

Versiunea 3.0

# Codul vizual al orașului Chișinău

---

privind publicitatea  
exterioară



## Cuprins

<b>1. Noțiuni generale</b> .....	<b>08</b>
1.1. Termeni.....	09
<b>2. Probleme actuale</b> .....	<b>10</b>
2.1. Ignorarea arhitecturii fațadei.....	11
2.2. Firme de dimensiuni exagerate.....	12
2.3. Materiale necorespunzătoare.....	14
2.4. Culori stridente.....	15
2.5. Casete voluminoase.....	16
2.6. Prea multe firme neunitare.....	17
2.7. Vitrine supraîncărcate.....	18
2.8. Copertine/Marchize.....	19
<b>3. Reguli generale</b> .....	<b>20</b>
3.1. Dimensiuni recomandate ale firmelor.....	21
3.2. Reguli de amplasare.....	22
3.3. Materiale recomandate.....	24
3.4. Firme.....	25
3.5. Litere volumetrice.....	30
3.6. Cod vizual vs brandurile internaționale.....	31
3.7. Artefacte Urbane.....	32
3.8. Firme pe Consolă.....	33
3.9. Vitrine.....	36
3.10. Copertine/Marchize.....	37
3.11. Fațada teatrului.....	41
3.12. Tipografia.....	45
3.13. Fonturi recomandate.....	49

## Содержание

<b>1. Общие положения</b> .....	<b>57</b>
1.1. Терминология.....	58
<b>2. Существующие проблемы</b> .....	<b>59</b>
2.1. Пренебрежение архитектурой здания.....	60
2.2. Вывески, которые занимают большую площадь.....	61
2.3. Неправильно подобранные материалы.....	63
2.4. Слишком яркие цвета.....	64
2.5. Тяжеловесные рекламные блоки ярких оттенков.....	65
2.6. Разнобой вывесок.....	66
2.7. Визуально перегруженные витрины.....	67
2.8. Навесы/Маркизы.....	68
<b>3. Общие правила</b> .....	<b>69</b>
3.1. Рекомендуемые размеры вывески.....	70
3.2. Правила размещения и рекомендуемые.....	71
3.3. Рекомендуемые материалы.....	73
3.4. Вывески.....	74
3.5. Объёмные буквы.....	79
3.6. Международные бренды.....	80
3.7. Артефакты городской истории.....	81
3.8. Панель-кронштейн.....	82
3.9. Витрины.....	83
3.10. Навесы/Маркизы.....	86
3.11. Фасад театра.....	87
3.12. Типографика.....	94
3.13. Рекомендуемые шрифты.....	98

**Acest document este  
elaborat pe bază de  
voluntariat și gratuit**

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 al Chișinăului?

Situația existentă demonstrează că fațadele clădirilor din Chișinău sunt încărcate cu firme și bannere supradimensionate, care nu doar că acoperă elementele fine de arhitectură, dar și creează o imagine inestetică, de ansamblu, a străzilor și a orașului. Astfel, elaborarea unui nou regulament, care să stabilească un nou set de reguli, a fost mai mult decât necesar.

Pentru o mai clară vizualizare a Regulamentului, a fost creat Codul Vizual versiunea 3.0. Acesta include o reprezentare grafică a modului în care se vor amplasa firmele, vitrinele, copertinele ș.a. pe fațadele clădirilor orașului Chișinău. Inclusiv, o serie de recomandări privind afișajul stradal.

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 prezentului cod și afectează negativ contextul arhitectural și estetic al orașului.

### Acceptabil

---

Respectă parțial prezentul cod însă unele aspecte sunt realizate incorect.

### Corect

---

Respectă normele prezentului cod și păstrează aspectul arhitectural al clădirii.

Situația actuală



Cum ar putea fi  
după implementare



# 1. Noțiuni generale



## 1.1. Termeni

### 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 este alcătuită din 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.



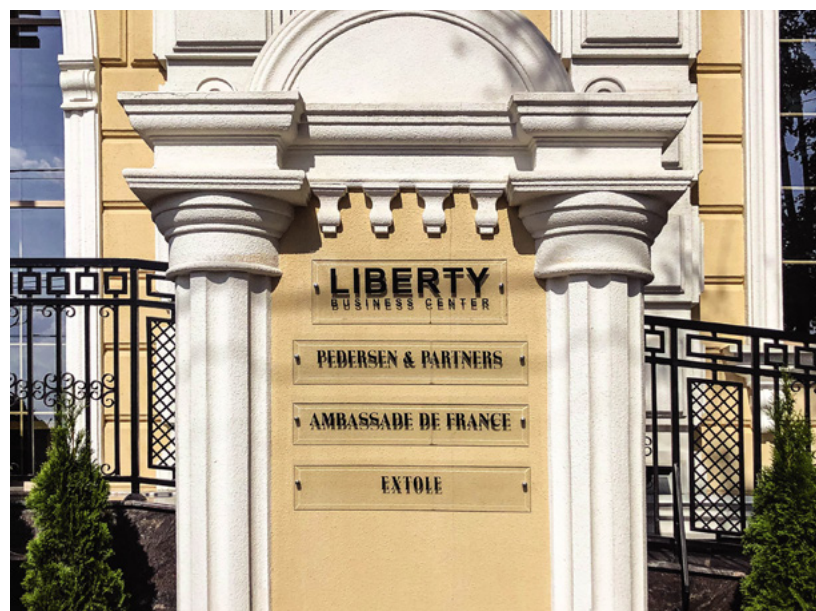
## 2.6. Prea multe firme neunitare

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

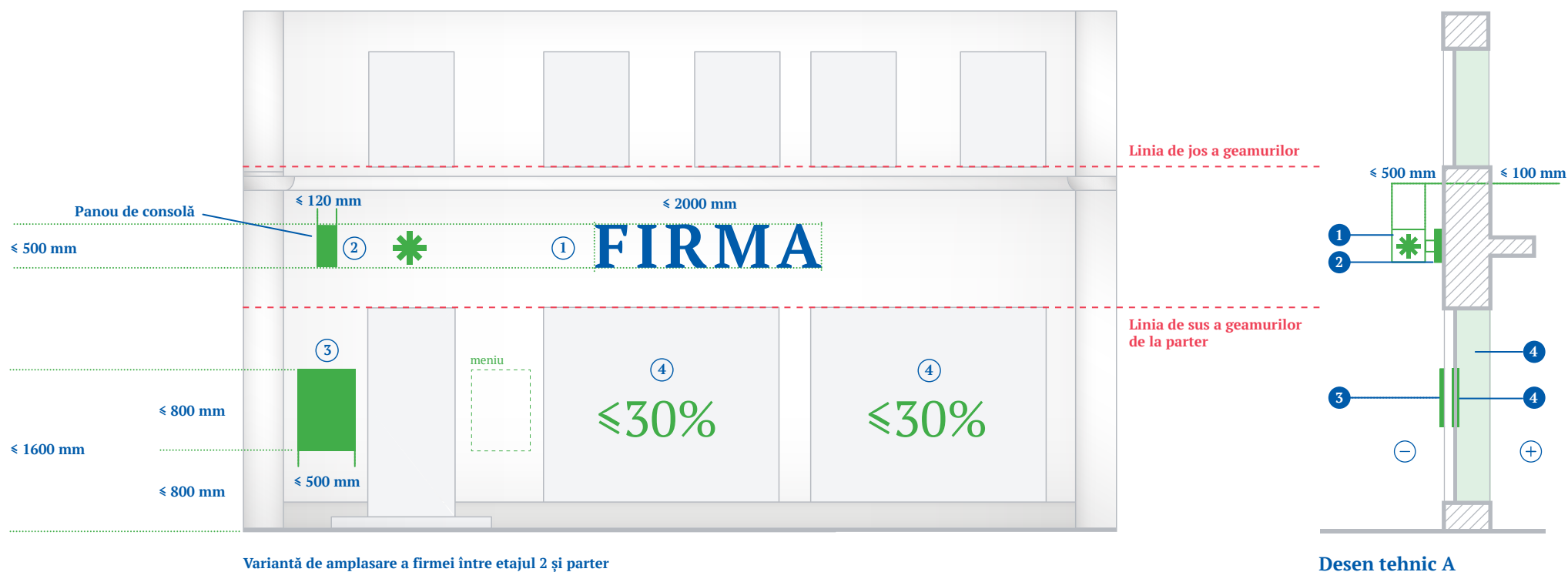
Regula generală este ca firma să nu acopere elementele arhitecturale.



**Corect**

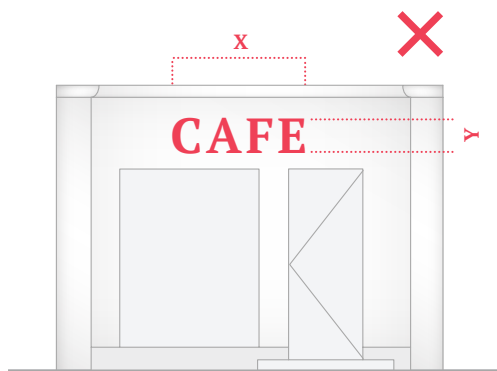
**Greșit**

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

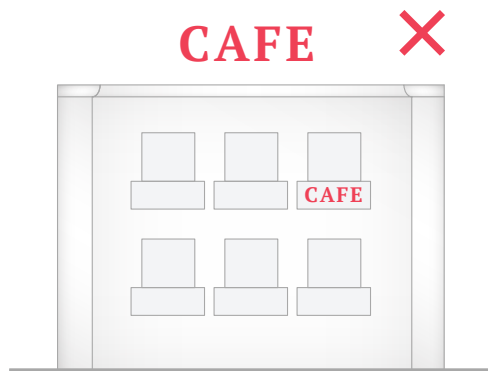


## Reguli de amplasare și mărimea firmelor pe clădiri istorice

La amplasarea firmelor se interzice:



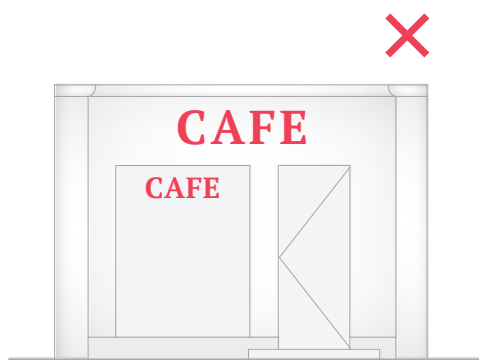
Amplasarea firmelor de mărimi exagerate.



Amplasarea firmelor pe balcoane și acoperiș.



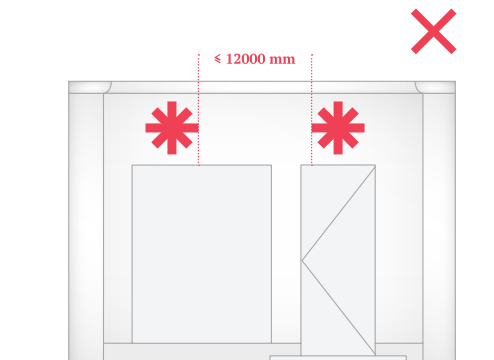
Amplasarea firmelor pe construcții de delimitare.



Dublarea denumirii pe perete și pe geam.



Amplasarea firmelor pe elemente și detalii de construcții.



Dublarea informației dacă între elementele amplasate e o distanță mai mică de 12 m.

### 3.3. Materiale recomandate

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



- Piatră
- Beton



- Fier forjat



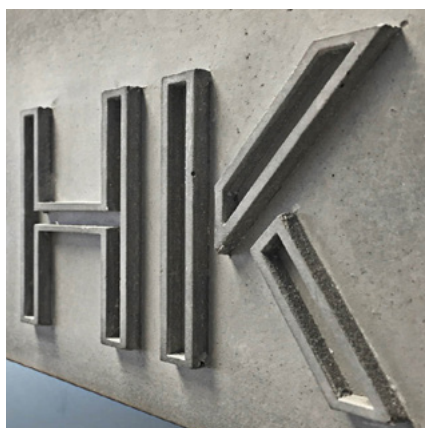
- Sticlă



- Alamă



- Cupru



- Inox



- Lemn



- Mozaic



### 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

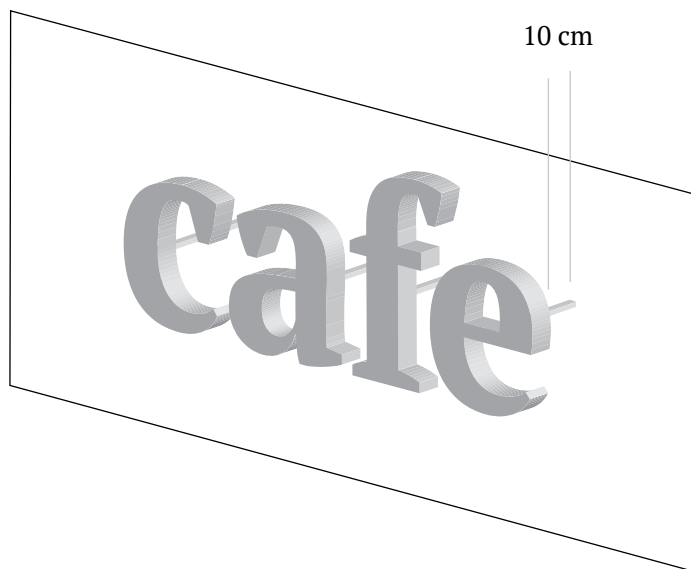


### Corect

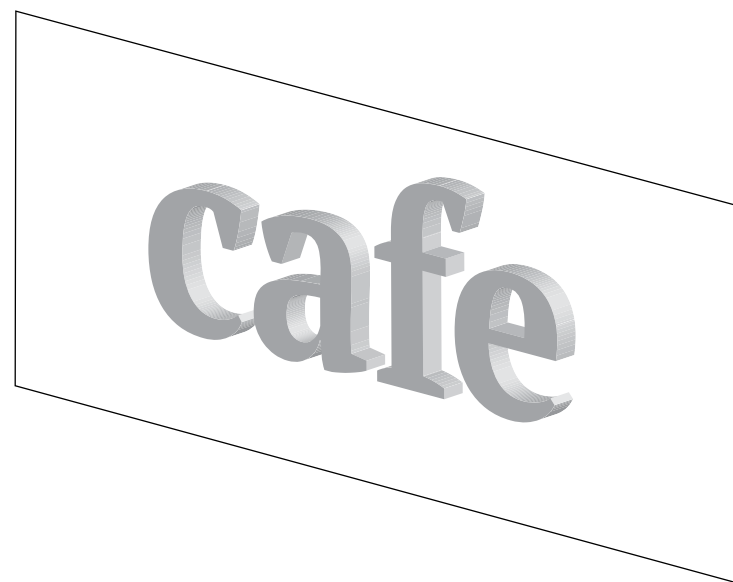


Se recomandă ca firmele grupate să aibă aceeași culoare.

### 3.5. Litere volumetrice



Fixare pe picioruș



Fixare direct pe fațadă

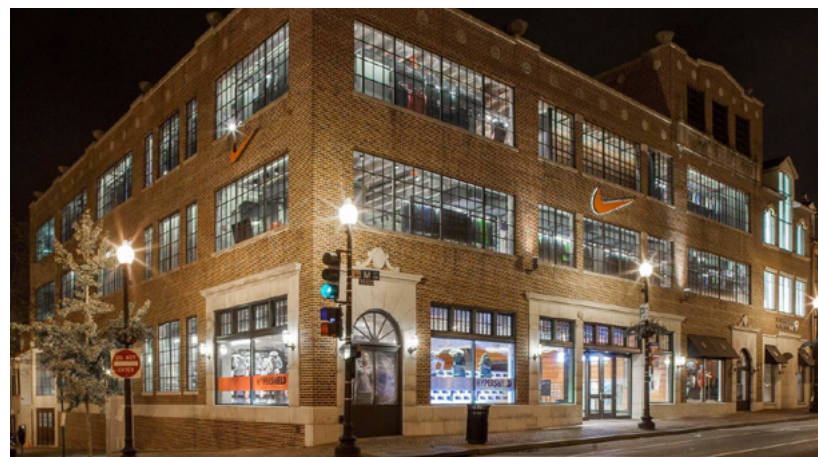
### 3.6. Cod vizual vs brandurile internaționale

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 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

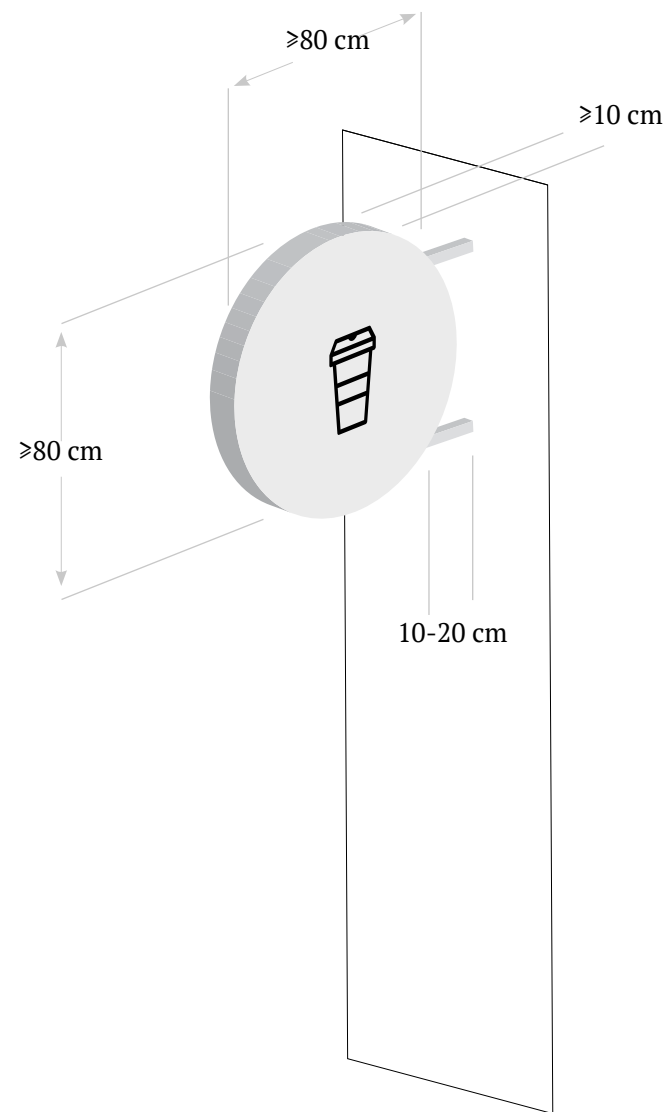
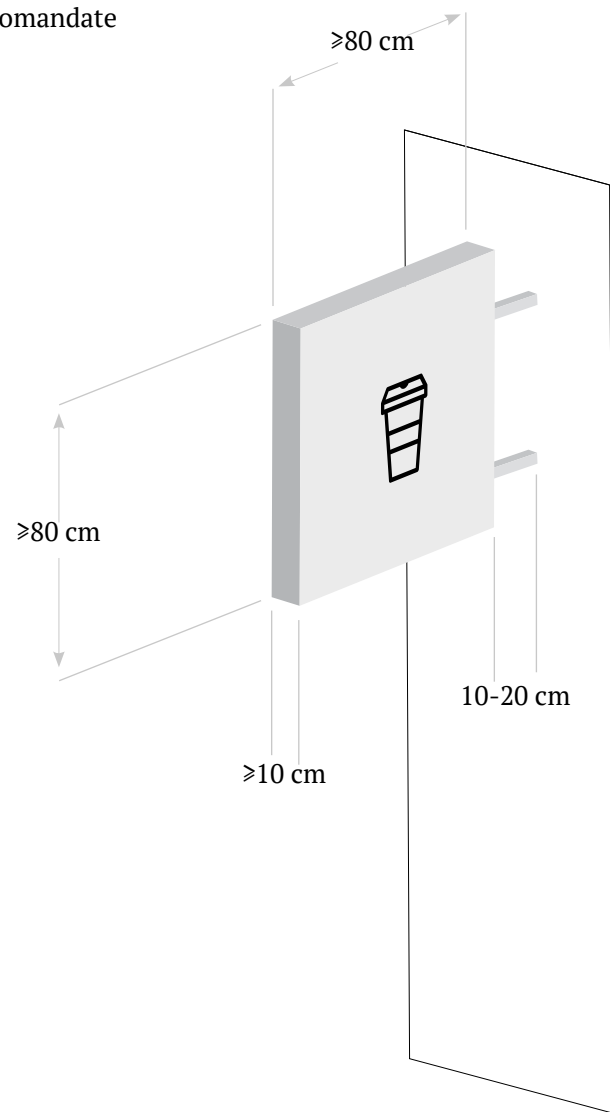


Corect



## Firme pe consolă

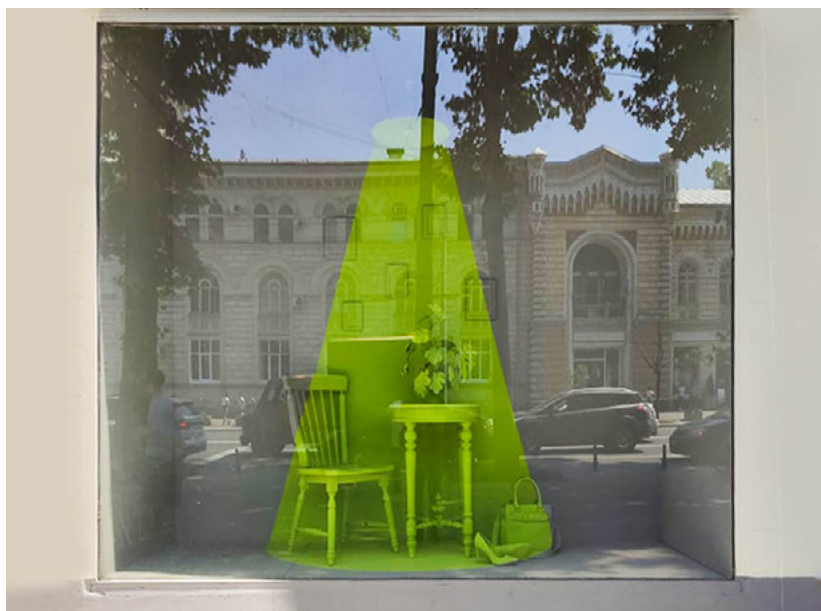
Dimensiuni recomandate



### 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

**Greșit**



Elementele publicitare nu trebuie să acopere elementele arhitecturale ale clădirii.

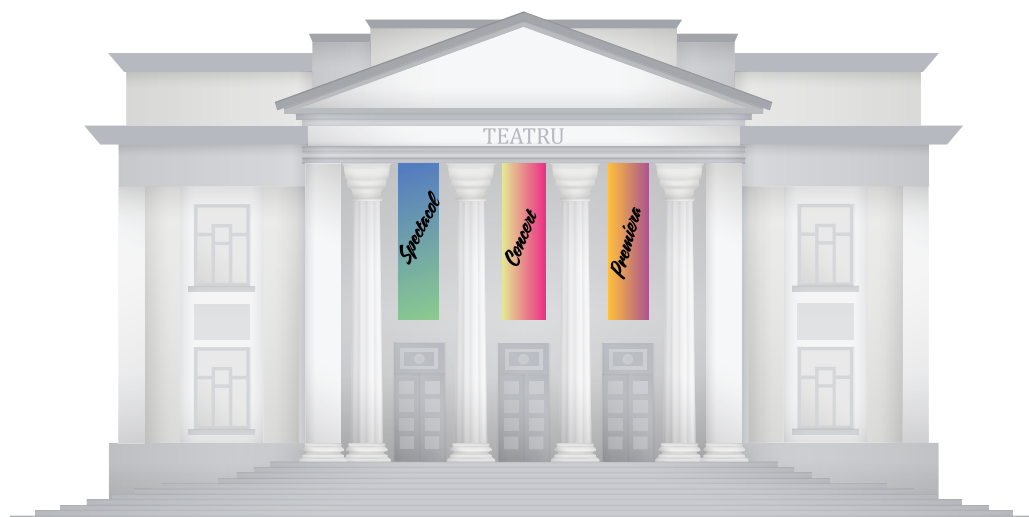
**Corect**



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**



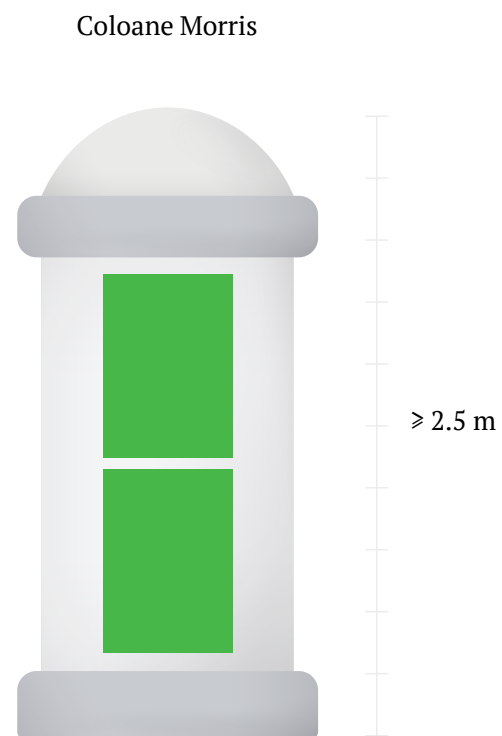
Se recomandă folosirea fundalurilor plate, a culorilor uniforme și a unei familii de fonturi.

## 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

La acest Cod au contribuit:

Responsabil de ediție:  
Constantin Șarcov

Save Chișinău  
Centrul de Urbanism  
Anetta Dabija  
Alexandru Munteanu  
Strelka Institute

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)

Версия 3.0

# Дизайн Код Кишинёва

---

Руководство по размещению  
наружной рекламы



Дизайн-код создан  
бесплатно и на  
добровольной основе

Хотите нам помочь? Напишите нам сообщение с заголовком  
«Хочу помочь» на адрес [info@savechisinau.org](mailto:info@savechisinau.org)

# Зачем Кишинёву нужен дизайн-код?

На сегодняшний день городские фасады завешаны рекламными вывесками и огромными баннерами, которые закрывают собой архитектурные элементы зданий и создают неприглядный облик улиц и всего города в целом. Поэтому возникла необходимость разработки нового регламента, который содержит детально прописанные правила по всем аспектам размещения наружной рекламы.

Для более ясного понимания Регламента был создан Дизайн-код версия 3.0, который включает в себя детальную визуализацию правильного размещения вывесок, витрин, навесов и других рекламных форм на фасадах зданий, а также других рекомендаций по размещению наружной рекламы на городских улицах.

Дизайн-код выполняет следующие функции:

- систематизирует способы размещения рекламных вывесок на фасадах зданий;
- предоставляет рекомендации по использованию наружной рекламы;
- предлагает креативные решения для эстетического размещения вывесок, оформления витрин и навесов.

## Обозначения

### Неправильно

---

Несоответствие с правилами  
установки наружной рекламы.  
Пренебрежение к архитектуре.

### Допустимо

---

Частичное соответствие с правилами.  
Некоторые элементы размещены  
неправильно.

### Правильно

---

Полное соответствие с  
правилами установки, которое  
не портит архитектуру здания.

Как выглядят фасады сейчас



**AUR & ARGINT** AUR·ARGINT

**ENERGBANK**

**Pashmina SHOP**

**maicom**

**COMERTBANC**

**BISMARC**  
AUR ARGINT AUR ARGINT

Рекомендуемый вариант





1.

# Общие положения

## 1.1. Терминология

### Навес/Маркиз



Декоративный элемент, который прикрывает входы или окна (витрины) здания.

### Вывеска



Надпись или изображение на стене или на табличке фасада, на которой указано название компании.

### Витрина



Окно в магазине, специально оборудованное для показа продаваемых товаров.

2.

# Существующие проблемы

## 2.1. Пренебрежение архитектурой здания: Вывески, которые перекрывают архитектурные элементы

**Неправильно**



Вывеска перекрывает архитектурные элементы фасада.

**Правильно**



Вывеска не перекрывает ни один из архитектурных элементов и выполнена в нейтральных тонах.

## 2.2. Вывески, которые занимают большую площадь фасада

### Неправильно



Вывески слишком больших размеров, закрывающие большую часть фасада. Площадь витрины закрыта более чем на 15%. Кондиционеры установлены снаружи, прямо на фасаде.

### Допустимо



Вывеска установлена непосредственно на фасаде, но закрывает минимальную площадь фасада.

## Вывески, которые занимают большую площадь фасада

### Неправильно



Вывески слишком больших размеров, закрывающие большую часть фасада. Площадь витрины закрыта более чем на 15%. Кондиционеры установлены снаружи, прямо на фасаде.

### Допустимо



Вывеска установлена непосредственно на фасаде, но содержит слишком много элементов и резко контрастирует с фасадом в части используемых цветов.

## 2.3. Неправильно подобранные материалы

**Неправильно**



Блок/подставка из некачественных материалов.  
Вывеска выполнена в ярких и агрессивных тонах,  
занимающая большую часть фасада.

**Правильно**



Фасад с вывеской, выполненной из каменных букв.

## 2.4. Слишком яркие цвета, которые не сочетаются с архитектурой здания

### Неправильно



Визуально агрессивные вывески в резких, ярких тонах.

### Правильно



Прозрачные блоки или вывеска, прикреплённые к фасаду. Буквы выполнены в нейтральных тонах.



## 2.5. Тяжеловесные рекламные блоки ярких оттенков, выполненные из несоответствующих материалов

**Неправильно**



Тяжеловесные рекламные блоки.

**Допустимо**



Вывеска установлена на плоскости фасада, но маркиза закрывает более 30% площади витрины.

## 2.6. Несоответствие формы, размеров и визуальной составляющей группы вывесок

### Неправильно



Вывески разных размеров и цветов размещённые в одном месте.

### Правильно



Вывески расположены равномерно, в одной форме, в одном стиле и цветовой гамме.

## 2.7. Визуально перегруженные витрины

**Неправильно**



Визуально перегруженная витрина с нанесением надписей прямо на стекло.

**Правильно**



Открытая витрина.

## 2.8. Навесы/Маркизы больших размеров и ярких оттенков

### Неправильно



Навес, который закрывает часть архитектурных элементов фасада и большую часть витрины.

### Правильно



Навес маленьких размеров, в нейтральных тонах, который не закрывает витрину.

3.

## Общие правила

### 3.1. Рекомендуемые размеры вывески

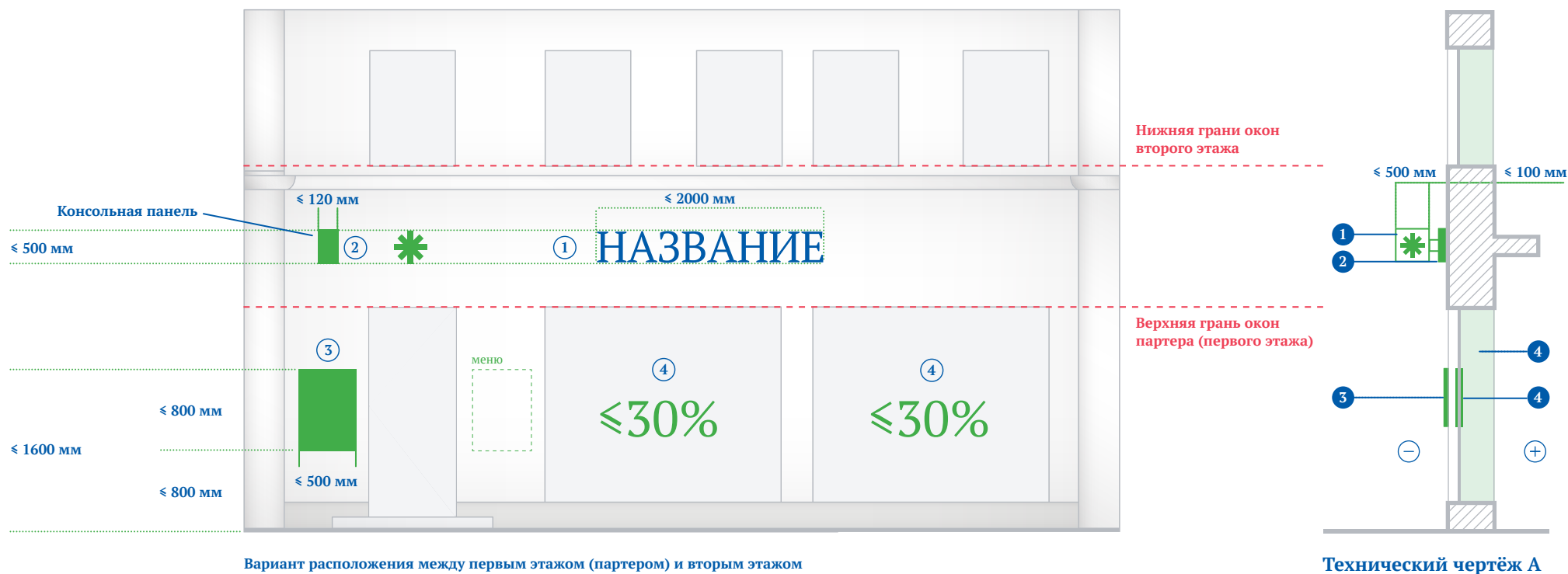
Главное правило - вывеска не должна скрывать слишком много архитектурных элементов здания.



**Правильно**

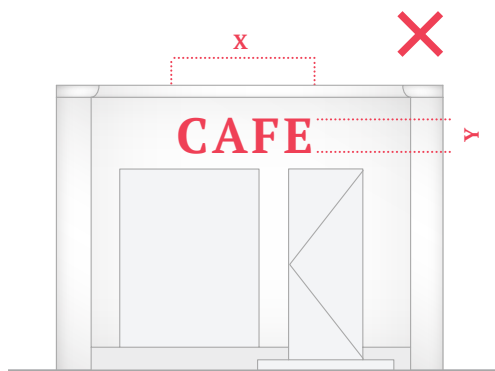
**Неправильно**

### 3.2. Правила размещения и рекомендуемые размеры вывесок на исторических зданиях

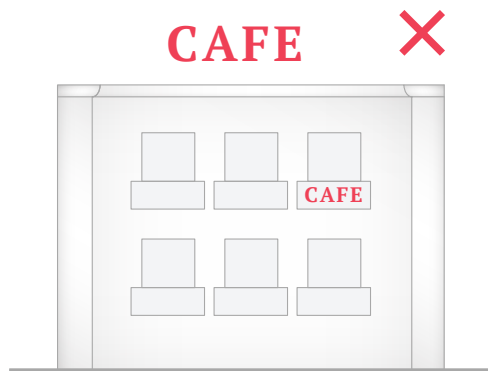


### 3.3. Недопустимые способы размещения вывесок на исторических зданиях

Запрещено размещение вывесок следующим образом:



Размещение вывесок завышенного размера



Размещение вывесок на балконах и крышах



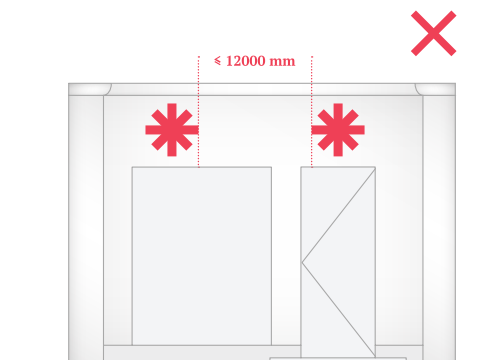
Размещения вывесок на любых разграничивающих конструкциях (заборах, оградках)



Дублирование названий на фасаде и на окнах (витринах)



Размещение вывесок на любых элементах и деталях конструкции здания



Дублирование информации, если между одинаковыми элементами менее 12 метров



### 3.4. Рекомендуемые материалы

В конструкции объемных букв рекомендуется использовать следующие материалы:



- **Природный камень**
- **Бетон**



- **Кованое железо**



- **Стекло**



- **Латунь**



- **Медь**



- **Нержавеющая сталь**



- **Дерево**



- **Мозаика**

### 3.5. Вывески

Вывески должны быть расположены на первом этаже и сочетаться с архитектурой фасадов. Размещение наружной рекламы на архитектурных элементах здания запрещено

Рекомендуется устанавливать объёмные буквы непосредственно на фасад.

**Правильно**



**Правильно**



**Правильно**



## Вывески: примеры правильного размещения

Рекомендуется устанавливать объёмные буквы непосредственно на фасад.

Правильно



Правильно



## Вывески: примеры правильного размещения

Рекомендуется устанавливать объёмные буквы непосредственно на фасад.

Правильно



Правильно



## Вывески

В случае табличек желательно выбирать прозрачные вывески или вывески в нейтральных тонах.

### Правильно



Дизайн вывески должен сочетаться с оттенком фасада. Яркие цвета использовать нежелательно.

### Правильно



## Вывески

Группа вывесок должна быть расположена вертикально или горизонтально, визуальнo формируя цельное восприятие.

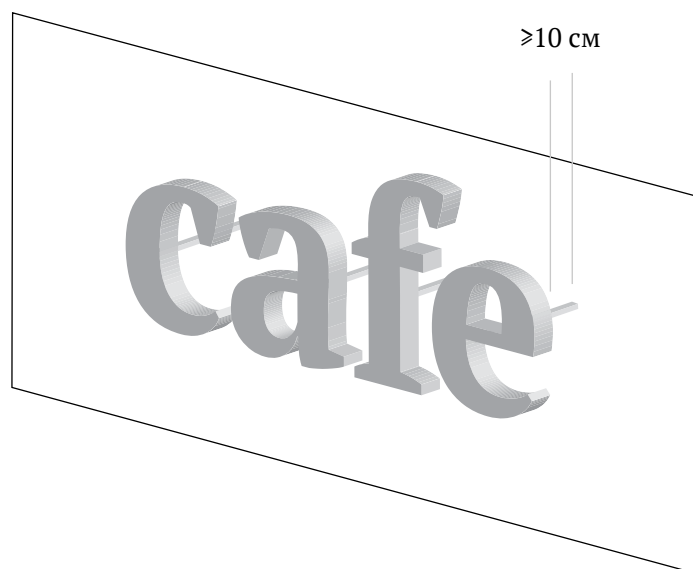
### Правильно



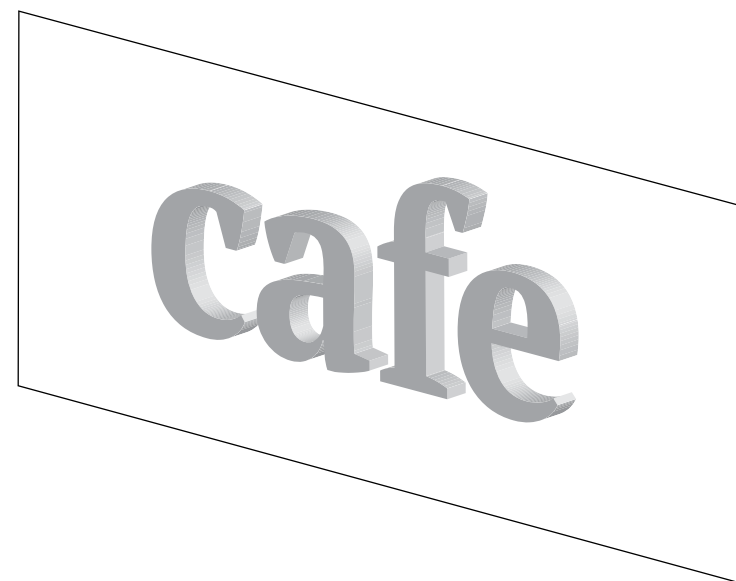
### Правильно



### 3.6. Объёмные буквы: правила установки



Крепление на кронштейне



Крепление на плоскости фасада

### 3.7. Дизайн код и международные бренды

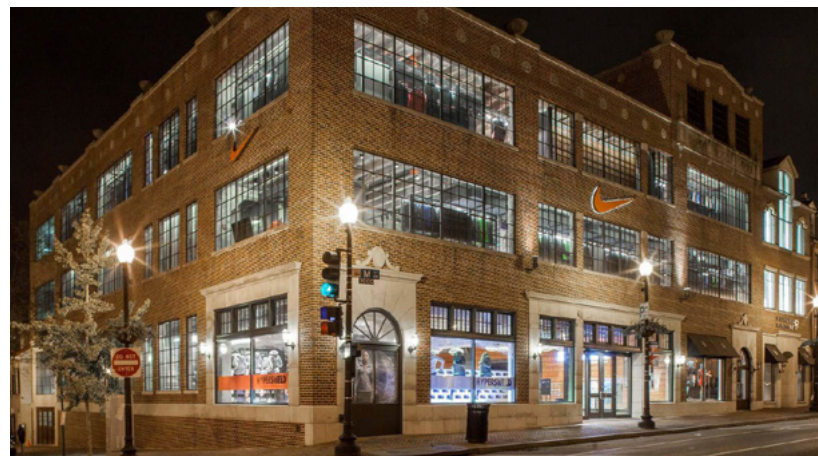
Использование логотипов международных брендов не должно отменять приоритетного значения архитектурной целостности и важности исторического наследия.

#### Правильно



Ниже показаны примеры правильного размещения вывесок и логотипов международных брендов на исторических зданиях.

#### Правильно





### 3.8. Артефакты городской истории

Даже если те или иные артефакты городской истории не используются сегодня, они должны быть сохранены в изначальном виде, и, по возможности, ревитализированы.



### 3.9. Панель-кронштейн

Одна из альтернатив наружной рекламе – это вывески, фиксирующиеся на кронштейне (панель-кронштейн).

**Правильно**



**Правильно**



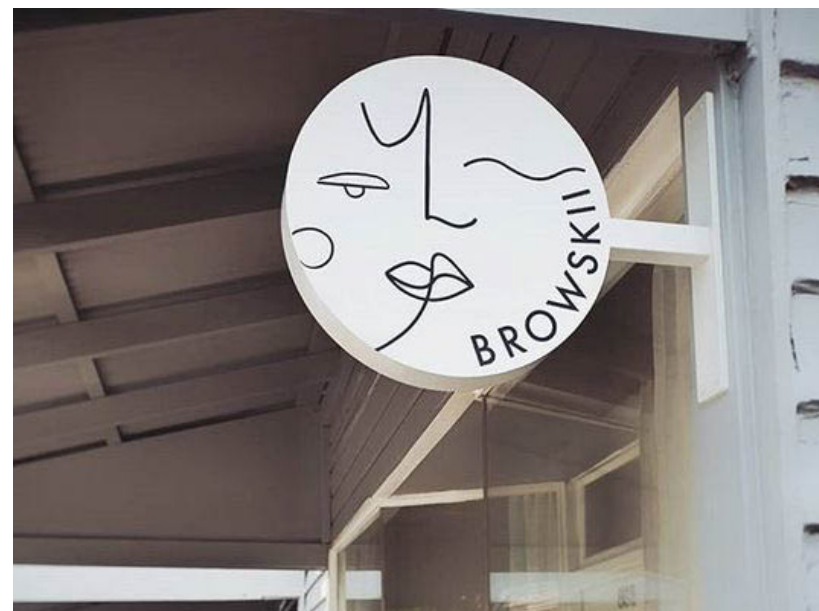
## Панель-кронштейн

Одна из альтернатив наружной рекламы – это вывески, фиксирующиеся на кронштейне (панель-кронштейны).

Правильно

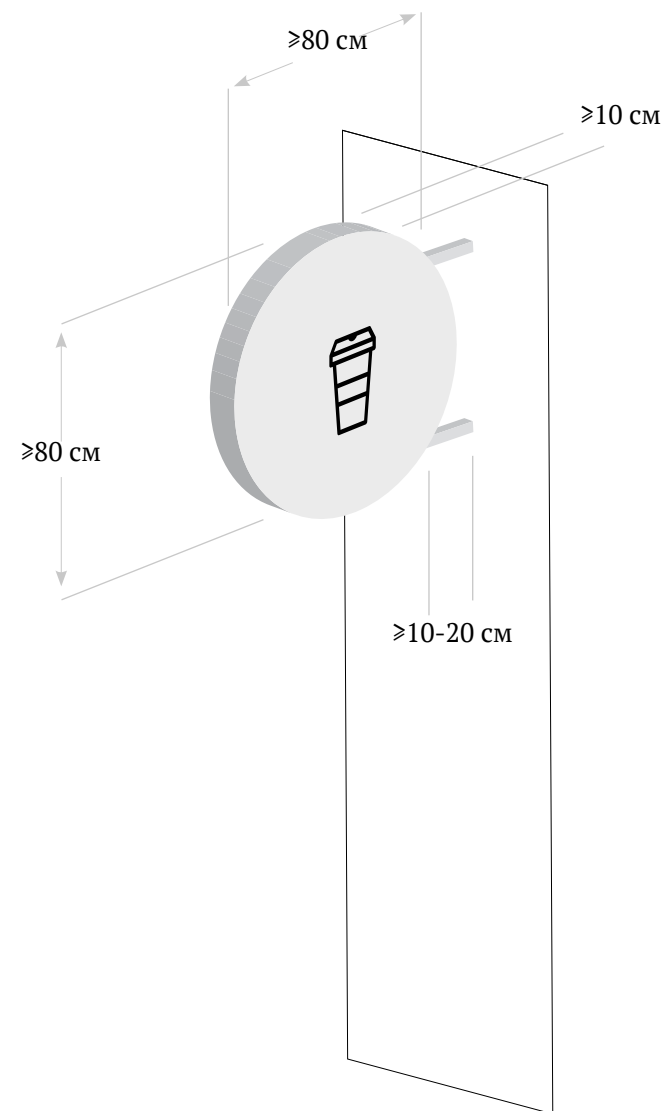
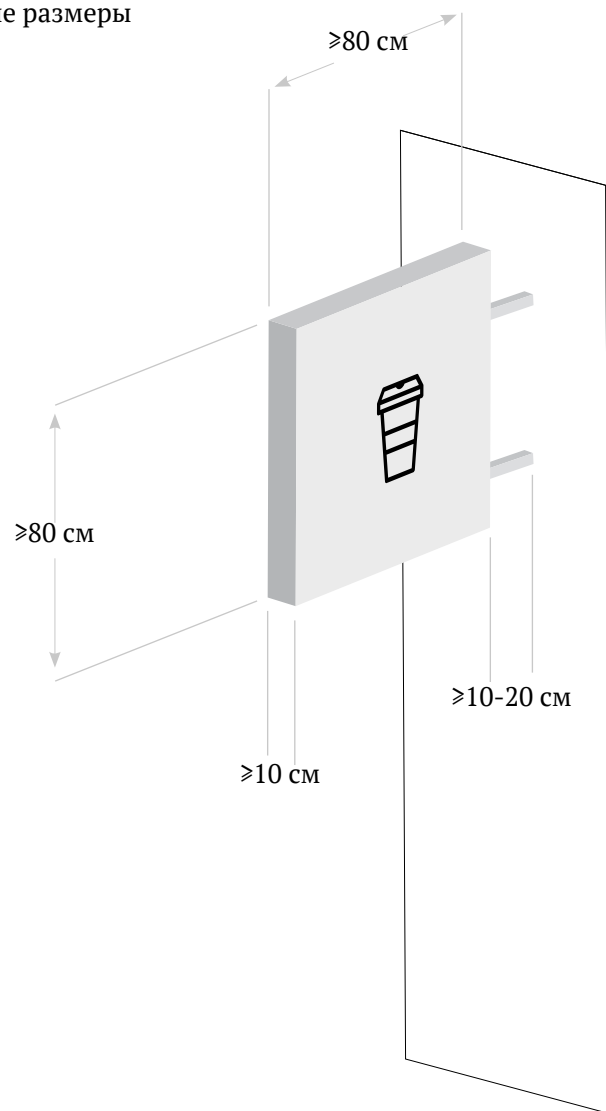


Правильно



# Панель-кронштейн

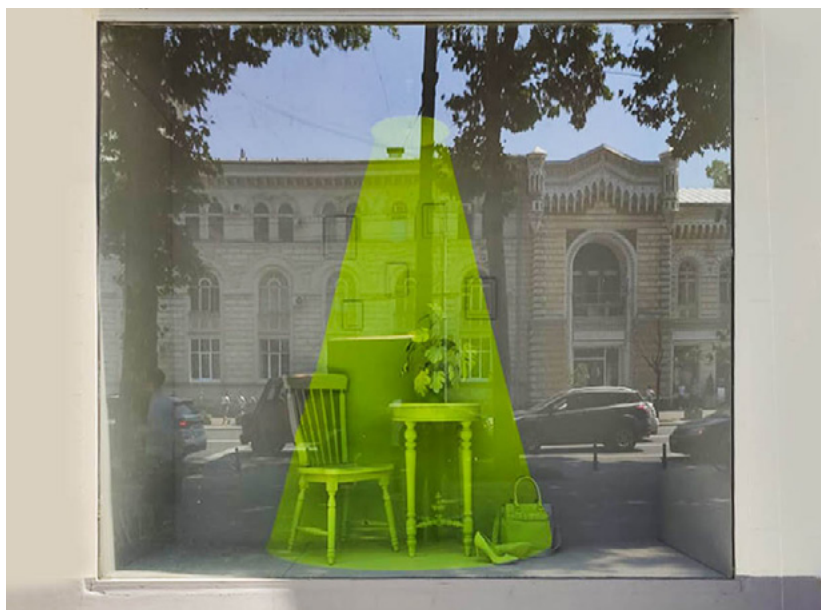
Рекомендуемые размеры



### 3.10. Витрины

Роль витрины заключается в демонстрации продуктов или услуг. Рекомендуется размещать предметы в витрине на расстоянии не менее 10 см от стекла.

#### Правильно



Размещение на стекле (на улице или в помещении) рекламы, плакатов, наклеек, объявлений **не должно превышать 15% прозрачной поверхности витрины.**

#### Правильно



### 3.11. Навесы/Маркизы

Навесы не должны закрывать архитектурные элементы **более чем на 30% от площади витрин.**

**Правильно**



**Правильно**



## Навесы/Маркизы

Навесы не должны закрывать архитектурные элементы **более чем на 30% от площади витрин.**

Правильно



Правильно



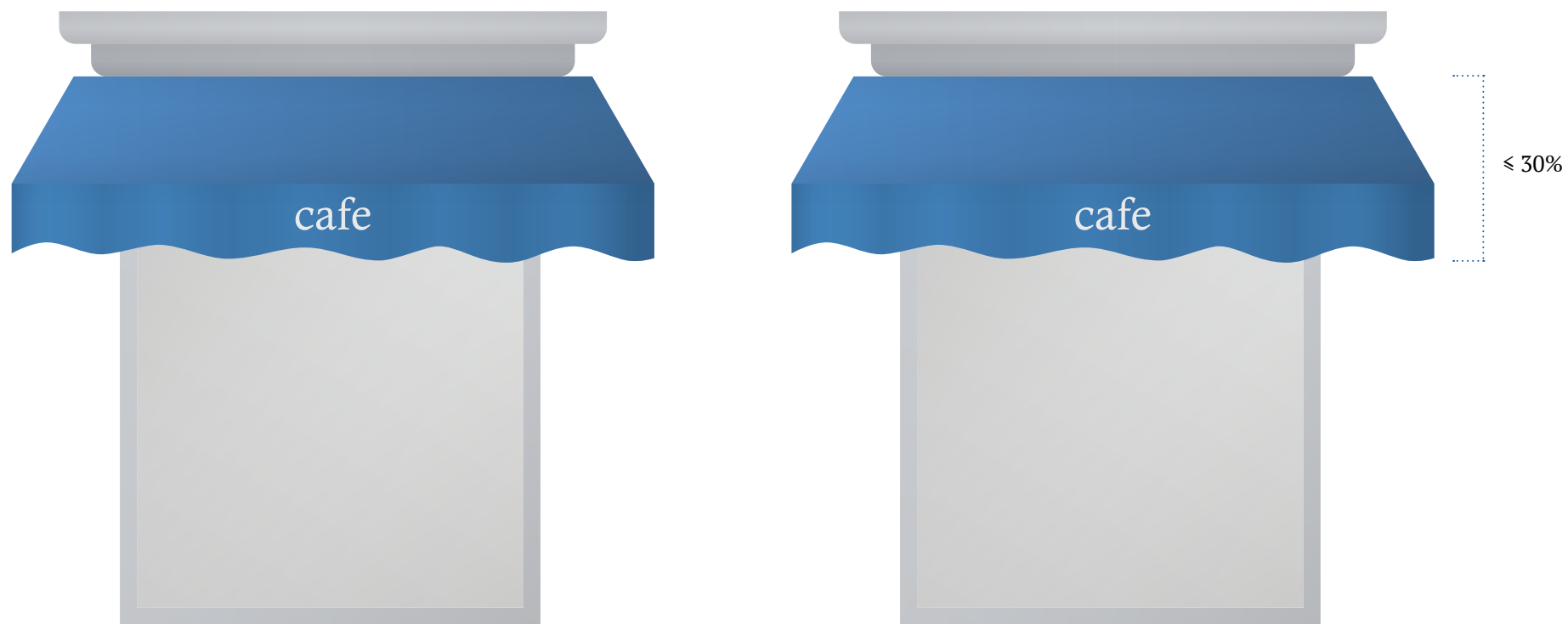
## Навесы/Маркизы



Пример расположения маркиз на историческом здании



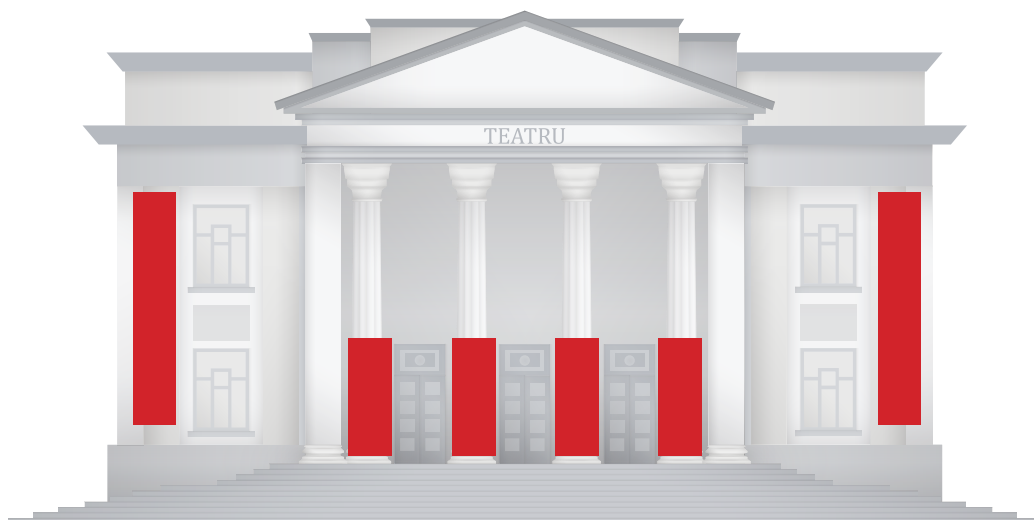
## Навесы/Маркизы



Пример расположения маркиз на историческом фасаде

### 3.12. Фасад театра

**Неправильно**



Элементы наружной рекламы не должны закрывать архитектурные элементы здания.

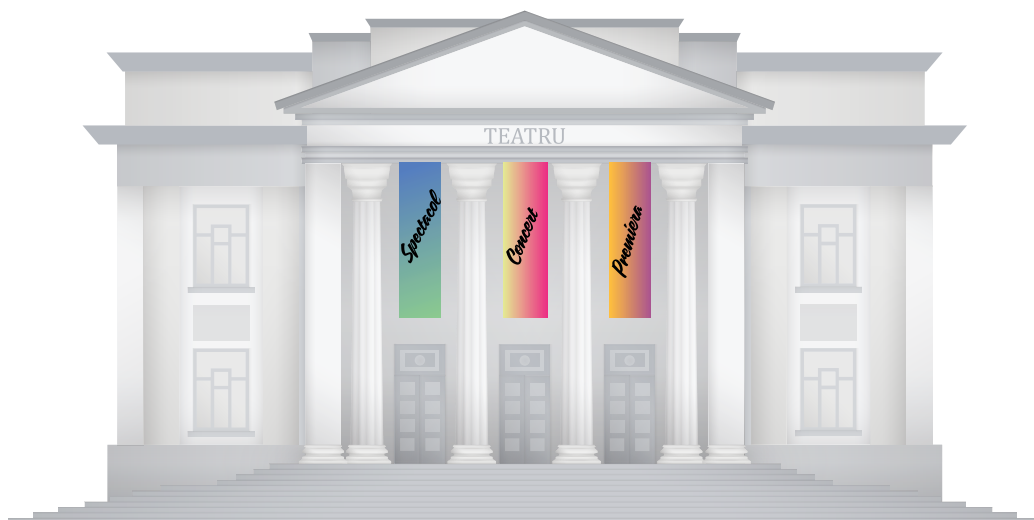
**Правильно**



Рекомендуется размещать афиши между колоннами здания – это позволяет оставлять все архитектурные элементы колонн нетронутыми.

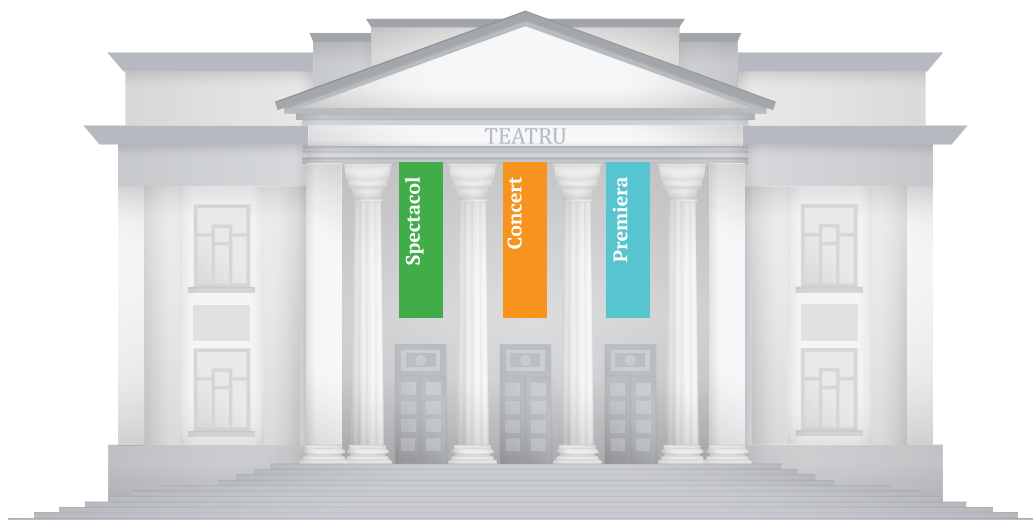
## Фасад театра

**Неправильно**



Не рекомендуются макеты перегруженные графикой, например, сложные фоны, множественные фотографии, большое количество шрифтов и цветов.

**Правильно**



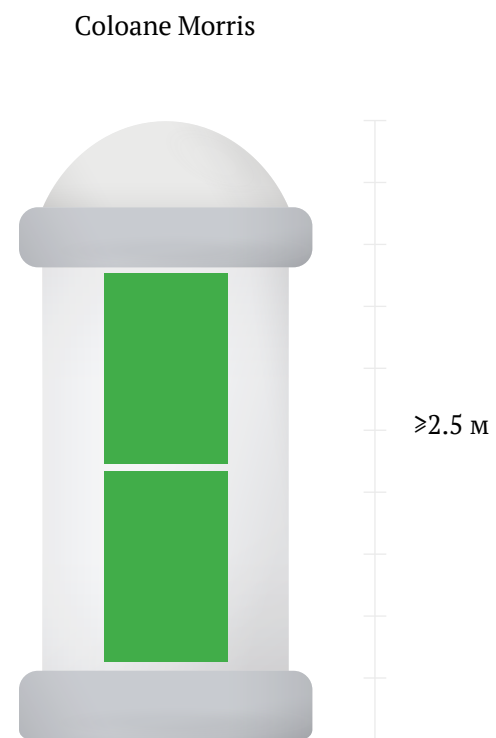
Рекомендуется использовать плоские фоны, однородные цвета и один стиль шрифтов.

# Фасад театра

**Неправильно**



**Правильно**



# Внимание!

В следующем слайде  
**показаны примеры**  
использования шрифтов в  
оформлении вывесок, но не  
сами шрифтовые гарнитуры.

### 3.13. Типографика

Не рекомендуется **непропорциональное искажение** шрифтов и названий.

**Правильно**

• **пропорциональный шрифт**

**Farmacie**

**Schimb Valutar**

**Magazin**

**Неправильно**

• **непропорциональный шрифт**

~~**Farmacie**~~

~~**Schimb Valutar**~~

~~**Magazin**~~

## Типографика

### Неправильно



Непропорциональное искажение текста.

### Правильно



Правильное, пропорциональное размещение текста.

## Типографика

### Неправильно



Использование несовместимых шрифтовых гарнитур в одной вывеске.

### Правильно



Использование одной шрифтовой гарнитуры для всей вывески.



**Следующие шрифтовые  
гарнитуры рекомендуются  
к использованию, но не  
являются обязательными.**

## 3.14. Рекомендуемые шрифты

Следующие шрифты рекомендуются к использованию в рекламных вывесках. Шрифты с бесплатной лицензией (Google Fonts). Этот слайд несет рекомендуемый характер.

### 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>

“Хорошая реклама продаёт  
товар, не привлекая  
внимания к себе.”

—David Ogilvy

Над этим кодом работали:

ответственный за выпуск:  
Constantin Şarcov

Save Chisinau  
Centrul de Urbanism  
Anetta Dabija  
Alexandru Munteanu  
Strelka Institute

Дизайн и верстка:

Iancu Voinovan  
Alex Buretz  
Andrei Leverin  
Marin Damian

Перевод и текст:

Beatrice Tabacari  
Alina Guţu  
Alexandr Macuhin

Если у вас есть вопросы или замечания, напишите нам на [info@savechisinau.org](mailto:info@savechisinau.org)