asigurării condițiilor pentru un cadru construit coerent, armonios, sigur și sănătos, pentru protecția valorilor mediului natural și antropic, pentru prezervarea calității peisajului și a cerințelor privind asigurarea calității în construcții.
- (2) Prezentul regulament este elaborat în conformitate cu:
- Legea nr. 185 din 25.06.2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate republicată cu modificările și completările ulterioare;
 - Legea nr. 50 din 29.07.1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții republicată cu modificările și completările ulterioare;
 - Legea nr. 148 din 26.07.2000 privind publicitatea cu modificările și completările ulterioare;
 - Legea nr. 227 din 08.09.2015 privind Codul Fiscal cu modificările și completările ulterioare;
 - Legea nr. 10 din 18.01.1995 privind calitatea în construcții republicată, cu modificările și completările ulterioare;
 - Ordonanța Guvernului nr. 2 din 12.07.2001 privind regimul juridic al contravențiilor cu modificările și completările ulterioare;
 - Ordonanța Guvernului nr. 43 din 28.08.1997 privind regimul drumurilor republicată cu modificările și completările ulterioare.
 - H.C.G.M.B. nr. 488 din 23.08.2018 privind aprobarea regulamentului local pentru autorizarea, construirea și amplasarea mijloacelor de publicitate.

ART. 2

Prevederile prezentului regulament se aplică proprietarilor și beneficiarilor mijloacelor de publicitate, proprietarilor de imobile pe care sunt amplasate mijloace de publicitate, posesorilor de firme, precum și operatorilor de publicitate, persoanelor fizice și juridice.

ART. 3

În înțelesul prezentului regulament, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații:

- a) **Afiș** - mijloc de transmitere a mesajelor publicitare, culturale, comerciale, politice, de instructaj și altele asemenea, imprimat pe suport hârtie sau pe folie sintetică sau altele similare și expus public;
- b) **Aviz** - act tehnic cu caracter obligatoriu, emis de Sectorul 6 al Municipiului București, în urma unei proceduri de analiză a proiectului tehnic și a oportunității urbanistice, pentru amplasarea mijloacelor de publicitate temporară, având structuri fără fundație
- c) **Banner** - suport pentru mesajul publicitar confecționat din folie sintetică, din material textil sau altele similare, în mod obișnuit cu formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice;
- d) **Calcan** - fațadă fără goluri a unei construcții, situată pe limita de proprietate laterală sau posterioară, destinată de regulă să fie acoperită de zidul asemănător al unei clădiri vecine;
- e) **Ecran publicitar** - ecran cu LED-uri, LCD sau altele asemănătoare, pe care se rulează grafică, spoturi și altele asemenea, cu conținut dinamic și de dimensiuni variabile;
- f) **Firmă** - orice inscripție, formă sau imagine atașată unei clădiri, cu referire la un operator economic sau la o activitate care se desfășoară în interiorul clădirii;
- g) **Incintă** - suprafața de teren înconjurată din toate părțile de construcții, de amenajări sau împrejmuiri;
- h) **Indicator publicitar direcțional (panou direcțional)** – înscris, formă ori imagine care indică o direcție, proximitatea unui obiectiv sau a unei clădiri unde se desfășoară o anumită activitate. În aceeași categorie se includ bannerul vertical, caseta luminoasă, tăblița indicatoare, toate de mici dimensiuni, fixate prin prinderi speciale pe clădiri, stâlpi și altele asemenea;
- i) **Mesh** - suport pentru mesajul publicitar confecționat din material sintetic perforat, cum ar fi plasa fină, de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri;
- j) **Mijloace de publicitate** - ansamblu de elemente constructive (suporturi publicitare, mesh-uri, ecrane publicitare) folosite în scopul unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste ori a unui eveniment;
- k) **Panou publicitar mobil** - panou publicitar de dimensiuni reduse, amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate;
- l) **Panou publicitar** - structură provizorie folosită pentru afișarea unui mesaj publicitar;
- m) **Panou tip city light** - panou publicitar de tip casetă luminoasă, de dimensiuni mici și iluminare din interior;
- n) **Panou tip backlit** - panou publicitar cu una/două fețe de expunere cu sistem de întindere a posterelor și iluminare din interior;
- o) **Panou tip unipol** - structură de rezistență care se amplasează pe suport propriu – un singur stâlp de susținere metalic – la o înălțime față de sol mai mare de 5 m;
- p) **TV screen** - panou publicitar electronic pentru transmiterea de mesaje publicitare prin afișarea spotului publicitar în format video;
- q) **Proiect publicitar special** - construcție provizorie atipică, creată special în scopul promovării unui produs, a unui serviciu sau eveniment și care nu are în alcătuirea sa elemente de fundație și/sau structuri publicitare clasice;
- r) **Publicitate** - totalitatea modalităților și instrumentelor specifice utilizate pentru a facilita cunoașterea și aprecierea de către consumatori a anumitor bunuri, produse și servicii sau pentru a informa publicul asupra unor evenimente, a destinației unor spații, lansări de produse,

deschideri de magazine și altele asemenea, precum și orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesionale având ca scop promovarea vânzării de bunuri, produse și servicii, de drepturi și obligații;

- s) **Publicitate luminoasă** - publicitate realizată prin corpuri luminoase, afișe sau panouri luminate printr-o sursă de lumină amplasată astfel încât să asigure iluminarea afișului, panoului ori corpului publicitar;
- t) **Publicitate stradală (outdoor)** - publicitate efectuată în spații deschise, în exteriorul clădirilor;
- u) **Publicitate temporară** - publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestații culturale, sportive, precum și pentru acțiuni de promovare de produse sau activități;
- v) **Reclamă publicitară** - activitate prin care o persoană fizică sau juridică promovează un brand, o marcă comercială, serviciu, informație utilă, activitate, produs, idee, folosind mijloace de promovare cunoscute în scopul de a convinge, a face cunoscut sau a atenționa publicul larg;
- w) **Rooftop** - mijloc de publicitate amplasat pe acoperișul respectiv terasa unei clădiri;
- x) **Steag publicitar** - piesă de stofă, pânză sau material plastic atașată la un suport lance, catarg sau stâlp, purtând culori, embleme, simboluri sau mesaje publicitare;
- y) **Structură de publicitate auto portantă** - cadru suport amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate, pe care sunt dispuse fețe realizate din materiale ușoare de tip mesh, plasă fină, pânză și altele asemenea, pe care se află imprimate reclame și mesaje publicitare;
- z) **Totem** - structură publicitară verticală, luminoasă sau nu, amplasată pe sol, prin intermediul căreia se realizează publicitate sau informare.

CAPITOLUL II

APROBAREA EXECUTĂRII LUCRĂRILOR PENTRU AMPLASAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE

ART. 4 Autorizarea mijloacelor de publicitate

- (1) Aprobarea amplasării, executării lucrărilor, menținerii mijloacelor de publicitate, pe fațadele clădirilor sau ale celor care au un sistem propriu de susținere în raport cu pământul se poate realiza numai în condițiile emiterii autorizației de construire.
- (2) Autorizațiile de construire emise pentru mijloacele de publicitate vor preciza caracterul provizoriu al acestora, precum și durata de autorizare a suportului construcției mijloacelor de publicitate.
- (3) În autorizația de construire se va preciza că mijloacele de publicitate vor fi desființate la data încetării activității sau a valabilității contractului de închiriere/concesiune/comodat (dacă este cazul).
- (4) Autorizația de construire pentru mijloacele de publicitate de tip mesh, amplasate pe schelele montate pe fațadele construcțiilor ori pe elementele de împrejmuire a șantierului, este valabilă pe toată durata existenței organizării de șantier.
- (5) Mesh-ul va acoperi întreaga schelă aferentă unei fațade și se recomandă ca acesta să conțină o singură reclamă.
- (6) Autorizarea executării acestor reclame se va face simultan sau ulterior autorizării organizării de șantier, în aceleași condiții ca și aceasta.
- (7) Durata menținerii reclamei nu va depăși durata existenței organizării de șantier.

- (8) Beneficiarii autorizațiilor de construire pentru amplasarea mijloacelor de publicitate au obligația să o prezinte proprietarului/locatorului.
- (9) Nu se emit autorizații de construire pentru amplasarea de mijloace publicitare pe construcții edificate fără autorizație de construire sau construite cu încălcarea acesteia.
- (10) Pentru cazurile în care legea nu prevede emiterea autorizației de construire, amplasarea mijloacelor de publicitate, se va face cu respectarea procedurii prevăzute pentru obținerea avizului pentru publicitate temporară.

ART. 5 Avizarea mijloacelor de publicitate

- (1) Primarul Sectorului 6 al Municipiului București, la cererea solicitanților, emite Aviz de amplasare a mijloacelor de publicitate temporare pe pământ (fără fundație), în cadrul unor campanii publicitare, activități de promovare sau altele asimilate.
- (2) Avizul pentru amplasarea mijloacelor de publicitate temporară se acordă pentru o perioadă de cel mult 30 zile, perioadă ce poate fi prelungită o singură dată, la cererea solicitantului, pentru o perioadă cel mult egală cu cea aprobată inițial. Cererea pentru prelungire urmează a fi depusă cu 10 zile înainte de expirarea avizului inițial.
- (3) La expirarea perioadei pentru care a fost emis Avizul, solicitantul este obligat să desființeze mijloacele de publicitate temporară și să aducă amplasamentul pe care acestea au fost amplasate la starea inițială.

ART. 6

Documentația necesară pentru obținerea certificatului de urbanism, a autorizației și a avizelor temporare pentru mijloacele de publicitate este stabilită de prevederile din Legea nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții republicată, cu modificările și completările ulterioare, H.C.G.M.B. nr. 488/2018 privind aprobarea regulamentului local pentru autorizarea, construirea și amplasarea mijloacelor de publicitate și Anexele 1, 2 și 3 la prezentul regulament.

ART. 7

(1) La expirarea valabilității autorizației de construire, proprietarul suportului publicitar și cel al imobilului pe care este amplasat acesta, sunt obligați, pe cheltuială proprie, să aducă imobilul la starea inițială.

(2) La expirarea valabilității autorizației de construire pentru mijloacele publicitare autorizate pe domeniul public, acestea vor fi desființate de către proprietarul acestora pe cheltuială proprie. Dacă mijloacele de publicitate nu sunt desființate în termen de 30 de zile ele vor putea fi desființate pe cale administrativă de Sectorul 6 al Municipiului București fără emiterea unei autorizații de desființare, fără sesizarea instanțelor judecătorești și pe cheltuiala contravenientului.

(3) Sistemele de ancoraj ale mijloacelor de publicitate amplasate pe construcții existente vor fi supuse inspecțiilor obligatorii privind urmărirea comportării în timp a construcțiilor pentru care, periodic, dar nu mai puțin de o dată la 2 ani, de către un specialist tehnic atestat ca expert pentru cerința rezistenței mecanice și stabilitate, va întocmi un raport tehnic de inspecție care, prin grija proprietarului, din care să rezulte faptul că menținerea utilizării acestora nu prezintă un grad de pericol public datorat factorilor de risc naturali, fenomene meteorologice periculoase, seisme și altele, care să poată genera consecințe grave: pierderi de vieți omenești, vătămare gravă a integrității corporale ori a sănătății uneia sau mai multor persoane, distrugerea totală sau parțială a unor bunuri ori alte consecințe deosebit de grave.

CAPITOLUL III

REGULI GENERALE PRIVIND AMPLASAREA TUTUROR CATEGORIILOR DE MIJLOACE DE PUBLICITATE

ART. 8

(1) Amplasarea mijloacelor de publicitate se poate face atât pe domeniul public sau privat al statului, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice de pe raza administrativ teritorială a Sectorului 6, cu acordul acestora și cu respectarea prevederilor legale.

(2) Pe întreaga perioadă de valabilitate a autorizării construcției-suport pentru mijloacele de publicitate, indiferent de regimul de proprietate al imobilelor pe care acestea sunt amplasate, proprietarul/deținătorul construcției suport are obligația afișării permanente de materiale de publicitate.

(3) În situația în care proprietarul/deținătorul construcției-suport pentru mijloace de publicitate nu are contracte de publicitate în derulare va afișa materiale privind propria activitate sau materiale privind campanii educaționale, umanitare, sociale, culturale de interes public. Materialul (conținutul informativ) va fi pus la dispoziție de autoritățile publice interesate, proprietarul având obligația de a transmite Sectorului 6 al Municipiului București situația construcțiilor-suport pentru mijloace de publicitate disponibile.

(4) Primarul sau primarul general al municipiului București este obligat să ceară proprietarului mijlocului de publicitate desființarea construcției-suport pentru mijlocul de publicitate, atunci când constată lipsa afișării materialelor publicitare pe o perioadă mai mare de 60 de zile.

(5) Mijloacele de publicitate care se amplasează în zona drumurilor publice se autorizează și se execută cu respectarea prevederilor actelor normative în vigoare privind regimul drumurilor și circulația pe drumurile publice, ale normelor tehnice privind proiectarea, amplasarea construcțiilor, instalațiilor și panourilor publicitare în zona drumurilor, pe poduri, pasaje, viaducte și tuneluri rutiere, precum și ale legislației ce reglementează domeniul public și regimul proprietății.

ART. 9

(1) Este interzisă amplasarea mijloacelor de publicitate în următoarele situații:

- a) pe spațiile verzi așa cum sunt ele definite de Legea nr. 24 din 2007 (*republicată*);
- b) în locuri de joacă sau locurile de odihnă situate în zona blocurilor de locuințe colective;
- c) pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților administrației publice locale și centrale, precum și ale instituțiilor publice, cu excepția afișelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul sediilor;
- d) pe arbori;
- e) pe zona carosabilă a străzilor și a drumurilor, indiferent de categoria acestora;
- f) pe obiecte de artă monumentală și monumentele publice;
- g) pe monumentele istorice sau în zona de protecție a acestora, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii și a mesh-urilor de pe schele amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare;
- h) pe clădirile aflate în stare avansată de deteriorare, în situația în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de rezistență și/sau stabilitate și integritatea elementelor constructive și decorative ale anvelopei clădirii;
- i) în incinta și pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcașurilor de cult, troițelor, scuarurilor, arcurilor și grădinilor publice;

- j) în zonele în care a fost restricționată sau interzisă publicitatea prin regulamentele de publicitate sau de urbanism locale;
- k) în interiorul intersecțiilor și al sensurilor giratorii, în spațiul destinat circulației autovehiculelor și semnalizării rutiere, în zone în care desfășurarea în condiții normale a traficului ar putea fi perturbată;
- l) pe parapetele și/sau pereții pasajelor rutiere subterane și supraterane ori sub poduri;
- m) pe semnele de circulație, inclusiv pe stâlpii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație, pe stâlpii de alimentare cu energie electrică, pe stâlpii de iluminat public, pe stâlpii de susținere a elementelor de transport public, pe stâlpii de telecomunicații sau orice alt tip de stâlpi amplasați în localități sau de-a lungul arterelor de circulație.
- n) în zona de protecție a autostrăzilor, pe benzile metalice de delimitare a sensurilor de circulație a autostrăzilor sau drumurilor naționale expres, precum și pe benzile laterale de protecție a sensurilor de circulație;
- o) pe lucrările de artă care traversează drumul, pe portale cu semnalizare rutieră sau în soluții independente auto portante în traversarea drumului.

(2) Se interzice acoperirea cu orice mijloc de publicitate (inclusiv autocolante) a suprafețelor vitrate ale clădirilor.

(3) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică.

(4) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate care prin formă, conținut, dimensiuni și culori pot fi confundate cu mijloacele de semnalizare rutieră, a indicatoarelor de orientare și informare sau împiedică vizibilitatea acestora.

(5) Se interzice montarea pe trotuare și spații pietonale cu lățimea mai mică de 2,25 m, precum și pe zonele verzi dintre trotuar sau spațiu pietonal și carosabil a panourilor publicitare cu structură proprie și elemente de susținere care necesită fundație.

ART. 10

Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate la o distanță mai mică de 2,00 m față de limita de proprietate a imobilelor sau terenurilor private ale persoanelor fizice și/sau juridice, fără acordul scris al proprietarilor și numai dacă, prin această amplasare, nu se afectează accesul și utilizarea fără îngădire a proprietății și/sau nu se estompează în niciun fel vizibilitatea din și înspre proprietate.

ART. 11

(1) În scopul asigurării siguranței cetățenilor și integrității bunurilor, operatorii de publicitate vor realiza mijloacele publicitare cu materiale și sisteme constructive ce respectă prevederile legale privind calitatea în construcții..

(2) Operatorii de publicitate au obligația să asigure identificarea panourilor publicitare prin inscripționarea acestora cu informații privind denumirea operatorului, codul unic de înregistrare (C.U.I.) a acestuia, numărul autorizației de construire sau al avizului de amplasament în baza cărora au fost amplasate mijloacele de publicitate.

CAPITOLUL V

AUTORIZAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE

REGULI SPECIFICE PENTRU CATEGORIILE DE MIJLOACE DE PUBLICITATE

Secțiunea I - Reguli generale privind amplasarea firmelor

ART. 12

(1) În Sectorul 6 al Municipiului București se permite amplasarea de către agenții economici a firmelor numai la sediul și/sau punctul de lucru declarat conform prevederilor legale.

ART. 13

Condiții tehnice de amplasare a firmelor:

(1) Firmele se amplasează pe fațada spațiului unde își au adresa juridică și/sau adresa subdiviziunilor înregistrate, în locuri special prevăzute sau în locuri unde este posibil din punct de vedere arhitectural și constructiv;

(2) În cazul firmelor dezvoltate pe orizontală, limita de înălțime a firmei nu trebuie să depășească 25% din înălțimea vitrinei. Lățimea este cea a vitrinei și trebuie amplasată în așa fel încât să nu acopere elemente ale clădirii (ferestre, coloane, balcoane, elemente distincte);

(3) Nu se acceptă firme din materiale fără durabilitate (pânză, poliplan, carton), iar pe arterele principale firmele vor fi tip casetă luminoasă sau litere volumetrice. De regulă, lungimea firmei va fi cuprinsă între 33% și 50% din lățimea vitrinei/fațadei;

(4) Pe clădirile de locuit care au două sau mai multe spații comerciale sau cu altă destinație, situate la parter sau mezanin, firmele se vor amplasa în mod unitar prin adoptarea unor soluții armonizate pentru toate spațiile;

(5) Firmele agenților economici ce desfășoară activități economice într-un apartament de bloc situat la etajele superioare ale imobilului se pot amplasa, numai cu acordul proprietarilor/Asociației de proprietari, în mod unitar prin adoptarea unor soluții armonizate la parter în locuri special prevăzute (panou cu numele firmei, etajul, nr. apartamentului sau orice alt detaliu necesar);

(6) Firmele în consolă se amplasează la o înălțime minimă de 2,50 m de la nivelul trotuarului. Față de planul vertical al fațadei, firmele vor putea ieși în consolă maximum 1,20 m, dar păstrând o distanță de minimum 1,00 m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de limita interioară a plantației de aliniament;

(7) Dimensiunea maximă acceptată a firmelor ce ies în consolă este de 70 cm x 70 cm;

(8) Grosimea firmelor poziționate paralel cu fațada la nivelul parterului/mezaninului, nu va fi mai mare de 0,25 m;

(9) Copertinele pe care se inscripționează o firmă vor fi amplasate/ridicate de la nivelul trotuarului minim 2,50 m și vor ieși din planul fațadei maxim 1,50 m, dar păstrând o distanță de minim 1,00 m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de limita interioară a plantației de aliniament;

(10) Firmele luminate pot fi amplasate doar paralel cu fațada imobilului și vor fi amplasate la minimum 3 m de la nivelul solului. Iluminarea firmelor se va face cu becuri de tip LED;

(11) Firmele luminate și cele luminoase amplasate la mai puțin de 30 m de semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora și lumină intermitentă.

ART. 14

Metodologia de autorizare a firmelor

(1) Amplasarea firmelor se face după obținerea Autorizației de construire în conformitate cu etaj prevederile Legii nr. 50 din 29.07.1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții republicată cu modificările și completările ulterioare, ale H.C.G.M.B. nr. 488 din 23.08.2018 privind aprobarea regulamentului local pentru autorizarea, construirea și amplasarea mijloacelor de publicitate și ale prezentului regulament.

(2) Este interzisă inscripționarea cu autocolant a firmelor pe uși de acces, pe pereții clădirii, cutii poștale exterioare.

(3) Inscripționarea pe vitrină nu poate ocupa mai mult de 25% din suprafața vitrinei. Inscripționarea se face cu autocolant alb pentru: afișarea orarului, lângă intrare, denumire, promoții temporare (maximum 30 de zile).

(4) Este interzis să se folosească fotografiile de produse în exterior, lipite pe vitrină.

(5) Este interzisă decorarea pe partea inferioară a fațadei clădirii.

(6) Firmele publicitare trebuie să respecte următoarele principii:

- a) Ierarhie a dimensiunilor pentru firmele publicitare - se acceptă doar un element grafic mare (denumirea firmei) și unul sau mai multe elemente grafice mici (descriptor afacere, slogan, contact, produse sau servicii)
- b) Spațiul liber, neocupat de elementele grafice de minim 30% din suprafața firmei
- c) Margini libere neocupate de elemente grafice de 1/6 din înălțimea firmei
- d) Inscripționarea cu descriptorul afacerii, sloganul, contact, produse și/sau servicii va avea maxim 1/3 din înălțimea denumirii firmei. Se acceptă trecute pe firmă maxim 7 produse și/sau servicii, slogan și date de contact. Se acceptă imagini de tip siluetă/icon.

(7) Culorile firmei: se impune folosirea culorii alb pentru text, în combinație cu culoarea de brand pentru fundal. Opțional, o culoare secundară pentru accente.

(8) Pentru firmele ce sunt sponsorizate se folosește culoarea de brand proprie sau o culoare neutră, iar logo-ul sponsorului în alb. Este interzisă folosirea de fotografii.

(9) Tipografie:

- a) Se acceptă doar diacritice scrise corect;
- b) Nu se acceptă degradeuri și litere conturate;
- c) Nu se acceptă inscripționări ce folosesc doar litere cu majuscule scrise cursiv și înclinate (italic), care sunt greu de citit;
- d) Nu se deformează literele pentru a umple spațiile.

(10) Text și fonturi:

- a) Se acceptă maxim două tipuri de literă (fonturi) și nu se acceptă combinarea celor două tipuri de fonturi în același cuvânt;
- b) Nu se acceptă fonturile deformate.

(11) Nu se admite realizarea de socluri aparente, amplasate deasupra solului; realizarea elementelor de fundare necesare asigurării stabilității reclamei publicitare se vor executa îngropat până la nivelul solului.

(12) Panourile publicitare tip ecran TV se pot exploata în următoarele condiții:

- a) Spoturile publicitare difuzate nu vor conține culori și forme specifice semnalizării rutiere.
- b) Nu este permisă dotarea panourilor tip ecran TV cu echipamente audio.
- c) Pe perioada nocturnă, intensitatea luminoasă a panoului să fie redusă la 35% din intensitatea luminoasă utilizată pe timpul zilei.

Secțiunea II - Reguli generale privind amplasarea sistemelor de publicitate pe construcții și pe sol

ART. 15

(1) Reclama pe construcții poate fi realizată prin următoarele sisteme publicitare:

- I) panouri publicitare;
- II) ecrane publicitare;
- III) mesh-uri.

(2) Sistemele publicitare menționate la alin. (1) se pot amplasa pe:

- a) calcanele construcțiilor;
- b) fațadele construcțiilor fără să obtureze ferestrele ce asigură iluminatul încăperilor și/sau balcoanele/logiile acestora.

(3) Se pot amplasa mesh-uri pe fațadele clădirilor de locuit, ale clădirilor cu funcțiuni comerciale și de birouri, dar numai cu acordul proprietarilor clădirilor/Asociației de proprietari respective în zona calcanelor sau a zidăriei fără goluri.

(4) Panourile publicitare amplasate pe fațadele clădirilor nu vor depăși limitele acestora.

(5) Panourile publicitare și publicitatea luminoasă pot fi amplasate pe fațadele sau pe terasele construcțiilor astfel încât sistemele lor de prindere să nu constituie o sursă de accidente și să nu afecteze structura de rezistență și funcționarea optimă a clădirilor.

(6) Ecranele publicitare vor fi dotate cu sisteme care să permită modificarea intensității luminilor, astfel încât prin intensitatea luminii și frecvența succedării imaginilor derulate, să nu existe riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate în acest sens fiind obligatoriu avizul emis de poliția rutieră.

(7) Proprietarii ecranelor publicitare au obligația transmiterii de informații de interes public și local, precum și informații de interes pentru populație în cazul unor situații de urgență.

(8) Conținutul și modul de transmitere a informațiilor vor fi stabilite prin protocol încheiat între proprietarii ecranelor publicitare și autoritățile administrației publice locale, respectiv alte instituții publice.

(9) Pe o construcție va putea fi amplasat, în afară de firme, doar un singur sistem publicitar, pe fiecare fațadă și un singur sistem publicitar pe terasa imobilului în cauză. Amplasarea se va realiza numai cu acordul proprietarilor imobilului/Asociației de proprietari.

(10) În cazul clădirilor de locuințe colective cu mai multe scări, prevederile alin. (9) se aplică independent fiecărei scări în parte.

(11) Construcțiile cu funcțiunea de birouri și galerie sau centre comerciale tip mall sunt exceptate de la prevederile art. (9).

(12) Conținutul reclamelor nu va contraveni normelor de estetică, civilizație, decență și bun gust.

(13) Pe fațada spațiilor comerciale de la parterul construcțiilor se pot amplasa, alături de firme, și sisteme publicitare de tipul celor prevăzute la alin. (1) pe care se poate desfășura activitate de publicitate dacă reclama are o conexiune strictă cu activitatea desfășurată în acel spațiu. Reclama amplasată pe fațada unui spațiu comercial de la parterul construcției va fi tratată diferențiat față de firmă prin culoare, formă și dimensiuni și poate fi amplasată în condițiile stabilite prin autorizația de construire.

(14) Sistemele publicitare se vor amplasa astfel încât sistemele lor de prindere să nu constituie o sursă de accidente, să nu împiedice funcționalitatea construcțiilor și a elementelor acestora, să nu afecteze structura de rezistență a clădirilor.

(15) Suprafața maximă admisă a panoului publicitar nu va depăși 50 mp și se recomandă să fie iluminat. Reflectoarele se vor amplasa astfel încât să asigure iluminare uniformă, astfel încât să nu afecteze traficul auto și pietonal, precum și confortul locatarilor imobilului, fiind mascate de elemente ale construcției sau reclamei. Distanța dintre partea cea mai coborâtă a reflectoarelor și nivelul trotuarului sau a terenului, după caz, va fi de minim 3,00 m.

(16) Sistemele publicitare amplasate pe terasele imobilelor vor avea următoarele înălțimi:

- maxim 3,00 m dacă fațada construcției suport are înălțimea mai mică de 15 m;
- maxim 1/5 din înălțimea fațadei, dar nu mai mult de 6,00 m în cazul construcțiilor mai înalte de 15 m.

ART. 16

(1) Panourile publicitare amplasate la sol vor fi montate astfel încât să nu împiedice circulația rutieră și/sau pietonală, ori accesul pietonal și/sau al autovehiculelor de intervenție pe proprietăți.

(2) Ecranele publicitare amplasate pe sol trebuie să respecte condițiile tehnice referitoare la luminozitate și la frecvența succedării imaginilor derulate pentru a nu exista riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate, fiind necesar avizul poliției rutiere și respectarea condițiilor tehnice astfel încât sistemul de prindere să nu constituie surse de accidente.

(3) Panourile publicitare, vor fi amplasate astfel încât fundația cât și proiecția la sol a acestora să fie în totalitate în interiorul proprietății.

(4) Nu este permisă fragmentarea unui panou publicitar.

ART. 17

(1) Panourile de mici dimensiuni, respectiv cu suprafața maximă de 2,20 mp per față se amplasează la o distanță de cel puțin 25,00 m pe sens între panouri.

(2) Panourile de mari dimensiuni, respectiv cu suprafața maximă de 36,00 mp, se amplasează la o distanță de cel puțin 40,00 m în pe sens între panouri (succesiune/cascade pe sens de panouri).

(3) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1) și (2) mijloacele de publicitate amplasate în interiorul incintelor centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale, astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare.

(4) Realizarea elementelor de fundare/ancorare necesare asigurării stabilității panoului de reclamă și publicitare se execută obligatoriu îngropat, respectiv sub cota suprafeței solului/trotuarului.

ART. 18

(1) Sistemele publicitare care sunt permise în vederea efectuării reclamei prin sisteme amplasate la sol pe domeniul public sau privat al Sectorului 6 al Municipiului București, cât și pe terenurile aflate în proprietatea persoanelor fizice sau juridice se clasifică după cum urmează:

- panouri publicitare pe suport propriu de tip citylight, tip backlight, tip unipol, tip TV screen;
- totem-uri;
- stații S.T.B. ce înglobează suprafețe destinate efectuării de reclamă;
- proiecte publicitare speciale;
- ansambluri de panouri.

(2) Dimensionarea și amplasarea sistemelor publicitare se va face cu respectarea condițiilor impuse de O.G. nr. 43/1997, republicată, privind regimul drumurilor, a O.U.G. nr. 195/2002 privind circulația pe drumurile publice și a Ordinului ministrului nr. 1170/2018.

ART. 19

(1) Se interzice:

- amplasarea de panouri publicitare cu lumină dinamică la distanța mai mică de 50 m de intersecții, fie semaforizate, fie nesemaforizate calculată de la intrarea, respectiv ieșirea din intersecție;
- amplasarea sistemelor publicitare luminoase care pot tulbura liniștea și ordinea publică și siguranța circulației.
- amplasarea sistemelor publicitare în zone destinate recreerii și a locurilor de joacă amenajate în acest sens, în cazuri de excepție fiind necesară întocmirea unui studiu de impact avizat și aprobat în condițiile legii;
- amplasarea panourilor publicitare în localitate la o distanță mai mică de 150 m, calculată de la intrarea respectiv ieșirea din intersecție;
- obturarea vizibilității indicatoarelor rutiere.

(2) Amplasarea sistemelor publicitare se va face cu protejarea:

- spațiilor verzi;
- arborilor de aliniament stradal;
- vegetației dendro-floricole existente.

(3) În cazul sistemelor publicitare iluminate alimentarea cu energie electrică se va face doar cu fir postat subteran, fiind interzise cablajele aeriene de la stâlpii de iluminat public.

Metodologia de autorizare a sistemelor publicitare amplasate la sol pe domeniu public, privat și pe construcții.

ART. 20

(1) Închirierea, concesiunea sau asocierea în participațiune a amplasamentelor aparținând domeniului public al municipiului către operatorii de publicitate se va face numai prin licitație publică organizată pe grupe de amplasamente, astfel încât să se acopere întreg arealul Sectorului 6 al Municipiului București. În acest sens la întocmirea caietului de sarcini, serviciul de specialitate va avea în vedere gruparea amplasamentelor pe străzi, cartiere, etc., astfel încât pe anumite zone să se dezvolte activități de reclamă și publicitate cu o linie de prezentare uniformă.

(2) Verificarea construcției cu privire la respectarea cerințelor esențiale de calitate se realizează prin re-expertizare tehnică, la fiecare 10 ani de la data emiterii autorizației de construire pentru amplasarea structurii publicitare, sau ca urmare a acțiunilor factorilor de risc naturali/antropici asupra construcției/elementului constructiv care susține structura publicitară.

(3) Administrația comercială a Sectorului 6 al Municipiului București va întocmi situația panourilor amplasate conform prevederilor regulamentului.

Secțiunea III - Reguli generale privind amplasarea bannerelor și steagurilor publicitare

ART. 21

(1) Amplasarea bannerelor pe raza Sectorului 6 al Municipiului București este interzisă.

(2) Steagurile publicitare (cu ocazia diverselor evenimente sau manifestații) montate pe catarge sau pe stâlpi, la înălțimea minimă de 2,50 m de la cota terenului amenajat, se amplasează numai în locuri în care nu împiedică vizibilitatea semnelor de circulație rutiere.

(3) Pe un catarg sau stâlp se pot amplasa maximum două steaguri obligatoriu la aceeași înălțime față de sol, de aceeași dimensiune și montate echilibrat pe ambele laturi ale catargului/stâlpului, în același plan. Durata de menținere a steagurilor publicitare va fi de maximum 90 de zile calendaristice, cu posibilitatea prelungirii acestei perioade cu încă o perioadă de 90 de zile.

(4) Amplasarea steagurilor publicitare se face în baza avizului de publicitate temporară emis de Sectorul 6 al Municipiului București.

(5) Sunt exceptate de la prevederile alin. (2) și (3) steagurile publicitare amplasate în incintele centrelor comerciale, supermagazinelor, hiper-magazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare, cu condiția să nu afecteze vizibilitatea circulației rutiere.

Secțiunea IV - Reguli generale privind amplasarea afișelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate

ART. 22

(1) În vederea asigurării eficienței informării a cetățenilor, a libertății de expresie și esteticii urbane, autoritățile administrației publice locale au obligația de a instala în amplasamente cu vizibilitate, în condițiile prezentului regulament, panouri speciale destinate afișelor publicitare pentru spectacole publice, teatre, concerte și altele asemenea și a anunțurilor de mică publicitate.

(2) Panourile prevăzute la alin. (1) vor fi curățate în vederea actualizării anunțurilor cu periodicitate.

(3) Este interzisă amplasarea de afișe publicitare prin aplicarea lor directă pe orice suprafață neamenajată în scop publicitar sau care să acopere alte afișe publicitare deja existente, postate anterior, aflate în perioada de valabilitate, care fac publicitate unor evenimente/acțiuni/campanii aflate în derulare sau care urmează să se deruleze.

(4) Amplasarea afișelor, distribuirea de mostre și tipărituri flyere, etc. prin intermediul difuzorilor volanți sau din aparate de zbor, se vor putea face doar în condițiile prevăzute de H.C.G.M.B. nr. 488/2018.

Secțiunea V - Reguli generale privind publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale

ART. 23

(1) Orice persoană fizică sau juridică poate beneficia de dreptul la publicitate temporară, în condițiile prezentului regulament, a contractelor pe care administrația publică locală le are în derulare și a hotărârilor de Consiliul Local al Sectorului 6 al Municipiului București.

(2) Emiterea avizului pentru publicitate temporară, pe domeniul public sau privat al statului administrat de Administrația Comercială Sector 6, se va face pe baza acordului emis de aceasta.

(3) În situația în care la încheierea perioadei de valabilitate a acordului pentru publicitate temporară, există mai multe solicitări de amplasare de mijloace de publicitate temporară, Administrația Comercială Sector 6 va atribui amplasamentul primei solicitări primite în ordine cronologică.

(4) În cazul solicitării schimbării locațiilor în alte amplasamente decât cele solicitate inițial, se va obține un nou aviz pentru publicitatea temporară în conformitate cu prevederile prezentului regulament.

(5) Executarea și amplasarea structurilor publicitare auto-portante și proiectelor publicitare speciale se face în baza unei documentații tehnice întocmite de un arhitect cu drept de semnătură.

CAPITOLUL VI

Condiții generale

ART. 24

(1) Conținutul materialelor publicitare și a mesajelor publicitare transmise de orice formă de firmă și reclamă, oricare ar fi mijlocul de comunicare ce face posibil transferul informației, se va încadra în prevederile Legii nr. 148/26.06.2000 privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare și a Legii nr. 457/2004 - privind publicitatea și sponsorizarea pentru produsele din tutun.

(2) Operatorii de publicitate ce dețin sisteme publicitare au obligația de a menține amenajate în permanență suprafețele de afișaj ale sistemelor publicitare amplasate la sol și pe clădiri pe raza administrativ-teritorială a Sectorului 6 al Municipiului București.

(3) În perioada în care nu există contract de publicitate, operatorii de publicitate vor amenaja obligatoriu suprafețele de expunere cu materiale cu conținut informativ privind campanii educaționale, umanitare, sociale, culturale de interes public, materiale ce se vor realiza de către operatorii de publicitate prin efort propriu, conținutul informativ al acestora urmând a fi pus la dispoziție de către Sectorul 6 al Municipiului București.

(4) Se interzice aplicarea (inscripționarea) firmelor, reclamelor și textelor publicitare direct pe împrejmuiri, zidurile imobilelor, stâlpilor de orice fel sau trotuarelor prin diverse metode grafice. Se interzice reclama realizată cu materiale autocolante pe geamul vitrinelor, spațiilor cu altă destinație și a locuințelor.

(5) Nu se eliberează autorizație de construire pentru amplasarea de firme și sisteme publicitare pe construcții neautorizate.

(6) Pentru activitatea de reclamă, publicitate și afișaj desfășurată atât pe domeniul public al Sectorului 6 al Municipiului București, cât și pe cel privat, beneficiarii reclamei vor plăti taxa de reclamă și publicitate către bugetul local. În acest sens operatorii de publicitate vor depune lunar la Direcția Generală Impozite și Taxe Sector 6 situația lunară a contractelor de reclamă și publicitate, analitic pe fiecare sistem publicitar și perioadă, cu precizarea sumelor ce constituie baza de calcul a taxei de reclamă și publicitate (vor prezenta toată informația despre proprietar, chiriaș, subchiriași, deținători).

(7) Taxa de reclamă și publicitate și taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate nu se aplică instituțiilor publice, cu excepția cazurilor când acestea fac reclamă unor activități comerciale, aflate în afara interesului public.

(8) Taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate nu se datorează pentru afișele, panourile sau alte mijloace de reclamă și publicitate amplasate în interiorul clădirilor și fără vedere directă din exteriorul incintei.

(9) Taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate nu se aplică pentru panourile de identificare a instalațiilor energetice, marcaje de avertizare sau marcaje de circulație precum și alte panouri conținând informații de utilitate publică și educaționale.

(10) În funcție de interesul public local, la solicitarea autorităților administrației publice locale, în termen de 72 de ore de la notificare, proprietarul sistemului publicitar amplasat pe domeniul public sau privat al statului sau al Municipiului București este obligat să elibereze și să predea terenul liber de orice sarcini.

(11) Firmele de publicitate au obligația de a lipi la vedere pe orice sistem de publicitate, autocolant cuprinzând date de identificare a titularului precum și numărul autorizației de construire sau al avizului de publicitate temporară.

(12) În Sectorul 6 al Municipiului București publicitatea de marcă se face numai cu aprobarea autorităților administrației publice locale, iar reclama în folos propriu la locul desfășurării activității - se face în condițiile prezentului regulament.

(13) Materialele din care se vor executa sistemele publicitare vor fi de bună calitate, rezistente la intemperii și vor avea un aspect estetic care nu va afecta imaginea urbană a zonei în care sunt amplasate.

(14) Proprietarii sistemelor publicitare au obligația întreținerii și menținerii acestora într-o stare estetică bună, readucerea amplasamentului și mediului înconjurător la starea inițială, inclusiv înierbare sau asfaltare pentru mijloacele de publicitate amplasate la nivelul solului precum și obligația asigurării reglajelor și bunei funcționări a ceasurilor digitale, acolo unde este cazul.

(15) Este interzisă amplasarea pe raza administrativ-teritorială a Sectorului 6 al Municipiului București a oricărui tip de sistem publicitar în scopul promovării/denigrării, publicității unor oameni și/sau partide politice, inclusive prin mijloace de reclamă sonoră, cu excepția cazurilor reglementate prin lege.

CAPITOLUL VII

DISPOZIȚII FINALE

ART.25

(1) Proprietarii de mijloace de publicitate autorizate conform legii au obligația să ia măsurile necesare ca acestea să se încadreze în prevederile prezentului regulament, până la data de 31.12.2023.

(2) În vederea respectării prevederilor alin. (1) se permite modificarea graficii mijloacelor de publicitate existente fără obținerea unei noi autorizații de construire. Orice alte modificări (dimensiuni, gabarit, poziție etc.) se vor face doar în baza unei noi autorizații de construire.

(3) Nerespectarea prevederilor prezentului regulament se sancționează conform prevederilor legislației în vigoare și a H.C.G.M.B. nr. 488/2018.

(4) Actele necesare pentru obținerea certificatului de urbanism și a autorizației de construire pentru mijloacele de publicitate, precum și cele necesare pentru obținerea avizului de publicitate temporară se regăsesc în Anexele nr. 1, nr. 2 și nr. 3, care fac parte integrantă din prezentul regulament.

(5) Cererea-tip pentru obținerea avizului de publicitate temporară se regăsește în Anexa nr. 4, care face parte integrantă din prezentul regulament.

PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ,

Lucian Dubălaru

**ACTELE NECESARE PENTRU SOLICITAREA CERTIFICATULUI DE URBANISM PENTRU
AMPLASAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE**

1. Cerere tip – datată/semnată și împuternicire (dacă este cazul)
2. Elemente de identificare a solicitantului (B.I., C.I., Pașaport, C.U.I. + împuternicire);
3. Elementele de identificare a imobilului pentru care se solicită emiterea certificatului de urbanism respectiv adresa completă, număr cadastral și număr de carte funciară (copie act de proprietate/închiriere a imobilului, extras de carte funciară la zi);
4. Extras de plan cadastral, scara 1:500 și scara 1:2000, actualizate (eliberate de O.C.P.I. București pentru anul în curs), în câte 2 (două) exemplare, cu figurarea amplasamentului solicitat;
5. Memoriu tehnic întocmit de persoană autorizată (arhitect cu drept de semnătură) care să cuprindă:
 - a. grafica panoului, color în 2 (două) exemplare;
 - b. poze cu imobilul, înainte și după amplasarea panoului, reclamei, color în 2 (două) exemplare;
 - c. detalii tehnice de: amplasare, ancorare, materiale folosite, cote de gabarit și sistem de prindere
6. Documentul de plată a taxei pentru emiterea autorizației de construire, în copie - (chitanță eliberată de casieria Biroului Unic din cadrul Primăriei Sectorului 6 sau O.P.).

PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ,

Lucian Dubălaru

**ACTELE NECESARE PENTRU SOLICITAREA AUTORIZAȚIEI DE CONSTRUIRE PENTRU
AMPLASAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE**

1. Cerere tip, datată/semnată și împuternicire (dacă este cazul);
2. Certificatul de urbanism, în copie;
3. Elemente de identificare a solicitantului (B.I., C.I., Pașaport, C.U.I. + împuternicire);
4. Elementele de identificare a imobilului pentru care se solicită emiterea certificatului de urbanism respectiv adresa completă, număr cadastral și număr de carte funciară (copie act de proprietate/închiriere a imobilului, extras de carte funciară la zi;
5. Extras de plan cadastral, scara 1:500 și scara 1:2000, actualizate (eliberate de O.C.P.I.B. pentru anul în curs), în câte 2 (două) exemplare, cu figurarea amplasamentului solicitat;
6. Certificat de atestare fiscală eliberat de D.G.I.T.L. Sector 6, actualizat la zi;
7. Avizele și acordurile stabilite prin certificatul de urbanism, punctul de vedere al autorității competente pentru protecția mediului și, după caz, actul administrativ al acesteia;
8. Avizul de conformitate;
9. Documentul de plată a taxei de eliberare a Autorizației de Construire, în copie;
10. Documentația tehnică – D.T. – proiecte de arhitectură, rezistență, expertiza tehnică, studiu geotehnic (după caz), întocmite conform legislației în vigoare – 2 exemplare în original;
11. Devizul general al lucrării;
12. Dovada eliberată de O.A.R. pentru înregistrarea proiectului;
13. Documentul de plată a taxei de timbru de arhitectură (se plătește în contul transmis de arhitect), în copie;
14. Documentul de plată a taxei pentru emiterea autorizației de construire, în copie - (chitanță eliberată de casieria Biroului Unic din cadrul Primăriei Sectorului 6 sau O.P.).

PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ,

Lucian Dubălaru

ACTELE NECESARE PENTRU SOLICITAREA AVIZULUI DE PUBLICITATE TEMPORARĂ

1. Cerere tip – datată/semnată și împuternicire (dacă este cazul)
2. Elemente de identificare a solicitantului (B.I., C.I., Pașaport, C.U.I. + împuternicire);
3. Elementele de identificare a imobilului pentru care se solicită emiterea certificatului de urbanism respectiv adresa completă, număr cadastral și număr de carte funciară (copie act de proprietate/închiriere a imobilului, extras de carte funciară la zi);
4. Extras de plan cadastral, scara 1:500 și scara 1:2000, actualizate (eliberate de O.C.P.I.B. pentru anul în curs), în câte 2 (două) exemplare, cu figurarea amplasamentului solicitat;
5. Memoriu tehnic întocmit de persoană autorizată (arhitect cu drept de semnătură) care să cuprindă:
 - a. grafica panoului, color în 2 (două) exemplare;
 - b. poze cu imobilul, înainte și după amplasarea panoului, reclamei, color în 2 (două) exemplare;
 - c. detalii tehnice de: amplasare, ancorare, materiale folosite, cote de gabarit și sistem de prindere
6. Documentul de plată a taxei pentru emiterea autorizației de construire, în copie - (chitanță eliberată de casieria Biroului Unic din cadrul Primăriei Sectorului 6 sau O.P.).

PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ,

Lucian Dubălaru

Către,

PRIMARUL SECTORULUI 6 AL MUNICIPIULUI BUCUREȘTI

C E R E R E
PENTRU EMITEREA AVIZULUI DE PUBLICITATE TEMPORARĂ

Subsemnatul ⁽¹⁾ _____, CNP | | | | | | | | | | | | | | | |
domiciliul ⁽²⁾ _____ municipiul _____
cu _____ în județul _____ orașul _____
sediul _____ comuna _____
satul _____ sectorul _____ cod poștal _____ strada _____
nr. _____ bl. _____ sc. _____ et. _____ ap. _____ telefon / fax _____ e-mail _____
în calitate de/reprezentant al _____ C.U.I. _____

în conformitate cu prevederile *Legii nr. 50/1991, privind autorizarea executării lucrărilor de construcții*, republicată, cu modificările și completările ulterioare, solicit emiterea **AVIZULUI DE PUBLICITATE TEMPORARĂ ÎN SCOPUL ^{**}**:

Pentru imobilul teren și/sau construcții - situat în municipiul București, sectorul 6, cod poștal _____
strada _____, nr. _____, bl. _____, sc. _____, et. _____, ap. _____
sau identificat prin ⁽³⁾ _____

În sprijinul identificării imobilului anexez:

- planul cadastral/topografic actualizat la zi, scara 1: _____, precum și extrasul de carte funciară pentru informare, eliberate de OCP(4);
- _____
- alte documente ⁽⁵⁾ _____
- _____

Suprafața terenului și/sau construcției pentru care solicit certificatul de urbanism este de _____ m²

Data _____

SEMNĂTURA ⁽⁶⁾

L.S.

^{**}) Se introduce « X » în casetă și se anulează ce nu corespunde

^{***}) Se face precizarea, după caz

P R E C I Z Ă R I
privind completarea formularului

”CERERE
PENTRU EMITEREA AVIZULUI DE PUBLICITATE TEMPORARĂ”

- 1) Numele și prenumele solicitantului:**
 - persoană fizică sau
 - reprezentant al firmei (persoană juridică), cu precizarea denumirii acesteia, precum și a calității solicitantului în cadrul firmei.
- 2) Domiciliul/sediul firmei:**
 - Pentru persoană fizică**
 - se completează cu date privind domiciliul acesteia;
 - Pentru persoană juridică**
 - se completează cu date privind sediul social al firmei.
- 3) Alte elemente de identificare**

În situația în care amplasamentul imobilului nu este evidențiat în planurile cadastrale sau topografice ale localității/teritoriului administrativ la scările 1:500, 1:2000 sau 1:10.000, după caz) aflate în gestiunea oficiului de cadastru și publicitate imobiliară teritorial, pentru identificarea imobilului solicitantului va putea prezenta, după caz, informații privind:

 - localitate, număr cadastral și număr de carte funciară, în cazul în care legea nu dispune altfel, sau
 - elemente de reper, general cunoscute, sau
 - numărul de ordine și suprafața de teren înscrise în Registrul agricol, sau
 - plan de situație extras din cadrul unor studii și/sau planuri urbanistice elaborate anterior în zonă.
- 4) Planuri cadastrale/topografice, cu evidențierea imobilelor în cauză, astfel:**
 - pentru imobilele neînscrise în evidențele de cadastru și publicitate imobiliară: Plan de încadrare în zonă, la una din scările 1:10.000, 1:5.000, 1:2.000, 1:1.000, 1:500, după caz, eliberat, la cerere, de către oficiul de cadastru și publicitate imobiliară;
 - pentru imobilele înscrise în evidențele de cadastru și publicitate imobiliară: Extras din planul cadastral de pe orto-fotoplan și extrasul de carte funciară pentru informare actualizat la zi, eliberate, la cerere, de către oficiul de cadastru și publicitate imobiliară.
- 5) Alte documente:**
 - memoriu tehnic
 - grafica mijlocului de publicitate (2 exemplare)
 - poze cu imobilul înainte și după amplasarea mijlocului de publicitate (2 exemplare)
 - detalii tehnice de amplasare, ancorare, materiale folosite, cote de gabarit și sistem de prindere
- 6) La rubrica «Semnătura»:**
 - se va înscrie și în clar numele solicitantului: persoană fizică sau reprezentant al persoanei juridice.

PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ,

Lucian Dubălaru



Administrația
Comercială a
Sectorului 6

ANEXA NR. 2
la H.C.L. al Sectorului 6 nr. 53/28.03.2023

Ghid de publicitate comercială în Sectorul 6 al Municipiului București



v. Mobil 1.0

mai 2022

De ce un Ghid?

Acest Ghid este un document complementar Regulamentului de Publicitate, Reclamă și Afișaj și este destinat comercianților și producătorilor de materiale publicitare, pentru a-i susține în crearea unor firme de calitate, care să facă mai atractive activitățile comerciale din Sectorul 6.

Probleme actuale



- 1. Dimensiuni exagerate**
- 2. Exces de informații**
- 3. Grafică neglijentă**

Fațadele clădirilor din Sectorul 6 sunt încărcate cu firme prea mari, agresive și înghesuite, care aduc un deserviciu aspectului spațiilor comerciale și creează o imagine inestetică a străzilor.

1. Dimensiuni exagerate

Firme excesiv de înalte și elemente grafice prea mari, datorită tendinței de a umple tot spațiul disponibil.

O firmă de dimensiuni moderate, bine concepută și respectuoasă cu spațiul public, este mai atrăgătoare decât o firmă prea mare, apăsătoare, abuzivă.



✘ Firme a căror înălțime, în raport cu vitrina, este exagerată.



✘ Firme țipătoare, care obturează vitrina.



✘ Elemente grafice prea mari, inevitabil înghesuite.



✘ Logo, denumire exagerat de mare, vitrină acoperită cu fotografii.



✘ Mesh pe întreaga fațadă, folosind culori agresive și litere distorsionate.

București în 1874

✓ Firme suficient de mari.



Alex Galmeanu / www.muzeuldefotografie.ro

București în anii '60

✓ Litere volumetrice și inscripționare pe vitrine.



2. Exces de informații

Cantități supărător de mari, imposibil de reținut, de texte și fotografii.



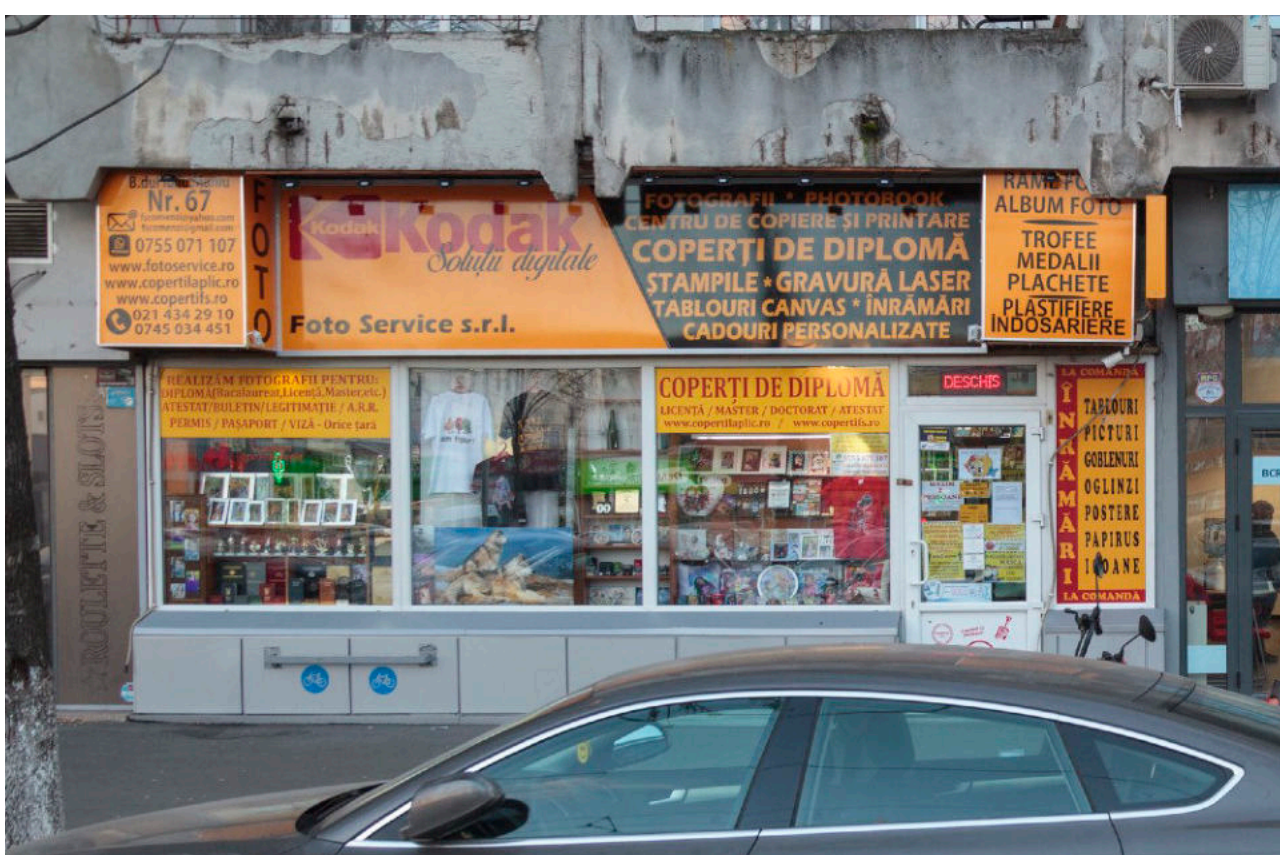
✘ Exces de text, aspect și culori stridente.



✘ Texte repetitive și fotografii.



✘ Acoperire totală a vitrinei cu colaje de fotografii.



✘ Exces de informații înghesuite și zgomotoase.



✘ Aspect țișător, competiție exagerată pentru atenție.



Piața Crângași

✘ Aspect zgomotos și neglijent.



Oxford Street, Londra

✔ Fațade aerisite, compoziții simple, litere volumetrice, copertine.

3. Grafică neglijentă

Lipsa de grijă în conceperea firmei și stridența vizuală sunt piedici în comunicarea clară și atractivă a afacerii dumneavoastră.

Apelați la o companie specializată în design grafic sau urmați regulile din acest Ghid pentru a obține o firmă de calitate.



✗ Litere distorsionate, poziționate neglijent.



✗ Litere distorsionate și înghesuite. Culori neliniștite și agresive.



✗ Dimensiunile mari nu pot compensa calitatea grafică modestă.



✗ Elemente grafice supradimensionate, în culori stridente.



✗ Grafică fragmentată și exces de informații.

București în anii '50



✓ Litere volumetrice,
inscripționare pe vitrine.

București în anii '60



✓ Firme simple și clare.

Reguli de concepere a firmei

O firmă este o inscripție așezată deasupra intrării unui magazin, pe care este indicată denumirea și destinația acestuia. Este o parte importantă a imaginii de brand, influențând percepția de către public a afacerii dumneavoastră.

Grafica trebuie să fie simplă dar expresivă, ușor de citit, înțeles și memorat.

Rețineți

Pe clădirile având spații comerciale situate la parter sau mezanin, firmele se vor amplasa în mod unitar prin adoptarea unor soluții armonizate pentru toate spațiile.

Publicitatea nu va obtura ferestrele care asigură iluminatul încăperilor și terasele clădirilor.

Pe timp de noapte, intensitatea luminoasă a mijloacelor publicitare va fi redusă cu 35%.

Firmele luminoase amplasate la mai puțin de 30 m de semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora și lumina intermitentă.

Litere volumetrice

Pe arterele principale firmele vor fi tip casetă iluminată sau litere volumetrice.

Blocul literelor volumetrice cu denumirea firmei nu vor depăși 50% din lățimea vitrinei.



✓ Litere aplicate pe fațadă.



✓ Litere volumetrice cu fața luminoasă.



✓ Litere volumetrice iluminate integral.



✓ Logo și litere volumetrice din metal.



✓ Litere volumetrice tip halou.



✓ Litere volumetrice, iluminate pe muchie.

Firmă pe suport rigid

Nu se acceptă firme din materiale fără durabilitate (pânză, poliplan, carton).

Iluminarea se va face cu becuri economice, tip LED.

Grosimea firmelor poziționate paralel cu fațada este de maxim 25 cm.

Firmele luminoase vor fi amplasate la minimum 3 metri de la nivelul solului.



✓ Iluminare din exterior, o soluție simplă și necostisitoare. Recomandăm finisaj satinat (nu lucios) al suprafeței.



✓ Litere decupate, iluminate din spate. Atrag atenția asupra denumirii.



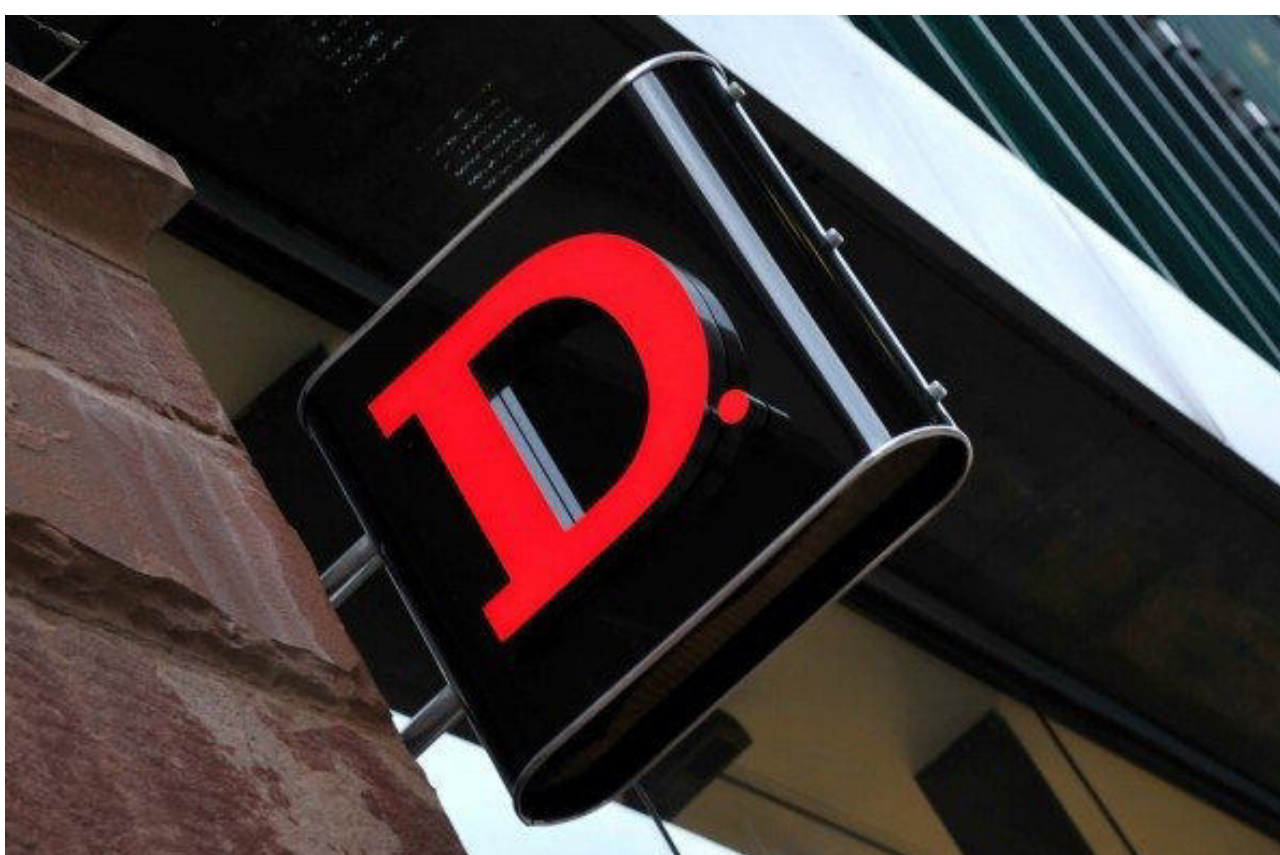
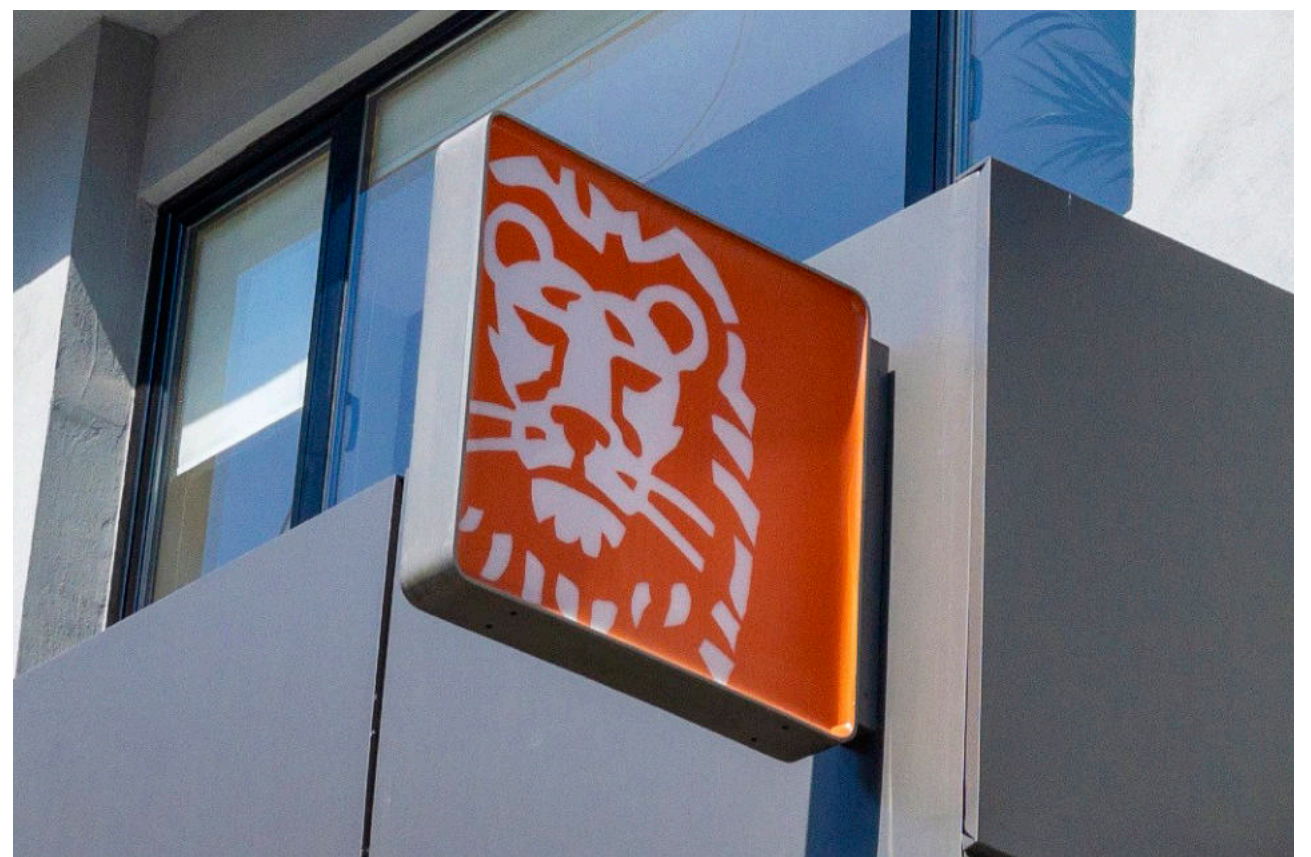
✗ Cutie din plastic traslucid, iluminată din spate. O soluție nerecomandată, datorită aspectului masiv și iluminării neuniforme.

Firmă în consolă

Conținut simplu, doar logo-ul sau denumirea. Simbolurile și varietatea grafică sunt încurajate.

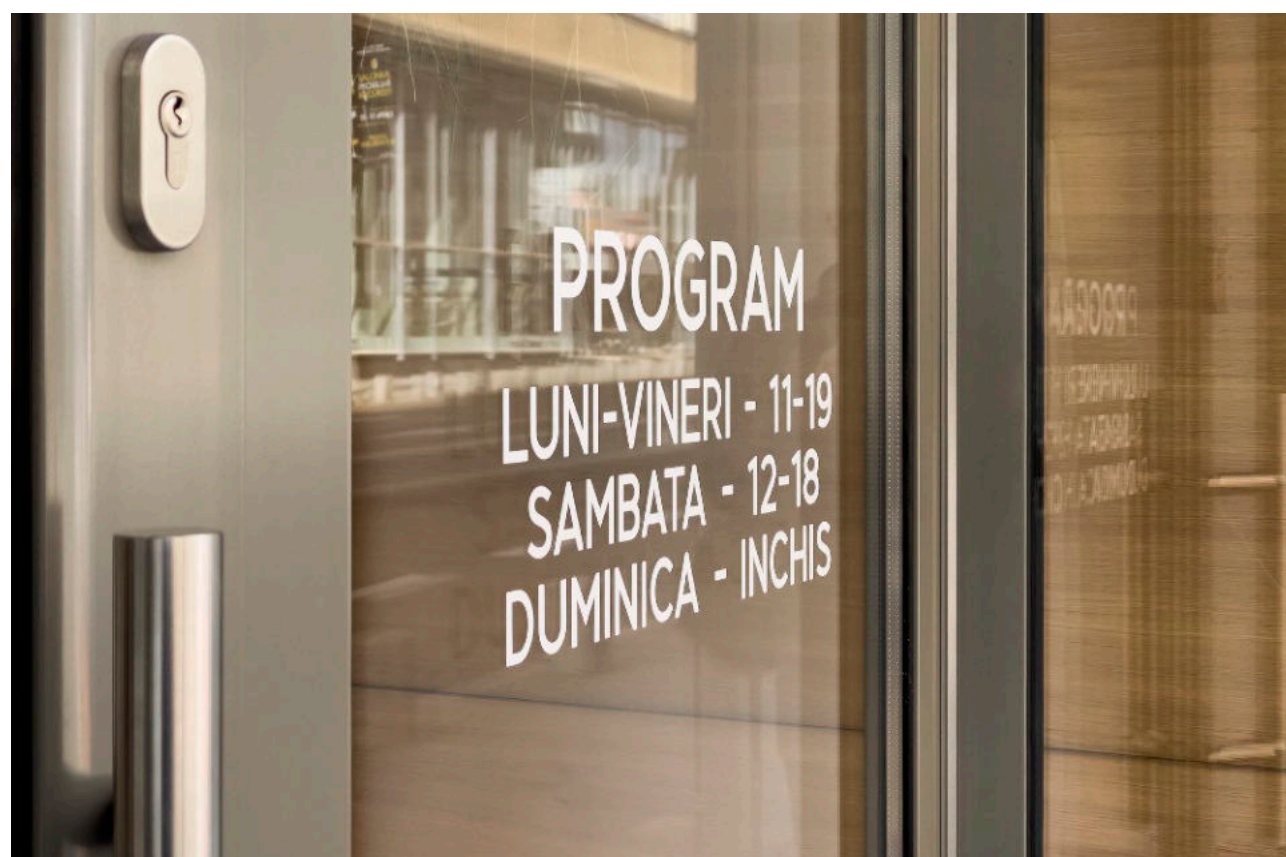
Dimensiunea maximă: 50x70cm.

Înălțimea minimă: 2,5 m. de la nivelul trotuarului.



Inscripționare pe vitrină

Inscripționarea pe vitrină poate ocupa cel mult 25% din suprafața vitrinei. Inscripționarea se face cu autocolant alb pentru: afișarea orarului, lângă intrare, denumire, promoții temporare (maximum 30 de zile). Este interzis să se folosească fotografiile de produse în exterior, lipite pe vitrină, obturând vizibilitatea produselor reale. Este interzisă decorarea pe partea de jos a fațadei clădirii.



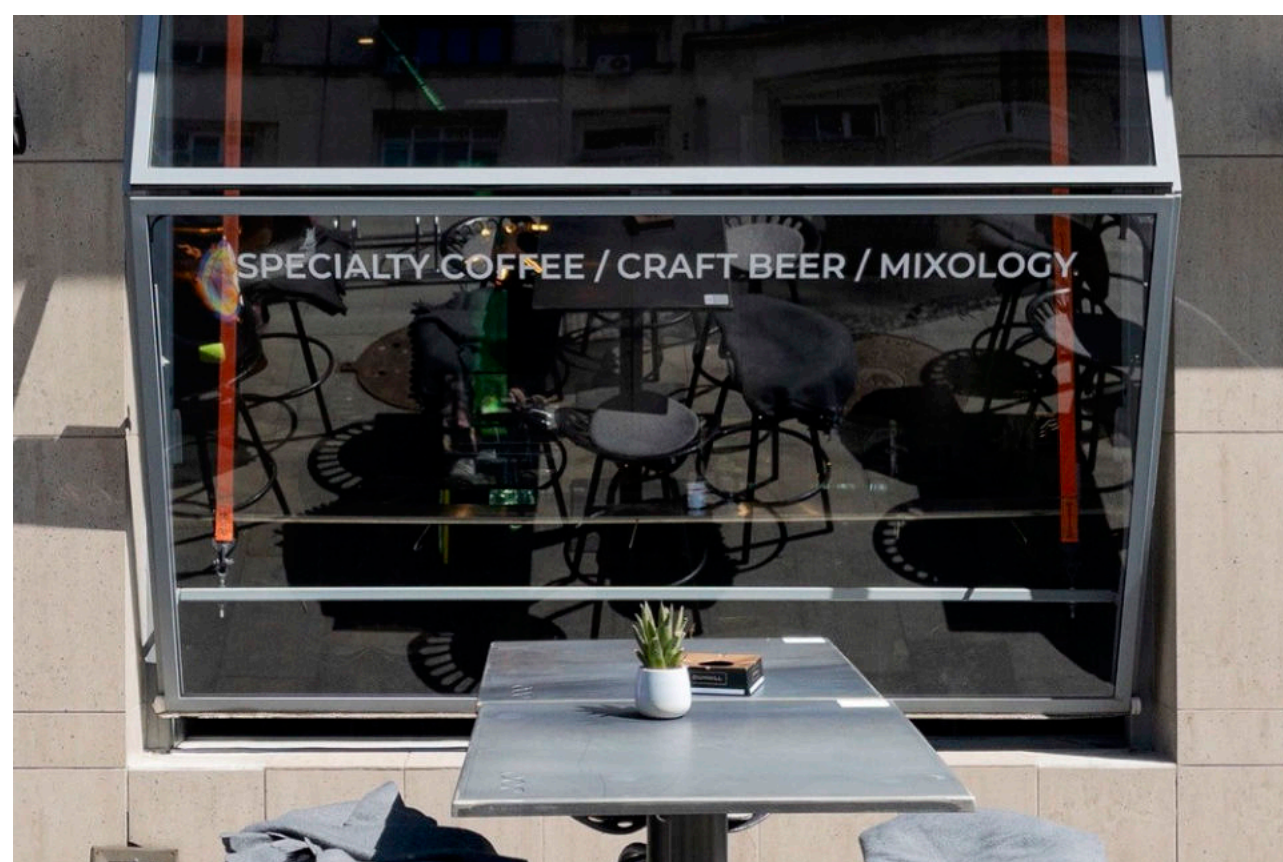
✓ Orar, pe ușă sau lângă intrare.



✓ Denumire și slogan.



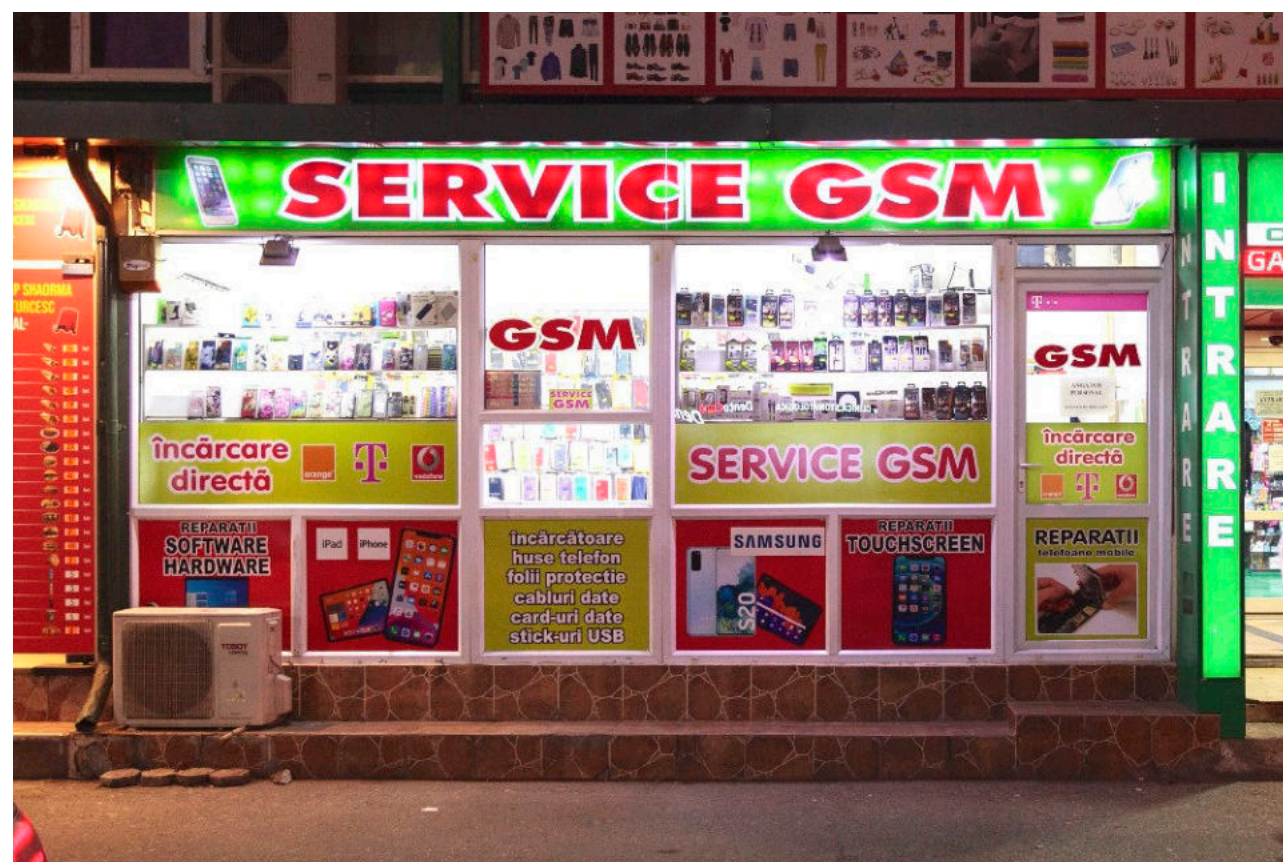
✓ Promoție temporară.



✓ Listă scurtă de produse



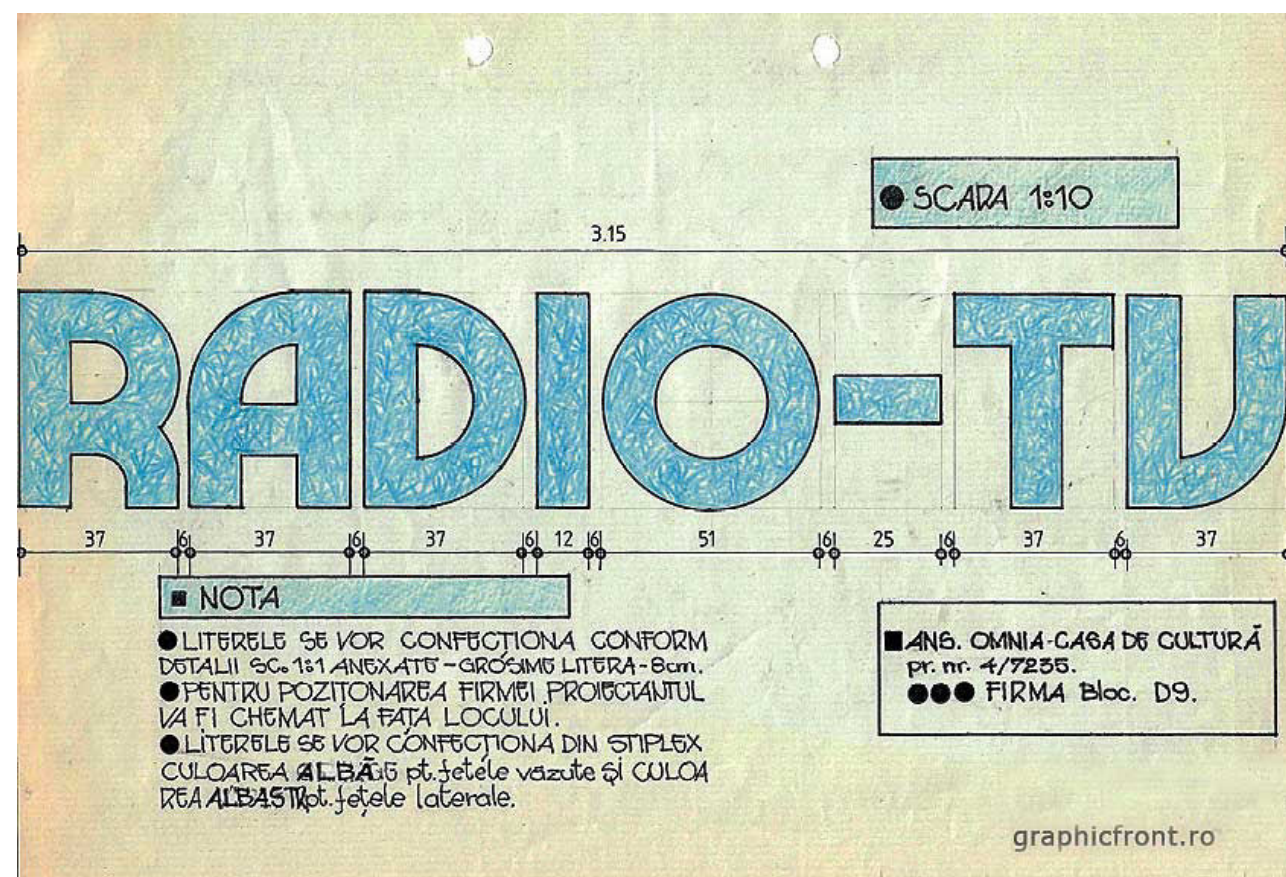
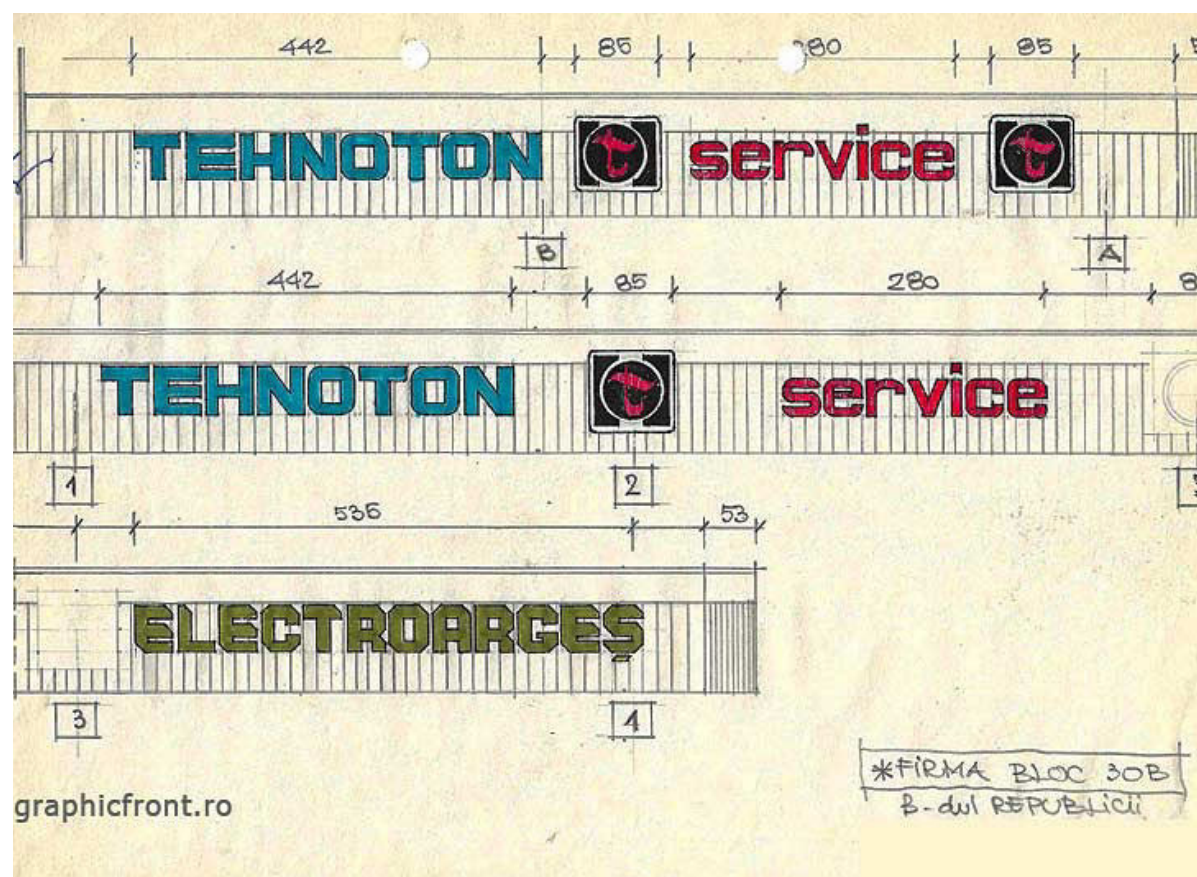
✓ Inscripție aniversară.



✗ Nu decorați mai mult de 25% din vitrină și partea de jos a acesteia.

Istoria locală

Documentare și inspirație din
istoria grafică locală pe
www.graphicfront.ro



Dimensiunile și amplasarea firmei

Limitați înălțimea firmei la 25% din înălțimea vitrinei.

Lățimea este cea a vitrinei. Firma trebuie amplasată în așa fel încât să nu acopere detalii ale clădirii (ferestre, coloane, balcoane) sau vitrina.



✘ Înălțime prea mare a firmei, 50% din înălțimea vitrinei.



✔ Înălțime a firmei de 25% din înălțimea vitrinei.

Elemente de brand

Culoarea este cel mai memorabil aspect al unei afaceri.

Dacă nu aveți o culoare de brand, alegeți o culoare care să exprime personalitatea afacerii dumneavoastră, ținând cont de tradiția domeniului de activitate și de culorile competitorilor din domeniu.

Încurajăm varietatea și competiția, concepute solid, strategic și estetic.



Culori asociate unor domenii de activitate



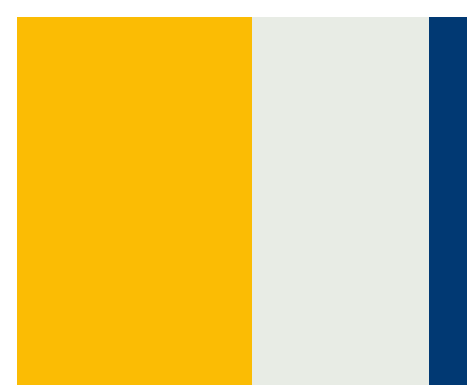
Farmacii



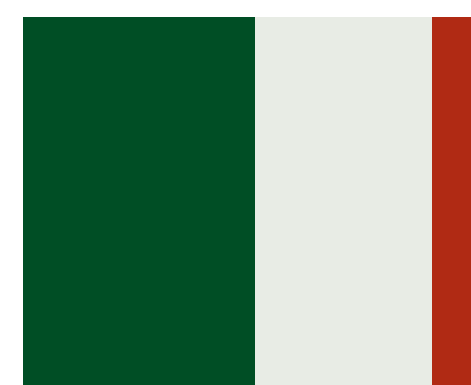
Minimarket



Calitate



Schimb
valutar



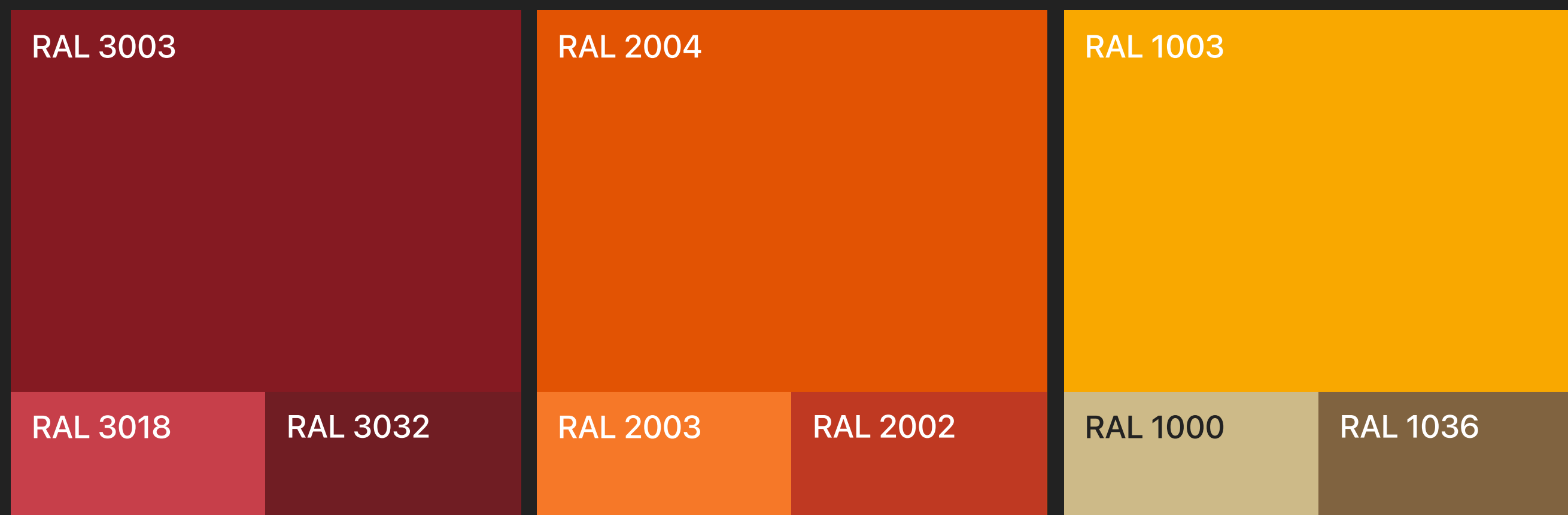
Pizzerii

Alegerea culorii de brand

Explorați variații expresive, mai închise sau pastel, ale culorilor standard.

Pentru accente de dimensiuni mici, care să atragă privirea, puteți defini o culoare secundară, în contrast cu culoarea de brand.

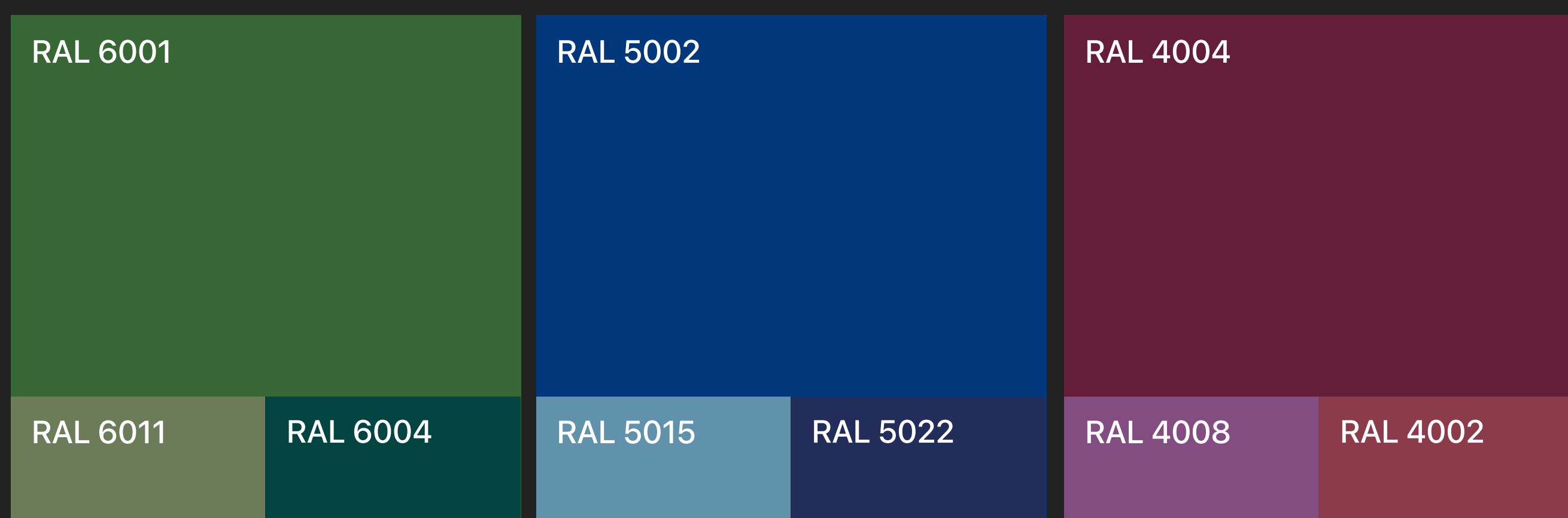
Folosiți doar această paletă de culori: culoarea de brand, alb și culoarea de accent, pentru a fi memorabili.



Roșu

Portocaliu

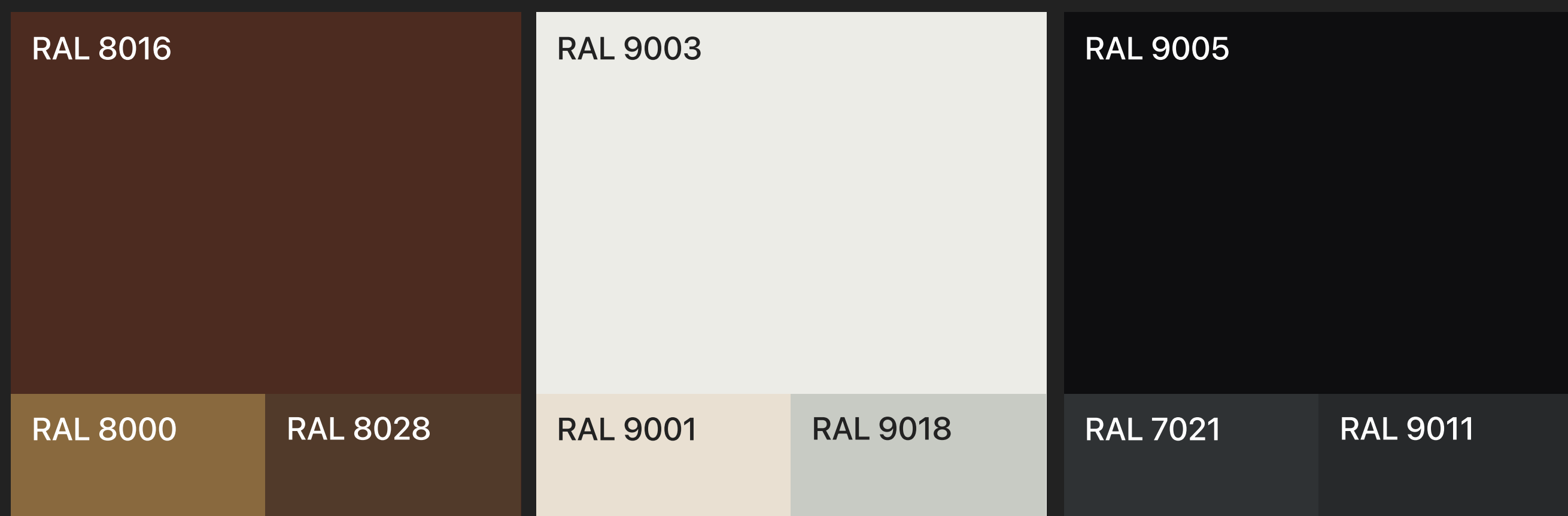
Galben



Verde

Albastru

Violet



Brun

Alb

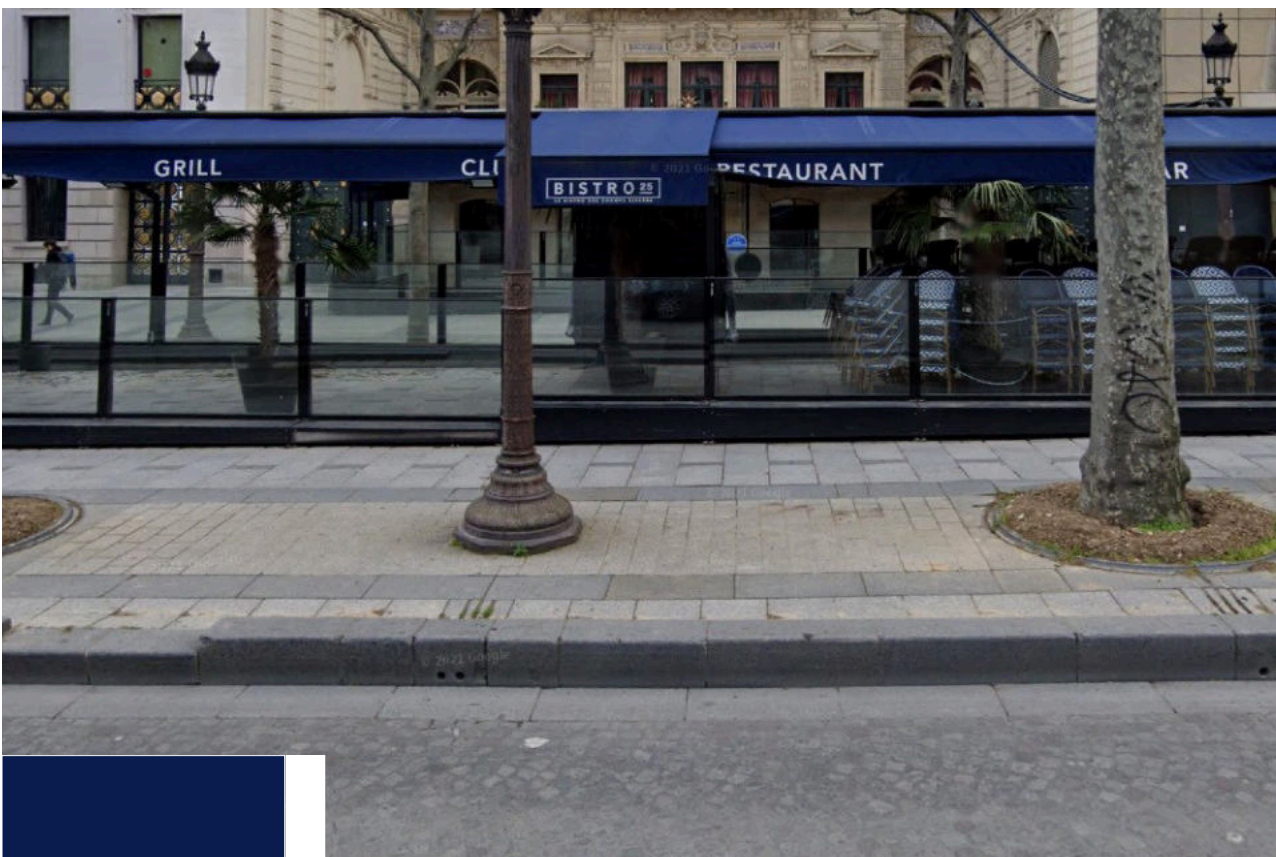
Negru

Fundalul firmei

Culoarea fundalului firmei indică întinderea și definește personalitatea spațiului comercial.

Folosiți culoarea alb pentru text, împreună cu culoarea de brand, pentru fundal, și opțional culoarea de accent.

Asigurați-vă că există suficient contrast între fundal și conținutul firmei.



✓ Fundal albastru închis, text alb. Contrast foarte bun, text ușor de citit.



✓ Alb pe negru, cea mai vizibilă și elegantă combinație de culori..



✓ Fundal în culori neutre. Centrul de interes este denumirea, plasată deasupra intrării.



✓ Fundal verde închis, text alb, accent roșu.



✓ Fundal roșu stins, text alb.

Fundalul firmei

Nu folosiți fundaluri cu mai multe culori vii, care se luptă între ele pentru atenție.



✓ Culoarea de brand și alb, folosite alternativ ca fundal sau text.



✓ Vitrină în culoarea de brand, care nu acoperă elemente arhitecturale.



✓ Culori calme, nețipătoare.



✓ Fundal alb. Denumire și descriptor îngrijite și aerisite.

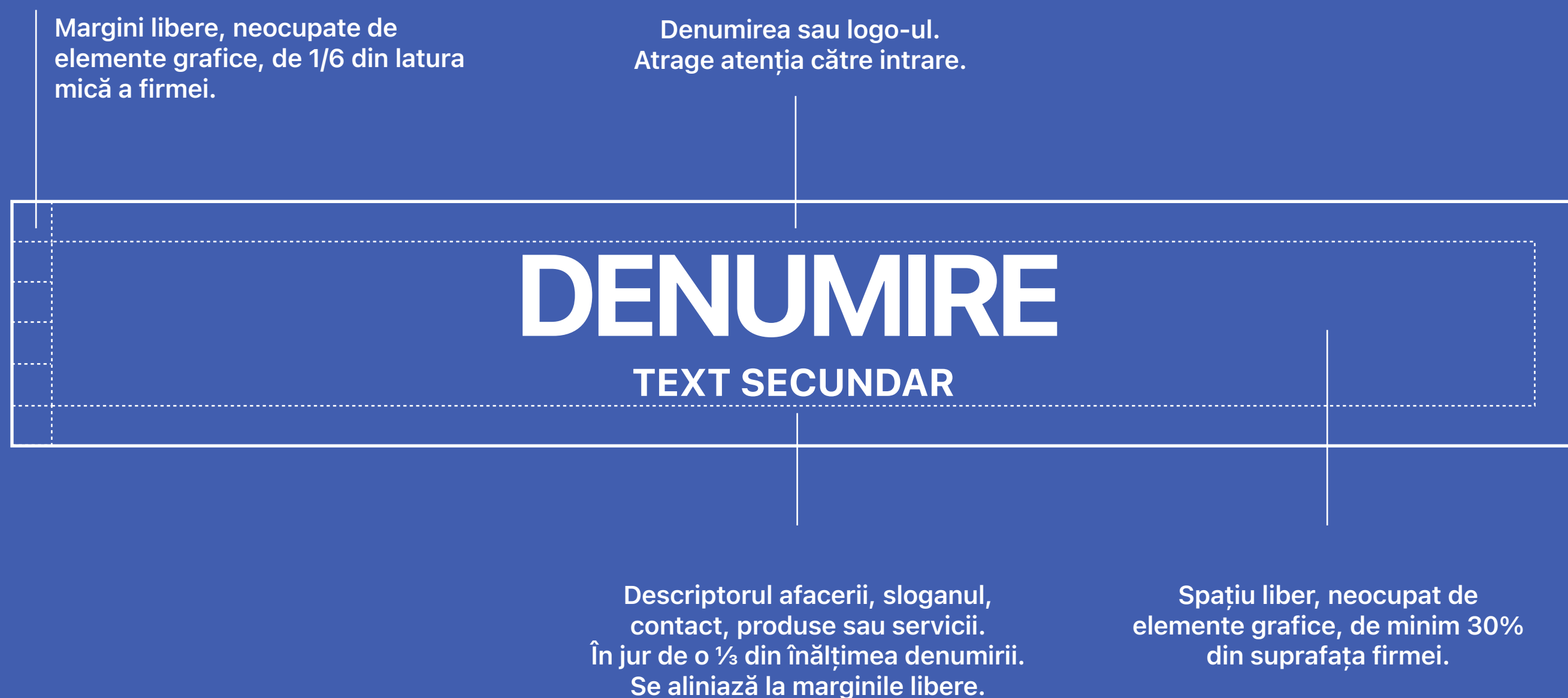


✗ Nu încărcați fundalul firmei cu elemente decorative care distrag atenția de la denumire și descriptor.

O firmă aerisită și clară.

O firmă trebuie să poată fi citită în 3 secunde. Pe stradă, oamenii nu sunt dispuși să citească mai mult de câteva cuvinte.

Pentru a crea interes vizual, avem nevoie de o ierarhie a dimensiunilor: un element grafic mare și unul sau mai multe elemente grafice mici.



✘ Diferență insuficientă între elementul grafic mare și cel mic.



✘ Elementele grafice depășesc marginile de 1/6 din latura mică.

Conținutul firmei

Cel mai important element grafic este denumirea afacerii (sau logo-ul), pe care îl poziționăm primul, în mijlocul firmei sau deasupra intrării.

Cîteva informații secundare, cel mult două din listă:

- descriptor (de exemplu Frizerie) și/sau slogan
- date de contact (de exemplu site, telefon, email sau social media)
- 1-7 produse sau servicii (preferabil un număr impar)

Firme mici



Firmă mică. Denumire pînă la margini.



Firmă mică. Denumire și descriptor aliniate la margini.

Firme medii

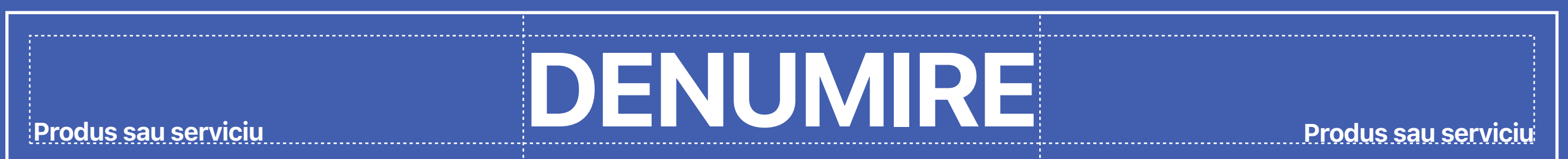


Firmă medie, denumirea ocupă 66% din lățime.



Firmă medie, intrare prin stînga. Denumirea ocupă 50% din lățime.

Firme lungi



Firmă lungă, denumirea ocupă 33% din lățime.



Firmă lungă, intrare prin dreapta.

Firme foarte lungi



Firmă foarte lungă, denumirea ocupă 20% din lățime.

Tipografie

MINIMARKET
MINIMARKET

✘ Nu deformați literele pentru a umple spațiul.

MINIMARKET
MINIMARKET

✔ Folosiți fonturi înguste (Narrow), sau late (Extended).

FARMACIE
Farmacie

FARMACIE
Farmacie

FARMACIE
Farmacie

✔ Majoritatea fonturilor recomandate în acest Ghid conțin mai multe grosimi de literă, de pildă Gras (Bold), Mediu (Medium), Slab (Light). Comparați demunirea în mai multe grosimi, pentru a o alege pe cel mai potrivită.

AMANET

✘ Nu folosiți degradeuri și litere conturate.

NUME
BOTELURI

✘ Nu folosiți doar litere majuscule cursive (înclicate) care sunt greu de citit.

ȘȚĂ ȘȚĂ
șță șță

✘ Diacritice incorecte.

✔ Diacritice corecte.

RESTAURANT

✔ Literele majuscule spațiate arată elegant.

Restaurant
Restaurant
Restaurant

✘ Literele minuscule, italice și script spațiate sunt mai greu de citit.

București în 1956



✓ Litere volumetrice, denumire mare, descriptor și date de contact mici.

Tipuri de literă

Unul sau două tipuri de literă (fonturi) sunt suficiente.

Pentru denumire, folosiți un font expresiv, potrivit cu tipul afacerii.

Pentru textul secundar, un tip de literă simplu.

Puteți descărca gratuit, fonturi de calitate, cu diacritice românești de pe fonts.google.com.

Sans serife

Tipuri de literă fără piciorușe, potrivite pentru atât pentru denumire cât și pentru textele mici.

Disponibile în mai multe grosimi, de la subțire (Light), la gros (Black).

MONTSERRAT

POPPINS

NUNITO

RUBIK

ARCHIVO

WORK SANS

DM SANS

Sans serife

Sans serife înguste (economice)
sau late (premium).

BARLOW CONDENSED

ARCHIVO Narrow

ALATSI Regular

JOSEFIN SANS

KRONA ROUNDED

MATTONE 150

**ACME GOTHIC
EXTRAWIDE**

Serife

Tipuri de literă cu piciorușe, expresive, potrivite pentru denumire.

Disponibile în mai multe grosimi, de la subțire (Light), la gros (Black). Drepte sau înclinate.

Fraunces

SPECTRAL

Playfair Display

Literata

COLUS

Vollkorn

MONTAGU SLAB

BIORHYME

Pacifico

Grand Hotel

Dancing Script

Allura

Charm

Kalam

Itim

Tipografie

Scrise normal, cu majuscule sau doar cu minuscule, înguste sau late, subțiri sau groase, înclinate sau drepte, rotunjite sau ascuțite, elegante, serioase sau jucăușe, tipurile de literă sunt expresive și dau personalitate denumirii.

Patiserie

Patiserie

patiserie

PATISERIE

PATISERIE

PATISERIE

PATISERIE

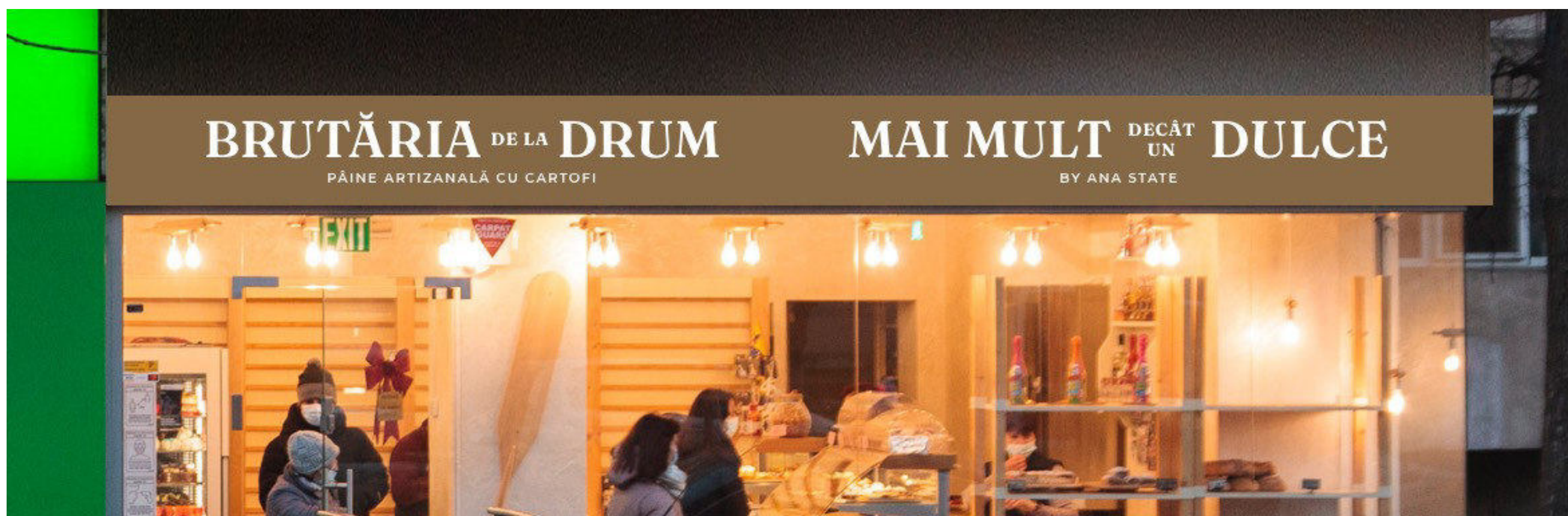
Exemple tipografie



- ✓ Cuvintele scrise doar cu majuscule arată formal, puternic. O ușoară spațiere a majusculelor arată elegant.



- ✓ Cuvintele scrise doar cu minuscule arată prietenos. Nu spațiați literele minuscule.



- ✓ Puteți crea varietate și interes vizual în denumire, folosind cuvinte de dimensiuni mai mici.

Nu fragmentați firma

Favorizați denumirea sau logo-ul și culoarea de brand.

Nu prezentați liste lungi de produse care distrag atenția.

Simplificați, nu complicați.



✗ Nu fragmentați unitatea firmei.

✓ Doriți să atragem atenția asupra brandului și să fiți memorabili.



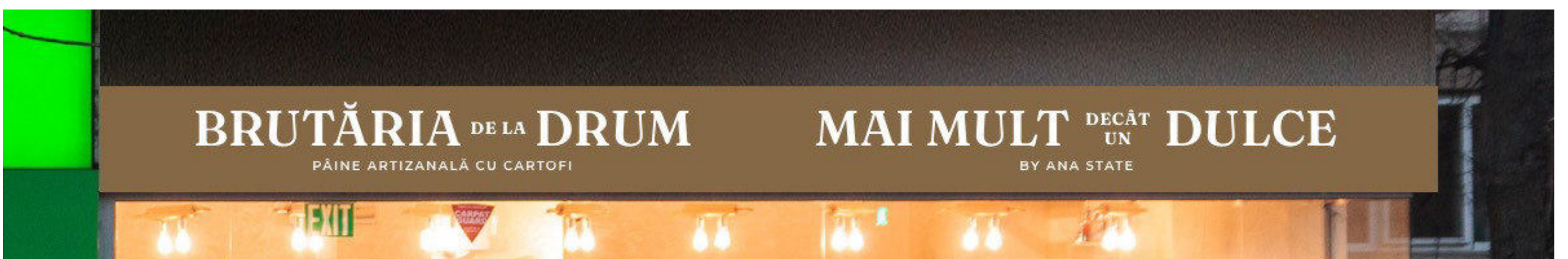
✗ Listă prea lungă, de 19 produse. Litere distorsionate, de dimensiuni diferite.



✓ Listă de 5 produse reprezentative.



✗ Compoziție neglijentă, litere greu de citit



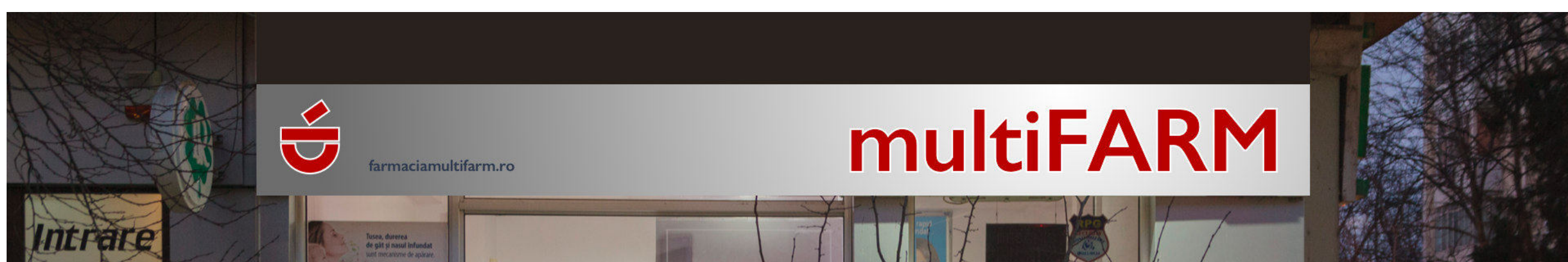
✓ Contrast de culori suficient, compoziție ordonată, litere ușor de citit

Când totul e mare, nimic nu mai e mare

Folosiți texte mici pentru a pune în evidență denumirea afacerii.



✘ Elemente grafice supradimensionate.



✔ Spațiu aerisit, elemente grafice proporționate după importanță.



✘ Texte secundare prea mari, mai importante decât denumirea.



✔ Spațiu liber, curat, specific domeniului de activitate.



✘ Denumire generică, exagerată. Fotografie folosită ca logo.



✔ Spațiu liber, adresă site, același logo ca pe site.



✗ Firmă mai scurtă decât lăățimea spațiului comercial. Denumire greu de citit pe fotografii.



✓ Denumire vizibilă, accente de culoare.



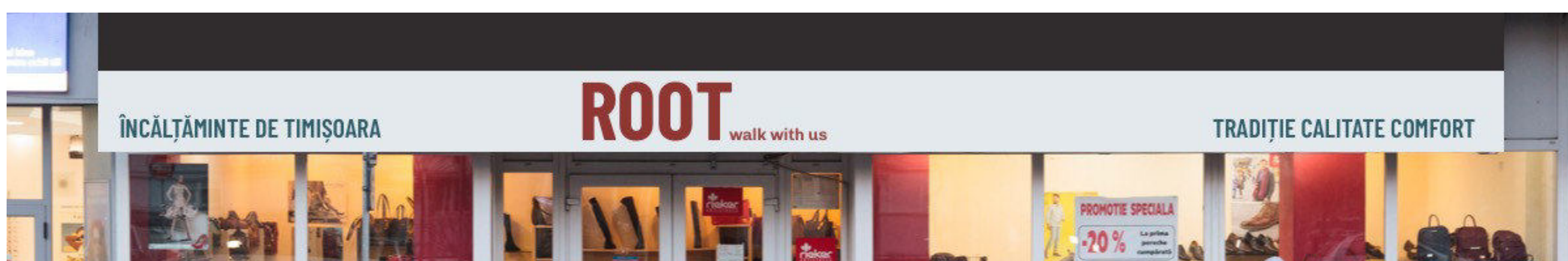
✗ Elemente grafice supradimensionate și repetiție exagerată a denumirii.



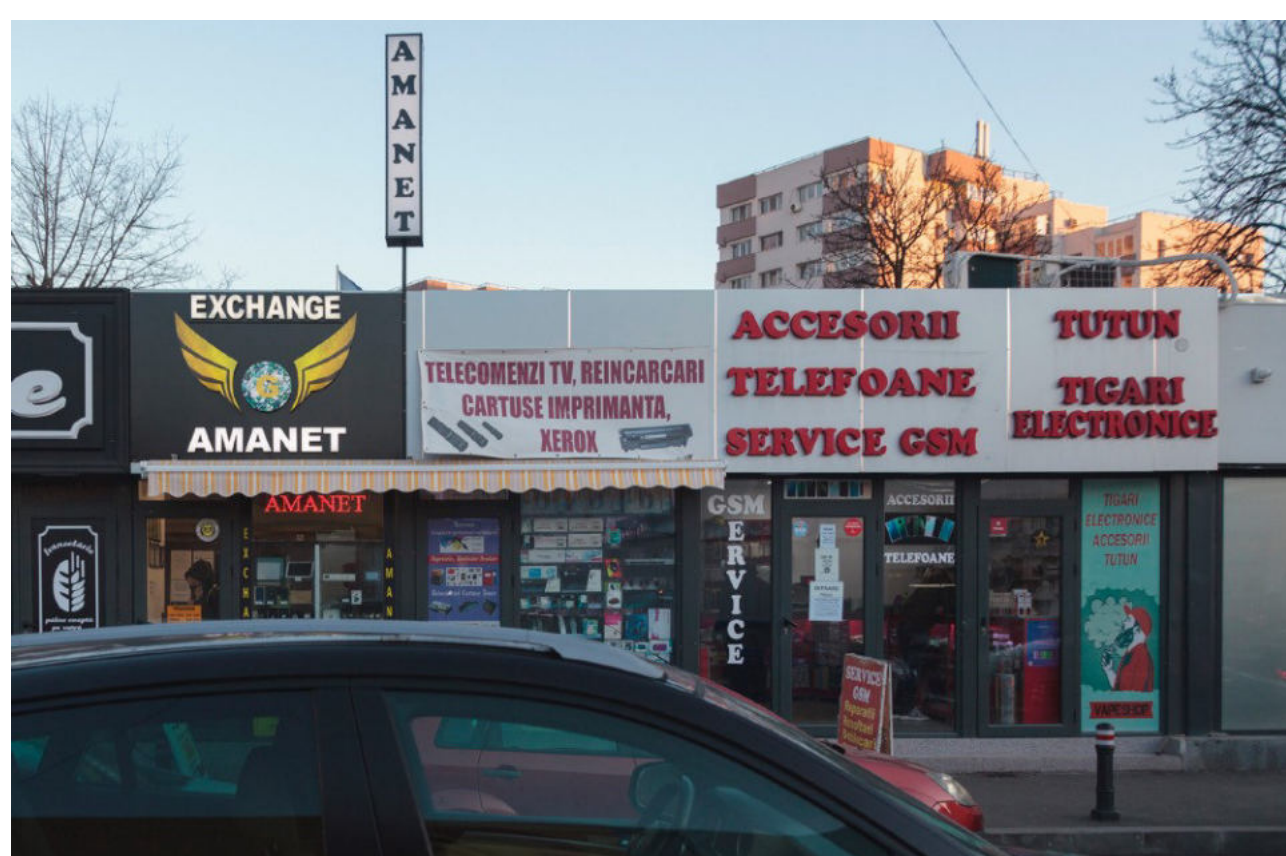
✓ Inscripționarea copertinei poate fi suficientă. Vitrină transparentă, neobturată.



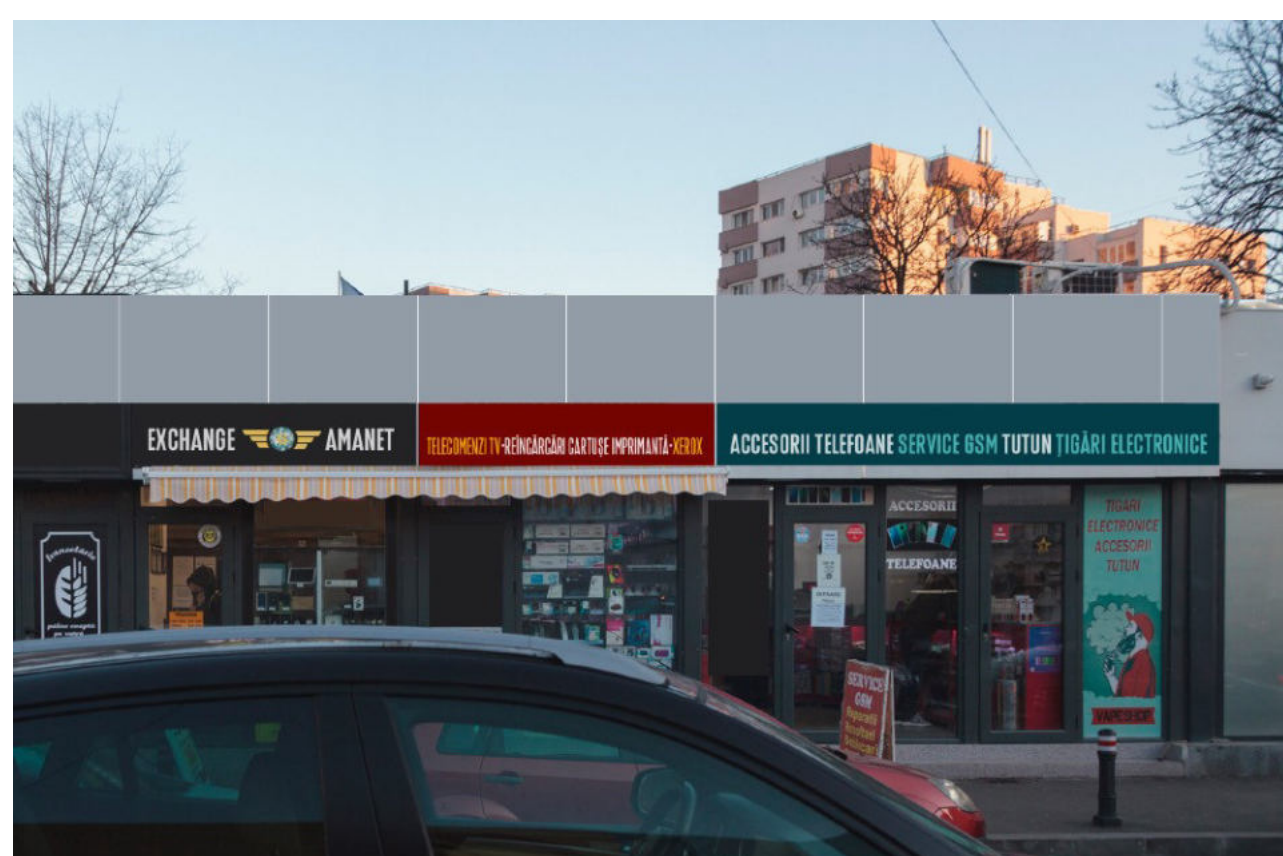
✗ Elemente grafice exagerate



✓ Elemente grafice mari și mici, poziționate aerisit.



✗ Dimensiuni exagerate, grafică stridentă dar ineficientă.



✓ Dimensiuni proporționale cu vitrina. Fundaluri colorate, litere înguste, economice.

/



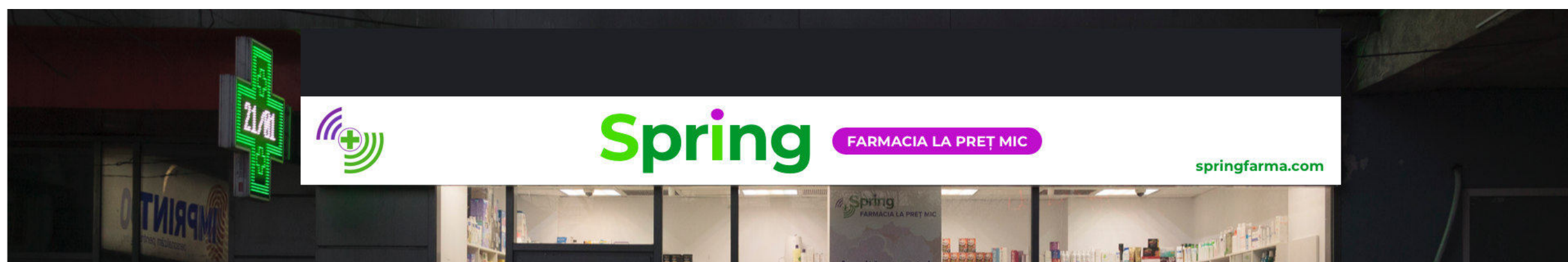
✘ Culori țipătoare. Litere greu de citit.



✔ Culori specifice domeniului de activitate. Litere expresive și compacte.



✘ Elemente grafice supradimensionate pentru a umple tot spațiul disponibil.



✔ Aspect aerisit, spațiu liber suficient.



✘ Elemente grafice supradimensionate pentru a umple tot spațiul disponibil.



✔ Spațiu liber suficient. Date de contact.



✘ Elemente grafice supradimensionate, culori țipătoare.



✔ Paleta de culori și tipul de literă de pe site, slogan și date de contact.

Firme sponsorizate

Folosiți culoarea dumneavoastră de brand sau o culoare neutră.

Logo-ul sponsorului alb, la dimensiuni rezonabile.

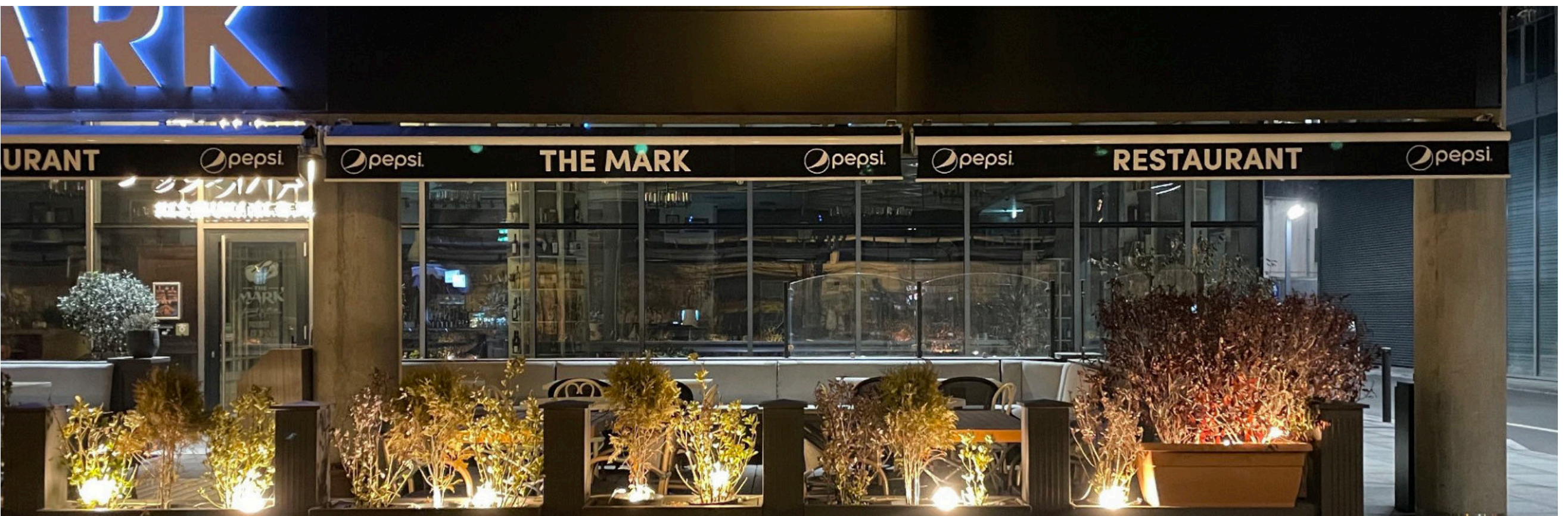
Nu folosiți fotografii.



✘ Sponsorizare excesivă: culori țipătoare și dimensiuni exagerate.



✘ Sponsorizare excesivă: două rânduri de firme de dimensiuni exagerate.



✔ Sponsorizare vizibilă dar nețipătoare.



✘ Nu folosiți mult text și culori intense, pe suprafețe mari.



✔ Copertină inscripționată, sponsorizare mai puțin agresivă.

Blocuri fără spații comerciale



Firmele ce desfașoară activități într-un apartament de bloc situat la etaj se pot amplasa doar în mod unitar, prin adoptarea unor panouri armonizate la parter, în locuri special prevăzute.

Notariat Popescu Maria

Interfon *58, et.1, ap. 58

0734 534 530

Cabinet de psihologie

Interfon *58 Etaj 1 Apt. 58

Telefon 0734 534 530

email/site
fotovideo@email.com
fotovideo.ro



Servicii foto video

Interfon *58 Etaj 1 Apt. 58

0734 534 530
fotovideo@email.com
fotovideo.ro

Fotografii doar în interior

Nu afișați fotografiile sau colaje de fotografii în exterior.

Puteți expune fotografiile doar în interiorul spațiului comercial.

Folosiți servicii profesionale de fotografie pentru a vă asigura de calitatea acestora.



✘ Denumire repetată de 12 ori și 15 fotografii în culori fluorescente.



✔ Culori expresive, vitrină transparentă, decorată cu autocolant alb.



✘ Nu obturați vitrina cu colaje de fotografii.



✔ Păstrați vitrina transparentă și inscripționați copertinele.



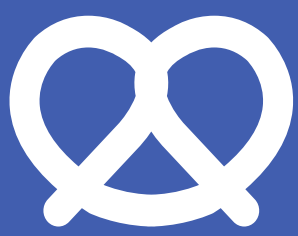
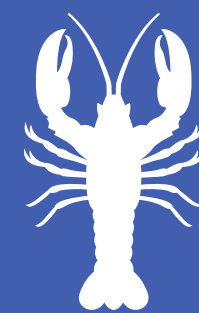
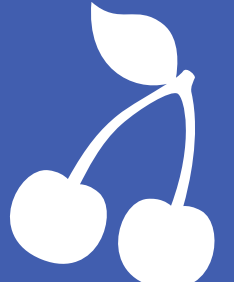
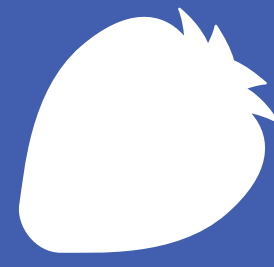
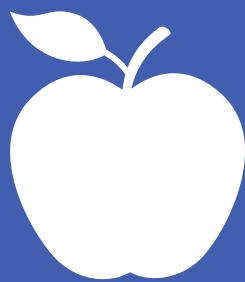
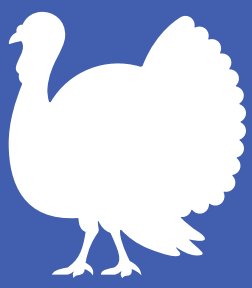
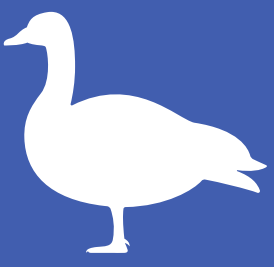
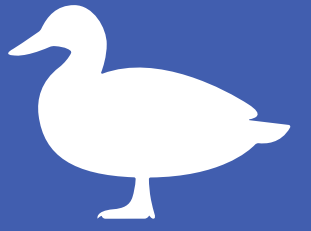
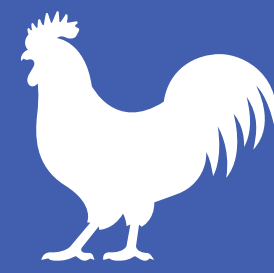
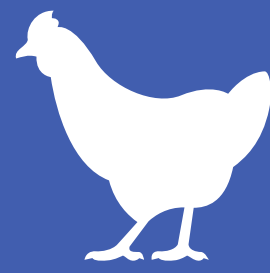
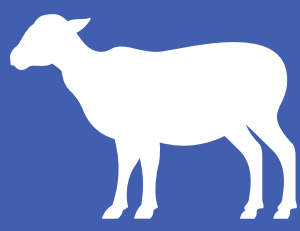
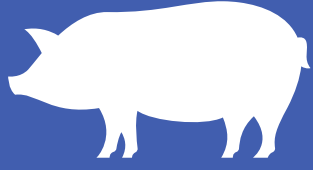
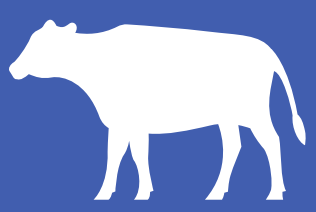
✘ Nu folosiți fotografiile în exterior.



✔ Folosiți culori potrivite domeniului de activitate.

Fotografii și siluete

Imaginile de tip siluetă (icon) informează simplu și rapid, fără a solicita atenția excesiv.



Listă de verificare a concepției firmei

- ✓ Înălțime a firmei de cel mult 25% din cea a vitrinei. Margini libere de 1/6 din latura mică.
- ✓ Denumire/logo centrate, sau în dreptul intrării. Fundal nedecorat de minim 30% din suprafață.
- ✓ Text mic: descriptor, slogan, date de contact, sau cel mult 7 produse sau servicii.
- ✓ Fonturi îngrijite, nedistorsionate. Paletă restrânsă dar expresivă de culori.
- ✓ Nu conține colaje de fotografii.

Redesenare de firme în Polonia

Reducerea poluării vizuale este posibilă prin implicarea Primăriei, comercianților și a studiourilor de design.

www.trafficdesign.pl



✘ Înainte: Inscricționare tipătoare pe vitrină.



✔ După: Inscricționare transparentă, de dimensiuni moderate. Litere volumetrice expresive, în culori neutre.



✘ Înainte: Panouri și bannere fragmentate, neunitare grafic.



✔ După: Grafică profesională. Aceleași informații, prezentate îngrijit.



✘ Înainte: Culori stridente și neunitare.



✔ După: calmarea aspectului prin uniformizarea culorii fațadei și a gardului.



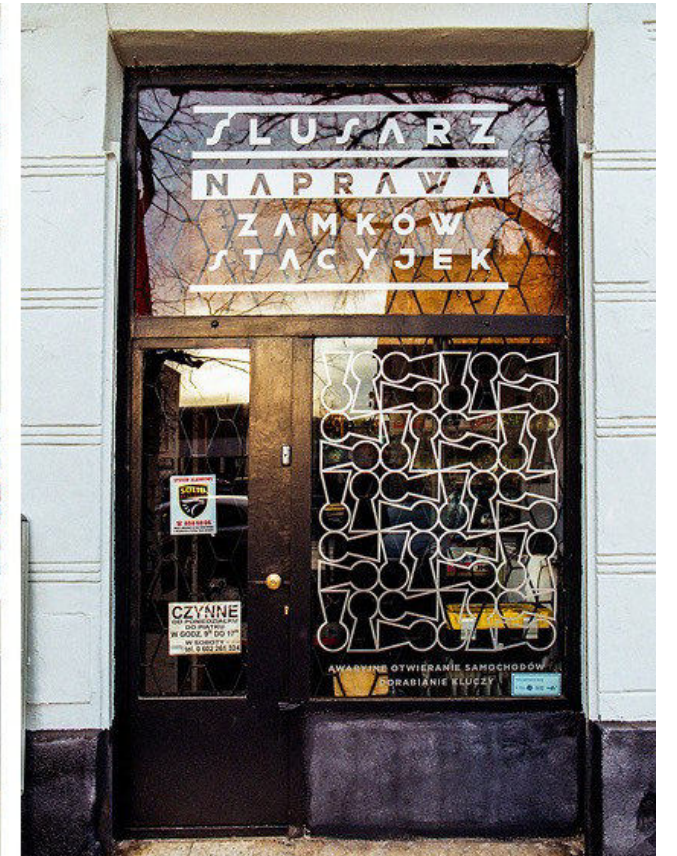
✘ Înainte: colantare excesivă, calitate grafică modestă.



✔ După: fațadă curată, litere volumetrice iluminate. Tipuri de literă: expresiv pentru denumire, neutru pentru descriptor.



✔ După: inscripționare cu autocolant alb, pe vitrină, în apropierea intrării.



✔ Paleta monocromă calmează impresia generală. Detalii atrăgătoare precum grilajul din siluete de găuri de cheie.



✔ Transformarea unei piețe prin înlocuirea fotografiilor cu ilustrații, refacerea firmelor și vopsirea fațadelor.

