



# PRIMARIA COMUNEI MIROSLAVA



## PROCES VERBAL DE AFISARE ANUNT PUBLIC

**APROB,  
SECRETAR GENERAL PRIMARIA MIROSLAVA  
URSANU ANCUTA**



In temeiul art. 7 din Legea 52/2003 privind transparenta decizionala in administratia publica - republicata, astazi 27.11.2019, orele 15.00, s-a procedat la afisarea, la sediul Primariei, a Anuntului Public, inregistrat cu nr 49395/27.11.2019 – depus de catre PRIMARIA COMUNEI MIROSLAVA referitor PROIECT DE HOTARARE privind aprobarea Regulamentului de organizare si desfasurare a activitatii de publicitate, reclama si afisaj in comuna Miroslava

Intocmit,  
Referent - Pomirleanu Elena



Primaria Comunei Miroslava, Judetul Iasi  
Sistem de Management certificat  
conform ISO 9001: 2008

Loc. Miroslava, Comuna Miroslava, Jud. Iasi, CP: 707305;  
tel: 0232 295 680; fax: 0232 236 860; 0332 424 444; Cod  
fiscal:4540461; e-mail [secretariat@primariamiroslava.ro](mailto:secretariat@primariamiroslava.ro),  
[www.primariamiroslava.ro](http://www.primariamiroslava.ro)



PRIMĂRIA COMUNEI  
MIROSLAVA  
DIRECȚIA TEHNICĂ



Nr. 49395 / Lt. 11 / 2019

## ANUNȚ

Aducem la cunoștința publicului  
**PROIECTUL DE HOTĂRÂRE**

*privind aprobarea REGULAMENTULUI*

**DE ORGANIZARE ȘI DESFĂȘURARE A ACTIVITĂȚII DE PUBLICITATE, RECLAMĂ ȘI AFIȘAJ  
ÎN COMUNA MIROSLAVA**

Pentru informații suplimentare, vă rugăm să contactați Direcția Tehnică – Primăria comunei Miroslava, județul Iași.

În termen de 10 zile calendaristice de la afișare, cei interesați pot trimite în scris propuneri, sugestii, opinii cu valoare de recomandare, pe adresa Primăria comunei Miroslava, județul Iași, Str. Constantin Langa nr. 93, telefon 0232295680, e-mail: [secretariat@primariamiroslava.ro](mailto:secretariat@primariamiroslava.ro).

Director Executiv,  
ing. ~~Eduard~~ STOICA



Primaria Comunei Miroslava, Judetul Iasi  
Sistem de Management certificat  
conform ISO 9001: 2008

Loc. Miroslava, Comuna Miroslava, Jud. Iași, CP: 707305;  
tel: 0232 295 680; fax: 0232 236 860; 0332 424 444; Cod  
fiscal:4540461; e-mail [secretariat@primariamiroslava.ro](mailto:secretariat@primariamiroslava.ro)  
[www.primariamiroslava.ro](http://www.primariamiroslava.ro)



# PRIMĂRIA COMUNEI MIROSLAVA

DIRECȚIA TEHNICĂ



## REGULAMENT DE ORGANIZARE ȘI DESFĂȘURARE A ACTIVITĂȚII DE PUBLICITATE, RECLAMĂ ȘI AFIȘAJ ÎN COMUNA MIROSLAVA

### CAPITOLUL I DISPOZIȚII GENERALE

#### Art. 1

(1) Prezentul regulament stabilește condițiile în care se desfășoară activitatea de publicitate, reclamă și afișaj în comuna Miroslava.

(2) Regulamentul este elaborat în conformitate cu următoarele acte normative:

- Legea nr. 185/2013 (\*republicată\*) privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, cu modificările și completările ulterioare;
- Legea nr. 50/1991 privind autorizarea lucrărilor de construcții, cu modificările și completările ulterioare;
- Legea nr. 148/2000 privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare;
- Codul fiscal, cu modificările și completările ulterioare;
- OG nr. 43/1997 privind regimul drumurilor, cu modificările și completările ulterioare;
- OG nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, republicată, cu modificările și completările ulterioare.

#### Art. 2

Prezentul regulament stabilește modul de organizare, amplasare și autorizare a mijloacelor de publicitate pe raza comunei Miroslava și se aplică proprietarilor și beneficiarilor mijloacelor de publicitate, deținătorilor de firme, proprietarilor de imobile pe care sunt amplasate mijloace de publicitate, precum și operatorilor de publicitate.

#### 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) *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;

e) *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;

f) *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;

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

h) *mijloace de publicitate* - ansamblu de elemente constructive folosite în scopul prezentării unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesionale ori a unui eveniment;

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

j) *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 ambutisată, 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

k) *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;

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

m) *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-profesionale având ca scop promovarea vânzării de bunuri și servicii, de drepturi și obligații;

n) *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;

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

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

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

s) *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;

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 imprimare 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;

w) zone de publicitate restrânsă - zone din localitate în care se impun restricții speciale sau/și sunt permise numai anumite categorii de mijloace de publicitate

y) zone de publicitate largită - zone în care pot fi amplasate toate categoriile de mijloace de publicitate.

## **CAPITOLUL II** **ZONE DE PUBLICITATE PE RAZA COMUNEI MIROSLAVA**

### **Secțiunea 1** **Zone de publicitate restrânsă în Comuna MIROSLAVA**

#### **Art. 4**

(1) Zonele de publicitate restrânsă, notate PR, sunt, dar fără a se limita la acestea: zonele construite protejate stabilite prin documentațiile de urbanism aprobate în condițiile legii, centrele istorice ale localităților, precum și zonele de protecție ale monumentelor istorice, monumentelor de for public și/sau monumentelor naturii, zonele de protecție ale obiectivelor cu valoare arhitecturală și/sau ambientală deosebită.

(2) Este interzisă publicitatea aferentă unei activități economice în zona de publicitate restrânsă. Este permisă doar publicitatea pentru informare turistică, semnalarea monumentelor, ariilor protejate naturale, siturilor arheologice, obiectivelor de patrimoniu cultural (muzee, biserici, instituții de învățământ etc), amenajărilor și bazelor sportive.

(3) Delimitarea zonei de publicitate restrânsă în comuna Miroslava:

Zona de publicitate restrânsă a comunei Miroslava este explicitată în Anexa 1.

(3) Categoriile de mijloace de publicitate admise în zona de publicitate restrânsă sunt: totem, steag publicitar, publicitate luminoasă, ecran, afiș, banner, mesh, panou publicitar, panou direcțional. Amplasamentele din zona de publicitate restrânsă vor respecta regulile generale privind amplasarea tuturor categoriilor de mijloace de publicitate.

### **Secțiunea 2** **Zone de publicitate largită în Comuna MIROSLAVA**

#### **Art. 5**

(1) Zona de publicitate largită din comuna Miroslava se împarte în: zona de publicitate largită cu impact publicitar superior, notată P1, reprezentată de zonele adiacente drumurilor și căilor de acces cele mai importante, zonă redată în Anexa 1; și zona de publicitate largită cu impact publicitar normal, notată P2, reprezentând restul teritoriului comunei (cu excepția PR și P1).

(2) Delimitarea zonei de publicitate largită în comuna Miroslava:

Zona de publicitate largită a comunei miroslava este explicitată în Anexa 1

(3) Categoriile de mijloace de publicitate admise în zona de publicitate restrânsă sunt: totem, steag publicitar, publicitate luminoasă, ecran, afiș, banner, mesh, panou publicitar fix (oricare tip enumerat la art.3), panou direcțional, firmă, panou publicitar mobil.

Amplasamentele din zona de publicitate restrânsă vor respecta regulile generale privind amplasarea tuturor categoriilor de mijloace de publicitate.

### **CAPITOLUL III** **APROBAREA EXECUTĂRII/DESFIINȚĂRII LUCRĂRILOR** **PENTRU AMPLASAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE**

#### **Art. 6**

(1) Aprobarea amplasării, executării lucrărilor, menținerii mijloacelor de publicitate, respectiv desființării acestora, pe fațadele clădirilor sau ale celor care au un sistem propriu de susținere în raport cu pamântul se poate realiza numai în condițiile emiterii autorizației de construire, respectiv de desființare, conform Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, republicată, cu modificările și completările ulterioare, sau a avizului de amplasament.

(2) Procedura de amplasare a mijloacelor publicitare pe teritoriul comunei Miroslava implică următoarele etape: cerere-tip pentru eliberarea certificatului de urbanism în vederea autorizației de construire mijloc publicitar, emiterea certificatului de urbanism, cerere-tip pentru autorizare sau aviz amplasament (în **Anexa 2**) însoțită de documentația de autorizare / avizare, semnarea declarației de impunere pentru stabilirea taxei de afișaj în scop de reclamă și publicitate, emiterea autorizației, avizului de amplasament sau acordului de publicitate temporară, semnarea contractului de închiriere a terenului aferent mijlocului publicitar în cazul în care amplasarea se face pe domeniul public (**Anexa 2**), amplasarea (după caz montarea, execuția, construirea) mijlocului publicitar, recepționarea mijlocului publicitar.

(3) Avizul de amplasare mijloc publicitar este necesar pentru mijloacele publicitare care nu au o structură proprie (adică cele de tip banner, mash, afiș, unele indicatoare și panouri direcționale, panouri publicitate mobile), fără alimentare cu energie electrică. Pentru aviz de amplasare nu este necesară obținerea prealabilă a unui certificat de urbanism. Mijloacele de publicitate propuse spre avizare, explicitate în documentația depusă, trebuie să respecte cerințele impuse la capitolul IV din prezentul regulament, precum și reglementări din Planul de Urbanism General al Comunei Miroslava.

(3.1) Acordul pentru publicitate temporară se eliberează pentru 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. Pentru accord de publicitate temporară nu este necesară obținerea prealabilă a unui certificat de urbanism. Mijloacele de publicitate propuse spre avizare, explicitate în documentația depusă, trebuie să respecte cerințele impuse la capitolul IV din prezentul regulament, precum și reglementări din Planul de Urbanism General al Comunei Miroslava.

(4) Autorizația de construire mijloc publicitar este necesară pentru mijloacele publicitare care posedă o structură proprie, referindu-se la construirea, amplasarea, montarea acestor mijloace publicitare, cu sau fără fundație sau alimentare cu energie electrică.

(5.1) În cazul amplasării pe proprietate privată, 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 acordul de publicitate temporară. Nu se eliberează autorizație de construire pentru amplasarea de mijloace publicitare pe construcții neautorizate sau construcții la care au fost făcute intervenții neautorizate.

(5.2) Mijloacele de publicitate amplasate pe schelele montate pe fațadele construcțiilor noi, aflate în diferite faze de execuție, sau ale celor existente, aflate în reparație, ori pe

elementele de împrejmuire a șantierului, inclusiv pe utilajele folosite la lucrările de construcție, se autorizează odată cu autorizarea organizării de șantier și este valabilă pe toată durata existenței acesteia.

(6) Taxele pentru publicitatea stradală și chiriile terenurilor sau spațiilor din domeniul public ocupate de publicitatea stradală se stabilesc în funcție de dimensiunea materialului publicitar și de zona de publicitate. (Anexa 3)

(7) Toate subansamblele mijloacelor de publicitate, inclusive ancorajele, trebuie să respecte cerințele de rezistență și stabilitate, iar proprietarii mijloacelor de publicitate trebuie să asigure mentenanța, astfel încât menținerea utilizării acestora să nu prezinte un grad de pericol public datorat factorilor de risc naturali, fenomene meteorologice periculoase, seisme și altele, care să poată genera consecințe grave: pierderi de vieți omenești, vătămare gravă a integrității corporale ori a sănătății uneia sau mai multor persoane, distrugerea totală sau parțială a unor bunuri ori alte consecințe deosebit de grave care, potrivit dispozițiilor art. 35 din Legea nr. 10/1995 privind calitatea în construcții, republicată, cu modificările și completările ulterioare, pot constitui infracțiuni.

#### **Art.7**

(1) În cazul expirării termenului contractual de publicitate stradală, în situația în care nu intervin schimbări în ceea ce privește cuantumul taxelor sau chirii terenurilor, acest termen se consideră prelungit tacit cu durata contractuală.

(2) În cazul în care taxele sau chiriile terenurilor pe care sunt amplasate mijloacele publicitare nu au fost plătite pe o perioadă de 60 de zile, dacă mijlocul publicitar este amplasat pe domeniul privat proprietarul suportului publicitar și cel al imobilului, pe care este amplasată construcția-suport, sunt obligați, sub sancțiunea legii, să desființeze construcția-suport pentru mijlocul de publicitate și să aducă imobilul la starea inițială, pe cheltuială proprie, iar dacă mijlocul publicitar este amplasat pe domeniul public, Primăria Miroslava intră fără drept de apel în proprietatea și posesia mijlocului publicitar, putând dispune, după caz, sa desființarea sau închirierea acestuia.

#### **Art. 8**

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 30 zile 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 (în Anexa 3);
- plan de situație la scara 1:500 și plan de încadrare în zonă, pe care va fi marcat vizibil amplasamentul propus și cotate 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 30 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 (în Anexa 3);
- 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) din care să rezulte soluția

tehnică și constructivă, culorile folosite, dimensiunile, precum și materialul din care se va executa – în două exemplare;

-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 5 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 dacă este cazul taxa de ocupare a domeniului public.

(4) **Avizul de amplasare mijloc publicitar** este actul care permite amplasarea sistemelor publicitare fără structură proprie și fără alimentare cu energie electric. Se eliberează solicitantului (orice persoană fizică sau juridică) în maximum 5 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 dacă este cazul taxa de ocupare a domeniului public.

#### **CAPITOLUL IV**

##### **REGULI GENERALE PRIVIND AMPLASAREA TUTUROR CATEGORIILOR DE MIJLOACE DE PUBLICITATE**

#### **Art. 9**

(1) Amplasarea mijloacelor de publicitate se poate face atât pe domeniul public sau privat al Comunei Miroslava, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, cu acordul acestora și cu respectarea prevederilor legale, în vigoare.

(2) Amplasarea mijloacelor de publicitate pe domeniul public sau privat al Comunei Miroslava se realizează prin aplicarea procedurii privind atribuirea prin închiriere a amplasamentelor, pe zone de publicitate și/sau tipuri de mijloace de publicitate, în condițiile legii, cu respectarea procedurilor legale privind atribuirea contractelor de achiziție publică.

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



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

#### **Art. 10**

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

- a) în spații verzi cu caracter ornamental sau cu valoare deosebită;
- b) în locurile de joacă sau locurile de odihnă situate în zona blocurilor de locuințe colective;
- c) pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților administrației publice locale, precum și ale instituțiilor publice, cu excepția afișajelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul sediilor;
- d) pe arbori;
- e) pe zona carosabilă a străzilor și a drumurilor, indiferent de categoria acestora;
- f) pe obiectele de artă monumentală și monumentele de for public;
- g) 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 legii;
- h) 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;
- i) în incinta și pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcașurilor de cult, troițelor, scuarurilor, parcurilor și grădinilor publice;
- j) 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;
- k) pe parapetele și/sau pereții pasajelor rutiere subterane și supraterane ori sub poduri;
- l) pe semnele de circulație, inclusiv pe stâlpii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație, pe stâlpii de alimentare cu energie electrică, pe stâlpii de iluminat public, pe stâlpii de susținere a elementelor de transport public, pe stâlpii de telecomunicații sau orice alt tip de stâlpi amplasați în localități sau de-a lungul arterelor de circulație;
- m) în zona de protecție a autostrăzilor, pe benzile metalice de delimitare a sensurilor de circulație a autostrăzilor sau drumurilor naționale expres, precum și pe benzile laterale de protecție a sensurilor de circulație;
- n) pe lucrările de artă care traversează drumul, pe portale cu semnalizare rutieră sau în soluții independente autoportante în traversarea drumului;
- o) în alte zone în care a fost restricționată sau interzisă publicitatea prin Regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate.

(2) 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.

(3) 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.

(4) Se interzice aplicarea (inscripționarea) firmelor, reclamelor, textelor publicitare direct pe împrejmuiți, geamuri, zidurile imobilelor, stâlpilor de orice fel, trotuarelor sau aleilor prin diverse metode grafice.

(5) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate la o distanță mai mică de 2,00 m față de limita de proprietate a imobilelor sau terenurilor private ale persoanelor fizice și/sau juridice, fără acordul scris al proprietarilor, și numai dacă, prin această amplasare, nu se afectează accesul și utilizarea fără îngrădire a proprietății și/sau nu se estompează în niciun fel vizibilitatea din și înspre proprietate.

#### **Art. 11**

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. 12**

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 REGULI SPECIFICE PENTRU CATEGORIILE DE MIJLOACE DE PUBLICITATE**

### **Secțiunea I Reguli generale privind amplasarea firmelor**

#### **Art. 13**

(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).

#### **Art. 14**

(1) Pe clădirile de locuit având spații cu altă destinație la parter sau mezanin, firmele se vor amplasa numai pe porțiunea de fațadă corespunzătoare acestor spații sau pe parapetul plin și continuu al primului etaj, unde este cazul, cu acordul proprietarilor.

(2) Firmele pentru activități ce se desfășoară temporar într-un apartament de bloc se vor amplasa, numai cu

acordul proprietarilor afectați, la parterul clădirii, 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.

#### **Art. 15**

(1) Firmele amplasate în consolă (perpendicular pe fațadă) se vor monta 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.

(2) 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;

(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. 16**

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;

#### **Art. 17**

(1) Amplasarea firmelor și copertinelor inscripționate se autorizează în condițiile Legii nr. 50/1991 privind autorizarea lucrărilor de construcții, cu modificările și completările ulterioare.

(2) Prin excepție de la prevederile alin. (1), autorizația de construire nu este necesară în cazul firmelor inscripționate pe vitrinele și ușile de acces, în condițiile prezentei legi.

(3) Firmele inscripționate pe vitrinele/ușile de acces se pot amplasa în baza avizului emis de autoritățile administrației publice.

(4) Amplasarea materialelor publicitare prevăzute la alin. (3) se va face după achitarea taxelor de publicitate prevăzute de legislația în vigoare.

#### **Art. 18**

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. 19**

(1) Pe fațada spațiilor comerciale de la parterul imobilelor de locuit se pot amplasa, alături de firme, și alte mijloace de publicitate, cu acordul proprietarilor și 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.

#### **Art. 20**

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

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

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

### **Secțiunea a II a** **Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare,** **a ecranelor și publicității luminoase**

#### **Art. 21**

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

(2) Este permisă amplasarea de mijloace publicitare pe stâlpii de iluminat, pe stâlpii special construiți pentru susținerea de cabluri de alimentare electrică a rețelei de transport în comun și/sau pe alți stâlpi ce permit amplasarea de mijloace publicitare, numai cu avizul autorității administrației publice locale și avizul deținătorului/propietarului sau administratorului stâlpului.

## **Art. 22**

(1) Pot fi amplasate panouri publicitare și publicitate luminoasă 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) Pot fi amplasate ecrane publicitare, care să fie dotate cu sisteme care să permită modificarea intensității luminilor, 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 și de asemenea, prin intensitatea luminii și frecvența succedării imaginilor derulate, să nu existe riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate, în acest sens fiind obligatoriu avizul emis de poliția rutieră.

(3) 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.

(4) Panourile publicitare amplasate pe calcanele sau fațadele clădirilor nu vor depăși limitele acestora.

## **Art. 23**

Panourile publicitare, ecranele și publicitatea luminoasă amplasate pe terasele sau acoperișurile construcțiilor vor avea următoarele înălțimi:

a) cel mult 3,00 m, dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mică de 15,00 m;

b) cel mult 1/5 din înălțimea fațadei, dar nu mai mult de 6,00 m, dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mare de 15,00 m.

## **Art. 24**

(1) Panourile publicitare amplasate pe sol vor fi montate astfel încât să nu împiedice circulația rutieră și/sau pietonală ori accesul pietonal și/sau al autovehiculelor de intervenție pe proprietăți, cu respectarea prevederilor prezentei legi.

(2) Ecranele publicitare amplasate pe sol trebuie să respecte condițiile tehnice referitoare la luminozitate și frecvența succedării imaginilor derulate pentru a nu exista riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate, fiind necesare un aviz de la poliția rutieră și respectarea condițiilor tehnice prevăzute de legislația în vigoare.

(3) Panourile publicitare, indiferent de tipul de proprietate pe care au fost montate, vor fi amplasate astfel încât proiecția la sol a acestora să fie în totalitate în interiorul proprietății pe care au fost autorizate.

## **Art. 25**

(1) Pe străzile de categoria I, II și III, conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, se pot amplasa panouri publicitare cu respectarea legii și a regulamentelor locale de publicitate.

(2) Panourile de mici dimensiuni, respectiv cu suprafață maximă de 2,20 mp, se amplasează la o distanță de cel puțin 25,00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri).

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

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

#### **Art. 26**

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

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

#### **Art. 27**

(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. 28**

De-a lungul drumurilor de interes național, județean, precum și a arterelor de centură, conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, în cadrul zonei de protecție a acestora se pot amplasa panouri publicitare, în următoarele condiții:

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

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

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

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

e) în afara curbilor cu vizibilitate redusă;

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

#### **Art. 29**

Dispozițiile art. 27, art. 28 și art.30 se completează cu prevederile instituite în aceeași materie de OUG nr. 195/2002 privind circulația pe drumurile publice, republicată, cu modificările și completările ulterioare, și de OG nr. 43/1997 privind regimul drumurilor, republicată, cu modificările și completările ulterioare.

### **Secțiunea a III a**

#### **Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare mobile**

#### **Art. 30**

(1) Pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,00 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) Amplasarea panourilor publicitare mobile pliante se face după obținerea avizului emis de serviciul de specialitate din cadrul Primăriei comunei Miroslava.

**Secțiunea a IV a**  
**Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar**

**Art. 31**

(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 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 amplasarea bannerelor și steagurilor publicitare**

**Art. 32**

Amplasarea de bannere care conțin anunțuri privind promovarea de evenimente culturale, economice, științifice, activități comerciale și altele de această natură se avizează pe baza documentației privind rezistența elementelor de susținere, precum și cu acordul proprietarului elementelor de susținere utilizate în acest scop.

**Art. 33**

La amplasarea bannerelor se vor avea în vedere următoarele:

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

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

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

d) bannerele vor fi amplasate astfel încât distanța între acestea să fie de minimum 50,00 m;

e) bannerele se vor monta numai pe artere cu maximum 2 benzi pe sensul de mers (maximum 15,00 m deschidere între stâlpi);

f) bannerele vor avea dimensiuni maxime de 7,00 m la bază, 1,5 m în înălțime și vor avea sistem de prindere din materiale ușoare și rezistente;

g) se interzice amplasarea a mai mult de un banner pe aceiași stâlpi de susținere;

h) este permisă amplasarea bannerelor pe o durată de cel mult două luni calendaristice, după care autorizarea se poate prelungi o singură dată;

i) nu este permisă amplasarea bannerelor care obturează panourile publicitare amplasate în zonă sau vizibilitatea asupra acestora;

j) amplasarea bannerelor se face în baza unui aviz emis de autoritatea administrației publice locale conform regulamentului local de publicitate și cu avizul/acordul scris al deținătorului stâlpului;

k) la finalul perioadei prevăzute în avizul de amplasare, deținătorul avizului este obligat, sub sancțiunea interzicerii pe viitor a folosirii acestui mijloc de publicitate, să demonteze atât bannerul respectiv, cât și elementele de susținere ale acestuia.

#### **Art. 34**

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

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

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

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

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

(6) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1) - (5) steagurile publicitare amplasate în incintele centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare, cu condiția să nu afecteze vizibilitatea circulației rutiere.

### **SECȚIUNEA VI REGULI GENERALE PRIVIND AMPLASAREA MESH-URILOR**

#### **Art. 35**

(1) Este permisă amplasarea de mesh-uri și mesh-uri digitale în următoarele situații:

a) pe construcții, inclusiv monumente istorice și/sau amplasate în zone în care este interzisă publicitatea, în situația în care acestea constituie protecție către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare;

b) pe calcanele construcțiilor.

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

### **SECȚIUNEA VII REGULI GENERALE PRIVIND AMPLASAREA INDICATOARELOR PUBLICITARE DIRECȚIONALE**

#### **Art. 36**

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

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

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

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

(2) Amplasarea de stâlpi-suport pentru indicatoarele publicitare direcționale și a casetelor publicitare se va realiza în baza avizului emis de autoritățile publice locale.

**SECȚIUNEA VIII**  
**REGULI GENERALE PRIVIND PUBLICITATEA TEMPORARĂ ȘI PROIECTELE**  
**PUBLICITARE SPECIALE**

**Art. 37**

(1) Orice persoană fizică sau juridică poate beneficia de dreptul la publicitate temporară, în condițiile prezentei legi, a regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate, a contractelor pe care administrația publică locală le are în derulare și a hotărârilor consiliului local.

(2) Amplasarea mijloacelor de publicitate temporară se va stabili în baza avizului sau a autorizației de construire emise de autoritățile publice locale, în concordanță cu regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate.

**Art. 38**

În vederea obținerii avizului pentru publicitate temporară, menționat la art. 8, 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 emiteră a avizului, depusă de solicitant;

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

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

**Art. 39**

(1) Amplasamentele destinate pentru mijloacele de publicitate temporară și pentru proiectele publicitare special se vor identifica de către autoritățile administrației publice locale împreună cu operatorii de publicitate care solicită avizul.

(2) În situația în care la încheierea perioadei de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară, în conformitate cu prevederile art. 9, există mai multe solicitări de amplasare de mijloace de publicitate temporară, autoritatea administrației publice locale va atribui amplasamentul primei solicitări primite în ordine cronologică la registratura autorității administrației publice locale.

(3) În cazul solicitării schimbării locațiilor în alte amplasamente decât cele stabilite inițial, se va obține avizul pentru publicitate temporară al autorității administrației publice locale.

(4) Schimbarea locațiilor prevăzute la alin. (3) se va face numai în situația în care locațiile inițial avizate nu mai pot fi puse la dispoziția contractantului ca urmare a executării unor lucrări de interes public, cu respectarea regulamentului local de publicitate.

**Art. 40**

(1) Structurile publicitare autoportante și proiectele publicitare speciale se avizează cu respectarea prevederilor privind publicitatea temporară.

(2) 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 IX**  
**REGULI GENERALE PRIVIND AMPLASAREA AFIȘELOR PUBLICITARE ȘI A**  
**ANUNȚURILOR DE MICĂ PUBLICITATE**

**Art. 41**

(1) În vederea asigurării eficienței informării a cetățenilor, a libertății de expresie și esteticii urbane, vor fi instalate, în amplasamente cu vizibilitate, panouri speciale destinate afișelor publicitare pentru spectacole publice, teatre, concerte și altele asemenea și a anunțurilor de mică publicitate.

(2) În vederea actualizării anunțurilor, săptămânal, în ziua de ....., prin grija compartimentelor de specialitate din cadrul administrației publice locale, panourile cu anunțuri de mică publicitate vor fi curățate în vederea actualizării anunțurilor.

(3) Autoritatea administrației publice locale vor stabili și încasa taxa de afișaj de la persoanele fizice și/sau juridice care afișează mesaje pe aceste sisteme de afișaj public.

**Art. 42**

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

**SECȚIUNEA X**  
**REGULI GENERALE PRIVIND PUBLICITATEA PE VEHICULE PUBLICITARE**  
**ȘI PE MIJLOACE DE TRANSPORT ÎN COMUN**

**Art. 43**

(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 comunei Miroslava cu condiția obținerii avizului pentru publicitate temporară, pe o durată determinată și pe un traseu stabilit de autoritatea administrației publice locale, conform prevederilor conținute în avizul pentru publicitate temporară.

(2) Staționarea vehiculelor publicitare pe drumurile publice sau în locurile vizibile dinspre acestea este interzisă.

(3) Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate nu vor circula în convoi mai mare de două mașini și cu o viteză mai mare decât jumătate din viteza admisibilă pe tronsonul de stradă.

(4) Circulația convoaielor este permisă numai cu ocazia manifestărilor speciale, în baza avizului emis de autoritățile administrației publice, cu durata de valabilitate de o zi.

**Art. 44**

Este permisă utilizarea ca suport pentru afișe/reclame publicitare a mijloacelor de transport în comun, cu condiția ca prin aceasta să nu fie afectată vizibilitatea călătorilor înspre exteriorul mijlocului de transport.

**CAP. VI**  
**REGLEMENTĂRI FISCALE**

**Art.45**

(1) Taxele aferente activității publicitare - afișaj stradal în comuna Miroslava, sunt:

- a) Taxa de reclamă-publicitate stradală. Se calculează în funcție de suprafața de afișaj și de zona de publicitate în care se amplasează mijlocul publicitar, indiferent de proprietarul locului de amplasare. Valoarea taxei pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate se calculează anual prin înmulțirea numărului de metri pătrați sau a fracțiunii de metru pătrat a suprafeței afișajului pentru reclamă sau publicitate cu suma stabilită de consiliul local.
- b) Taxa ocupare domeniu public- reprezintă o chirie aferentă terenului sau clădirii pe care este amplasat mijlocul publicitar, și se achită în situația în care mijlocul publicitar este amplasat pe domeniul public sau privat al Comunei Miroslava.

(2) Taxele de reclamă și publicitate stradală se plătesc la bugetul local al Comunei Miroslava. Cuantumul taxelor de publicitate stradală este redat în **Anexa 3**.

(3) Taxele pentru folosirea mijloacelor de reclamă și publicitate sunt în concordanță cu prevederile Codului fiscal, la cap. VI: "Taxa pentru folosirea mijloacelor de reclamă și publicitate", art. 477-479.

(4) Orice persoană care beneficiază de servicii de reclamă și publicitate în baza unui contract sau a unui alt fel de înțelegere încheiată cu altă persoană datorează plata taxei pentru servicii de reclamă și publicitate, cu excepția serviciilor de reclamă și publicitate realizate prin mijloacele de informare în masă scrise și audiovizuale.

(5) Taxa pentru servicii de reclamă și publicitate prevăzută la alin. (1) se declară și se plătește de către prestatorul serviciului de reclamă și publicitate la bugetul local, lunar, până la data de 10 a lunii următoare celei în care a intrat în vigoare contractul de prestări de servicii de reclamă și publicitate.

(6) Taxa pentru afișajul în scop de reclamă și publicitate se plătește anual, în două rate egale, până la datele de 31 martie și 30 septembrie inclusiv. Taxa pentru afișajul în scop de reclamă și publicitate, datorată aceluiași buget local de către contribuabili, persoane fizice și juridice, de până la 50 lei inclusiv, se plătește integral până la primul termen de plată.

(7) Persoanele care datorează taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate sunt obligate să depună o declarație la compartimentul de specialitate al autorității administrației publice locale în termen de 30 de zile de la data amplasării structurii de afișaj.

#### **Art.46**

Taxa pentru serviciile de reclamă și publicitate și taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate, denumită în continuare taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate, nu se aplică:

- a) instituțiilor publice, cu excepția cazurilor când acestea fac reclamă unor activități economice;
- b) unei persoane care închiriază panoul, afișajul sau structura de afișaj unei alte persoane, în acest caz taxa prevăzută la art. 45 fiind plătită de această ultimă persoană;
- c) pentru panourile de identificare a instalațiilor energetice, marcaje de avertizare sau marcaje de circulație, precum și alte informații de utilitate publică și educaționale;
- d) nu se datorează pentru afișele, panourile sau alte mijloace de reclamă și publicitate amplasate în interiorul clădirilor;
- e) 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.

## **CAPITOLUL VI SANCTIUNI**

### **Art. 47**

Nerespectarea prevederilor prezentului regulament atrage răspunderea materială și contravențională, după caz.

### **Art. 48**

(1) Constituie contravenții următoarele fapte:

a) amplasarea mijloacelor de publicitate fără aviz pentru publicitatea temporară ori cu nerespectarea prevederilor acestuia și a documentației tehnice care a stat la baza eliberării avizului, precum și montarea panourilor publicitare cu structură proprie și elemente de susținere care necesită fundație, fără autorizație de construire;

b) nerespectarea de către proprietarii mijloacelor de publicitate a tipurilor și dimensiunilor mijloacelor de publicitate admise, în conformitate cu prevederile prezentului regulament;

c) folosirea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică, a vehiculelor publicitare care nu au obținut aviz pentru publicitate temporară sau a mijloacelor de publicitate luminoasă care pot perturba traficul auto și pietonal;

d) nerespectarea obligației de a readuce amplasamentul și mediul înconjurător la starea inițială, inclusiv prin înierbare sau asfaltare pentru mijloacele de publicitate amplasate la nivelul solului;

e) nerespectarea obligațiilor privind întreținerea mijloacelor de publicitate și afișarea permanentă a unor mesaje în cadru;

f) amplasarea de afișe publice, a anunțurilor de mică publicitate în alte locuri decât pe panourile special destinate acestora;

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

a) cu amendă de la 1.000 lei la 10.000 lei, cele prevăzute la lit. a), b) și f);

b) cu amendă de la 1.000 lei la 20.000 lei, cele prevăzute la lit. c), d);

c) cu amendă de la 500 lei la 1.000 lei, cea prevăzută la lit. e).

### **Art. 49**

(1) Primarul și organele de control din cadrul autorității administrației publice locale au obligația să urmărească respectarea disciplinei în domeniul urbanismului și al autorizării executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localităților și, în funcție de încălcarea prevederilor legale, să aplice sancțiunile prevăzute de lege și prezentul regulament.

(2) Constatarea contravențiilor se face de către persoanele împuternicite din cadrul Inspectoratului de Stat în Construcții pentru contravențiile săvârșite de către autoritățile administrației publice locale și de către organele de control ale autorităților administrației publice locale sau, după caz, de către polițiștii locali în cazul contravențiilor săvârșite de operatorii economici.

(3) Inspectoratul de Stat în Construcții poate dispune oprirea executării lucrărilor de amplasare a mijloacelor de publicitate, atunci când constată că acestea se realizează cu încălcarea dispozițiilor legale.

(4) Inspectoratul de Stat în Construcții aduce la cunoștința autorității administrației publice locale constatările și măsurile dispuse, iar organele de control ale autorității administrației publice locale au obligația să se conformeze celor dispuse de Inspectoratul de Stat în Construcții.

(5) Aplicarea sancțiunilor se face după cum urmează:

a) de către agentul constatator, în cazul contravențiilor constatate de către personalul împuternicit din cadrul Inspectoratului de Stat în Construcții;

b) de către șeful compartimentului care coordonează activitatea de amenajare a teritoriului și de urbanism sau, după caz, de către primar, în cazul contravențiilor constatate de către organele de control ale autorităților administrației publice locale sau de către polițiștii locali.

## **CAPITOLUL VII DISPOZIȚII FINALE ȘI TRANZITORII**

### **Art. 50**

(1) În vederea asigurării respectării prevederilor Regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate cu situația de fapt din teren, autoritățile administrației publice locale, în termen de 90 de zile de la adoptarea acestuia, vor identifica și vor notifica proprietarii de mijloace de publicitate a căror amplasare nu mai corespunde cu noile reglementări, astfel:

a) pentru panourile situate pe domeniul public și privat al statului și al autorităților publice locale, care nu sunt autorizate în conformitate cu prevederile legale sau care au fost amplasate fără respectarea prevederilor legale ori care nu au inscripționate informațiile privind denumirea operatorului și codul de identificare fiscală a acestuia se va dispune dezafectarea;

b) pentru panourile situate pe proprietatea persoanelor fizice sau juridice, care nu au fost autorizate sau care nu au contracte de închiriere valabile ori care nu au inscripționate informațiile privind denumirea operatorului și codul de identificare fiscală a acestuia, se va dispune dezafectarea.

(2) Constituie contravenție nerespectarea obligației de dezafectare și/sau conformare stabilite la alin. (1) lit. a) și b) și se sancționează cu amendă de la 1.000 lei la 20.000 lei.

(3) Sancțiunile prevăzute la alin. (2) i se aplică în mod corespunzător dispozițiile cap. VI din Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, cu modificările ulterioare.

### **Art. 51.**

În termen de 90 de zile de la încheierea procedurilor de actualizarea Regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate, identificarea amplasamentelor aflate pe domeniul public și privat al statului și al autorității locale pe care se pot amplasa mijloace de publicitate, precum și aducerea acestora la cunoștința publicului, concomitent cu acțiunile prevăzute la art. 54, se pot demara procedurile de închiriere/concesiune/taxare pentru ocuparea temporară a domeniului public sau aducerea ca aport într-o asocierie în participație a amplasamentelor identificate pe domeniul public sau privat al statului ori al unității administrativ-teritoriale, cu respectarea legislației privind atribuirea contractelor de achiziție publică.

### **Art. 52**

Mijloacele de publicitate autorizate până la data intrării în vigoare a prezentului Regulament vor fi menținute pe amplasamentele autorizate până la data expirării contractelor de ocupare a locațiilor pe care se află mijloacele de publicitate.

### **Art. 53**

Prevederile prezentului Regulament se completează cu dispozițiile actelor normative în vigoare, incidente.

### **Art. 54**

În aplicarea prezentului Regulament primarul comunei Miroslava va emite dispozițiile necesare, în limita competențelor deținute.