



**REGULAMENT PENTRU PUBLICITATE URBAN
ÎN ZONELE ISTORICE PROTEJATE**

Generalități

Afi ajul este perceput doar în spații publice.

Afi area Vis-a-Vis de locuințe, coli, grădini, biserici, cimitire, parcuri sau spații de recreere nu este adecvat

Amplasamentul afi ajelor se alege astfel încât să nu altereze caracterul local.

Spații urbane de calitate bună sunt întodeauna alterate de expunerea afi elor.

Expunerea afi elor în zone fără circulație auto sau pietonal nu-și are rostul.

Fiecare localitate trebuie să fie identificabil prin semnele ei caracteristice.

Percepția depinde de numărul de obiecte prezente:
Omul poate percepe 7-8 obiecte independente. Dacă numărul obiectelor crește, nici măcar prezența afi ului este greu de perceput iar mesajul reclamei aproape deloc.

În centrul istoric afi ajul va susține arhitectura drept ca urmare afi ajele și suporturile afi ajelor vor fi cât mai transparente și neutre d.p.d.v. a percepției urbane.

Orașul istoric este un unicat, motiv pentru care trebuie să fie o bună parte a turismului. De aceea nu se introduc elemente tipizate care tind să uniformizeze și să teargă caracterul specific local.



Innsbruck



Dinkelsbühl



Praga



Dinkelsbühl

Centre istorice europene după aplicarea regulamentului publicității urbane

Tipuri de afi aje

În centrul istoric se permit urm toarele tipuri de suporturi pentru afi are:

Panouri independente i panouri aplicate
de formate standardizate

Colonafi ele f r alte inscrip ii înafar de suprafa a
destinat expunerii afi elor.

Afi aje luminoase

Format A0 în sta ii de transport în comun. Sa observat c
lumina pe timp de noapte asociat ad postul de ploaie i vînt are o
însemn tate pozitiv . În astfel de loca ii se va ine cont de calitatea
afi ului!



DIN A1
84x 59,5 cm



DIN A0
119x 84 cm



168x 119 cm



sau
DIN A0
84x 119 cm

Standardizarea suporturilor

Efecul deranjant al afi ajelor este dat de lipsa de ordine a formatelor
drept ca urmare se impune standardizarea m rimilor panourilor de
expunere:

DIN A1 84x59,5 cm
DIN A0 84x119 cm
168x119 cm

Afi e în func ie de spa iul urban

1.Zone cu fronturi continue

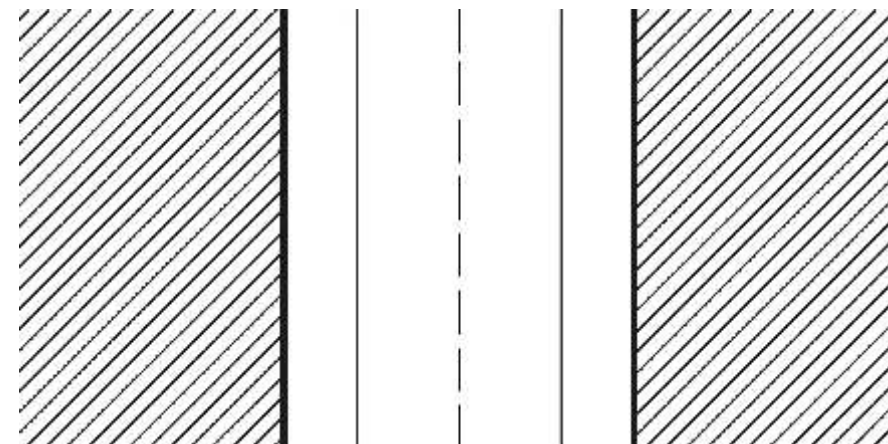


⇒ Se accept cele 3 modalit i de afi are prezentate anterior
Panouri independente, Colonafi e, Afi aje luminoase în sta ii de transport în comun

⇒ Afi ele mari nu sunt acceptate în spa iul stradal central din motive de scar

⇒ Nu este recomandat folosirea Colonafi elor în abunden , asta înseamn c din locul amplas rii unui astfel de suport s nu se poat vedea alt Colonafi . Excep ie fac doar amplasarea Colonafi elor gemene ce marcheaz intrarea unei institu ii publice.

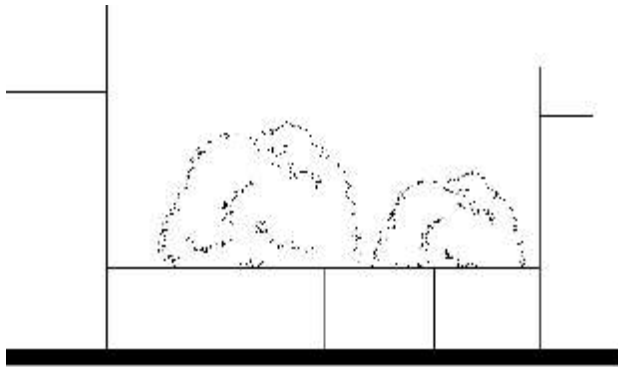
Simbolizarea zonei cu fronturi continue



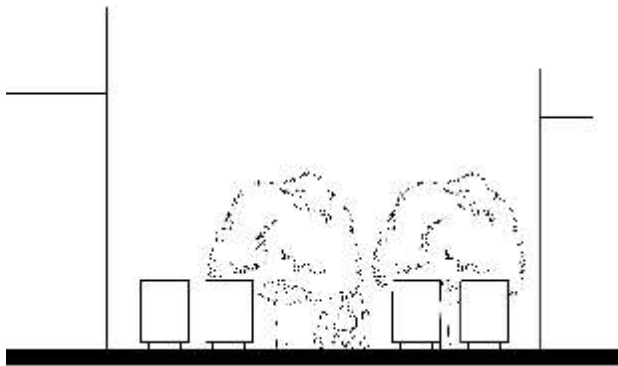
2. Zone cu fronturi continue cu alveol

Se referă la fronturi închise cu o parcelă neconstruită

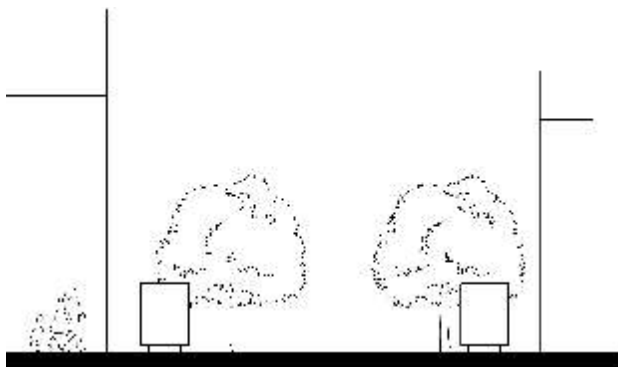
- ↳ Lungimea suprafeței de expunere să nu depășească 25% din lungimea alveolei
- ↳ Suporturile vor fi independente, vor avea structura proprie de sus înere și nu agățate, legate sau atârinate de alte obiecte din jur. Aplicarea panourilor pe garduri va altera calitatea urbană a spațiului.
- ↳ Să nu existe afișe mari la distanță mai mică de 25 m dacă pe frontul opus al străzii, în dreptul alveolei există locuințe. Această reglementare este motivată de lipsa de intimitate în locuințe la apariția unui afiș de dimensiuni mari.



GREȘIT!



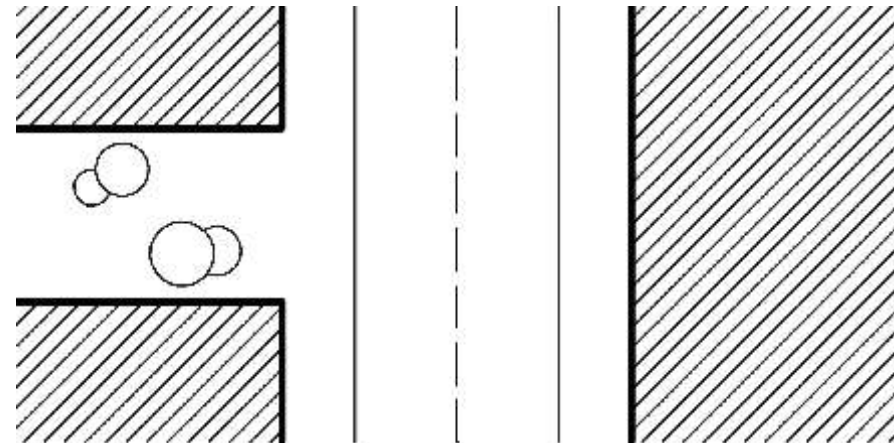
Ocupare de 50%



Ocupare de 25%

- ↳ Reclama de produse se va aplica doar în zone cu flux pietonal intens și pe suporturile standardizate propuse de Primăria Cluj-Napoca și aprobate de Comisia Monumentelor Istorice din Cluj-Napoca

Simbolizarea zonei cu fronturi continue și alveol



3. Zone cu fronturi continue- pia ete

Ne aflăm în cazul de față într-o excepție a fronturilor continue: Înghețarea străzii care formează spații urbane denumite pia ete.

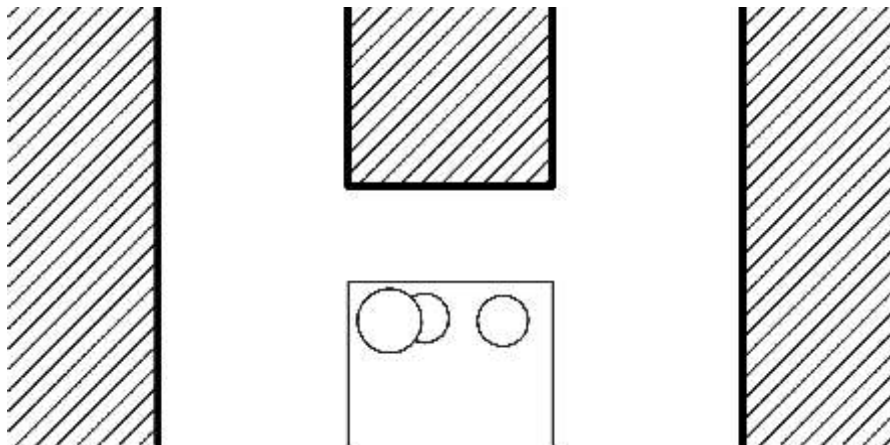
Caracteristica zonei este frecvența ridicată a circulației ceea ce pare a fi un loc ideal de expunere a reclamelor de produse însă reclama de produse este interzisă în zona istorică. Ocuparea completă a spațiului cu fluxuri de circulație se opune cu creșterea mediilor pentru reclamă.

⇒ Se recomandă afișele pentru evenimente culturale.

⇒ Colonațiunile sunt caracteristice acestei zone dar ele să fie utilizate doar când fluxul pietonal este foarte intens.

⇒ Suporturile de afișare nu vor fi expuse în centrul pieței, ca element dominant ci va vor fi amplasate în zone studiate, cu influență neutră asupra percepției urbane.

Simbolizarea zonei cu fronturi continue- pia ete





Aceste moduri de afișare au ca scop principal **informarea trecătorului cu privire la un domeniu de activitate ce se desfășoară în imobilul respectiv.**

⇒ Forma reclamei aplicate paralel pe fațadele clădirilor nu trebuie să domine sau să acopere decorațiile, detaliile arhitecturale și ancadramentele ferestrelor și a căilor de acces.

⇒ Nu se vor admite casete luminoase.

⇒ Înscrișul trebuie aplicat direct pe fațadă și nu pe un suport, iar lungimea lui nu trebuie să depășească $\frac{2}{3}$ din lungimea fațadei.

⇒ Firmele așezate în consola, perpendicular pe fațada clădirii este de preferat să fie confecționate din fier forjat, exprimând grafic domeniul de activitate. Cele mai recomandate sunt firmele din metal care au o suprafață cuprinsă între 0,2 și 0,5 mp și care ies în consolă maximum 1,2m, având totodată limita inferioară la minim 2,5m înălțime față de nivelul trotuarului.



GRE IT!

Firma aplicată acoperă decorația ferestrei



CORECT!

Firma aplicată este armonios încadrată în elementul de arhitectură



⇒ Înscrisurile aplicate pe fa ade se vor adapta la lungimea vitrinei a ezate simetric i pot fi iluminate, dac se dore te, cu spoturi amplasate discret.

⇒ Culoarea firmei trebuie s se armonizeze cu ambian a amplas rii lor, in nici un caz s nu fie culori stridente.

⇒ Caracterulul literelor de pe firme trebuie s fie alese corespunz tor firmei ca ansamblu cît i reprezentativ pentru acel domeniu de activitate, i s nu se practice imitarea între firme.

⇒ Limitele firmei scrise trebuie s fie distan ate fa a de elementele decorative orizontale i fa a de limita superioar a golurilor de zid rie, deasupra c rora se pozi ioneaz .



GRE IT!

Culorile firmei sunt inadecvate pentru c nu in cont de contextul cromatic iar limitele firmei nu sunt distan ate fa de elementele decorative ale fa atedei.



CORECT!

Culoarea firmei e o nuan mai închis de cea a fa adei iar textul este aplicat direct pe fa ad , încadrat de elementul decorativ.



GREȘIT!

Înscrisul cu autocolantele lipite pe sticla vitrinei nu este caracteristic centrului istoric. Este de preferat un grup restrâns de litere ce sugerează activitatea desfășurată aplicat direct pe peretele fațadei.

↳ Se interzice aplicarea firmelor sau a înscrisurilor pe sticla vitrinei. Poziționarea eventualelor materiale publicitare sau a produselor ce exprimă domeniul de activitate al firmei trebuie să se facă la o distanță de cel puțin 10 cm față de sticla vitrinei.

↳ Culorile sunt preferabil să fie cât mai discrete dar în concordanță cu contextul cromatic general al fațadei.

↳ Iluminarea trebuie de asemenea să fie cât mai discretă și să se realizeze prin poziționarea unor corpuri de iluminat în imediată apropiere a firmei, neagrându-se sistemele agresive de iluminat sau cele sclipitoare.



CORECT!

Iluminatul firmei cu spot-uri este discret realizat iar înscrisul este armonios compus cu elementele decorative și cromatice.





GREȘIT!
Firma depășește dimensiunile elementului de arhitectură.



CORECT!
Firma se încadrează exact pe elementul arhitectural.



CORECT!
Înscrisul este aplicat direct pe fațadă, materialele sunt tradiționale și distanțate față de elementele decorative ale fațadei.



GRE IT!

Firmele au m rimile i culorile prea variate, aranjate haotic.

CORECT!

O rezolvare reu it , cînd se expun mai multe firme, este de a le grupa ordonat pe vertical sau orizontal într-un singur amplasament.



GRE IT!

Percep ia urban este alterat de banere.



ACCEPTABIL!

Pe o durat scurt bannerul unui eveniment cultural nu produce mari pagube

↪ Se interzic reclamele pe calcane. Calcanele sunt rezultatul...ofera o informa ie asupra evolu iei regulamentului de urbanism delungul vremii.

↪ Se interzic expunerea banerelor cu exceptia celor care anun un eveniment de. Acestea se pot expune scurt timp înaintea evenimentului sau pe durata evenimentului.

↪ Se interzic expunerea reclamelor pe acoperi ul cl dirilor. Aceasta din 2 motive: Altereaz imaginea local a centrului, în trecut această modalitate de expunere nu era specific Clujului; Pentru ca reclama s fie vizibil dimensiunile reclamei ies din scara fireasc a lucrurilor.



GRE IT!

Reclama din acest exemplu pare să fie mai importantă decât inscripția de pe clădirea istorică din cauza direcției istorice care îi reduce valoarea din cauza caracterului specific care o va duce la lipsa de interes a turistului.



GRE IT!

Reclama cu Pepsi este spectaculoasă în sine, ca dimensiuni, dar este neadecvată centrului istoric prin scară și prin temă. În primul rând este intruzivă din cauza dimensiunilor mari din cauza scării în zona protejată. În al doilea rând turismul căutând caracterul specific al orașului vede o reclamă care ar mai fi văzută în alte mii de locuri drept pentru care turismul devine neinteresant.



CORECT!

Materialul și culoarea se înscriu armonios în context.



GRE IT!

Cu toate că materialele sunt tradiționale, culoarea stridentă nu se înscrie în context.