

REGULAMENT

privind organizarea, autorizarea și amplasarea mijloacelor de publicitate pe raza municipiului Sfântu Gheorghe

CAPITOLUL I

Dispoziții generale

Art. 1. Prezentul regulament stabilește modul de organizare, autorizare și amplasare a mijloacelor de publicitate pe raza municipiului Sfântu Gheorghe.

Art. 2. Agenții economici, persoane juridice române sau străine, precum și persoanele fizice autorizate conform legii pot folosi mijloacele de publicitate, reclamă și afișaj în Municipiul Sfântu Gheorghe, cu respectarea dispozițiilor legale și ale prezentului regulament.

(1) Regulamentul este elaborat în temeiul prevederilor:

a) Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, republicată cu modificările și completările ulterioare;

b) Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate

c) Legii nr. 148/2000 privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare;

d) Legii nr. 422/2001 privind protejarea monumentelor istorice, republicată ;

e) Ordinului nr. 571/1997 pentru aprobarea Normelor tehnice privind proiectarea și amplasarea construcțiilor, instalațiilor și panourilor publicitare în zona drumurilor;

f) Ordonanței Guvernului nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor, republicată, cu modificările și completările ulterioare;

g) Legii nr. 571/2003 privind Codul fiscal, cu modificările și completările ulterioare;

h) Legii nr. 457/2004 privind publicitatea și sponsorizarea pentru produsele din tutun, cu modificările și completările ulterioare;

i) Legii nr. 196/2003 privind prevenirea și combaterea pornografiei, cu modificările și completările ulterioare;

j) Ordinului nr. 268/2003 pentru aprobarea Normelor privind definirea, descrierea și prezentarea buturilor spirtoase;

k) Ordonanței Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, republicată , cu modificările și completările ulterioare;

m) Hotărârii 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, aprobată cu modificări prin Legea nr. 3/2003;

n) Legea nr.24/2007, republicată actualizată , privind reglementarea și administrarea spațiilor verzi din intravilanul localităților)

Art. 3. Prevederile prezentului regulament se aplică proprietarilor și beneficiarilor mijloacelor de publicitate, precum și operatorilor de publicitate.

CAPITOLUL II

Definiții

Art. 4. În sensul prezentului regulament, termenii de mai jos vor avea următorul înțeles:

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

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

c) **ecran publicitar** - ecran cu LED-uri, LCD sau altele asemenea, pe care se rulează grafică, spoturi și altele asemenea, cu conținut dinamic și de dimensiuni variabile;

e) **firm** - orice inscripție, formă sau imagine atașată unei clădiri, cu referire la un operator economic sau la o activitate care se desfășoară în interiorul clădirii;

f) **indicator publicitar direcțional (panou direcțional)** - înscris, formă ori imagine care indică direcția, proximitatea unui obiectiv sau a unei clădiri unde se desfășoară o anumită activitate. În aceeași categorie se includ bannerul vertical, caseta luminoasă, tabloul indicatoare, toate de mici dimensiuni, fixate prin prinderi speciale pe clădiri, stâlpi și altele asemenea;

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

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

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

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

k) **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;

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

m) **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, lansării de produse, deschideri de magazine și altele asemenea, precum și 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;

n) **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;

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

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

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

s) **reclamă publicitară** - activitatea și inscripția cu rol de a atrage atenția 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;

u) **structură de publicitate autoportantă** - cadru suport amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate, pe care sunt dispuse fee realizate din materiale ușoare de tip mesh, plasă fină, pânză și altele asemenea, pe care se află imprimate reclame și mesaje publicitare.

) **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 fixe fundație;

u) **calcan** - fa adăpost goluri a unei construcții, situat pe limita de proprietate laterală sau posterioară, destinat să fie acoperit de zidul asemănător al unei clădiri vecine;

v) **încint** - suprafața de teren înconjurat din toate părțile de construcții, de amenajări sau împrejurări.

CAPITOLUL III

Zonele de publicitate restrâns

Art.5. În cadrul zonelor de publicitate restrâns (ANEXA nr. 1) - zonele delimitate prin documentațiile de urbanism (PUG, PUZ) zona centrală, zone istorice, conform studiului de fundamentare al P.U.G. - este interzisă amplasarea de mijloace de publicitate, cu excepția firmelor.

(1) Sunt admise:

a) amplasare de firme pe fațada imobilului cu litere aplicate independent (fără suport comun), iluminate arhitectural, al căror design să preia elementele stilistice din arhitectura imobilului (formă, culoare);

b) mijloace publicitare care fac reclamă la evenimente culturale sau sportive, în cadrul unor campanii publicitare de interes public sau umanitar pe o durată de max. 15 zile, cu condiția obținerii avizului de publicitate temporară;

c) amplasarea fanioanelor municipalității pe stâlpii de iluminat public montate prin grija Biroului imagine din cadrul Primăriei municipiului Sfântu Gheorghe.

d) aplicare reclamă pe suprafața vitrinei max.10% din suprafața acesteia

(2) Sunt interzise:

a) convertirea firmelor (care anunță activitate comercială) în reclame, prin afișarea produselor, marcurilor și a serviciilor oferite, respectiv amplasarea casetelor mixte de firmă și reclamă;

b) mascarea/acoperirea elementelor de arhitectură și a decorațiunilor de orice fel (ornamente, ancadramente, stucături, feronerie) a construcțiilor;

c) mascarea/acoperirea geamurilor vitrinelor cu folii;

(3) Sunt obligatorii:

a) amenajarea vitrinelor la spațiile comerciale, care au vitrine din construcție

CAPITOLUL IV

Zonele de publicitate liberă

Art. 6. (1) Zonele de publicitate liberă sunt zone în care pot fi amplasate toate categoriile de mijloace de publicitate, dar numai cu asigurarea coerenței imaginii urbane.

(2) Sunt interzise amplasarea mijloacelor publicitare pe spații verzi din intravilanul municipiului Sfântu Gheorghe.

CAPITOLUL V

Reguli generale privind amplasarea firmelor

Art. 7. Firmele vor fi amplasate pe faada spa iului pe care le definesc, în locuri special prevăzute sau care sunt posibile din punct de vedere arhitectural și constructiv;

a) pe clădirile de locuit având spații cu altă destinație la parter sau mezanin, se amplasează numai pe porțiunea de faadă corespunzătoare acestor spații sau pe parapetul plin și continuu al primului etaj, unde este cazul, cu acordul proprietarilor respectiv acordul Asociației de proprietari;

b) firmele în consolă se amplasează la o înălțime minimă de 2,50 m de la nivelul trotuarului. Față de planul vertical al faadei, firmele vor putea ieși în consolă maximum 1,20 m, dar pstrând 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 faadei maximum 1,50 m; ele vor pstră 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.

f) 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.

g) firmele iluminate vor fi amplasate la minimum 3,00 m de la nivelul solului.

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

Art.8. În situația prevăzută la Art. 7 lit. e), firmele se amplasează astfel:

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

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

Art. 9. Amplasarea firmelor se realizează numai după obținerea autorizației de construire emise în condiții Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, republicată, cu modificările și completările ulterioare.

Art.10. Prin excepție de la prevederile Art. 9, autorizația de construire nu este necesară în cazul firmelor inscripționate pe vitrinele și ușile de acces.

Art. 11. Firmele inscripționate pe vitrinele/ușile de acces se pot amplasa în baza avizului emis de Direcția de Urbansim al municipiului Sfântu Gheorghe, și cu achitarea prealabilă a taxelor de publicitate prevăzute de legislația în vigoare.

Art. 12. Firmele vor fi cel puțin bilingve (română și maghiară).

CAPITOLUL VI

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

Art. 13. 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, fără acordul proprietarului.

Art. 14. (1) Pot fi amplasate panouri publicitare, ecrane și publicitate luminoasă pe calcane, pe faade, 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 faadele clădirilor vor fi iluminate, cu reflectoare astfel amplasate încât să asigure o iluminare uniformă și să nu afecteze traficul auto, pietonal, confortul locatarilor din imobil.

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

Art. 15. (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 sau în cazul închirierii spațiului pentru publicitate.

(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. 16. 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 faada construcției-suport are înălțimea mai mică de 15,00 m;

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

Art. 17. (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 proiectarea la sol a panoului se va situa în afara gabariturii carosabilului.

Art. 18. (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 proprietate, cu respectarea prevederilor legii.

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

Art. 19. (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 condițiile legii.

(2) Sunt exceptate mijloacele de publicitate amplasate în interiorul incintelor centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale, astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare.

Art. 20. (1) Se interzice montarea pe trotuare și spații pietonale cu înălțimea mai mică de 2,25 m, precum și pe zonele verzi dintre trotuar sau spațiu pietonal și carosabilul 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. 21. De-a lungul drumurilor de interes național, județean, precum și a arterelor de centură, conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, în cadrul zonei de protecție a acestora se pot amplasa panouri publicitare în condițiile legii.

Art. 22. Panourile și ecranele publicitare amplasate pe sol în intravilanul și extravilanul municipiului Sfântu Gheorghe vor avea dimensiunile prevăzute de lege.

Art. 23. Amplasarea panourilor publicitare la sol pe domeniul public, privat și pe imobile se realizează numai după obținerea Autorizației de Construire emise în condițiile Legii nr.50/1991 autorizarea executării lucrurilor de construcții, republicată, cu modificările și completările ulterioare și în baza unui contract de închiriere cu proprietarul imobilului sau terenului.

Art. 24. Închirierea suprafețelor publicitare de către operatorii de publicitate se va face numai prin licitație publică.

Art. 25. (1) Se admite amplasarea de panouri/ecrane și publicități luminoase pe clădirile instituțiilor de învățământ, de cultură sau alte asemenea, numai dacă reclama are legătură cu obiectul de activitate al instituției.

Art. 26. Conținutul reclamei va fi cel puțin în bilingv (română și maghiar).

CAPITOLUL VII

Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare mobile

Art. 27. 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 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.
- c) forma panoului va fi concepută de Biroul Imagine, Organizare Evenimente Culturale, Tour Info din cadrul Primăriei municipiului Sfântu Gheorghe.

CAPITOLUL VIII

Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

Art. 28. (1) Pot fi utilizate ca suport publicitar următoarele tipuri de mobilier urban: ad posturile destinate publicului/stațiile de autobuz, chiocurile de ziare și alte chiocuri cu activități comerciale, cu respectarea prevederilor prezentului Regulament.

(2) Ad posturile 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) Chiocurile de ziare și alte chiocuri cu activități comerciale pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panouri cu suprafață unitară de maximum 2,00 mp; în cazul în care sunt amplasate mai multe panouri, suprafața totală de publicitate pentru un chioch nu va depăși 6,00 mp.

(4) Se interzice instalarea panourilor pe acoperișul ad posturilor destinate publicului, stațiilor de autobuz și al chiocurilor.

CAPITOLUL IX

Reguli generale privind amplasarea bannerelor și steagurilor publicitare

Art. 29. 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, pentru o durată maximă de 30 zile;

Art. 30. În municipiul Sfântu Gheorghe nu se acceptă amplasarea bannerelor publicitare;

Art. 31. (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 poate amplasa un singur steag.

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

(4) Sunt exceptate de la prevederile alin. (2)-(3) steagurile publicitare amplasate în incintele centrelor comerciale, supermarketurilor, hipermarketurilor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare, cu condiția să nu afecteze vizibilitatea circulației rutiere.

CAPITOLUL X

Reguli generale privind amplasarea mesh-urilor

Art. 32. Este permisă amplasarea de mesh-uri și mesh-uri digitale, în următoarele situații:

a) pe construcții, inclusiv monumente istorice amplasate în zone de publicitate restrânsă, sau în zone în care este interzisă publicitatea, numai în situația în care acestea constituie protecție a monumentelor din 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;

b) pe calcanele construcțiilor care nu sunt clasate monumente istorice.

CAPITOLUL XI

Reguli generale privind amplasarea indicatoarelor direcționale

Art. 33. (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, cu acordul proprietarilor, 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;

(2) Amplasarea de stâlpi-suport pentru indicatoarele publicitare direcționale se va realiza în baza autorizației de construire, emisă de primarul municipiului Sfântu Gheorghe.

CAPITOLUL XII

Reguli generale privind publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale

Art. 34. (1) Orice persoană fizică sau juridică poate beneficia de dreptul la publicitate temporară, în condițiile prezentei legi.

(2) Amplasarea mijloacelor de publicitate temporar este maximum 30 zile și poate fi prelungit o singură dată, la cererea solicitantului, pentru o perioadă cel mult egală cu cea aprobată inițial.

Art. 35. În vederea obținerii avizului pentru publicitate temporară, a mijloacelor de publicitate care nu necesită fundamente în cadrul unor campanii publicitare sau/activitate de promovare ce nu depășește 30 zile, 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, de către 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. 36. (1) În situația în care la încheierea perioadei de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară, există mai multe solicitări de amplasare de mijloace de publicitate temporară, consiliul local al municipiului Sfântu Gheorghe va atribui amplasamentul prin licitație publică organizată în condițiile legii.

(2) În cazul solicitării schimbării locațiilor în alte amplasamente decât cele stabilite inițial, se va obține avizul direcției de urbanism al municipiului Sfântu Gheorghe pentru publicitate temporară.

(3) Schimbarea locațiilor prevăzute la alin. (1) 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. 37. (1) Structurile publicitare autoportante și proiectele publicitare speciale se avizează cu respectarea prevederilor privind publicitatea temporară prevăzute în prezentul Regulament.

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

CAPITOLUL XIII

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

Art. 38. (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 Comisia de avizare a cererilor de organizare a adunărilor publice al consiliului local al municipiului Sfântu Gheorghe, cu durata de valabilitate de o zi.

Art. 39. Este permisă utilizarea ca suport pentru afișe/reclame publicitare a mijloacelor de transport în comun, cum ar fi autobuze, microbuze, cu condiția ca prin aceasta să nu fie afectată vizibilitatea celorlților înspre exteriorul mijlocului de transport.

CAPITOLUL XIV

Metodologia de autorizare și autorizare a firmelor și reclamelor

Art. 40. (1) Amplasarea panourilor publicitare la sol pe domeniu public și privat al municipiului, respectiv pe imobile proprietate privată, se va face numai după obținerea certificatului de urbanism și a autorizației de construire, emisă condiții Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, republicată, cu modificările și completările ulterioare și în baza unui contract valabil încheiat cu proprietarul/administratorul imobilului sau terenului.

(2) La emiterea autorizației de construire, emitentul va include în mod obligatoriu 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.

Art. 41. Autorizația de construire se va emite o singură dată, pentru fiecare locație în parte, pe perioada existenței unui contract de închiriere, indiferent de titularul contractului, dacă nu au intervenit modificări cu privire la amplasament, formă și dimensiunile panoului publicitar, prevăzute în autorizațiile de construire.

Art. 42. (1) În cazul în care, la expirarea termenului de încetare a funcționării mijlocului de publicitate autorizat, prevăzut la art. 40 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.

(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. 40 alin. (2), proprietarul construcției-suport de publicitate nu a îndeplinit obligațiile prevăzute la alin. (1), primarul municipiului Sfântu Gheorghe va 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) cad în sarcina proprietarului construcției și vor fi recuperate ulterior de la acesta.

(4) Procedura prevăzută la alin. (2) poate fi declanșată din oficiu de către primar, de către Inspectoratul de Stat în Construcții sau la solicitarea de întornerul 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. 43. Pentru obținerea certificatului de urbanism, în vederea amplasării de sisteme publicitare la sol, beneficiarul (solicitantul) va depune la registratura primăriei municipiului Sfântu Gheorghe următoarele documente:

cerere completată cu elementele de identificare ale beneficiarului și al amplasamentului;

a) plan de încadrare în zonă – scara 1:1.000, vizat de Oficiul de Cadastru și Publicitate Imobiliară.

b) 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;

c) grafică color a reclamei;

d) simulare foto a sistemului publicitar pe locația solicitată;

e) copie extras C.F. imobilului în cauză (nu mai vechi de 30 zile);

f) documentul de plată a taxei pentru eliberarea certificatului de urbanism.

Art. 44. Pentru obținerea autorizației de construire, beneficiarul (solicitantul) va depune la registratura primăriei municipiului Sfântu Gheorghe următoarele documente:

a) cerere tip pentru emiterea autorizației de construire, completată cu elemente de identificare și date tehnice conform proiectului pentru autorizarea executării lucrărilor de construire;

b) certificat de urbanism (în copie);

c) extras C.F. al imobilului în cauză (nu mai vechi de 30 zile), contract de închiriere/subînchiriere (după caz);

- d) proiectul pentru autorizarea executării lucrurilor de construire întocmit de un proiectant autorizat, în trei exemplare;
- e) documentul de plată a taxei pentru eliberarea autorizației de construire;
- f) documentele, avizele și acordurile solicitate prin certificatul de urbanism.

Art. 45. (1) În vederea obținerii avizului pentru publicitate temporară beneficiarul (solicitantul) va depune următoarele documente:

- a) cerere completată cu elementele de identificare ale beneficiarului și al amplasamentului;
- b) plan de încadrare în zonă – scara 1:1.000, vizat de Oficiul de Cadastru și Publicitate Imobiliară;
- c) plan de situație, la scara 1:500, pe care va fi marcat vizibil locul de amplasare a panoului publicitar și cotat față de repere fixe identificabile;
- d) grafică color al reclamei;
- e) copie extras C.F. al imobilului în cauză (nu mai vechi de 30 zile);

(2) Avizarea se concretizează printr-un act (aviz favorabil sau nefavorabil) care are caracter tehnic de obligativitate.

CAPITOLUL XV

Sancțiuni

Art. 46. (1) Nerespectarea prevederilor Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate și regulamentului local atrage răspunderea materială și contravențională, după caz, conform legii.

(2) Sancțiunile prevăzute în Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate se completează cu cele referitoare la nerespectarea legislației în vigoare privind autorizarea construcțiilor, urbanismul și amenajarea teritoriului.

(3) Agentul constator va aplica sancțiune complementară de ridicare a panoului publicitar mobil în vederea eliberării domeniului public (panoul publicitar mobil va fi depus la sediul poliției locale și va putea fi ridicat în momentul în care solicitantul face dovada respectării prevederilor stabilite prin prezentul regulament).

Art. 47. (1) Sancțiunile se aplică conform pct. (2), art. 49 din Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate.

CAPITOLUL XVI

Dispoziții tranzitorii și finale

Art. 48. În vederea asigurării respectării prevederilor Regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate cu situația de fapt din teren, Poliția locală al municipiului Sfântu Gheorghe, 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 regulamente, 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 înscrisionate 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 înscrisionate informațiile privind denumirea operatorului, codul de identificare fiscală al acestuia și numărul autorizației de construire, se va dispune dezafectarea.

Art. 49. (1) Mijloacele de publicitate autorizate pân la data intrării în vigoare a prezentului Regulament, pot fi menținute pe amplasamentele autorizate pân la data expirării contractelor de publicitate în curs, dar nu mai târziu de 1 iunie 2014.

(2) Prin excepție de la dispozițiile alin. (1), pot fi menținute pe amplasamentele autorizate, pân 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 Poliția locală al municipiului Sfântu Gheorghe.

(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 prezentului Regulament rămân în vigoare pân la expirarea perioadei de valabilitate.

Art. 50. În termen de 5 zile de la notificarea emisă conform Art. 48 nu mai veche de 30 zile lit. a) și b), primarul municipiului Sfântu Gheorghe va dispune demolarea mijloacelor de publicitate amplasate contrar prevederilor prezentului Regulament, pe cheltuiala proprietarului, fără emiterea unei autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor judecătorești.