

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;

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

g) *incintă* - suprafața de teren înconjurată din toate părțile de construcții, de amenajări sau 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) *mijloace de publicitate* - ansamblu de elemente constructive folosite în scopul prezentării unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste ori a unui eveniment;

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

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

m) *proiect publicitar special* - construcție provizorie atipică, creată special în scopul promovării unui produs, a unui serviciu sau eveniment și care nu are în alcătuirea sa elemente de fundație și/sau structuri publicitare clasice;

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

o) *publicitate* - totalitatea modalităților și instrumentelor specifice utilizate pentru a facilita cunoașterea și aprecierea de către consumatori a anumitor produse, servicii sau pentru a informa publicul asupra unor evenimente, a destinației unor spații, lansări de produse, deschideri de magazine și altele asemenea, precum și orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste având ca scop promovarea vânzării de bunuri și servicii, de drepturi și obligații;

p) *publicitate luminoasă* - publicitate realizată prin corpuri luminoase, afișe sau panouri luminate printr-o sursă de lumină amplasată astfel încât să asigure iluminarea afișului, panoului ori corpului publicitar;

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

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

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

ș) *reclamă publicitară* - activitatea și inscripția cu rol de a atenționa sau de a convinge publicul de calitatea unui serviciu, a unui produs sau a unei idei;

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

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

u) 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 executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate se realizează prin autorizația de construire, emisă în condițiile Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, cu modificările și completările ulterioare.

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

(3) Amplasarea de mijloace de publicitate pe schelele montate pe fațadele construcțiilor aflate în curs de execuție a lucrărilor de intervenții, ori pe elementele de împrejmuire a șantierului aferent se face cu condiția autorizării amplasării acestora împreună cu lucrările privind organizarea executării lucrărilor de construcții, sau ulterior, pentru o perioadă mai mică sau cel mult egală cu durata autorizată a organizării de șantier.

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

Art.5

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.

II. Acordul 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 în care, la expirarea termenului de încetare a funcționării mijlocului de publicitate autorizat, prevăzut la Art.4, alin.(2), nu a fost obținută prelungirea acestui termen, proprietarul construcției-suport de publicitate are obligația desființării mijlocului de publicitate și aducerii imobilului la starea inițială.

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

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

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

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

Art.7

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

(2) Perioada de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară prevăzută la alin.(1) este de maximum 30 de zile și poate fi prelungită o singură dată, la cererea solicitantului, pentru o perioadă cel mult egală cu cea aprobată inițial.

Capitolul III

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 precum și amplasamentele sunt stabilite în Anexa 3.

Capitolul IV

Art.9

(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) 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) 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.

(4) 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.

(5) 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, a 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 stâlpii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație;

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

p) în zona de protecție a autostrăzilor.

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

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

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

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

Art.11

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

Art. 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

Reglementări pentru firme comerciale / necomerciale, vitrine Firme comerciale / necomerciale

FIRME

Categorii 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

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.
- (9) documentațiile pentru autorizarea construirii firmelor vor cuprinde în mod obligatoriu întreaga fațadă a imobilului, pe care vor fi reprezentate detaliat toate elementele prezente (arhitecturale, alte firme, inscripții, firide de bransament la utilități etc)
- (10) în zonele construite protejate autorizarea lucrărilor se va face cu Avizul DJCCPCN, care poate impune restricționări suplimentare în situații particulare, atipice.

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

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

(12) 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).

(13) 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.

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

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

(16) 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.

Pentru activitățile serviciilor profesionale, serviciilor manufacturiere:

(17) 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.

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

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

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

(21) 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.

Pentru firme aferente instituțiilor publice sau de interes public

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

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

(24) 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.

Pentru firme aferente sediilor societăților comerciale

(25) 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.

(26) 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.

VITRINE

(27) ca elemente importante în definirea imaginii urbane, vitrinele vor beneficia de un design de bună calitate, adaptat arhitecturii imobilelor. Materialele utilizate vor fi de foarte bună calitate, indiferent că sunt de tip tradițional (lemn) sau modern (oțel, aluminiu, sticlă structurală etc).

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

(29) la clădirile cu mai multe vitrine, intervențiile asupra acestora vor urmări conservarea / refacerea unității expresiei arhitecturale.

(30) sticla vitrinelor va fi de tip transparent, incolor.

(31) 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.

(32) vitrinele vor fi în mod obligatoriu iluminate cel puțin pe perioada de funcționare a iluminatului public. E interzisă folosirea în orice fel a luminii intermitente, pulsatorii în iluminarea vitrinelor.

(33) poziționarea de vitrine sau alte elemente de expunere a mărfurilor, mobile / provizorii pe fațade, pe porți sau în fața clădirilor este interzisă.

(34) pentru vitrinele aferente unor spații în interiorul cărora vederea din spațiul public nu e dezirabilă, se va amplasa un ecran translucid la minimum 30 cm de la suprafața sticlei, iar interspațiul rezultat se va utiliza pentru expunere sau se va amenaja (plante, flori etc), în funcție de specificul activității.

(35) vitrinele aferente serviciilor funerare de orice natură (firme de pompe funebre, comerț cu produse și materiale specifice etc) vor fi în mod obligatoriu dublate de ecrane translucide iar ușile

de acces vor fi astfel realizate încât vederea în interior din spațiul public să fie complet împiedicată. Expunerea oricăror elemente - obiecte, materiale, coroane etc, legate de specificul acestor activități e interzisă. Manevrarea acestora se va face exclusiv în locuri închise - încăperi, ganguri, incinte, fără posibilitatea de a fi observate din spațiul public, de către colocatari sau de pe parcelele învecinate.

(36) documentațiile pentru autorizarea construirii vitrinelor vor cuprinde în mod obligatoriu întreaga fațadă a imobilului, pe care vor fi reprezentate detaliat toate elementele prezente (arhitecturale, firme, inscripții, firide de bransament la utilități etc)

(37) în zonele construite protejate autorizarea lucrărilor se va face cu Avizul DJCCPCN, care poate impune restricționări suplimentare, determinate de caracteristicile concrete ale arhitecturii imobilelor.

Art.14

(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.15

(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.16

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.17

(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.18

(1) Panourile publicitare pot fi amplasate astfel încât sistemele lor de prindere să nu constituie o sursă de accidente și să nu afecteze structura de rezistență și funcționarea optimă a clădirilor.

(2) Amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase pe clădiri se autorizează numai în baza unei expertize tehnice elaborate în condițiile legii de către experți tehnici atestați, precum și a documentației tehnice pentru autorizare, verificată de verificatori de proiecte atestați pentru cerințele esențiale de calitate "rezistență mecanică și stabilitate", "siguranță în exploatare" și "securitate la incendiu", prevăzute de legislația în vigoare privind calitatea în construcții.

(3) Verificarea construcției cu privire la respectarea cerințelor esențiale de calitate prevăzute la alin. (2) se realizează prin reexpertizare tehnică, la fiecare 10 ani de la data emiterii autorizației de construire pentru amplasarea structurii publicitare, sau ca urmare a acțiunilor factorilor de risc naturali/antropici asupra construcției/elementului constructiv care susține structura publicitară.

(4) Panourile publicitare amplasate pe clădiri nu vor depăși limitele acestora.

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

Art.19

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, pe care sunt instalate indicatoare rutiere.

Art.20

(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.21

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

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

Art.22

(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.

(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.

(3) Nu se admite montarea a mai mult de trei panouri publicitare succesive cu același conținut.

Art.23

(1) Pe străzile de categoria I, II și III, conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, se pot amplasa panouri publicitare în următoarele condiții:

a) la distanță de minimum 4,00 m față de limita carosabilului, în cazul în care nu există trotuar;

b) la distanță de minimum 1,00 m față de limita dinspre carosabil a spațiului verde de pe trotuar, fără a împiedica circulația pietonilor;

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

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

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

(4) În situația în care ansamblul de mijloace de publicitate este constituit dintr-o succesiune de panouri publicitare de diferite dimensiuni dispuse în orice combinație, distanța dintre panouri va fi de minimum 50,00 m.

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

Art.24

(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.25

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 50,00 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din intravilan;
- c) cu distanța de minimum 100,00 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan;
- d) la minimum 100,00 m față de intersecțiile cu drumurile laterale cu mai mult de 4 benzi de circulație;
- e) în afara curbilor cu vizibilitate redusă;
- f) la minimum 100,00 m față de intersecțiile semaforizate.

Art.26

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

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

(3) 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.27

(1) Pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,25 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.28

(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 panouri unitare de maximum 2,20 mp; în cazul în care sunt amplasate mai multe panouri sau panouri cu două fețe utile, suprafața totală de publicitate nu va depăși 4,50 mp.

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

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

(5) Coloanele port-afiș vor putea fi utilizate numai pentru afișe și/sau anunțuri de spectacole și manifestări culturale; este interzisă suprapunerea de afișe de spectacol în cazul în care termenul la care acestea vor avea loc nu a fost depășit.

Secțiunea a V-a

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

Art. 29

Amplasarea de bannere care conțin anunțuri privind promovarea de evenimente culturale, economice, științifice și altele de această natură se avizează pe baza documentației privind

rezistența elementelor de susținere, precum și cu acordul proprietarului elementelor de susținere utilizate în acest scop, fără a fi necesară emiterea Autorizației de construire.

Art. 30

La amplasarea bannerelor se vor avea în vedere următoarele:

a) nu este permisă amplasarea bannerelor în intersecții, în zone în care împiedică vizibilitatea rutieră sau perspectiva asupra monumentelor istorice ori naturale sau în locuri unde există panouri publicitare;

b) este interzisă amplasarea pe domeniul public a suporturilor/stâlpilor în scopul exclusiv de susținere a bannerelor;

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

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

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

Art.31

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

(2) Pe un catarg se poate amplasa un singur steag.

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

(4) Sunt exceptate de la prevederile alin. (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.32

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

a) suprafața indicatorului publicitar direcțional este mai mică de 1,00 mp;

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

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

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

(2) Amplasarea de stâlpi-suport pentru indicatoarele publicitare direcționale în baza avizului emis de Serviciul de specialitate din cadrul Primăriei municipiului Cluj – Napoca.

Secțiunea a VI

Reguli generale privind amplasarea mesh-urilor

Art.33

Este permisă amplasarea de mesh-uri și mesh-uri digitale pe construcții, inclusiv monumente istorice amplasate în zonele de publicitate restrânsă, sau în zonele în care este interzisă publicitatea, numai în situația în care acestea constituie protecție către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare, dar nu mai mult de un an calendaristic, și numai dacă reproduc imaginea construcției după consolidare/restaurare, eventualele texte de publicitate comercială vor ocupa cel mult 25% din suprafața totală a acesteia;

Secțiunea a VII-a

Reguli generale privind publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale

Art.34

(1) Publicitatea temporară vizează popularizarea unor evenimente importante pentru comunitate (culturale - festivaluri, spectacole deosebite, congrese științifice, târguri etc, sociale - congrese, întruniri, campanii electorale etc.). Publicitatea temporară e admisă pe tot teritoriul municipiului și se va amplasa cu respectarea prezentului Regulament.

(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 24 de ore;

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

(4) Amplasamentele destinate pentru mijloacele de publicitate temporară și pentru proiectele publicitare speciale sunt prevăzute în Anexa 3.

(5) Dacă la încheierea perioadei de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară, în conformitate cu prevederile Art. 7 alin (2) din prezentul Regulament, există mai multe solicitări de amplasare de mijloace de publicitate temporară, autoritatea publică locală va atribui amplasamentul prin licitație publică, organizată în conformitate cu prevederile legale.

(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. (5) 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.

(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. 35

(1) În vederea asigurării eficienței informării a cetățenilor, a libertății de expresie și esteticii urbane, autoritatea administrației publice locale va instala în amplasamente cu vizibilitate, în condițiile prezentului Regulament, panouri speciale destinate afișelor publicitare și 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 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.

Secțiunea a IX-a

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

Art.36

- (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 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.37 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 anul prin hotărâre de către consiliul local al municipiului Cluj-Napoca.

Art.38 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, marcaje de avertizare sau marcaje de circulație, precum și 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) Activități cu caracter caritabil

(7) Activități desfășurate în parteneriat cu Primăria municipiului Cluj – Napoca.

Capitolul VII

Sanctiuni

Art.40

Sanctiunile prevăzute în prezentul Regulament se completează cu cele referitoare la nerespectarea prevederilor legislației în vigoare privind autorizarea construcțiilor , urbanismul și amenajarea teritoriului.

Art.41

Constituie contravenții și se sancționează cu amendă 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 pe trotuare cu lățime mai mică de 2,25 m- amendă de la 30.000 la 50.000 lei

b) permiterea de către proprietarul imobilului a executării lucrărilor de amplasare a mijloacelor de publicitate fără autorizație de construire valabilă-amendă de la 30.000 la 50.000 lei

c) nerespectarea de către proprietarii mijloacelor de publicitate a tipurilor și dimensiunilor mijloacelor de publicitate admise, în conformitate cu prevederile prezentului Regulament-amendă de la 30.000 la 50.000 lei

d) amplasarea stâlpilor pentru indicatoarele publicitare direcționale și a mijloacelor de publicitate temporară fără avizul autorității publice locale sau în alte locuri decât cele precizate prin avizul pentru publicitate temporară-amendă de la 15.000 la 30.000 lei

e) amplasarea panourilor publicitare mobile sau a oricăror altor forme de reclamă, pe spațiile de circulație pietonală cu o lățime mai mică de 2,25 m, precum și neexecutarea obligatoriu îngropat, respectiv sub cota suprafeței solului/trotuarului, până la nivelul solului a elementelor de fundare/ancorare necesare asigurării stabilității panoului de reclamă publicitară-amendă de la 15.000 la 30.000 lei

f) 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 10.000 la 15.000 lei

- g) nerespectarea obligației de reexpertizare tehnică în vederea verificării construcției cu privire la respectarea cerințelor esențiale de calitate, de a elibera/desființa suportul reclamei la expirarea termenului stabilit prin autorizația sau avizul pentru publicitate temporară ori refuzul 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 15.000 la 30.000 lei
- h) nerespectarea obligației de dezafectare și/sau conformare prevăzute de art.43 din prezentul Regulament-amendă de la 10.000 la 15.000
- i) nerespectarea obligațiilor privind întreținerea mijloacelor de publicitate și afișarea permanentă a unor mesaje în cadru-amendă de la 5.000 la 10.000 lei
- j) nerespectarea obligației de a afișa în mod vizibil elementele de identificare ale panoului publicitar prin inscripționarea acestora cu informații privind denumirea operatorului, codul de identificare fiscală a acestuia și numărul autorizației de construire-amendă de la 5.000 la 10.000 lei
- k) amplasarea afișelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate în alte locuri decât pe panourile special destinate acestora-amendă de la 500 la 5.000 lei

Capitolul VII

Dispoziții finale

Art.42

(1) În vederea asigurării respectării prevederilor prezentului Regulament cu situația de fapt din teren, autoritatea administrației publice locale, în termen de 30 de zile de la adoptarea acestuia, va identifica și 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 autorității publice locale, care nu sunt autorizate în conformitate cu prevederile legale sau care au fost amplasate fără respectarea prevederilor legale ori care nu au inscripționate informațiile privind denumirea operatorului, codul de identificare fiscală a acestuia și numărul autorizației de construire, se va dispune dezafectarea;

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

(2) În termen de 30 de zile de la finalizarea procedurilor prevăzute la alin.(1), se vor demara procedurile de licitație publică a amplasamentelor identificate pe domeniul public sau privat al statului sau al unității administrativ teritoriale.