

أسس ومعايير التنسيق الحضارى للإعلانات واللافتات

المعتمدة من المجلس الأعلى للتخطيط والتنمية العمرانية
طبقاً للقانون رقم ١١٩ لسنة ٢٠٠٨ ولائحة التنفيذية

جمهورية مصر العربية
وزارة الثقافة
الجهاز القومي للتنسيق الحضارى

الدليل الإرشادى
أسس ومعايير التنسيق الحضارى للإعلانات واللافتات

الإصدار الأول
الطبعة الأولى
٢٠١٠

جميع الحقوق محفوظة
للجهاز القومي للتنسيق الحضارى

رقم الإيداع المحلى
رقم الإيداع الدولى

المحتوى:

كلمات

٥	دور التنسيق الحضارى: فاروق حسنى ... وزير الثقافة
٧	هذه الدلائل الإرشادية: سمير غريب ... رئيس الجهاز القومى للتنسيق الحضارى
٨	أ.د. محمود يسرى ... رئيس اللجنة العلمية الفنية العليا
٩	الأهداف الأساسية
٩	التعريفات العامة
١٠	أنماط الإعلانات واللافتات
١٠	مجال عمل الدليل
١٢	ملاحح الوضع الراهن
١٤	الاشتراطات العامة
١٥	المعايير التفصيلية للإعلانات التجارية
١٥	١-٧ الإعلانات المرتفعة المثبتة على أعمدة (يونى بول)
١٨	٢-٧ الإعلانات متوسطة الارتفاع المثبتة فى حرم الطرق
٢١	٣-٧ الإعلانات متوسطة الارتفاع المثبتة على أعمدة الإنارة والأعمدة الإرشادية
٢٣	٤-٧ الإعلانات منخفضة الارتفاع (السوسيت واللاب)
٢٥	٥-٧ الإعلانات الدوارة والشاشات المضئية والإلكترونية المتحركة
٢٦	٦-٧ الإعلانات المثبتة على سياج أراضى الفضاء والأسوار
٢٧	٧-٧ الإعلانات المثبتة على وسائل النقل المتحركة
٢٨	٨ المعايير التفصيلية للافتات الإعلانفة المؤقتة بكافة أنواعها
٢٩	٩ المعايير التفصيلية للافتات المهنية والإدارفة والأفتات الأنشطة التجارية والعمرانية
٣٠	١٠ المعايير التفصيلية للوحات عناوین الشوارع
٣١	١١ المعايير التفصيلية للوحات الإرشادية للمواقع الأثرية والتاريخية
٣٢	١٢ المعايير التفصيلية للافتات المرورية



دور التنسيق الحضارى:

المدينة شكل عمرانى شديد التعقيد، تتداخل عناصره وتتشابك، وإدراك المشهد البصرى للمدينة يكون من خلال صور بصرية تخضع فى تكويناتها لقيم نابغة من جماليات العمران جنباً إلى جنب مع القيم الوظيفية، والاجتماعية، وأيضاً الثقافية التى يركز عليها جميعاً الفكر التخطيطى والتصميم العمرانى.

وعندما تغيب هذه القيم أو إحداهما، فإن المشهد البصرى للمدينة يصاب بالتشويش والاهتزاز. والاهتمام بملامح المدينة وشكلها وطابعها وجمالها ليس ترفاً كمالياً فى الحياة العمرانية، وإنما حالة فطرية حضارية تلازم مستويات التطور الحضارى للمجتمعات. وتعد تنمية القدرات نحو إدراك القيم الحضارية بشكل عام، وقيمة الجمال بشكل خاص، بمثابة نقلة تطويرية تنموية للمجتمعات نحو مستوى حضارى أعلى.

ويأتى دور التنسيق الحضارى لمعالجة آثار الفجوة الثقافية بين الفكر المرجعى الرسمى القائم (المؤدى أو المصمم) فى تصميم وتشكيل صورة المدينة وبين المجتمع (المنتفع أو المتلقى) حتى يلتقيا عند مستوى الإدراك الواعى لفن وجماليات صناعة العمران... وذلك لإعادة صياغة الرؤية البصرية للعمران من خلال مجموعة محاور متعددة الاتجاهات كما يلي:

المحور الأول: يقوم على الحد من المحاولات الفردية التى تتجه نحو مفاهيم التجميل غير الواعية وتؤدى إلى النشوذ وعدم الانسجام مع المحيط من حولها. فالعمران بشكل عام هو سلسلة من المتتابعات البصرية التى لا يصح مقاطعتها أو اعتراضها بمفاهيم شخصية وغير مدروسة، وإنما لابد من صياغة رؤى جماعية يتفق عليها لتتسم بالاستمرارية المنطقية لجميع المعالجات والتفاصيل حتى يتحقق الإبداع الشامل الجامع، والقائم على تناغم عناصر المدينة ككل.

المحور الثانى: يقوم على تفعيل مفهوم التكامل بين علم العمارة "أم الفنون" وعلم الجمال "الاحتياج الفطرى لجميع البشر"، وهو المدخل الذى تركز عليه الدول المتقدمة فى جميع مشروعات التصميم العمرانى والتنسيق الحضارى كإطار تصميمى متكامل نابع من مفاهيم الحضارة، والثقافة، والتراث.

المحور الثالث: يقوم على تشجيع انتشار الأعمال الفنية فى الفراغات العمرانية للمدينة مثل الميادين والساحات ومحاور الحركة الرئيسية فى إطار وضع الضوابط الحاكمة لانتشار الأعمال الفنية بأنواعها، حتى لا تترك للاجتهادات الشخصية. فالأعمال الفنية التى تمثل مستوى عالياً فكراً وفناً ترتقى بالمحيط من حولها بشرط ألا تلفظها ثقافة الجماعة، وعلى العكس فإن انتشار الأعمال الفنية التى لا ترتقى إلى المستوى الفنى

اللائق يكون تأثيرها شديد السلبية خاصة لو حازت على قبول الجماعة واندمجت داخل مرجعياتها الثقافية وأصبحت أمثلة مقبولة وشائعة يحتذى بها.

المحور الرابع : تشجيع أعمال التنسيق الحضارى والأعمال الفنية الميدانية من خلال المسابقات، وتبنيها لنشرها جماهيرياً فى ميادين وشوارع المدينة باعتبارها تفاعلات إنسانية إيجابية مع البيئة المحيطة وشغف الإنسان بها منذ الخليفة وتأثيرها المرغوب على تكوينه حضارياً وبالتالى على المجتمع ككل.

وهكذا فإن التنسيق الحضارى القائم على الأسس والمعايير العلمية والفنية وعلى علم جماليات العمران أخذاً فى الاعتبار أهمية انتشار الفن الراقى فى المدينة، يؤثر إيجابياً على مراحل النمو النفسى لأفراد المجتمع، وتطويره، وتغذيته بالخبرات الجمالية والفنية التى تسمو بالقيمة الجمالية وتضعها فى أعلى مستوى يمكن أن يرتقى إليه الإنسان.

وبتطبيق كل ذلك، فالعمران المصرى كان ولا بد أن تكون نقطة البداية فيه هى صياغة أسس ومعايير التنسيق الحضارى فى جميع مجالاته وإتاحتها للكافة لتنفيذها.

وهذا الجهد الكبير قام به مشكورون صفوة من علماء وخبراء مصر المتخصصين أعضاء اللجنة الفنية العلمية العليا واللجان النوعية بالجهاز القومى للتنسيق الحضارى.

فاروق حسنى

وزير الثقافة

هذه الدلائل الإرشادية:

تعانى المدن المصرية حالياً من شدة التلوث البصرى والسمعى والبيئى، ومن التدهور الذى لحق ببيئتها العمرانية، مما أدى إلى حدوث تشوهات وتعديلات على المباني والشوارع والأرصفة. حتى طالت التشوهات كثيراً من المباني ذات القيمة المعمارية المتميزة والتاريخية. وفى وضع كهذا أصبح من الضرورى تطبيق الوسائل العلمية والفنية والإدارية والتشريعية اللازمة لمعالجة العناصر العمرانية وإضافة للمساحات الجمالية الواعية إليها، من أجل تحسين صورتها البصرية وصيانتها وتنقية الفراغات العمرانية مما لحق بها لاستعادة طابعها الجمالى وشكلها الحضارى.

وتعد أولى الخطوات العملية لتطبيق أسس ومعايير التنسيق الحضارى، هى قيام الجهاز القومى للتنسيق الحضارى بتشكيل "اللجنة العلمية الفنية العليا لوضع أسس ومعايير التنسيق الحضارى" والتي تفرعت حسب التخصص العلمى إلى ثلاث عشرة لجنة عنيت كل منها بمجال من مجالات التنسيق الحضارى، ووضعت له الأسس والمعايير الفنية العلمية، كل على حدة، فى دليل من هذه الدلائل ليكون مرشداً وخريطة عمل للمجتمع كله بمؤسساته وأفراده يجب مراعاتها وتطبيقها فى مجالات الدلائل المختلفة.

وفى إطار التنمية العمرانية المستهدفة بالمدن والقرى المصرية، لا يمكن - بحال من الأحوال - أن يتحقق النجاح لتطبيق المفاهيم والأسس والمعايير العلمية والفنية للتنسيق الحضارى التى وضعها نخبة من خيرة المتخصصين فى مجالات العمران المصرى، إلا بتضافر جهود جميع الجهات الحكومية المعنية والمؤسسات غير الحكومية، والجمعيات الأهلية والمجتمع المدنى والأفراد، وتوافر الوعى والإيمان بدور التنسيق الحضارى.

ولابد من توجيه الشكر والعرفان بهذه المناسبة إلى كل العلماء والخبراء الذين شاركوا فى وضع هذه الدلائل الإرشادية.. ويحدونى أمل كبير فى أن تثمر نتيجة عملهم هذا خيراً وجمالاً فى الواقع المصرى.

سمير غريب

رئيس الجهاز القومى للتنسيق الحضارى

تقديم:

يهدف التنسيق الحضارى إلى تحقيق القيم الجمالية فى الفراغ العمرانى وتحسين الصورة البصرية للعمران المصرى والعمل على إزالة كافة التشوهات والتلوث البصرى، كما يهدف إلى الحفاظ على الطابع المعمارى والعمرانى للمناطق المختلفة مع حماية عناصر البيئة الطبيعية وتنسيقها.

وتتعدد وسائل وآليات التنسيق الحضارى ومن أهمها:

صدر القانون رقم ١١٩ لسنة ٢٠٠٨ المنظم والملزم لأعمال التنسيق الحضارى وبيان كيفية تطبيقه فى العمران المصرى القائم والجديد، وإصدار دلائل إرشادية توضح أسس ومعايير التنسيق الحضارى، كما أن منها الاشتراك فى مشروعات رائدة تطبيق هذه الأسس والمعايير، ولا ننسى أيضاً دور الإعلام فى نشر ثقافة التنسيق الحضارى للارتقاء بالذوق العام وتحقيق الجمال والارتقاء بالسلوك. ولقد كان من باكورة أعمال الجهاز القومى للتنسيق الحضارى تشكيل "اللجنة العلمية الفنية العليا لوضع أسس ومعايير التنسيق الحضارى" فى مجالاته المتنوعة، وإصدار هذه الأسس والمعايير فى صورة دلائل إرشادية للتطبيق. وقد قامت اللجنة بتحديد المجالات المتنوعة لهذه الدلائل الإرشادية وشكلت لكل مجال لجنة نوعية تقوم بالدراسات والأبحاث اللازمة واستخلاص الأسس والمعايير المقترحة وعرضها على اللجنة العلمية الفنية العليا لمراجعتها. نتج عن ذلك إصدار الدلائل الإرشادية فى المجالات المتنوعة التالية:

- | | | |
|---------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| ١- المبانى والمناطق التراثية | ٢- الإعلانات واللافتات | ٣- مراكز المدن |
| ٤- المناطق المفتوحة والمساحات الخضراء | ٥- إدارة الجودة | ٦- المناطق الشاطئية |
| ٧- الطرق والأرصفة | ٨- الأسس البيئية | ٩- مداخل المدن |
| ١٠- القرية | ١١- المحميات والمناطق الطبيعية | ١٢- الإضاءة والإنارة الخارجية |
- ولما كانت جماليات العمران علم له أصوله وقواعده ومعاييره العالمية التى تصل بالعمران إلى مستويات عالية من الكفاءة الوظيفية والبصرية أخذاً فى الاعتبار أن للعمران المصرى خصائصه التى تميزه ... رأى اللجنة أن تؤسس الدلائل الإرشادية على مصدرين أساسيين:

- دراسة الأسس والمعايير العالمية
 - دراسة خصوصيات ومشاكل وإمكانيات العمران المصرى فى مجال عملها.
- وتصدر الدلائل الإرشادية لكل مجال من المجالات المشار إليها سالفاً فى مجلدين:
- أ- مجلد يحتوى على دراسة المشاكل والأهداف والإمكانيات والتوصيات، مدعم بالأمثلة التطبيقية من الداخل والخارج.
 - ب- دليل إرشادى تطبيقى لأسس ومعايير التنسيق الحضارى فى المجال.

أ.د. محمود يسرى

رئيس اللجنة العلمية الفنية العليا

١ - الأهداف الأساسية:

- يختص هذا الدليل الإرشادي بوضع الأسس والمعايير الخاصة بالإعلانات واللافتات في حرم الطرق داخل المدن بما يحقق المتطلبات المرورية والعمرانية والبصرية ، وتشمل الأهداف العامة للدليل الأسس التالية:
- تصحيح الصورة البصرية والمحافظة على جماليات المدينة.
 - وضع أسس وقواعد تقنن علاقة الإعلانات واللافتات بحرم الطريق والمجال العمراني المباشر له.
 - تحديد المسافات البينية للإعلانات واللافتات باختلاف أنواعها ورسالتها الإعلانية أو الإرشادية أو التوجيهية.
 - تحديد مواضع الإعلانات واللافتات في حرم الطريق ومجاله والبيئة المحيطة.
 - وضع القواعد المعيارية لمقاسات وأحجام وأشكال كافة الإعلانات واللافتات، وزوايا الرؤية واتجاهات الحركة الآلية والمشاة.
 - تحقيق السلامة منعا للحوادث والمخاطر الممكنة.
 - ضمان توافق تصميم الإعلانات واللافتات مع البيئة العمرانية.
 - وضع الاشتراطات المنظمة لنوعية ومستويات الإعلانات واللافتات.
 - وضع ضوابط لعدم نمو عشوائيات الإعلانات واللافتات في المدن، وما ينتج عنها من تلوث بصرى وجمالى وعمرانى للبيئة.

٢ - التعريفات العامة:

- المقصود بالإعلانات واللافتات هي كل منتج بصرى مضاف لحرم الطريق أو في مجاله العمرانى أو البصرى ويحمل رسالة أو معلومة لمستعملى الطريق سواء للحركة الآلية أو لحركة المشاة ، سواء كان الهدف من تلك الرسالة تجاريا أو غير تجارى إرشادى، أو رسالة توجيهية أو دعائية أو إعلامية ... الخ، وتحدد التعريفات الأساسية على النحو التالي:
- **اللوحة الإعلانية:** هي منتج بصرى يحمل رسالة لها مردود تجارى على هيئة منشأ أو عنصر تصميمى (يتصف بالدوام على المدى المتوسط والمشروط) و يوضع لفترة زمنية محددة يتفق عليها مثل الإعلانات التجارية .. وما يماثلها.
 - **اللافتة الإعلامية:** هي منتج بصرى يحمل رسالة إخبارية أو دعائية أو معلوماتية وهي لا تستهدف الربحية التجارية، مثل اللافتات المؤقتة للانتخابات بأنواعها أو لافتات المهرجانات والاحتفاليات ... وغيرها.
 - **اللافتة الإرشادية:** هي منتج بصرى يحمل رسالة توجيهية لمستعملى الطريق أو الفراغ العام بالمدن، سواء بهدف التعرف على المكان أو عناصره العمرانية أو ملامحه المعمارية أو التاريخية، مثل لافتات العناوين و لافتات الأنشطة الإدارية والمهنية واللافتات الإرشادية المرورية ... وغيرها.

٣ - أنماط الإعلانات واللافتات:

تستهدف الإعلانات واللافتات بمختلف أشكالها التجارية والإرشادية والإعلامية والمهنية وغيرها من الإعلانات على شبكة الطرق والحركة داخل المدن، وخاصة مسارات المشاة التي تكتسب أولوية عن مستعملى الطريق بحركة السيارات والآليات ولاسيما فى الطرق المحلية والتجميحية أو الفرعية بين الأحياء والتجمعات السكنية والعمرانية وداخلها. ولا تمثل الإعلانات واللافتات هنا عنصرا عمرانيا مسيطرا على شكل ونسيج المدينة أو التجمع العمرانى ويجب ألا تتمتع بوضعية متميزة داخل الصورة البصرية للكيانات العمرانية. وتشمل الإعلانات واللافتات فى الطرق داخل المدن الأنماط التالية:

- الإعلانات التجارية.
- اللافتات الإرشادية.
- اللافتات الإعلامية عن الأنشطة والأحداث الدائمة والمتغيرة، والمؤقتة، أو الاحتفالية.
- لافتات أسماء الطرق والعناوين والرمز البريدى وأرقام العقارات ... إلخ.
- اللافتات التجارية للأنشطة والاستعمالات والانتقاعات العمرانية.
- اللافتات المهنية بالوحدات الإدارية والمكاتب والعقارات.
- اللافتات الإرشادية المرورية.

٤ - مجال عمل الدليل:

يحدد القانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ فى شأن تنظيم الإعلانات ولائحته التنفيذية الصادرة برقم ١٦٩٢ لسنة ١٩٥٨، وكذلك القرار الوزارى رقم ٦٧٦ لسنة ١٩٦٥ وغيرها .. التعريف بالإعلان وشروط الترخيص به والرسوم الواجب أدائها والمحاذير والاشتراطات والعقوبات المفروضة. وتتص المادتان (١١)، (١٣) من القانون رقم ٨٤ لسنة ١٩٦٨ بشأن الطرق العامة بأن الجهة المشرفة على الطريق مسئولة عن تراخيص إقامة اللافتات والإعلانات والعقوبات، وتحدد اللائحة التنفيذية للقانون فى مادتها الأولى إجراءات الترخيص وشروطه.

وتتدرج المستويات العمرانية لشبكة توزيع الإعلانات واللافتات بشكل عام إلى متتاليات ترتبط فى جوهرها بالتدرج العام لشبكة الطرق، حسب ما تحدده الضوابط والقواعد الخاصة بذلك من جهة، و ترتبط من جهة أخرى بطبيعة البيئة العمرانية وحركة مستعملى الطريق باعتبارهم فى المقام الأول هم الهدف الرئيسى للرسالة الإعلانية الموجهة، وعموما تحدد تلك المستويات حسب تصنيف الطرق كما جاء فى الكود المصرى على النحو التالى:

أ- **الطرق الخلوية:** وهى التى تصل المدن والقرى والتجمعات العمرانية المختلفة ببعضها البعض، وتغلب على وظيفتها نقل الحركة بين مصدر وهدف أكثر من وظيفتها فى خدمة الأراضى المحيطة. وتندرج الطرق الخلوية حسب الأداء الوظيفى على النحو التالى:

- الطرق الحرة
- الطرق السريعة والرئيسية
- الطرق الفرعية التى تربط عواصم المحافظات والمراكز
- الطرق المحلية والفرعية الثانوية التى تربط المراكز بالقرى

والأسس والمعايير الفنية للإعلانات واللافتات على هذه الطرق يحددها "دليل معايير تنسيق عناصر الطرق" الصادر عن المركز القومى لبحوث الإسكان والبناء بوزارة الإسكان والمرافق والتنمية العمرانية فى يناير ٢٠٠٦.

ب- **الطرق الحضرية:** وهى التى تخترق التجمعات العمرانية داخل المدن و القرى وغيرها وتهدف فى الغالب إلى خدمة الأراضى المحيطة، وتندرج حسب الأداء الوظيفى على النحو التالى – وهى مجال هذا الدليل الإرشادى:

- طرق رئيسية لنقل الحركة السريعة و العابرة بالتجمع الحضرى
- طرق شريانية
- طرق تجميعية
- طرق محلية

وتندرج تلك المستويات المتتالية للحركة الآلية، وتضاف إليها شبكات الممرات والمسارات المخصصة لحركة المشاة – إن وجدت – داخل المدن والتجمعات الحضرية والعمرانية، وترتبط فى ذهن وشعور المستعملين بما يحقق أهداف الرسالة التى يحملها الإعلان أو اللافتة، فى إطار منظومة بصرية وعمرانية تضمن للطريق والمدينة والمجتمع مواءمة حضرية ونمطاً جمالياً يرتقى بالإنسان وذوقه وسلوكياته.

وتحدد البنود اللاحقة من الدليل الإرشادى تلك الأسس والقواعد المعيارية العامة للإعلانات واللافتات على شبكة الطرق والشوارع داخل المدن (الطرق الحضرية). ويتسع الدليل ليشمل اللافتات الإعلانية واللافتات الإرشادية على المنشآت الثابتة أو وسائل النقل المتحركة، وسواء كانت الإعلانات واللافتات دائمة أو مؤقتة .

٥ - ملامح الوضع الراهن :

وقبل تحديد الأسس والمعايير الفنية لأنماط الإعلانات واللافتات المختلفة نستعرض بعض ملامح الوضع الراهن والمشكلات السائدة بالمدينة المصرية من فوضى بصرية وعشوائية، وما تقدمه فيما يلي نماذج على سبيل المثال وليس الحصر لرسم الصورة البصرية والعمرانية التي نهدف إلى تطويرها والارتقاء بها، وهنا بعض هذه الملامح في الأشكال التالية من (١ إلى ٨):



شكل (٢) فوضى الإعلانات التجارية المركبة أو المثبتة فوق أسطح العقارات وخاصة ذات القيمة التراثية .



شكل (١) غياب التوحيد والانسجام النمطي لللافتات أسماء الشوارع والعناوين بالمدينة.



شكل (٤) تعارض الإعلانات مع حركة المشاة وغياب الصورة الحضارية



شكل (٣) تداخل الإعلانات الاحتفالية والتجارية مع حجب الرؤية البصرية للمعالم التاريخية أو المعمارية أو الجمالية بالمدينة.



شكل (٦) انتشار ظاهرة الإعلانات المؤقتة أو المستديمة المرسومة أو المثبتة أو المطبوعة على واجهات العقارات.



شكل (٥) تداخل و تعارض اللوحات الإرشادية و الإعلانات التجارية في المدينة، وفقدان الرسالة الإعلامية الخيرية.



شكل (٨) فوضى و عشوائية اللافتات المهنية و الإدارية على العقارات بالمدينة.



شكل (٧) فوضى و عشوائية الإعلانات و لافتات أسماء الأنشطة التجارية بالمدينة.

٦ - الاشتراطات العامة :

تهدف هذه الاشتراطات والقواعد إلى وضع الأسس باعتبارها الركيزة التي يمكن بها تمثيل المبادئ وتحديد المعايير التي تضمن بدورها تنظيم الإعلانات واللافتات بكافة صورها وأنماطها وأشكالها بما يؤدي إلى الارتقاء بالصورة البصرية والجمالية للمدينة المصرية ، والمحافظة عليها من التعديلات والعشوائيات وتجنب حدوثها، ونضع هنا مجموعة من الاشتراطات العامة قبل تحديد المعايير التفصيلية والنوعية للإعلانات واللافتات:

- ضرورة مراعاة الآداب العامة والذوق السليم ومنع كل ما لا يتسق مع القيم والأخلاق، ويلتزم المعلن بإزالة الإعلانات المخالفة ويتحمل قيمة إتلاف أى ممتلكات عامة أو خاصة تترتب على تركيب الإعلان أو رفعه.
- يحظر إقامة الإعلانات التي تحجب الرؤية أو الهواء أو الشمس عن المباني والمنشآت.
- يحظر إقامة الإعلانات التي تحجب الرؤية على المنافذ العامة الطبيعية مثل النيل أو المسطحات المائية أو الحدائق والمنتزهات .
- يحظر إقامة الإعلانات بأسلوب يعوق حركة المرور ووسائل النقل العام والخاص، وتكون الأولوية للافتات المرورية، ويمنع إقامة أية إعلانات على الكبارى والأنفاق أو داخلها.
- يحظر إقامة الإعلانات بأسلوب يعوق حركة المشاة أو يعرضهم للخطر.
- يحظر إقامة الإعلانات على المباني التاريخية أو الأثرية أو التي تتمتع بقيمة تاريخية أو عمرانية، كما يمنع وضع الإعلانات على دور العبادة والمباني الحكومية والمواقع التاريخية والأثرية والمحميات والمقابر وغيرها من المنشآت التي وردت بالمادة الثالثة من القانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ فى شأن تنظيم الإعلانات.
- يحظر وضع الإعلانات بكافة أنواعها فوق أو أعلى العقارات القائمة أو على الواجهات الرئيسية أو الجانبية أو الخلفية.
- يحظر تماما وضع الإعلانات بكافة أنواعها على الواجهات الرئيسية أو الجانبية أو الخلفية للعقارات والمباني والمنشآت والحوائط الجديدة، سواء كانت إعلانات تجارية أو لافتات إعلامية مؤقتة أو دائمة، أو غيرها.
- تعتبر الإعلانات باختلاف أنواعها إشغالات مؤقتة يمكن رفعها فى أى وقت للمصلحة العامة، ولا يجوز مباشرة الإعلان إلا بترخيص من الجهات المختصة بالإدارة المحلية وطبقاً للقوانين المعمول بها والمعايير المنظمة والمعتمدة .
- تقوم الجهات المختصة بالإدارات المحلية بتنظيم القواعد الإدارية والمالية لاستخراج التراخيص وبناء قواعد المعلومات والبيانات، والمتابعة الدورية وتقييم الأوضاع الحادثة حسب اللوائح والنظم المعمول بها لديها.
- كل ما لم يرد تحديداً فى هذا الدليل يرجع فيه إلى الجهاز القومى للتنسيق الحضارى لإبداء رأى قبل اتخاذ القرار التنفيذى .

٧ - المعايير التفصيلية للإعلانات التجارية:

٧-١ الإعلانات المرتفعة المثبتة على أعمدة (يوني بول "شكل ٩")

في حرم الطرق الرئيسية والشريانية بالمدينة:



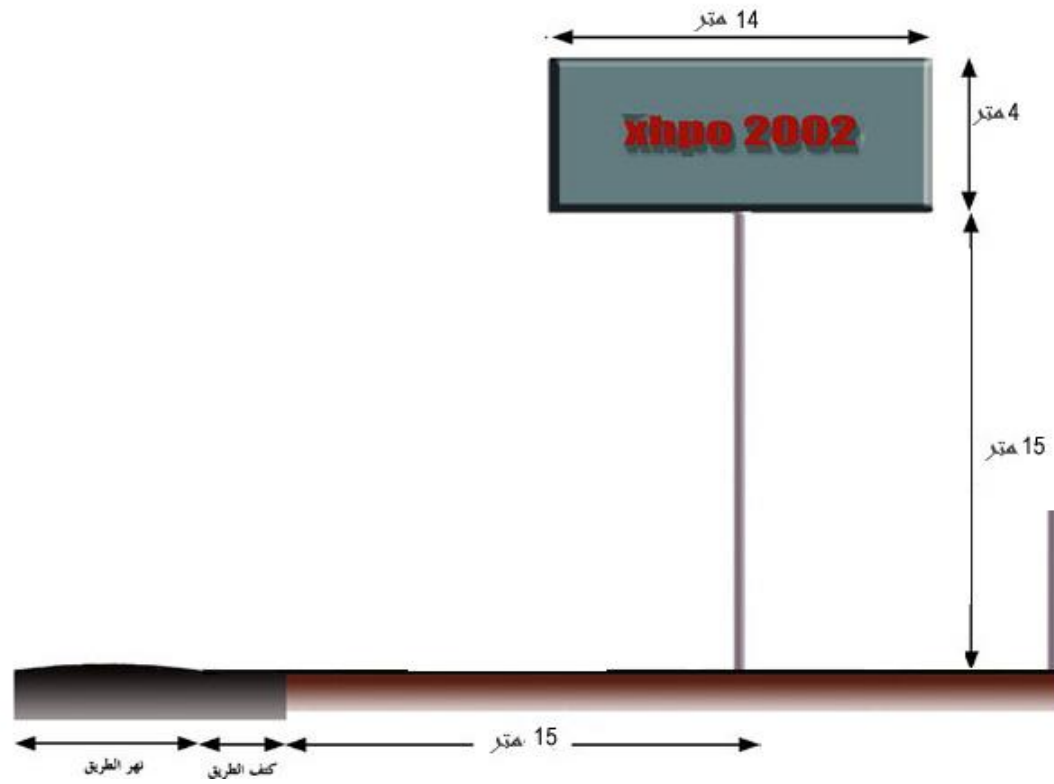
- لا يقل هذا النوع من الإعلانات عن ١٥ متر من سطح الأرض.
- يسمح باستعمال الإعلانات التجارية المرتفعة المثبتة على أعمدة على جانبي الطرق الرئيسية والشريانية داخل المدن فقط، ولا تقام في الجزر الوسطى بجميع مستويات وتدرجات الطرق داخل المدينة.
- يحظر وضع هذه الإعلانات بجميع أنماطها وأنواعها عند المنحنيات والتقاطعات بمدة زمنية لا تقل عن دقيقة للسيارات، وحسب السرعات المحددة لشبكات الطرق تحدد المسافة الخالية من الإعلانات قبل بداية المنحنى أو التقاطع وبما لا يتعارض مع اللافتات المرورية الإرشادية على النحو التالي:

شكل(٩) نموذج إعلانات مثبتة على أعمدة (يوني بول)

المسافة الخالية من الإعلانات قبل المنحنيات (متر)	السرعة التصميمية كم / ساعة	التصنيف الوظيفي للطريق
١٥٠٠	٩٠ وأكثر	الطرق الرئيسية
١٠٠٠	٨٠-٦٠	الطرق الشريانية
٦٠٠	٦٠-٤٠	الطرق التجميعية
٥٠٠	أقل من ٥٠	الطرق المحلية

* يراجع دليل أسس ومعايير التنسيق الحضارى للطرق والأرصفة.

- تكون الأولوية فى الطرق داخل المدن بمستوياتها للافتات المرورية الإرشادية، ويجب أن تترك مسافة لا تقل عن مائة وخمسين متراً أمام اللافتات المرورية الإرشادية خالية تماماً من جميع الإعلانات بمختلف أنماطها التجارية أو غير التجارية.
- يحظر وضع هذه الإعلانات باختلاف أشكالها داخل حرم الطرق التجميعية والمحلية والخدمية الثانوية بين التجمعات العمرانية والإسكانية وداخلها.
- تتميز هذه الإعلانات التجارية عن اللافتات المرورية الإرشادية، من حيث المقاسات المعيارية ووضعيتها، والشكل والألوان والتصميم.
- يجب ألا تقل المسافة بين الإعلان والآخر عن ٢٥٠ متراً فى الطرق الرئيسية، وعن ٢٠٠ متر فى الطرق الشريانية داخل المدن.
- الحد الأقصى لارتفاع المنشأ حامل الإعلان التجارى لا يزيد عن ١٥ متراً ومقاس الإعلان لا يتعدى ٤×٤ متراً.
- أن لا يتجاوز حد اللافتة الاعلانية بداية نهر الطريق من جهة وأن يبعد الحد الأخر للافتة من الجهة الأخرى مسافة لا تقل عن ١٥ متر من واجهة المبنى اذا كان هناك مبنى او نهاية حد حرم الطريق (شكل ١٠).
- لا يسمح بتركيب أى إعلانات على طول المنشأ الحامل، ويسمح بلوحة إعلانية على قمته من جهة واحدة أو أكثر حسب ظروف الموقع.
- يراعى التجانس بين الإعلانات فى الطرق المصرح لها من حيث التوزيع والارتفاع والمقاسات والألوان والتصميم للحفاظ على النسق الجمالى والبصرى للمدينة.
- يجب أن تكون زاوية ميل هذه الإعلانات على محور الطريق فى حدود ٣ درجات، ويمنع نهائياً الإعلانات الموازية لاتجاه الحركة المرورية.
- لا يجب أن تقع إضاءة الإعلانات مباشرة سواء على أعين سائقى المركبات أو المشاة.
- يحظر استعمال الإضاءة المتقطعة على الإعلانات ويمكن استعمال الإعلانات المضاءة داخلياً.



شكل (١٠) أسس ومعايير الإعلانات المرتفعة المثبتة على أعمدة في حرم الطرق الرئيسية والشريانية

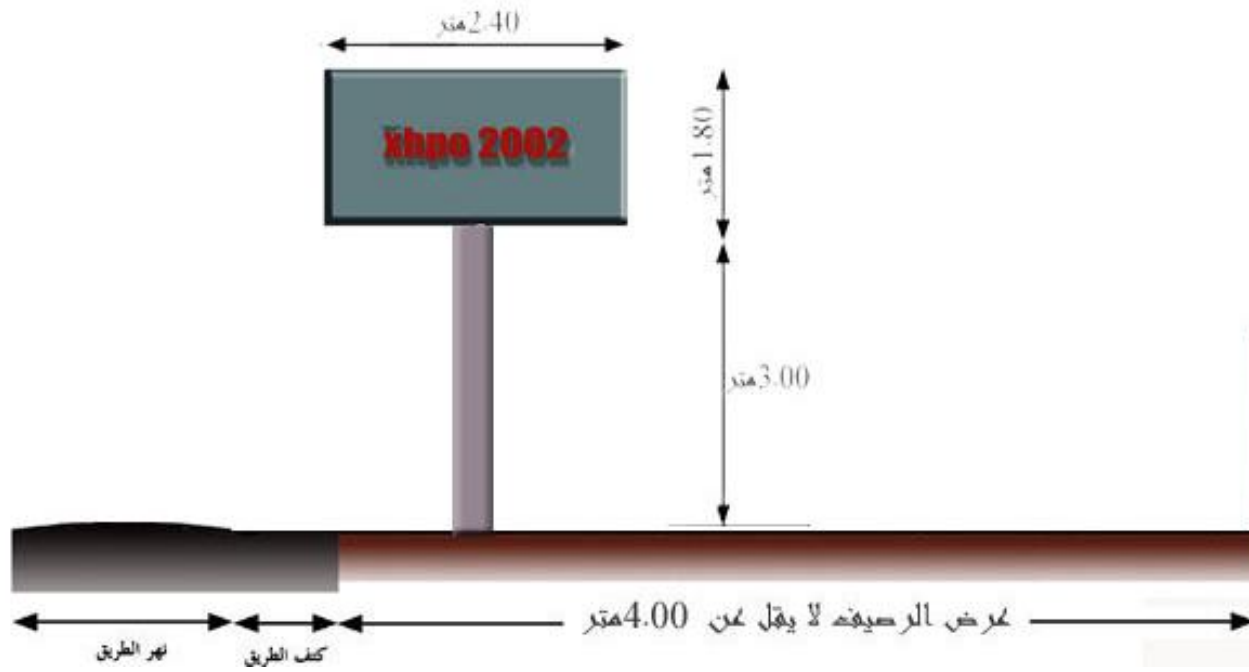
٢-٧ الإعلانات متوسطة الارتفاع (شكل ١١) المثبتة في حرم الطرق الشريانية والتجميعة بالمدن:



شكل (١١) إعلانات متوسطة الارتفاع مثبتة على أعمدة (يوني بول)

- يسمح باستعمال هذه الإعلانات التجارية المثبتة على شاسيهاة أو غيرها في الطرق الشريانية و التجميعة داخل المدن على جانبي الطريق فقط.
- تكون الأولوية في الطرق داخل المدن بمستوياتها للافتات المرورية الإرشادية. ويجب أن تترك مسافة لا تقل عن مائة متر بين اللافتات المرورية الإرشادية وأى إعلانات أخرى بمختلف أنماطها.
- تتميز الإعلانات التجارية وغير التجارية عن اللافتات المرورية الإرشادية من حيث المقاسات المعيارية ووضعيتها والأشكال والألوان والتصميم.
- يتحدد ماس لوحة الإعلان بأن لا تزيد عن ٢٤٠×١٨٠ سم، ولا يزيد في جميع الأحوال عرض اللوحة الإعلانية عن ربع (٢٥%) عرض الرصيف.
- لا يقل الارتفاع المسموح به للإعلان عن ثلاثة أمتار من مستوى أرضية الرصيف، وبما لا يتعارض مع حركة المشاة والرؤية البصرية لمستعملى الأرصفة الجانبية للطرق.

- يسمح بوضع هذه الإعلانات على جانبي الطريق على الأرصفة بشرط ألا يقل عرض الرصيف عن أربعة أمتار مع توفير الوضعية الملائمة لحركة المشاة وبحيث تكون قاعدة الإعلان مثبتة على مسافة تبعد على الأقل ثلاثة الأرباع (٧٥ %) من عرض الرصيف عن جهة المباني لترك مسافة مناسبة لحركة المشاة (شكل ١٢).
- يجب ألا تقل المسافة بين الإعلان والآخر عن ١٥٠ متر على جانبي الطريق المسموح فيه بمثل هذه الإعلانات.
- يحظر وضع هذا النوع من الإعلانات في الميادين.
- يحظر وضع هذه الإعلانات التجارية باختلاف أشكالها وأنماطها داخل حرم الطرق المحلية والخدمية الثانوية بين التجمعات السكانية ودخلها، ويقتصر السماح فقط على اللافتات الخاصة بالعناوين واللافتات المهنية أو التجارية الخاصة بأسماء الأنشطة والاستعمالات العمرانية طبقاً للقواعد والأسس والضوابط المنظمة لذلك.
- يراعى عدم حجب الرؤية عن العقارات المجاورة أو المحيطة، أو العناصر الجمالية والبصرية الخارجية بالمدينة.
- يراعى التجانس بين الإعلانات في الطرق المصرح لها من حيث التوزيع والارتفاع والمقاسات والألوان للحفاظ على النسق الجمالي والبصري للمدينة.
- يجب ألا يمثل تواتر الإعلانات التجارية بالطرق المسموح بها كثافة تتسبب في تشتيت تركيز السائق من جهة أو تتعارض مع حركة المشاة و سهولتها من جهة أخرى ، وتطبق المعايير القياسية للمسافات البينية لتواتر الإعلانات على كافة الأنماط دونما تكرار أو تداخل بين الأنماط المختلفة في نفس الموضع.
- يجب أن تكون زاوية ميل هذه الإعلانات على محور الطريق في حدود ٣ درجات ، وتمنع نهائياً الإعلانات الموازية لاتجاه الحركة المرورية.
- لا يجب أن تقع إضاءة الإعلانات مباشرة سواء على أعين سائقي المركبات أو المشاة.
- يحظر استعمال الإضاءة المتقطعة على الإعلانات ويمكن استعمال الإعلانات المضاءة داخليا .



شكل (١٢) أسس ومعايير الإعلانات متوسطة الارتفاع في حرم الطرق الشريانية والتجميعية

٣-٧ إعلانات متوسطة الارتفاع المثبتة على أعمدة الإنارة والأعمدة الإرشادية

(شكل ١١) أو غيرها في حرم الطرق التجميعية بالمدن:

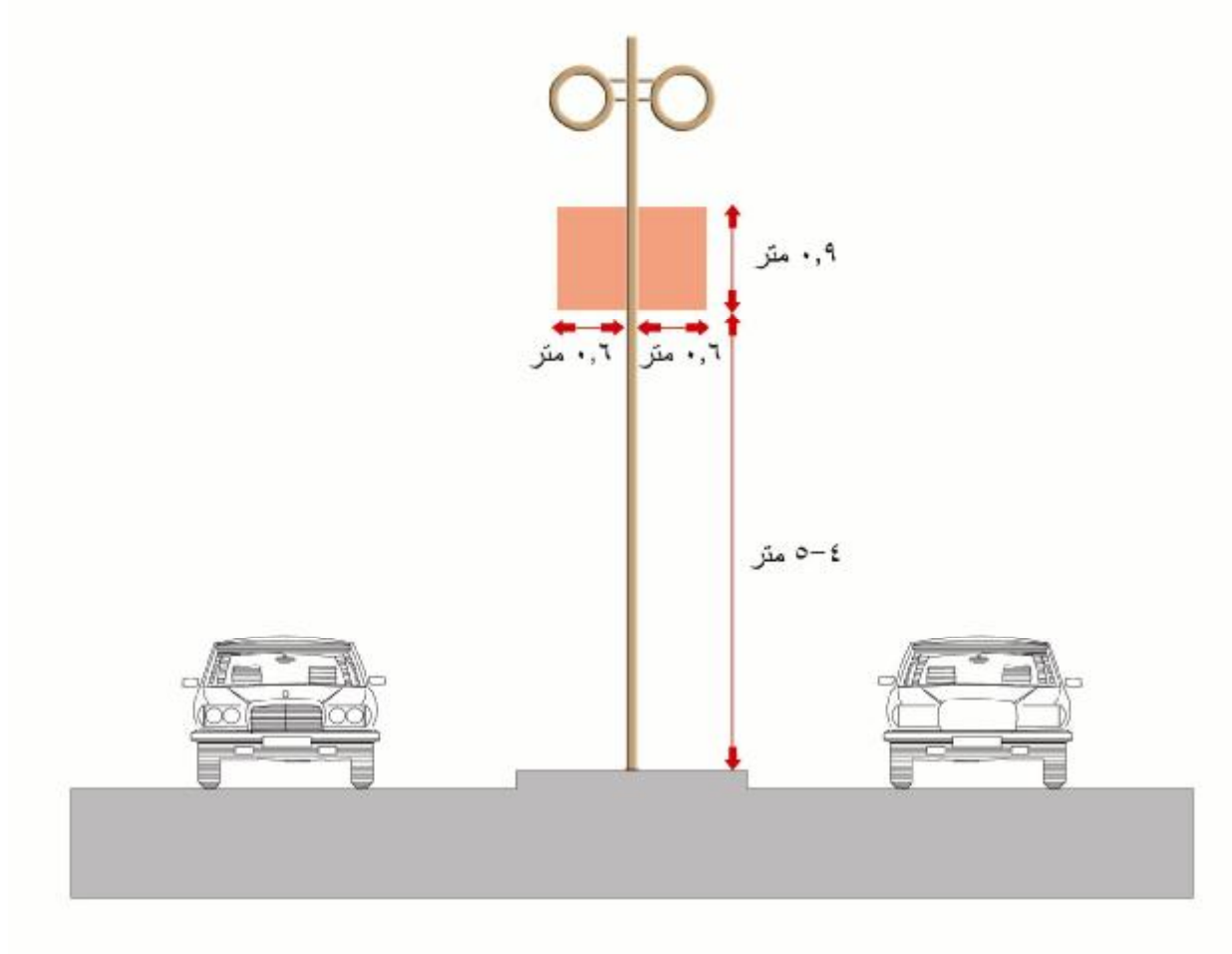


- تتواتر هذه الإعلانات التجارية في الطرق التجميعية داخل المدن على جانبي الطريق أو في الجزيرة الوسطى، ويمكن الاستفادة من عناصر إنارة الطريق في تثبيت الإعلانات في حدود المسافات المحددة، وبحيث لا يقل ارتفاع الإعلان عن ٤.٥٠ أمتار من سطح الرصيف وألا يتجاوز البروز حافة الرصيف (شكل ١٤).

- الإعلانات المثبتة على أعمدة الإنارة تكون موحدة المقاس والتواتر للطريق الواحد وتحدد مقاس الإعلانات على النحو التالي:

شكل (١٣) إعلانات مثبتة على أعمدة الإنارة

- ١- الفانوس المفرد ٦٠×٩٠ سم.
 - ٢- الفانوس المزدوج (للجزر الوسطى) ١٢٠×٩٠ سم.
 - ٣- الفانوس المركب ضمن عامود ديكوري أو إرشادي قطره لا يزيد عن ٦٠ سم.
- تتواتر مقاسات (للمنموذج الواحد) لعدد ١٠ أعمدة إنارة على الأقل.
 - يراعى تركيب إعلان واحد على العامود الواحد بصورة أفقية ومتعامدة على محور عامود الإنارة أو الأعمدة الإرشادية أو غيرها.
 - يحظر وضع هذه الإعلانات على بعد ٧٥ متراً من التقاطعات والميادين ومحاور الطرق العرضية.
 - يحظر وضع الإعلانات التجارية باختلاف أشكالها وأنماطها داخل حرم الطرق المحلية والخدمية الثانوية بين التجمعات السكنية ودخلها، ويقتصر السماح فقط على اللافتات الخاصة بالعناوين واللافتات المهنية أو التجارية الخاصة بأسماء الأنشطة والاستعمالات العمرانية طبقاً للقواعد والأسس والضوابط المنظمة لذلك.



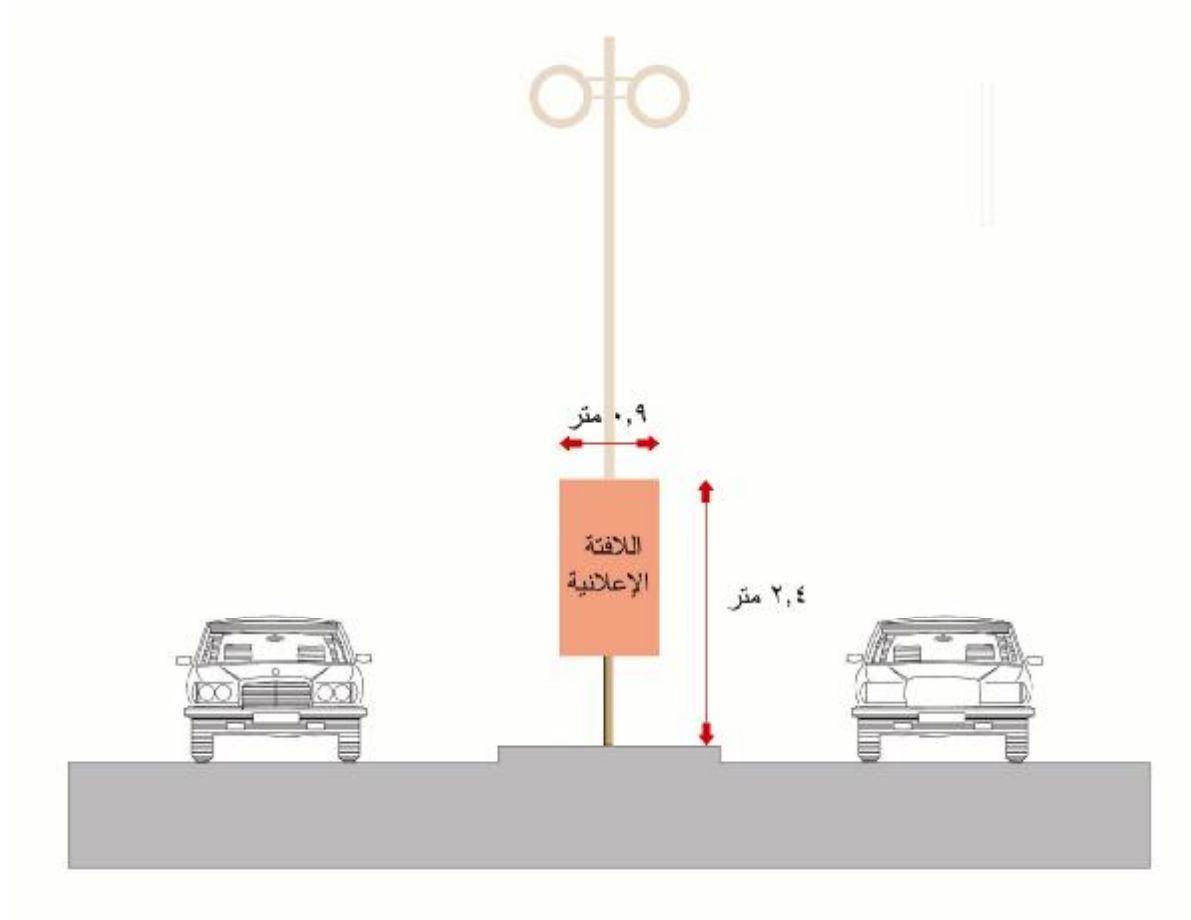
شكل (١٤) الأسس والمعايير الفنية للإعلانات متوسطة الارتفاع المثبتة على أعمدة الإنارة والأعمدة الإرشادية أو غيرها في حرم الطرق التجميعية بالمدن.

٧-٤ الإعلانات منخفضة الارتفاع (السوسيت واللاب شكل ١٥) المثبتة في حرم الطرق التجميعية بالمدن:



شكل (١٥) إعلانات مثبتة منخفضة الارتفاع (السوسيت)

- تشمل هذه النوعية من الإعلانات نمطين :
 - ١- السوسيت: وهو المثبت على قاعدة مصممة بارتفاع لا يزيد عن ٥٠-٨٠ سم ومقاس اللوحة الإعلانية ٩٠ × ١٤٠ سم (شكل ١٦).
 - ٢- اللاب: وهو المثبت على عامود بارتفاع يتراوح بين ١٠٠:١٥٠ سم ومقاس اللوحة الإعلانية ٦٠ × ٩٠ سم.
- يراعى استخدام نوعية واحدة في الطريق الواحد بما يحقق الحفاظ على النسق الجمالى والبصرى للمدينة، ويمكن استخدام نوعية واحدة لقطاع محدد من الطريق، بشرط أن يفصل هذا القطاع بصرياً وعمرانياً تقاطع أو محدد واضح.
- تقام هذه الإعلانات على أرصفة الجزر الوسطى للطرق التجميعية فقط وبحيث لا تعوق حركة المشاة على أن لا يقل عرض الجزيرة عن مترين.
- تثبت الإعلانات فوق أرضية الجزيرة الوسطى فى المواقع المحددة بحيث لا يزيد كامل ارتفاع الإعلان عن ٢٢٠ سم من منسوب أرضية الرصيف.
- تتواتر هذه الإعلانات على مسافات بينية متساوية لا تقل عن ٥٠ متراً بين الإعلان والآخر.
- لا يجوز وضع هذه الإعلانات فى الميادين، ويحظر وضعها على مسافة تقل عن ١٠٠ متر من التقاطعات والطرق العرضية والميادين.
- يحظر وضع هذه الإعلانات التجارية باختلاف أشكالها وأنماطها داخل حرم الطرق المحلية والخدمية الثانوية بين التجمعات السكنية وداخلها، ويقتصر السماح فقط على اللافتات الخاصة بالعناوين واللافتات المهنية أو التجارية الخاصة بأسماء الأنشطة والاستعمالات العمرانية طبقاً للقواعد والأسس والضوابط المنظمة لذلك.
- يراعى التجانس بين الإعلانات فى الطرق المصرح لها من حيث التوزيع والارتفاع والمقاسات والألوان للحفاظ على النسق الجمالى والبصرى للمدينة.
- يجب أن تكون زاوية ميل هذه الإعلانات على محور الطريق فى حدود ٣ درجات، ويمنع نهائياً الإعلانات الموازية لاتجاه الحركة المرورية.



شكل (١٦) الإعلانات منخفضة الارتفاع (السوسيت) المثبتة في حرم الطرق التجميعية بالمسكن.

٧-٥ الإعلانات الدوارة والشاشات المضيئة والإلكترونية المتحركة (شكل ١٧)

المنثبة في حرم الطرق الرئيسية والشريانية بالمدن:



شكل (١٧) إعلانات الشاشات المضيئة

- تقام هذه الإعلانات في المحاور والطرق الرئيسية والشريانية والميادين فقط، وفقاً لتخطيط المدينة والمحددات العمرانية.
- يحظر وضع أكثر من شاشة إعلانية واحدة في الميدان العام الواحد، ويجب أن يكون وضع الشاشة بما لا يؤثر على حركة مرور السيارات أو يعوق رؤية السائقين أو يتعارض مع حركة مرور المشاة وسلامتهم.
- يجب ألا تقل المسافة البينية بين الشاشة والأخرى عن ٥٠٠ مترًا.
- يجب ألا تقل المسافة بين هذه الإعلانات ومدخل أو مخرج الإنفاق والكبارى عن ٥٠٠ مترًا.
- يجب ألا يقل ارتفاع الإعلان عن ٥ أمتار من سطح الرصيف، وبمقاس لوحة في متوسط حجم ٤×٣ أمتار وبحد أقصى ٦×٤ أمتار.
- لا يجب أن تقع إضاءة الإعلانات مباشرة سواء على أعين سائقي المركبات أو المشاة.
- يحظر استعمال الإضاءة المتقطعة على الإعلانات ويمكن استعمال الإعلانات المضاءة داخلياً .
- يجب ألا تحجب هذه الإعلانات الرؤية أو التهوية أو الشمس عن العقارات المجاورة أو المحيطة، ويحظر تركيبها في الجزر الوسطى بالطرق.
- يحظر وضع الإعلانات التجارية أو اللافتات على اختلاف أشكالها وأنماطها داخل حرم الطرق التجميعية والمحلية والخدمية الثانوية بين التجمعات العمرانية والسكنية ودخلها، ويقتصر السماح في هذه الأماكن فقط على اللافتات الخاصة بالعناوين واللافتات المهنية أو التجارية الخاصة بأسماء الأنشطة والاستعمالات العمرانية فقط، و طبقاً للقواعد والأسس و الضوابط المنظمة لذلك.

٦-٧ الإعلانات المثبتة على سياج أراضي الفضاء والأسوار والعقارات تحت الإنشاء (شكل ١٨):



شكل (١٨) إعلانات مثبتة على سياج

- يسمح باستعمال هذه الإعلانات التجارية المثبتة على سياج الأراضي الفضاء أو الأسوار أو العقارات تحت الإنشاء أو غيرها، في الطرق الرئيسية والشريانية والتجميعية داخل المدن على جانبي الطريق فقط.
- يجب ألا تهدد هذه الإعلانات أمن وسلامة المشاة والمركبات.
- تكون الأولوية في الطرق داخل المدن بمستوياتها للافتات المرورية الإرشادية.
- يجب ألا تحجب هذه الإعلانات الرؤية أو التهوية أو الشمس عن العقارات المجاورة أو المحيطة بحرم الطرق.
- يجب توحيد مقاسات اللوحات الإعلانية على قطعة الأرض الواحدة، ويكون مقاس الوحدة في المتوسط 2×4 أمتار.
- تعتبر الإعلانات المثبتة على أراضي فضاء أو أراضي عقارات تحت الإنشاء إعلانات مؤقتة، وتزال بمجرد إنهاء البناء.
- يجب أن تكون هذه الإعلانات صفاً واحداً فقط أعلى السور ولا يسمح بصفوف أخرى متوازية، وتكون اللوحات الإعلانية متساوية الارتفاع على كل قطعة أرض.
- يراعى التجانس بين الإعلانات في الطرق المصرح لها من حيث التوزيع والارتفاع والمقاسات والألوان، للحفاظ على النسق الجمالي والبصري للمدينة.

٧-٧ الإعلانات المثبتة على وسائل النقل المتحركة وعلى محطات النقل:



شكل (٢٠) إعلانات مثبتة على وسائل النقل المتحركة



شكل (١٩) إعلانات مثبتة على محطات وسائل النقل

- يسمح بوضع الإعلان على الجوانب الخارجية والداخلية من محطات النقل، ولا يسمح بوضعها على أسطح المحطات، ولا يجب أن يتجاوز الإعلان المساحات المخصصة له في المحطة الواحدة (شكل ١٩).
- يسمح بوضع الإعلان على وسائل النقل العام على الجانب الأيمن فقط من وسيلة النقل. وغير مسموح بوضع الإعلان على أسطح وسائل النقل العام (شكل ٢٠).
- تحدد هيئة النقل العام، أو شركات النقل العاملة بالمدينة، مقياس الإعلان وشكله وألوانه بما يتفق ومتطلباتها بشرط التنسيق مع الإدارة المحلية حفاظاً على الذوق العام والنسق الجمالي البصرى للمدينة.
- لا يجوز استخدام الإعلانات المجسمة على وسائل النقل. ولا يجوز أن يبرز الإعلان عن جوانب الوسيلة.
- يحظر وضع الإعلانات على السيارات الخاصة والأجرة كما يحظر وضع الإعلانات على العائمات أو المراكب بمختلف أنواعها النهرية والبحرية والمطاعم والفنادق العائمة الثابتة أو المتحركة.

٨ - المعايير التفصيلية للافتات الإعلامية المؤقتة بكافة أنواعها (شكل ٢١)

فى حرم الطرق الرئيسية والشريانية والتجميعية بالمدن:



شكل (٢١) اللافتات الإعلامية المؤقتة

- تعتبر هذه الإعلانات مؤقتة وهي خاصة بالمعارض أو المهرجانات أو المؤتمرات أو الاحتفاليات، وكذلك الإعلانات الخاصة بالانتخابات الرئاسية والمجالس النيابية والنقابات والمجالس المحلية والأندية وما شابه.
- يحظر تماماً وضع هذا النوع من الإعلانات بأساليب الملصقات أو الكتابة المباشرة أو بأية أسلوب له صفة الاستدامة حيث يصعب إزالتها.
- يسمح بوضع الإعلان بأسلوب المعلقات من الأقمشة أو خلفه أو بالون طائر أو ثابت، ولا يزيد الإعلان الواحد من القماش عن ٢ × ١٠ أمتار.
- يحظر تثبيت هذه الإعلانات على الأشجار أو أعمدة الإنارة أو على واجهات المباني أو جوانب الكبارى والأنفاق، ويمنع تركيبها متقاطعة على الشوارع منعاً للحوادث.
- يحظر التكسير على الأرصفة وأسفلت الطرق لتثبيت أعمدة هذه الإعلانات، ويتحمل صاحب الإعلان إصلاح أى تلفيات تنتج عن وضع إعلانه.
- تزال هذه الإعلانات بمجرد انتهاء الحدث المعلن عنه حيث إنها إعلانات مؤقتة.
- يجب ألا تسبب هذه الإعلانات إعاقة لحركة المشاة على الأرصفة أو عند المناطق المخصصة لعبور المشاة على الطرق.
- يحظر تركيب هذه الإعلانات على المباني الأثرية والتاريخية أو ذات الطابع العمرانى المميز أو على المباني الحكومية والعامه.
- يسمح بوضع إعلانات مؤقتة لانتخابات النوادي والنقابات وما يماثلها على أسوارها، على أن تزال بمجرد الانتهاء من العملية الانتخابية حسب القواعد المنظمة لهذه التوقيينات.
- يسمح بوضع هذه الإعلانات داخل إطارات خاصة تحدد أماكنها بموافقة الإدارة المحلية على ألا تكون هذه الإطارات تهدد سلامة المشاة والمركبات ولا تشوه الذوق العام، وأن تكون مؤقتة تزال فور انتهاء الغرض منها على نفقة صاحب الإعلان.

٩ - المعايير التفصيلية للافتات المهنية والإدارية و لافتات الأنشطة التجارية (شكل ٢٢)

والعمرائية بكافة أنواعها فى حرم الطرق الرئيسية والشريانية والتجميعة بالمدن:



شكل (٢٢) اللافتات المهنية و الإدارية بمدخل عقار

- يمنع نهائيًا وضع أو إضافة أية لافتات مهنية أو تجارية أو غير ذلك على واجهات العقارات أو النوافذ أو الشرفات بكامل واجهات المباني ولكافة الطرق باختلاف مستوياتها داخل المدينة سواء للعقارات القائمة أو الجديدة.
- عند الحاجة يتم توفير مكان مناسب فى مدخل العقار من الداخل أو الخارج بالطريقة الملائمة لعمارة وشكل المبنى أو حسب ما يترأى للمعماري المصمم لتثبيت لوحات أو لافتات مهنية لمستعملى العقار وبالمقاسات المعيارية الموحدة التى تنظمها القواعد والأسس والضوابط الخاصة، على ألا يزيد مقاس كل لافتة منفردة عن ٤٥ × ٣٠ سم.
- يحظر وضع أية لافتات مهنية أو إعلانات عن الأنشطة المهنية فى حرم الطريق أو على جانبيه لكافة مستويات وتدرجات الطرق والشوارع داخل المدينة.
- يسمح لمحلات الأنشطة التجارية والإدارية بالدور الأرضى من العقارات بوضع لافتات بأسماء الأنشطة أو الانتفاعات، وعلى الجهات المحلية المختصة التنسيق لتوحيد شكل وأنماط اللافتات ضمن إجراءات ترخيص البناء بالتنسيق مع الجهات المسؤولة عن التنسيق الحضارى بالمحافظة أو الإدارة المحلية.
- يحظر إضافة أو تغيير اللافتات الخاصة بأسماء الأنشطة التجارية أو العمرائية أو اللافتات المهنية أو غيرها بدون ترخيص من الجهات المحلية المختصة.
- يراعى التجانس بين اللافتات الخاصة بأسماء الأنشطة التجارية أو العمرائية من حيث التوزيع والارتفاع والمقاسات والألوان والتصميم للحفاظ على النسق الجمالى والبصرى للمدينة.
- يجب ألا يمثل تواتر اللافتات الخاصة بأسماء الأنشطة التجارية أو العمرائية كثافة تتسبب فى تشتيت تركيز السائق من جهة أو تتعارض مع حركة المشاة وسهولتها من جهة أخرى.

١٠ - المعايير التفصيلية للوحات عناوين الشوارع (شكل ٢٣):



شكل (٢٣) لوحة عنوان أحد الشوارع

- تثبت على جدران المباني أو الأسوار عند نواصي وتقاطعات الطرق والمسارات والممرات، لوحات خاصة بالعناوين تتضمن اسم الشارع أو المسار باللغة العربية والرمز البريدي الخاص بالمنطقة - إن وجد - ويمكن إضافة اسم الشارع باللغة الإنجليزية في المدن والمناطق السياحية أو ذات الطبيعة العمرانية أو التاريخية الخاصة.
- لا يجب وضع إعلان تجارى أو غير تجارى على لوحات عناوين الشوارع.
- تكتب المعلومات والبيانات الخاصة بلافتات العناوين باللون الأبيض على خلفية زرقاء بكامل مساحة اللوحة ، ويستعمل خط النسخ في الكتابة باللغة العربية ويمكن اختيار خط مناسب للغات الأجنبية.
- تحدد مقاسات موحدة للافتات العناوين في حدود ٤٥ × ٣٠ سم وتثبت على ارتفاع مناسب وفي مكان ظاهر عند التقاطعات بحيث يتراوح الارتفاع بين ١٨٠سم : ٢٢٠ سم ليناسب حركة المشاة.
- يثبت عند مدخل كل عقار أو مبنى أو وحدة عمرانية، على اختلاف مستوياتها أو استعمالاتها، الرقم الخاص بالعنوان المحدد بخرائط العناوين المعتمدة لذلك، على أن تكون اللافتة في مكان ظاهر للمشاة وبالمقاس المناسب، ويجب توحيد المقاسات والأشكال والأنماط والألوان على مستوى المدينة أو المنطقة المتجانسة، على أن تعتمد الجهات المختصة المحلية ذلك ويلتزم به كافة السكان والملاك وأصحاب العقارات.

١١ - المعايير التفصيلية للوحات الإرشادية فى المواقع الأثرية والسياحية والتراثية (شكل ٢٤):



شكل (٢٤) اللوحات الإرشادية للمواقع التاريخية والمزارات السياحية

- تحدد هذه المناطق بمعرفة وزارتى الثقافة والسياحة والجهات المعنية والمتخصصة بالمناطق التراثية فى الوحدات المحلية والمحافظات.
- تتضمن اللوحات الرسالة الإعلامية باللغة العربية واللغة الانجليزية بالخطوط المناسبة لطبيعة الموقع ذاته.
- تعتبر اللوحات الارشادية لتلك المواقع على اختلاف أنماطها ومستوياتها من الوسائل الإعلامية للتعريف بالموقع وأهميته وتقدم للزائرين والرواد للمناطق أو المواقع المعلومة الدقيقة والتوجيه المناسب.
- يجب أن تتواءم اللوحات مع طبيعة كل موقع وظروفه ورسالته الثقافية والحضارية.
- يجب أن يكون حجم وشكل اللوحات وأبعادها ومواقعها وأنماط الكتابة بالكيفية المحددة لجذب الزائرين دون التأثير على الصورة البصرية والقيمة الحضارية للموقع.
- يحدد الدليل الإرشادى لأسس ومعايير المناطق التراثية الصادر عن الجهاز القومى للتنسيق الحضارى الضوابط الملزمة لتصميم تلك اللوحات فى مواقعها.

١٢ - المعايير التفصيلية للافتات المرورية (شكل ٢٥):



شكل(٢٥) الافتات المرورية

- تعتبر الافتات المرورية من الوسائل المهمة والأكثر شيوعاً في عملية التحكم في المرور وتوفير الحماية لجميع العناصر المرتبطة بهذه الحركة عن طريق توفير كافة المعلومات التي تهم مستخدمى الطرق في الوقت والمكان المناسبين، لذا تكون دوماً الأولوية للافتات المرورية.
- يجب توحيد خصائص أشكال الافتات المرورية وأبعادها وألوانها ومدى وضوحها وكتابتها ورؤيتها ليلاً ونهاراً، ويعتبر توحيد هذه الخصائص ضرورياً لتحقيق نظام فعال وموحد للافتات المرورية وتمييزها عن الإعلانات والافتات الأخرى باختلاف أنماطها.
- نظم الكود المصرى لأعمال الطرق الحضرية والخلوية في الجزء الثانى - دراسات المرور - والصادر عن مركز بحوث الإسكان والبناء ٢٠٠٦ فى بابہ الأسس والمعايير الفنية الملزمة لجميع الافتات المرورية سواء الافتات الإرشادية أو الافتات التحذيرية والتنظيمية من حيث التصميم والشكل والمقاس والألوان والكتابة ومواد التصنيع ... الخ، وهى ضوابط ملزمة لجميع الجهات.
- يجب أن تكون أحجام الافتات المرورية وأبعادها ومواقعها والكتابات والعلامات المنصوص عليها بالكيفية المحددة لجذب انتباه السائقين والمشاة دون تأثرهم بالمجال المحيط وتكون الأولوية لها عن جميع أنماط الإعلانات والافتات الأخرى.
- يجب استخدام الألوان المميزة للافتات المرورية والتي حددها الكود المصرى المشار إليه واللوائح الخاصة بإدارة المرور، ولا يسمح بأى ألوان أو استخدامات أخرى لأرضيات الافتات غير تلك المعتمدة، مع مراعاة عدم استخدام ذات الألوان فى الإعلانات والافتات الأخرى والمحيطه.

- إن كتابات علامات المرور تزود اللافتات المرورية بمعنى أو رسالة تعريفية أو إرشادية، و يمكن أن تتألف هذه الكتابات من الرموز أو الرسائل النصية أو كلاهما معاً ، ويجب استخدام الرسائل النصية باللغة العربية بالخطوط القياسية، كما هو مذكور في الكود المصرى وفي دليل وسائل التحكم المرورى بوزارة النقل، ويمكن إضافة اللغة الإنجليزية فى المواقع والمناطق السياحية أو ذات الطبيعة الخاصة، ويفضل استخدام الرسائل الرمزية بدلاً من الرسائل النصية.
- يجب أن تكون زاوية ميل هذه الإعلانات على محور الطريق فى حدود ٣ درجات، وفى المواقع التى يحددها الكود المصرى لدراسات المرور المشار إليه لكافة أنماط اللافتات المرورية باختلاف وظائفها.
- يجب وضع اللافتات المرورية بجوانب الطرق على أبعاد مسافة عملية من حافة الرصيف مع مراعاة أهمية ظهورها للعيان وزوايا الرؤية للسائقين والمشاة، ويفضل وضع اللافتات المرورية خلف حواجز معدنية أو خرسانية بجوانب الطرق حتى لا تمثل خطراً.
- يمكن تركيب اللافتات المرورية العلوية بالكبارى على الطرق أو على منشآت عبور المشاة العلوية أو على هياكل خاصة لحمل اللافتات، مع مراعاة أن توضع اللافتات فوق حارة السير المتأثرة بها مباشرة.



اللجنة الفنية العلمية العليا لأسس ومعايير التنسيق الحضارى:

رئيساً	أ.د. محمود يسرى حسن
عضواً	أ.د. بهاء الدين حافظ بكرى
عضواً	أ.د. بهاء الدين محمد عبد الموجود
عضواً	أ.د. خالد زكريا العادلى إمام
عضواً	أ.د. سهير زكى حواس
عضواً	أ.د. سيد مدبولى على حسن
عضواً	أ.د. صلاح زكى سعيد
عضواً	أ.د. طارق محمد والى
عضواً	أ.د. طارق وفيق محمد
عضواً	أ.د. عادل ياسين محرم
عضواً	أ.د. عبد الله عبد العزيز عطية
عضواً	أ.د. عمر محمد الحسينى
عضواً	أ.د. لىلى صلاح الدين رضوان
عضواً	أ.د. مهيب السعيد إبراهيم
عضواً	أ.د. هشام شريف جبر

اللجنة النوعية لأسس ومعايير التنسيق الحضارى للإعلانات واللافتات:

رئيساً	أ.د. طارق محمد والى
عضواً	م. يحيى عز الدين
عضواً	م. أحمد إمام

لجنة الصياغة:

رئيساً	أ. سمير غريب
عضواً	أ.د. طارق محمد والى
عضواً	أ.د. سهير زكى حواس
عضواً	د. شريف الجوهري
عضواً	م. إيهاب عشاوى أبوبكر
عضواً	أ. حسن خضر
عضواً	م. أحمد حسن أبازيد
عضواً	أ. أحمد عبد الفتاح أحمد