

جهاز شئون البيئة

قطاع الإدارة البيئية

الخطوط الإرشادية لتنظيم الاعلانات واللافتات بالمدن المستدامة



يتطلب توجه مدنا نحو الاستدامة تخفيض الملوثات الناتجة عن الإ نشطة البشرية ، والتلوث في صورته العامة تغير غير مرغوب فيه في أحد عناصر البيئة يؤدي إلى الإخلال بتوازنها ، ويمثل التلوث البصري نوعا من التلوث الحسي نتيجة تغير غير مرغوب فيه في عناصر البيئة العمرانية من إضافات أو تشوهات أو كتل بنائية غير قانونية ، أو فراغات غير مصممة أو أية إضافات تتنافر مع البيئة الطبيعية أو المناخية أو الوظيفية أو القيم الدينية أو الحضارية أو الجمالية أو المعمارية ، وقد يبدو أن تأثير التلوث البصري أقل حدة من أنواع التلوث الأخرى ولكنه يضر البيئة الحضرية ويعتاده الإنسان حتى يصبح جزءاً يألفه بل يسهم أيضاً بتفاقم آثاره بسلوكياته الخاطئة ويفرض عليه نوعاً من الذوق والاختيار غير متلائم مع طبيعته ويعطيه الإحساس بالغتراب في بيئته ، كما يهدد أمنه وسلامته سواء الصحية أو النفسية لإفتقار عناصر البيئة العمرانية للسلامة والقيم الجمالية والهدوء والتجانس والعوامل التي تبعث على الهدوء والراحة.

• تعد عشوائية الإعلانات واللافتات من أهم المشاكل التي تتسبب في:

- تشوية المواقع والمباني والعقارات وخاصة ذات القيمة التراثية والعمرانية التي وتؤثر سلباً على الموارد السياحية.
- كذلك تداخل الإعلانات الاحتفالية والتجارية مع حجب الرؤية البصرية للمعالم التاريخية أو المعمارية أو الجمالية بالمدينة.
- تعارض الإعلانات مع حركة المشاة والتأثير السلبي على الحركة المرورية.
- التلوث البيئي نتيجة ترك مخلفات إقامة الاعلانات دون التخلص الآمن منها.
- وقوع الحوادث والخسائر المادية نتيجة الاعلانات وخاصة الكبيرة الحجم غير مثبتة بإحكام.
- أنماط الاستهلاك غير المستدامة وأثارها الاقتصادية والبيئية والاجتماعية السلبية.
- إهدار الطاقة الكهربائية والتلوث الضوئي light pollution and energy waste نتيجة الإضاءة غير المنضبطة التي قد تتسبب في وقوع حوادث الطرق .

- يهدف هذا الدليل الحد من التلوث البصري بالمدن الناتج عن فوضى الاعلانات واللافتات ومنع وقوع الحوادث والمخاطر الناتجة عنها وتحقيق القيم الجمالية والعوامل التي تبعث على الهدوء والراحة داخل المدينة.
- الفرق بين اللوحة الإعلانـية والإعلامـية واللافتة الإرشادية:

يقصد بالإعلانات واللافتات كل منتج بصرى مضاف لحرم الطريق أو في مجاله العمرانى أو البصرى ويحمل رسالة أو معلومة لمستعملى الطريق سواء للحركة الآلية أو لحركة المشاة ، ذات أهداف تجارية أو توجيهية أو دعائية أو إعلامية ... إلخ

اللوحة الإعلانـية: هي منتج بصرى يحمل رسالة لها مردود تجارى توضع لفترة زمنية محددة ، مثل الإعلانات التجارية .. وما يماثلها.

اللافتة الإعلامـية: هي منتج بصرى يحمل رسالة إخبارية أو دعائية أو معلوماتية 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، لتعريف المكان أو عناصره العمرانية أو ملامحه المعمارية أو التاريخية، مثل لافتات أسماء الطرق وأرقام العقارات والأنشطة الإدارية والمهنية واللافتات الإرشادية المرورية ... وغيرها.

• خلفية عن أهم الأطر القانونية والتشريعية والاشتراطات فى شأن تنظيم الإعلانات:

يحدد التعريف بالإعلان وشروطه من خلال القانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ ولائحته التنفيذية الصادرة برقم ١٦٩٢ لسنة ١٩٥٨ ، وكذلك القرار الوزارى رقم ٦٧٦ لسنة ١٩٦٥ ، وبموجب قانون البناء الموحد رقم ١١٩ لسنة ٢٠٠٨ ولائحته التنفيذية رقم ١٤٤ لسنة ٢٠٠٩ قام الجهاز القومى للتنسيق الحضارى بإعداد "أسس ومعايير التنسيق الحضارى

للإعلانات واللافتات" ، كذلك تصدر بعض المحافظات قرارات بتنظيم وضع الإعلان واللافتات داخل نطاقها. ونتيجة لتعدد التشريعات في هذا الشأن أصبح من الصعوبة الإلمام بالأحكام المنظمة لهذا المجال .

ويتناول هذا الدليل **الخطوط الإرشادية في شأن الاعلانات واللافتات سعياً لتحقيق التناسق والتناغم في المدن ومن أجل السلامة والصحة والحياة الأفضل لسكانها.**

• ما ينبغي مراعاته في اعلانات ولافات الأنشطة المهنية والإدارية والتجارية بواجهات المباني والعقارات:

- مراعاة الآداب العامة واحترام الأديان .
- عدم وضعها على واجهات أو نوافذ أو شرفات العقارات أو المباني سواء القديمة أو الجديدة.
- عند الحاجة يتم توفير مكان مناسب في مدخل العقار من الداخل أو الخارج لتثبيت لوحات أو لافتات مهنية لمستعملي العقار بالطريقة الملائمة لعمارة المبنى والمحيط العمراني بمقاسات موحدة (٤٥ × ٣٠ سم) لكل لافتة.
- تنظيم وتنسيق الاعلانات على مداخل المباني بما لا يعوق الحركة.
- يسمح لمحلات الأنشطة التجارية والإدارية بالدور الأرضي من العقارات بوضع لافتات بأسماء الأنشطة أو الانتفاعات، على أن يوحد شكلها.
- مراعاة التناسق في الألوان والخامات بين واجهات المحلات المتجاورة ولوحاتها الإعلانية.

- تناسق واجهة المحل التجاري ولوحته الإعلانية مع واجهة المبنى وطرزه المعماري.
- ألا يتجاوز اللوحة الاعلانية حدود المحل ولا يتوزع عن واجهة البناء المثبتة به بأكثر من 20 سنتيمتراً .
- في حال بروز الإعلان بأكثر من 5 سنتيمترات يراعى ارتفاع حافته السفلية بما لا يقل ثلاثة أمتار من سطح الطريق .
- كتابة الاعلان أو اللافتة باللغة العربية أولاً ويمكن تكرار الكتابة بأية لغة أخرى.
- يجب ألا يمثل تواتر اللافتات الخاصة بأسماء الأنشطة التجارية كثافة تتسبب في تشتيت تركيز السائق من جهة أو تتعارض مع حركة المشاة وسهولتها من جهة أخرى.

• ما ينبغي مراعاته في اعلانات ولافات الطرق داخل المدن:

يوجد مجموعة من المعايير العامة التي ينبغي أن تأخذ في الاعتبار في الاعلانات واللافتات المقامة بالطرق لـ **لمحافظة على صحة المواطنين والارتقاء بالصورة البصرية والجمالية للمدينة المصرية والمحافظة عليها من التعديات و الفوضى البصرية نذكر منها:**

- عدم إقامة إعلانات بدون الحصول على التراخيص من الجهات المختصة .
- مراعاة الآداب العامة والقيم والأخلاق في شكل ومحتوى الاعلان واللافتة.
- مراعاة عدم حجب الهواء أو الشمس عن المباني والمنشآت.
- مراعاة عدم حجب رؤية المنافذ العامة الطبيعية مثل النيل أو المسطحات المائية أو الحدائق والمتنزهات.
- مراعاة سيولة حركة المرور ووسائل النقل العام والخاص، وعدم إعاقة حركة المشاة.
- منع إقامة أية إعلانات على الكبارى والأنفاق أو داخلها.
- عدم إقامة الاعلانات على المباني التاريخية أو الأثرية أو التي تتمتع بقيمة تاريخية أو عمرانية.
- عدم وضع الاعلانات على دور العبادة والمباني الحكومية والمواقع التاريخية والأثرية والمحميات والمقابر .
- ترشيد استهلاك مواد التلوين والطلاء ومحاولة استخدام البدائل الآمنة منها للمحافظة على البيئة.
- عدم وضع الاعلانات بكافة أنواعها فوق أو أعلى العقارات القائمة أو على الواجهات الرئيسية أو الجانبية أو الخلفية.

- عدم التأثير السلبي للإعلانات المقامة على الغطاء النباتي بالمنطقة.
 - 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.
 - يقتصر داخل حرم الطرق المحلية والخدمية الثانوية بين التجمعات السكانية بوضع اللافتات الخاصة بالعناوين واللافتات المهنية أو التجارية الخاصة بأسماء الأنشطة والاستعمالات العمرانية طبقا للقواعد والأسس والضوابط المنظمة لذلك.
 - يراعى التجانس بين الإعلانات واللافتات من حيث التوزيع والارتفاع والمقاسات والألوان للحفاظ على النسق الجمالي والبصري للمدينة.
 - فى حال الإعلانات المضاءة يفضل استخدام مصدر متجدد للطاقة (الطاقة الشمسية) والمصابيح الموفرة للطاقة مع التأكد من عدم تأثر أعين سائقي المركبات أو المشاة بالإضاءة، ويحظر استعمال الإضاءة المنقطعة ويمكن استعمال الإعلانات المضاءة داخليا بحيث لا تؤثر على رؤية أعين سائقي المركبات أو المشاة.
 - تحظى للافتات المرورية الإرشادية بأولوية إقامتها فى الطرق داخل المدن.
 - توفير بيئة عمل آمنة وصحية للعمال وتزويدهم بأدوات السلامة والوقاية من مخاطر الأنشطة التي يباشرونها مثل استخدام السلام للإعلانات المرتفعة ، وطلاء اللوحات...إلخ.
 - التخلص الآمن من مخلفات إقامة وصيانة الاعلانات ، والاعلانات المنتهية الاستخدام.
 - مراعاة العوامل الجوية مثل اتجاه الرياح وسرعتها عند إقامة الاعلانات مع أهمية صيانتها دورياً.
- كذلك يوجد معايير تفصيلية لبعض أنواع الاعلانات التجارية واللافتات داخل المدن نذكر منها:

1- الإعلانات المرتفعة المثبتة على أعمدة (يونى بول) فى حرم الطرق الرئيسية والشريانية بالمدن

- لا تتركب إعلانات على الحامل الاعلاني ، ويسمح بلوحة إعلانية على قمته .
- يمكن إقامتها على جانبي الطرق الرئيسية والشريانية داخل المدن، ولا تقام فى الجزر الوسطى بجميع مستويات وتدرجات الطرق داخل المدينة.
- يحظر وضع هذه الإعلانات بجميع أنماطها وأنواعها عند المنحنيات والنقاطات بمدة زمنية لا تقل عن دقيقة للسيارات، وحسب السرعات المحددة لشبكات الطرق.
- يجب ألا تقل المسافة بين الإعلان والآخر عن ٢٥٠ متر فى الطرق الرئيسية، وعن ٢٠٠ متر فى الطرق الشريانية داخل المدن.
- يجب أن تكون زاوية ميل الاعلان على محور الطريق فى حدود ٣ درجات ، ويمنع نهائياً الإعلانات الموازية لاتجاه الحركة المرورية.



- الحد الأقصى لارتفاع حامل الإعلان التجارى ١٥ متراً ، ومقاس اللوحة الإعلانية لا يتعدى ٤ × ١٤ متراً
- عدم تجاوز حد اللافتة الإعلانية بداية نهر الطريق.

2- الإعلانات متوسطة الارتفاع المثبتة فى حرم الطرق الشريانية والتجميعية بالمدن:

- يسمح بوضعها على أرصفة جانبي الطريق بشرط ألا يقل عرض الرصيف عن أربعة أمتار مع توفير الوضعية الملائمة لحركة المشاة.
- يسمح باستعمالها على جانبي الطريق فقط ويحظر وضعها فى الميادين.

- لا يزيد مقاس لوحة الإعلان عن 240×180 سم، ولا يزيد في جميع الأحوال عرض اللوحة الاعلانية 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
- ترك مسافة لا تقل عن ١٥٠ متر بين الإعلان والآخر .
- يجب ألا يمثل كثافة تواتر الإعلانات التجارية بالطرق في تشتيت تركيز السائق من جهة أو تعارض حركة المشاة وسهولتها من جهة أخرى.
- يجب أن تكون زاوية ميل الإعلانات على محور الطريق في حدود ٣ درجات ، وتمنع نهائيا الإعلانات الموازية لا تجاه الحركة المرورية.



- يجب ترك مسافة لا تقل عن 100 متر بينها وبين وأى إعلانات أخرى .

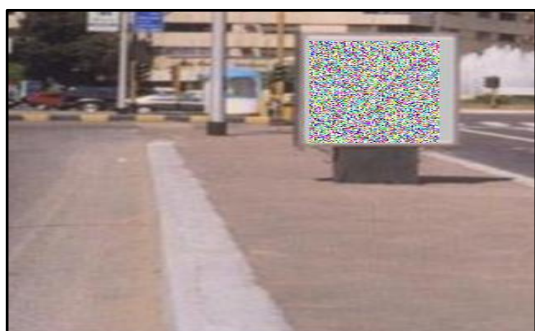
3- الإعلانات متوسطة الارتفاع المثبتة على أعمدة الإنارة والأعمدة الإرشادية أو غيرها في حرم الطرق التجميعية بالمدن:

- يمكن تثبيتها على الأعمدة جانبى الطريق أو فى الجزيرة الوسطى بحيث لا يقل ارتفاع الإعلان عن ٤.٥٠ متر من سطح الرصيف وألا يتجاوز البروز حافة الرصيف .
- توحيد قياس الإعلانات المثبتة على أعمدة الإنارة المتواترة للطريق الواحد (العدد ١٠ أعمدة إنارة على الأقل) ويتحدد القياس لعمود الفانوس المفرد 90×60 سم ، ولعمود الفانوس المزدوج (للجزر الوسطى) 90×120 سم.
- يراعى تركيب إعلان واحد على العمود الواحد بصورة أفقية ومتعامدة على محوره.
- يحظر وضع هذه الإعلانات على بعد ٧٥ متراً من التقاطعات والميادين ومحاور الطرق العرضية .



4- الإعلانات منخفضة الارتفاع (السوسيت) المثبتة فى حرم الطرق التجميعية بالمدن:

- تثبت على قاعدة مصمتة بارتفاع لا يزيد عن 80×50 سم ومقاس اللوحة الاعلانية 140×90 سم
- لا يجوز وضع هذه الإعلانات فى الميادين، ويحظر وضعها على مسافة تقل عن ١٠٠ متر من التقاطعات والطرق العرضية والميادين.



- يراعى استخدام نوعية واحدة فى الطريق الواحد بما يحقق الحفاظ على النسق الجمالى والبصرى للمدينة.
- تتواتر هذه الإعلانات على مسافات ببنية متساوية لا تقل عن ٥٠ متراً بين الإعلان والآخر .
- يجب أن تكون زاوية ميل هذه الإعلانات على محور الطريق فى حدود ٣ درجات، ويمنع نهائياً الإعلانات الموازية لاتجاه الحركة المرورية.

- تقام هذه الإعلانات على أرصفة الجزر الوسطى للطرق التجميعية فقط بحيث 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

5- الإعلانات الدوارة والشاشات المضيئة والإلكترونية المتحركة

- يحظر وضع أكثر من شاشة إعلانية واحدة فى 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 - ٧٥٠ متراً.
- يجب ألا تقل المسافة بين هذه الإعلانات ومداخل أو مخارج الإنفاق والكبارى عن ٥٠٠ متراً.
- يجب ألا يقل ارتفاع الإعلان عن ٥ أمتار من سطح الرصيف وبمقاس لوحة بحد أقصى 4 × 6 أمتار



- تقام هذه الإعلانات فى المحاور والطرق الرئيسية والشريانية والميادين فقط، وفقاً لتخطيط المدينة والمحددات العمرانية ويحظر تركيبها فى الجزر الوسطى بالطرق.

6- الإعلانات المثبتة على سياج أراضى الفضاء والأسوار والعقارات تحت الإنشاء بالمدن

- يجب ألا تهدد هذه الإعلانات أمن وسلامة المشاة والمركبات.
- يجب توحيد مقاسات اللوحات الإعلانية على قطعة الأرض ويكون مقاس الوحدة فى المتوسط 2 × 4 أمتار.
- تعتبر الإعلانات المثبتة على أراضى فضاء أو أراضى عقارات تحت الإنشاء إعلانات مؤقتة، وتزال بمجرد إنهاء البناء.



- يسمح باستعمالها فى الطرق الرئيسية والشريانية والتجميعية داخل المدن على جانبي الطريق فقط.

7- المعايير التفصيلية للاعلانات الإعلامية المؤقتة بكافة أنواعها

- يسمح بوضع الإعلان بأسلوب المعلقات من الأقمشة أو خلاقه 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.
- تزال هذه الإعلانات بمجرد انتهاء الحدث المعلن .
- 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 العمراني المميز أو على المباني الحكومية والعامة.
- يسمح بوضع إعلانات مؤقتة لانتخابات النوادي والنقابات وما يماثلها على أسوارها، على أن تزال بمجرد الانتهاء من العملية الانتخابية حسب القواعد المنظمة لهذه ال توقيات



- تعتبر هذه الإعلانات مؤقتة وهى خاصة بالمعارض أو المهرجانات أو المؤتمرات أو الاحتفاليات، وكذلك الإعلانات الخاصة بالانتخابات الرئاسية والمجالس النيابية والنقابات والمجالس المحلية والأندية وما شابه.
- يمكن وضعها فى حرم الطرق الرئيسية والشرىانية والتجميعية بالمدن.
- يحظر تماماً وضع هذا النوع من الإعلانات بأساليب الملصقات أو الكتابة المباشرة أو بأية أسلوب له صفة الاستدامة حيث يصعب إزالتها.

8- الإعلانات المثبتة على وسائل النقل المتحركة وعلى محطات وسائل النقل

- يسمح بوضع الإعلان على وسائل النقل العام على الجانب الأيمن فقط من وسيلة النقل. وغير مسموح بوضع الإعلان على أسطح وسائل النقل العام
- تحدد هيئة النقل العام، أو شركات النقل العاملة بالمدينة، مقاس الإعلان وشكله وألوانه بما يتفق ومتطلباتها بشرط التنسيق مع الإدارة المحلية حفاظاً على الذوق العام والنسق الجمالى 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 أوالمراكب بمختلف أنواعها النهرية والبحرية والمطاعم والفنادق العائمة الثابتة أو المتحركة.



- يسمح بوضع الإعلان على الجوانب الخارجية والداخلية من محطات النقل، ولا يسمح بوضعها على أسطح المحطات، ولا يجب أن يتجاوز الإعلان المساحات المخصصة له فى المحطة الواحدة .

9- المعايير التفصيلية للوحات 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 ٣٠ × ٤٥ سم وتثبت على ارتفاع مناسب وفي مكان ظاهر عند التقاطعات بحيث يتراوح الارتفاع بين ١٨٠ سم : 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.



- 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.

10- المعايير التفصيلية للوحات الإرشادية فى المواقع الأثرية والسياحية والتراثية

- تعتبر اللوحات الإرشادية 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.



- تحدد هذه المناطق بمعرفة وزارتي الثقافة والسياحة والجهات المعنية والمتخصصة بالمناطق التراثية فى الوحدات المحلية والمحافظات.
- تتضمن اللوحات الرسالة الإعلامية باللغة العربية واللغة الانجليزية بالخطوط المناسبة لطبيعة الموقع ذاته.

11- المعايير التفصيلية للافتات المرورية:



- 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 اللافتات المرورية سواء اللافتات الإرشادية أو اللافتات التحذيرية والتنظيمية من حيث التصميم والشكل والمقاس والألوان والكتابة ومواد التصنيع ... الخ، وهى ضوابط ملزمة لجميع الجهات.

- يجب أن تكون أحجام اللافتات المرورية وأبعادها ومواقعها والكتابات والعلامات المنصوص عليها بالكيفية المحددة لجذب انتباه السائقين والمشاة دون تأثرهم بالمجال المحيط وتكون الأولوية لها عن جميع أنماط الإعلانات واللافتات 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 اللافتات غير تلك المعتمدة، مع مراعاة عدم استخدام ذات الألوان فى الإعلانات واللافتات الأخرى والمحيطه.

- تعتبر اللافتات المرورية من الوسائل المهمة والأكثر شيوعاً فى عملية التحكم فى المرور وتوفير الحماية لجميع العناصر المرتبطة بهذه الحركة عن طريق توفير كافة المعلومات التى تهم مستخدمى الطرق فى الوقت والمكان المناسبين، لذا تكون دوماً الأولوية للافتات المرورية. - يجب توحيد خصائص أشكال اللافتات المرورية وأبعادها وألوانها ومدى وضوحها وكتابتها ورؤيتها ليلاً ونهاراً . لتحقيق نظام فعال وموحد للافتات المرورية وتميزها عن الإعلانات واللافتات الأخرى باختلاف أنماطها.

وأخيراً ... يتطلب القضاء على الفوضى الاعلانية بالمدن والطرق المصرية توحيد الجهود وشراكة كافة الجهات المعنية والمجتمع المدني القطاع الخاص أفراداً وجماعات والاستفادة من التكنولوجيات الرقمية فى مجال الدعاية والتسويق للحد من هدر الموارد البيئية ولتصبح مدننا على الطريق الصحيح نحو الاستدامة.

المراجع

- 1- أسس ومعايير التنسيق الحضارى للإعلانات واللافتات ، الجهاز القومى للتنسيق الحضارى ، 2010
- 2- قانون البناء الموحد 119 لسنة 2008.
- 4- اللائحة التنفيذية لقانون البناء الموحد قرار رقم 144 لسنة 2009
- 5- قانون رقم 66 لسنة 1956 فى شأن تنظيم الإعلانات
- 6- عمر محمد الحسيني و يوهانسن يحيى عيد : التلوث البصري و تأثيره على سلوكيات الإنسان وإستيعابه للفراغات العمرانية العامة " بحث تحليلي مقارنة : القاهرة / دمشق " مجلة جمعية المهندسين المصرية، 1997 ، القاهرة - جمهورية مصر العربية.
- 7- Frans Jordaan : ENVIRONMENTAL IMPACT OF OUTDOOR ADVERTISING, 20th South African Transport Conference South Africa, 16 – 20 July 2001.