

Regulament local de desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în comuna Pârjol

CAPITOLUL I

Dispoziții generale

Art. 1

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

2) Regulamentul este elaborat în temeiul prevederilor:

- Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- Legii nr. 213/1998 privind bunurile proprietate publică, cu modificările și completările ulterioare;
- Legii nr. 148/2000 privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordinului nr. 571/1997 pentru aprobarea Normelor tehnice privind proiectarea și amplasarea construcțiilor, instalațiilor și panourilor publicitare în zona drumurilor pe poduri, pasaje, viaducte și tuneluri rutiere;
- O.G. nr. 43/1997 privind regimul drumurilor, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- O.U.G. nr. 195/2002 privind circulația pe drumurile publice, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- Legii nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă;
- Legii nr. 273/2006 privind finanțele publice locale, cu modificările și completările ulterioare;
- Legii nr. 227/2015, privind Codul fiscal
- O.G. nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, cu modificările și completările ulterioare;
- Legii nr. 215/2001 privind administrația publică locală, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate.
- Legii nr. 154/2017 pentru modificarea Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate
- Legii nr. 114/1996 Legea locuinței

Art. 2

1) Prevederile prezentului regulament se aplică proprietarilor și beneficiarilor mijloacelor de publicitate, precum și operatorilor de publicitate.

2) Condițiile tehnice prevăzute în prezentul regulament au caracter minimal, după caz putându-se aproba, de către autoritățile publice competente și alte condiții tehnice privind publicitatea, reclama și afișajul, pe baza unor studii de specialitate, cu respectarea prevederilor legale.

CAPITOLUL II

Definiții

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 constructiv.

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 împrejmuiuri;

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, tablă 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 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 țeavă 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-profesionale 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;
- t) **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) **mobilier urban** - elemente funcționale și/ sau decorative amplasate în spații publice care, prin alcătuire, aspect și amplasare conferă personalitate aparte zonei sau localității. Fac parte din categoria mobilier urban: jardiniere, lampadare, bănci, bazine, pavaje decorative, cabine telefonice și altele asemenea.
- z) **mesh digital** - suport publicitar de mari dimensiuni expus pe suprafața exterioară a unui imobil și care folosește modul electronic de afișare a reclamei.

CAPITOLUL III

Stabilirea zonelor de publicitate

Art. 4

(1) În comuna Pârjol, în cadrul teritoriului administrativ, sunt delimitate următoarele zone de publicitate:

- a) **zona de publicitate restrânsă**, care este alcătuită din:
 - zone construite protejate stabilite prin documentațiile de urbanism aprobate în condițiile legii.
 - centrele istorice
 - zonele de protecție ale monumentelor istorice
 - zonele monumentelor de for public și/ sau monumentelor naturii
 - zonele de protecție ale obiectivelor cu valoare arhitecturală și/sau ambietală deosebită
- b) **zona de publicitate largită** - reprezintă tot teritoriului administrativ al comunei Pârjol, cu excepția zonei de publicitate restrânsă delimitată potrivit art. 9 alin. (1) lit. Legea 185/2013.

Cap. IV

Reguli generale de amplasare a mijloacelor de publicitate

Art. 5

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

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

3) Dacă se constată lipsa afișării materialelor publicitare pe o perioadă mai mare de 60 de zile primarul este obligat să ceară proprietarului mijlocului de publicitate desființarea construcției-suport.

Art. 6

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

- a) în ariile naturale protejate de interes național și internațional, cu excepția intravilanelor incluse în acestea;
- b) în spații verzi cu caracter ornamental sau cu valoare deosebită;
- c) în locurile de joacă sau locurile de odihnă situate în zona blocurilor de locuințe colective;
- d) pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților administrației publice locale și centrale, precum și ale instituțiilor publice, cu excepția afișajelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul sediilor;
- e) pe arbori;
- f) pe zona carosabilă a străzilor și a drumurilor, indiferent de categoria acestora;
- g) pe obiectele de artă monumentală și monumentele de for public;
- h) pe monumentele istorice, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii și a mesh-urilor amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare în condițiile Legii 185/2013;
- i) pe clădirile aflate în stare avansată de deteriorare, în situația în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de rezistență și/sau stabilitatea și integritatea elementelor constructive și decorative ale anvelopei clădirii;
- j) în incinta și pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcașurilor de cult, troițelor, scuarurilor, parcurilor și grădinilor publice;
- k) în zonele în care a fost restricționată sau interzisă publicitatea prin Regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate;
- l) în interiorul intersecțiilor și al sensurilor giratorii, în spațiul destinat circulației autovehiculelor și semnalizării rutiere, în zone în care desfășurarea în condiții normale a traficului ar putea fi perturbată;
- m) pe parapetele și/sau pereții pasajelor rutiere subterane și supraterane ori sub poduri;
- n) pe semnele de circulație, inclusiv pe stâlpii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație, pe stâlpii de alimentare cu energie electrică, pe stâlpii de iluminat public, pe stâlpii de susținere a elementelor de transport public, pe stâlpii de telecomunicații sau orice alt tip de stâlpi amplasați în localități sau de-a lungul arterelor de circulație;
- o) în zona de protecție a autostrăzilor, pe benzile metalice de delimitare a sensurilor de circulație a autostrăzilor sau drumurilor naționale expres, precum și pe benzile laterale de protecție a sensurilor de circulație;
- p) pe lucrările de artă care traversează drumul, pe portale cu semnalizare rutieră sau în soluții independente autoportante în traversarea drumului.

(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.

Art. 7

Amplasarea mijloacelor de publicitate pe domeniul public sau privat al comunei Pârjol se face prin organizarea de licitații publice potrivit reglementărilor legale în vigoare.

Art. 8

Întreținerea, repararea și menținerea mijloacelor de publicitate într-o stare estetică și funcțională bună revine în sarcina operatorilor de publicitate care au în folosință spațiile de publicitate. Etalarea de afișe și reclame care prezintă în mod repetat deteriorări evidente și creează un aspect neplăcut a spațiilor de publicitate duce la rezilierea contractului de închiriere pentru spațiul publicitar.

Art. 9

Operatorii de publicitate au obligația de a afișa în mod vizibil, pe panou, informații privind denumirea operatorului, codul unic de identificare fiscală a acestuia și numărul de autorizație de construire.

Art. 10

Pentru nerespectarea obligației de a inscripționa mijloacele de publicitate cu informațiile privind denumirea operatorului, CUI și numărul de autorizație de construire, se va dispune dezafectarea.

Art. 11

Amplasarea mijloacelor de publicitate va fi făcută numai după obținerea certificatului de urbanism, a autorizației de construire/ acordului pentru publicitate temporară și a achitării taxei de folosință a spațiului din domeniul public / privat al U.A.T.

Cap. V

Reguli generale privind amplasarea firmelor

Art. 12

(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 magazin, 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. 13

(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 împrejuririi.

Art. 14

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

(2) Firmele iluminate vor fi amplasate la minimum 3.00 m de la nivelul solului.

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

Art. 15

(1) În toate zonele din municipiul Călărași 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 numai 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. 16

(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 lucrărilor 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. 17

- (1) În zona de publicitate restrânsă - definită conform anexei 1, firmele vor fi amplasate cu respectarea prevederilor art.18- art. 21, Legea 185/2013.
- (2) Pe fațadele clădirilor cu arhitectură modernă, firmele se vor putea amplasa și în zona luminatorului vitrinei.
- (4) Toate propunerile din această zonă, inclusiv propunerile pentru clădirile cu arhitectură modernă vor fi supuse avizării Comisiei locale de Urbanism și Amenajarea Teritoriului.

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 emiterie 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 incendiu", prevăzute de legislația în vigoare privind calitatea în construcții.
- (3) Verificarea construcției cu privire la respectarea cerințelor esențiale de calitate prevăzute la alin. (2) se realizează prin reexpertizare tehnică, la fiecare 10 ani de la data emiterii autorizației de construire pentru amplasarea structurii publicitare, sau ca urmare a acțiunilor factorilor de risc naturali/antropici asupra construcției/elementului constructiv care susține structura publicitară.
- (4) 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 comuna Pârjol, 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 comunei Pârjol - în acest caz nu se datorează taxa pentru afișaj; în situația în care Primăria comunei Pârjol 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 1.20 x1.80m, 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.

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 tablajele aeriene de la stâlpii de iluminat public, cu excepția situațiilor în care zona amenajată 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, tablajele 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 comunei Pârjol.

(5) Proprietarii ecranelor publicitare sunt obligați ca, pe timp de noapte, să reducă intensitatea acestor mijloace de publicitate cu 35%.

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 30 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din intravilan;
- cu distanța de minimum 50 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan;
- la minimum 50 m față de intersecțiile cu drumurile laterale cu mai mult de 4 benzi de circulație;
- în afara curbelor cu vizibilitate redusă;
- la minimum 50 m față de intersecțiile semaforizate.

Art. 26

(1) Amplasamentele aflate în proprietatea sau în administrarea unității administrativ-teritoriale Pârjol–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) Comuna Pârjol 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 comunei Pârjol 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 comunitate. 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 valabilități 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 comunei, 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 acestora și panouri de 14.00 x 4.00 m.

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 plăcut, care nu va afecta imaginea urbană a zonei în care se amplasează.

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 pe străzile cu circulație pietonală intensă. Nerespectarea interdicției atrage pe lângă aplicarea sancțiunilor contravenționale și alte măsuri, respectiv, ridicarea acestora de către Primăria comunei Pârjol. 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 comunei Pârjol.

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.

Reguli generale privind amplasarea: (bannerelor, indicatoarelor publicitare direcționale, steagurilor publicitare)

Art. 31

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. 32

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. 33

(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.

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

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

(4) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1) - (3²) 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.

(5) În cazul panourilor publicitare direcționale durata de valabilitate poate fi prelungită pe o perioadă de funcționare a obiectivului căruia i se adresează.

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 lărgită, pe o perioadă de maximum 3 luni. Este permisă ocuparea integrală a calcanelor, fără a acoperi suprafețele laterale 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 procentele de ocupare ale calcanului.

(3) Pe clădirile situate în zonele de publicitate restrânsă, 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 Compartimentului urbanism.

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 72 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

Pe perioada desfășurării unor evenimente de anvergură organizate de către Primăria comunei Pârjol, aceasta având calitatea de organizator, aceste mijloace publicitare se pot amplasa și în alte locuri, strict pe perioada desfășurării evenimentelor.

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 au obligația de a instala în amplasamente cu vizibilitate, în condițiile regulamentului local de publicitate, panouri speciale destinate afișelor publicitare pentru spectacole publice, teatre, concerte și altele asemenea și a anunțurilor de mica 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 comunei Pârjol .

(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 afişelor, 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 comunei Pârjol.

(6) Ziua din cursul săptămânii în care panourile cu anunțuri de mică publicitate vor fi curățate în vederea actualizării anunțurilor va fi ziua de **LUNI** sau altă zi a săptămânii când situația o impune.

(7) Amplasamentele vor putea fi modificate/ completate în funcție de dinamica urbanistică a comunei cu aprobarea Compartimentului Urbanism și a Consiliului Local.

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

Art. 39

(1) Pe raza comunei Pârjol se interzice utilizarea și/sau realizarea de reclame sonore prin orice mijloace, cu excepția campaniilor electorale sau a altor evenimente ocazionale cu o perioadă scurtă de desfășurare (ex: circ, spectacole în aer liber, etc.)

(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 aflate în subordinea Consiliului Local
- este interzis ca aceste tipuri de vehicule să circule în convoy mai mare de 2 mașini, cu o viteză mai mare de jumătate din viteza maxim admisă pe tronsonul de stradă

Art. 40

(1) 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 operatorului de transport local.

(2) Operatorul de transport local poate amplasa mijloace de publicitate cu acordul administrației publice locale/ direcției urbanism.

CAPITOLUL V

Avizarea și autorizarea mijloacelor de publicitate

Art. 41

(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 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. 42

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 de 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 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)
- contractul cu Primăria comunei Pârjol pentru sistemele publicitare situate pe domeniul public/ privat al UAT

(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 de zile lucrătoare de la data înregistrării cererii, în baza unei documentații compuse din:

- cerere tip completată cu elementele de identificare și datele tehnice ale beneficiarului conform proiectului pentru autorizarea executării lucrărilor de construire, 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 – 2 ex.
- 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
- contractul cu Primăria comunei Pârjol pentru sistemele de publicitate situate pe domeniul public/ privat al municipiului, respectiv alt document care conferă dreptul de instalare a sistemului de publicitate pe un imobil ce aparține persoanelor fizice sau juridice.

Nu se eliberează autorizație de construire pentru mijloacele de publicitate ce urmează a fi amplasate pe construcții neautorizate sau pe construcții la care au fost făcute investiții neautorizate, conform legii.

Documentațiile pe baza cărora vor fi emise autorizațiile de construire pentru amplasarea mijloacelor de publicitate, vor fi întocmite de proiectanți atestați.

(3) a) **Acordul pentru publicitate temporară** este actul care permite amplasarea sistemelor publicitare (afișe, postere, mesh-uri, eăsy 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 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
- grafica reclamei, precum și simulare fotografică, din care să rezulte culorile folosite, dimensiunile, enunțul mesajului publicitar, precum și materialul din care se va executa
- acordul proprietarului imobilului pe care va fi amplasat sistemul publicitar
- copie de pe contractual de publicitate din care să rezulte valoarea și valabilitatea acestuia, după caz
- plan de situație la scara 1:500, pe care va fi marcat vizibil locul solicitat pentru desfășurarea activității de promovare și/ sau pentru amplasarea sistemelor de publicitate; în acest din urmă caz vor fi marcate pe plan sistemele de publicitate aflate într-o rază de 30 m în jurul amplasamentelor solicitate, față de care vor fi precizate distanțele (în copie)
- acordul sau contractul cu proprietarii suporturilor pe care vor fi montate sistemele de publicitate
- acordul societății de salubritate (dacă este necesar, în cazul desfășurării unor activități de promovare care lasă în urmă deșeuri)
- în cazul în care sistemul publicitar va fi amplasat în imediata vecinătate a intersecțiilor semaforizate se va depune un plan de situație pe scara 1:500, pe care se va marca distanța față de intersecție, care nu poate fi mai mică de 50m
- 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 comunei Pârjol.

b) Documentația necesară prelungirii acordului pentru publicitate temporară va fi compusă din:

- cerere completată de beneficiar
- acordul initial
- documentele de plată ale taxelor aferente (taxa de prelungire este egală cu valoarea taxei de emitere inițială)
- extras din contractul de publicitate din care să rezulte valoarea și valabilitatea acestuia

c) Durata maximă de valabilitate a unui acord este de 30 de zile, cu posibilitatea de a fi prelungit o singură dată, cu aceeași perioadă.

**Cap. VI
Reglementări fiscale**

Art. 43

(1) Taxele pentru folosirea mijloacelor de reclamă și publicitate sunt stabilite în conformitate cu Legea 227/2015 privind Codul fiscal. Valoarea acestor taxe va fi stabilită anual prin HOTĂRÂRE DE CONSILIU LOCAL.

(2) Orice persoană care beneficiază de servicii de reclamă și publicitate în Călărași 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 comunei Pârjol.

(3) Prestatorul serviciului de reclamă și publicitate are obligația de a depune înainte 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, afișajul sau structura de afișaj 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 afișaj în scop de reclamă și publicitate.

(6) Persoana care datorează taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate are obligația depunerii declarației de impunere în vederea stabilirii taxei de afișaj în scop de reclamă și publicitate în termen de 30 de zile de la data amplasării. (model 2006 ITL 014 aprobat prin Ordinul 2052/2006).

Art. 44

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, afișajul sau structura de afișaj 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 afișele, panourile sau alte mijloace de reclamă și publicitate amplasate în interiorul clădirilor și fără vedere directă din exteriorul incintei;
- pentru afișajul efectuat pe mijloacele de transport care nu sunt destinate, prin construcția lor, realizării de reclamă și publicitate;

Cap. VII

Sanctiuni

Art. 45

Sanctiunile 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, precum și cu cele ale Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate.

Art. 46

Nerespectarea prezentului regulament atrage după sine răspunderea penală, civilă sau contravențională, după caz. Sanctiunile se pot aplica atât persoanelor juridice cât și fizice, după calitatea celei care contravine normelor prezentului Regulament.

Art. 47

(1) În condițiile prezentului Regulament constituie contravenții și se sancționează, următoarele fapte:

- a) amplasarea mijloacelor de publicitate fără aviz pentru publicitatea temporară ori cu nerespectarea prevederilor acestuia și a documentației tehnice care a stat la baza eliberării avizului, precum și montarea panourilor publicitare cu structură proprie și elemente de susținere care necesită fundație, fără autorizație de construire;
- b) nerespectarea de către proprietarii mijloacelor de publicitate a tipurilor și dimensiunilor mijloacelor de publicitate admise, în conformitate cu prevederile regulamentelor locale privind amplasarea mijloacelor de publicitate;

- c) folosirea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică, a vehiculelor publicitare care nu au obținut aviz pentru publicitate temporară sau a mijloacelor de publicitate luminoasă care pot perturba traficul auto și pietonal;
 - d) nerespectarea obligației de a readuce amplasamentul și mediul înconjurător la starea inițială, inclusiv prin înierbare sau asfaltare pentru mijloacele de publicitate amplasate la nivelul solului;
 - e) nerespectarea obligațiilor privind întreținerea mijloacelor de publicitate și afișarea permanentă a unor mesaje în cadru;
 - f) amplasarea de afișe publice, a anunțurilor de mică publicitate în alte locuri decât pe panourile special destinate acestora;
 - g) nerespectarea de către autoritățile administrației publice locale a obligației de a instala panouri speciale destinate afișelor publicitare pentru evenimente, spectacole și concerte și a anunțurilor de mică publicitate, precum și de a identifica amplasamentele destinate pentru mijloacele de publicitate temporară și pentru proiectele publicitare speciale.
- (2) Contravențiunile prevăzute la alin. (1), săvârșite de persoanele fizice sau juridice, se sancționează după cum urmează:
- a) cu amendă de la 1.000 lei la 10.000 lei, cele prevăzute la lit. a), b) și f);
 - b) cu amendă de la 1.000 lei la 20.000 lei, cele prevăzute la lit. c), d) și g);
 - c) cu amendă de la 500 lei la 1000 lei, cea prevăzută la lit. e).

Art. 48

Prevederile prezentei legi referitoare la contravenții intră în vigoare cu respectarea prevederilor art. 4 alin. (1) din Ordonanța Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 180/2002, cu modificările și completările ulterioare.

Art. 49

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

Dispoziții tranzitorii și finale

Art. 50

Serviciul Urbanism va realiza un inventar al locațiilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate. Acest inventar va fi prezentat Comisiei tehnice de amenajare a teritoriului și de urbanism, în termen de maxim doua luni de la data intrării în vigoare a prezentului regulament.

Art. 51

Comisia tehnică de amenajare a teritoriului și urbanism, după caz, va stabili și va aviza locațiile care se încadrează în prevederile prezentului regulament/ legislației în vigoare, și le va supune aprobării Consiliului Local.

Art. 52

Locațiile aprobate de către Consiliul Local Pârjol în vederea instalării de sisteme de publicitate vor fi scoase la licitație publică, după care câștigătorii vor face demersuri pentru obținerea autorizației/ acordului.

Art. 53

În cazul unui accident cauzat de un mijloc de publicitate, răspunzătoare se face societatea comercială sau persoana fizică care a afișat/montat acel mijloc de publicitate.

Art. 54

În termen de 60 de zile de la aprobarea prezentului regulament, vor fi notificați deținătorii de mijloace de publicitate care nu dețin autorizație de construire/ acordul pentru publicitate temporară privind deființarea acestora.

Art. 55

Prevederile prezentului regulament sunt completate cu dispozițiile Legii 185/2013 cu modificările și completările ulterioare.

Art.56 Se aprobă model cerere pentru emiterea avizului de publicitate temporară conform Anexei 1 la prezentul Regulament și Model AVIZ pentru publicitate temporară conform Anexa nr.2

Presedinte de sedinta,

Volmer, Ion



Contrasemneaza,,

Secretar comuna,
Margareta Spătaru

Compartiment Urbanism,

Bocancea Viorica