

## **REGULAMENTUL**

### **PRIVIND AMPLASAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE PE TERITORIUL ORAȘULUI FĂUREI, JUDEȚUL BRĂILA**

#### **Capitolul I**

##### **DISPOZIȚII GENERALE**

**Art. 1.**– Regulamentul pentru amplasarea mijloacelor de publicitate de pe teritoriul orașului Făurei, denumit în continuare Regulament, reprezintă sistemul de norme tehnice și juridice care stă la baza exercitării activității de publicitate în localitate.

**Art. 2.**– Prevederile prezentului Regulament se aplică autorităților administrației publice locale, proprietarilor și beneficiarilor mijloacelor de publicitate, precum și operatorilor de publicitate.

**Art. 3.**– Regulamentul este elaborat în temeiul prevederilor legislației naționale aplicabile, prevăzută în Anexa nr. 1.

**Art. 4.**– În înțelesul prezentului Regulament, termenii și expresiile utilizate se definesc conform Anexei nr. 2 care face parte integrantă din prezentul Regulament.

#### **Capitolul II**

##### **CLASIFICAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE**

**Art. 5.**– Mijloacele de publicitate, se clasifică după cum urmează:

a) în funcție de tipul acestora:

- *firme*
- *corpuri luminoase*
- *afișe*
- *bannere*
- *mesh-uri*
- *panouri direcționale*
- *steaguri*
- *roof-top*
- *totem*

b) în funcție de portabilitate:

- *fixe*
- *mobile*

b) în funcție de suportul de montare a acestora:

- *cu structură proprie( autoportante)*
- *pe construcții-suport*

c) în funcție de modul de aprobare:

- *amplasate în baza autorizației de construire, emisă în condițiile legii;*
- *amplasate în baza acordului pentru publicitate temporară, emisă în condițiile prezentului Regulament-cadru.*

d) în funcție de regimul de proprietate al amplasamentului:

- *amplasate pe domeniul public și/sau privat al orașului Făurei, implicit de-a lungul drumurilor publice;*
- *amplasate pe terenuri sau construcții proprietate privată a persoanelor fizice și/sau juridice.*

### **Capitolul III**

## **APROBAREA EXECUTĂRII LUCRĂRILOR PENTRU AMPLASAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE**

**Art. 6.**– Aprobarea executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul orașului Făurei se realizează prin autorizația de construire, emisă în condițiile legii, sau prin acordul pentru publicitate temporară, emis în condițiile prezentului Regulament.

**Art. 7.**– (1) Autorizația de construire se emite cu respectarea prevederilor legislației în vigoare privind autorizarea executării lucrărilor de construcții și are o perioadă de valabilitate egală cu durata de exercitare a activității de publicitate, declarată de solicitant prin cererea de emitere a autorizației de construire.

(2) Prelungirea termenului de funcționare a mijlocului de publicitate se va face în mod automat dacă proprietarul nu solicită rezilierea contractului și nu procedează la desființarea mijlocului de publicitate până la data expirării termenului anterior aprobat prin autorizația de construire (dacă este cazul) emisă de către Primarul Orașului Făurei, pentru o perioadă egală cu cea inițială sau la cererea proprietarului pentru o perioadă convenită între părți.

În cazul în care proprietarul nu-și achită obligațiile financiare, pentru oricare întârziere Primăria Orașului Făurei poate proceda la rezilierea contractului iar proprietarul construcției-suport are obligația de a desființa mijlocul de publicitate. Dacă în termen de 15 zile proprietarul construcției-suport nu a desființat mijlocul de publicitate amplasat ilegal, Primarul dispune pe cale administrativă, demolarea acestuia, cheltuielile fiind suportate de proprietar.

(3) Emiterea autorizației de construire pentru amplasarea mijloacelor de publicitate în zona drumurilor publice se face cu respectarea prevederilor actelor normative în vigoare privind regimul drumurilor și circulației pe drumurile publice, ale normelor tehnice privind proiectarea și amplasarea construcțiilor, instalațiilor și panourilor publicitare în zona drumurilor, pe poduri, pasaje, viaducte și tuneluri rutiere, precum și ale legislației ce reglementează domeniul public și regimul proprietății.

**Art. 8.**– (1) Pentru amplasarea mijloacelor de publicitate utilizate în cadrul unor campanii publicitare și/sau activități de promovare pe termen scurt, în condițiile prezentului Regulament, Primăria Orașului Făurei, poate emite acorduri pentru publicitate temporară.

(2) Acordul pentru publicitate temporară prevăzut la alin.(1) se emite de către Primăria Orașului Făurei, în termen de maximum cinci zile lucrătoare de la data înregistrării cererii depusă de către solicitant și are o perioadă de valabilitate egală cu durata campaniei publicitare și/sau activității de promovare, declarată de solicitant prin cererea de emitere a acordului.

**Art. 9.**– Atribuirea contractelor de ocupare a domeniului public și/sau privat al statului și/sau orașului Făurei pentru amplasarea mijloacelor de publicitate se face prin proceduri de achiziție publică organizate cu respectarea reglementarilor legale prevăzute de actele normative aplicabile, în vigoare.

**Art. 10.**– (1) Prin prezentul Regulament se aprobă definirea în teritoriul administrat a zonelor de publicitate lărgită și respectiv a zonelor de publicitate restrânsă, stabilite în continuare.

(2) Zonele de publicitate restrânsă, în care se instituie restricții speciale, respectiv în care sunt permise anumite categorii de mijloace de publicitate, sunt de regulă zonele care cuprind monumente istorice și/sau monumente ale naturii, obiective cu valoare deosebită, arhitecturală și/sau ambientală, zonele de protecție a monumentelor istorice, precum și zonele construite/naturale protejate stabilite prin documentațiile de urbanism aprobate în condițiile legii și alte asemenea.

**- str. Republicii doar zona monumentului eroilor și Casa de Cultură**

(3) Zonele de publicitate lărgită, în care pot fi amplasate toate categoriile de mijloace de publicitate, sunt de regulă zonele amplasate în proximitatea centrelor/parcurilor comerciale și industriale, a drumurilor naționale, a acceselor înspre localitate, precum și în spațiile publice din oraș.

**- celelalte zone din oraș**

(4) În aplicarea prevederilor alin.(1), definirea / delimitarea zonelor de publicitate restrânsă / lărgită se realizează pe baza studiilor și analizelor de imagine urbană, elaborate de specialiști în domeniile urbanism, arhitectură, arte vizuale și peisagistică, avizate de către C.T.U.A.T și de către direcția județeană pentru cultură și patrimoniu național.

## **Capitolul IV**

### **REGULI GENERALE PRIVIND AMPLASAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE**

**Art. 11.**– În condițiile prezentului Regulament, mijloacele de publicitate nu pot fi amplasate pe clădiri fără acordul scris al proprietarilor/asociațiilor de proprietari, după caz.

**Art. 12.**– Publicitatea este permisă atât pe domeniul public și/sau privat al statului și/sau al orașului Făurei, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, în condițiile legii și a prezentului Regulament. Pe întreaga perioadă de menținere în amplasament a construcțiilor-suport pentru mijloace de publicitate este obligatorie afișarea de materiale publicitare, iar în lipsa contractelor de publicitate, proprietarul va afișa materiale privind propria activitate sau materiale privind campanii umanitare, sociale sau alte asemenea.

**Art. 13.**– (1) Amplasarea de mijloace de publicitate este interzisă în următoarele situații:

- pe monumentele naturii;
- în parcurile și rezervațiile naturale;
- pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților administrației publice locale și centrale, precum și ale instituțiilor publice, în situațiile în care conținutul este incompatibil cu statutul, normele și obiectul de activitate al respectivelor instituții sau vine în contradicție cu normele de etică și bune moravuri. Cele menționate nu pot exclude posibilitatea și nu pot bloca eventuale oportunități ce ar genera atragerea de venituri la bugetul local;
- pe arborii/plantațiile de aliniament;
- pe zona carosabilă a străzilor și a drumurilor, indiferent de categoria acestora;
- pe obiectele de artă monumentală și monumentele de for public;
- pe clădirile reprezentând monumente istorice, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii;
- pe clădirile aflate în stare avansată de deteriorare, în situația în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de rezistență și/sau stabilitatea și integritatea elementelor constructive și decorative ale anvelopei clădirii;
- în incinta și pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcașurilor de cult cu excepția celor care sunt strâns legate de activitatea cultelor respective;
- în zonele în care a fost restricționată / interzisă publicitatea prin Regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localității, ori, după caz, prin hotărâre a consiliului local;
- în intersecții, în sensurile giratorii, în spațiul destinat circulației autovehiculelor și semnalizării rutiere, a scuarurilor mediane mai înguste de 1,00 m și insulelor de separare a fluxurilor de circulație, sau în alte zone considerate periculoase pentru desfășurarea în condiții normale a traficului;
- pe stâlpii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație;

(2) Nu este permisă acoperirea a mai mult de 25 % a suprafețelor vitrate ale clădirilor cu mijloace publicitare indiferent de forma tipul sau conținutul mesajului publicitar.

**Art. 14.**– Nu se admite amplasarea de panouri publicitare pe clădirile instituțiilor de învățământ, sau de cultură, în situațiile în care conținutul este incompatibil cu statutul, normele și obiectul de activitate al respectivelor instituții sau vine în contradicție cu normele de etică și bune moravuri. Cele menționate nu pot exclude posibilitatea și nu pot bloca eventuale oportunități ce pot genera atragerea de venituri la bugetul acelor instituții.

**Art. 15.**– Este interzisă amplasarea publicității luminoase pe suporturile existente care nu au fost destinate publicității, cum sunt:

- a) stâlpii de telecomunicații și/sau electricitate, instalațiile de iluminat public, instalațiile de semaforizare;
- b) fațadele clădirilor de locuit și ale sediilor autorităților/instituțiilor publice;
- c) împrejmuiri traforate, respectiv (semi)transparente.

**Art. 16.**– Se interzice amplasarea sau utilizarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică, cu excepția vehiculelor publicitare utilizate în condițiile prezentului Regulament.

**Art. 17.**– Se interzice amplasarea/utilizarea de panouri publicitare care, prin formă, conținut, cromatică și dimensiuni, pot fi confundate cu indicatoarele sau mijloace de semnalizare rutieră sau împiedică vizibilitatea acestora.

**Art. 18.**– (1) Operatorii de publicitate sunt obligați să asigure întreținerea și repararea sistemelor publicitare pe perioada derulării contractelor, demontarea/desființarea acestora și readucerea la starea inițială a amplasamentului, inclusiv prin înierbare sau asfaltare, după caz, la încetarea contractului.

(2) Operatorii de publicitate sunt obligați să asigure realizarea sistemelor publicitare prin proceduri/tehnologii noi, performante și cu utilizarea de materiale cu nivel adecvat de rezistență mecanică, respectiv rezistență la coroziune, precum și cu aspect estetic corespunzător, în scopul asigurării calității imaginii urbane a zonei de amplasament, precum și a siguranței cetățenilor și integrității bunurilor.

(3) Operatorii de publicitate au obligația să asigure identificarea panourilor publicitare prin inscripționarea pe acestea a informațiilor privind denumirea operatorului, numărul autorizației de construire și al contractului de închiriere a spațiului publicitar precum și codul de identificare fiscală.

(4) În situația în care publicitatea privește un agent economic care execută lucrări de intervenții, pe panoul publicitar se pot inscripționa, pe lângă datele prevăzute la alin.(3) și informații privind denumirea și datele de contact ale agentului economic dacă acestea nu au fost inscripționate pe panoul de identificare a investiției, prevăzut de legislația privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, precum și, dacă este cazul, date privind materialele, tehnologiile sau obiectele utilizate pentru executarea lucrărilor.

(5) Operatorii de publicitate și agenții economici aflați în situațiile prevăzute la alin.(3) și (4) datorează taxele anuale de afișaj și publicitate prevăzute de legislația în vigoare privind codul fiscal.

**Art. 19.**– Se interzice amplasarea/afișarea de mijloace de publicitate care, prin formă și conținut aduc atingere moralei publice sau sunt contrare unor reglementari legale, în vigoare.

**Art. 20.**– Amplasarea panourilor publicitare în imediata vecinătate a construcțiilor (clădiri, împrejmuiri, altele asemenea) proprietate privată a persoanelor fizice și/sau juridice, se va realiza cu acordul acestora numai în situația în care distanța dintre mijlocul de publicitate și limita de proprietate este mai mică de 2,00 m, astfel încât să nu afecteze utilizarea în condiții optime a bunurilor proprietate privată.

**Art. 21.**– În situația modificării/schimbării conținutului textului/imaginii publicitare inscripționat/ă pe panoul publicitar, operatorul de publicitate are obligația să obțină acordul prealabil al autorității administrației publice locale, care se emite în termen de cinci zile lucrătoare de la înregistrării cererii depuse de către solicitant.

## **A. Reguli generale privind amplasarea firmelor**

**Art. 22.**– (1) Executarea lucrărilor de construire privind firmele și reclamele publicitare este permisă numai în baza autorizației de construire prevăzută la art.7.

(2) În conformitate cu prevederile legale, firmele și reclamele publicitare fac parte din categoria construcțiilor cu caracter provizoriu și au o durată de existență limitată, precizată prin autorizația de construire.

(3) Firmele și reclamele publicitare trebuie să respecte, atât prin formă cât și prin conținut prevederile legislației în vigoare privind publicitatea.

(4) Amplasarea firmelor și reclamelor publicitare pe blocurile de locuințe care nu sunt monumente istorice clasate/în curs de clasare, se autorizează cu condiția obținerii de către solicitant a acordului prealabil al majorității simple a proprietarilor membri ai asociației și al proprietarilor direct afectați de vecinătate, precum și în baza unui contract de închiriere, de folosință sau de concesiune încheiat în condițiile legislației în vigoare privind locuința.

(5) În vederea autorizării executării lucrărilor de construcții pentru firme și reclame publicitare amplasate în zona drumurilor publice solicitantul are obligația să obțină avizul primăriei orașului, sau după caz, al Direcției Tehnice de Gospodărire Comunală din cadrul Consiliului Județean Brăila / Secției Drumuri Naționale Brăila.

(6) Obținerea acordurilor și avizului prevăzute la alin. (4) și (5) va fi prevăzută prin Certificatul de Urbanism.

(7) Deținătorii de firme și reclame publicitare amplasate pe teritoriul localității datorează bugetului local taxele de publicitate stabilite în conformitate cu prevederile legislației în vigoare privind codul fiscal.

**Art. 23.**– Firmele se amplasează pe fațadele clădirilor sau în locuri special amenajate după cum urmează:

- a) pe clădirile de locuit cu spații cu altă destinație la parter sau mezanin, firmele se amplasează numai pe fațadele corespunzătoare acestor spații, sau pe parapetul plin și continuu al etajului I unde este cazul, cu acordul proprietarilor;
- b) firmele în consolă se amplasează la o înălțime minimă de 2,50 ml de la nivelul trotuarului, la maximum 1,20 ml față de planul vertical al fațadei dar păstrând o distanță de minimum 0,80 ml față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului;
- c) copertinele pe care se inscripționează firma se amplasează la o înălțime de minim 2,50 ml de la nivelul trotuarului și vor ieși din planul fațadei maximum 1,50 m cu condiția păstrării unei distanță de minimum 0,80 m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de limita interioară a plantației de aliniament;
- d) în cazul spațiilor cu altă destinație situate la parterul blocurilor de locuit, amplasarea firmei nu poate depăși limita spațiului cu altă destinație respectiv,
- e) în cazul amplasării firmelor la nivelul aticului blocului/parapetului plin al etajului I, acestea nu vor depăși dimensiunile elementelor constructive suport;
- f) în cazul apartamentelor din blocurile de locuințe în care se derulează activități, cu caracter temporar, firmele aferente se amplasează numai cu acordul proprietarilor, la parterul blocului, astfel:
  - în zona scării de acces corespunzătoare, dacă apartamentul este situat la alte niveluri decât la parter sau demisol;
  - în dreptul apartamentului în care se derulează activitatea, fără a depăși limita spațiului acestuia, dacă apartamentul este amplasat la parter sau demisol.

**Art. 24.**– (1) Amplasarea firmelor și copertinelor inscripționate se autorizează în condițiile art. 8 alin.(1).

(2) Prin excepție de la prevederile alin.(1), nu este necesară autorizație de construire în cazul firmelor inscripționate pe vitrinele/ușile de acces ale spațiilor, în condițiile prezentului Regulament.

**Art. 25.**– (1) Amplasarea firmelor pe construcțiile monumente istorice clasate sau în curs de clasare, ori pe construcțiile cu valoare ambientală deosebită, precum și pe construcțiile situate în zonele protejate și/sau în zonele de protecție a monumentelor istorice, delimitate conform regulamentelor locale de urbanism, se realizează pe baza unui studiu de imagine urbană, elaborat și avizat în condițiile art. 11 alin.(4).

(2) În situațiile prevăzute la alin.(1), firmele se amplasează astfel:

- a) perpendicular pe fațada imobilului, în consolă, numai dacă dimensiunile firmei nu depășesc lungimea maximă de 1,0 ml și suprafața de 1,00 mp;
- b) pe fațada principală a imobilului, alăturat intrării, amplasate în mod unitar, cu respectarea dimensiunilor prevăzute la lit. a), în cazul firmelor corespunzătoare ale agenților economici care funcționează în imobil și nu beneficiază de expunere stradală (spații situate la parter, cu vitrine stradale).

(3) În condițiile prezentului Regulament, se interzice:

- a) amplasarea casetelor mixte de firmă și reclamă;
- b) amplasarea unor firme cu suprafețe mai mari de 2,00 mp;
- c) obturarea ferestrelor ori mascarea elementelor și a decorațiunilor de orice fel (ornamente, stucaturi, feronerie etc.) ale clădirii pe care se amplasează firma;
- d) bannere din material textil prinse în orice formă de fațadă.

(4) În cazul firmelor luminate, reflectoarele se vor amplasa astfel încât să asigure o luminare uniformă, care să pună în valoare clădirea și care să nu deranjeze traficul auto și pietonal.

- a) Firmele iluminate vor fi amplasate la minimum 3,00 m de la nivelul solului;
- b) Firmele iluminate amplasate la mai puțin de 30 m de semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora și nici lumină intermitentă.

### ***B. Reguli generale privind amplasarea reclamelor publicitare, a panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase***

**Art. 26.**– (1) Pot fi amplasate reclame publicitare, panouri publicitare, ecrane și publicitate luminoasă pe calcane, fațade, pe terase ori acoperișuri ale clădirilor, astfel încât sistemele lor de prindere să nu constituie o sursă de accidente și să nu afecteze structura de rezistență și funcționarea optimă a clădirilor.

(2) Amplasarea panourilor publicitare de mari dimensiuni se autorizează numai în baza unei expertize tehnice elaborată în condițiile legii de către experți tehnici atestați, precum și a documentației tehnice pentru autorizare, verificată de verificatori de proiecte atestați pentru cerințele esențiale de calitate „rezistență mecanică și stabilitate” și respectiv „siguranța în exploatare”, prevăzute de legislația în vigoare privind calitatea în construcții.

(3) Verificarea construcției cu privire la respectarea cerințelor esențiale de calitate prevăzute la alin.(2) se realizează prin reexpertizare tehnică, de regulă la cel mult zece ani de la data emiterii autorizației de construire pentru amplasarea structurii publicitare, sau urmare acțiunilor factorilor de risc naturali/antropici asupra construcției/elementului constructiv care susține structura publicitară.

(4) Este interzisă amplasarea mijloacelor de publicitate luminoase pe suporturile existente care nu au fost destinate publicității, cum sunt: instalațiile de iluminat public, instalațiile de semaforizare.

(5) Panourile publicitare amplasate pe calcanele sau fațadele clădirilor nu vor depăși limitele acestora cu excepția ecranelor publicitare care fac parte integrantă din fațadele clădirilor și care au fost autorizate împreună cu acestea, în conformitate cu legislația în vigoare.

**Art. 27.**– (1) În situația amplasării pe terase/acoperișurile construcțiilor, reclamele publicitare, panourile publicitare, ecranele și publicitatea luminoasă vor avea următoarele înălțimi:

- a) cel mult 3,0 ml dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mică de 15,0 ml;
- b) cel mult 1/5 din înălțimea fațadei, dar nu mai mult de 4,0 ml, dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mare de 15,0 ml.

(2) Este permisă amplasarea de reclame de mari dimensiuni de tip mash pe schelele montate pe fațadele construcțiilor aflate în curs de execuție a lucrărilor de intervenții, ori pe elementele de împrejmuire a șantierului aferent, cu condiția autorizării amplasării reclamelor împreună cu lucrările privind organizarea executării lucrărilor de construcții (organizarea de șantier), sau ulterior, pentru o perioadă mai mică sau cel mult egală cu durata autorizată a organizării de șantier.

(3) Este permisă amplasarea de reclame de mari dimensiuni imprimate pe plasa de protecție a schelelor montate pe fațadele construcțiilor monumente istorice, aflate în curs de execuție a lucrărilor de restaurare/reabilitare, cu condiția ca reclamele să reproducă imaginea viitoarei fațade restaurate/reabilitate, iar eventualele texte de publicitate comercială să fie poziționate pe un colț al reclamei și să ocupe cel mult 25% din suprafața totală a acesteia.

**Art. 28.**– (1) De-a lungul drumurilor naționale, arterelor de penetrație a drumurilor naționale și arterelor de centură, în cadrul zonei de protecție a acestora se pot amplasa reclame și panouri publicitare în următoarele condiții:

- a) la min. 2,40 ml înălțime de la sol, pentru reclamele cu suprafața utilă mai mare de 2,5 mp per față;
- b) cu distanța de min. 50,0 ml între două reclame publicitare pe sectoarele de drum din intravilan;
- c) cu distanța de min. 100,0 ml între două reclame publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan;
- d) la min. 100,0 ml față de intersecțiile cu drumurile laterale cu mai mult de patru benzi de circulație
- e) în afara curbelor cu vizibilitate redusă;
- f) la minim 100,0 ml față de intersecțiile semaforizate.

(2) Dimensiunile maxime ale reclamelor, panourilor și ecranelor publicitare amplasate pe sol și/sau pe zona de protecție a drumurilor publice vor avea următoarele dimensiuni: 1,20 x 1,80m, 3,20 x 2,40m, 4,00 x 3,00 în intravilanul localității.

**Art. 29.**– (1) Pe străzile de categoria I, II și III, conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, se pot amplasa reclame, panouri publicitare, în următoarele condiții:

- la distanța de minimum 1,2 ml față de limita îmbrăcăminții rutiere (carosabilului) în cazul în care nu există trotuar;
- la distanța de minimum 0,60 ml față de limita dinspre carosabil a spațiului verde de pe trotuar, fără a împiedica circulația pietonilor;
- la min. 2,50 m înălțime de la sol, pentru reclamele cu suprafața utilă mai mare de 2,5 mp per față.

(2) Distanțele între panourile de reclamă publicitară, precum și distanțele de la acestea la intersecția rutieră se stabilesc astfel încât:

- a) să nu împiedice vizibilitatea semnelor de circulație și/sau a semaforizării;
- b) să nu perturbe/împiedice traficul rutier și pietonal;
- c) să nu obtureze/limiteze vizibilitatea construcțiilor monument istoric, a elementelor de cadru urban cu valoare arhitecturală/ambientală și/sau a elementelor de cadru natural declarate monumente ale naturii și altele asemenea.

(3) Distanța între reclama publicitară și elementul cel mai avansat al fațadei unei construcții va fi de min. 2,00 m.

(4) Nu se admite realizarea de socluri aparente, amplasate peste cota  $\pm 0,00$  a solului / trotuarului, în scopul fundării/ancorării sistemului de prindere a panoului de reclamă publicitară; realizarea elementelor de fundare/ancorare necesare asigurării stabilității panoului de reclamă publicitară se execută obligatoriu îngropat, respectiv sub cota  $\pm 0,00$  a solului / trotuarului, până la nivelul solului.

(5) La amplasarea reclamelor publicitare se va avea în vedere protejarea spațiilor verzi și a arborilor din aliniamentul stradal, fără a fi exclusă realizarea pe zona verde.

(6) Pe stâlpii fără semnalizări rutiere și indicatoare de circulație se pot amplasa reclame peste cota minimă de +4,00 ml de la sol, în condițiile în care pe fiecare stâlp se poate amplasa cel mult o reclamă publicitară, cu condiția ca proiecția acesteia să se situeze în afara gabaritului carosabilului.

**Art. 30.**– Panourile publicitare se amplasează pe sol, astfel încât să nu împiedice circulația rutieră și/sau pietonală, sau accesul pietonal și/sau al autovehiculelor de intervenție pe proprietăți, cu respectarea prevederilor prezentului Regulament.

**Art. 31.**– (1) Panourile de mici dimensiuni, respectiv cu suprafața maximă de 2,20 mp, se amplasează la o distanță de cel puțin 25,00 ml între panouri.

(2) Panourile de mari dimensiuni, respectiv cu suprafața maximă de 12,00 mp, se amplasează la o distanță de cel puțin 50,00 ml între panouri.

(3) Când ansamblul de mijloace de publicitate este constituit dintr-o succesiune de panouri publicitare de diferite dimensiuni dispuse în orice combinație, distanța dintre panouri va fi de 50,00 ml.

**Art. 32.**– Se interzice montarea pe trotuare/spații pietonale cu lățimea mai mică de 5,0 ml sau pe zonele verzi dintre trotuar/spațiu pietonal și carosabil a panourilor publicitare cu structură proprie și elemente de susținere care necesită fundație.

### ***C. Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare mobile autoportante***

**Art. 33.**– Pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,0 ml se pot amplasa panouri publicitare mobile (pliante) autoportante, având ca scop promovare comercială, comunicare de tarife sau acțiuni promoționale, specifice activității desfășurate de beneficiarul publicității, în următoarele condiții:

- a) dimensiunile maxime ale panoului sunt de 0,5 ml x 0,6 ml;
- b) amplasarea panoului este permisă numai în dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității și numai pe durata programului zilnic de funcționare a acestuia.

### ***D. Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar***

**Art. 34.** –(1) Pot fi utilizate ca suport publicitar următoarele tipuri de mobilier urban:

- a) Adăposturile destinate publicului și stațiile de autobuz pentru panouri unitare de maximum 2,20 mp cu condiția ca suprafața totală de publicitate nu va depăși 4,50 mp.
- b) Chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale pentru panouri cu suprafața unitară de maximum 2,00 mp cu condiția ca suprafața totală de publicitate pentru un chioșc nu va depăși 6,00 mp.
- c) Coloanele port-afiș pentru afișe și/sau anunțuri de spectacole și manifestări culturale;

(2) se interzice instalarea panourilor pe acoperișul adăposturilor destinate publicului, stațiilor de autobuz și al chioșcurilor.

(3) este interzisă suprapunerea de afișe de spectacol în cazul în care termenul la care acestea vor avea loc nu a fost depășit.

### ***E. Reguli generale privind amplasarea bannerelor și steagurilor publicitare***

**Art. 35.**– Amplasarea de bannere care conțin anunțuri privind promovarea de evenimente culturale, economice, științifice și altele de această natură, se autorizează pe baza documentației privind coeficientul de încărcare al suportului – stâlpi/elemente de susținere -, precum și cu acordul proprietarilor suporturilor utilizate în acest scop.

**Art. 36.**– La amplasarea bannerelor se vor avea în vedere următoarele:

- a) nu este permisă amplasarea bannerelor peste spațiul carosabil, în intersecții sau zone unde împiedică vizibilitatea rutieră, sau perspectiva asupra monumentelor istorice sau naturale;
- b) bannerele vor fi montate perpendicular pe axul drumului la o înălțime de minim 5,00 m față de sol astfel încât să nu afecteze vizibilitatea rutieră și imaginea urbană;
- c) bannerele vor fi amplasate astfel încât distanța între acestea să fie de minimum 100,00 m;
- d) este interzisă amplasarea pe domeniul public a suporturilor/stâlpilor în scopul exclusiv de susținere a bannerelor;
- e) este permisă amplasarea bannerelor pe o durată de cel mult o lună calendaristică.



**Art. 37.**– (1) Steagurile publicitare montate pe catarg, la înălțimea minimă de 2,5 ml de la cota terenului amenajat, se amplasează numai în locuri unde nu împiedică vizibilitatea circulației rutiere.

(2) Pe un catarg se poate amplasa un singur steag.

(3) Durata de menținere a steagurilor publicitare va fi de maximum 30 de zile calendaristice, cu posibilitatea prelungirii acestei perioade în condițiile art. 7, alineat 2.

### ***G. Reguli generale privind amplasarea mesh-urilor***

**Art. 38.**– Este permisă amplasarea de mesh-uri, în scop de protejare și publicitate, în următoarele situații:

- a) pe construcții, inclusiv monumente istorice și/sau amplasate în zone de publicitate restânsă, sau în zone în care este interzisă publicitatea, numai pe durata executării lucrărilor de intervenții/investiții la construcțiile în cauză și dacă reproduc imaginea construcției după consolidare, eventualele texte de publicitate vor ocupa cel mult 25% din suprafața totală a acesteia;
- b) pe calcanele construcțiilor care nu sunt clasate monumente istorice, respectiv nu sunt amplasate în zona de protecție a acestora sau în zonele construite protejate stabilite prin documentațiile de urbanism legal aprobate.

**Art. 39.**– Este interzisă amplasarea mesh-urilor:

- a) pe fațadele clădirilor de locuit, numai dacă prin aceasta se obturează în totalitate ferestrele aferente încăperilor principale ale apartamentelor;
- b) pe parapetele balcoanelor imobilelor situate pe arterele principale de circulație din centrul/zona centrală a orașului, în zonele de protecție a monumentelor, ori în zonele construite protejate delimitate și aprobate în condițiile legii, cu excepția situației prevăzute la art.38 lit.a).

### ***H. Reguli generale privind amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale***

**Art. 40.**– Este permisă amplasarea indicatoare publicitare direcționale pe stâlpii de iluminat public, dacă pe aceștia nu sunt montate semnalizări rutiere, în următoarele condiții:

- a) suprafața indicatorului publicitar direcțional este mai mică de 0,80 mp (1,0 ml x 0,8 ml);
- b) înălțimea de amplasare este mai mare de 3,0 ml;
- c) numărul indicatoarelor publicitare direcționale montate pe același stâlp este cel mult 2.

### ***I. Reguli generale privind publicitatea temporară***

**Art. 41.**– Orice persoană fizică sau juridică are dreptul la publicitate temporară, în condițiile prezentului Regulament.

**Art. 42.**– (1) Acordul pentru publicitate temporară se emite de către autoritatea administrației publice locale la cererea solicitanților, în scopul amplasării sistemelor publicitare (afișe, postere, *mesh*-uri, standuri publicitare, precum și altele de această natură) folosite ca purtător de mesaj în cadrul unor campanii publicitare, pentru activitățile de promovare pe termen scurt, care se desfășoară pe domeniul public și/sau privat al statului și/sau al localității, sau pe proprietatea privată a persoanelor fizice și juridice (festivaluri, târguri, expoziții, lansări de produse, distribuire de mostre și tipărituri, manifestări cu ocazia unor evenimente speciale cu caracter social, politic, cultural – distractiv, comercial, turistic, sportiv, și altele), numai pe perioada de desfășurare a campaniei publicitare, dar nu mai mult de 2 luni calendaristice.

(2) Perioada de valabilitate a acordului pentru publicitate temporară prevăzută la alin.(1) poate fi prelungită, la cererea solicitantului-beneficiar al acordului, cu cel mult 30 zile calendaristice.

**Art. 43.**– În vederea obținerii acordului pentru publicitate temporară, sistemele publicitare trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

- a) să fie folosite ca purtător de mesaj în cadrul unor activități de promovare cu durată determinată și precizată în mod explicit în cererea de emitere a acordului, depusă de solicitant;
- b) să poată fi montate/demontate în/din toate amplasamentele aprobate prin acordul pentru publicitate temporară în cel mult 24 ore;
- c) toate amplasamentele aprobate prin acordul pentru publicitate temporară, precum și mediul înconjurător să fie aduse la starea inițială, în cel mult 48 ore de la împlinirea termenului de valabilitate a acordului pentru publicitate temporară.

**Art. 44.**– (1) În cazul solicitării schimbării locațiilor, în alte amplasamente decât cele prevăzute în acest scop prin acordul pentru publicitate temporară, noile locații se avizează de către biroul de urbanism din cadrul autorității administrației publice locale.

(2) În baza avizului prevăzut la alin.(1) autoritatea administrației publice locale poate emite un nou acord pentru publicitate temporară, în condițiile prezentului Regulament.

**Art. 45.**– (1) În cazul în care construcțiile provizorii – sisteme publicitare de natura suporturilor, catargelor, panourilor sau alte elemente de afișaj publicitar -, amplasate pe domeniul public și/sau privat al statului și/sau al localității rămân neutilizate timp de 30 de zile calendaristice după împlinirea termenului prevăzut în autorizația de construire/acordul pentru publicitate temporară, nu fac obiectul unor cereri de emitere a unor noi acorduri pentru publicitate temporară, sau după caz, nu se află în situația prevăzută la art. 55, autoritatea publică locală are dreptul să dispună desființarea acestora pe cale administrativă, fără emiterea unei autorizații de desființare, fără sesizarea instanțelor judecătorești și pe cheltuiala proprietarului acestora.

(2) Procedura prevăzută la alin. (1) poate fi declanșată din oficiu de către autoritatea administrației publice locale sau la solicitarea deținătorului legal al terenului aparținând domeniului public și/sau privat al statului și/sau al localității.

(3) În cazul neîndeplinirii de către autoritatea administrației publice locale a procedurii de desființare, în termen de 15 zile calendaristice de la data solicitării prevăzute la alin. (2), deținătorul legal al terenului aparținând domeniului public și/sau privat al statului și/sau al localității poate trece de îndată la desființarea construcțiilor provizorii prevăzute la alin.(1).

(4) Prin excepție de la prevederile alin.(2) și (3), construcțiile provizorii prevăzute la alin.(1), executate fără autorizație de construire/acord pentru publicitate temporară pe terenuri aparținând domeniului public și/sau privat al statului și/sau al localității, vor putea fi desființate pe cale administrativă de către autoritatea administrației publice locale, fără sesizarea instanțelor judecătorești și pe cheltuiala proprietarilor construcțiilor provizorii.

(5) Pentru realizarea prevederilor alin. (1) și (4), autoritățile administrației publice locale pot contracta efectuarea serviciilor de desființare a construcțiilor provizorii cu societăți comerciale specializate în astfel de lucrări, în condițiile legii.

### ***J. Reguli generale privind amplasarea prismelor publicitare***

**Art. 46.**– (1) Amplasarea prismelor publicitare poate fi realizată numai în zonele comerciale, în următoarele condiții:

- a) durata de menținere în amplasament nu poate depăși o lună calendaristică;
- b) distanța dintre prismele publicitare amplasate succesiv în aceeași locație nu poate fi mai mică de 15 ml;
- c) în termen de 48 ore de la expirarea perioadei prevăzute la lit.a), solicitantul are obligația să elibereze amplasamentul și să readucă la starea inițială locația și mediul înconjurător, în condițiile prezentului Regulament și a legislației în vigoare.

(2) Este strict interzisă amplasarea prismelor publicitare pe drumurile naționale, județene.

### ***K. Reguli generale privind amplasarea afişelor publicitare***

**Art. 47.**– (1) Amplasarea afişelor publicitare este permisă numai pe panourile de afişaj special amenajate cu această destinație.

(2) Întreținerea panourilor se va face de către administrația publică locală iar curățarea lor va avea loc ori de câte ori este nevoie.

**Art. 48.**– Este interzisă amplasarea de afişe publicitare astfel încât să acopere alte afişe publicitare postate anterior, aflate în perioada de valabilitate și care fac publicitate unor evenimente/acțiuni/campanii aflate în derulare sau care urmează să se deruleze.

### ***L. Reguli generale privind publicitatea pe vehicule publicitare și pe mijloace de transport în comun***

**Art. 49.**– Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate, prin lipirea de afişe, montarea de panouri sau inscripționarea cu texte publicitare, vor putea fi autorizate să circule pe teritoriul localității cu condiția obținerii acordului pentru publicitate temporară, pe o durată determinată și pe un traseu stabilit de autoritatea administrației publice locale, conform prevederilor conținute în acordul pentru publicitate temporară.

**Art. 50.**– Este permisă utilizarea ca suport pentru afişe/reclame publicitare a mijloacelor de transport în comun (tramvaie, troleibuze, autobuze, microbuze), în baza acordului pentru publicitate temporară emis în condițiile prezentului Regulament de către autoritatea administrației publice locale, cu condiția ca prin aceasta să nu fie afectată în nici un mod vizibilitatea călătorilor înspre exteriorul mijlocului de transport.

## **Capitolul V SANCTIUNI**

**Art. 51.**– Nerespectarea în tot sau în parte a prevederilor prezentului Regulament atrage după sine răspunderea materială, contravențională sau penală, după caz.

**Art. 52.**– (1) În condițiile prezentului Regulament constituie contravenții următoarele fapte:

- a) amplasarea sistemelor publicitare fără autorizație/acord pentru publicitatea temporară, precum și nerespectarea prevederilor autorizației/acordului pentru publicitate temporară și a documentației tehnice care a stat la baza eliberării acestei/acestui.
- b) amplasarea afişelor publicitare (inclusiv afişelor electorale) în alte locații decât cele prestabilite ori precizate prin acordul pentru publicitate temporară;
- c) inscripționările pe vitrine, ziduri, sau pe porțile de acces, realizate din material colant sau grafică pictată, cu încălcarea prevederilor prezentului Regulament;
- d) neprezentarea machetei spre vizare la schimbarea afişului/conținutului textului publicitar;
- e) amplasarea panourilor publicitare mobile autoportante sau orice alte forme de reclamă, pe spațiile de circulație pietonală cu o lățime mai mică de 2,0 ml;
- f) folosirea sistemelor publicitare sonore (megafoane, portavoce, etc.) care pot tulbura liniștea publică, cu excepția vehiculelor publicitare utilizate în condițiile prezentului Regulament, precum și a sistemelor publicitare luminoase care pot deranja traficul auto și pietonal;
- g) nerespectarea obligației de a elibera suportul reclamei la expirarea termenului stabilit prin autorizație/acordul pentru publicitate temporară, sau refuzul de a readuce amplasamentul și mediul înconjurător la starea inițială, inclusiv prin înierbare sau asfaltare pentru mijloacele de publicitate amplasate la nivelul solului;
- h) nerespectarea obligației privind întreținerea mijloacelor de publicitate;
- i) nerespectarea obligației de a afișa în mod vizibil elementele de identificare ale panoului publicitar prevăzute de prezentul Regulament.

(2) Contravențiile prevăzute la alin.(1) săvârșite de persoanele fizice sau juridice, se sancționează cu amendă după cum urmează:

- a) de la 3.000 lei la 10.000 lei, cele prevăzute la lit. a) – cele care necesită acord;
- b) de la 1.500 lei la 3.000 lei, cele prevăzute la lit. b), c) și d);
- c) de la 1.000 lei la 1.500 lei, cele prevăzute la lit. e), f) și g);
- d) de la 500 lei la 1.000 lei, cele prevăzute la lit. h) și i).

(3) Cuantumul amenzilor se poate actualiza anual.

(4) Sancțiunea amenzii poate fi aplicată și reprezentantului persoanei juridice.

(5) În condițiile prezentului Regulament sancțiunea “avertisment” se poate aplica în cazurile care nu intră sub incidența prevederilor Legii 50/1991 .

**Art. 53.**– (1) Controlul de stat privind respectarea aplicării prevederilor prezentului Regulament pentru amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localităților se exercită de către Inspectoratul de Stat în Construcții – I.S.C. din subordinea Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului.

(2) Primarii și organele de control din cadrul autorităților administrației publice locale au obligația să urmărească respectarea disciplinei în domeniul urbanismului și al autorizării executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localităților și, în funcție de încălcarea prevederilor legale și să aplice sancțiunile prevăzute de prezentul Regulament-cadru.

(3) În aplicarea prevederilor alin.(1), contravențiile prevăzute la art. 52 alin. (1) lit. a), b) și g), se constată și se sancționează de către organele de control ale Inspectoratului de Stat în Construcții - I.S.C. și inspectoratele teritoriale.

(4) Inspectoratul de Stat în Construcții și inspectoratele teritoriale pot dispune oprirea executării lucrărilor de amplasare a mijloacelor de publicitate, după caz, atunci când constată că acestea se realizează cu încălcarea dispozițiilor legale, a cerințelor privind asigurarea calității în construcții, fără proiect tehnic ori pe baza unor autorizații nelegal emise.

(5) Inspectoratul de Stat în Construcții și inspectoratele teritoriale încunoștințează autoritatea administrației publice locale pe teritoriul căreia s-a efectuat controlul asupra constatărilor și măsurilor dispuse, iar organele de control ale autorității administrației publice locale au obligația să urmărească modul de conformare privind cele dispuse de Inspectoratul de Stat în Construcții.

(6) În aplicarea prevederilor alin.(2), contravențiile prevăzute la art. 52 alin. (1), cu excepția celor de la lit. a), b) și g), se constată și se sancționează de către organele de control ale autorităților administrației publice locale ale localităților, potrivit competențelor de emitere a autorizațiilor de construire/acordurilor pentru publicitate temporară.

(7) Procesele-verbale de constatare a contravențiilor, încheiate de organele de control ale administrației publice locale, se înaintează, în vederea aplicării sancțiunii, șefului compartimentului care coordonează activitatea de amenajare a teritoriului și de urbanism sau, după caz, primarului localității în a cărui rază s-a săvârșit contravenția.

## **Capitolul VI**

### **REGLEMENTĂRI FISCALE**

**Art. 54.**– (1) Taxele pentru folosirea mijloacelor de reclamă și publicitate sunt reglementate de legislația în vigoare privind codul fiscal.

(2) Orice persoană fizică și/sau juridică, după caz, care beneficiază de servicii de reclamă și publicitate în baza unui contract încheiat cu altă persoană fizică și/sau juridică, precum și orice persoană fizică și/sau juridică, după caz, care utilizează mijloc de publicitate amplasat într-un loc public pe teritoriul localității, datorează taxa de reclamă și publicitate, precum și taxa de afișaj în scop de reclamă și publicitate, către bugetul local al unității administrativ-teritoriale.

(3) Taxa de reclamă și publicitate este suportată de beneficiarul serviciului de reclamă și publicitate și se plătește lunar de către prestatorul serviciului de reclamă și publicitate.

(4) În cazul în care mijlocul de publicitate este închiriat prin contract încheiat în formă autentică altei persoane, taxa se datorează și se plătește de către chiriaș, în calitate de utilizator final și beneficiar direct al publicității.

(5) Persoana care datorează taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate are obligația depunerii declarației de impunere în vederea stabilirii taxei de afișaj în scop de reclamă și publicitate în termen de 30 de zile de la data amplasării mijlocului de publicitate.

**Art. 55.**– În situația neutilizării de către operatorii de publicitate a sistemelor de publicitate amplasate pe domeniul public și/sau privat al statului și/sau al localității, în scopul publicității pentru terți beneficiari, operatorii vor expune reclama propriei firme, situație în care aceștia datorează taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate, sau, după caz, vor expune reclame pentru promovarea unor activități ale autorității administrației publice locale, la solicitarea acestora, caz în care nu se datorează taxa de afișaj în scop de reclamă și publicitate.

**Art. 56.**– (1) Taxa pentru folosirea mijloacelor de reclamă și publicitate nu se aplică în următoarele cazuri:

- pentru serviciile de reclamă și publicitate realizate prin mijloacele de informare în masă, scrise și audiovizuale;
- pentru panourile de identificare a instalațiilor energetice, marcaje de avertizare sau marcaje de circulație precum și alte informații de utilitate publică și educațională;
- pentru afișele, panourile sau alte mijloace de reclamă și publicitate amplasate în interiorul clădirilor și care nu pot fi percepute (nu poate fi identificat, vizual, conținutul) din spațiul public;
- pentru afișajul efectuat pe mijloacele de transport care nu sunt destinate, prin construcția lor, realizării de reclamă și publicitate.

(2) Taxa prevăzută la alin. (1) nu se datorează și nu se plătește de către:

- instituțiile publice, cu excepția cazurilor când acestea fac reclamă unor activități economice;
- persoanele care închiriază, prin contract încheiat în formă autentică, unei alte persoane mijlocul de publicitate - panou, afișaj sau structură de afișaj -, caz în care se aplică prevederile art.54 alin.(4) din prezentul Regulament.

## **Capitolul VII**

### **DISPOZIȚII FINALE**

**Art. 57.**– (1) În situația în care la data intrării în vigoare a prezentului Regulament-cadru, Regulamentul local pentru amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localității, aflat în vigoare, conține norme mai permissive decât cele prevăzute în prezentul Regulament și/sau în actele normative care reglementează amplasarea mijloacelor de publicitate de-a lungul drumurilor publice, autoritățile administrației publice locale au obligația corelării prevederilor regulamentelor, prin modificarea, completarea și actualizarea, după caz, a Regulamentului local.

(2) În cazuri justificate, în funcție de condițiile urbanistice specifice ale fiecărei localități, precum și de necesitățile și interesul colectivității locale, Regulamentul local pentru amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localității poate conține prevederi mai restrictive decât cele cuprinse în prezentul Regulament.

(3) Până la adoptarea Regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localității, ori actualizarea prin modificarea și completarea Regulamentului local existent, autorizarea oricărei activități de publicitate se realizează cu respectarea prevederilor prezentului Regulament.

**Art. 58.**– (1) Mijloacele de publicitate autorizate până la data intrării în vigoare a prezentului Regulament pot fi menținute pe amplasamentele autorizate până la data expirării dreptului de folosință a suportului, dar nu mai târziu de 31 decembrie 2013.

(2) În termen de o lună calendaristică de la împlinirea termenului prevăzut la alin.(1), dar nu mai târziu de 31 ianuarie 2014, deținătorii mijloacelor de publicitate aflate în situația prevăzută la alin.(1) au obligația să se conformeze dispozițiilor prezentului Regulament, ori, după caz, ale

Regulamentului Local pentru amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localității , actualizat și aprobat în condițiile legii.

(3) În caz contrar autoritățile administrației publice locale vor proceda la aplicarea sancțiunilor prevăzute de prezentul Regulament, ori de Regulamentul local în vigoare pentru amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localității..

**Art. 59.**– Anexele nr. 1 și 2 fac parte integrantă din prezentul Regulament pentru amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localităților.

## ANEXA NR.1 LA REGULAMENT

### LISTA

#### actelor normative aplicabile, în vigoare

- *Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate;*
- *Legea nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, republicată, cu modificările și completările ulterioare;*
- *Legea nr. 350/2001 privind amenajarea teritoriului și urbanismul, cu modificările și completările ulterioare;*
- *Legea nr. 422/2001 privind protejarea monumentelor istorice, republicată;*
- *Legea nr. 196/ 2003 privind prevenirea și combaterea pornografiei, cu modificările și completările ulterioare;*
- *Legea nr. 571/2003 privind Codul fiscal, cu modificările și completările ulterioare;*
- *Legea nr. 457/2004 privind publicitatea și sponsorizarea pentru produsele din tutun, cu modificările și completările ulterioare;*
- *Ordonanța Guvernului nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor, republicată, cu modificările și completările ulterioare;*
- *Ordonanța Guvernului nr. 43/ 1997 privind regimul drumurilor, republicată, cu modificările ulterioare;*
- *Ordonanța Guvernului nr. 2/ 2001 privind regimul juridic al contravențiilor, republicată, cu modificările și completările ulterioare;*
- *Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 195/ 2002 privind circulația pe drumurile publice, republicată, cu modificările și completările ulterioare;*
- *Hotărârea Guvernului nr. 955/ 2004 pentru aprobarea reglementarilor-cadru de aplicare a Ordonanței Guvernului nr. 71/2002 privind organizarea și funcționarea serviciilor publice de administrare a domeniului public și privat de interes local, aprobată cu modificări prin Legea nr. 3/2003.*
- *Ordinul ministrului transporturilor nr. 571/ 1997 pentru aprobarea Normelor tehnice privind proiectarea și amplasarea construcțiilor, instalațiilor și panourilor publicitare în zona drumurilor, cu modificările ulterioare;*
- *Ordinul ministrului agriculturii și dezvoltării rurale nr. 368/2008 pentru aprobarea Normelor privind definirea, descrierea, prezentarea și etichetarea băuturilor tradiționale românești.*

## ANEXA NR. 2 LA REGULAMENT

### DEFINIȚIA

#### **termenilor și expresiilor utilizate în Regulamentul-cadru pentru amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localităților**

- 1) **afiș** – mijloc de transmitere a mesajelor publicitare, culturale, comerciale, politice, de instructaj și altele
- 2) **aviz** – act tehnic cu caracter obligatoriu, emis de structura de specialitate a administrației publice locale, în urma unei proceduri de analiză a proiectului tehnic și a oportunității din punct de vedere urbanistic, pentru amplasarea mijloacelor de publicitate temporară, având structuri fără fundație;
- 3) **banner** – suport pentru mesajul publicitar confecționat din folie sintetică sau din material textil, în mod obișnuit cu formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice;
- 4) **calcan** – fațadă fără goluri a unei construcții, situată pe limita de proprietate laterală sau posterioară, destinată de regulă să fie acoperită de zidul asemănător al unei clădiri vecine;
- 5) **ecran publicitar** – ecran cu LED-uri, LCD sau altele asemănătoare, pe care se rulează grafică, spoturi și altele asemenea, cu conținut dinamic și de dimensiuni variabile;
- 6) **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;
- 7) **incintă** – suprafața de teren înconjurată din toate părțile de construcții, de amenajări sau împrejmuiri;
- 8) **indicator publicitar direcțional (panou direcțional)** – înscris, formă ori imagine care indică o direcție, proximitatea unui obiectiv sau a unei clădiri unde se desfășoară o anumită activitate. În aceeași categorie se includ bannerul vertical, caseta luminoasă, tăblița indicatoare, toate de mici dimensiuni, fixate prin prinderi speciale pe clădiri, stâlpi și altele asemenea;
- 9) **mesh** – suport pentru mesajul publicitar confecționat din material sintetic perforat, cum ar fi plasa fină, de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri;
- 10) **mijloace de publicitate** – ansamblu de elemente constructive folosite în scopul prezentării unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste ori a unui eveniment;
- 11) **panou publicitar mobil** – panou publicitar de dimensiuni reduse, amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate;
- 12) **panou publicitar** – structură provizorie folosită pentru afișarea unui mesaj publicitar;
- 13) **proiect publicitar special** – construcție provizorie atipică, creată special în scopul promovării unui produs, a unui serviciu sau eveniment și care nu are în alcătuirea sa elemente de fundație și/sau structuri publicitare clasice;
- 14) **promovare** – ansamblu de activități și mijloace folosite pentru a difuza un produs sau serviciu pe piață;
- 15) **publicitate** – totalitatea modalităților și instrumentelor specifice utilizate pentru a facilita cunoașterea și aprecierea de către consumatori a anumitor produse, servicii sau pentru a informa publicul asupra unor evenimente, a destinației unor spații, lansări de produse, deschideri de magazine și altele asemenea, precum și orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste având ca scop promovarea vânzării de bunuri și servicii, de drepturi și obligații;
- 16) **publicitate atipică** – publicitate realizată prin intermediul unor mijloace, structuri, corpuri, instalații originale, fără repetiție.
- 17) **publicitate luminoasă** – publicitate realizată prin corpuri luminoase, afișe sau panouri luminate printr-o sursă de lumină amplasată astfel încât să asigure iluminarea afișului, panoului ori corpului publicitar;
- 18) **publicitate pe vehicule** – publicitate realizată prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau vopsirea vehiculelor în scopuri publicitare;
- 19) **publicitate stradală (outdoor)** – publicitate efectuată în spații deschise, în exteriorul clădirilor;
- 20) **publicitate temporară** – publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestații culturale sau sportive, precum și pentru acțiuni de promovare de produse sau activități;



- 21) **reclamă publicitară** – activitatea și inscripția cu rol de a atenționa sau de a convinge publicul de calitatea unui serviciu, a unui produs sau a unei idei;
- 22) **roof-top** – sistem publicitar de mari dimensiuni montat pe acoperișul sau pe terasa unei clădiri.
- 23) **sistem publicitar** – ansamblu de elemente constructive folosite în scopul de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste sau a unui eveniment.
- 24) **steag publicitar** – piesă de stofă, pânză sau material plastic atașată la un suport lance, catarg sau stâlp, purtând culori, embleme, simboluri sau mesaje publicitare;
- 25) **structură de publicitate autoportantă** – cadru suport amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate, pe care sunt dispuse fețe realizate din materiale ușoare de tip mesh, plasă fină, pânză și altele asemenea, pe care se află imprimare reclame și mesaje publicitare.
- 26) **totem** – structura publicitară verticală, luminoasă, sprijinită pe sol, prin intermediul căreia se realizează publicitate în nume propriu.