

REGULAMENT

pentru amplasarea mijloacelor de publicitate în ORAȘUL SOVATA

I. DISPOZIȚII GENERALE

Art. 1.

(1) Prezentul regulament privind amplasarea mijloacelor de publicitate în Orașul Sovata, denumit în continuare regulament, stabilește cadrul juridic unitar pentru amplasarea mijloacelor de publicitate.

(2) Regulamentul este aplicabil persoanelor fizice și juridice de drept public și de drept privat și privește mijloacele de publicitate amplasate pe domeniul public și privat al Orașului Sovata, cât și pe proprietățile particulare.

Art.2. Scopul regulamentului este de asigurare a unui cadru legal coerent, armonios, sigur și sănătos, prin care se urmărește protecția mediului natural, a zonelor cu valoare istorică și arhitecturală, a zonelor naturale protejate, cu respectarea calității în construcții, în conformitate cu legislația în vigoare în această materie, precum și documentațiile de urbanism aprobate.

II. DEFINIȚII

Art.3. În intelesul prezentului regulament, termenii de mai jos se definesc:

- a) **publicitate** - totalitatea sistemelor modalităților, instrumentelor specifice utilizate pentru a facilita cunoașterea și aprecierea de către consumatori a anumitor produse și servicii care fac obiectul vânzării sau pentru a informa publicul asupra unor evenimente, asupra sediilor unor persoane juridice, a destinației spațiilor, etc;
- b) **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;
- c) **aviz** - act tehnic cu caracter obligatoriu, emis de structura de specialitate a administrației publice locale, în urma unei proceduri de analiza a proiectului tehnic și a oportunității din punct de vedere urbanistic, pentru amplasarea mijloacelor de publicitate temporară, având structuri fără fundație;
- d) **banner** - suport pentru mesajul publicitar confecționat din folie sintetică sau din material textil, în mod obișnuit cu formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice;
- e) **calcan** - fațadă fără goluri a unei construcții situate pe limita de proprietate lateral sau posterioară
- f) **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
- g) **firmă** - orice inscripție, forma sau imagine atașată unei clădiri, cu referire la un operator economic sau la o activitate care se desfășoară în interiorul clădirii;
- h) **incinta** – suprafața de teren înconjurată din toate părțile de construcții, de amenajări sau împrejmuiuri;

- i) **indicator publicitar direccional (panou direccional)** - 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, tăbliță indicatoare, toate de mici dimensiuni, fixate prin prinderi speciale pe clădiri, stâlpi și altele asemenea;
- j) **mesh** - suport pentru mesajul publicitar confecționat din material sintetic perforat, cum ar fi plasă fină, de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri;
- k) **mijloace de publicitate** - ansamblu de elemente constructive folosite în scopul prezentării unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste ori a unui eveniment;
- l) **panou publicitar mobil** - panou publicitar de dimensiuni recluse, amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate;
- m) **panou publicitar** - structura provizorie folosită pentru afișarea unui mesaj publicitar;
- n) **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;
- o) **promovare** - ansamblu de activități și mijloace folosite pentru a difuza un produs sau serviciu pe piață;
- p) **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;
- q) **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;
- r) **publicitate pe vehicule** - publicitate realizată prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau vopsirea vehiculelor în scopuri publicitare;
- s) **publicitate stradala (outdoor)** - publicitate efectuată în spații deschise, în exteriorul clădirilor;
- ș) **publicitate temporară** - publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestații culturale sau sportive, precum și pentru acțiuni de promovare de produse sau activități;
- t) **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;
- ț) **steag publicitar** - piesă de stofă, pânză sau material plastic atasată la un suport lance, catârg sau stâlp, purtând culori, embleme, simboluri sau mesaje publicitare;
- u) **structura 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 material ușor de tip mesh, clasă fină, pânză și altele asemenea, pe care se află imprimare reclame și mesaje publicitare
- v) **zona de publicitate restrânsă** - zona Stațiunii Turistice din Oraș Sovata în care sunt impuse restricții speciale sau /și sunt permise numai anumite categorii de mijloace de publicitate;
- w) **zona de publicitate largită** - zona în care pot fi amplasate toate categoriile de mijloace de publicitate.

III. CLASIFICAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE

Art.4. Mijloacele de publicitate, astfel cum au fost definite la art.3, după modul de autorizare, se clasifică după cum urmează:

1) Mijloace de publicitate pentru a căror amplasare este necesară obținerea autorizației de construire. Din această categorie publicitate: fac parte următoarele mijloace:

- a) Panourile publicitare;
- b) Ecranele publicitare;
- c) Firmele luminoase sau neluminoase;
- d) Steagurile publicitare;

2) Mijloace de publicitate pentru a căror amplasare este necesară obținerea avizului de amplasament. Din această categorie fac parte următoarele mijloace de publicitate:

- a) Bannerele;
- b) Panourile direcționale;
- c) Mesh-urile;
- d) Panourile publicitare mobile;
- e) Proiecte publicitare speciale (provizorie).

IV. AUTORIZAREA AMPLASĂRII MIJLOACELOR DE PUBLICITATE

Art.5.

(1) Pentru mijloacele de publicitate descrise la art.4 pct. I), autorizația de construire se eliberează în condițiile Legii nr.50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții republicată, cu modificările și completările ulterioare, precum și a altor acte normative în această materie.

(2) Mijloacele de publicitate de la alin.1 au caracter provizoriu, durată de existență a acestora fiind înscrisă în autorizația de construire.

Art.6. Amplasarea de mijloace de publicitate pe schele, panouri de protecție sau împrejurimi ale șantierelor de construcții se autorizează odată cu autorizarea lucrărilor de execuție ale respectivelor construcții sau, după caz, odată cu autorizarea lucrărilor de organizare de șantier.

Art.7.

(1) La expirarea termenului de valabilitate prevăzut în autorizația mijlocului de publicitate, beneficiarul acesteia se obligă să desființeze, pe cheltuiala proprie, mijlocul de publicitate.

(2) În cazuri bine justificate, valabilitatea mijlocului de publicitate se poate prelungi numai prin eliberarea unei noi autorizații de construire.

(3) În cazul în care nu a fost reautorizat, iar beneficiarul nu a desființat mijlocul de publicitate prin mijloace proprii, Primarul Orașului Sovata poate dispune desființarea mijlocului de publicitate pe cale administrativă, în termen de 15 zile de la data expirării termenului de existență a mijlocului de publicitate, indiferent de categoria de proprietate pe care acesta este amplasat, fără emiterea unei autorizații de desființare.

(4) Desființarea mijlocului de publicitate menționat la alineatul precedent se va face prin dispoziție, cheltuielile urmând a fi recuperate de proprietarul mijlocului de publicitate, de către entitatea care le-a efectuat.

Art.8. Proprietarii mijloacelor de publicitate au obligația de a lua măsurile necesare pentru întreținerea și repararea acestora, ori de câte ori este necesar.

V. AVIZUL DE AMPLASAMENT A MIJLOCULUI DE PUBLICITATE

Art.9.

1) Avizul de amplasament este documentul tehnic care se eliberează pentru mijloacele de publicitate prevăzute la art.4 pct.2), de către Primăria Oraș Sovata - arhitectul șef - urmare analizei tehnice depuse de solicitant.

(2) Avizul de la alin.1 se eliberează pentru mijlocul de publicitate temporară, cu structura fără fundație.

Art.10. Cererea pentru obținerea avizului tehnic de amplasament însoțită de documentația prevăzută în regulamentul se depune la arhitectul șef.

Art.11. În vederea obținerii avizului de amplasament, solicitantul va depune la sediul autorității publice locale - Primăria Oraș Sovata o documentație cuprinzând următoarele:

a) Cerere tip;

b) Plan de amplasament cu indicarea poziționării mijlocului de publicitate, la scara 1:1000, 1:500, 1:200 sau 1:100;

c) Piese desenate cu detalii ale obiectului publicitar pentru care se solicită avizul de amplasament: vedere frontală, laterală sau orice alte detalii tehnice relevante pentru acesta, întocmite de un arhitect cu drept de semnătură;

d) Acordul scris al vecinilor, în cazul în care mijlocul de publicitate se amplasează la o distanță mai mică de 3,00 m față de limita de proprietate;

e) Imagini fotografice cu amplasamentul pentru care se solicită avizul;

f) În cazul amplasării de bannere sau mesh-uri se va prezenta un memoriu tehnic din care să rezulte starea tehnică și capacitatea portantă a elementului suport; se va prezenta acordul în formă scrisă a detinatorului/proprietarului elementului suport.

Art.12. Avizul tehnic de amplasament se emite în termen de maximum 15 zile de la data înregistrării solicitării.

Art.13.

(1) La data expirării termenului de valabilitate a avizului tehnic de amplasament beneficiarul are obligația de a elibera amplasamentul prin înlăturarea/desființarea mijlocului de publicitate

(2) În situația în care beneficiarul nu eliberează amplasamentul de la alin.1, primarul Orașului Sovata poate dispune înlăturarea fără preaviz a respectivului mijloc de publicitate, în termen de 15 zile de la data expirării acestuia, cheltuielile efectuate urmând a fi recuperate de la proprietarul mijlocului de publicitate, de către entitatea care le-a efectuat.

Art.14. Avizul tehnic de amplasament este valabil o perioadă de maximum 90 de zile și poate fi prelungit, la cererea beneficiarului, cu încă 90 de zile.

Art.15. Dispozițiile regulamentului nu sunt aplicabile mijloacelor de publicitate utilizate în timpul campaniilor electorale.

VI. STABILIREA ZONELOR DE PUBLICITATE ÎN ORAȘUL SOVATA

Art.16. Zonele de publicitate sunt:

A. Zona de publicitate largită;

B. Zona de publicitate restrânsă.

Art.17

ZONA DE PUBLICITATE LĂRGITĂ cuprinde:

1. *Străzile din UAT Sovata cu excepția străzilor (str. Principală, Trandafirilor, Bradului, Vulturului, Verii, Lalelelor, Cerbului, Câmpul Mic, Zorilor, Cireșului, Tivoli);*

2. *Centrele de interes comercial, și parcurile acestora;*

3. *Intrările principale în orașul Sovata.*

Art.18.

(1) În zonele de publicitate lărgită, prevăzute la art.17, amplasamentele situate pe terenuri proprietate publică a Orașului Sovata, destinate montării mijloacelor de publicitate, se concesionează și/sau închiriază prin licitație cu aprobare prin hotărâre adoptată în acest sens de către Consiliul Local Sovata, în termen de 60 de zile de la adoptarea prezentei hotarari.

(2) Amplasamentele de la alin. 1 se identifică de către Compartimentul Autorizări și disciplina în Construcții și se aprobă de către Primarul Orașului Sovata prin dispoziție.

Art.19.

(1) **ZONA DE PUBLICITATE RESTRÂNSĂ** cuprinde:

1. Zona centrală Oraș Sovata și Stațiunea Sovata UTR: 1, 2, 5, 18, 20, 23, 21, 19, 25, 24

2. Zonele din raza de protecție a monumentelor istorice.

(2) La zonele de publicitate restrânsă prevăzute la alin.1 se adaugă și zonele de publicitate restrânsă stabilite de lege, respectiv în perimetrul protejat al monumentelor și siturilor istorice, al monumentelor de for public, al monumentelor naturii sau al monumentelor de arhitectura și/sau al clădirilor cu valoare ambientală.

(3) Datele de identificare ale zonei de publicitate restrânsă sunt cuprinse în anexa care face parte din prezentul regulament (UTR).

Art.20. În zonele de publicitate restrânsă se pot amplasa următoarele mijloace publicitare:

a) firme luminoase și neluminoase;

b) steaguri publicitare pentru diverse evenimente;

c) indicatoare stradale;

d) panouri mobile pentru publicitate stradală, care se amplasează în imediata vecinătate a intrărilor în spațiile comerciale la care fac reclama, fără a afecta circulația pietonilor și numai în spații pietonale ce depășesc **2,25 m** latime.

Art.21. Publicitatea este permisă atât pe domeniul public sau privat al statului și al unității administrative - teritoriale, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, cu asigurarea coerenței imaginii urbane a zonelor.

Art. 22. Proprietarul construcției – suport pentru mijloace de publicitate are obligația afișării permanente de materiale publicitare, pe toată durata de menținere pe amplasament a acestora.

Art. 23. Amplasarea mijloacelor de publicitate în zona drumurilor publice, a podurilor, viaductelor, instalațiilor, pasajelor și tunelelor rutiere se face cu acordul deținătorilor acestora.

Art. 24. Amplasarea mijloacelor de publicitate **este interzisă:**

a) în ariile naturale protejate de interes național și internațional;

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

c) în locuri de joacă sau odihnă din zona blocurilor de locuințe;

d) pe clădirile sediilor administrative și ale instituțiilor publice, cu excepția afișajelor ce anunță activitatea proprie;

e) pe arbori;

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

g) pe obiecte de artă monumentală și monumente de for public ;

h) pe monumente istorice clasificate, cu excepția anunțurilor proprii și a „meshurilor” de mascare pe perioada lucrărilor de consolidare și restaurare a acestora;

i) pe clădiri aflate în stare avansată de degradare, pentru a nu li se degrada și mai rău anvelopa și elementele decorative ;

j) în incinta și pe împrejurimile cimitirelor, a lăcășurilor de cult, a parcurilor și grădinilor publice ;

k) în sensurile giratorii și în interiorul intersecțiilor;

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

m) pe stalpii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație ;

n) pe lucrările de artă care traversează drumul.

Art.25. Deasemenea, se interzice:

a) acoperirea cu orice mijloc de publicitate a suprafețelor vitrate ale clădirilor;

Art.34.

(1) Bannere și steaguri publicitare ce promovează evenimente culturale vor fi amplasate pe baza avizului temporar eliberat de Primăria Oraș Sovata.

(2) Amplasarea bannerelor în intersecții sau în zone ce împiedică vizibilitatea rutieră sau a monumentelor istorice ori naturale sau acolo unde există deja panouri publicitare autorizate este interzisă.

(3) Bannerele amplasate perpendicular pe axul drumurilor se vor monta la o înălțime **min de 5,00 m**, cu o distanță între bannerele de **min 100,00 m** pe o durată de timp de **maxim o lună calendaristică**, pe baza avizului temporar eliberat de Primăria Oraș Sovata.

Art.35.

(1) Indicatoare publicitare directionale se pot amplasa pe stâlpi pe care nu sunt amplasate alte mijloace de publicitate sau semnalizări rutiere, cu suprafața **max 0,50 mp**.

(2) Pentru semnalizarea serviciilor de urgență este permisă amplasarea unui al doilea indicator pe un stalp.

Art.36. Vehiculele publicitare pot circula pe trasee fixe și pe o perioadă determinate, precizate în avizul pentru publicitate temporară.

Art.37. Începând cu data adoptării prezentului regulament, panourile publicitare care nu îndeplinesc condițiile de autorizare prevăzute în prezentul regulament, vor fi demontate.

VIII.TAXE PENTRU PLATA MIJLOACELOR PUBLICITARE

Art.38. (1) Taxele pentru folosirea mijloacelor publicitare se stabilesc în conformitate cu prevederile Codului Fiscal, cu modificările și completările a la zi, prin H.C.L. pentru fiecare an fiscal.

(2) Pentru suprafețele de teren aparținând domeniului public al Orașului Sovata, ocupate cu mijloace de publicitate, pentru care se eliberează acord, se percep taxele pentru utilizarea temporară a locurilor publice, conform H.C.L.

(3) Pentru sistemele de publicitate amplasate cu autorizație de construire, beneficiarii datorează redevența/chirie așa cum a fost prevăzută în contractele încheiate.

(4) Redevențele/chiriile precum și taxele de publicitate se încasează în condițiile legii de către Serviciul Financiar.

IX.CONTRAVENȚII ȘI SANCTIUNI

Art.39. Contravențiile și sancțiunile pentru neîndeplinirea/îndeplinirea necorespunzătoare a obligațiilor privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate sunt cele precizate în Legea nr.185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate.