

GUVERNUL ROMÂNIEI



HOTĂRÂRE

**pentru aprobarea Regulamentului cadru
privind amplasarea mijloacelor de publicitate**

În temeiul art. 108 din Constituția României, republicată, și al art.27 din Legea nr.148/2000 privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare,

Guvernul României adoptă prezenta hotărâre.

Capitolul I – DISPOZIȚII GENERALE

Art. 1.– Se aprobă *Regulamentul-cadru privind amplasarea mijloacelor de publicitate*, denumit în continuare *Regulament-cadru*.

Art. 2.– *Regulamentul-cadru* reprezintă sistemul unitar de norme tehnice și juridice care stă la baza exercitării activității de amplasare a mijloacelor de publicitate în localități, inclusiv pe drumurile publice din România, în vederea asigurării condițiilor pentru un cadru construit coerent, armonios, sigur și sănătos, pentru protecția valorilor mediului natural și antropic, precum și pentru prezervarea calității peisajului.

Art. 3. – Prevederile prezentului *Regulament-cadru* se aplică autorităților administrației publice, precum și tuturor persoanelor fizice și juridice implicate în activitatea de publicitate.

Art. 4. – În înțelesul prezentului *Regulament-cadru*, termenii și expresiile utilizate se definesc conform Anexei 1, care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

Capitolul II – APROBAREA EXECUTĂRII LUCRĂRILOR PENTRU AMPLASAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE

Art. 5.– Aprobarea executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate precum și a termenului de menținere a acestora în amplasament se realizează prin autorizația de construire, emisă în condițiile legii.

Art. 6.– Pentru amplasarea mijloacelor de publicitate utilizate în cadrul unor campanii publicitare și/sau activități de promovare pe termen scurt, care se desfășoară pe domeniul public sau privat al statului sau al unității administrativ-teritoriale, ori pe proprietatea privată a persoanelor fizice și juridice, în condițiile prezentului Regulament-cadru, autoritatea administrației publice locale poate emite acorduri pentru publicitate temporară, la cererea solicitanților.

Art. 7.– Perioada de valabilitate a acordului pentru publicitate temporară prevăzută la art.6 este de maximum 30 de zile și poate fi prelungită, la cererea solicitantului, cu o perioadă egală cu cea aprobată inițial, dar nu mai mult de două ori consecutiv.

Art. 8. – (1) În cazul în care până la expirarea termenului de menținere în amplasament a mijlocului de publicitate prevăzut în autorizația de construire a expirat, fără a exista o solicitare de prelungire a autorizării construcțiilor suport pentru mijloace de publicitate –amplasate pe imobile aflate în domeniul public sau privat al statului sau al unităților administrativ teritoriale, proprietarul construcției suport de publicitate are obligația desființării acesteia și aducerea imobilului la starea inițială.

(2) În situația în care în termen de 15 zile de la data expirării autorizației de construire proprietarul construcției suport de publicitate nu a îndeplinit obligațiile prevăzute la alin. (1), autoritățile administrației publice locale dispun desființarea acestora pe cale administrativă, fără emiterea unei autorizații de desființare, fără sesizarea instanțelor judecătorești și pe cheltuiala proprietarului construcției și cu recuperarea ulterioară a cheltuielilor generate de această operațiune de la proprietarul construcției, în condițiile legii.

(3) Procedura prevăzută la alin. (1) și (2) poate fi declanșată din oficiu de către autoritatea administrației publice locale sau la solicitarea deținătorului legal al imobilului.

(4) Pentru imobilele aflate în proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, procedura de desființare a construcțiilor suport pe cale administrativă, va fi realizată cu acordul sau la solicitarea proprietarilor. (5) Proprietarii mijloacelor de publicitate au obligația de a lua măsurile necesare pentru întreținerea și repararea acestora, ori de câte ori este necesar. Etalarea de afișe și reclame cu aspect

necorespunzător sau care prezintă deteriorări evidente și creează un aspect necorespunzător al spațiilor de publicitate poate duce la suspendarea autorizației.

Capitolul III – REGULI GENERALE PRIVIND AMPLASAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE

Art. 9 – (1) Autoritățile administrației publice locale din municipii și orașe, precum și comunele cu monumente înscrise în Lista patrimoniului mondial - UNESCO, au obligația de a aproba prin hotărâre a Consiliului Local, definirea în teritoriul administrat, a zonelor de publicitate lărgită și respectiv a zonelor de publicitate restrânsă, precum și regulamentele locale aferente acestora, în corelare cu documentațiile de urbanism aprobate.

(2) Autoritățile administrației publice locale din comune pot adopta regulamente locale privind amplasarea mijloacelor de publicitate proprii sau pot controla această activitate în baza prevederilor prezentului regulament-cadru.

Art. 10. – (1) *Zonele de publicitate restrânsă* sunt zone în care se stabilesc restricții speciale sau/și sunt permise numai anumite categorii de mijloace de publicitate. *Zonele de publicitate restrânsă* pot fi, dar fără a se limita la acestea: zonele construite protejate stabilite prin documentațiile de urbanism aprobate în condițiile legii, centrele istorice ale localităților precum și zonele de protecție ale monumentelor istorice și/sau monumentelor naturii, zonele de protecție ale obiectivelor cu valoare arhitecturală și/sau ambientală deosebită, fără a se limita la acestea.

(2) În *Zonele de publicitate restrânsă* sunt interzise toate formele de publicitate care prin dimensiuni, formă sau amplasare alterează caracteristicile arhitecturale și ambientale ale zonei.

(3) Mesh-urile pot fi amplasate în *zonele de publicitate restrânsă* numai în situația în care acestea constituie protecție către domeniul public la efectuarea lucrărilor de consolidare / restaurare și reproduc imaginea construcției după consolidare / restaurare.

(4) Ecranele publicitare pot fi amplasate în *zonele de publicitate restrânsă* numai pe durata unor evenimente culturale sau educaționale publice și vor fi desființate imediat după încheierea acestor evenimente.

Art. 11. – (1) *Zonele de publicitate lărgită* sunt zone în care pot fi amplasate toate categoriile de mijloace de publicitate. *Zonele de publicitate lărgită* sunt de regulă zonele amplasate în proximitatea centrelor comerciale, parcurilor industriale, a drumurilor naționale, a arterelor de circulație dintre aeroport și localitate, precum și în spațiile publice din cartierele rezidențiale, cu excepția zonelor verzi.

(2) Pentru zonele de publicitate lărgită, autoritățile administrației publice locale au obligația, prin regulamentele locale și prin autorizațiile de construire emise, să asigure coerența imaginii urbane.

Art. 12. – Delimitarea zonelor de publicitate restânsă și a zonelor de publicitate lărgită se realizează pe baza studiilor și analizelor de imagine urbană, elaborate de specialiști în domeniile urbanism, arhitectură și peisagistică, avizate de către instituția arhitectului șef, Comisia de urbanism și amenajarea teritoriului și de către Direcția pentru Cultură și Patrimoniu Național.

Art. 13. Amplasamentele aflate pe imobile aflate în proprietate publică destinate montării mijloacelor de publicitate vor fi atribuite prin procedura de achiziție publică, conform prevederilor legale în vigoare.

Art. 14. –(1) Publicitatea stradală este permisă atât pe domeniul public sau privat al statului și/ al unității administrativ teritoriale, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, cu respectarea prevederilor legale în vigoare, precum și ale prezentului Regulament-cadru.

(2) Pentru construcțiile suport pentru mijloace de publicitate indiferent de regimul de proprietate al imobilelor pe care sunt amplasate este obligatorie etalarea de materiale publicitare pe întreaga perioadă de menținere în amplasament a acestora.

(3) În situația în care proprietarul construcției suport pentru mijloace de publicitate nu are contracte de publicitate în derulare, va afișa materiale privind propria activitate sau materiale privind campanii educaționale de interes public.

Art. 15. – (1) Amplasarea mijloacelor de publicitate este interzisă în următoarele situații:

- a) pe monumentele naturii;
- b) în parcurile și rezervațiile naturale;
- c) în parcuri și pe fundalul plantațiilor de orice fel;
- d) pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților administrației publice locale și centrale, precum și ale instituțiilor publice, cu excepția afișajelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul sediilor;
- e) la mai puțin de 100,00 m de instituțiile de învățământ și lăcașurile de cult;
- f) pe arbori;
- g) pe plantații de aliniament;
- h) pe zona carosabilă a străzilor și a drumurilor, indiferent de categoria acestora;
- i) pe obiectele de artă monumentală și monumentele de for public;
- j) pe clădirile reprezentând monumente istorice sau componente ale unor ansambluri monument istoric, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii;
- k) 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;
- l) pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcașurilor de cult și grădinilor publice;

- m) în zonele în care a fost restricționată sau interzisă publicitatea prin Regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localității, ori, după caz, prin hotărâre a consiliului local;
 - n) în intersecții, în sensurile giratorii, în spațiul destinat circulației autovehiculelor și semnalizării rutiere, a scurelor mediane mai înguste de 2,00 m și insulelor de separare a fluxurilor de circulație, sau în alte zone în care desfășurarea în condiții normale a traficului ar putea fi perturbată;
 - o) pe pereții pasajelor rutiere subterane și supraterane, ori sub poduri;
 - p) pe stâlpii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație.
- (2) Este interzisă amplasarea mijloacelor de publicitate 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, cu excepția situațiilor prevăzute la art. 21 din prezentul Regulament-cadru;
- (3) Se interzice amplasarea și utilizarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică, cu excepția vehiculelor publicitare utilizate în condițiile prezentului Regulament-cadru.
- (4) Se interzice amplasarea și mijloacelor de publicitate în apropierea indicatoarelor de semnalizare rutieră, dacă, prin formă, conținut, cromatică și dimensiuni, pot fi confundate cu acestea sau împiedică vizibilitatea acestora.
- (5) Se interzice amplasarea și afișarea mijloacelor de publicitate care prin formă și conținut aduc atingere moralei publice sau sunt contrare reglementarilor legale în vigoare.
- (6) Se interzice obturarea ferestrelor prin amplasarea sau afișarea mijloacelor de publicitate.

Art. 16.– Se admite amplasarea mijloacelor de publicitate pe clădirile instituțiilor de învățământ, sau de cultură, numai dacă reclama are legătură cu obiectul de activitate al instituției.

Art. 17.– Amplasarea mijloacelor de publicitate în imediata vecinătate a construcțiilor (clădiri, împrejurimi, altele asemenea), proprietate privată a persoanelor fizice și/sau juridice, se va realiza astfel încât să nu afecteze accesul și utilizarea bunurilor proprietate privată.

Art. 18.– (1) Operatorii de publicitate în scopul asigurării siguranței cetățenilor și integrității bunurilor vor realiza mijloacele publicitare cu materiale și sisteme constructive ce respectă prevederile legale privind calitatea în construcții.

(2) Operatorii de publicitate au obligația să asigure identificarea panourilor publicitare prin inscripționarea pe acestea a informațiilor privind denumirea operatorului, al Codului de Identificare Fiscală a acestuia, numărul autorizației de construire și al contractului de închiriere a spațiului publicitar.

Art. 19. – Operatorii de publicitate și beneficiarii de servicii de reclamă și publicitate datorează taxele anuale de afișaj și publicitate prevăzute de legislația în vigoare.

A. Reguli generale privind amplasarea firmelor

Art. 20. – (1) Firmele care se amplasează în zona drumurilor publice se autorizează și se execută cu respectarea prevederilor actelor normative în vigoare, privind regimul drumurilor și circulația 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.

(2) În vederea autorizării executării lucrărilor de construcții pentru firme amplasate în zona drumurilor publice, solicitantul are obligația să obțină avizul Comisiei Tehnice de Circulație din cadrul Primăriei sau Consiliului Județean.

Art. 21.– (1) 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, 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 m de la nivelul trotuarului. Față de planul fațadei firmele vor putea ieși în consolă maximum 1,20 m, dar păstrând o distanță de minimum 1,00 m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de limita interioară a plantației de aliniament, pentru obiecte situate la mai puțin de 6,00 m înălțime;

c) copertinele pe care se inscripționează o firmă vor fi amplasate la minimum 2,50 m înălțime față de nivelul trotuarului și vor ieși din planul fațadei maximum 1,50 m; ele vor păstra o distanță de minimum 1,00 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 clădirilor locuințe colective, amplasarea firmei nu poate depăși limita spațiului respectiv;

e) în cazul amplasării firmelor pe aticul clădirilor cu locuințe colective sau pe parapetul plin al etajului I după caz, firmele nu vor depăși dimensiunile elementelor constructive suport;

f) în cazul apartamentelor în care se derulează activități cu caracter temporar situate în clădiri locuințe colective, firmele aferente se amplasează la parterul clădirii, cu acordul proprietarilor afectați.

(2) În situația prevăzută la alin. (1) lit. f), firmele se amplasează astfel:

a) în zona scării de acces corespunzătoare, dacă apartamentul este situat la alte niveluri decât la parter sau demisol;

b) fără a depăși limita spațiului respectiv, dacă apartamentul este amplasat la parter sau demisol.

Art. 22. – (1) Amplasarea firmelor și copertinelor inscripționate se autorizează în condițiile art. 5.

(2) Prin excepție de la prevederile alin.(1), autorizația de construire nu este necesară în cazul firmelor inscripționate pe vitrinele/ ușile de acces ale spațiilor cu altă destinație decât aceea de locuință, în condițiile prezentului Regulament-cadru.

Art. 23.– Amplasarea firmelor în *zonele de publicitate restrânsă* se realizează astfel:

- a) perpendicular pe fațada imobilului, în consolă, numai dacă dimensiunile firmei nu depășesc lungimea maximă de 1,0 m și suprafața de 1,00 mp;
- b) pe fațadă, deasupra intrării, în cazul agenților economici care își desfășoară activitatea la parter sau demisol, după caz;
- c) 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).

B. Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare, ecranelor și publicității luminoase

Art. 24. – (1) Pot fi amplasate 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, ecranelor și publicității luminoase 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”, „siguranța în exploatare” și „securitate la incendiu” 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 ca urmare a acțiunilor factorilor de risc naturali/ antropici asupra construcției/ elementului constructiv care susține structura publicitară.

(4) Panourile publicitare amplasate pe calcane sau fațade nu vor depăși limitele acestora.

Art. 25. – În situația amplasării pe terasele sau acoperișurile construcțiilor, panourile publicitare, ecranele și publicitatea luminoasă vor avea următoarele înălțimi:

- a) cel mult 3,0 m dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mică de 15,0 m;

b) cel mult $1/5$ din înălțimea fațadei, dar nu mai mult de 6,0 m, dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mare de 15,0 m.

Art. 26. – (1) Pe stâlpii de iluminat public pe care nu sunt amplasate semnalizări rutiere și indicatoare de circulație, se pot amplasa panouri de maxim 1,00 mp peste cota minimă de +4,00 m de la sol.

(2) Pe un stâlp se poate amplasa un singur panou; proiecția la sol a panoului se va situa în afara gabariturii carosabilului.

Art. 27. – Panourile publicitare amplasate pe sol vor fi montate 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-cadru.

Art. 28. – (1) Pe străzile de categoria I, II și III, conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, se pot amplasa panouri publicitare, în următoarele condiții:

a) la distanța de minimum 4,0 m față de limita carosabilului în cazul în care nu există trotuar;

b) la distanța de minimum 1,0 m față de limita dinspre carosabil a spațiului verde de pe trotuar, fără a împiedica circulația pietonilor;

c) la minimum 2,50 m înălțime de la sol, pentru panourile cu suprafața utilă mai mare de 2,5 mp per față.

(2) Se interzice montarea pe trotuare și spații pietonale cu lățimea mai mică de 5,0 m sau pe zonele verzi dintre trotuar sau spațiu pietonal și carosabil a panourilor publicitare cu structură proprie și elemente de susținere care necesită fundație.

(3) Pentru trotuare cu lățime mai mare de 5,0 m, realizarea elementelor de fundare/ ancorare necesare asigurării stabilității panoului de reclamă publicitară se execută obligatoriu îngropat, respectiv sub cota suprafeței solului/ trotuarului, până la nivelul solului.

Art. 29. – (1) Panourile de mici dimensiuni, respectiv cu suprafața maximă de 1,00 mp, se amplasează la o distanță de cel puțin 25,0 m între panouri.

(2) Panourile de mari dimensiuni, respectiv cu suprafața maximă de 12,00 mp, se amplasează la o distanță de cel puțin 50,0 m 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 minimum 50,0 m.

Art. 30. – (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 panouri publicitare, în următoarele condiții:

- a) la minimum 2,50 m înălțime de la sol, pentru panourile cu suprafața utilă mai mare de 2,5 mp per față;
 - b) cu distanța de minimum 50,0 m între două panouri publicitare pe sectoarele de drum din intravilan;
 - c) cu distanța de minimum 100,0 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan;
 - d) la minimum 100,0 m față de intersecțiile cu drumurile laterale cu mai mult de patru benzi de circulație;
 - e) în afara curbilor cu vizibilitate redusă;
 - f) la minimum 100,0 m față de intersecțiile semaforizate.
- (2) Dimensiunile maxime ale panourilor publicitare prevăzute la alin. (1) amplasate pe zona de protecție a drumurilor publice sunt de 4,0 m x 3,0 m în intravilanul localității, respectiv de 8,0 m x 4,0 m în extravilanul localității.

Art. 31.– (1) În cazul firmelor iluminate, reflectoarele se vor amplasa astfel încât să asigure o iluminare uniformă, care să pună în valoare clădirea și care să nu deranjeze traficul auto și pietonal, reflectoarele fiind mascate de elemente ale construcției sau firmei.

(2) Firmele iluminate vor fi amplasate la minimum 3,00 m de la nivelul solului.

(3) Firmele luminoase amplasate la mai puțin de 30 m de semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora și nici lumină intermitentă.

(4) În zonele de locuit, stabilite astfel prin documentațiile de urbanism, este interzisă publicitatea luminoasă și iluminată intermitentă.

C. Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare mobile autoportante

Art. 32.– Pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 5,0 m se pot amplasa panouri publicitare mobile (pliante) autoportante, având ca scop promovarea comercială, comunicarea de tarife sau acțiuni promoționale, specifice activității desfășurate de beneficiarul publicității, în următoarele condiții:

a) dimensiunile maxime ale panoului vor fi de 0,5 m x 0,9 m;

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 mobilierul urban poate fi utilizat ca suport publicitar:

Art. 33. – (1) Pot fi utilizate ca suport publicitar doar următoarele tipuri de mobilier urban: *adăposturile destinate publicului / stații de autobuz, chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale, coloanele port-afiș.*

(2) Adăposturile destinate publicului și stațiile de autobuz pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panouri unitare de maxim 2 mp; în cazul în care sunt amplasate mai multe panouri sau panouri cu două fețe utile suprafața totală de publicitate nu va depăși 4,0 mp;

(3) Chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panouri cu suprafața unitară de maxim 2 mp.; în cazul în care sunt amplasate mai multe panouri, suprafața totală de publicitate pentru un chioșc nu va depăși 6 mp; se interzice instalarea panourilor acoperișul chioșcurilor.

(4) Coloanele port-afiș vor putea fi utilizate numai pentru afișe și/sau anunțuri de spectacole și manifestări culturale; 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. 34.– Amplasarea de bannere care conțin anunțuri privind promovarea de evenimente culturale, economice, științifice și altele de această natură, se autorizează pe baza documentației privind rezistența elementelor de susținere precum și cu acordul proprietarului elementelor de susținere utilizate în acest scop.

Art. 35. – La amplasarea bannerelor se vor avea în vedere următoarele:

a) nu este permisă amplasarea bannerelor în intersecții, în zone unde împiedică vizibilitatea rutieră sau perspectiva asupra monumentelor istorice ori naturale sau în locuri unde există panouri publicitare;

b) este interzisă amplasarea pe domeniul public a suporturilor/stâlpilor în scopul exclusiv de susținere a bannerelor;

c) bannerele vor fi montate perpendicular pe axul drumului, la o înălțime minimă de 5,00 m față de sol, astfel încât să nu afecteze vizibilitatea rutieră și imaginea urbană.

d) este permisă amplasarea bannerelor pe o durată de cel mult o lună calendaristică.

Art. 36. – (1) Steagurile publicitare montate pe catarg, la înălțimea minimă de 2,5 m 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 va fi de maxim 30 de zile calendaristice cu posibilitatea prelungirii acestei perioade cu încă o perioadă de 30 de zile.

F. Reguli generale privind amplasarea mesh-urilor

Art. 37. – (1) 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;

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.

(2) Este permisă amplasarea de mijloace de publicitate de tip mesh 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, 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 vor ocupa cel mult 10% din suprafața totală a acesteia.

G. Reguli generale privind amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale

Art. 38.– Este permisă amplasarea indicatoarelor 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;
- b) înălțimea de amplasare este de minim 4,0 m;
- c) indicatoarele publicitare direcționale sunt amplasate la o distanță maximă de 1000 m față de obiectivul indicat;
- d) pe un stâlp se poate monta un singur indicator publicitar direcțional.
- e) prin excepție de la prevederile literei d), poate fi montat un al doilea indicator direcțional pentru semnalarea serviciilor de urgență sau a serviciilor necesare în deplasare cum sunt: atelierele auto sau de vulcanizare.

H. Reguli generale privind publicitatea temporară

Art. 39. – Orice persoană fizică sau juridică are dreptul la publicitate temporară, în condițiile prezentului Regulament-cadru.

Art. 40.– 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. 41. – În cazul solicitării schimbării locațiilor în alte amplasamente decât cele prevăzute în acest scop, se va obține acordul pentru publicitate temporară al autorității administrației publice locale.

I. Reguli generale privind amplasarea prismelor publicitare

Art. 42.– (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 25 m;
- 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-cadru.

(2) Este strict interzisă amplasarea prismelor publicitare pe drumurile naționale, județene sau pe bulevardele principale ale localităților.

J. Reguli generale privind amplasarea afișelor publicitare

Art. 43.– Amplasarea afișelor publicitare este permisă numai pe panourile de afișaj special amenajate cu această destinație.

Art. 44.– Este interzisă amplasarea de afișe publicitare astfel încât să acopere alte afișe 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.

K. Reguli generale privind publicitatea pe vehicule publicitare și pe mijloace de transport în comun

Art. 45. – (1) Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate, prin lipirea de afișe, 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.

(2) Suprafața de publicitate amplasată pe un vehicul nu va depăși 16 mp.

(3) Staționarea vehiculelor publicitare pe drumurile publice sau în locurile vizibile dinspre acestea este interzisă.

(4) Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate nu vor circula în convoi mai mare de două mașini și cu o viteză mai mare decât jumătate din viteza admisibilă pe tronsonul de stradă.

(5) Circulația convoaielor este permisă numai cu ocazia manifestărilor speciale, în baza avizului emis de autoritățile administrației publice, cu durata de valabilitate de o zi.

Art. 46. – Este permisă utilizarea ca suport pentru afișe/ reclame publicitare a mijloacelor de transport în comun (tramvaie, troleibuze, autobuze, microbuze), în baza acordului pentru publicitate temporară emis în condițiile prezentului Regulament-cadru de către autoritatea administrației publice locale, cu condiția ca prin aceasta să nu fie afectată vizibilitatea călătorilor înspre exteriorul mijlocului de transport.

Capitolul IV – SANCTIUNI

Art. 47. – Nerespectarea în tot sau în parte a prevederilor prezentului Regulament-cadru atrage după sine răspunderea materială și contravențională, după caz.

Art. 48. – (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 acesteia/acestuia.
- b) amplasarea afișelor publicitare, inclusiv a afișelor electorale, în alte locații decât cele prestabilite ori precizate prin acordul pentru publicitate temporară;
- c) amplasarea panourilor publicitare mobile autoportante sau orice alte forme de reclamă, pe spațiile de circulație pietonală cu o lățime mai mică de 5,0 m;d) folosirea sistemelor publicitare sonore (megafoane, portavoce, etc) care pot tulbura liniștea publică, cu excepția vehiculelor publicitare utilizate în condițiile prezentului Regulament-cadru, precum și a sistemelor publicitare luminoase care pot deranja traficul auto și pietonal;
- e) nerespectarea obligației de a elibera / desființa suportul reclamei la expirarea termenului stabilit prin autorizația sau 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;
- f) nerespectarea obligației privind întreținerea mijloacelor de publicitate;

- g) nerespectarea obligației de a afișa în mod vizibil elementele de identificare ale panoului publicitar prevăzute de prezentul Regulament-cadru.
- h) nerespectarea de către autoritatea publică locală a obligațiilor stipulate la Art. 8 din prezentul *Regulament-cadru*. În acest caz, contravenția este constatată și sancționată de către Inspectoratul de Stat în Construcții – I.S.C. din subordinea Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului.

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

- a) de la 30.000 lei la 100.000 lei, cele prevăzute la lit. a);
- b) de la 15.000 lei la 30.000 lei, cele prevăzute la lit. b) și c) ;
- c) de la 10.000 lei la 15.000 lei, cele prevăzute la lit. d), e) și f);
- d) de la 5.000 lei la 10.000 lei, cele prevăzute la lit. g) și h).

(3) Cuantumul amenzilor se actualizează anual.

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

Art. 49. – Prevederile prezentei hotărâri referitoare la contravenții se completează cu dispozițiile Ordonanței Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 180/2002, cu modificările și completările ulterioare.

Art. 50.– (1) Controlul de stat privind respectarea aplicării prevederilor prezentului Regulament-cadru pentru amplasarea mijloacelor de publicitate 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. (2), contravențiile prevăzute la art. 53 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 sau a acordurilor pentru publicitate temporară.

(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 aduc la cunoștință autorității 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) Procesele-verbale de constatare a contravențiilor, încheiate de organele de control ale administrației publice locale sau, după caz, al poliției 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 V – DISPOZIȚII FINALE ȘI TRANZITORII

Art. 51.– (1) În termen de 90 zile de la intrarea în vigoare a prezentului Regulament-cadru, autoritățile administrației publice locale din municipii și orașe vor asigura elaborarea ori, după caz, actualizarea Regulamentelor locale pentru amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul lor administrativ.

(2) 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-cadru 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.

Art.52. – Până la adoptarea unui Regulament local privind amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localității, ori modificarea și completarea Regulamentului local pentru amplasarea mijloacelor de publicitate existent, autorizarea activității de amplasare a mijloacelor de publicitate se va realiza conform prevederilor prezentului *Regulament-cadru*.

Art. 53.– (1) Mijloacele de publicitate autorizate până la data intrării în vigoare a prezentului Regulament-cadru pot fi menținute pe amplasamentele autorizate până la data expirării contractelor de publicitate în curs, dar nu mai târziu de 31 martie 2011.

(2) În termen de o lună calendaristică de la împlinirea termenului prevăzut la alin.(1), dar nu mai târziu de 31 aprilie 2011, deținătorii mijloacelor de publicitate aflate în situația prevăzută la alin.(1) au obligația să se conformeze dispozițiilor prezentului Regulament-cadru, 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-cadru.

Art. 54. – La data intrării în vigoare a prezentei *hotărâri*, se abrogă prevederile art. 35 - 47 din Hotărârea Guvernului nr.955/2004 pentru aprobarea reglementărilor-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, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 660 din 22 iulie 2004.

proiect

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

1. *Afiș / poster* – mijloc de transmitere a mesajului publicitar, de obicei imprimat pe suport de hârtie sau pe folie sintetică și expus public.
2. *Banner* – suport pentru mesajul publicitar confecționat din folie sintetică sau din material textil, în mod obișnuit cu formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice.
3. *Calcan* – perete fără goluri al unei construcții, situat pe limita de proprietate laterală sau posterioară, destinat de regulă să fie acoperit de zidul asemănător al unei clădiri vecine.
4. *Ecran publicitar* – ecran cu LED-uri, LCD sau altele asemănătoare, pe care se rulează grafică, spoturi etc., cu conținut dinamic și de dimensiuni variabile.
5. *Firmă* – orice inscripție, formă sau imagine atașată unei clădiri, cu referire la o activitate care se desfășoară în interiorul acesteia.
6. *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 etc.
7. *Mesh* – suport pentru mesajul publicitar confecționat din material sintetic perforat (ex.: plasă fină), de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri.
8. *Panou publicitar mobil autoportant* – panou publicitar de dimensiuni reduse, amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate.
9. *Panou publicitar* - structură provizorie folosită pentru afișarea unui mesaj publicitar.
10. *Prismă publicitară* - panou cu cel puțin trei fețe expuse care asigură vizibilitate din mai multe direcții.
11. *Promovare* - ansamblu de activități și mijloace folosite pentru a difuza un produs sau serviciu pe piață.
12. *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 etc. Orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesionale având ca scop promovarea vânzării de bunuri și servicii, de drepturi și obligații.

13. *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.

14. *Publicitate pe vehicule* – publicitate realizată prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau vopsirea vehiculelor în scopuri publicitare.

15. *Publicitate stradală (outdoor)*: publicitate efectuată în spații deschise, în exteriorul clădirilor.

16. *Publicitate temporară* – publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestații culturale sau sportive, precum și pentru acțiuni de promovare de produse sau activități.

17. *Reclamă publicitară* – activitatea cu rol de a atenționa sau convinge publicul de calitatea unui serviciu, produs sau idee; termenul mai este folosit și cu semnificația restrânsă de suport folosit în activitatea de reclamă.

18. *Steag publicitar* - piesă de stofă atașată la un support lance, catarg sau stâlp, purtând culori, embleme, simboluri sau mesaje publicitare.

19. *Sistem publicitar* – ansamblu de elemente constructive folosite în scopul de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesionale sau a unui eveniment.