

# Codul Vizual

privind amplasarea  
firmelor și a  
publicității exterioare





**Documentul a fost elaborat  
voluntar de o echipă creată  
din designeri, urbaniști  
și experți în domeniul  
patrimoniului construit.**

Ați vrea să ajutați la dezvoltarea acestui proiect?  
Trimiteți-ne un mesaj cu tema „Vreau să ajut” pe: [info@savechisinau.org](mailto:info@savechisinau.org)

# De ce avem nevoie de un cod vizual?

Situația existentă demonstrează că fațadele clădirilor istorice (atât din limtele centrelor istorice cât și din afara acestora) sunt încărcate cu firme și bannere supradimensionate, care nu doar că acoperă elementele de arhitectură, dar și creează o imagine inestetică, de ansamblu, a străzilor și localității.

Prin stabilirea unor reguli cu privire la dimensiuni, materiale, culori și amplasament, se poate păstra o coerență vizuală între clădiri și se poate crea o identitate urbană distinctă. Totodată prin impunerea unor cerințe mai specifice pentru amplasarea firmelor pe clădirile istorice pot fi evitate afectarea elementelor arhitecturale.

Elaborarea Codului vizual a pornit de la aceste deziderate și de la preluarea bunelor practici din alte orașe istorice

Codul Vizual are drept obiective:

- să sistematizeze amplasarea firmelor pe fațadele clădirilor;
- să aducă recomandări privind afișajul stradal;
- să ofere soluții artistice pentru firme, vitrine, copertine.

## Indici

### Greșit

Contravin regulamentului și afectează negativ contextul arhitectural și estetic al localității.

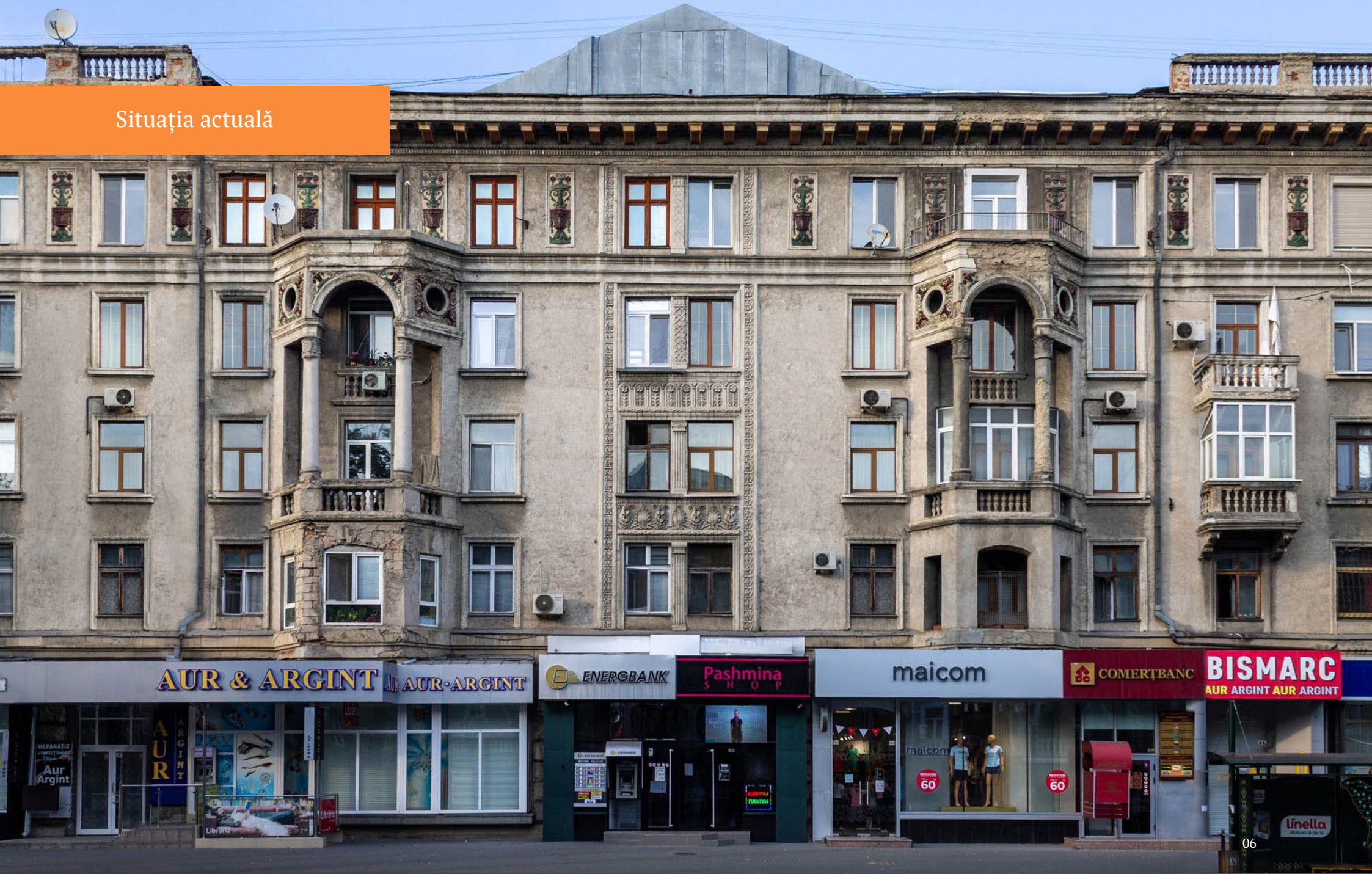
### Acceptabil

Respectă parțial regulamentul, însă unele aspecte sunt realizate incorect.

### Corect

Respectă normele regulamentului și păstrează aspectul arhitectural al clădirii.

Situația actuală



AUR & ARGINT

AUR-ARGINT

ENERGEBANK

Pashmina SHOP

maicom

COMERTBANC

BISMARC  
AUR ARGINT AUR ARGINT

REPARATIE  
IMPERFECTIUNII  
Aur  
Argint

AUR  
ARGINT

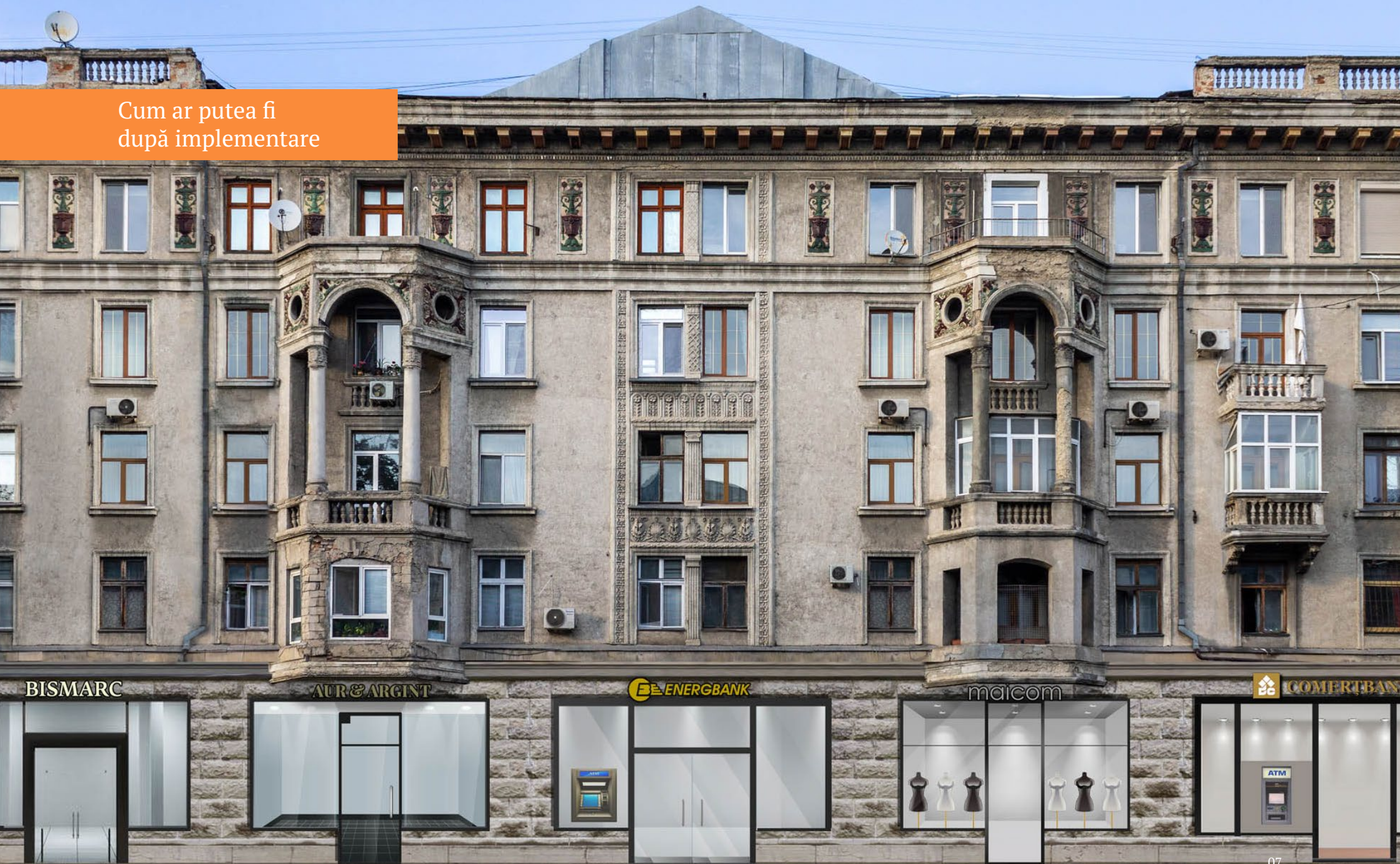
Libăria

60

60

linella  
All about the city

Cum ar putea fi  
după implementare



# 1. Noțiuni generale



## 1.1. Definiții

### Copertină/Marchiză



Element decorativ care acoperă, de obicei, intrarea și/sau ferestrele unei clădiri.

### 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.

### Vitrină



Spațiu special amenajat pentru expunerea mărfurilor, în spatele ferestrei magazinelor, pentru a fi văzute din stradă.

# 2. Probleme attuale

## 2.1. Ignorarea arhitecturii fațadei: firme care acoperă elemente arhitecturale

### Greșit



Firme care acoperă  
elementele arhitecturale.

### Corect



Firma nu acoperă niciun element arhitectural.  
Este realizată în culoare neutră.

## 2.2. Firme de dimensiuni exagerate

### Greșit



Dimensiunile exagerate ale firmei acoperă o parte mare din fațadă. Vitrina este acoperită cu elemente care ocupă mai mult decât 15% din suprafață. Aparatele de aer condiționat sunt plasate pe fațada clădirii.

### Acceptabil



Firma este fixată direct pe fațadă, însă este de dimensiuni exagerate.

## Firme de dimensiuni exagerate

### Greșit



Dimensiunile exagerate ale firmei acoperă o parte mare din fațadă. Vitrina este acoperită cu elemente care ocupă mai mult decât 15% din suprafață. Aparatele de aer condiționat sunt plasate pe fațada clădirii.

### Acceptabil



Firma este fixată direct pe fațadă, însă are prea multe elemente.

## 2.3. Materiale necorespunzătoare

**Greșit**



Casetă/suport din materiale necorespunzătoare, în culori stridente, care acoperă o parte mare din fațadă.

**Corect**



Firmă din litere din piatră, aplicate direct pe fațadă.

## 2.4. Culori stridente care nu se integrează în contextul arhitectural și estetic al clădirii

### Greșit



Casetă în culoare stridentă, de dimensiuni exagerate, care acoperă elemente arhitecturale.

### Corect



Casete transparente, sau firma aplicată pe fațadă. Culorile literelor sunt neutre.

## 2.5. Casete voluminoase, în culori stridente, din materiale necorespunzătoare

### Greșit



Casete sau suporturi voluminoase.

### Acceptabil



Firma aplicată direct pe fațadă, însă  
marchiza acoperă mai mult de 30% din vitrină.



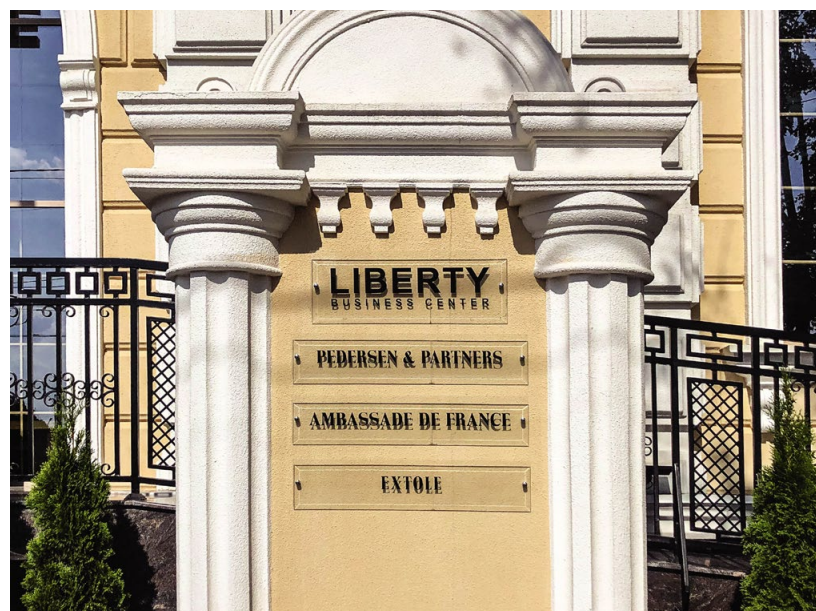
## 2.6. Prea multe firme neunitare

**Greșit**



Firmele neunitare, în culori stridente, de diferite dimensiuni.

**Corect**



Firme organizate unitar, pe un suport vertical, urmând același stil și având aceleași culori.

## 2.7. Vitrine supraîncărcate

**Greșit**



Vitrine supraîncărcate, cu inscripții aplicate direct pe sticlă.

**Corect**



Sticla vitrinei nu este acoperită.

## 2.8. Copertine/Marchize prea mari, în culori stridente

**Greșit**



Copertine care acoperă un element de arhitectură și o parte mare din vitrină.

**Corect**



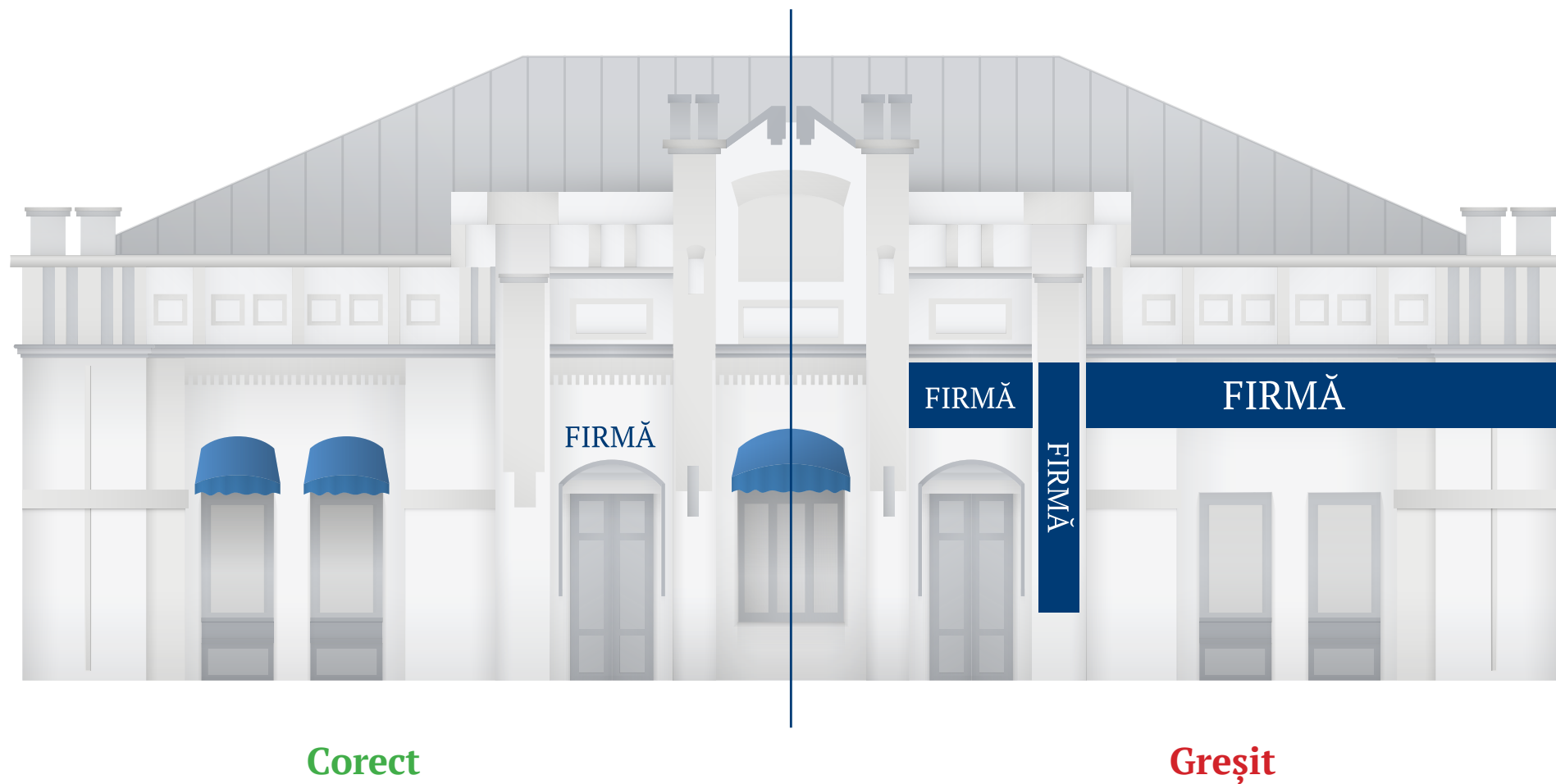
Copertine de mici dimensiuni, în culori neutre, care nu acoperă vitrina.

# 3.

## Reguli generale

### 3.1. Dimensiuni recomandate ale firmelor

Mai jos vedeți toate recomandările pentru firmele amplasate pe fațadele clădirilor istorice sau a clădirilor din centrele istorice.

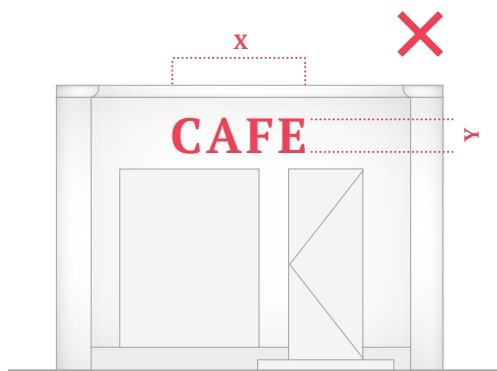


### 3.2. Reguli de amplasare și mărimea firmelor pe clădiri istorice

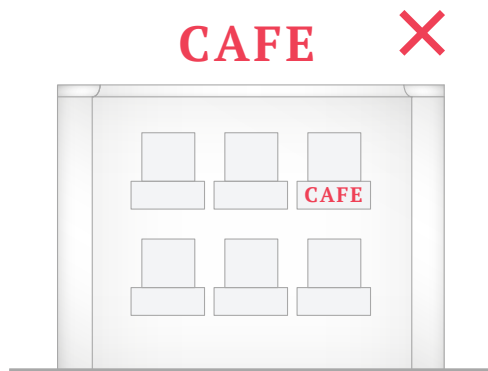


## Reguli de amplasare și mărimea firmelor pe clădiri istorice

La amplasarea firmelor se interzice:



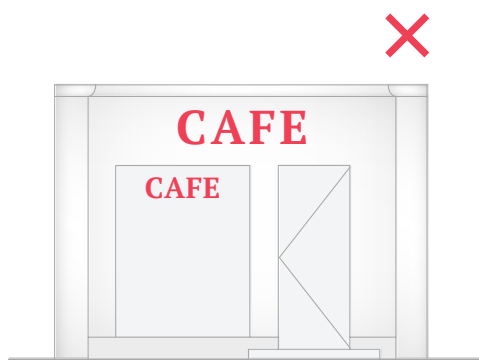
Amplasarea firmelor de mărimi exagerate.



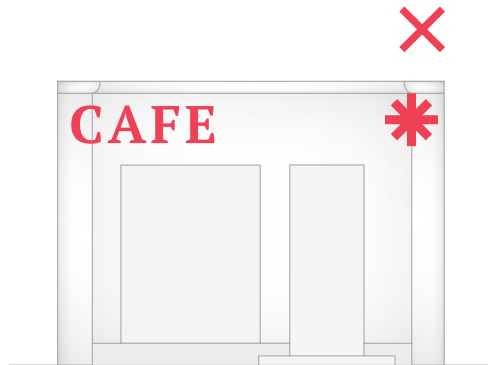
Amplasarea firmelor pe balcoane și acoperiș.



Amplasarea firmelor pe construcții de delimitare.



Dublarea denumirii pe perete și pe geam.



Amplasarea firmelor pe elemente și detalii de construcții.

### 3.3. Materiale recomandate

Se recomandă folosirea următoarelor materiale în construcția firmelor exterioare, volumetrice:



- Piatră
- Beton



- Fier forjat



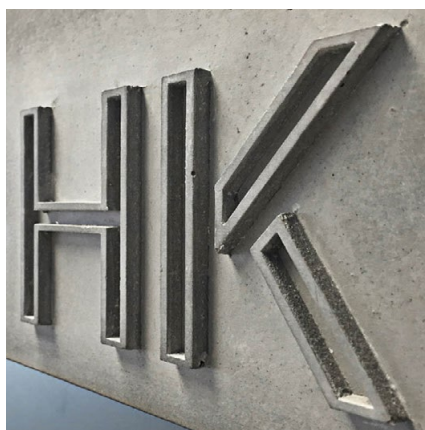
- Sticlă



- Mozaic sau pictură direct pe fațadă



- Cupru



- Inox



- Lemn



- Alamă



### 3.4. Firme

Firmele se vor amplasa la parter și vor fi corelate cu arhitectura fațadelor. Amplasarea acestora pe elemente arhitecturale este interzisă.

Corect



Corect



Corect



## Firme

Se recomandă ca literele să fie decupate și aplicate direct pe fațadă.

### Corect



### Corect



## Firme

Se recomandă ca literele să fie decupate și aplicate direct pe fațadă.

**Corect**



**Corect**



## Firme / Casete de suport

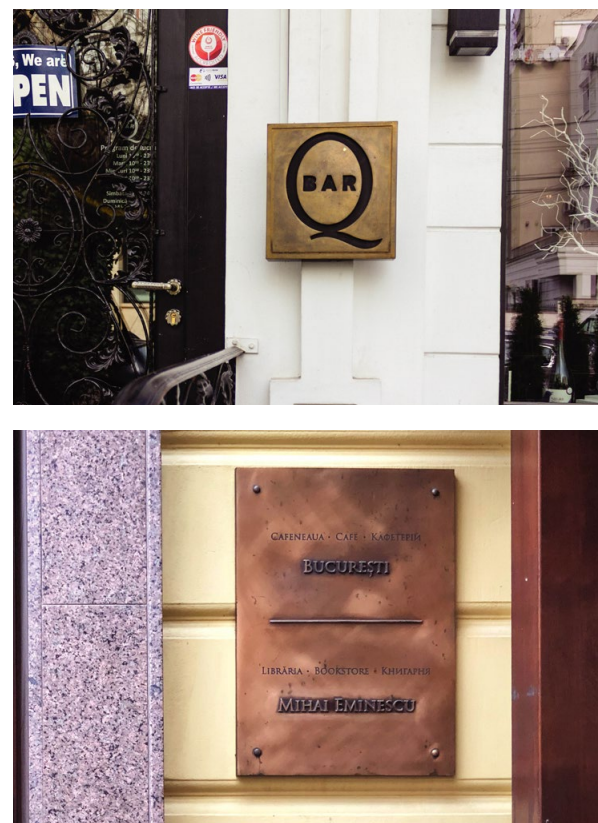
În cazul în care vor fi folosite casete/suport, se recomandă ca acestea să fie transparente sau în culori neutre.

### Corect



Design-ul firmei trebuie armonizat cu contextul cromatic al fațadei. Nu sunt recomandate culorile stridente.

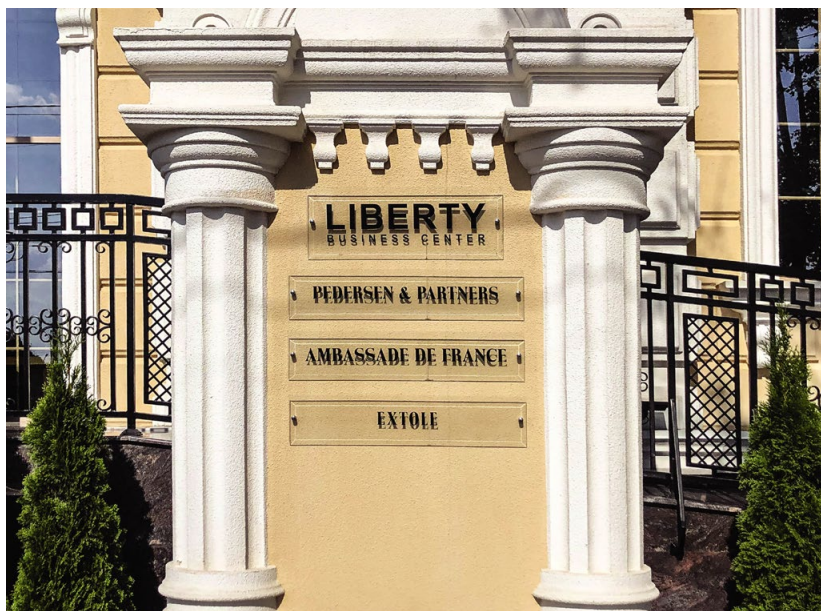
### Corect



## Firme grupate

Mai multe firme vor fi grupate pe un panou vertical sau orizontal, formând un singur amplasament.

### Corect

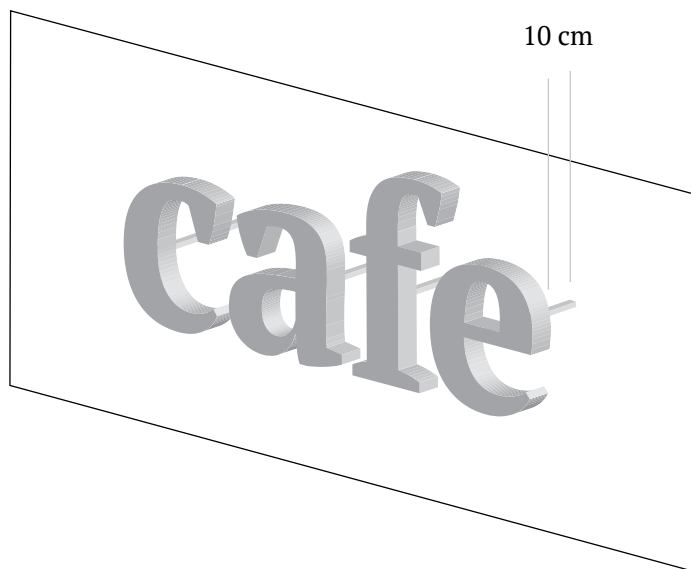


Se recomandă ca firmele grupate să aibă aceeași culoare.

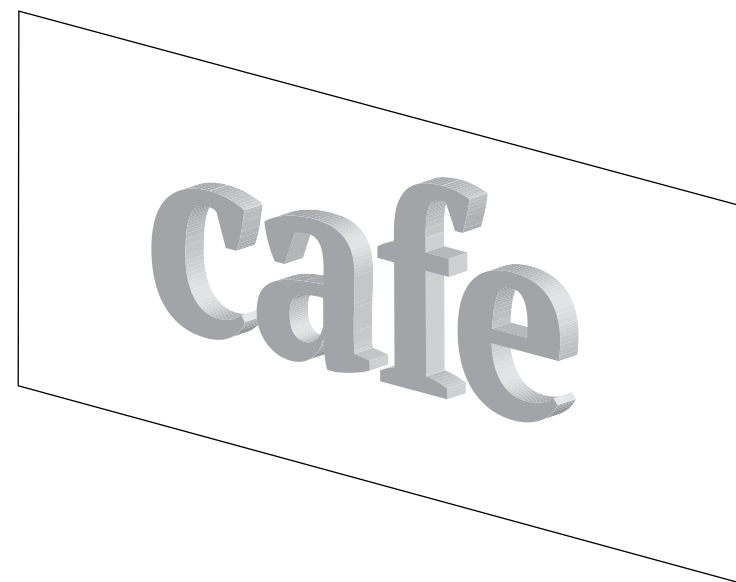
### Corect



### 3.5. Litere volumetrice



Fixare pe picioruș



Fixare direct pe fațadă

### 3.6. Cod vizual vs brandurile internaționale

Chiar și când e vorba de mărci străine, prioritate are cadrul legal local și arhitectura. Mai jos niște exemple reușite de îmbinare a brandingului cu moștenirea istorică.

Corect



Corect



### 3.7. Artefacte urbane

Chiar dacă unele din ele nu mai sunt actuale, credem că artefactele urbane trebuie păstrate, conservate și după posibilități, recondiționate.





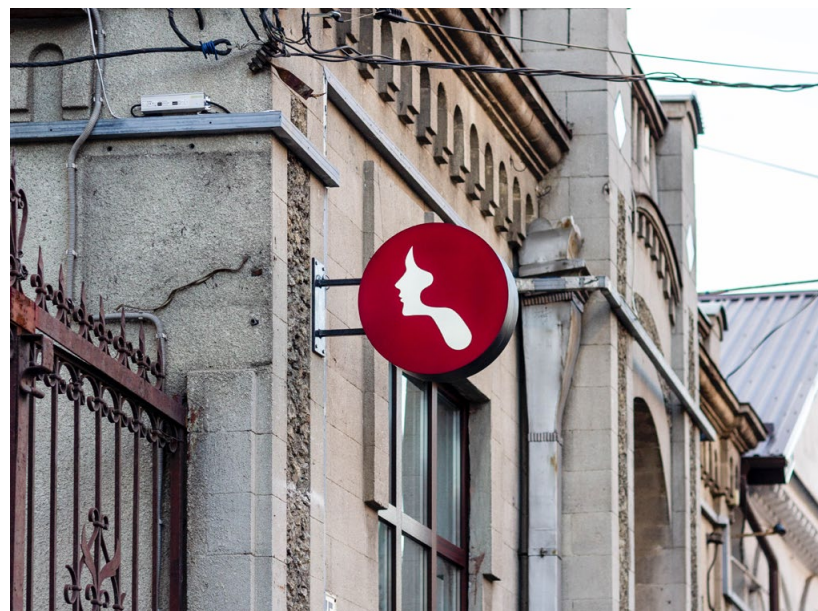
### 3.8. Firme pe consolă

Firmele cu fixare pot fi o alternativă pentru firmele pe fațadă.

Corect



Corect



## Firme pe consolă

Firmele cu fixare pot fi o alternativă pentru firmele pe fațadă.

Corect

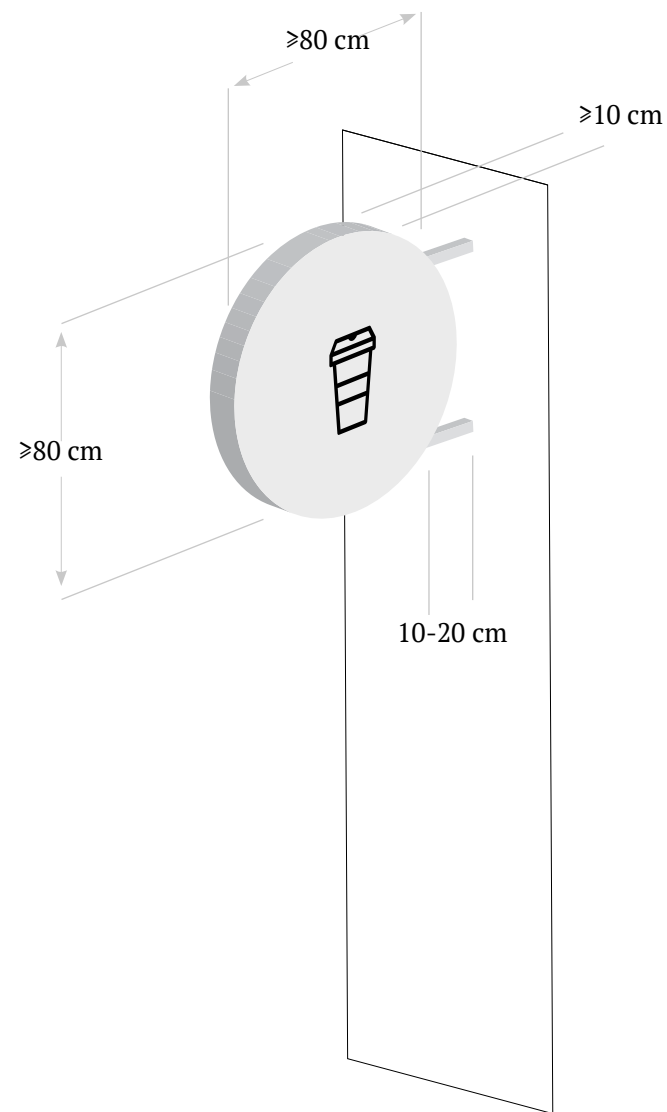
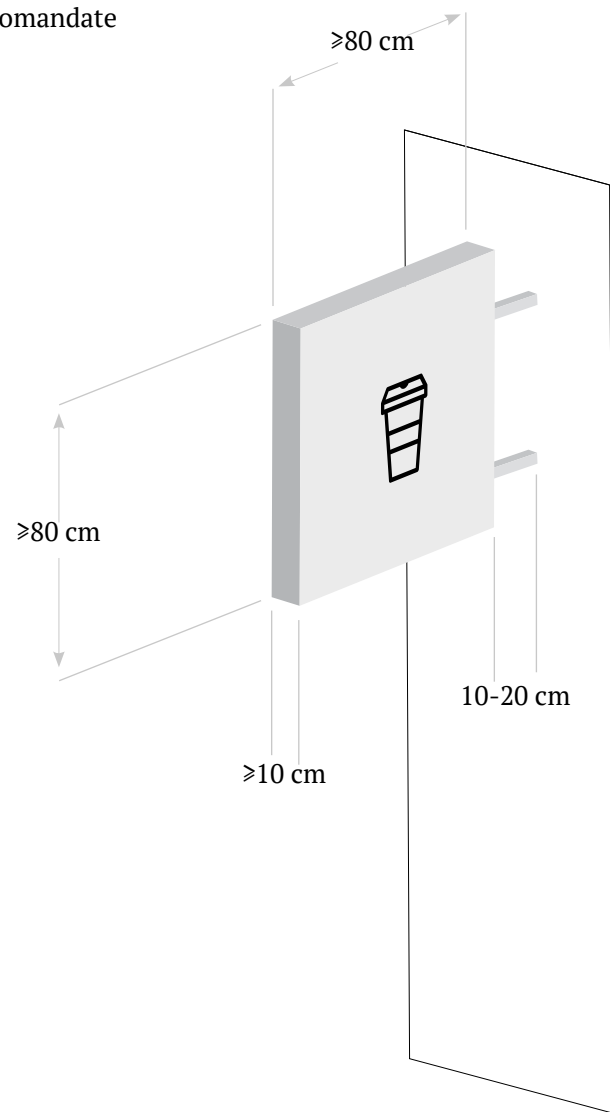


Corect



## Firme pe consolă

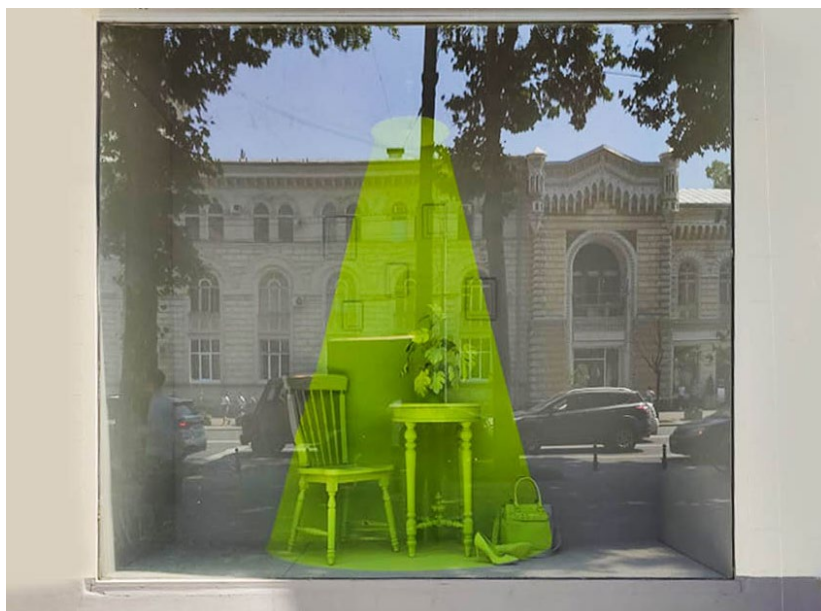
Dimensiuni recomandate



### 3.9. Vitrine

Vitrina are rolul de a afișa produsele sau serviciile. Se recomandă ca obiectele expuse în vitrină să fie amplasate la minimum 10 cm de la sticlă.

**Corect**



Amplasarea de reclame, afișe, autocolante, anunțuri, firme pe sticla vitrinelor, în exterior sau interior, **nu va depăși 15% din suprafața transparentă a vitrinei.**

**Corect**



### 3.10. Copertine/Marchize

Copertinele nu trebuie să acopere elementele de arhitectură și pot acoperi **cel mult 30% din vitrine**.

Corect



Corect



## Copertine/Marchize

Copertinele nu trebuie să acopere elementele de arhitectură și pot acoperi **cel mult 30% din vitrine**.

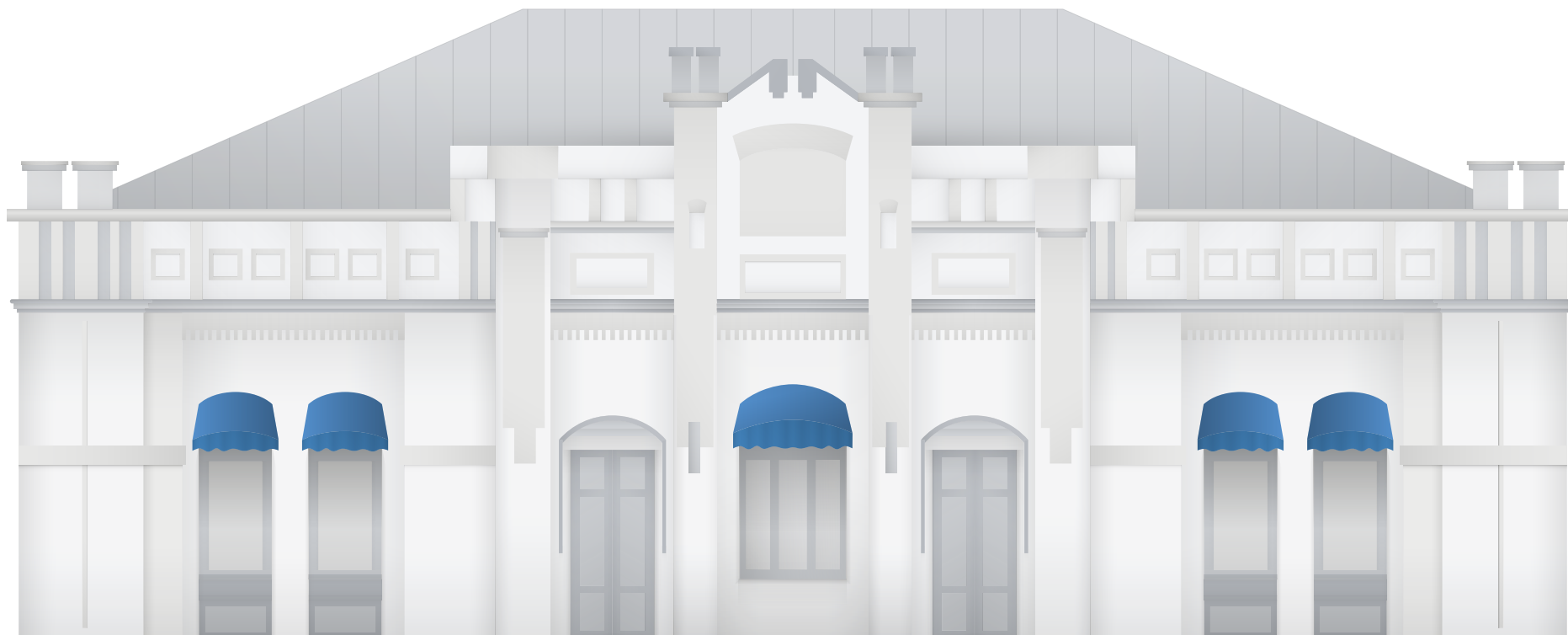
Corect



Corect

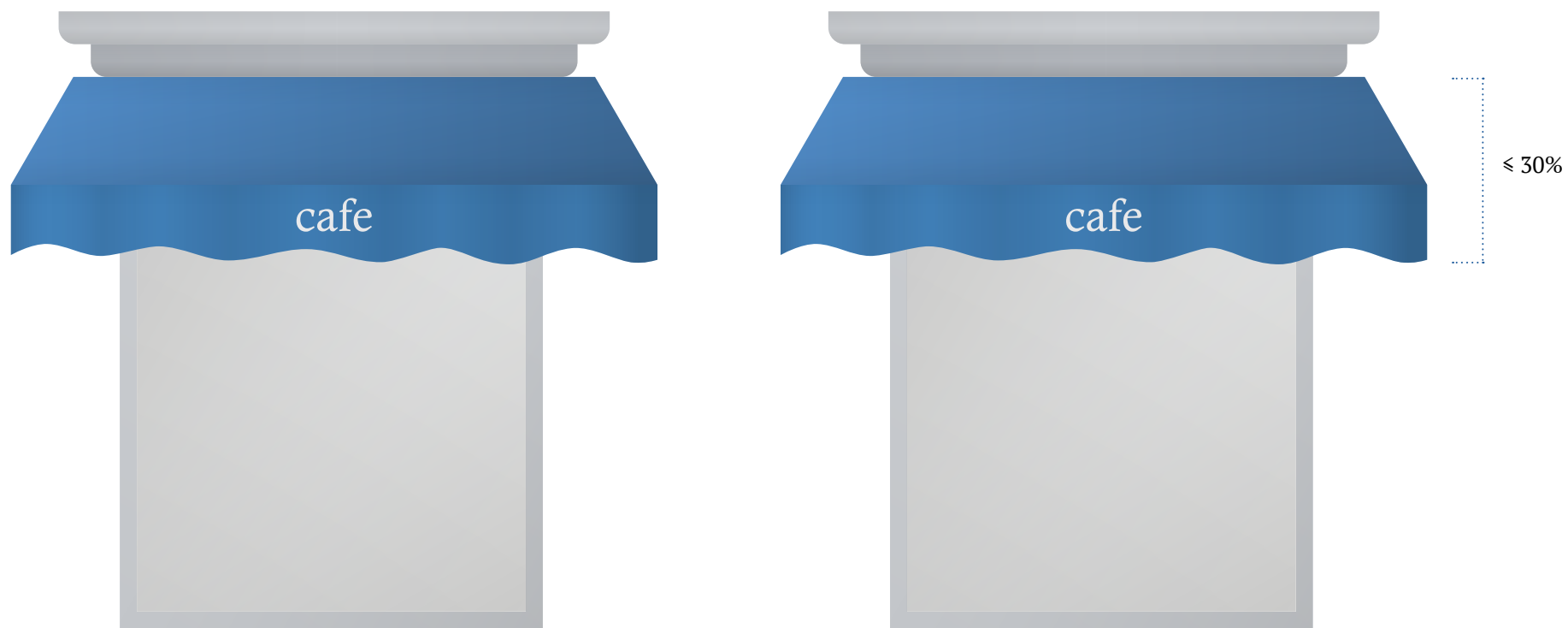


## Copertine/Marchize



Exemplu de marchize amplasate corect, pe o clădire istorică

## Copertine/Marchize



Marchizele nu trebuie să acopere mai mult de 30% din vitrină/fereastră



### 3.11. Fațada teatrului

Cum amplasăm publicitatea pentru spectacole pe clădirile instituțiilor culturale.

**Greșit**



Elementele publicitare nu trebuie să acopere elementele arhitecturale ale clădirii.

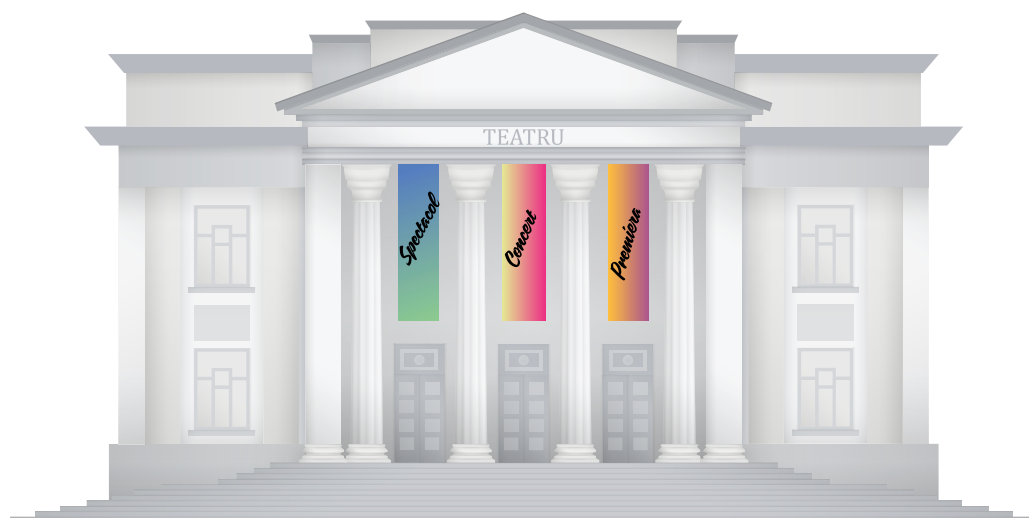
**Corect**



Se recomandă amplasarea afișelor și bannerelor între coloanele clădirii. Astfel, păstrăm coloanele intacte.

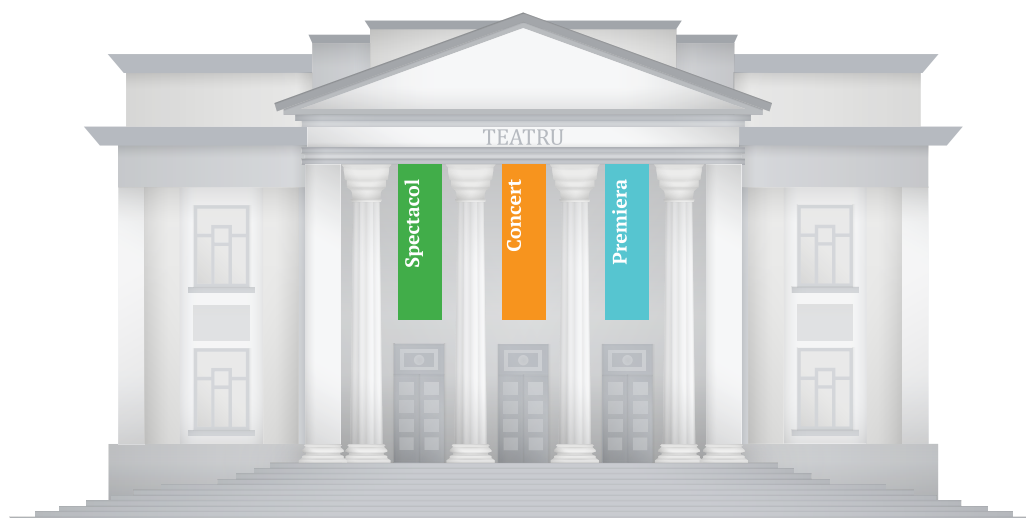
## Fațada teatrului

**Greșit**



Nu se recomandă machetele supraîncărcate cu elemente grafice, cum ar fi fundalurile complexe, folosirea a prea multor fotografii, fonturi și culori.

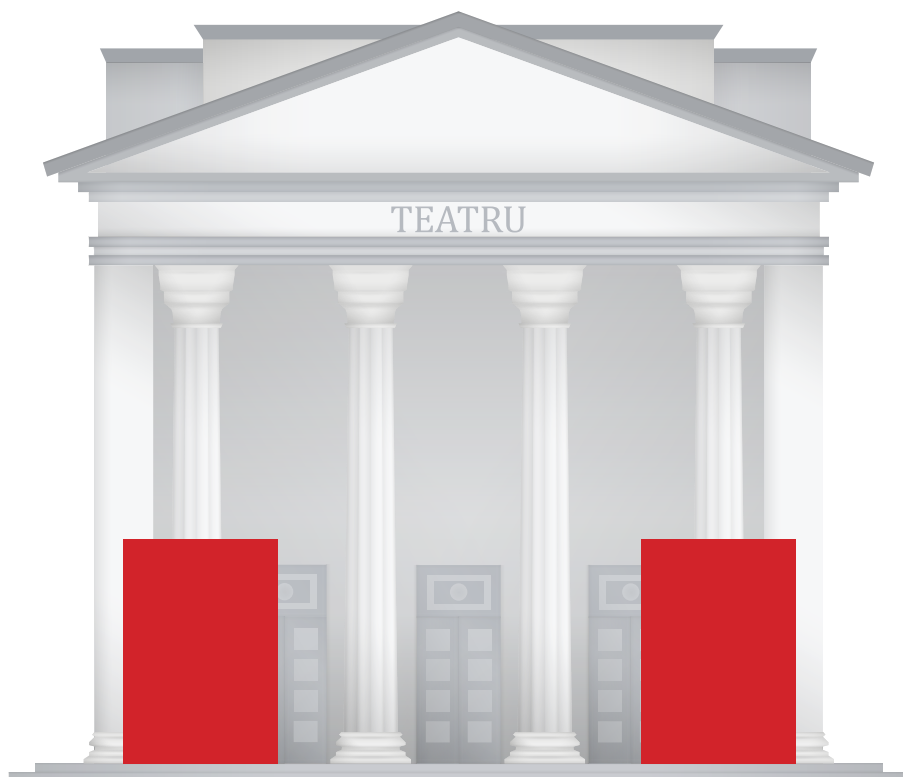
**Corect**



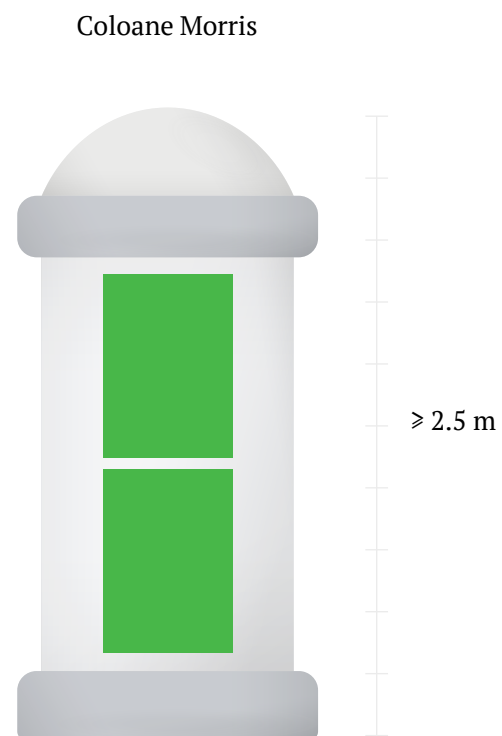
Se recomandă folosirea fundalurilor plate, a culorilor uniforme și a unei familii de fonturi.

## Fațada teatrului

**Greșit**



**Corect**



# Atenție!

Pe următorul slide  
**nu se oferă exemple de  
fonturi, ci se explică regula  
unei dimensionări corecte**

## 3.12. Tipografia

Nu se recomandă deformarea **neproportională** a fonturilor și a denumirilor.

**Corect · font proporțional**

**Farmacie**

**Schimb Valutar**

**Magazin**

**Greșit · font neproportional**

~~**Farmacie**~~

~~**Schimb Valutar**~~

~~**Magazin**~~

## Tipografica

### Greșit



Textul a fost **deformat neproportional**.

### Corect



Cum ar trebui să arate textul proporțional, aplicat corect.

## Tipografica

### Greșit



Au fost aplicate două fonturi, care se contrazic în stil.

### Corect



Aplicarea unui singur font.

**Următoarele  
fonturi sunt  
cu titlu de  
recomandare**



### 3.13. Fonturi recomandate

Recomandăm aplicarea următoarelor fonturi în inscripțiile exterioare, fiind licențiate gratuit (biblioteca Google Fonts). Acest slide vine cu titlul de suport.

## Roboto

<https://fonts.google.com/specimen/Roboto>

## Roboto Condensed

<https://fonts.google.com/specimen/Roboto+Condensed>

## BEBAS NEUE

<https://fonts.google.com/specimen/Bebas+Neue>

## Montserrat

<https://fonts.google.com/specimen/Montserrat>

## Rubik

<https://fonts.google.com/specimen/Rubik>

## Merriweather

<https://fonts.google.com/specimen/Merriweather>

## EB Garamond

<https://fonts.google.com/specimen/EB+Garamond>

## Vidaloka

<https://fonts.google.com/specimen/Vidaloka>

## DM Serif Text

<https://fonts.google.com/specimen/DM+Serif+Text>

## Roboto Slab

<https://fonts.google.com/specimen/Roboto+Slab>

„Reclama bună  
vinde fără să atragă  
atenția asupra sa.“

—David Ogilvy

**Echipa de elaborare  
a Codului:**

Anetta Dabija  
*AO Salvați Chișinăul*

Constantin Sarcov  
*Piko Creative*

Alexandru Munteanu  
*AO Centrul de Urbanism*

**Design și machetare:**

Iancu Voinovan  
Alex Bureț  
Andrei Leverin  
Marin Damian

**Redactare și traducere:**

Beatrice Tabacari  
Alina Guțu  
Alexandr Macuhin

Pentru sugestii și comentarii ne puteți scrie pe [info@savechisinau.org](mailto:info@savechisinau.org)