



Primăria Municipiului Târgu Mureș

Anexa la regulamentul local privind amplasarea si autorizarea mijloacelor de **publicitate** pe teritoriul municipiului Târgu Mureș.





Reclame

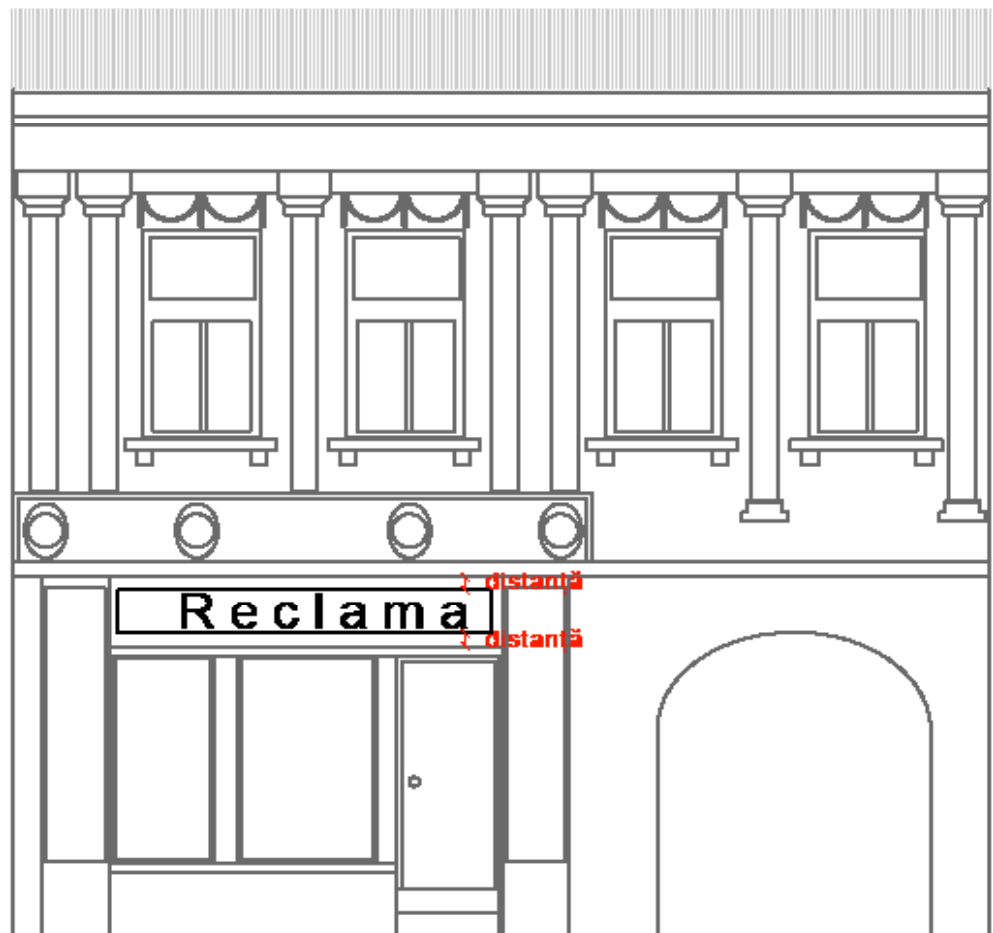
Reclamele istorice erau confecționate fie din metal, fie desenate direct pe tencuială. În toate cazurile ele erau văzute ca obiecte de artă, încadrate armonios în arhitectura fațadei. În zonele istorice, astăzi tendința este ca reclama să ocupe cât mai puțin din suprafața fațadei, fără ca reclama să acopere vreun element de arhitectură (decorație, gol de fereastră sau vitrină).

Ca și concept, reclama trebuie să fie cât mai transparentă, de aceea literele volumetrice subțiri sau cele vopsite direct pe fațadă sunt recomandate. Astăzi, firmele și reclamele sunt prezente inevitabile în spațiul urban, adeseori însă, se uită ca o fațadă bine concepută și o reclamă discretă și plăcută este mai atrăgătoare.

Exemplu de stabilire a dimensiunilor reclamei.

Reclamă bine încadrată între brâu și golurile de vitrină.

Nicio reclamă nu va fi poziționată la etaj. Ea va rămâne doar la nivelul parterului.





GREȘIT ❌
 Reclame cu aspect dezordonat, fără imagine unitară, nu păstrează distanță față de elementele de arhitectură.



CORECT ✅
 Când într-o clădire se află mai mulți agenți economici, firmele lor se aranjează ordonat pe panouri discrete de aceeași dimensiune, la intrarea în gang, ușă sau poartă.

Placheta transparentă nu este agresivă



GREȘIT ❌
 Panourile și casetele luminoase nu sunt acceptate în zona istorică protejată.



CORECT ✅
 Reclamă cu litere decupate aplicate direct pe fatadă, fără suport.



GREȘIT ❌
 Reclame neunitare.



CORECT ✅
 Reclama bine încadrată în fațadă, cu litere independente.



GREȘIT ❌
 Reclamă agresivă vizual, acoperă întregul câmp al fațadei.



CORECT ✅
 Placheta nu este agresivă, culori potrivite zonei istorice.



❌ Elementul de arhitectura este acoperit complet de reclamă.



❌ Reclamele publicitare acoperă o suprafață prea mare din fațadă.



❌ Umbrele de soare sunt prea dese, mascând astfel o mare parte din fațada istorică.



✅ Bannerele sunt de obicei mari în comparație cu alte semne publicitare, de aceea sunt acceptate pe o perioadă scurtă de timp pe clădiri-monument sau în zona de publicitate restrânsă.



✅ Literele reclamei sunt bine încadrate între brâu și golul de ușă.



✅ Literele decupate, independente sunt ideale în zona istorică protejată.

Reclama cu iluminat intensiv nu este permisă. Creaază confuzie în rândul șoferilor.

Bannerele sunt deranjante în zona istorică protejată. Prezența lor permanentă nu se acceptă.

Inscripțiile sau reclamele lipite pe foaia de sticlă nu sunt agreate.



Lumina verde a semaforului se confundă ușor cu lumina provenită de la reclama luminoasă.

Umbrelele colorate astfel nu fac parte din cromatica orașului istoric.

Panourile de tip A Board ocupă din spațiul de circulație pietonală.



Vitrine

Vitrina a fost și este intermediarul esențial între trecător și agentul economic.
 Rolul vitrinei este de a oferi, prin transparență, o imagine asupra produselor sau serviciilor oferite. Prin urmare nu este indicat să se acopere vitrinele cu autocolant sau cu reclamă. Dacă se dorește afișarea unui text, acesta poate fi la o distanță

mai mare de 20cm, măsurată de la foaia de sticlă, înspre interior. Tâmplăriile vitrinelor vor fi din lemn. În unele cazuri se accepta și vitrine fără tâmplărie.
 Forma golurilor de vitrină este de regulă un dreptunghi, cu latura lungă pe verticală. Modificările formei vitrinei se argumentează cu fotografii istorice.

Exemple de vitrine cu tâmplărie din lemn, în zone istorice protejate (Sibiu).



GREȘIT ❌
 Vitrină supraîncărcată. Cromatica nu se încadrează în zona istorică.



CORECT ✅
 Reclama de metal se integrează în contextul istoric.



GREȘIT ❌
 Culoarea reclamei este prea stridentă, nu se potrivește cromatic cu fațada istorică.



CORECT ✅
 Reclama este corect amplasată: nu este lipită de foaia de sticlă și nu acoperă toată suprafața ei.



GREȘIT ❌
 Vitrină cu aspect supraîncărcat / opacă. Nu există relație vizuală sinceră pieton-produs. Încrederea în comerciant scade.



CORECT ✅
 Cromatica și materialul vitrinei este potrivit centrului istoric, la fel ca și reclama de metal.

RECOMANDĂRI

- Firmele sau reclamele nu trebuie să acopere elemente de arhitectură.
- Mai multe firme sau reclame amplasate pe aceeași fațadă vor trebui să creeze un ansamblu armonios: mai multe firme să se grupeze pe un panou vertical sau orizontal, formând un singur amplasament.
- Firmele și reclamele vor fi poziționate doar la parter.
- Amplasarea bannerelor este posibilă doar pentru o perioadă scurtă de timp, de regulă 10 zile.
- Reclamele cu o cromatică stridentă sau cele care folosesc lumini intermitente sunt interzise.
- Reclamele trebuie să păstreze o distanță obligatorie față de elementele de arhitectură, fiind interzisă acoperirea acestora.
- Este interzis ca reclama publicitară să ocupe o suprafață mai mare de 2mp.
- Se recomandă ca literele reclamei să fie aplicate direct pe fațada și nu pe un suport opac.
- Culorile reclamei trebuie să fie armonizate contextului cromatic general al fațadei.
- Este de preferat amplasarea de firme în consolă, tradiționale, confecționate din fier forjat.
- Pentru iluminarea reclamelor se acceptă doar lumina continuă, de culoare alba, iluminatul intermitent fiind interzis.
- Nu sunt acceptate inscripții sau reclame lipite direct pe vitrină. Ele vor păstra o distanță de minim 10 cm de la foaia de sticlă.

- Pentru crearea unor noi spații comerciale, vitrinele și ușile de acces trebuie să preia axele verticale ale golurilor ferestrelor de la etaj.
- Este interzisă distrugerea elementelor decorative și a ancadramenteor istorice.
- Sunt interzise vitrinele înșiruite, obținute prin desființarea zidăriei dintre golurile de la parter.
- Vitrinele se realizează numai la parterul clădirilor.
- Materialul vitrinelor, tâmplăria, trebuie să fie executată din lemn și doar în cazuri excepționale din metal. Tâmplăria din pvc este interzisă.