

REGULAMENT LOCAL

privind organizarea, autorizarea si amplasarea mijloacelor de publicitate pe raza municipiului Alba Iulia

CAPITOLUL I. DISPOZITII GENERALE

Art. 1

(1) Prezentul regulament stabileste modul de organizare, autorizare si amplasare a mijloacelor de publicitate pe raza municipiului Alba Iulia.

(2) Regulamentul este elaborat in temeiul prevederilor:

Legii nr. 185/2013 privind amplasarea si autorizarea mijloacelor de publicitate

Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executarii lucrarilor de constructii, republicata cu modificarile si completarile ulterioare;

Legii nr. 422/2001 privind protejarea monumentelor istorice, republicata;

Legii nr. 571/2003 privind Codul fiscal, actualizata;

Ordonanta nr.43 din 28 august 1997, Republicată, privind regimul drumurilor

Ordinul nr. 571 din 19 decembrie 1997, pentru aprobarea Normelor tehnice privind proiectarea și amplasarea construcțiilor, instalațiilor și panourilor publicitare în zona drumurilor, pe poduri, pasaje, viaducte și tuneluri rutiere

Hotararea nr. 955 din 15 iunie 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

Ordonantei Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, republicata, cu modificarile si completarile ulterioare aprobata prin [Legea nr. 180/2002](#).

Art. 2

Prevederile prezentului regulament se aplica administrației publice locale, proprietarilor si beneficiarilor mijloacelor de publicitate, operatorilor de publicitate, precum și tuturor persoanelor fizice și juridice implicate în activitatea de publicitate.

Art. 3

În înțelesul prezentului regulament, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații:

a) **afiș** - mijloc de transmitere a mesajelor publicitare, culturale, comerciale, politice, de instructaj și altele asemenea, imprimat pe suport hârtie sau pe folie sintetică și expus public;

b) **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;

c) **banner** - suport pentru mesajul publicitar confecționat din folie sintetică sau din material textil, în mod obișnuit cu formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice;

d) **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;

e) **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;

f) **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;

g) **incintă** - suprafața de teren înconjurată din toate părțile de construcții, de amenajări sau împrejmuiri;

h) **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;

i) **mesh** - suport pentru mesajul publicitar confecționat din material sintetic perforat, cum ar fi plasa fină, de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri;

j) **mijloace de publicitate** - ansamblu de elemente constructive folosite în scopul prezentării unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesionale ori a unui eveniment;

k) **panou publicitar mobil** - panou publicitar de dimensiuni reduse, amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate;

l) **panou publicitar** - structură provizorie folosită pentru afișarea unui mesaj publicitar;

m) **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;

n) **promovare** - ansamblu de activități și mijloace folosite pentru a difuza un produs sau serviciu pe piață;

o) **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;

p) **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;

q) **publicitate pe vehicule** - publicitate realizată prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau vopsirea vehiculelor în scopuri publicitare;

r) **publicitate stradală** (outdoor) - publicitate efectuată în spații deschise, în exteriorul clădirilor;

s) **publicitate temporară** - publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestații culturale sau sportive, precum și pentru acțiuni de promovare de produse sau activități;

ș) **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;

t) **steag publicitar** - piesă de stofă, pânză sau material plastic atașată la un suport lance, catarg sau stâlp, purtând culori, embleme, simboluri sau mesaje publicitare;

ț) **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.

CAPITOLUL II

APROBAREA EXECUTĂRII LUCRĂRILOR PENTRU AMPLASAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE

ART. 4

(1) Aprobarea executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate se realizează prin autorizația de construire, emisă în condițiile [Legii nr. 50/1991](#) privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, republicată, cu modificările și completările ulterioare. Conținutul documentației pentru emiterea Certificatului de urbanism și a Autorizației de construire este prevăzut în **anexa 1**

(2) Se vor emite autorizații de construire pentru construcții cu caracter provizoriu care vor avea durata de existență limitată precizată în autorizația de construire, durata prevăzută în contractul de închiriere și care va fi de maxim 4 ani.

Emitentul va include în mod obligatoriu în autorizația de construire precizări privind obligațiile care decurg din caracterul provizoriu și durata de existență limitată a mijlocului de publicitate autorizat, inclusiv precizări privind termenul de încetare a funcționării acestuia.

(3) Amplasarea de mijloace de publicitate pe schelele montate pe fațadele construcțiilor aflate în curs de execuție a lucrărilor de intervenții, ori pe elementele de împrejmuire a șantierului aferent se face cu condiția autorizării amplasării acestora 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.

(4) Proprietarii imobilelor pe care sunt amplasate mijloace de publicitate sunt obligați să permită executarea lucrărilor pentru amplasarea acestora numai în baza autorizației de construire, emisă în condițiile alin. (1).

ART. 5

(1) În cazul în care, la expirarea termenului de încetare a funcționării mijlocului de publicitate autorizat, prevăzut la [art. 4](#) alin. (2), nu a fost obținută prelungirea acestui termen, proprietarul construcției-suport de publicitate are obligația desființării mijlocului de publicitate și aducerii imobilului la starea inițială. Menținerea mijlocului de publicitate se poate realiza după obținerea unei noi autorizații de construire în baza unui nou contract de închiriere, încheiat în condițiile legii.

(2) În situația în care, în termen de 15 zile de la data expirării termenului de încetare a funcționării mijlocului de publicitate autorizat, prevăzut la [art. 4](#) alin. (2), proprietarul construcției-suport de publicitate nu a îndeplinit obligațiile prevăzute la alin. (1), primarul dispune desființarea acestuia pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate pe care acestea sunt amplasate, fără emiterea unei autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor judecătorești.

(3) Cheltuielile rezultate ca urmare a acțiunilor prevăzute la alin. (2) sunt în sarcina proprietarului construcției și vor fi recuperate ulterior de la acesta, în condițiile legii.

(4) Procedura prevăzută la alin. (2) poate fi declanșată din oficiu de către primar, de către Inspectoratul de Stat în Construcții sau la solicitarea deținătorului legal al imobilului.

(5) Proprietarii mijloacelor de publicitate au obligația de a lua măsurile necesare pentru întreținerea și repararea acestora, ori de câte ori este necesar.

ART. 6

Pentru amplasarea mijloacelor de publicitate care nu necesită fundații utilizate în cadrul unor campanii publicitare și/sau activități de promovare ce nu depășesc 30 de zile, care se desfășoară pe domeniul public sau privat al statului ori al unității administrativ-teritoriale, ori pe proprietatea privată a persoanelor fizice și juridice, autoritatea administrației publice locale a municipiului Alba Iulia va emite avize pentru publicitate temporară, la cererea solicitanților.

Continutul documentației pentru emiterea avizului este prevăzut în **anexa 2**

ART. 7

Perioada de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară prevăzută la [art. 6](#) este de maximum 30 de zile și poate fi prelungită o singură dată, la cererea solicitantului, pentru o perioadă cel mult egală cu cea aprobată inițial.

CAPITOLUL III

TIPURILE DE ZONELOR DE PUBLICITATE; DELIMITARE SI IDENTIFICARE

ART. 8

Pe teritoriul administrativ al municipiului Alba Iulia se stabilesc zonele de publicitate lărgită și respectiv a zonele de publicitate restrânsă, în corelare cu documentațiile de urbanism aprobate, după cum urmează:

1 ZONA DE PUBLICITATE LARGITA

2. ZONA DE PUBLICITATE RESTRANSA – ZONA A

3 ZONA DE PUBLICITATE RESTRANSA – ZONA B

1. ZONA DE PUBLICITATE LARGITA este definită de teritoriul administrativ al Municipiului Alba Iulia cu excepția zonelor de publicitate restransă

2. ZONA DE PUBLICITATE RESTRANSA – ZONA A este definită de zona protejată a Cetății istorice ALBA CAROLINA, inclusiv zona de protecție a acesteia, delimitată prin PUG al municipiului Alba Iulia, conform **anexa 3**.

3. ZONA DE PUBLICITATE RESTRANSA – ZONA B este definită de zonele de protecție a tuturor clădirilor monument istoric și de for public din afara arealului Cetății istorice ALBA CAROLINA și a zonei de protecție a acesteia, delimitate prin PUG al municipiului Alba Iulia.

ART. 9

(1) Modificarea prezentului Regulament local de publicitate aprobat, inclusiv a zonelor de publicitate lărgită și, respectiv, a zonelor de publicitate restrânsă, se poate face în baza avizului favorabil al Comisiei tehnice de amenajarea teritoriului și de urbanism și se supune spre aprobare Consiliului Local al municipiului Alba Iulia.

ART. 10

(1) Amplasamentele aflate în proprietatea sau în administrarea municipiului Alba Iulia destinate montării mijloacelor de publicitate vor fi închiriate prin licitație publică organizată în condițiile legii. Durata contractului de închiriere va fi de maxim 4 ani.

(2) Licitațiile pentru amplasamentele prevăzute la alin. (1) se organizează pe zone de publicitate sau/și tipuri de mijloace de publicitate, stabilite în conformitate cu prezentul regulament local de publicitate.

(3) Se va asigura accesul nediscriminatoriu al tuturor operatorilor de publicitate la utilizarea amplasamentelor stabilite prin regulament local de publicitate.

CAPITOLUL IV

REGULI GENERALE PRIVIND AMPLASAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE

ART. 11

(1) Publicitatea 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.

(2) În cazul construcțiilor-suport pentru mijloace de publicitate, indiferent de regimul de proprietate al imobilelor pe care sunt amplasate, este obligatorie afișarea 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, umanitare, sociale, culturale de interes public.

ART. 12

Mijloacele de publicitate 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, în baza acordului administratorului de drum și al avizului Poliției rutiere.

ART. 13

(1) Amplasarea mijloacelor de publicitate este interzisă în următoarele situații:

a) în ariile naturale protejate de interes național și internațional, cu excepția intravilanelor incluse în acestea;

b) în spații verzi cu caracter ornamental sau cu valoare deosebită;

c) în locurile de joacă sau locurile de odihnă situate în zona blocurilor de locuințe colective;

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) pe arbori;

f) pe zona carosabilă a străzilor și a drumurilor, indiferent de categoria acestora;

g) pe obiectele de artă monumentală și monumentele de for public;

h) pe monumentele istorice, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii și a mesh-urilor amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare în condițiile prezentei legi;

i) 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;

j) în incinta și pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcașurilor de cult, a scuarurilor, parcurilor și grădinilor publice;

k) pe amplasamente care nu au fost aprobate prin documentatii de urbanism; fac excepție cele aprobate anterior și care se încadrează în prevederile prezentului regulament.

l) în interiorul intersecțiilor și al sensurilor giratorii, în spațiul destinat circulației autovehiculelor și semnalizării rutiere, în zone în care desfășurarea în condiții normale a traficului ar putea fi perturbată;

m) pe parapetele și/sau pereții pasajelor rutiere subterane și supraterane ori sub poduri;

n) pe stâlpii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație;

o) în zona de protecție a autostrăzilor;

p) pe lucrările de artă care traversează drumul, pe portale cu semnalizare rutieră sau în soluții independente autoportante în traversarea drumului.

(2) Se interzice acoperirea cu orice mijloc de publicitate a suprafețelor vitrate ale clădirilor.

(3) Se interzice amplasarea și utilizarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică, cu excepția vehiculelor publicitare utilizate în condițiile prezentei legi.

(4) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate care prin formă, conținut, dimensiuni și culori în combinații specifice pot fi confundate cu mijloacele de semnalizare rutieră sau împiedică vizibilitatea acestora, precum și a indicatoarelor de orientare și informare.

(5) În situația în care pe fațada sau pe calcanul unei clădiri sunt amplasate mai multe mijloace de publicitate în afară de firme, acestea vor fi realizate în mod unitar, fiind obligatoriu de același tip și de aceleași dimensiuni, fiind încadrate simetric pe fațada sau pe calcanul respectiv.

ART. 14

Amplasarea mijloacelor de publicitate la o distanță mai mică de 3,00 m față de limita de proprietate a imobilelor proprietate privată a persoanelor fizice și/sau juridice se va realiza doar cu acordul proprietarilor acestor imobile și astfel încât să nu afecteze accesul și utilizarea acestora.

ART. 15

(1) În scopul asigurării siguranței cetățenilor și integrității bunurilor, operatorii de publicitate 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 acestora cu informații privind denumirea operatorului, codul de identificare fiscală a acestuia și numărul autorizației de construire.

CAPITOLUL V

REGULI SPECIFICE PRIVIND AMPLASAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE IN FIECARE DIN ZONELE DE PUBLICITATE DELIMITATE PRIN PREZENTUL REGULAMENT

SECȚIUNEA 1

1. ZONA DE PUBLICITATE LARGITA este definita de teritoriul administrativ al Municipiului Alba Iulia cu excepția zonelor de publicitate restransa

Se admit toate categoriile de mijloace de publicitate după cum urmează:

1. FIRMELE

Reguli generale privind amplasarea firmelor

ART. 16

(1) Firmele se amplasează pe fațadele clădirilor sau în locuri special amenajate, după cum urmează:

a) pe clădirile de locuit având spații cu altă destinație la parter sau mezanin, se amplasează numai pe porțiunea de fațadă corespunzătoare acestor spații sau pe parapetul plin și continuu al primului etaj, 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 vertical al 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;

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 amplasării firmelor pe aticul clădirilor de locuințe colective sau pe parapetul plin al etajului I, după caz, firmele nu vor depăși dimensiunile elementelor constructive-suport;

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

(2) În situația prevăzută la alin. (1) lit. e), 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. 17

(1) Amplasarea firmelor și copertinelor inscripționate se autorizează în condițiile [art. 4](#).

(2) Prin excepție de la prevederile alin. (1), autorizația de construire nu este necesară în cazul firmelor inscripționate pe vitrinele și ușile de acces, în condițiile prezentei Legii 185/2013.

(3) Firmele inscripționate pe vitrinele/ușile de acces se pot amplasa în baza avizului emis de autoritățile administrației publice.

(4) Amplasarea materialelor publicitare prevăzute la alin. (3) se va face după achitarea taxelor de publicitate prevăzute de legislația în vigoare.

ART. 18

(1) Pe fațada spațiilor comerciale de la parterul imobilelor de locuit se pot amplasa, alături de firme, și alte mijloace de publicitate cu respectarea prevederilor referitoare la autorizarea și executarea firmelor.

(2) Publicitatea amplasată pe fațada unui spațiu comercial se va diferenția față de firmă prin culoare, formă sau dimensiune.

ART. 19

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

2. PANOURILE PUBLICITARE, ECRANELE ȘI PUBLICITATEA LUMINOASĂ

Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase

ART. 20

Este interzisă amplasarea mijloacelor de publicitate luminoase pe suporturile existente care nu au fost destinate publicității, cum sunt: stâlpii de telecomunicații și/sau electricitate, instalațiile de iluminat public, instalațiile de semaforizare.

ART. 21

(1) Pot fi amplasate panouri publicitare, ecrane și publicitate luminoasă pe calcane, pe 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, a ecranelor și publicității luminoase pe clădiri se autorizează numai în baza unei expertize tehnice elaborate 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", "siguranță 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, la fiecare 10 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 calcanele sau fațadele clădirilor nu vor depăși limitele acestora.

(5) Sunt exceptate de la prevederile prezentei legi ecranele publicitare care fac parte integrantă din fațadele clădirilor și care au fost autorizate împreună cu acestea, în conformitate cu legislația în vigoare.

ART. 22

(1) Proprietarii ecranelor publicitare au obligația transmiterii de informații de interes public și local, precum și informații de interes pentru populație în cazul unor situații de urgență.

(2) Conținutul și modul de transmitere a informațiilor vor fi stabilite prin protocol încheiat între proprietarii ecranelor publicitare și autoritățile administrației publice locale, respectiv alte instituții abilitate ale statului.

ART. 23

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

a) cel mult 3,00 m, dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mică de 15,00 m;

b) cel mult 1/5 din înălțimea fațadei, dar nu mai mult de 6,00 m, dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mare de 15,00 m.

ART. 24

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

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

ART. 25

(1) Panourile publicitare amplasate pe sol vor fi montate astfel încât să nu împiedice circulația rutieră și/sau pietonală, ori accesul pietonal și/sau al autovehiculelor de intervenție pe proprietăți, cu respectarea prevederilor prezentei legi.

(2) Panourile publicitare, indiferent de tipul de proprietate pe care au fost montate, vor fi amplasate astfel încât proiecția la sol a acestora să fie în totalitate în interiorul proprietății pe care au fost autorizate.

ART. 26

(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 distanță de minimum 4,00 m față de limita carosabilului, în cazul în care nu există trotuar;
- b) la distanță de minimum 1,00 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 2,50 mp per față.

(2) Panourile de mici dimensiuni, respectiv cu suprafața maximă de 2,20 mp se amplasează la o distanță de cel puțin 25,00 m între panouri.

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

(4) În situația în care 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 50,00 m.

(5) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1) - (4) mijloacele de publicitate amplasate în interiorul incintelor centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale, astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare.

ART. 27

(1) Se interzice montarea pe trotuare și spații pietonale cu lățimea mai mică de 2,25 m, precum și pe zonele verzi dintre trotuar sau spațiu pietonal și carosabil a panourilor publicitare cu structură proprie și elemente de susținere care necesită fundație.

(2) 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. 28

De-a lungul drumurilor de interes național, județean, precum și a arterelor de centură, pe porțiunile aflate în extravilan, conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, 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 2,50 mp per față;
- b) cu distanța de minimum 50,00 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din intravilan;
- c) cu distanța de minimum 100,00 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan;
- d) la minimum 100,00 m față de intersecțiile cu drumurile laterale cu mai mult de 4 benzi de circulație;
- e) în afara curbilor cu vizibilitate redusă;
- f) la minimum 100,00 m față de intersecțiile semaforizate, distanța măsurată de la semafor, în lungul drumului cu respectarea condițiilor de la art.26, lit. a) și b).

ART. 29

Dispozițiile [art. 28 - 30](#) se completează cu prevederile instituite în aceeași materie de [Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 195/2002](#) privind circulația pe drumurile publice, republicată, cu modificările și completările ulterioare, și de [Ordonanța Guvernului nr. 43/1997](#) privind regimul drumurilor, republicată, cu modificările și completările ulterioare.

Se interzice amplasarea panourilor publicitare la o distanță:

- a) în localitate, mai mică de 150 m, calculată de la intrarea, respectiv ieșirea din intersecție de străzi; sunt exceptate intersecțiile dintre strazi și aleile de incinta carosabile;
- b) în afara localității, mai mică de 250 m, calculată de la intrarea, respectiv ieșirea din intersecție.

Se interzice obturarea vizibilității indicatoarelor rutiere prin amplasarea construcțiilor, instalațiilor, panourilor publicitare, plantațiilor rutiere și a oricăror alte obstacole."

ART. 30

(1) Panourile și ecranele publicitare amplasate pe sol în intravilanul localităților vor avea următoarele dimensiuni: 1,20 x 1,80 m, 3,20 x 2,40 m, respectiv 4,00 x 3,00 m.

(2) În extravilanul localităților pot fi amplasate panouri publicitare pe zona de protecție a drumurilor publice, având dimensiunea de 8,00 x 4,00 m, iar în afara acestora și panouri de 14,00 x 4,00 m.

3. PANOURILE PUBLICITARE MOBILE

Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare mobile

ART. 31

Pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,25 m se pot amplasa panouri publicitare mobile pliante, 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 0,50 m x 0,90 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.

4. MOBILIERUL URBAN CA SUPT PUBLICITAR

Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

ART. 32

(1) Pot fi utilizate ca suport publicitar următoarele tipuri de mobilier urban: adăposturile destinate publicului/stațiile de autobuz, chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale, coloanele port-afiș, cabinele telefonice și altele asemenea.

(2) Adăposturile destinate publicului și stațiile de autobuz pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panouri unitare de maximum 2,20 mp; în cazul în care sunt amplasate mai multe panouri sau panouri cu două fețe utile, suprafața totală de publicitate nu va depăși 4,50 mp.

(3) Chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panouri cu suprafața unitară de maximum 2,00 mp; în cazul în care sunt amplasate mai multe panouri, suprafața totală de publicitate pentru un chioșc nu va depăși 6,00 mp.

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

(5) 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.

5. BANNERELE ȘI STEAGURILE PUBLICITARE

Reguli generale privind amplasarea bannerelor și steagurilor publicitare

ART. 33

Amplasarea de bannere care conțin anunțuri privind promovarea de evenimente culturale, economice, științifice și altele de această natură se avizează pe baza documentației privind rezistența elementelor de susținere, precum și cu acordul proprietarului elementelor de susținere utilizate în acest scop.

ART. 34

La amplasarea bannerelor se vor avea în vedere următoarele:

a) nu este permisă amplasarea bannerelor în intersecții, în zone în care 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, cu excepția suporturilor existenți aflați în proprietatea municipiului Alba Iulia;

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

d) bannerele vor fi amplasate astfel încât distanța între acestea să fie de minimum 100,00 m;

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

ART. 35

(1) Steagurile publicitare montate pe catarg și pe stâlpi, la înălțimea minimă de 2,50m de la cota terenului amenajat, se amplasează numai în locuri în care nu împiedică vizibilitatea circulației rutiere.

(2) Pe un catarg/ stalp se poate amplasa cel mult 2 steaguri.

(3) Durata de menținere a steagurilor publicitare va fi de maximum 30 de zile calendaristice, cu posibilitatea prelungirii acestei perioade cu încă 30 de zile.

(4) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1) - (3) steagurile publicitare amplasate în incintele centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare, cu condiția să nu afecteze vizibilitatea circulației rutiere.

6. MESH - urile

Reguli generale privind amplasarea mesh-urilor

ART. 36

(1) Este permisă amplasarea de mesh-uri și mesh-uri digitale, în următoarea situație:

pe construcții sau în zone în care este interzisă publicitatea, numai în situația în care acestea constituie protecție către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/reparații/refatadizare, și numai dacă reproduc imaginea construcției după consolidare/reparații/refatadizare, eventualele texte de publicitate comercială vor ocupa cel mult 25% din suprafața totală a acesteia;

NU SE ADMITE amplasarea mesh-urilor și mesh-urilor digitale pe fațadele instituțiilor, a clădirilor de locuit, de birouri, a clădirilor cu funcțiuni comerciale și/sau servicii situate în zonele de publicitate largită, cu excepția afișajelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul sediilor care includ și cele care au ca scop promovarea municipiului Alba Iulia.

7. INDICATOARELE PUBLICITARE DIRECȚIONALE

Reguli generale privind amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale

ART. 37

(1) Este permisă amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale, în afara casetelor și steagurilor publicitare, 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 1,00 mp;

b) înălțimea de amplasare este de minimum 4,00 m;

c) pe un stâlp se poate monta un singur indicator publicitar direcțional;

d) prin excepție de la prevederile lit. c), poate fi montat un al doilea indicator direcțional pentru semnalarea serviciilor de urgență sau a serviciilor necesare în deplasare, cum sunt: stațiile de alimentare cu carburanți, atelierelor auto sau de vulcanizare.

(2) Amplasarea pe structura proprie pentru indicatoarele publicitare direcționale se va realiza în sistem unitar pentru întreaga zonă de publicitate largită în baza unui proiect avizat și aprobat conform legii. Acest tip de indicator va respecta modelul din anexa 4 la regulament.

8. PUBLICITATEA TEMPORARĂ ȘI PROIECTELE PUBLICITARE SPECIALE

Reguli generale privind publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale

ART. 38

(1) Orice persoană fizică sau juridică poate beneficia de dreptul la publicitate temporară, în condițiile prezentului regulament.

(2) Amplasarea mijloacelor de publicitate temporară se va stabili în baza avizului emis de autoritatea publică locală .

ART. 39

În vederea obținerii avizului pentru publicitate temporară, menționat la [art. 6](#), mijloacele de publicitate 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 avizului, depusă de solicitant;

b) să poată fi montate/demontate în/din toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate temporară, în cel mult 24 de ore;

c) toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate temporară să fie aduse la starea inițială, în cel mult 48 de ore de la încheierea termenului de valabilitate a avizului.

ART. 40

(1) Autoritatea administrației publice locale va utiliza pentru mijloacele de publicitate temporară și pentru proiectele publicitare speciale acele spațiile publice; pietete, pietonale și imobilele care le delimitează în condițiile în care nu este perturbată circulația pietonală, siguranța cetățeanului, accesul la imobile și fluxurile de evacuare .

(2) În situația în care la încheierea perioadei de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară, în conformitate cu prevederile [art. 7](#), există mai multe solicitări de amplasare de mijloace de publicitate temporară, autoritatea administrației publice locale va atribui amplasamentul prin licitație publică organizată în condițiile legii.

(3) În cazul solicitării schimbării locațiilor în alte amplasamente decât cele stabilite inițial, se va obține avizul pentru publicitate temporară al autorității administrației publice locale.

(4) Schimbarea locațiilor prevăzute la alin. (3) se va face numai în situația în care locațiile licitate inițial nu mai pot fi puse la dispoziția contractantului ca urmare a executării unor lucrări de interes public.

ART. 41

(1) Structurile publicitare autoportante și proiectele publicitare speciale se avizează cu respectarea prevederilor privind publicitatea temporară prevăzute de prezentul regulament.

(2) Executarea și amplasarea structurilor publicitare autoportante și a proiectelor publicitare speciale se face în baza unei documentații tehnice întocmite de un arhitect cu drept de semnătură.

9. AFIȘELE PUBLICITARE ȘI A ANUNȚURILE DE MICĂ PUBLICITATE

Reguli generale privind amplasarea afișelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate

ART. 42

(1) În vederea asigurării eficienței informării a cetățenilor, a libertății de expresie și esteticii urbane, autoritățile administrației publice locale vor instala în amplasamente cu vizibilitate, în condițiile regulamentului local de publicitate, panouri speciale destinate afișelor publicitare și anunțurilor de mică publicitate, numai în cazurile speciale și de maximă importanță.

Principalele locurile destinate afișelor publicitare și anunțurilor de mică publicitate sunt **modulele cilindru de beton cu cub.**, care vor fi menținute până la reabilitarea calitativă acestui tip de afișaj

(2) Panourile prevăzute la alin. (1) vor fi curățate prin grija compartimentelor de specialitate din cadrul administrației publice locale.

(3) Autoritatea administrației publice locale va curăța suportii de afișe și anunțuri publicitare la fiecare reactualizare.

ART. 43

Este interzisă amplasarea de afișe publicitare care să acopere alte afișe publicitare postate anterior, aflate în perioada de valabilitate, care fac publicitate unor evenimente/acțiuni/campanii aflate în derulare sau care urmează să se deruleze.

10. PUBLICITATEA PE VEHICULE ȘI PE MIJLOACE DE TRANSPORT ÎN COMUN

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

ART. 44

(1) Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate, prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau inscripționarea cu texte publicitare ori altele asemenea, vor putea fi autorizate să circule pe teritoriul localității cu condiția obținerii avizului pentru publicitate temporară, pe o durată determinată și pe un traseu stabilit de autoritatea administrației publice locale, conform prevederilor conținute în avizul pentru publicitate temporară.

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

(3) 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.

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

ART. 45

Este permisă utilizarea ca suport pentru afișe/reclame publicitare a mijloacelor de transport în comun, cum ar fi tramvaie, troleibuze, autobuze, microbuze, cu condiția ca prin aceasta să nu fie afectată vizibilitatea călătorilor înspre exteriorul mijlocului de transport.

SECTIUNEA 2

2. ZONA DE PUBLICITATE RESTRANSA – ZONA A este definită de zona protejată a Cetății istorice ALBA CAROLINA , inclusiv zona de protecție a acesteia , conform anexa 3, delimitată prin PUG al municipiului Alba Iulia.

ART. 46

Categoriile de mijloace de publicitate permise în această zonă sunt:

1. FIRMELE PUBLICITARE amplasate pe fațadele clădirilor sau în consola, precum și în spații special amenajate, vor respecta următoarele :

- toate tipurile de firme, prin formă și alcatuire, vor oglindi stilul istoric, iar valoarea lor estetică va încadra obiectul de publicitate/informare în categoria de ornament aflat în armonie cu ansamblul arhitectural;
- firmele destinate instituțiilor se vor face în baza unor proiecte unicat, adaptate suprafețelor disponibile, fără afectarea detaliilor și fără să concureze arhitectura clădirii (forme, culori etc)
- tipul reclamelor și firmelor comerciale, precum și simbolistica adoptată se vor face în baza unor proiecte unicat, adoptând forme bidimensionale și tridimensionale care se încadrează în următorul gabarit: 100x40x40 cm, fără să concureze arhitectura clădirii (forme, culori etc) și să afecteze detaliile fațadelor
- materiale folosite: fier forjat, sticlă, lemn, ceramică, piatră
- caracterul literelor pentru text vor prelua elementele stilistice din arhitectura imobilului
- firmele inscripționate pe vitrinele/ușile de acces se pot realiza numai prin metoda de matuire a geamului tamplăriei, în baza avizului emis de autoritățile administrației publice cu plata taxei de publicitate prevăzute în legislație;
- NU SE ADMIT RECLAME ȘI FIRME COMERCIALE AMPLASATE PE ZIDURILE FORTIFICATIEI, PE PORTALURILE DE INTRARE, PE TAMPLARIILE UȘILOR ȘI A FERESTRELOR SAU PE ZONA SUPERIOARA A ELEMENTELOR DE FORTIFICATIE (BASTIOANE, CONTRAGARZI, REVELINE, CURTINE, CLEȘTI, PORTI).
- NU SE ADMIT RECLAME LUMINOASE DE TIP NEON, LED CARE PRIN TUBURI ALCATUIESC TEXTE SAU IMAGINI.
- NU SE ADMIT FIRME POZITIONATE PE ZIDURI SAU ANCORATE ÎN ZONA CETĂȚII.

2. PANOURILE PUBLICITARE care au ca scop informarea privind derularea unor lucrări de investiții cu respectarea următoarelor condiții

- amplasamentul și caracteristicile panoului se vor stabili în baza unei documentații de urbanism aprobate, dacă legea nu prevede altfel.
- panourile publicitare vor fi amplasate pe sol astfel încât să nu împiedice percepția monumentului istoric și a obiectivelor majore care caracterizează ansamblul, circulația rutieră și/sau pietonală, ori accesul pietonal și/sau al autovehiculelor de intervenție și să se pe proprietăți, cu respectarea prevederilor prezentei legi.
- perioada de existență a panoului și conținutul informațiilor este stabilit prin lege
- NU SE ADMIT PANOURI PUBLICITARE AMPLASATE PE CALCANE, PE FAȚADE, PE TERASE ORI ACOPERIȘURI ALE CLĂDIRILOR, PE ZIDURILE FORTIFICATIEI SAU ANCORATE DE ACESTEA.

3. PANOURILE PUBLICITARE MOBILE care au ca scop promovarea comercială, comunicarea de tarife sau acțiuni promoționale, specifice activității desfășurate de beneficiarul publicității.

Acest tip de reclamă publicitară are un caracter temporar cu ocazia unor evenimente de promovare culturală și/sau comercială, pe perioada limitată determinată de calendarul de desfășurare a evenimentului.

Amplasarea

Acest tip de reclamă publicitară se va face pe corpuri pliante (detasabile), obligatoriu cu 2 fețe, așezate pe sol, respectiv pe pavament.

Amplasarea PANOURILOR PUBLICITARE MOBILE se face în baza avizului emis de administrația publică locală; perioada de valabilitate a avizului este stabilită în conformitate cu calendarul de desfășurare a evenimentului, dar nu mai mult de 30 zile.

Se vor respecta în următoarele condiții:

- a) dimensiunile panoului vor fi de 0,50 m x 0,90 m – dimensiune unică;
- b) amplasarea panoului este permisă numai pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,25 m

- c) amplasarea panoului se va face astfel încât să nu atingă zidurile și porțile fortificației sau zonele superioare ale acestora, și nu se sprijină de clădirile de cult : Ansamblul Arhiepiscopal Ortodox și Catedrala Romano - Catolică sau de alte obiective monument istoric și de arhitectură de importanță națională: Palatul princiar, Palatul episcopal, Bathyaneum, etc.
- d) amplasarea panoului este permisă numai în dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității și numai pe durata programului de funcționare a acestuia.

4. STEAGURILE PUBLICITARE care au scop unic promovarea cetății, anunțuri cu privire la evenimentele de orice fel (istorice, culturale, economice, științifice, etc.) care se derulează sau urmează să se desfășoare

Se va aplica această formă de publicitate în baza unui proiect elaborat pentru toată zona istorică, aprobat conform legii, care va reglementa o rețea unitară de steaguri pe catarg/stalp propriu cu funcționare permanentă în baza unei documentații de urbanism avizate și aprobate conform legii.

Proiectul va stabili amplasamentele, dimensiunile și caracteristicile mijlocului de publicitate, respectând condițiile specifice din Legea 185/2013, și anume:

(1) Steagurile publicitare montate pe catarg și pe stâlpi, la înălțimea minimă de 2,50 m de la cota terenului amenajat, se amplasează numai în locuri în care nu împiedică vizibilitatea circulației rutiere.

(2) Pe un catarg se pot amplasa cel mult 2 steaguri.

(3) Durata de menținere a steagurilor publicitare va fi de maximum 30 de zile calendaristice, cu posibilitatea prelungirii acestei perioade cu încă 30 de zile.

(4) Autorizarea pe baza documentației privind rezistența elementelor de susținere

- NU SE ADMIT STEAGURILE PUBLICITARE PANA LA APROBAREA UNOR AMPLASAMENTE INTEGRATE INTR-O RETEA UNITARA.

5. MESH – urile amplasate pe construcții, inclusiv pe monumentele istorice numai în situația în care acestea constituie protecție către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare, dar nu mai mult de un an calendaristic, și numai dacă reproduc imaginea construcției după consolidare/restaurare, eventualele texte de publicitate comercială vor ocupa cel mult 25% din suprafața totală a acesteia;

- NU SE ADMIT MESH – urile PE FATADELE SI CALCANELE CLADIRILOR INAFARA PERIOADEI DE EXECUTARE A LUCRARILOR DE CONSTRUIRE, CONSOLIDARE/RESTAURARE

6. INDICATOARELE PUBLICITARE DIRECȚIONALE se admit în scopul punerii în valoare a Cetății istorice pentru marcarea traseelor turistice și a zonelor de interes cum ar fi: locațiile monumentelor istorice și de for public, a muzeelor, a instituțiilor, a piațetelor publice, a traseelor santurilor fortificației, a locurile de recreere și agrement, a aleilor de promenadă și de biciclete și a spațiilor de desfășurare a evenimentelor, a altor puncte de atracție: hoteluri, restaurante, cafenele, etc.

Acest tip de publicitate se va face în baza unui proiect unic pe toată zona Cetății istorice respectând următoarele:

- tipurile adoptate, prin formă și alcatuire, se vor încadra în stilul istoric și se vor armoniza într-un concept unitar

- amplasamentele și indicatorul ca obiect vor fi reglementate printr-o documentație de urbanism avizată și aprobată conform legii

- NU SE ADMIT INDICATOARE PUBLICITARE DIRECTIONALE PE STALPII DE ILUMINAT PUBLIC

7. MIJLOACELE DE PUBLICITATE SPECIALE sunt forme de publicitate cu caracter de unicat prin caracteristicile constructive adoptate și se autorizează ca obiect cu rol publicitar și decorativ în același timp fiind amplasat pe spațiul public sau în incintele instituțiilor publice.

Acest tip de publicitate va îndeplini următoarele condiții:

- se va amplasa în baza unei documentații de urbanism avizate și aprobate conform legii

- se va armoniza cu spațiu dominant și cu caracterul istoric al zonei

- NU SE ADMIT MIJLOACE DE PUBLICITATE SPECIALE IN PIATA CENTRALA A CETATII, IN PIATETELE PUBLICE, PE PLATOUL DIN FATA ANSAMBLULUI ARHIEPISCOPAL ORTODOX

8. PUBLICITATEA TEMPORARĂ ȘI PROIECTELE PUBLICITARE SPECIALE

se realizeaza folosind structuri publicitare autoportante și proiectele publicitare speciale avizate cu respectarea prevederilor privind publicitatea temporară prevăzute în prezenta lege.

(1) Executarea și amplasarea structurilor publicitare autoportante și a proiectelor publicitare speciale se face în baza unei documentații tehnice întocmite de un arhitect cu drept de semnătură.

(2) Amplasarea mijloacelor de publicitate temporară se va stabili în baza avizului emis de autoritățile publice locale, la propunerea solicitantului.

În vederea obținerii avizului pentru publicitate temporară, menționat la [art. 6](#), mijloacele de publicitate 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 avizului, depusă de solicitant;

b) să poată fi montate/demontate în/din toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate temporară, în cel mult 24 de ore;

c) toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate temporară să fie aduse la starea inițială, în cel mult 48 de ore de la încheierea termenului de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară.

ART. 47

Amplasarea mijloacelor de publicitate prevazute la art. 48 se face in baza prevederilor legale cu respectarea prezentului Regulament si cu aviz de la Ministerul Culturii.

SECTIUNEA 3

3. ZONA DE PUBLICITATE RESTRANSA – ZONA B este definita de zonele de protectie a tuturor cladirilor monument istoric si de for public din afara arealului Cetatii istorice ALBA CAROLINA si a zonei de protectie a acesteia, conform delimitarii din PUG al municipiului Alba Iulia.

ART. 48

Categoriile de mijloace de publicitate admise sunt:

1. FIRMELE

Regulile privind amplasarea firmelor sunt cele mentionate la art.18, art.19, art.20 si art.21

2. PANOURILE PUBLICITARE care au ca scop informarea privind derularea unor lucrari de investitii cu respectarea urmatoarele conditii

- amplasamentul si caracteristicile panoului se vor stabili in baza unei documentatii de urbanism aprobate, daca legea nu prevede altfel.

- panourile publicitare vor fi amplasate pe sol astfel încât să nu împiedice perceptia monumentului istoric si a obiectivelor majore care caracterizeaza ansamblul, circulatia rutiera și/sau pietonală, ori accesul pietonal și/sau al autovehiculelor de interventie si sa pe proprietăți, cu respectarea prevederilor prezentei legi.

- perioada de existenta a panoului si continutul informatiilor este stabilit prin lege

- NU SE ADMIT PANOURI PUBLICITARE, ECRANE SI PUBLICITATE LUMINOASA AMPLASATE PE CALCANE, PE FAȚADE, PE TERASE ORI ACOPERIȘURI ALE CLĂDIRILOR AMPLASATE IN ZONA DE PROTECTIE A MONUMENTELOR ISTORICE SAU DE FOR PUBLIC

3. PANOURILE PUBLICITARE MOBILE

Regulile privind amplasarea panourilor publicitare mobile sunt cele mentionate la art.33

4. MOBILIERUL URBAN CA SUPTOR PUBLICITAR

Regulile privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar sunt conform art.34

5. BANNERELE ȘI STEAGURILE PUBLICITARE

Regulile privind amplasarea bannerelor și steagurilor publicitare sunt cele mentionate la art.35, art.36 si art.37

6. MESH – urile amplasate pe constructii, inclusiv pe monumentele istorice numai în situația în care acestea constituie protecție către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare, dar nu mai mult de un an calendaristic, și numai dacă reproduc imaginea construcției după consolidare/restaurare, eventualele texte de publicitate comercială vor ocupa cel mult 25% din suprafața totală a acesteia;

- NU SE ADMIT MESH – uri PE FATADELE SI CALCANELE CLADIRILOR AMPLASATE IN ZONA DE PROTECTIE A MONUMENTELOR ISTORICE SI DE FOR PUBLIC INAFARA PERIOADEI DE EXECUTARE A LUCRARILOR DE CONSTRUIRE.

7. INDICATOARELE PUBLICITARE DIRECȚIONALE

Regulile privind amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale sunt cele menționate la art.37

8. PUBLICITATEA TEMPORARĂ ȘI PROIECTELE PUBLICITARE SPECIALE

Regulile privind publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale sunt cele menționate la art.38, art.39, art.40 și art.41

9. AFIȘELE PUBLICITARE ȘI ANUNȚURILE DE MICĂ PUBLICITATE

Regulile privind amplasarea afișelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate sunt cele menționate la art.42 și art.43

10. PUBLICITATEA PE VEHICULE ȘI PE MIJLOACE DE TRANSPORT ÎN COMUN

Regulile privind publicitatea pe vehicule publicitare și pe mijloace de transport în comun sunt cele menționate la art.44 și art.45

ART. 49

Amplasarea mijloacelor de publicitate prevazute la art. 48 se face in baza prevederilor legale cu respectarea prezentului Regulament si cu aviz de la Directia judeteana de cultura, culte si patrimoniu

CAPITOLUL VI SANȚIUNI

ART. 50

(1) Nerespectarea prevederilor prezentului Regulament privind amplasarea si autorizarea mijloacelor de publicitate atrage răspunderea materială și contravențională, după caz, in conformitate cu prevederile Legii 185/2013.

(2) Sancțiunile prevăzute în prezenta lege se completează cu cele referitoare la nerespectarea legislației în vigoare privind autorizarea construcțiilor, urbanismul și amenajarea teritoriului.

CAPITOLUL VII Dispoziții tranzitorii și finale

ART. 51

(1) În vederea asigurării respectării prevederilor Regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate cu situația de fapt din teren, autoritatea administrației publice locale a municipiului Alba Iulia, prin grija primarului, va constitui echipa de control alcătuită din personal din cadrul Biroului de disciplina in constructii si din cadrul Politiei locale, care, în termen de 30 de zile de la adoptarea regulamentului va identifica și va notifica proprietarii de mijloace de publicitate a căror amplasare nu mai corespunde cu noile reglementări, astfel:

a) pentru panourile situate pe domeniul public și privat al statului și autorităților publice locale, care nu sunt autorizate în conformitate cu prevederile legale sau care au fost amplasate fără respectarea prevederilor legale ori care nu au inscripționate informațiile privind denumirea operatorului, codul de identificare fiscală a acestuia și numărul autorizației de construire, se va dispune dezafectarea;

b) pentru panourile situate pe proprietatea persoanelor fizice sau juridice, care nu au fost autorizate sau care nu au contracte de închiriere valabile la data intrării în vigoare a prezentei legi ori care nu au inscripționate informațiile privind denumirea operatorului, codul de identificare fiscală al acestuia și numărul autorizației de construire, se va dispune dezafectarea.

ART. 52

Termenul de demarare a procedurii de licitație publică a amplasamentelor identificate pe domeniul public sau privat al statului ori al unității administrativ-teritoriale, ramase libere și care se încadrează în prevederile prezentului regulament se stabilește prin Hotărâre de Consiliu Local.

ART. 53

(1) Mijloacele de publicitate autorizate până la data intrării în vigoare a prezentei legi pot fi menținute pe amplasamentele autorizate până la data expirării contractelor de publicitate în curs, dar nu mai târziu de 1 ianuarie 2014.

(2) Prin excepție de la dispozițiile alin. (1), pot fi menținute pe amplasamentele autorizate, până la data expirării contractelor de publicitate în curs, acele mijloace de publicitate care respectă prevederile prezentei legi, iar prin amplasament și caracteristici se încadrează în categoria de mijloace de publicitate admise de regulamentul local de publicitate. Confirmarea îndeplinirii tuturor condițiilor menționate se realizează de către autoritățile administrației publice locale.

(3) Contractele existente la data intrării în vigoare a prezentei legi vor fi completate și modificate conform procedurilor acesteia.

(4) Prin excepție de la dispozițiile alin. (3), contractele valabile pe o perioadă de maximum 30 de zile de la data intrării în vigoare a prezentei legi rămân în vigoare până la expirarea perioadei de valabilitate.

ART. 54

(1) Supravegherea și controlul privind respectarea prevederilor Regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate, precum și aplicarea sancțiunilor revin Biroului de disciplină din cadrul Direcției de urbanism și amenajarea teritoriului și Compartimentului cu atribuții în domeniul disciplinei în construcții și al afișajului stradal din cadrul Poliției Locale.

(2) Potrivit Legii Nr. 50/1991 și Legii Nr. 155/2010 în domeniul disciplinei în construcții și al afișajului stradal, direcția de urbanism și poliția locală are următoarele atribuții:

a) efectuează controale pentru identificarea lucrărilor de construcții privind amplasarea mijloacelor de publicitate executate fără autorizație de construire, respectiv a mijloacelor de publicitate temporară fără aviz;

c) verifică respectarea prevederilor Regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate, a normelor legale privind afișajul publicitar, afișajul electoral și orice altă formă de afișaj/reclamă, inclusiv cele referitoare la amplasarea firmei la locul de desfășurare a activității economice;

d) consemnează, printr-un proces-verbal, modul de respectare a prevederilor autorizației de construire, respectiv a avizului pentru publicitate temporară, înainte de punerea în funcțiune a obiectivului, procesul verbal va fi încheiat în 2 exemplare, 1 exemplar pentru investitor și 1 exemplar se va însoți la Biroului de disciplină din cadrul Direcției de urbanism și amenajarea teritoriului, care va ține evidența mijloacelor de publicitate pe raza Municipiului Alba Iulia;

e) participă la acțiunile de demolare/dezmembrare/dinamitare a mijloacelor de publicitate efectuate fără autorizație, respectiv a mijloacelor de publicitate temporară fără aviz pe domeniul public sau privat al municipiului Alba Iulia, ori pe spații aflate în administrarea autorităților administrației publice locale sau a altor instituții/servicii publice de interes local, prin asigurarea protecției perimetrului și a libertății de acțiune a personalului care participă la aceste operațiuni specifice;

f) constată contravențiile, conform prevederilor stabilite prin Legea 185/2013, cu respectarea prevederilor art. 4 alin. (1) din Ordonanța Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 180/2002, cu modificările și completările ulterioare și înaintează procesele-verbale de constatare a contravențiilor, în vederea aplicării sancțiunii, primarului municipiului Alba Iulia sau persoanei împuternicite de acesta.

ALBA IULIA, 31.10.2013

PRESEDINTELE SEDINTEI

CONSILIER

VASILE CRISAN

CONTRASEMNEAZA

SECRETAR

MARCEL JELER

**ANEXA 1 la REGULAMENTUL
privind organizarea, autorizarea si amplasarea mijloacelor de publicitate**

Pentru obținerea certificatului de urbanism, în vederea amplasării mijloacelor de publicitate, beneficiarul (solicitantul) va depune la registratura Primăriei Municipiului Alba Iulia, pentru serviciul de urbanism următoarele:

- cerere completată cu elementele de identificare ale beneficiarului;
- plan de încadrare în zonă – sc. 1:1.000; sc. 1:5.000
- plan de situație, la scara 1:500, pe care va fi marcat vizibil locul de amplasare a panoului publicitar și cotate față de repere fixe identificabile;
- grafica reclamei, din care să rezulte culorile folosite, dimensiunile și sistemul de prindere ce va fi folosit;
- simulare foto a sistemului publicitar pe locația solicitată;
- extras C.F. nu mai vechi de 3 luni al imobilului în cauză, dacă este pe proprietate privată;
- acordul de principiu (date de identificare și semnătura) al proprietarilor – persoane fizice sau juridice care vor fi afectați de amplasarea mijlocului de publicitate și care va constitui, ulterior, baza de încheiere a contractului;
- document de plată a taxei pentru eliberarea Certificatului de Urbanism;

Pentru obținerea Autorizației de Construire, beneficiarul (solicitantul) va întocmi și va depune, următoarea documentație:

- cerere tip pentru emiterea Autorizației de Construire, completată cu elemente de identificare și date tehnice conform proiectului pentru autorizarea executării lucrărilor de construire;
- certificat de urbanism (în copie);
- proiectul pentru autorizarea executării lucrărilor de construire întocmit de un proiectant autorizat, în 2 exemplare;
- documentul de plată a taxei pentru eliberarea autorizației de construire;
- documentele, avizele și acordurile solicitate prin certificatul de urbanism.

Pentru obținerea avizului Comisiei tehnice de amenajare a teritoriului din cadrul Primăriei Municipiului Alba Iulia, se depun aceleași documente ca cele solicitate pentru obținerea certificatului de urbanism.

Nota: Avizul se eliberează de către Comisia tehnică de amenajare a teritoriului din cadrul Primăriei Municipiului Alba Iulia la fiecare schimbare a graficii reclamei.

Avizarea este obligatorie la fiecare schimbare a graficii, chiar dacă reclama în cauză s-a amplasat în mod repetat, dar nu continuu, pe aceeași locație și a mai făcut obiectul avizării într-o solicitare ulterioară.

Alba Iulia, 31 octombrie 2013

PRESEDINTELE SEDINTEI
CONSILIER
VASILE CRISAN

CONTRASEMNEAZA
SECRETAR
MARCEL JELER

**ANEXA 2 la REGULAMENTUL
privind organizarea, autorizarea si amplasarea mijloacelor de publicitate**

Pentru obținerea avizului autorității publice locale , în vederea amplasării mijloacelor de publicitate temporara, beneficiarul (solicitantul) va depune la registratura Primăriei Municipiului Alba Iulia, spre știința Viceprimarului municipiului Alba Iulia, următoarele:

- cerere completată cu elementele de identificare ale beneficiarului;
- plan de încadrare în zonă – sc. 1:1.000; sc. 1:5.000
- plan de situație, la scara 1:500, pe care va fi marcat vizibil locul de amplasare a panoului publicitar și cotate față de repere fixe identificabile;
- scopul publicității temporare și perioada solicitată, dar nu mai mult de 30 zile
- grafica reclamei, din care să rezulte tipul, forma și alcatuirea cu marcarea dimensiunilor și culorilor adoptate și faptul că nu sunt necesare fundații izolate sau prinderi care pot afecta imbracaminta terenului sistematizat (asfalt, dalaj, paviment, etc) și prin urmare sunt îndeplinite prevederile regulamentului pentru publicitate temporară
- simulare foto a sistemului publicitar pe locația solicitată;
- extras C.F. nu mai vechi de 3 luni al imobilului în cauză;
- acordul de principiu (date de identificare și semnătura) al proprietarilor – persoane fizice sau juridice care vor fi afectați de amplasarea mijlocului de publicitate și care va constitui, ulterior, baza de încheiere a contractului, dacă este cazul;

Perioada de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară este de maximum 30 de zile și poate fi prelungită o singură dată, la cererea solicitantului, pentru o perioadă cel mult egală cu cea aprobată inițial.

Alba Iulia, 31 octombrie 2013

PRESEDINTELE SEDINTEI
CONSILIER
VASILE CRISAN

CONTRASEMNEAZA
SECRETAR
MARCEL JELER

