

Regulamentul de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în municipiul Oradea

Cap. I. Dispoziții generale

Art. 1. Prezentul regulament stabilește condițiile în care se desfășoară activitatea de publicitate, reclamă și afișaj în municipiul Oradea.

Art. 2. Prevederile prezentului regulament se aplică posesorilor de firme, operatorilor de publicitate, precum și executanților de astfel de lucrări ce își desfășoară activitatea pe domeniul public și/sau privat al municipiului Oradea, precum și beneficiarilor reclamei și a proprietarilor de imobile pe care sunt amplasate mijloace publicitare.

Art. 3. Definirea unor termenii utilizați pe parcursul prezentului regulament:

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) *clădire aflată în stare de deteriorare* - clădire care prezintă deteriorări ale fațadelor și/sau ale elementelor decorative ale acestora, de natura crăpăturilor, exfolierilor, desprinderilor, dezvelirilor de pe suportul constructive.

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

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

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

i) *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;

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

k) *mijloace de publicitate* - ansamblu de elemente constructive folosite în scopul prezentării unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesionale 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;

- *panou tip city light* - panou de tip casetă luminoasă, de dimensiuni mici și iluminare din interior cu tuburi de neon;

- *panou tip backlit* - panou publicitar cu una/două fețe de expunere realizate din profile de oțel cu rame din tablă ambutsată, cu sistem de întindere a posterelor și iluminare din interior cu tuburi de neon;

- *panou tip unipol* - structură de rezistență care se amplasează pe suport propriu - un singur stâlp de susținere din țevă metalică - la o înălțime față de sol mai mare de 5m;

- *tv screen* - panou publicitar electronic pentru transmiterea de mesaje publicitare prin afișarea spotului publicitar în format video

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

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

p) *publicitate* - totalitatea modalităților și instrumentelor specifice utilizate pentru a facilita cunoașterea și aprecierea de către consumatori a anumitor produse, servicii sau pentru a informa publicul asupra unor evenimente, a

destinației unor spații, lansări de produse, deschideri de magazine și altele asemenea, precum și orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste având ca scop promovarea vânzării de bunuri și servicii, de drepturi și obligații;

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

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

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

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

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

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

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

v) *totem publicitar* - structură constructivă sub formă de coloană inscripționată cu texte și elemente grafice prin care o persoană fizică/juridică își identifică activitatea, amplasată în dreptul spațiului și numai pe perioada în care își desfășoară activitatea, fără a perturba activitatea altor agenți economici, și profilul transversal al străzii permite circulația fluentă atât pietonal cât și rutier;

x) *suprafață vitrată* - element constructiv care permite luminarea naturală a unui spațiu interior, dar și comunicarea vizuală exterior/interior;

y) *sticlă sablată* - sticlă cu aspect înghețat;

Cap. II Aprobarea executării/dezafectării 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, republicată, cu modificările și completările ulterioare.

(2) 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.

(3) Proprietarii imobilelor care și-au dat acordul pentru amplasarea mijloacelor de publicitate sunt obligați să solicite executantului lucrărilor construcției suportului publicitar, autorizația de construire sau avizul Instituției Arhitectului Șef sau acordul de publicitate temporară.

(4) Nu se eliberează autorizație de construire pentru amplasarea de mijloace publicitare pe construcții neautorizate sau construcții la care au fost făcute intervenții neautorizate.

Art. 5 Actele și conținutul – cadru al documentației pentru avizare/autorizare:

(1) **Certificatul de urbanism** – este actul de informare, prin care solicitantului i se fac cunoscute condițiile necesare autorizării, inclusiv lista avizelor și acordurilor. Se eliberează solicitantului (orice persoană fizică sau juridică) în maximum 4 zile lucrătoare de la data înregistrării cererii, în baza unei documentații compuse din:

- cerere tip completată cu elementele de identificare ale beneficiarului, cu precizarea scopului solicitării actului
- plan de situație la scara 1:500 sau plan de încadrare în zonă, pe care va fi marcat vizibil amplasamentul propus și cotat față de repere fixe identificabile
- grafica reclamei, precum și simulare fotografică, din care să rezulte culorile folosite, dimensiunile, precum și materialul din care se va executa
- documentul de plată a taxei pentru eliberarea certificatului de urbanism (copie)

(2) **Autorizația de construire** – este actul administrativ care permite amplasarea mijloacelor de publicitate. Se eliberează solicitantului (de regulă deținătorului unui titlu asupra imobilului, teren sau construcție) în maximum 15 zile lucrătoare de la data înregistrării cererii, în baza unei documentații compuse din:

- cerere tip completată cu elementele de identificare ale beneficiarului, cu precizarea scopului solicitării actului
- act doveditor pentru dreptul de folosință al imobilului
- certificat de urbanism (copie) aflat în termen de valabilitate

- avizele și acordurile solicitate prin certificatul de urbanism
- documentația tehnică întocmită conform legii (care trebuie să conțină: memoriu tehnic, detalii de prindere, foto/simulare fotografică înainte și după amplasare) sau simularea fotografică, din care să rezulte culorile folosite, dimensiunile, precum și materialul din care se va executa – 3 ex.
- documentele, avizele și acordurile solicitate prin certificatul de urbanism
- documentul de plată a taxei pentru eliberarea autorizației de construire
- dovada depunerii declarației de impunere pentru stabilirea taxei de afișaj în scop de reclamă și publicitate

(3) **Acordul pentru publicitate temporară** este actul care permite amplasarea sistemelor publicitare (afișe, postere, mesh-uri, easy change-uri, standuri publicitare, etc) folosite ca mesaj în cadrul unor campanii publicitare pentru activitățile de promovare pe termen scurt, care se desfășoară pe domeniul public sau privat (festivaluri, târguri, expoziții, lansări de produse, distribuiri de mostre și tipărituri, manifestări cu ocazia unor evenimente speciale cu caracter social, politic, cultural – distractiv, comercial, turistic, sportiv, etc), având structuri fără fundație, strict pe perioada campaniilor. Se eliberează solicitantului (orice persoană fizică sau juridică) în maximum 4 zile lucrătoare de la data înregistrării cererii, în baza unei documentații compuse din:

- cerere tip completată cu elementele de identificare ale beneficiarului, cu precizarea scopului solicitării actului
- grafica reclamei, precum și simulare fotografică, din care să rezulte culorile folosite, dimensiunile, precum și materialul din care se va executa
- acordul proprietarului imobilului pe care va fi amplasat sistemul publicitar
- documentele de plată pentru emiterea acordului de publicitate temporară: taxa de reclamă și taxa de ocupare a domeniului public în situația în care activitatea de promovare se desfășoară pe domeniul public sau privat al municipiului Oradea.

(4) **Avizul Instituției Arhitectului Șef** este actul tehnic care permite amplasarea firmelor inscripționate pe vitrinele/ușile de acces; steagurilor publicitare, mijloacelor publicitare mobile pliante, tip "pancartă" (cu ocazia diverselor evenimente sau manifestații). Se eliberează solicitantului (orice persoană fizică sau juridică) în maximum 4 zile lucrătoare de la data înregistrării cererii, în baza unei documentații compuse din:

- cerere pentru eliberarea avizului Instituției Arhitectului Șef (formular tipizat).
- grafica reclamei, precum și simulare fotografică, din care să rezulte culorile folosite, dimensiunile
- act doveditor pentru dreptul de folosință al imobilului
- documentul de plată a taxei pentru eliberarea avizului Instituției Arhitectului Șef

Art. 6 (1) În cazul în care, la expirarea termenului de încetare a funcționării mijlocului de publicitate aprobat 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 alin. (1), primarul dispune, prin dispoziție, 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-suport de publicitate 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) 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, în condițiile prezentei legi, autoritatea administrației publice locale emite avize pentru publicitate temporară, la cererea solicitanților, în condițiile legi și ale prezentului regulament.

(2) Perioada de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară prevăzută la art. 7 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.

Cap. III. Stabilirea zonelor de publicitate

Art. 8. (1) În municipiul Oradea, în cadrul teritoriului administrativ, sunt delimitate următoarele zone de publicitate:

- a) zona de publicitate restrânsă

- zona de publicitate restrânsă ultracentrală – **ZPR1** – anexa 1
 - zona de publicitate restrânsă restul Ansamblului Urban Centru Istoric și zonele de protecție ale celorlalte monumente istorice necuprinse în ansamblu – **ZPR2** – anexa 2
- b) zona de publicitate lărgită - **ZPL** – tot teritoriului administrativ al municipiului Oradea, cu excepția zonei de publicitate restrânsă delimitată potrivit art. 9 alin. (1) lit. a
- (2) Pentru zonele definite mai sus, categoriile de mijloace de publicitate și amplasamentele pentru fiecare zona sunt reglementate în anexa 3.

Cap. IV. Reguli generale privind amplasarea tuturor categoriilor de mijloace de publicitate

Art. 9. (1) Publicitatea este permisă atât pe domeniul public sau privat al unității administrativ-teritoriale Oradea, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, cu respectarea prevederilor legale în vigoare.

Art. 10. (1) Amplasarea mijloacelor de publicitate este interzisă în următoarele situații:

- a) pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților publice, cu excepția afișajelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul sediilor;
 - b) pe clădirile în care își desfășoară activitatea unități de învățământ, cultură sau alte asemenea – cu excepția unor evenimente publice organizate sau dacă reclama are legătură cu obiectul de activitate al instituției respective și cu acordul forului tutelar;
 - c) pe obiectele de artă monumentală și monumentele de for public;
 - d) pe monumentele istorice, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii și a mesh-urilor amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/ restaurare în condițiile prezentului regulament;
 - e) pe clădirile aflate în stare de deteriorare. Se vor putea amplasa mijloace de publicitate, în condițiile prezentului regulament, numai după reabilitarea și refacerea imobilului;
 - f) în incinta și pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcașurilor de cult, a scuarurilor, parcurilor și grădinilor publice;
 - g) în spații verzi cu caracter ornamental sau zone bogat plantate;
 - h) în locurile de joacă sau locurile de odihnă situate în zona blocurilor de locuințe colective;
 - i) pe zona carosabilă a străzilor și a drumurilor, indiferent de categoria acestora;
 - j) în zonele în care a fost restricționată sau interzisă publicitatea prin prezentul Regulament;
 - k) 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;
 - l) pe parapetele și/sau pereții pasajelor rutiere subterane și supraterane ori sub poduri;
 - m) pe stâlpii proprii elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație;
 - n) pe lucrările de artă care traversează drumul, pe portale cu semnalizare rutieră sau în soluții independente autoportante în traversarea drumului.
 - o) pe arbori;
- (2) Se interzice acoperirea cu orice mijloc de publicitate a suprafețelor vitrate ale clădirilor.
- (3) 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.
- (4) 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 unitar, ca tip, dimensiune și încadrare simetrică, pe fațada sau pe calcanul respectiv.
- (5) Se interzice aplicarea (inscripționarea) firmelor, reclamelor, textelor publicitare direct pe împrejurimi, geamuri, zidurile imobilelor, stâlpilor de orice fel, trotuarelor sau aleilor prin diverse metode grafice.

Reguli specifice pentru categoriile de mijloace de publicitate

Secțiunea I

Reguli generale privind amplasarea firmelor

Art. 11. (1) Firmele se amplasează pe fațadele clădirilor sau în locuri special amenajate numai după obținerea autorizației de construire.

(2) Firmele se vor executa, obligatoriu, din materiale rigide; nu se acceptă firme din materiale fără durabilitate (pânză, poliplan, carton).

(3) Firmele se amplasează pe fațada spațiului pe care îl definesc, în locuri special amenajate sau care sunt posibile din punct de vedere arhitectural și constructiv, după cum urmează:

a) pe clădirile de locuit având spații cu altă destinație la parter sau mezanin, se amplasează numai pe porțiunea de fațadă corespunzătoare acestor spații, de regulă deasupra accesului – încadrată simetric, excepție fiind în cazul clădirilor de locuit prevăzute cu parapet plin și continuu la balconul primului etaj, cu acordul proprietarilor;

b) firmele în consolă se amplasează la o înălțime minimă de 2.50 m de la nivelul trotuarului. Față de planul vertical al fațadei, firmele vor putea ieși în consolă maximum 1.20 m, dar păstrând o distanță de minimum 1.00 m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de limita interioară a plantației de aliniament;

c) copertinele pe care se inscripționează o firmă vor fi amplasate la minimum 2.50 m înălțime față de nivelul trotuarului și vor ieși din planul fațadei maximum 1.50 m; ele vor păstra o distanță de minimum 1.00 m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de limita interioară a plantației de aliniament;

d) în cazul amplasării firmelor pe aticul clădirilor de locuințe colective sau pe parapetul plin al etajului I, după caz, firmele nu vor depăși dimensiunile elementelor constructive-suport;

e) în cazul apartamentelor în care se derulează activități cu caracter temporar situate în clădiri de locuințe colective, firmele aferente se amplasează la parterul clădirii, cu acordul proprietarilor afectați;

(4) În situația prevăzută la alin. (3) lit. e), firmele se amplasează astfel:

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

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

(5) Firmele tip "Totem" se pot amplasa numai în dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității, fără a perturba activitatea altor agenți economici, și profilul transversal al străzii permite circulația fluentă atât pietonal cât și rutier, și nu vor folosi în alcătuirea lor lumina dinamică sau intermitentă și nici culori în combinații specifice semnalizărilor rutiere. Amplasarea acestor firme se va face numai după obținerea autorizației de construire și depunerea declarației fiscale pentru taxă amplasare totem publicitar și stabilirea taxei pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate.

Art. 12 (1) Pe fațada spațiilor comerciale de la parterul imobilelor de locuit se pot amplasa, alături de firme, și alte mijloace de publicitate cu respectarea prevederilor referitoare la autorizarea și executarea firmelor.

(2) Publicitatea amplasată pe fațada unui spațiu comercial se va diferenția față de firmă prin culoare, formă sau dimensiune.

(3) În cazul clădirilor prevăzute cu o incintă împrejmuită, firmele pot fi amplasate în aliniamentul stradal sau perpendicular față de aceasta, în consolă ancorate de clădire sau susținute de un suport amplasat în spatele împrejmuirii.

Art. 13. (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 50 m de semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora și nici lumină intermitentă.

Art. 14. (1) În toate zonele din municipiul Oradea se interzice acoperirea cu orice mijloc de publicitate (material colant, grafică pictată sau orice alte mijloace publicitare de afișaj) a suprafețelor vitrate ale clădirilor. Acestea se pot realiza doar în interiorul spațiului în care își desfășoară activitatea pe sisteme de afișare de tip panou care pot fi suspendate de pereții spațiilor comerciale sau cu rame cu sistem click.

(2) În situația în care agenți economici, persoane fizice sau juridice, doresc sau sunt obligați prin legislația specifică activității, să fie împiedicată vizualizarea activităților care se desfășoară în locația respectivă, se acceptă acoperirea suprafețelor vitrate prin sticlă sablată sau cu folie imitație sticlă sablată.

(3) Se interzice amplasarea oricăror firme, corpuri și structuri de afișaj care folosesc în alcătuirea lor lumina intermitentă sau dinamică.

Art. 15. (1) În situația în care într-un imobil funcționează mai multe societăți comerciale, dintre care unele nu au vitrine spre stradă dar care doresc montarea firmelor aferente pe fațada principală, le vor putea monta alăturat intrării.

Acestea vor fi realizate unitar și grupat, ca tip, dimensiune și încadrate simetric pe fațadă. Poziționarea acestora se va face astfel încât să nu devină agresive pentru pietoni și să nu afecteze arhitectura clădirii.

(2) În situația în care clădirea intră în proces de reabilitare a fațadei, autorizarea semnalisticii și publicității se va face în baza unui studiu de fațadă, parte integrantă din documentația tehnică de autorizare a lucrurilor de reabilitare.

(3) La montarea/demontarea firmelor, proprietarii acestora au obligația să aducă fațada clădirii la starea inițială, prin înlăturarea amprentelor firmelor și reparații ale zonei de montare, inclusiv rezugrăvirea locală și readucerea la aspectul inițial.

Reguli privind amplasarea firmelor în zona de publicitate restrânsă

Art. 16. (1) În zona de publicitate restrânsă ultracentrală – ZPR1 - definită conform anexei 1, firmele vor fi amplasate astfel:

- perpendicular pe fațadă, cu sistem de prindere în consolă în concordanță cu stilul arhitectural al clădirii; ieșite în consolă max. 0.70 m și fără a depăși suprafața de 0.50mp, sau,
- în planul fațadei: litere amplasate independent (fără suport comun), luminoase sau iluminate arhitectural, al căror design să nu contrasteze cu elementele stilistice din arhitectura imobilului (formă, culori, etc) axate pe fațada spațiului în folosință, simetric față de limita acestui spațiu, care să nu acopere elementele de modenatură, elementele decorative ale fațadei, iar în documentația de autorizare se va prezenta un fotomontaj cu desfășurata stradală în care va fi inclusă propunerea în contextul existent.

(2) Toate propunerile din această zonă, inclusiv propunerile pentru clădirile cu arhitectură modernă vor fi supuse avizării Comisiei Municipale de Urbanism și Amenajarea Teritoriului.

(3) Copertinele, umbrelele, marchizele, parasolarele sau alte asemenea structuri amplasate pentru protecția clădirilor și teraselor din această zonă vor fi inscripționate doar pe suprafața franjurată.

Art. 17. (1) În zona de publicitate restrânsă – ZPR2 – definită conform anexei 2, firmele vor fi amplasate astfel:

- perpendicular pe fațadă, cu sistem de prindere în consolă, în concordanță cu stilul arhitectural al clădirii, ieșite în consolă max. 1.00 m și fără a depăși suprafața de 1.00 mp, sau
- în cazul amplasării firmelor pe fațadă, în plan orizontal, firmele nu vor depăși dimensiunile elementelor constructive-suport; designul semnalisticii va fi în concordanță cu elementele decorative ale fațadei, iar în documentația de autorizare se va prezenta un fotomontaj cu desfășurata stradală în care va fi inclusă propunerea în contextul existent.

(2) Pe fațadele clădirilor cu arhitectură modernă, firmele se vor putea amplasa și în zona luminatorului vitrinei.

(3) În situația în care, pentru același spațiu, se solicită amplasare semnalistică firmă atât aplicată pe fațadă, cât și în consolă, precum și propunerile cu impact deosebit din această zonă vor fi supuse avizării Comisiei Municipale de Urbanism și Amenajarea Teritoriului.

Secțiunea a II a

Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase pe imobile și la sol

Art. 18. (1) Amplasarea panourilor publicitare atât pe domeniul public, cât și privat se va face numai după obținerea autorizației de construire, emisă conform prevederilor legale în vigoare, și în baza unui contract de închiriere valabil încheiat cu proprietarul/administratorul imobilului.

(2) Amplasarea panourilor publicitare, pe proprietăți private, sunt lucrări de construcții cu caracter provizoriu; durata de existență a panourilor publicitare amplasate pe domeniul privat este de 5 ani. Acest termen decurge de la data amplasării panoului publicitar (comunicată în prealabil; în caz contrar se consideră ziua următoare datei de emisie a autorizației). După expirarea acestui termen, se poate solicita reautorizarea pe același amplasament, pe o perioadă egală cu perioada inițială.

Art. 19. (1) Pot fi amplasate panouri publicitare, ecrane și publicitate luminoasă, pe calcane, pe fațade, pe terase ori acoperișuri ale clădirilor, astfel încât sistemele lor de prindere să nu constituie o sursă de accidente și să nu afecteze structura de rezistență și funcționarea optimă a clădirilor.

(2) Amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase pe clădiri se autorizează numai în baza unei expertize tehnice elaborate în condițiile legii de către experți tehnici atestați, precum și a documentației tehnice pentru autorizare, verificată de verificatori de proiecte atestați pentru cerințele esențiale de calitate "rezistență mecanică și stabilitate", "siguranță în exploatare" și "securitate la incendii", 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) Sunt exceptate de la prevederile prezentei legi ecranele publicitare care fac parte integrantă din fațadele clădirilor și care au fost autorizate împreună cu acestea, în conformitate cu legislația în vigoare.

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 autoritățile administrației publice locale, respectiv alte instituții abilitate ale statului.

(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 amenaja obligatoriu suprafețele de expunere:

- cu materiale privind propria activitate – în acest caz datorând taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate;
- cu materiale privind campanii educaționale, umanitare, sociale, culturale de interes public, sau cu conținut informativ privind monumente istorice sau zone de interes turistic din municipiul Oradea, materiale ce se vor realiza de către operatorii de publicitate prin efort propriu, conținutul informativ al acestora va fi pus la dispoziție de către Primăria municipiului Oradea - în acest caz nu se datorează taxa pentru afișaj; în situația în care Primăria municipiului Oradea solicită afișarea acestor materiale pentru o perioadă de cel puțin 3 luni de zile, fără întrerupere, atunci va suporta costul acestora din bugetul propriu.

Art. 21. (1) În situația amplasării pe terasele sau acoperișurile construcțiilor, panourile publicitare, ecranele și publicitatea luminoasă vor avea următoarele înălțimi:

- a) cel mult 3.00 m, dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mică de 15.00 m;
- b) cel mult 1/5 din înălțimea fațadei, dar nu mai mult de 6.00 m, dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mare de 15.00 m.

(2) Amplasarea panourilor publicitare pe terasele sau acoperișurile construcțiilor se va face în baza aceluiași reguli ca pentru panourile publicitare amplasate pe sol.

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.

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 2.20 mp per față.

(2) Panourile cu dimensiunile de până la 1.20x1.80m, se amplasează la o distanță de cel puțin 25.00 m între panouri.

(3) Panourile cu dimensiunile de peste 3.20x2.40m, 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, indiferent de tipul de proprietate pe care au fost montate, distanța dintre panouri va fi de minimum 50.00 m.

(5) În zona de publicitate restrânsă – ZPR1 – la sol - se pot amplasa numai panouri publicitare de până la 1.20x1.80m.

(6) În zona de publicitate restrânsă – ZPR2 – la sol și pe clădiri – pe un amplasament se poate amplasa un singur panou publicitar cu dimensiunile de până la 4.00x3.00m;

(7) În zona de publicitate largită – ZPL – la sol și pe clădiri - pe un amplasament se pot amplasa panouri publicitare cu dimensiunile de până la 8.00 x 3.00 m, cu respectarea prevederilor alin. (1)-(4); Pe clădirile cu înălțimea mai mare de 15m, din această zonă, în situația amplasării mai multor panouri, acestea vor fi realizate unitar, astfel încât înălțimile cumulate ale panourilor să nu depășească ½ din înălțimea clădirii.

(8) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1)-(7) 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) Amplasarea sistemelor publicitare se va face cu protejarea spațiilor verzi amenajate ca atare și a arborilor de aliniament stradal.

(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.

(3) Panourile publicitare pot fi luminoase sau iluminate cu sursă proprie de lumină. Alimentarea cu energie electrică a acestora se va face cu fir postat subteran, fiind interzise cablajele aeriene de la stâlpii de iluminat public, cu excepția situațiilor în care zona domeniului public care este afectată de lucrările de rețele electrice, se află în perioada de garanție de bună execuție pentru reabilitare/modernizare/consolidare. Doar în aceste situații se acceptă provizoriu, până la expirarea perioadei de garanție de bună execuție, cablajele aeriene.

(4) Panourile publicitare amplasate pe proprietăți private vor avea asigurată energia electrică necesară iluminatului pe bază de contract cu un furnizor de energie electrică. Este interzisă racordarea la rețeaua de iluminat public a Municipiului Oradea.

Art. 25. De-a lungul drumurilor naționale, județene 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:

- la minimum 2.50 m înălțime de la sol, pentru panourile cu suprafața utilă mai mare de 2.20 mp per față;
- cu distanța de minimum 50.00 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din intravilan;
- cu distanța de minimum 100.00 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan;
- la minimum 100.00 m față de intersecțiile cu drumurile laterale cu mai mult de 4 benzi de circulație;
- în afara curbelor cu vizibilitate redusă;
- la minimum 100.00 m față de intersecțiile semaforizate.

Art. 26. (1) Amplasamentele aflate în proprietatea sau în administrarea unității administrativ-teritoriale Oradea – domeniu public, destinate montării mijloacelor de publicitate vor fi închiriate/concesionate prin licitație publică organizată în condițiile legii.

(2) Licitațiile pentru amplasamentele prevăzute la alin. (1) se organizează pe zone de publicitate sau/și tipuri de mijloace de publicitate, stabilite în conformitate cu regulamentul local de publicitate.

(3) Prețul de pornire a licitațiilor publice pentru închirierea terenurilor destinate amplasării de sisteme publicitare luminoase sau iluminate va include taxa de ocupare a domeniului public (stabilită prin H.C.L.). Asigurarea energiei electrice necesare funcționării sistemelor publicitare luminoase sau iluminate va fi reglementată prin caietul de sarcini elaborat în vederea organizării licitației publice.

(4) Municipiul Oradea va asigura accesul nediscriminatoriu al tuturor operatorilor de publicitate la utilizarea amplasamentelor stabilite prin regulamentul local de publicitate.

(5) La solicitarea expresă formulată de Primăria municipiului Oradea prin serviciul de specialitate, unele panouri publicitare amplasate pe domeniul public, vor fi prevăzute cu ceasuri digitale/analogice pentru afișarea orei, datei și temperaturii. Achiziționarea, montarea și întreținerea ceasurilor se va realiza prin efort propriu al operatorului de publicitate, iar contravaloarea energiei electrice consumate de acestea se va achita de către municipalitate. Alimentarea cu energie electrică a panourilor publicitare se va face cu fir postat subteran, fiind interzise cablajele aeriene de la stâlpii de iluminat public.

(2) Amplasarea panourilor publicitare, pe domeniul public, sunt lucrări de construcții cu caracter provizoriu; durata de existență a panourilor publicitare amplasate pe domeniul public este identică cu perioadă valabilității contractului de închiriere/concesiune.

Art. 27. (1) Panourile și ecranele publicitare amplasate pe sol în intravilanul localităților vor avea dimensiunile de pâna la 8.00 x 3.00 m – funcție de restricțiile zonelor de publicitate. De-a lungul drumurilor naționale, județene, precum și a arterelor de centură, conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, în cadrul zonei de protecție a acestora, porțiunile situate în intravilanul municipiului, se pot amplasa panouri publicitare cu dimensiunile de pâna la 14.00 x 4.00 m.

(2) În extravilanul localităților, pe zona de protecție a drumurilor publice, pot fi amplasate și panouri publicitare având dimensiunea de 8.00 x 3.00 m, 8.00 x 4.00 m, iar în afara acesteia și panouri de 14.00 x 4.00 m.

(3) Pe zonele verzi cu destinația de scuaruri sau parcuri predate în întreținere și amenajare agenților economici, se pot amplasa panouri informative – model aprobat prin HCL 346/29.04.2009 – prin care sunt furnizate informații cu privire la agentul economic care întreține zona respectivă, fără plata taxelor aferente (ocupare domeniu public și taxă afișaj).

Art. 28. (1) În scopul asigurării siguranței cetățenilor și integrității bunurilor, operatorii de publicitate vor realiza mijloacele publicitare cu materiale și sisteme constructive ce respectă prevederile legale privind calitatea în construcții.

(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.

(3) Deținătorii mijloacelor de publicitate sunt obligați să asigure întreținerea și repararea pe întreaga perioadă de menținere în amplasament a acestora. Materialele din care se vor executa aceste sisteme vor fi de bună calitate, rezistente la intemperii și vor avea un aspect estetic, care nu va afecta imaginea urbană a zonei în care se amplasează.

Secțiunea a III a

Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare mobile

Art. 29. (1) Pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2.25 m se pot amplasa panouri publicitare mobile pliante, având ca scop promovarea comercială, comunicarea de tarife sau acțiuni promoționale, specifice activității desfășurate de beneficiarul publicității, în următoarele condiții:

a) dimensiunile maxime ale panoului vor fi de 0.50 m x 0.90 m;

b) amplasarea panoului este permisă numai în dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității fără a perturba traficul rutier și/sau pietonal, și numai pe durata programului zilnic de funcționare a acestuia.

(2) Este interzisă amplasarea panourilor mobile portante (trepiede, pliante, sandwich, etc) pe str. Republicii – zona pietonală, Piața Unirii, Piața Regele Ferdinand I. Nerespectarea interdicției atrage pe lângă aplicarea sancțiunilor contravenționale și alte măsuri, respectiv, ridicarea acestora de către Primăria municipiului Oradea. Recuperarea acestor mijloace se poate face, după achitarea amenzii contravenționale, în cel mult 30 de zile de la ridicare. În caz de neridicare în acest interval, aceste mijloace se vor casa.

(3) Amplasarea panourilor publicitare mobile pliante se face după obținerea avizului emis de serviciul de specialitate din cadrul Primăriei municipiului Oradea.

Secțiunea a IV a

Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

Art. 30. (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 Regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate.

(2) Adăposturile destinate publicului și stațiile de autobuz pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panouri unitare de 1.20 x 1.80 m;

(3) Chioșcurile cu activități comerciale, cu excepția celor de ziare, pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panouri unitare de 1.20 x 1.80 m; în cazul în care sunt amplasate mai multe panouri, suprafața totală de publicitate pentru un chioșc nu va depăși 6.00 mp.

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

Secțiunea a V a

Reguli generale privind publicitatea pe stâlpi (bannere, indicatoare publicitare direcționale, steaguri publicitare)

Art. 31. În municipiul Oradea se interzice amplasarea bannerelor publicitare.

Art. 32. (1) Este permisă amplasarea de indicatoare publicitare direcționale pe stâlpii de iluminat public, amplasați în afara intersecțiilor sau al sensurilor giratorii, dacă pe aceștia nu sunt montate semnalizări rutiere, în următoarele condiții:

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

(2) În ZPR1 se interzice amplasarea acestor tipuri de mijloace publicitare, cu excepția celor cu scop de informare și promovare a turismului sau a unor evenimente publice organizate de, sau împreună cu autoritățile publice locale.

(3) Se pot amplasa stâlpi din țevă metalică - suport pentru mijloace publicitare direcționale cu dimensiunile de 0.80x1.00m numai în apropierea spațiului destinat activității care face obiectul publicității, fără a perturba activitatea altor agenți economici, și profilul transversal al străzii permite circulația fluentă atât pietonal cât și rutier. Amplasarea acestor stâlpi se va face numai după obținerea autorizației de construire și depunerea declarației fiscale pentru taxă amplasare stâlp (totem) publicitar și stabilirea taxei pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate.

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

(5) Operatorii de publicitate care dețin o autorizație de construire valabilă pentru amplasarea de indicatoare publicitare direcționale și un contract valabil încheiat cu administratorul stâlpului valabil, în situația încheierii unui alt contract cu un alt beneficiar al publicității, poate amplasa noile indicatoare pe stâlpii pentru care deține o autorizație valabilă, după obținerea Avizului Instituției Arhitectului Șef.

Art. 33. (1) Steagurile publicitare și mijloacele publicitare tip "pancartă" (cu ocazia diverselor evenimente sau manifestații) montate pe catarg sau pe stâlpii de iluminat public, 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 acestor mijloace 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.

Secțiunea a VI a

Reguli generale privind amplasarea mesh-urilor

Art. 34. (1) Se pot amplasa mijloace publicitare de tip mesh-uri, easy change - material PVC - numai pe calcanele clădirilor situate în zonele de publicitate largită – ZPL, pe o perioadă de maxim 3 luni. Este permisă ocuparea integrală a calcanelor, fără a acoperi suprafețele vitrate ale clădirilor.

(2) În situația amplasării de mijloace publicitare de tip mesh-uri, easy change - material PVC – pe un calcan pe care există amplasate panouri publicitare, se vor respecta regulile de ocupare ale calcanului așa cum au fost definite la art. 23.

(3) Pe clădirile situate în zonele de publicitate restrânsă – ZPR1 și ZPR2, inclusiv pe monumentele istorice - se poate amplasa plasă de protecție numai în situația în care aceasta 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;

(4) Amplasarea acestor mijloace publicitare se face în baza Avizului Instituției Arhitectului Șef.

Secțiunea a VII a

Reguli generale privind publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale amplasate la sol

Art. 35. (1) Orice persoană fizică sau juridică poate beneficia de dreptul la publicitate temporară, în condițiile prezentului regulament.

(2) Amplasarea mijloacelor de publicitate temporară se va face numai după obținerea acordului pentru publicitate temporară. Perioada de valabilitate a acordului pentru publicitate temporară este de 1 luna de zile și poate fi prelungită o singură dată, la cererea solicitantului, cu o perioadă cel mult egală cu cea aprobată inițial

Art. 36. În vederea obținerii acordului pentru publicitate temporară, 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 acordul pentru publicitate temporară, în cel mult 24 de ore;

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

Art. 37. (1) Pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice se pot amplasa mijloace publicitare tip prisma sau alte proiecte publicitare speciale numai pe cele situate în zona de publicitate largită – ZPL.

(2) Pe domeniul public sau privat al municipiului Oradea se pot amplasa mijloace publicitare tip prisma sau alte proiecte publicitare speciale pe următoarele amplasamente:

- str. Transilvaniei/str. Moldovei
- bd. Decebal – zona Bisericii Emanuel
- bd. Ștefan cel Mare – zona blocului ANL
- bd. Decebal – zona int. Bd. Dacia
- str. Sovata – zona Sala Sporturilor

(3) Prin derogare de la prevederile aliniatului (2), pe perioada desfășurării unor evenimente de anvergură organizate de către Primăria municipiului Oradea, sau aceasta are calitatea de coorganizator, aceste mijloace publicitare se pot amplasa și în alte locuri, strict pe perioada desfășurării evenimentelor.

Secțiunea a VIII a

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

Art.38. (1) În vederea asigurării eficienței informării a cetățenilor, a libertății de expresie și esteticii urbane, autoritățile administrației publice locale vor instala în amplasamente cu vizibilitate, în condițiile regulamentului local de publicitate, panouri speciale destinate afișelor publicitare și anunțurilor de mică publicitate.

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

(3) Amplasarea afișelor colante, inclusiv afișele electorale, se va face doar pe panourile speciale destinate acestora; toate afișele vor fi avizate de către serviciul de specialitate din cadrul Primăriei municipiului Oradea.

(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.

(5) Amplasarea afișelor, distribuirea de mostre și tipărituri (pliante, flyere, etc) prin intermediul difuzorilor volanți sau din aparate de zbor, se va desfășura în baza avizului emis de serviciul de specialitate din cadrul Primăriei municipiului Oradea.

SECȚIUNEA a IX a

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

Art. 39. (1) Pe raza municipiului Oradea se interzice utilizarea și/sau realizarea de reclame sonore prin orice mijloace.

(2) Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate (care sunt adaptate realizării de reclamă și 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, și în următoarele condiții:

- nu se permite staționarea pe drumurile publice sau în locurile vizibile dinspre acestea
- circulația convoaielor este permisă numai cu ocazia manifestărilor speciale, în baza avizului emis de autoritățile administrației publice, cu durata de valabilitate de o zi
- înainte de a fi puse în circulație aceste tipuri de vehicule, se vor achita taxele de publicitate, excepție de la aceste taxe făcând vehiculele aparținând serviciilor afșate în subordinea Consiliului Local
- este interzis ca aceste tipuri de vehicule să circule în convoi mai mare de 2 mașini, cu o viteză mai mare de jumătate din viteza maxim admisă pe tronsonul de stradă

Art. 40. Se pot amplasa reclame realizate din materiale autocolante și/sau vopsite pe mijloacele de transport public local de călători: tramvaie, autobuze, microbuze, cu condiția ca prin aceasta să nu fie afectată vizibilitatea călătorilor înspre exteriorul mijlocului de transport, cu acordul Regiei Locale de Transport - OTL SA.

Cap. VI Reglementări fiscale

Art.41. (1) Taxele pentru folosirea mijloacelor de reclamă și publicitate sunt reglementate de Legea 571/2003 privind Codul fiscal, titlul IX, cap. VI.

(2) Orice persoană care beneficiază de servicii de reclamă și publicitate în Oradea în baza unui contract sau a unui alt fel de înțelegere încheiată cu altă persoană precum și orice persoană care utilizează un panou, afișaj sau structură de afișaj pentru reclamă și publicitate într-un loc public, datorează taxa de reclamă și publicitate precum și taxa de afișaj în scop de reclamă și publicitate către bugetul local al municipiului Oradea.

(3) Prestatorul serviciului de reclamă și publicitate are obligația de a depune lunar, până la data de 10 ale lunii declarația privind obligațiile de plată, provenind din taxa pentru serviciile de reclamă și publicitate, aferente lunii anterioare. (model 2006 ITL 013 aprobat prin Ordinul 2052/2006).

(4) Taxa de reclamă și publicitate este suportată de beneficiarul serviciului de reclamă și publicitate și se plătește de către prestatorul serviciului de reclamă și publicitate, lunar până la data de 10 ale lunii următoare datorării taxei.

(5) În cazul în care panoul, afişajul sau structura de afişaj este închiriată altei persoane, utilizatorul final va datora taxa și va depune declarația pentru stabilirea taxei pentru serviciile de reclamă și publicitate sau taxa de afişaj în scop de reclamă și publicitate.

(6) Persoana care datorează taxa pentru afişaj în scop de reclamă și publicitate are obligația depunerii declarației de impunere în vederea stabilirii taxei de afişaj în scop de reclamă și publicitate în termen de 30 de zile de la data amplasării. (model 2006 I.T.L. 014 aprobat prin Ordinul 2052/2006). Taxa pentru afişaj în scop de reclamă și publicitate se plătește de utilizator anual, în două rate egale, până la data de 31 martie și 30 septembrie inclusiv. Impozitul anual de până la 50 lei inclusiv se plătește integral până la primul termen de plată.

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

- pentru serviciile de reclamă și publicitate realizate prin mijloacele de informare în masă, scrise și audiovizuale;
- instituțiilor publice cu excepția cazurilor când acestea fac reclamă unor activități economice;
- persoanelor care închiriază panoul, afişajul sau structura de afişaj unei alte persoane;
- pentru panourile de identificare a instalațiilor energetice, marcaje de avertizare sau marcaje de circulație; precum și alte informații de utilitate publică și educațională;
- pentru afişele, panourile sau alte mijloace de reclamă și publicitate amplasate în interiorul clădirilor și fără vedere directă din exteriorul incintei;
- pentru afişajul efectuat pe mijloacele de transport care nu sunt destinate, prin construcția lor, realizării de reclamă și publicitate;

Cap. VII Sancțiuni

Art. 43. Sancțiunile prevăzute în prezentul Regulament vin în completarea celor referitoare la nerespectarea legislației în vigoare privind autorizarea construcțiilor, urbanismul și amenajarea teritoriului - Lega 50/1991-republicată și actualizată, privind autorizarea lucrărilor de construcții și unele măsuri pentru realizarea locuințelor, precum și cu cele ale Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate.

Art. 44. Nerespectarea prezentului regulament atrage după sine răspunderea contravențională. Sancțiunile se pot aplica atât persoanelor juridice cât și fizice, după calitatea celei care contravine normelor prezentului Regulament.

Art. 45. În condițiile prezentului Regulament constituie contravenții și se sancționează, următoarele fapte:

- a) amplasarea trepidelor fără respectarea prevederilor art. 29 - cu amendă cuprinsă între 100 și 400 lei
- b) acoperirea cu orice mijloc de publicitate a suprafețelor vitrate ale clădirilor - cu amendă cuprinsă între 100 și 1000 lei
- c) inscripționarea reclamelor pe copertinele, umbrelele, marchizele, parasolarele sau alte asemenea structuri amplasate pentru protecția clădirilor și teraselor în zona ZPR1, în afara suprafeței franjurate - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
- d) nerespectarea datelor geometrice ale mijlocului de publicitate conform fotomontajului aprobat - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
- e) nerespectarea avizului emis de autoritățile publice locale - cu amendă cuprinsă între 500 și 2500 lei
- f) neîndeplinirea, la termenul stabilit, a măsurilor dispuse - cu amendă cuprinsă între 500 și 2500 lei
- g) nerespectarea obligației de a folosi materiale rigide pentru semnalistică firmă - cu amendă cuprinsă între 500 și 2500 lei
- h) amplasarea afişelor publicitare peste alte afişe aflate în perioada de valabilitate - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
- i) amplasarea altor tipuri de mijloace de publicitate decât cele admise pentru zona respectivă - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
- j) nerespectarea prevederilor art. 10, alin.1 - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
- k) amplasarea și utilizarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică - cu amendă cuprinsă între 100 și 2500 lei
- l) amplasarea mijloacelor de publicitate care prin formă, conținut, dimensiuni și culori în combinații specifice pot fi confundate cu mijloace de semnalizare rutieră sau împiedică vizibilitatea acestora, precum și a indicatoarelor de orientare și informare - cu amendă cuprinsă între 500 și 2500 lei
- m) neîntreținerea sistemelor publicitare - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
- n) nedecorarea suprafețelor de expunere în perioada lipsei contractelor de publicitate - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
- o) inscripționarea firmelor, reclamelor, textelor publicitare direct pe împrejmuiri, geamuri, zidurile imobilelor, stâlpilor de orice fel, trotuarelor sau aleilor prin diverse metode grafice - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei

Art. 46

(1) În condițiile prezentului Regulament nu sunt aplicabile prevederile art. 28 al Ordonanței nr. 2/2001 – privind regimul juridic al contravențiilor – cu privire la posibilitatea achitării pe loc sau în termen de cel mult 48 de ore, de la data încheierii procesului verbal, ori după caz, de la data comunicării acestuia, jumătate din minimul amenzii.

(2) Amenzile contravenționale pot fi achitate și prin intermediul instrumentelor de plată electronică, așa cum acestea sunt prezentate pe site-ul Primăriei Oradea – www.oradea.ro – plăți online.

(3) În conformitate cu dispozițiile art. 4 alin. 1 și 2 al Ordonanței nr. 2/2001 – privind regimul juridic al contravențiilor, prevederile contravenționale din prezentul regulament intră în vigoare în termen de 10 zile de la data publicării.

Art. 47

Contravențiile se constată și se sancționează de către Poliția Locală Oradea și împuterniciți ai Primarului municipiului Oradea.