

REGULAMENT

privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate pe raza municipiului Cluj-Napoca

CAPITOLUL I. DISPOZIȚII GENERALE

Art.1 (1) Prezentul regulament stabilește modul de organizare, amplasare și autorizare a mijloacelor de publicitate pe raza municipiului Cluj-Napoca.

(2) Regulamentul este elaborat în conformitate cu prevederile:

Legii nr.185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, cu modificările și completările ulterioare și Legea nr. 154/2017 privind modificarea și completarea Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate;

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

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

Legii nr.227/2015 privind Codul Fiscal, cu modificările și completările ulterioare;

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

Ordonanței Guvernului nr. 43/1997 privind regimul drumurilor, cu modificările și completările ulterioare.

Art.2 Prevederile prezentului Regulament se aplică proprietarilor și beneficiarilor mijloacelor de publicitate, posesorilor de firme, proprietarilor de imobile pe care sunt amplasate mijloace de publicitate precum și operatorilor de publicitate.

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

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

b) *aviz* - act tehnic cu caracter obligatoriu, emis de structura de specialitate a administrației publice locale, în urma unei proceduri de analiză a proiectului tehnic și a oportunității din punct de vedere urbanistic, pentru amplasarea mijloacelor de publicitate temporară, având structuri fără fundație;

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

d) *calcan* - fațadă fără goluri a unei construcții, situată pe limita de proprietate laterală sau posterioară, destinată de regulă să fie acoperită de zidul asemănător al unei clădiri vecine;

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

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

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

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

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

j) *mesh digital* - suport publicitar de mari dimensiuni expus pe suprafața exterioară a unui imobil și care folosește modul electronic de afișare a reclamei.

k) *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;

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

m) *panou publicitar* - structură 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;

r) *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;

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

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

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

ț) *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;

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

v) *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 imprimate reclame și mesaje publicitare.

w) *totem* – structură publicitară verticală, luminoasă sau nu, sprijinită pe sol, prin intermediul căreia se realizează publicitate în nume propriu;

Capitolul II

Aprobarea executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate

Art.4

(1) Aprobarea amplasării, executării lucrărilor, menținerii mijloacelor de publicitate, respectiv desființării acestora, pe fațadele clădirilor sau ale celor care au un sistem propriu de susținere în raport cu pământul se poate realiza numai în condițiile emiterii autorizației de construire, respectiv de desființare.

(2) În autorizația de construire, emitentul autorizației va preciza caracterul provizoriu al construcției, precum și durata de autorizare a suportului construcției mijlocului de publicitate.

(3) Mijloacele de publicitate amplasate pe schelele montate pe fațadele construcțiilor noi, aflate în diferite faze de execuție, sau ale celor existente, aflate în reparație, ori pe elementele de împrejmuire a șantierului, inclusiv pe utilajele folosite la lucrările de construcție, se autorizează odată cu autorizarea organizării de șantier și este valabilă pe toată durata existenței acesteia.

(4) Proprietarii imobilelor care și-au dat acordul pentru amplasarea mijloacelor de publicitate sunt obligați, în condițiile alin. (1), să solicite executantului construcției suportului publicitar autorizația de construire.

Art.5

Autorizarea și avizarea mijloacelor de publicitate-acte necesare

I. Autorizarea mijloacelor de publicitate

(1) Certificatul de urbanism - actele necesare împreună cu cererea tip se vor depune conform Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții cu modificările și completările ulterioare.

(2) Avize necesare conform certificatului de urbanism; avizul de la Comisia de Estetică urbană– se va depune cerere tip împreună cu certificatul de urbanism în baza căruia s-a solicitat acest aviz.

(3) Autorizația de construire - actele necesare împreună cu cererea tip se vor depune conform Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții cu modificările și completările ulterioare.

(4) Documentația necesară pentru emiterea autorizației de construire a firmelor va cuprinde în mod obligatoriu planșe desenate cu întreaga fațadă a imobilului, și pe care vor fi reprezentate detaliat toate elementele prezente (arhitecturale, alte firme, inscripții, firide de bransament la utilități etc)

(5) În zonele construite protejate autorizarea lucrărilor se va face cu obținerea în prealabil a Avizului DJCCPC, care poate impune restricționări suplimentare în situații particulare, atipice.

II. Acordul pentru publicitate temporară

În vederea obținerii acordului pentru publicitate temporară, se va depune cererea tip, suport foto cu simularea mijlocului de publicitate solicitat , acordul proprietarilor spațiului/terenului/locației – dacă este cazul.

Art.6

(1) În cazul expirării termenului de autorizare provizorie a construcției publicitare, conform prevederilor art. 4 alin. (2), iar acest termen nu a fost prelungit, proprietarul suportului publicitar și cel al imobilului, pe care este amplasată construcția-suport, sunt obligați, sub sancțiunea legii, să desființeze construcția-suport pentru mijlocul de publicitate și să aducă imobilul la starea inițială, pe cheltuielile proprii.

(2) Dacă până la data expirării termenului de autorizare sau a termenului de prelungire a autorizării, după caz, mijlocul de publicitate amplasat provizoriu nu este desființat, în termen de cel mult 30 de zile primarul municipiului Cluj-Napoca va dispune desființarea construcției-suport pentru mijlocul de publicitate provizoriu, pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate pe care aceste construcții provizorii sunt amplasate, fără a se emite autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor de judecată.

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

(4) Sistemele de ancoraj ale mijloacelor de publicitate amplasate pe construcții existente sunt supuse inspecțiilor obligatorii privind urmărirea comportării în timp a construcțiilor pentru care, periodic, dar nu mai puțin de o dată la 2 ani, un specialist tehnic atestat ca expert pentru cerința rezistență mecanică și stabilitate va întocmi un raport tehnic de inspecție care, prin grija

proprietarului, va fi comunicat inspectoratului județean în construcții în a cărui arie teritorială este situată construcția, din care să rezulte faptul că menținerea utilizării acestora nu prezintă un grad de pericol public datorat factorilor de risc naturali, fenomene meteorologice periculoase, seisme și altele, care să poată genera consecințe grave: pierderi de vieți omenești, vătămare gravă a integrității corporale ori a sănătății uneia sau mai multor persoane, distrugerea totală sau parțială a unor bunuri ori alte consecințe deosebit de grave care, potrivit dispozițiilor [art. 35 din Legea nr. 10/1995](#) privind calitatea în construcții, republicată, pot constitui infracțiuni."

Art.7

(1) Primarul municipiului Cluj-Napoca, la cererea solicitanților, emite acorduri pentru aprobarea amplasării mijloacelor de publicitate temporare pe pământ, care nu necesită fundații, în cadrul unor campanii publicitare și/sau activități de promovare ce nu depășesc 30 de zile și care se desfășoară pe domeniul public sau privat al statului și/sau al unității administrativ-teritoriale ori pe proprietatea privată a persoanelor fizice și/sau juridice, în condițiile prezentului Regulament.

(2) Aprobarea pentru construcția mijlocului de publicitate temporară, potrivit dispozițiilor alin.(1) , se poate da pentru o perioadă de cel mult 30 de zile și poate fi prelungită doar o singură dată, la cererea solicitantului, pentru o perioadă cel mult egală cu cea aprobată inițial.

(3) La expirarea perioadei de aprobare a mijlocului de publicitate temporară, solicitantul are obligația de a desființa construcția și de a aduce amplasamentul pe care a fost montată aceasta la starea lui inițială, în caz contrar primarul municipiului Cluj-Napoca va proceda potrivit prevederilor art. 6 alin. (2).

Capitolul III

Condiții generale de amplasare a mijloacelor de publicitate

Zonele de publicitate

Art.8

(1) Pe raza municipiului Cluj-Napoca, sunt delimitate următoarele zone de publicitate:

a) zona de publicitate restrânsă:

-Zona de publicitate restrânsă ultracentrală – ZPR1 – Anexa 1

- Zona de publicitate restrânsă – ZPR 2 cuprinde zona centrală protejată (ZCP – conform Planului urbanistic general aprobat prin HCL nr. 493/2014) cu excepția străzilor și imobilelor cuprinse în Anexa 1.

b) zona de publicitate lărgită (ZPL)-reprezintă întregul teritoriu administrativ al municipiului Cluj-Napoca, cu excepția zonei de publicitate restrânsă prevăzută la litera a).

(2) Pentru zonele prevăzute la alin. (1), categoriile de mijloace de publicitate sunt stabilite în Anexa 3 a prezentului Regulament.

(3) În cadrul zonelor de publicitate restrânsă autoritatea publică locală poate delimita spații în care este interzisă amplasarea mijloacelor de publicitate, cu excepția firmelor. În aceste spații, forma și

dimensiunea firmelor vor fi avizate de către arhitectul șef și/sau persoana cu atribuții de urbanism din cadrul unității administrativ-teritoriale.

(4) Pentru zonele de publicitate lărgită, potrivit prezentului Regulament, autoritatea administrației publice locale are obligația ca, prin autorizațiile de construire emise și/sau aprobările date, să asigure coerența imaginii urbane.

Capitolul IV

Art.9 (1) Amplasarea mijloacelor de publicitate se poate face atât pe domeniul public sau privat al statului și al unității administrativ-teritoriale, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, cu acordul acestora și cu respectarea prevederilor legale.

(2) Administrația publică Locală va identifica amplasamentele destinate amplasării mijloacelor de publicitate care aparțin domeniului public sau privat al municipiului Cluj – Napoca și va atribui amplasamentele prin licitație publică organizată în conformitate cu prevederile legale.

(3) Concesionarea, închirierea sau asocierea în participație a amplasamentelor și a mijloacelor de publicitate se va face de către autoritatea administrației publice locale în condițiile prezentului Regulament.

(4) Unitatea administrativ-teritorială este obligată să organizeze procedura privind atribuirea prin concesionare, închiriere sau asociere în participație a amplasamentelor și mijloacelor de publicitate stabilite prin regulamentul local de publicitate, pe zone de publicitate și/sau tipuri de mijloace de publicitate, cu respectarea procedurilor legale privind atribuirea contractelor de achiziție publică.

(5) Organizatorii procedurii de concesionare, închiriere sau asociere în participație a spațiilor comerciale în condițiile alin. (3) și (4) sunt obligați să prevadă, în caietele de sarcini, obligația ofertanților declarați câștigători de a asigura accesul nediscriminatoriu al tuturor operatorilor de publicitate la utilizarea amplasamentelor stabilite prin regulamentul local de publicitate.

(6) Pe întreaga perioadă de valabilitate a autorizării construcțiilor-suport pentru mijloacele de publicitate, indiferent de regimul de proprietate al imobilelor sau terenurilor pe care acestea sunt amplasate, proprietarul construcției-suport are obligația afișării permanente de materiale publicitare.

(7) Primarul municipiului Cluj-Napoca 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

(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.

(9) 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.10

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

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

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

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

d) pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților administrației publice locale și centrale, precum și ale instituțiilor publice, cu excepția afișajelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul sediilor;

e) pe arbori;

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

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

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

i) pe clădirile aflate în stare avansată de deteriorare, în situația în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de rezistență și/sau stabilitatea și integritatea elementelor constructive și decorative ale anvelopei clădirii;

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

k) în zonele în care a fost restricționată sau interzisă publicitatea prin prezentul Regulament.

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

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

n) pe semnele de circulație, inclusiv pe stâlpii de susținere a elementelor 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;

o) în zona de protecție a autostrăzilor, pe benzile metalice de delimitare a sensurilor de circulație a autostrăzilor sau drumurilor naționale expres, precum și pe benzile laterale de protecție a sensurilor de circulație.

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

(3) Se interzice amplasarea și utilizarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică.

(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.

Art.11

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.

Art. 12

(1) În scopul asigurării siguranței cetățenilor și integrității bunurilor, operatorii de publicitate vor realiza mijloacele publicitare cu materiale și sisteme constructive care respectă prevederile legale privind calitatea în construcții.

(2) Operatorii de publicitate au obligația să asigure identificarea panourilor publicitare prin inscripționarea acestora cu informații privind denumirea operatorului, codul de identificare fiscală a acestuia și numărul autorizației de construire.

Capitolul V

Regulii specifice pentru categoriile de mijloace de publicitate

Secțiunea I

Reguli generale privind amplasarea firmelor

Art.13

(1) Firmele se vor amplasa cu respectarea regulamentului local de urbanism aferent fiecărei unități teritoriale de referință unde se încadrează imobilul.

(2) Categoriile de firme:

- (a) firme aferente activităților de comerț en detail
- (b) firme aferente activităților de alimentație publică
- (c) firme aferente serviciilor cu acces public
- (d) firme aferente serviciilor profesionale
- (e) firme aferente serviciilor manufacturiere
- (f) firme aferente instituțiilor publice sau de interes public
- (g) firme aferente societăților comerciale

Art. 14 Reglementări de ordin general

(1) firmele anunță o activitate, ele nu pot cuprinde elemente ce se constituie ca reclamă pentru un produs sau marcă. Conținutul textului poate include doar denumirea activității, numele firmei și eventuale elemente reglementate prin acte normative ale autorității publice.

(2) firmele se amplasează numai la nivelul parterului, în zona de fațadă efectiv aferentă spațiilor ocupate de activitatea respectivă. Prin excepție, pentru instituțiile publice sau de interes public și societățile comerciale care ocupă un întreg imobil, se pot dispune firme în partea superioară a fațadei, în zona / deasupra ultimului nivel.

(3) pentru activități ce nu ocupă spații adiacente fațadei, la parterul imobilelor, pot fi dispuse doar firme sub forma unor plăci gravate / inscripționate, cu suprafața maximă de 1200 cmp, în zona accesului în clădire. În cazul în care într-un imobil se desfășoară în asemenea condiții mai multe activități, firmele se vor grupa într-un pachet și standardiza.

(4) 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.

(5) firmele se vor dispune într-un plan paralel cu fațada, distanțat de aceasta cu maximum 15 cm. E interzisă dispunerea firmelor perpendicular pe fațadele imobilelor.

(6) firmele vor fi corelate cu arhitectura fațadelor, ce pot impune restricții importante privind poziția, dimensiunile și designul acestora. Vor avea dimensiuni adaptate spațiului disponibil pe fațadă. Nu vor putea altera sau intra în contradicție cu detaliile / expresia arhitecturală a clădirii. Se interzice amplasarea acestora pe elemente proeminente ale fațadelor (balcone, logii, console, pilaștri, ancadramente, cornișe profilate etc), pe porțile de acces în imobile, pe ferestre sau vitrine, pe calcane, pe acoperișe / terase.

(7) ca elemente importante în definirea imaginii urbane, firmele vor avea un design de bună calitate și vor fi realizate din materiale adecvate.

(8) firmele nu pot fi dispuse pe domeniul public.

Art. 15 Reglementări specifice pentru activitățile de comerț en detail, de alimentație publică, pentru serviciile cu acces public:

(1) firmele vor fi, de regulă, elemente unicat, adecvate contextului urban în care sunt amplasate (zone istorice, comerciale, rezidențiale etc)

(2) dimensiunea firmelor / a corpurilor de literă va fi de natură a le face lizibile de la o distanță de 50 m (h: 15 - 40 cm).

(3) în zona de publicitate restrânsă (ZPR1 și ZPR2) firmele vor fi alcătuite din text / litere și simboluri grafice (nonfigurative - logouri, sigle) independente, montate individual pe fațadele clădirilor. Prin excepție, în situațiile în care arhitectura clădirilor include elemente constructive dedicate firmelor, cu o anumită specificitate, acestea se vor utiliza ca atare.

(4) firmele vor fi luminoase / iluminate. E interzisă folosirea în orice fel a luminii intermitente, pulsatorii etc. în cadrul firmelor sau vitrinelor.

(5) standarde de marcă (brand) nu pot constitui pretexte pentru nerespectarea prezentului Regulament.

(6) pentru serviciile funerare de orice natură (firme de pompe funebre, comerț cu produse și materiale specifice etc) se pot amplasa pe fațadele imobilelor doar plăci inscripționate, cu suprafața maximă de 1200 cmp. Amplasarea oricărui alt tip / format de firmă este în mod expres interzis.

Art. 16 Pentru activitățile serviciilor profesionale, serviciilor manufacturiere:

(1) pentru această categorie de activități, pot fi dispuse doar firme sub forma unor plăci inscripționate, cu suprafața maximă de 1200 cmp. În cazul în care într-un imobil se desfășoară în asemenea condiții mai multe activități, firmele se vor grupa într-un pachet și standardiza.

(2) acestea se vor dispune în vecinătatea accesului - în clădire sau în spațiile ocupate de aceste activități

(3) în cazul profesiilor liberale, se recomandă ca grafica / designul și conținutul textului să fie standardizate prin grija asociațiilor profesionale, cu respectarea prevederilor prezentului Regulament.

(4) firmele vor cuprinde text și simboluri grafice (logouri, sigle). Reprezentarea de elemente figurative (obiecte de diverse tipuri, organe umane, animale etc) e interzisă.

(5) pentru această categorie de firme, iluminarea e opțională și condiționată de caracteristicile / condițiile concrete impuse de arhitectura clădirilor. Iluminatul nu poate fi intermitent sau pulsatoriu.

Art. 17 Pentru firme aferente instituțiilor publice sau de interes public

(1) firmele instituțiilor vor fi inscripționate / gravate pe panouri / plăci cu suprafața maximă de 6000 cmp.

(2) instituțiile care dispun de formate standardizate (în general cele ale administrației publice, de învățământ etc) le vor utiliza ca atare.

(3) suplimentar, în cazul instituțiilor care dispun de un întreg imobil, este admisibilă / recomandată inscripționarea titlaturii acestora în partea superioară a fațadei, la ultimul nivel, de regulă sub cornișă. Textul va fi realizat din litere detașate, espasate, de culoare neagră. Dimensiunea literelor va fi condiționată de arhitectura fațadelor și de condițiile de lizibilitate.

Art. 18 Pentru firme aferente sediilor societăților comerciale

(1) firmele societăților comerciale vor fi inscripționate / gravate pe panouri / plăci cu suprafața maximă de 1200 cmp. Iluminarea e opțională și condiționată de caracteristicile / condițiile concrete impuse de arhitectura clădirilor.

(2) Prin excepție, în cazul societăților comerciale ce dispun de un întreg imobil, suprafața maximă a firmelor va fi de 6000 cmp. Suplimentar, este admisibilă amplasarea unei firme în partea superioară a fațadei, la ultimul nivel, de regulă sub cornișă. Aceasta va fi alcătuită din text / litere și simboluri grafice (nonfigurative - logouri, sigle) independente, montate individual pe fațada clădirii.

Dimensiunea literelor va fi condiționată de arhitectura fațadei și de condițiile de lizibilitate. Firmele vor putea fi luminoase / iluminate. E interzisă folosirea în orice fel a luminii intermitente, pulsatorii.

(3) în golul fațadei destinat vitrinei se poate include și firma în situațiile în care amplasarea acesteia pe fațadă e inadecvată datorită caracteristicilor arhitecturale.

(4) amplasarea de reclame, afișe, autocolante, anunturi, firme pe sticla vitrinelor, în exterior sau interior, e interzisă. Obiectele expuse în vitrină se vor amplasa la minimum 10 cm de la sticlă.

Art.19

(1) Amplasarea firmelor se face după obținerea autorizației de construire în conformitate cu prevederile Legii 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, cu modificările și completările ulterioare, așa cum este prevăzut la Art. 4 și Art. 5 din prezentul Regulament.

(2) Este interzisă inscripționarea firmelor pe vitrine și ușile de acces, altfel decât este prevăzut în Art.13 din prezentul Regulament, cu avizul Comisiei de Estetică Urbană.

Art.20

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

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

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

Art.21

Pe raza municipiului Cluj-Napoca este interzisă amplasarea firmelor, corpurilor și structurilor de afișaj care folosesc în alcătuirea lor lumina intermitentă.

Secțiunea a II a

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

Art.22

(1) Amplasarea panourilor publicitare se face numai după obținerea autorizației de construire, emisă în conformitate cu prevederile legale în vigoare și pe baza unui contract de închiriere valabil încheiat cu proprietarul sau administratorul imobilului.

(2) Amplasarea panourilor publicitare pe proprietăți private reprezintă lucrări de construcții cu caracter provizoriu, durata de existență a acestora pe domeniul privat fiind de maxim 5 ani.

Art.23

- (1) Este interzisă amplasarea oricărui mijloc de publicitate pe stâlpii de telecomunicații din lemn și/sau pe cei special destinați susținerii semafoarelor.
- (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. 24

- (1) Proprietarii ecranelor publicitare au obligația transmiterii de informații de interes public și local, precum și informații de interes pentru populație în cazul unor situații de urgență.
- (2) Conținutul și modul de transmitere a informațiilor vor fi stabilite prin protocol încheiat între proprietarii ecranelor publicitare și autoritatea administrației publice locale, respectiv alte instituții abilitate ale statului.

Art.25

- (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 pot amplasa maximum două mijloace publicitare, obligatoriu de aceeași dimensiune și simetric așezate de o parte și de alta a stâlpului, iar proiecția la sol a fiecărui mijloc de publicitate se va situa în afara gabaritului carosabilului.

Art.26

- (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) Ecranele publicitare amplasate pe sol trebuie să respecte condițiile tehnice referitoare la luminozitate și frecvența succedării imaginilor derulate pentru a nu exista riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate, fiind necesare un aviz de la poliția rutieră și respectarea condițiilor tehnice astfel încât sistemul de prindere să nu constituie surse de accident.
- (3) 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.
- (4) Nu se admite montarea a mai mult de trei panouri publicitare succesive cu același conținut.

Art.27

- (1) Pe străzile de categoria I, II și III, conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, se pot amplasa panouri publicitare cu respectarea legii și a prezentului regulament.
- (2) Panourile de mici dimensiuni, respectiv cu suprafață maximă de 2,20 mp se amplasează la o distanță de cel puțin 25,00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri).

(3) Panourile de mari dimensiuni, respectiv cu suprafața maximă de 36,00 mp, se amplasează la o distanță de cel puțin 40,00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri).

(4) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1)-(3) mijloacele de publicitate amplasate în interiorul incintelor centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale, astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare.

Art.28

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

(2) Realizarea elementelor de fundare/ancorare necesare asigurării stabilității panoului de reclamă publicitară se execută obligatoriu îngropat, respectiv sub cota suprafeței solului/trotuarului, până la nivelul solului.

Art.29

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 următoarele condiții:

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

b) cu distanța de minimum 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.30

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

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

(3) Pe spațiile verzi cu destinația de scuaruri sau parcuri predate pentru amenajare și întreținere agenților economici, pot fi amplasate panouri informative cu privire la agentul economic respectiv, fără taxa aferentă ocupării domeniului public și afișaj.

(4) Se interzice amplasarea panourilor publicitare la o distanță:

a) în localitate, mai mică de 150 m, calculată de la intrarea, respectiv ieșirea din intersecție;

b) în afara localității, mai mică de 250 m, calculată de la intrarea, respectiv ieșirea din

intersecție.

(5) Se interzice obturarea vizibilității indicatoarelor rutiere prin amplasarea panourilor publicitare.

Secțiunea a III-a

Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare mobile

Art.31

(1) Pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,00 m se pot amplasa panouri publicitare mobile pliante, specifice activității de alimentație publică, 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.

Secțiunea a IV-a

Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

Art.32

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

(2) Adăposturile destinate publicului și stațiile de autobuz pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panourile amplasate pe acestea sau care fac parte din componența acestora.

(3) Sunt exceptate de la prevederile prezentei secțiuni suporturile/panourile publicitare care sunt incluse în adăposturile destinate publicului și stațiile de autobuz și fac parte integrantă din acestea și care au fost autorizate împreună cu acestea, în conformitate cu legislația în vigoare la data autorizării.

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

(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.

Secțiunea a V-a

Reguli generale privind amplasarea bannerelor, steagurilor publicitare și indicatoarelor publicitare direcționale

Art. 33

Amplasarea de bannere care conțin anunțuri privind promovarea de evenimente culturale, economice, științifice, activități comerciale 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, fără a fi necesară emiterea Autorizației de construire, cu avizul Primarului municipiului Cluj - Napoca.

Art. 34

La amplasarea bannerelor se vor avea în vedere următoarele:

- a) nu este permisă amplasarea bannerelor în intersecții, în zone în care împiedică vizibilitatea rutieră sau perspectiva asupra monumentelor istorice ori naturale sau în locuri unde există deja amplasate panouri publicitare;
- b) este interzisă amplasarea pe domeniul public a suporturilor/stâlpilor în scopul exclusiv de susținere a bannerelor;
- c) bannerele montate perpendicular pe axul drumului vor fi instalate la o înălțime minimă de 5,00 m față de sol, astfel încât să nu afecteze vizibilitatea rutieră și imaginea urbană;
- d) bannerele vor fi amplasate astfel încât distanța între acestea să fie de minimum 50,00 m;
- e) bannerele se vor monta numai pe artere cu maximum 2 benzi pe sensul de mers (maximum 15,00 m deschidere între stâlpi);
- f) bannerele vor avea dimensiuni maxime de 7,00 m la bază, 1,5 m în înălțime și vor avea sistem de prindere din materiale ușoare și rezistente;
- g) se interzice amplasarea a mai mult de un banner pe aceiași stâlpi de susținere;
- h) este permisă amplasarea bannerelor pe o durată de cel mult două luni calendaristice, după care autorizarea se poate prelungi o singură dată;
- i) nu este permisă amplasarea bannerelor care obturează panourile publicitare amplasate în zonă sau vizibilitatea asupra acestora;
- j) amplasarea bannerelor se face în baza unui aviz emis de către Primarul municipiului Cluj-Napoca și cu avizul/acordul scris al deținătorului stâlpului;
- k) la finalul perioadei prevăzute în avizul de amplasare, deținătorul avizului este obligat, sub sancțiunea interzicerii pe viitor a folosirii acestui mijloc de publicitate, să demonteze atât bannerul respectiv, cât și elementele de susținere ale acestuia.

Art.35

(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 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 o perioadă de 90 de zile.

(4) Amplasarea steagurilor publicitare se face în aceleași condiții ca și în cazul bannerelor.

(5) Suprafața fiecărui steag este mai mică sau egală cu 2,50 mp, iar baza acestuia nu va putea depăși suprafața de 0,80 m.

(6) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1)-(5) 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.36

(1) Este permisă amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale și a casetelor pe stâlpii de iluminat public, dacă pe aceștia nu sunt montate semnalizări rutiere, în următoarele condiții:

a) suprafața indicatorului publicitar direcțional sau a casetei este mai mică sau egală cu 1,50 mp;

b) înălțimea de amplasare este de minimum 3,00 m;

c) pe un stâlp se pot monta maximum două suporturi, dar obligatoriu de același tip, în același plan și simetric amplasate pe stâlp.

(2) Amplasarea de stâlpi-suport pentru indicatoarele publicitare direcționale și a casetelor publicitare se va realiza în baza avizului emis de Primarul municipiului Cluj-Napoca și în concordanță cu regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate.

Secțiunea a VI

Reguli generale privind amplasarea mesh-urilor

Art.37

Este permisă amplasarea de mesh-uri și mesh-uri digitale pe construcții, inclusiv monumente istorice și/sau amplasate în zone în care este interzisă publicitatea, în situația în care acestea constituie protecție către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare.

Secțiunea a VII-a

Reguli generale privind publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale

Art.38

(1) Orice persoană fizică sau juridică poate beneficia de dreptul la publicitate temporară, în condițiile legii, a regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate, a contractelor pe care administrația publică locală le are în derulare și a hotărârilor Consiliului Local al municipiului Cluj-Napoca.

(2) Amplasarea de mijloace de publicitate temporară se va stabili în baza avizului emis de Primarul municipiului Cluj – Napoca.

(3) În vederea obținerii avizului pentru publicitate temporară, menționat la art. 7 din prezentul Regulament, mijloacele de publicitate trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

a) să fie folosite ca purtător de mesaj în cadrul unor activități de promovare cu durată determinată și precizată în mod explicit în cererea de emitere a avizului, depusă de solicitant;

b) să poată fi montate/demontate în/din toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate temporară, în cel mult 72 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.

(4) Mijloacele de publicitate temporară vor fi avizate pe amplasamente din interiorul zonelor prevăzute în Anexa 3 a prezentului Regulament.

(5) În situația în care la încheierea perioadei de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară, în conformitate cu prevederile art. 7, există mai multe solicitări de amplasare de mijloace de publicitate temporară, autoritatea administrației publice locale va atribui amplasamentul primei solicitări primite în ordine cronologică la registratura autorității administrației publice locale, conform regulamentului local de publicitate.

(6) În cazul solicitării schimbării locațiilor în alte amplasamente decât cele stabilite inițial, se va obține avizul pentru publicitate temporară în conformitate cu dispozițiile prezentului Regulament.

(7) Schimbarea locațiilor prevăzute la alin. (6) se va face numai în situația în care locațiile inițial avizate nu mai pot fi puse la dispoziția contractantului ca urmare a executării unor lucrări de interes public, cu respectarea regulamentului local de publicitate

(8) Structurile publicitare autoportante și proiectele publicitare speciale se avizează cu respectarea prevederilor privind publicitatea temporară prevăzute în prezentul Regulament.

(9) 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.

Secțiunea a VIII-a

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

Art. 39

(1) În vederea asigurării eficienței informării a cetățenilor, a libertății de expresie și esteticii urbane, autoritățile administrației publice locale au obligația de a instala în amplasamente cu vizibilitate, în

condițiile regulamentului local de publicitate, panouri speciale destinate afișelor publicitare pentru spectacole publice, teatre, concerte și altele asemenea și a anunțurilor de mică publicitate.

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

(3) Ziua din cursul săptămânii în care panourile cu anunțuri de mică publicitate vor fi curățate în vederea actualizării anunțurilor este ziua de vineri.

(4) Este interzisă amplasarea de afișe publicitare prin aplicarea lor directă pe orice suprafață neamenajată în scop publicitar sau care să acopere alte afișe publicitare deja existente, postate anterior, aflate în perioada de valabilitate, care fac publicitate unor evenimente/acțiuni/campanii aflate în derulare sau care urmează să se deruleze.

Secțiunea a IX-a

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

Art.40

(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 2 mașini și cu o viteză mai mare decât jumătate din viteza admisibilă pe tronsonul de stradă.

(4) Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate nu vor utiliza instalație de sonorizare.

(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 și doar cu acordul Companiei de Transport Public Cluj-Napoca.

Capitolul VI

Reglementări fiscale

Art.41 Taxa pentru folosirea mijloacelor de reclamă și publicitate

(1) Taxele pentru folosirea mijloacelor de reclamă și publicitate sunt reglementate prin Legea nr.227/2015 privind codul fiscal.

(2) Cota taxei se stabilește anual prin hotărâre de către consiliul local al municipiului Cluj-Napoca.

Art.42 Taxa pentru folosirea mijloacelor de reclamă și publicitate nu se aplică în următoarele cazuri:

(1) Taxa pentru serviciile de reclamă și publicitate și taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate nu se aplică instituțiilor publice, cu excepția cazurilor când acestea fac reclamă unor activități economice.

(2) Taxa prevăzută în prezentul articol, denumită în continuare taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate, nu se aplică unei persoane care închiriază panoul, afișajul sau structura de afișaj unei alte persoane, în acest caz taxa fiind plătită de această ultimă persoană.

(3) Taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate nu se datorează pentru afișele, panourile sau alte mijloace de reclamă și publicitate amplasate în interiorul clădirilor.

(4) Taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate nu se aplică pentru panourile de identificare a instalațiilor energetice, pentru marcaje de avertizare sau marcaje de circulație, precum și pentru alte informații de utilitate publică și educaționale.

(5) Nu se datorează taxa pentru folosirea mijloacelor de reclamă și publicitate pentru afișajul efectuat pe mijloacele de transport care nu sunt destinate, prin construcția lor, realizării de reclamă și publicitate

(6) Nu se aplică taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate pentru activități cu caracter caritabil.

Capitolul VII

Sanctiuni

Art.43

Constituie contravenții și se sancționează cu amendă următoarele fapte săvârșite de persoane fizice sau juridice:

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-amendă de la 1.000 lei la 10.000 lei.

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-amendă de la 1.000 lei la 10.000 lei.

- 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-amendă de la 1.000 lei la 20.000 lei.
- 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-amendă de la 1.000 lei la 20.000 lei.
- e) nerespectarea obligațiilor privind întreținerea mijloacelor de publicitate și afișarea permanentă a unor mesaje în cadru-amendă de la 500 lei la 1.000 lei.
- f) amplasarea de afișe publice, a anunțurilor de mică publicitate în alte locuri decât pe panourile special destinate acestora-amendă de la 1.000 lei la 10.000 lei.

Capitolul VII

Dispoziții finale

Art.44

- (1) În vederea asigurării respectării prevederilor prezentului Regulament 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) 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) 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 amendă de la 1.000 lei la 20.000 lei.
- (3) În termen de 90 de zile de la încheierea procedurilor prevăzute de Art.II și IV din Legea nr.154/2017 pentru modificarea și completarea legii nr.185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, se pot demara procedurile de închiriere/concesiune/taxare pentru ocuparea temporară a domeniului public sau aducerea ca aport într-o asocierie în participație a amplasamentelor identificate pe domeniul public sau privat al statului ori al unității administrativ-teritoriale.
- (4) Mijloacele de publicitate autorizate până la data intrării în vigoare a prezentei legi vor fi menținute pe amplasamentele autorizate până la data expirării contractelor de ocupare a locațiilor pe care se află mijloacele de publicitate.

(5) În termen de 30 de zile de la notificarea emisă conform Alin.(1), autoritățile administrației publice locale vor dispune demolarea mijloacelor de publicitate amplasate contrar prevederilor regulamentului local de publicitate pe cheltuiala proprietarului, cu emiterea autorizației de desființare și fără sesizarea instanțelor judecătorești.