

## REGULAMENT

### Privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate pe raza Municipiului Baia Mare

#### *Capitolul 1 – Dispoziții generale*

##### **Art. 1.**

- (1) Prezentul regulament stabilește modul de amplasare și autorizare a mijloacelor de publicitate pe raza municipiului Baia Mare.
- (2) Regulamentul este elaborat în temeiul prevederilor:
- **Legii nr. 185/2013** privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, republicată;
  - **Legii nr.50/1991** privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, republicată;
  - **Legii nr. 422/2001** privind protejarea monumentelor istorice, republicată;
  - **Legii nr. 227/2015** privind Codul fiscal;
  - **Ordonanței nr.43 din 28 august 1997**, privind regimul drumurilor, republicat;
  - **Ordonanța Guvernului nr. 2/2001** privind regimul juridic al contravențiilor, cu modificările și completările ulterioare prin Legea nr. 180/2002;
  - **OUG nr. 57/2019** privind Codul Administrativ

**Art. 2.** Prevederile prezentului regulament se aplică administrației publice locale, proprietarilor și beneficiarilor mijloacelor de publicitate, operatorilor de publicitate, precum și tuturor persoanelor fizice și juridice implicate în activitatea de publicitate.

#### *Capitolul 2 - Definiții*

**Art. 3.** În înțelesul prezentului regulament, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații:

- **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;
- **aviz temporar** - 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;
- **banner** - suport pentru mesajul publicitar confecționat din folie sintetică sau din material textil, în mod obișnuit cu formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice sau cu expunere spre zonele publice;
- **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;
- **clădire aflată în stare de deteriorare** – clădire care prezintă deteriorări ale fațadelor și/sau ale elementelor decorative ale acestora, de natura crăpăturilor, exfolierilor, desprinderilor, dezvelirilor de pe suportul constructiv;
- **Citylight** - mobilier stradal pentru publicitate outdoor, așezat pe unul sau mai multe picioare, cu iluminare interioară (backlit), cu impact major asupra traficului pietonal, localizat în câmpul vizual imediat al pietonilor: stații de autobuz, colțuri de strada, aeroport etc. Dimensiunea standard este de 1,60x1,10 m cu înălțime picior 0,50 m.
- **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;

- **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;
- **incintă** - suprafața de teren înconjurată din toate părțile de construcții, de amenajări sau împrejmuiri;
- **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;
- **mesh** - mijloc de transmitere a unui mesaj publicitar realizat din material sintetic perforat, cum ar fi plasa fină, de obicei de mari dimensiuni, ~~fixat pe clădiri~~ fixat direct sau prin intermediul unor suporturi pe clădiri;
- **mesh digital** - suport publicitar de mari dimensiuni expus pe suprafața exterioară a unui imobil și care folosește modul electronic de afișare a reclamei;
- **mijloace de publicitate** - ansamblu de elemente constructive (suporturi publicitare, mesh-uri, ecrane publicitare) folosite în scopul prezentării unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste ori a unui eveniment;
- **panou publicitar mobil** - panou publicitar de dimensiuni reduse, amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate;
- **panou publicitar** - structură provizorie folosită pentru afișarea unui mesaj publicitar;
- **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;
- **promovare** - ansamblu de activități și mijloace folosite pentru a difuza un produs sau serviciu pe piață;
- **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;
- **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;
- **publicitate pe vehicule** - publicitate realizată prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau vopsirea vehiculelor în scopuri publicitare;
- **publicitate stradală (outdoor)** - publicitate efectuată în spații deschise, în exteriorul clădirilor;
- **publicitate temporară** - publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestații culturale sau sportive, precum și pentru acțiuni de promovare de produse sau activități;
- **Publicitate atipică** - publicitate realizată prin intermediul unor mijloace, structuri, corpuri, instalații originale, fără repetiție;
- **Publicitate neluminoasă** - publicitate care se face prin afișe sau panouri publicitare, inscripții pe material textil fără sistem de iluminare înglobat sau amplasat special în exterior pentru asigurarea iluminării;
- **Prismă** – element constructiv mărginit de fețe plane, egale și paralele care formează cele două baze, iar celelalte, în formă de paralelogram, formează fețele laterale.

- **reclamă publicitară** - activitate prin care o persoană fizică sau juridică promovează un brand, marcă, serviciu, informație utilă, activitate, produs, idee, folosind mijloace de promovare cunoscute în scopul de a convinge, a face cunoscut sau a atenționa publicul larg;
- **Roof-top** sistem publicitar de mari dimensiuni montat pe acoperișul sau pe terasa unei clădiri;
- **steag publicitar** - piesă de stofă, pânză sau material plastic atașată la un suport lance, catarg sau stâlp, purtând culori, embleme, simboluri sau mesaje publicitare;
- **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;
- **Suprafață vitrată** – element constructiv care permite luminarea naturală a unui spațiu interior, dar și comunicarea vizuală exterior/interior.
- **Sticlă sablată** – sticlă cu aspect înghețat.
- **Sistem publicitar** - structura (poate fi o construcție sau o confecție dintr-un material nealterabil) ce servește drept suport pentru mesaje publicitare. Pot fi: corpuri și panouri de afișaj (panouri publicitare, panouri direcționale–indicatoare, casete luminoase, citylights, publicitate volumetrică), firme și alte tipuri de reclame (baloane gonflabile, obiecte promoționale etc.);
- **Totem publicitar** - structură constructivă sub formă de coloană inscripționată cu texte și elemente grafice prin care o persoană fizică/juridică își identifică activitatea, amplasată în dreptul spațiului și numai pe perioada în care își desfășoară activitatea, fără a perturba activitatea altor agenți economici, și profilul transversal al străzii permite circulația fluentă atât pietonal cât și rutier;

### **Capitolul 3 – Procedura de avizare și autorizare**

#### **Art. 4.**

- (1) Aprobarea amplasării, executării lucrărilor, menținerii mijloacelor de publicitate, respectiv desființarea acestora, se poate realiza numai în baza autorizației de construire/desființare, emisă în condițiile Legii 50/1991, sau în baza avizului de publicitate temporară, emis în condițiile prezentului Regulament de Publicitate.
- (2) Autorizația de construire se emite la cererea deținătorului unui titlu care conferă dreptul de construire pe baza: cererii de autorizare (+anexă) completate corect, dovezile titlului care conferă dreptul de construire, copiei certificatului de urbanism, avizelor solicitate prin certificatul de urbanism, documentația tehnică, întocmite conform legii – care va include și foto-simulare înainte și după amplasare, dovezii achitării taxei de autorizare și dovezii depunerii declarației de impunere pentru stabilirea taxei de afișaj.
- (3) În autorizația de construire, se va preciza caracterul provizoriu al construcției și durata de autorizare a mijlocului de publicitate autorizat.
- (4) Mijloacele de publicitate amplasate pe schele de organizare a șantierului, sau a celor de punere în siguranță a cladirilor, se autorizează odată cu autorizarea organizării de șantier pe toată durata de execuție a lucrărilor.
- (5) Nu se eliberează autorizație de construire sau aviz de publicitate temporară pentru amplasarea mijloacelor de publicitate, pe construcții neautorizate sau la care s-au executat lucrări neautorizate.

#### **Art. 5.**

- (1) În cazul în care, la expirarea termenului de autorizare a mijlocului de publicitate 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) Prelungirea termenului de autorizare a mijlocului de publicitate se realizează prin emiterea unei noi autorizații de construire.
- (3) În situația în care, în termen de 30 zile de la data expirării termenului de autorizare a mijlocului de publicitate, proprietarul construcției-suport de publicitate nu a îndeplinit obligațiile prevăzute la alineatul (1), administrația publică locală va demara procedurile de desființare pe cale administrativă conform legislației în vigoare.
- (4) Cheltuielile rezultate ca urmare a acțiunilor prevăzute la alin. (3) sunt în sarcina proprietarului construcției și vor fi recuperate ulterior de la acesta, în condițiile legii.
- (5) Procedura de desființare poate fi declanșată din oficiu de către primarul municipiului, de către Inspectoratul de Stat în Construcții sau la solicitarea deținătorului legal al imobilului.
- (6) Deținătorii mijloacelor de publicitate sunt obligați să asigure întreținerea și repararea pe întreaga perioadă de menținere în amplasament a acestora.
- (7) În interiorul perioadei de funcționare a mijlocului de publicitate, operatorul de publicitate are posibilitatea să schimbe conținutul reclamei fără a modifica forma și dimensiunile acesteia cu acordul prealabil al autorității publice locale. În momentul schimbării conținutului reclamei documentația va fi însoțită de o planșă modificatoare pentru obținerea avizului structurii care a emis autorizația.
- (8) 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. 6.**

- (1) **Avizul de publicitate temporară** este actul care permite amplasarea sistemelor publicitare care nu necesită fundații (afișe, postere, mesh-uri, easy change-uri, standuri publicitare, prisme sau

cuburi publicitare etc.) folosite ca purtator de mesaj în cadrul unor campanii publicitare pentru activitățile de promovare de scurtă durată, care se desfășoară pe domeniul public sau privat (festivaluri, târguri, expoziții, lansări de produse, distribuiri de mostre și tipărituri, manifestări cu ocazia unor evenimente speciale cu caracter social, politic, cultural – distractiv, comercial, turistic, sportiv, etc.), strict pe perioada campaniilor

(2) 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.

(3) În vederea obținerii avizului pentru publicitate temporară, **sistemele publicitare** folosite ca purtător de mesaj trebuie să îndeplinească următoarele **condiții**:

- a) să fie folosite ca purtător de mesaj în cadrul unor activități de promovare cu durată determinată și precizată;
- b) să poată fi montate sau demontate în decursul a 48 ore;
- c) toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate temporară să fie aduse la starea inițială, în cel mult 24 de ore de la încheierea termenului de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară;
- d) amplasarea sistemelor de publicitate temporară nu va prejudicia activitatea din zona de amplasare (accese, circulație, altă semnalistică legal amplasată etc.);
- e) amplasarea prismelor publicitare sau altor asemenea sisteme publicitare se face de regulă în spații largi, fără a stânjeni circulația rutieră și pietonală, vizibilitatea altor sisteme de publicitate legal amplasate anterior, precum și activitatea curentă din zona de amplasare; stabilirea amplasamentului prismelor publicitare sau altor sisteme publicitare voluminoase se face cu Avizul Primarului fundamentat de Comisia de Dezvoltare Urbană.

(4) Avizul de publicitate temporară se eliberează solicitantului în baza unei documentații compuse din:

- a) cerere pentru eliberare aviz publicitate temporară;
- b) certificat de înmatriculare a firmei (copie);
- c) schiță cu elemente de localizare exacta a amplasamentului/simulare foto a sistemului publicitar propus;
- d) dovada unui drept real asupra imobilului pe care va fi amplasat sistemul publicitar;
- e) copie după contractul de publicitate din care să rezulte valabilitatea acestuia;
- f) documentele de plată pentru emiterea aviz publicitate temporară: taxă de reclamă și taxă de ocupare domeniu public (în situația în care activitatea de promovare se desfășoară pe domeniul public sau privat al municipiului Baia Mare);
- g) în cazul în care sistemul publicitar va fi amplasat în imediata vecinătate a intersecțiilor se va depune plan de situație sc 1:500, pe care se vor marca elemente existente și propuse cotate, distanța față de intersecție care nu poate fi mai mică de 50 m, în caz contrar se va face dovada că se respectă normele privind circulația rutieră prin obținerea unui aviz de la Poliția Rutieră.

#### **Art. 7. Zone de publicitate: identificare și delimitare**

(1) Pe teritoriul administrativ al municipiului Baia Mare se stabilesc zonele de publicitate lărgită și respectiv zonele de publicitate restrânsă, după cum urmează:

- a) **Zona de publicitate restrânsă A1** – este constituită de **Centrul istoric al municipiului Baia Mare** (Orașul medieval Rivulus Dominarum), cod LMI 2010 MM-II-a-A-04432, zona delimitată de str. Olarilor, str. Horea, str. Pinteza Viteazul, str. Mureșanu Andrei, str. Tineretului, str.

Pietrosului, str. Rodnei și râul Săsar, rezervație de arhitectură, potrivit **anexei 1** la prezentul regulament.

- b) **Zona de publicitate restrânsă A2** – este constituită de monumentele istorice situate în afara centrului istoric și zonele de protecție ale acestora, de monumente de for public și zonele lor de protecție precum și din incintele cuprinzând construcții cu valoare arhitecturală deosebită de pe raza municipiului Baia Mare, altele decât monumentele istorice, potrivit **anexei 2** la prezentul regulament;
- c) **Zona de publicitate restrânsă A3** este constituită din zonele protejate menționate la art.11 alin. (1) din prezentul regulament.
- d) **Zona de publicitate largită B1**: este definită de traseele drumurilor clasificate, de acces în municipiul Baia Mare, pe porțiunile situate în intravilanul municipiului având destinație comercială și industrială, în extravilanul municipiului, precum și de șoseaua de centură a municipiului, potrivit **anexei 3** la prezentul regulament.
- e) **Zona de publicitate largită B2** este constituită din restul teritoriului administrativ al Municipiului Baia Mare cu excepția zonelor de publicitate restrânsă A1-A3 și zonei de publicitate extinsă B1.

(2) Pentru zonele definite mai sus, categoriile de mijloace de publicitate permise și restricționate sunt detaliate în cuprinsul prezentului regulament și sintetizate în **anexa 4** la regulament.

**Art. 8.** Modificarea prezentului Regulament Local de publicitate se face doar cu aprobarea Consiliului Local al municipiului Baia Mare.

**Art. 9.**

- (1) Amplasamentele aflate în proprietatea sau în administrarea municipiului Baia Mare destinate montării mijloacelor de publicitate vor respecta prevederile art. 12 din Legea 185/2013.
- (2) Panouri publicitare amplasate pe domeniul public pot fi prevăzute cu ceasuri digitale/analogice pentru afișarea orei, datei și temperaturii.

**Art. 10.** *Reguli generale privind amplasarea publicității stradale*

- (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:
  - a) materiale privind propria activitate, caz în care datorează taxa de publicitate;
  - b) materiale privind campanii educaționale, umanitare, sociale, culturale de interes public sau cu conținut informativ privind monumente istorice sau zone de interes turistic din municipiul Baia Mare, materiale ce se vor realiza de către operatorii de publicitate prin efort propriu, conținutul informativ al acestora va fi pus la dispoziție de către Primăria Municipiului Baia Mare - în acest caz nu se datorează taxa pentru afișaj;
- (4) 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. 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.

- (5) Primarul sau primarul general al municipiului București este obligat să ceară proprietarului mijlocului de publicitate desființarea construcției-suport pentru mijlocul de publicitate, atunci când constată lipsa afișării materialelor publicitare pe o perioadă mai mare de 60 de zile.
- (6) 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.

#### **Art. 11.**

(1) Amplasarea mijloacelor de publicitate – cu excepția celor destinate punerii în valoare a zonelor de interes public<sup>1</sup> - este **interzisă**:

- a) în zonele naturale protejate de pe raza Municipiului Baia Mare:
- i. Arboretele de castan comestibil – ROSCI0003 (parțial pe raza Municipiului Baia Mare) - sit de importanță comunitară – parte a rețelei ecologice europene Natura 2000;
  - ii. Rezervația arboretului de castan – categoria IV IUCN – rezervație naturală forestieră (parțial pe raza Municipiului Baia Mare);
  - iii. Coloanele de la Limpedeș – arie protejată de interes național - categoria a III-a IUCN - rezervație naturală de tip geologic;
  - iv. Tăul lui Dumitru categoria IV IUCN – rezervație naturală de tip botanic – zona umedă (parțial pe raza Municipiului Baia Mare)
  - v. Rezervația fosiliferă Chiuzbaia –categoria III IUCN - rezervație naturală de tip paleontologic (parțial pe raza Municipiului Baia Mare);
  - vi. Munții Gutâi - ROSPA0134 (parțial pe raza Municipiului Baia Mare) - sit de importanță comunitară – parte a rețelei ecologice europene Natura 2000;
- b) în parcuri, grădini, scuaruri și alte spații verzi publice amenajate cu caracter ornamental;
- c) în locurile de joacă sau locurile de odihnă situate în zona blocurilor de locuințe colective;
- d) în păduri, indiferent de forma de proprietate;

(2) Amplasarea mijloacelor de publicitate este interzisă:

- a) pe cladiri, 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;
- b) pe carosabilul străzilor și a drumurilor, indiferent de categoria acestora;
- c) în amplasamente care blochează fluxurile pietonale;
- d) 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;
- e) pe arbori;
- f) pe stâlpi de semnalizare rutieră sau de circulație; pe stâlpii de alimentare cu energie electrică, pe stâlpii de iluminat public, pe stâlpii de susținere a elementelor de transport public, pe stâlpii de telecomunicații sau orice alt tip de stâlpi amplasați în localități sau de-a lungul arterelor de circulație;

---

<sup>1</sup> Indicatoare publicitare directionale, panouri de orientare, placute de avertizare si alte asemenea legate de utilizarea publica.

- g) în incintă și pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcașurilor de cult, a scuarurilor, parcurilor și grădinilor publice;
  - 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;
  - i) pe monumente de for public, pe alte obiecte de arta monumentală;
  - j) 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;
  - k) în zonele cu regim special de pază și supraveghere;
  - l) în interiorul intersecțiilor și al sensurilor giratorii, în spațiul destinat circulației autovehiculelor și semnalizării rutiere, precum și în zone în care desfășurarea în condiții normale a traficului ar putea fi perturbată (zone de asigurare a vizibilității), în curbe cu vizibilitate redusă sau în alte puncte periculoase pentru trafic, în zone cu evenimente rutiere frecvente sau deosebite;
  - m) pe lucrările de artă care traversează drumul, pe portale cu semnalizare rutieră sau în soluții independente autoportante în traversarea drumului;
  - n) în spații verzi cu caracter ornamental sau cu valoare deosebită;
  - o) în locurile de joacă sau locurile de odihnă situate în zona blocurilor de locuințe colective;
  - p) în zonele în care a fost restricționată sau interzisă publicitatea prin Regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate;
  - q) pe parapetele și/sau pereții pasajelor rutiere subterane și supraterane ori sub poduri;
- (3) Se interzice amplasarea și utilizarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică, cu excepția vehiculelor publicitare utilizate în condițiile legii, cu avizul Comisiei Municipale de Circulație.
- (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) Firmele/reclamele luminoase amplasate la mai puțin de 50,0 m de semnalizările rutiere nu vor folosi culori specifice acestora și lumină intermitentă.
- (6) Pentru panourile/sistemele publicitare cu lumină dinamică, intensitatea luminii se va regla astfel încât aceasta să nu deranjeze locatarii din zonă, funcționarea acestora va fi întreruptă între orele 22.00 – 7.00, interval în care se vor afișa numai reclame statice.
- (7) 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.
- (8) Se interzice inscripționarea reclamelor, textelor publicitare direct pe împrejurimi, zidurile imobilelor, stâlpilor de orice fel, trotuarelor sau aleilor prin diverse metode grafice, în scop comercial.
- (9) Este interzisă amplasarea sistemelor de publicitate dacă stânjesc funcționalitatea imobilelor adiacente (blochează accesul, reduc nivelul de însorire sub normele sanitare etc.) sau dacă obturează alte sisteme de publicitate legal amplasate.
- (10) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate la o distanță mai mică de 2,00 m față de limita de proprietate a imobilelor sau terenurilor private ale persoanelor fizice și/sau juridice, fără acordul scris al proprietarilor, și numai dacă, prin această amplasare, nu se afectează accesul și utilizarea fără îngrădire a proprietății și/sau nu se estompează în niciun fel vizibilitatea din și înspre proprietate.

- (11) Se interzice acoperirea cu orice mijloc de publicitate a suprafețelor vitrate ale clădirilor pe o suprafață mai mare de 25% din zona vitrată.

**Art. 12.**

- (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.

Materialele din care se vor executa sistemele publicitare vor fi de bună calitate, rezistente la intemperii și vor avea un aspect estetic care nu va afecta imaginea urbană a zonei în care se amplasează.

- (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 4. Reguli specifice privind amplasarea mijloacelor de publicitate pe zone de publicitate**

**Art. 13. Amplasarea firmelor**

- (1) Firmele anunță o activitate, ele nu pot cuprinde elemente ce se constituie ca reclamă pentru un produs sau marcă.

(2) Pe o firmă se poate inscripționa numele, denumirea comercială, sigla, obiectul de activitate, alte texte specifice, sub care o persoană fizică sau juridică își exercită activitatea sau eventuale elemente reglementate prin acte normative.

(3) Suportul pentru firmă se amplasează pe fațada imobilului unde se exercită activitatea, pe împrejmuirea imobilului sau în incinta imobilului.

(4) Firmele se vor executa, obligatoriu, din materiale rigide, cu excepția copertinelor; nu se acceptă firme din materiale fără durabilitate (panza, poliplan, carton etc).

(5) Firmele se amplasează, în condițiile alineatului (4) după cum urmează:

- a) Firmele vor fi corelate cu arhitectura fațadelor, ce poate determina restricții importante privind poziția, dimensiunile și designul acestora. Firmele vor avea dimensiuni adaptate spațiului disponibil pe fațadă și nu vor putea altera sau intra în contradicție cu detaliile / expresia arhitecturală a clădirii.
- b) Pentru activitățile care se desfășoară în apartamente/porțiuni din clădirile de locuit ce sunt adiacente fațadei la parterul/demisolul imobilelor și utilizează accesul locatarilor pot fi dispuse doar firme sub forma unor plăci gravate/inscripționate, în zona accesului în clădire, cu acordul proprietarilor direct afectați.
- c) Pe clădirile de locuit având spații cu altă destinație decât cea de locuire la parter sau mezanin, firmele se vor amplasa numai pe fațadele corespunzătoare acestor spații și cu respectarea elementelor configurativ-volumetrice (arhitecturale) ale imobilului.
- d) În cazul clădirilor în care își au sediile mai multe firme, având intrare/intrări comune (clădiri de birouri), amplasarea firmelor se va face în vecinătatea intrării, într-un pachet standardizat care poate fi: o coloană luminoasă în care se vor încadra toate firmele, o succesiune verticală de casete luminoase/litere volumetrice sau o succesiune verticală/grupare de plăci metalice gravate. Se recomandă ca pentru un imobil să se utilizeze o singură categorie de firme: fie luminoase fie plăci gravate. În cazul imobilelor cu accese multiple sau cu mai multe corpuri de clădiri în incintă se admite amplasarea pe fațada principală (situată la strada principală) a tuturor firmelor, grupate de regulă în funcție de accesul folosit și cu indicatoare privind accesul.

- e) firmele în consolă se amplasează la o înălțime minimă de 2,50m de la nivelul trotuarului. Față de planul vertical al fațadei, firmele vor putea ieși în consolă maximum 0.60m, dar păstrând o distanță de minimum 1,00m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de limita interioară a plantației de aliniament;
  - f) copertinele pe care se inscripționează o firmă vor fi amplasate la minimum 2,50m înălțime față de nivelul trotuarului și vor ieși din planul fațadei maximum 1,20m; ele vor păstra o distanță de minimum 1,00m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de limita interioară a plantației de aliniament.
  - g) Pentru o activitate se va putea amplasa o singură firmă. Prin excepție, în cazul imobilelor de colț se pot amplasa firme pe fațadele aferente ambelor străzi. În situațiile în care e posibilă dispunerea firmei în partea superioară a fațadei, o a doua firmă poate fi dispusă la nivelul parterului.
  - h) Firmele tip "Totem" se pot amplasa, în condițiile alineatului 4, numai în dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității, fără a perturba activitatea altor agenți economici;
  - i) Firmele de tip "Totem" se pot amplasa pentru activitățile ce se desfășoară în apartamente de bloc, cu Avizul Primarului fundamentat de Comisia de Dezvoltare Urbană.
- (6) În situația în care o clădire în care funcționează una sau mai multe firme intră în proces de reabilitare a fațadei, autorizarea noii semnalisticii și publicității se va face în baza unui studiu de fațadă, parte integrantă din documentația tehnică de autorizare a lucrărilor de reabilitare.

**Art. 14.**

- (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, conform art. 12;
- (3) Firmele inscripționate pe vitrinele/ușile de acces se amplasează în baza Avizului Primarului fundamentat de Comisia de Dezvoltare Urbană.
- (4) Amplasarea firmelor prevăzute la alin. (3) se va face după achitarea taxelor de publicitate prevăzute de legislația în vigoare.
- (5) Documentațiile pentru autorizarea construirii firmelor și copertinelor inscripționate vor cuprinde în mod obligatoriu întreaga fațadă a imobilului, pe care vor fi reprezentate detaliat toate elementele prezente (arhitecturale, alte firme, inscripții, firide de branșament la utilități etc)
- (6) La montarea/demontarea firmelor, proprietarii acestora au obligația să aducă fațada clădirii la starea inițială, prin înlăturarea amprentelor firmelor și reparații ale zonei de montare, inclusiv zugrăvirea locală și aducerea la aspectul inițial.

**Art. 15.**

- (1) Ca elemente importante în definirea imaginii urbane, firmele vor avea un design de bună calitate și vor fi realizate din materiale adecvate.
- (2) 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.
- (3) Firmele iluminate vor fi amplasate la minimum 3,00m de la nivelul trotuarului.
- (4) Firmele iluminate amplasate la mai puțin de 30 m de semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora și nici lumină intermitentă.
- (5) Se interzice amplasarea de firme iluminate pe stâlpii de electricitate/iluminat public/destinați susținerii semafoarelor.

**Art. 16.**

- (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 materialelor publicitare.
- (2) Publicitatea amplasată pe fațada unui spațiu comercial se va diferenția față de firmă.

**Capitolul 5. Reglementari specifice la Amplasarea firmelor in zonele de publicitate restransa****Art. 17. Amplasarea firmelor in zona A1**

- (1) Condiții speciale suplimentare pentru firmele amplasate în zona de publicitate restrânsă A1:
  - a) toate tipurile de firme, prin formă și alcătuire, vor oglindi stilul istoric, iar valoarea lor estetică va încadra obiectul de publicitate/informare în categoria de ornament aflat în armonie cu ansamblul arhitectural;
  - b) tipul firmele destinate instituțiilor se vor face în baza unor proiecte unicat, adaptate suprafeței disponibile, fără afectarea detaliilor și fără să concureze arhitectura clădirii (forme, culori etc);
  - c) tipul reclamelor și firmelor societăților, precum și simbolistica adoptată se vor face în baza unor proiecte unicat, adoptând forme bidimensionale și tridimensionale care să nu concureze arhitectura clădirii (forme, culori etc) și să nu afecteze detaliile fațadelor;
  - d) caracterul literelor pentru text va prelua elementele stilistice din arhitectura imobilului;
  - e) firmele inscripționate pe vitrinele/ușile de acces se pot realiza numai prin metoda de matuire a geamului tâmplăriei, în baza avizului Arhitectului Șef cu plata taxei de publicitate prevăzute în legislație;

**Art. 18. Amplasarea firmelor in zona A2**

- (1) Firmele amplasate pe clădirile monument istoric și în zona de protecție a acestora din zona A2 vor respecta condițiile prevăzute la articolul 19 și vor fi avizate de Direcția Județeană pentru Cultură Maramureș în cazul monumentelor istorice, inclusiv zona lor de protecție și după caz de Comisia Tehnică de Urbanism și Amenajarea Teritoriului.
- (2) Firmele amplasate în zona de protecție a monumentelor istorice din zona A2 vor fi avizate de Direcția Județeană pentru Patrimoniul Cultural Național Maramureș și vor fi avizate după caz de Comisia Tehnică de Urbanism și Amenajarea Teritoriului.

**Art. 19. Amplasarea firmelor in zona A3**

- (1) Firmele amplasate pe clădirile situate în zonele protejate menționate la art.13, alin. 1 (acolo unde este permisă amplasarea construcțiilor) vor fi situate numai în zona parterului.
- (2) Nu este admisă utilizarea luminii intermitente.
- (3) La proiectarea firmelor se recomandă simplitatea grafică și discreția în armonie cu natura.

**Capitolul 6. Amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase****Art. 20. Reglementări generale privind amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor luminoase și a publicității luminoase**

- (1) 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.
- (2) Este permisă amplasarea de mijloace publicitare pe stâlpii de iluminat, pe stâlpii special construiți pentru susținerea de cabluri de alimentare electrică a rețelei de transport în comun

și/sau pe alți stâlpi ce permit amplasarea de mijloace publicitare, numai cu avizul autorității administrației publice locale și avizul deținătorului/proprietarului sau administratorului stâlpului.

#### **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 2 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 prezentului articol 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) 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. 23.**

(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 prezentului regulament.

(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. 24.**

(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 3,00 m față de limita carosabilului, în cazul în care nu există trotuar;
- b) la minimum 2,50 m înălțime de la sol, pentru panourile cu suprafața utilă mai mare de 2,50 m<sup>2</sup> per față.

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

Excepție fac sistemele citylight care constituie suport pentru copertinele stațiilor de transport în comun și care pot însuma 4,5 m<sup>2</sup> pentru fiecare stație; în acest caz distanțele de amplasare se aplică ansamblului stației și nu fiecărui panou în parte.

(3) Panourile de mari dimensiuni, respectiv cu suprafața maximă de 12,00 m<sup>2</sup>, se amplasează la o distanță de cel puțin 50,00 m între panouri, cu avizul Arhitectului Șef.

(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 150,00 m.

#### **Art. 25.**

(1) Amplasarea sistemelor publicitare se va face cu protejarea spațiilor verzi amenajate ca atare și a arborilor de aliniament stradal.

(2) 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.

(3) 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.

(4) Panourile publicitare vor fi luminoase sau iluminate cu sursă proprie de lumină. Alimentarea cu energie electrică a acestora se va face cu cablu subteran, fiind interzise cablajele aeriene de la stâlpii de iluminat public.

#### **Art. 26.**

(1) De-a lungul drumurilor de interes național și 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 următoarele condiții:

a) la minimum 2,50 m înălțime de la sol, pentru panourile cu suprafața utilă mai mare de 2,50 m<sup>2</sup> per față;

b) cu distanța de minimum 30,00 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din intravilan;

c) cu distanța de minimum 50,00 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan;

d) la minimum 50,00 m față de intersecțiile cu drumurile laterale cu mai mult de 4 benzi de circulație;

e) în afara curbelor cu vizibilitate redusă;

f) la minimum 50,00 m față de intersecțiile semaforizate.

#### **Art. 27.**

Dispozițiile art. 24-25-26 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.

#### **Art. 28.**

(1) Panourile și ecranele publicitare amplasate pe sol în intravilanul localităților vor avea următoarele dimensiuni 2.20mp, 36.0mp, respectiv 40mp, conform anexa 5.

(2) În extravilanul localităților pot fi amplasate panouri publicitare pe zona de protecție a drumurilor publice, având dimensiunea de 10,00m x 4,00 m.

## **Capitolul 7. Reglementari specifice la amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase în zonele de publicitate restrânsă**

### **Art. 29. Amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase în zona A1**

(1) În zona de publicitate restrânsă A1 se pot amplasa numai panouri publicitare la sol de până la 2,20mp cu înălțime maximă de la sol de 2,50 m, panouri pentru publicitate necomercială care au ca scop informarea privind derularea unor lucrări de investiții sau alte informații de interes public, în următoarele condiții:

- a) caracteristicile panoului se vor stabili în baza unei documentații ce se va supune autorizării.
- b) panourile publicitare vor fi amplasate pe sol astfel încât să nu împiedice percepția monumentelor istorice și a obiectivelor majore care caracterizează ansamblul, circulația rutieră și/sau pietonală, ori accesul pietonal și/sau al autovehiculelor de intervenție și pe proprietăți.

(2) Pentru susținerea copertinelor stațiilor de transport în comun se admit maxim două panouri;

(3) Prin excepție de la prevederile alin.(1), pe alte clădiri decât monumentele istorice se pot amplasa panouri publicitare, litere și simboluri volumetrice luminoase.

(4) Amplasarea sistemelor publicitare prevăzute la alin. (3) se face potrivit unui studiu special de semnalistică care va ține seama atât de arhitectura clădirii cât și de caracteristicile celorlalte clădiri cu care se află în relație de covizibilitate.

(5) Toate studiile și proiectele din această zonă, inclusiv propunerile pentru clădirile cu arhitectură modernă vor avea Avizul Arhitectului Șef și cel al Direcției Județeană pentru Culturală Maramureș.

### **Art. 30. Amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase în zona A2**

(1) În zona de publicitate restrânsă A2 se pot amplasa:

- a) panouri publicitare la sol de până la 2,20mp cu înălțime maximă de la sol de 2,50 m;
- b) panouri publicitare de informare;
- c) totemuri sau coloane – numai în incintele care nu conțin monumente sau clădiri cu valoare arhitecturală și amplasate astfel încât să nu împiedice percepția monumentului;
- d) ecrane publicitare sau panouri publicitare de maxim 2,20mp numai în incintele care nu conțin monumente sau clădiri cu valoare arhitecturală și amplasate astfel încât să nu împiedice percepția monumentului;
- e) panourile publicitare sau litere și simboluri volumetrice luminoase/iluminate cu înălțime de maxim 50 cm amplasate pe construcții;

(2) Caracteristicile sistemului publicitar prevăzut la alin.(1) se vor stabili în baza unei documentații ce se va supune autorizării.

(3) Într-o incintă sistemele publicitare vor fi corelate ținând cont de cele autorizate.

(4) Toate studiile și proiectele din această zonă, inclusiv propunerile pentru clădirile cu arhitectură modernă vor avea Avizul Arhitectului Șef și cel al Direcției Județene pentru Cultură Maramureș în cazul monumentelor istorice, inclusiv zona lor de protecție.

### **Art. 31. Amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase în zona A3**

(1) În zona A3 este permisă amplasarea:

- a) Panourilor publicitare de informare; amplasarea panoului se autorizează cu avizul administratorului/ custodelui zonei.

- b) Casetele publicitare sau literele și simbolurilor volumetrice se vor amplasa numai cu Avizul Arhitectului Șef.

**Art. 32. Amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase în zona B2**

- (1) În zona B2 se pot amplasa panouri și ecrane publicitare conform anexa 5.
- (2) Pe clădirile din această zonă, în situația amplasării mai multor panouri, acestea vor fi realizate unitar.
- (3) Se admit sistemele de publicitate luminoasă tip roof- top.

**Capitolul 8. Panourile publicitare mobile**

**Art. 33. Reguli generale**

(1) Pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,00mp se pot amplasa panouri publicitare mobile pliante, obligatoriu cu doua fețe, 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.

(2) Amplasarea panourilor publicitare mobile se face în baza Avizul Arhitectului Șef.

**Capitolul 9. Mobilierul urban și ediculele supraterrane ale infrastructurii tehnico-edilitare ca suport publicitar –**

**Art. 34. Reguli generale de amplasare**

(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, dacă au fost proiectate de așa natură.

(2) Ediculele edilitare amplasate în spațiul public pot fi utilizabile ca suport publicitar, cu acordul proprietarului.

(3) Adăposturile destinate publicului și stațiile de autobuz pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panouri publicitare.

(4) Chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale pot fi utilizate ca suport de publicitate, dacă sistemul constructiv al chioșcurilor respective permite o astfel de utilizare; dacă publicitatea se face prin colantare, suprafața totală de publicitate poate fi egală cu suprafața chioșcului.

(5) Se pot instala panouri pe acoperișul adăposturilor destinate publicului, stațiilor de autobuz și al chioșcurilor, dacă sistemul constructiv permite susținerea unor elemente suplimentare care să nu pună în pericol siguranța cetățenilor.

(6) 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.

**Capitolul 10. Publicitatea pe stâlpi (bannere, indicatoare publicitare direcționale, steaguri publicitare)**

**Art. 35. Reguli generale**

În Municipiul Baia Mare se interzice amplasarea bannerelor publicitare.

**Art. 36.**

(1) Este permisă amplasarea de indicatoare publicitare direcționale pe stâlpii de iluminat public care nu sunt amplasați în interiorul intersecțiilor sau al sensurilor giratorii, în următoarele condiții:

- a) nu folosesc lumină dinamică; iar cele cu lumină statică nu vor folosi culorile specifice semnalizărilor rutiere;
- b) vor avea dimensiunile de până la 0.80x1.20 m;
- c) înălțimea de amplasare este de minimum 4.00 m;
- d) pe un stâlp se poate monta un singur indicator publicitar direcțional;
- e) proiecția la sol a indicatoarelor publicitare se va situa în afara gabaritului carosabilului;

(2) Indicatoarele publicitare direcționale se amplasează numai după obținerea autorizației de construire, emisă conform prevederilor legale în vigoare, și în baza unui contract de închiriere valabil încheiat cu administratorul stâlpului.

#### **Art. 37.**

(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. În aceleași condiții se amplasează și pancartele, cu ocazia diverselor evenimente sau manifestații cu durata strict limitată.

(2) Pe un catarg sau stâlp se pot amplasa maximum două steaguri obligatoriu la aceeași înălțime față de sol, de aceeași dimensiune și montate echilibrat pe ambele laturi ale catargului/stâlpului, în același plan.

(3) Durata de menținere a steagurilor publicitare va fi de maximum 90 de zile calendaristice, cu posibilitatea prelungirii acestei perioade cu încă 90 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.

#### **Art. 38. Amplasarea mesh-urilor: Reguli generale**

(1) În municipiul Baia Mare se interzice amplasarea mesh-urilor, cu excepția amplasării acestora pe schele aferente lucrărilor de execuție autorizate.

(2) Prin excepție de la prevederile alin.(1), în cazul executării lucrărilor de consolidare/restaurare la exteriorul construcțiilor, inclusiv a clădirilor monument istoric se admite amplasarea mesh-urilor cu rol de plasă de protecție către domeniul public și dacă reproduc imaginea construcției după consolidare/restaurare.

(3) Durata maximă de menținere a mesh-urilor prevăzute la alin.(2) este durata lucrărilor de consolidare/restaurare.

(4) Mesh-urile prevăzute la alin.(2) pot include și mesaj publicitar cu condiția ca eventualele texte de publicitate comercială vor ocupa cel mult 15% din suprafața totală a acesteia.

(5) Amplasarea mesh-ului se autorizează odată cu lucrările de organizare de șantier pentru restaurare/consolidare sau face obiectul unui aviz ulterior potrivit art.7 alin.(2).

(6) Taxa de publicitate se datorează numai pentru suprafața alocată publicității comerciale.

(7) Se pot amplasa mesh-uri digitale pe fațadele clădirilor cu funcțiuni comerciale și de birouri, dar numai cu acordul proprietarilor clădirilor respective.

#### **Capitolul 11. Sisteme publicitare speciale amplasate la sol**

#### **Art. 39. Reguli generale privind Proiectele PUBLICITARE SPECIALE AMPLASATE LA SOL**

(1) Proiectele publicitare 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 amplasate pe spațiul public sau în incintele instituțiilor publice, și în alte spații largi.

(2) Acest tip de publicitate trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

- a) se va amplasa în baza Avizul Arhitectului Șef;
- b) se va armoniza cu spațiu dominant și cu caracterul zonei;

## **Capitolul 12. Publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale cu caracter temporar**

### **Art. 40. Reguli generale privind publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale cu caracter temporar**

- (1) Publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale cu caracter temporar se realizează folosind structuri publicitare autoportante iar proiectele publicitare speciale întrunesc condițiile prevăzute la art.6 alin.(3).
- (2) Se vor utiliza pentru mijloacele de publicitate temporară și pentru proiectele publicitare speciale acele spații publice în care nu este perturbată circulația pietonală, siguranța cetățeanului, accesul la imobile și fluxurile de evacuare .
- (3) Amplasarea mijloacelor de publicitate temporară se va face numai după obținerea avizului pentru publicitate temporară. Perioada de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară este de 30 de zile și poate fi prelungită o singură dată, la cererea solicitantului, cu o perioadă cel mult egală cu cea aprobată inițial.
- (4) În situația în care la încheierea perioadei de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară, în conformitate cu prevederile art. 6, 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.
- (5) În cazul solicitării schimbării locațiilor în alte amplasamente decât cele stabilite inițial, se va obține avizul pentru publicitate temporară al autorității administrației publice locale.
- (6) Schimbarea locațiilor prevăzute la alin. (4) 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) 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 face numai după obținerea avizului pentru publicitate temporară prevăzut la art.6.

### **Art. 42. Publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale cu caracter temporar în zonele de publicitate restrânsă A1**

- (1) De regulă, în zona de publicitate restrânsă A1 nu se amplasează sistemele publicitare prevăzute la art.40, în mod excepțional, pentru evenimentele organizate în zona A1, de către autoritatea locală, este permisă amplasarea de astfel de sisteme cu Avizul Arhitectului Șef și avizul Direcției Județene de Cultură Maramureș.

### **Art. 43. Afișele publicitare și anunțurile de mică publicitate – reguli generale**

- (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.
- (2) Modelele panourilor și coloanelor destinate afișelor se va aproba de către Comisia de Arhitectură și Estetică Urbană și Avizul Arhitectului Șef.
- (3) Panourile prevăzute la alin. (1) vor fi curățate prin grija compartimentelor de specialitate din cadrul administrației publice locale.

#### **Art. 44.**

(1) 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.

(2) Amplasarea afișelor, distribuirea de mostre și tipărituri (pliante, flyere, etc) prin intermediul difuzorilor volanți sau din aparate de zbor, se va desfășura în baza Avizului Arhitectului Șef.

#### **Art. 45. Publicitatea pe vehicule și pe mijloace de transport în comun - reguli generale**

(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, cu avizul Comisiei de Circulații și Avizul Arhitectului Șef.

(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.

(5) 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.

#### **Art. 46. Sancțiuni**

(1) Nerespectarea prevederilor prezentei legi atrage răspunderea materială și contravențională, după caz.

(2) Constituie contravenții următoarele fapte:

- a) amplasarea mijloacelor de publicitate fără aviz pentru publicitatea temporară ori cu nerespectarea prevederilor acestuia și a documentației tehnice care a stat la baza eliberării avizului, precum și montarea panourilor publicitare cu structură proprie și elemente de susținere care necesită fundație, fără autorizație de construire;
- b) nerespectarea de către proprietarii mijloacelor de publicitate a tipurilor și dimensiunilor mijloacelor de publicitate admise, în conformitate cu prevederile regulamentelor locale privind amplasarea mijloacelor de publicitate;
- c) folosirea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică, a vehiculelor publicitare care nu au obținut aviz pentru publicitate temporară sau a mijloacelor de publicitate luminoasă care pot perturba traficul auto și pietonal;
- d) nerespectarea obligației de a readuce amplasamentul și mediul înconjurător la starea inițială, inclusiv prin înierbare sau asfaltare pentru mijloacele de publicitate amplasate la nivelul solului;
- e) nerespectarea obligațiilor privind întreținerea mijloacelor de publicitate și afișarea permanentă a unor mesaje în cadru;
- f) amplasarea de afișe publice, a anunțurilor de mică publicitate în alte locuri decât pe panourile special destinate acestora;
- g) nerespectarea de către autoritățile administrației publice locale a obligației de a instala panouri speciale destinate afișelor publicitare pentru evenimente, spectacole și concerte și a anunțurilor de mică publicitate, precum și de a identifica amplasamentele destinate pentru mijloacele de publicitate temporară și pentru proiectele publicitare speciale.

(3) Contravențiunile prevăzute la alin. (1), săvârșite de persoanele fizice sau juridice, se sancționează după cum urmează:

- a) cu amendă de la 1.000 lei la 10.000 lei, cele prevăzute la lit. a), b) și f);
- b) cu amendă de la 1.000 lei la 20.000 lei, cele prevăzute la lit. c), d) și g);
- c) cu amendă de la 500 lei la 1.000 lei, cea prevăzută la lit. e)

**Art. 47. Dispoziții tranzitorii și finale**

- (1) Controlul de stat privind respectarea aplicării prevederilor prezentei legi pentru amplasarea mijloacelor de publicitate, de către autoritatea publică locală, prin intermediul regulamentelor locale, se exercită de către Inspectoratul de Stat în Construcții.
- (2) Primarii și organele de control din cadrul autorităților administrației publice locale au obligația să urmărească respectarea disciplinei în domeniul urbanismului și al autorizării executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localităților și, în funcție de încălcarea prevederilor legale, să aplice sancțiunile prevăzute de prezenta lege.
- (3) Constatarea contravențiilor se face de către persoanele împuternicite din cadrul Inspectoratului de Stat în Construcții pentru contravențiile săvârșite de către autoritățile administrației publice locale și de către organele de control ale autorităților administrației publice locale sau, după caz, de către polițiștii locali în cazul contravențiilor săvârșite de operatorii economici.
- (4) Inspectoratul de Stat în Construcții poate dispune oprirea executării lucrărilor de amplasare a mijloacelor de publicitate, atunci când constată că acestea se realizează cu încălcarea dispozițiilor legale.
- (5) Inspectoratul de Stat în Construcții aduce la cunoștința autorității administrației publice locale pe teritoriul căreia s-a efectuat controlul constatările și măsurile dispuse, iar organele de control ale autorității administrației publice locale au obligația să se conformeze celor dispuse de Inspectoratul de Stat în Construcții.
- (6) Aplicarea sancțiunilor se face după cum urmează:
  - a) de către agentul constatator, în cazul contravențiilor constatate de către personalul împuternicit din cadrul Inspectoratului de Stat în Construcții;
  - b) de către șeful compartimentului care coordonează activitatea de amenajare a teritoriului și de urbanism sau, după caz, de către primarul localității în care s-a săvârșit contravenția, în cazul contravențiilor constatate de către organele de control ale autorităților administrației publice locale sau de către polițiștii locali.

**Art. 48.**

- (1) În vederea asigurării respectării prevederilor regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate cu situația de fapt din teren, autoritățile administrației publice locale, în termen de 90 de zile de la adoptarea acestuia, vor identifica și vor notifica proprietarii de mijloace de publicitate a căror amplasare nu mai corespunde cu noile reglementări, astfel:
  - a) a) pentru panourile situate pe domeniul public și privat al statului și al 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 și codul de identificare fiscală a acestuia se va dispune dezafectarea;
  - b) b) pentru panourile situate pe proprietatea persoanelor fizice sau juridice, care nu au fost autorizate sau care nu au contracte de închiriere valabile ori care nu au inscripționate informațiile privind denumirea operatorului și codul de identificare fiscală a acestuia, se va dispune dezafectarea.

- (2) Constituie contravenție nerespectarea obligației de dezafectare și/sau conformare stabilite la alin. (1) lit. a) și b) și se sancționează cu amenda de la 1.000 lei la 20.000 lei.
- (3) Sancțiunii prevăzute la alin. (2) i se aplică în mod corespunzător dispozițiile cap. VI din Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, cu modificările ulterioare.

**Art. 49.**

Contravențiile prevăzute în prezentul Regulament se constată și se sancționează de împuterniciți ai Primarului municipiului Baia Mare prin Poliția Locală.