

**REGULAMENT PRIVIND ACTIVITATEA DE RECLAMĂ ȘI
PUBLICITATE ÎN MUNICIPIUL ROMAN**

CAP. I. - DISPOZIȚII GENERALE

Art. 1. Prezentul regulament reprezintă un sistem unitar de norme tehnice și urbanistice, asigură cadrul juridic și stabilește modul de organizare, condițiile de autorizare și desfășurare a activității de publicitate și afișaj pe raza administrativ - teritorială a municipiului Roman, fiind elaborat în temeiul prevederilor:

- Legii Nr. 148/2000 privind publicitatea cu modificările ulterioare
- Legii Nr. 422/2001 privind protejarea monumentelor istorice republicată
- Ordinul Nr. 571/1997 pentru aprobarea Normelor tehnice privind proiectarea și amplasarea construcțiilor, instalațiilor și panourilor publicitare în zona drumurilor,
- O.G. Nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor republicată, cu modificările ulterioare,
- Legii Nr. 571/2003 privind Codul Fiscal cu modificările ulterioare,
- Legii Nr. 457/2004 privind publicitatea și sponsorizarea pentru produsele din tutun,
- O.G. nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, aprobată prin Legea Nr. 180/2002;
- H.G. Nr. 955/2004 pentru aprobarea reglementărilor-cadru de aplicare a O. G. Nr. 71/2002 privind organizarea și funcționarea serviciilor publice de administrare a domeniului public și privat de interes local.
- Legii Nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții republicată, cu modificările ulterioare.

Art. 2. În municipiul Roman amplasarea de panouri publicitare se va face pe baza autorizației de construire, eliberată de Direcția Urbanism și Amenajarea Teritoriului, în condițiile legii nr.50/1991, republicată.

Art. 3. Activitățile de publicitate pot fi desfășurate, iar mijloacele de publicitate pot fi amplasate pe teritoriul administrativ al Municipiului Roman dacă sunt respectate cumulativ următoarele condiții:

- condițiile legale de ocupare a domeniului public sau privat al municipiului, sau de amplasare pe domeniul privat al persoanelor fizice sau juridice a mijloacelor de publicitate,
- autorizarea sau avizarea,
- îndeplinirea obligațiilor fiscale.

Art. 4. Activitatea de publicitate și afișaj poate fi efectuată, în condițiile prezentului Regulament, de către:

- persoane fizice sau juridice autorizate în condițiile legii, să desfășoare activitate de publicitate, pentru alte persoane fizice sau juridice, în baza unor contracte, (agenți de publicitate)

- de către contribuabili în nume propriu,
 - de către persoane juridice autorizate, prin asociere cu Consiliul Local Roman.
- Art. 5.** Mijloacele de publicitate se pot amplasa în următoarele locații sau pe suporturi:
- terenuri aparținând domeniului public sau privat al Municipiului Roman, sau proprietate a statului Român aflate în administrarea Consiliului Local,
 - clădiri ale Primăriei Municipiului Roman sau aflate în administrarea Consiliului Local și clădiri proprii (fațadă, calcan, terasă, acoperiș, etc),
 - teren proprietate privată,
 - stâlpi LEA sau de telefonie,
 - spații publice (piețe – inclusiv în spațiile din incinta sau din halele acestora, Sali de sport, stadioane, etc), refugii ale stațiilor de transport în comun, ceasuri publice, panouri de afișaj stabilite de Primăria municipiului Roman, stâlpi indicatori pentru străzi, etc,
 - alte tipuri de suporturi.

CAP.II. DEFINIREA NOȚIUNILOR ȘI TERMINOLOGIEI UTILIZATE

Art. 6. În sensul prezentului regulament, termenii de mai jos vor avea următorul înțeles:

- **reclama** – este un produs în format fizic, audio, video, foto, etc. cu conținut informațional despre un produs comercial sau social (produse de larg consum, evenimente, arta, sociale diverse, etc.) sau cu referire la acestea.
- **publicitatea** – activitatea prin care se mediatizează (prin emisie, editare, publicare, expunere, etc.) direct sau indirect reclamele.
Termenul mai este folosit și cu semnificația restrânsă de suport folosit în activitatea de reclamă.
- **firma** – panou publicitar afișat la locul de desfășurare a activității (sediul, punct de lucru, etc.) sau pe domenii private proprietate a beneficiarului de publicitate, conținutul grafic al acestora făcând referire la produsele, serviciile, activitățile, proiectele și politica societății și/sau instituției. Firmele pot fi confecționate din materiale diverse, pot avea forme și mărimi diverse (excepție cele amplasate pe clădirile de patrimoniu, reglementate prin prezentul regulament), sisteme diverse de iluminare sau neiluminate și pot fi amplasate pe clădiri sau pe suporturi îngropați cu sau fără fundație sau amplasate sub formă de panouri tripod.
- **panou publicitar** – confecție destinată susținerii de reclame cu diverse suporturi (afișe, reclame video, etc.). Panourile publicitare pot fi considerate reclame atunci când sunt compacte cu grafica și sunt autorizate cu o grafică prestabilită (exemplu firmele). Panourile publicitare pot avea suport propriu sau suporturi predestinați altor activități (ex. stâlpii LEA).

Tipuri de panouri publicitare:

- **billboard (BLB)** – panou publicitar de mari dimensiuni (cu fațada exponabilă mai mare de 6 mp.) suport pentru afișe din hârtie, poliplan, diverse folii autoadezive, etc., neiluminat dar cu posibilitate de iluminare deschisă (arhitecturală, din exteriorul afișului).
- **back-light** – panou publicitar suport pentru afișe translucente cu sistem de iluminare închis, din interior și afiș expus la suprafață;
- **city-light** – panou publicitar luminos suport pentru afișe din diverse materiale translucente, cu sistem de iluminare din interior și afiș închis (protejat) cu material transparent (sticlă, PMMA, PET, etc.);

- **directionale** – panouri publicitare luminoase (cu sistem de iluminare din interior) sau neiluminate, aplicabile pe diverși suportați (stâlpi LEA, clădiri, stâlpișori proprii, etc.), a căror **suprafață nu depășește 1 mp.** iar mesajele sunt în general de îndrumare, dirijare, informare distanțe, etc. asupra unui obiectiv predefinit (locație, clădire, teren, etc.)
- **totem** – panou publicitar neiluminat, iluminat arhitectural sau luminos, amplasat la sol și a cărui suprafațe exponabile se încadrează în raportul *de max. 1m / orizontală și de max. 5m / verticală*. În secțiune poate avea diverse forme geometrice (pătratică, octogonală, hexagonală, rotundă, etc.)
- **unipol** – panou publicitar de mari dimensiuni (în general peste 25 mp) care se amplasează pe suport (picior) propriu la înălțime față de sol mai mare de 5 m.
- **panou mobil** – panouri publicitare amplasate la sol, în general neiluminate, fără fundație și care sunt expuse o perioadă determinată de timp (număr de zile sau perioade din zi). Panourile mobile au suprafețele exponabile foarte aproape de sol sau chiar lipite de acesta, ori sunt amplasate pe diverse mijloace de transport staționate. Panourile mobile se împart în două tipuri de dimensiuni:
 - a) panouri tip billboard cu dimensiuni mai mari de 6 mp. În această categorie intră și **prismele publicitare** care sunt alcătuite din trei sau mai multe panouri publicitare unite între ele și închise în secțiune (privit de sus).
 - b) panouri tip **trepied** care se amplasează de obicei în imediata apropiere a obiectivului la care se face referire, de obicei cu rol de firmă și a căror dimensiuni exponabile nu depășesc de regulă 1 mp/ fațadă exponabilă;
 - **panouri video** – sunt de două tipuri:
 - a) panouri publicitare cu proiecție de mesaje dinamice, video, cu sau fără sonor, amplasate în general în zone umbroase sau funcționale doar pe timp de noapte;
 - b) **led-screen** – ecrane gigant (de obicei peste 6 mp.) prin care se expun mesaje dinamice și video, cu sau fără sonor, funcționabile atât pe timp de zi cât și pe timp de noapte, indiferent de amplasament.
 - **Panourile indicatoare** – sunt panouri signalistice cu rol strict de atenționare. Ele conțin semne omologate prin lege și au dimensiuni, forme respectiv coloristică standard.
 - **afișul** – material flexibil (hârtie, pânză, poliplan, mesh, PVC, etc.) decorat prin diferite procedee tehnice, care prin grafica acestuia exprimă un mesaj și care este predestinat expunerii publice pe diferite suporturi existente.

Tipuri de afișe:

- **blue-back** – afișe din hârtie specială cu rezistență mărită în condiții atmosferice vitrege și umiditate. Denumirea este asociată cu partea din spate a afișului, de obicei de culoare albastră și aderență mărită la adezivi. Afișele din hârtie pot avea și alt tip de hârtie la bază. Se expun de obicei pe panouri *billboard*, în *city-light*-uri, pe *directionale* sau prin aplicare directă pe panouri sau locuri diverse de afișaj.
- **Banner** – (în traducere liberă – **pancardă**). Afișe din materiale flexibile, exponabile de obicei pentru o perioadă scurtă de timp, excepție cele cu rol direcțional. În general se folosesc dimensiuni în care lățimea (orizontala) este mai mare decât înălțimea (verticala) cu mai mult de două ori.
- **Mesh** – (în traducere liberă – **plasă**). Afișe din material flexibil perforat. Se amplasează în general pe suprafețe unde este necesară pătrunderea luminii și/sau necesită aerisiri (ex. Pereții din zidărie, peste geamurile încăperilor, etc.).
- **Flag** – (în traducere liberă – **steag**). În cazul publicității acestea pot fi definite ca afișe destinate expunerii prin ancoraj pe una, două sau trei laturi. În general se amplasează în suportați destinați special acestora. *Flag*-urile se afișează în general

în poziție verticală (lățimea mai mică decât înălțimea) dar pot fi expuse și în varianta drapelurilor.

Alte tipuri de reclame vizuale:

- **baloane publicitare** de mari dimensiuni;
- **artă plastică publicitară** - construcții de artă (statui, sculpturi, confecții speciale, etc.) cu caracter publicitar;
- **gărdulețe publicitare** – folosite în general la delimitarea unor zone pe perioadă limitată;

Dimensiuni frecvente ale spațiilor de afișaj a panourilor publicitare:

- *Bilboard*-uri și *back-light*-uri, o parte din *panourile mobile*: **3 x 2,2 m; 4 x 3m;**
5,04 x 2,38m;
6 x 3m;
- *City-light*-uri: Dimensiuni acceptate:
orizontala: între 0,5m și 1 m;
verticala: între 1,6m și 3m;

CAP. III. Norme privind stabilirea amplasamentelor

Art. 7. Locațiile destinate amplasării panourilor publicitare pe domeniul public se stabilesc de Consiliul Local, prin hotărâre, prin identificarea directă a amplasamentului sau prin indicarea criteriilor de localizare.

Art. 8. Locațiile aleatorii, destinate amplasării bannerelor se stabilesc cu acordul Primarului și avizul Arhitectului Șef, **prin Certificatul de Urbanism emis solicitantului.**

Art. 9. Locațiile destinate amplasării casetelor luminoase, tăblițelor indicatoare, panourilor mobile se stabilesc cu acordul Primarului și avizul Arhitectului Șef, **prin Certificatul de Urbanism**, eliberat solicitantului.

Art. 10. Amplasarea, poziționarea mash-urilor, respectiv a firmelor pe clădiri și amplasarea panourilor publicitare pe domeniul privat al persoanelor fizice sau juridice se avizează de Arhitectul Șef, prin Certificatul de Urbanism emis solicitantului **și Autorizația de construcție.**

Art. 11. Pe clădirile monument istoric de grupa B se pot amplasa:

- firme cu litere volumetrice;
- firme luminoase sau neiluminate, dreptunghice, sub formă de plăci/panouri cu suprafața maximă de 0,35 mp, câte una pentru fiecare societate comercială/instituție și care se vor monta în lateralul ușii de intrare. În cazul în care mai multe societăți/instituții au accesul prin aceeași intrare a clădirii, firmele dreptunghice ale acestora vor avea dimensiuni identice și se vor amplasa ordonat, una sub alta în lateralul ușii de acces din stradă.

CAP. IV. Restricții

Art. 12. Este interzisă amplasarea diferitelor structuri publicitare:

- Pe clădirile monument istoric de grupa A este interzisă amplasarea oricărui model de reclame vizuale înafara plăcuțelor informaționale de patrimoniu amplasate de instituțiile responsabile pentru acestea.
- Pe clădiri care adăpostesc sedii ale autorităților publice, instituții publice,
- Pe lăcașe de cult, gardurile acestora și ale cimitirelor,
- **În parcuri sau pe arbori,**

- În zonele cu regim special de pază și supraveghere,
- Pe stâlpii care susțin indicatoare rutiere,
- Obiecte de artă monumentală – statui, grupuri statuare – și în imediata lor apropiere,
- Locuri de joacă, locuri de odihnă situate în zona blocurilor de locuințe,
- În curbe cu vizibilitate redusă și în zone de conflict cu evenimente rutiere deosebite,
- În zona de protecție lea de înaltă tensiune, panouri publicitare,
- Terenuri care fac obiectul unor cereri de revendicare sau de constatare a dreptului de proprietate,
- Pe magistralele de gaz.

Art. 13. *Este interzisă amplasarea mijloacelor de publicitate, în intersecții sau la mai puțin de 25 m, care prin formă, culori sau conținut pot fi confundate cu indicatoarele rutiere și pot împiedica vizibilitatea sau distrage atenția participanților la traficul rutier.*

Art. 14. Se interzice folosirea, în alcătuirea firmelor și reclamelor, a textelor și imaginilor care contravin legislației în vigoare sau a bunelor moravuri.

Art. 15. *În perioada în care nu există contract de publicitate, proprietarii panourilor neafișate sunt obligați să asigure menținerea inscripționării pe suprafața mijlocului de publicitate autorizat cu numele titularului și numărul autorizației de construire.*

Art. 16. Nu se eliberează autorizații de construire pentru firme și reclame ce urmează a fi amplasate pe construcții neautorizate sau construcții la care s-au făcut intervenții neautorizate conform Legii nr. 50 / 1991.

Art. 17. Este interzisă amplasarea de bannere pe bd. Roman Mușat integral, bd. Republicii și str. Ștefan cel Mare pe segmentul din E 85.

Cap.V. Reguli și proceduri specifice de autorizare, avizare și urmărire

a) Competențe:

Art. 18. Autoritatea competentă în autorizarea sau avizarea activității de publicitate pe teritoriul municipiului este Primarul Municipiului Roman, pe baza documentațiilor instrumentate de compartimentele funcționale, dacă legea nu prevede altfel.

Art. 19. Direcția Urbanism și Amenajarea Teritoriului este compartimentul funcțional care are următoarele atribuțiuni în autorizarea activităților de publicitate:

- Instrumentarea documentațiilor necesare emiterii Certificatului de Urbanism și Autorizației de Construire,
- Stabilirea, împreună cu Direcția Tehnică, a listei spațiilor și locațiilor potrivite pentru amplasarea mijloacelor de publicitate,
- Comunicarea către alte compartimente funcționale implicate în procedura de autorizare a informațiilor necesare aprobării activităților sau a urmăririi conformității modului de desfășurare a activităților aprobate,
- Verificarea conformității între prevederile documentațiilor de urbanism aprobate și modul de execuție a lucrărilor,
- În cazul constatării apariției unor neconformități, propune măsurile necesare în limitele competențelor și termenele pentru remedierea acestora.

Art. 20. – Direcția Audit are următoarele atribuții în aplicarea prezentului Regulament:

- Evidențierea, cu sprijinul Serviciului Juridic, a documentelor de posesie legală a terenului sau de utilizare a altor imobile aflate în administrarea Consiliului Local al Municipiului Roman,
- Identificarea spațiilor și locațiilor potrivite pentru amplasarea mijloacelor de publicitate,
- **Întocmirea documentației pentru aprobarea, prin Hotărâre de Consiliu Local, a listei locațiilor și organizării licitațiilor de închiriere a spațiilor propuse pentru desfășurarea activităților de publicitate pe teritoriul Municipiului Roman,**

- Stabilirea obligațiilor financiare către bugetul local, atunci când acestea decurg din închirierea terenului sau din utilizarea unor imobile administrate de Consiliul Local al Municipiului Roman,

- Redactarea și urmărirea contractelor de închiriere teren sau spațiu utilizat pe imobile proprietatea Consiliului Local sau administrate de Consiliul Local al municipiului Roman,

- Urmărirea conformității dispozițiilor documentațiilor pentru activități de publicitate,

- În cazul constatării apariției unor neconformități, propune măsurile necesare în limitele competențelor și termenele pentru remedierea acestora.

Art. 21. – Direcția Taxe și Impozite Locale, Serviciul Impuneri, Încasări, Control este compartimentul funcțional care are următoarele atribuții în contextul prezentului Regulament:

- Urmărirea și încasarea sumelor aferente activităților de publicitate pe raza Municipiului Roman, conform documentațiilor de aprobare emise,

- Derularea procedurilor necesare pentru recuperarea creanțelor generate prin neplata sumelor datorate de persoane care desfășoară activități de publicitate, în condițiile precizate de legislația fiscală.

b) Contribuabilii care își fac publicitate în nume propriu :

Art. 22. Contribuabilii vor amplasa firmele, precum și alte mijloace de publicitate la locurile solicitate *numai în urma obținerii autorizației de construire, emisă de Serviciul Urbanism și Amenajarea Teritoriului, pentru care datorează taxa pentru afișaj în scop de publicitate bugetului local al Municipiului Roman, la nivelul stabilit prin Hotărârea Consiliului Local al Mun. Roman.* În acest sens contribuabilul depune la Direcția Taxe și Impozite Locale o declarație de impunere fiscală din care să rezulte zona de amplasare a firmei, suprafața, data montării, perioada în care se execută lucrarea, data la care se va finaliza. Valoarea taxei pentru afișaj în scop de publicitate se calculează anual în funcție de suprafața acesteia și de valoarea stabilită prin Hotărârea Consiliului Local al Mun. Roman.

Art. 23. Obligația de plată astfel creată va fi plătită la termenele scadente stabilite prin legislația fiscală.

Art. 24. Anual, până la data de 31 ianuarie, contribuabilii vor depune declarația de impunere pentru firmele amplasate.

Actele necesare pentru întocmirea declarației de impunere sunt:

- cerere,
- copie autorizație de construcție,
- dovada achitării taxei de firmă,
- *dacă este cazul* – contractul de închiriere a amplasamentului.

Art. 25. *Contribuabilii pot să-și facă publicitate prin panouri publicitare autorizate în conformitate cu prezentul regulament precum și prin panouri atipice-tip siglă, amplasate în imediata vecinătate a spațiului în care își desfășoară activitatea, fără licitație publică pentru ocuparea terenului .*

c) Contribuabilii, prestatorii de servicii, agenții economici autorizați să presteze servicii de publicitate pentru alți beneficiari, în baza unor contracte de prestări servicii (agenții de publicitate):

Art. 26. În aceste cazuri se vor încheia contracte între agentul de publicitate și beneficiarul serviciului, care se vor depune la Primăria Municipiului Roman la Direcția de Impozite și Taxe Locale, pentru fiecare amplasament (panou). Atribuirea amplasamentelor pentru mijloacele de publicitate se va realiza de regulă prin licitație publică pe baza Hotărârii Consiliului Local.

Art. 27. Agentul de publicitate are obligația de a semna contractul de închiriere pentru amplasamentul adjudecat în termenul stabilit în caietul de sarcini și de a obține autorizația de construire pentru montarea mijlocului de publicitate (panou, banner, etc).

Art. 28. Activitatea de publicitate se va realiza pe baza unui contract încheiat între agentul de publicitate și beneficiar, iar taxa de publicitate se va determina în funcție de valoarea contractului. Agentul de publicitate are obligația de a depune contractul de publicitate la Direcția taxe și impozite locale - Persoane Juridice, în vederea determinării taxei.

Orice schimbare a afișajului, ulterioară obținerii autorizației de construire, se supune avizării prealabile a autorității locale.

Art. 29. *Pentru utilizarea clădirilor sau a terenului proprietate publică sau privată a Municipiului Roman, pe care se vor amplasa mijloacele de publicitate se vor încheia contracte de închiriere cu proprietarul acestora, respectiv cu Municipiul Roman .*

d) Regulile specifice de desfășurare a diferitelor tipuri de publicitate precum și procedurile de autorizare sau avizare:

Panouri publicitare

Art. 30. Locațiile pentru amplasarea panourilor publicitare sunt stabilite prin Hotărârea Consiliului Local al Mun. Roman și se atribuie de regulă prin licitație publică. Dimensiunile, formatul și tipul se stabilesc în caietul de sarcini al licitației, în conformitate cu prevederile prezentului Regulament, pentru panourile tipice, sau de la caz la caz pentru panourile atipice.

Art. 31. Amplasarea structurilor publicitare se face pe baza autorizației de construire solicitată și emisă în baza Legii nr. 50/1991.

Art. 32. *În intravilanul Municipiului Roman se pot amplasa doar panouri publicitare luminoase sau iluminate sau casete luminoase, cu excepția locațiilor în care este imposibilă racordarea panoului la curent electric.*

Art. 33. *Pentru terenurile situate în extravilanul Municipiului Roman panourile publicitare luminoase sau neluminoase se pot amplasa cu respectarea următoarelor restricții:*

- locația panourilor publicitare și/sau a altor mijloace de publicitate vizuală se stabilește la o distanță de minim 7 metri față de marginea îmbrăcăminții drumului (partea carosabilă + banda de consolidare a acostamentului) la o distanță de minim 50 m unul față de celălalt.
- locația panourilor publicitare atipice – cu megadimensiuni – se stabilește în funcție de solicitări, oportunitate și de posibilitățile reale ale zonei, la distanțe potrivite pentru a nu perturba vizibilitatea și circulația rutieră.

Art. 34. *Amplasarea panourilor publicitare pe domeniul privat al persoanelor fizice sau juridice se face numai pe baza autorizației de construcție, cu acordul proprietarului terenului.*

Panourile publicitare se amplasează astfel încât să nu iasă în consolă în afara perimetrului incintei (curții, proprietății).

Panouri – Firma

Art. 35. Firmele se amplasează pe fațada spațiului definit, în locuri special amenajate sau care sunt posibile din punct de vedere arhitectural și constructiv, după cum urmează:

- *pe clădirile de locuit care au și spații cu altă destinație, situate la parter sau mezanin, firmele se amplasează numai pe fațadele corespunzătoare acestor spații, sau pe parapetul plin și continuu de la balconul etajului I – unde este cazul, cu acordul proprietarilor,*
- firmele amplasate în consolă se montează la înălțimea minimă de 2,50 m de la nivelul trotuarului. Față de planul fațadei respectiv limita de proprietate a terenului, firmele pot ieși în consolă maxim 1,20 m dar păstrând o distanță de minim 1,00 m față de planul vertical de trecere prin bordura carosabilului sau față de aliniamentul arborilor – dacă aceștia există,
- firmele care desfășoară activități în apartamente de bloc se vor amplasa în zona accesului la scara respectivă, cu acordul proprietarilor sau asociației de proprietari.

- firmele luminoase amplasate la mai puțin de 30 m de semnalizările rutiere nu vor folosi lumină intermitentă,
- în cazul clădirilor prevăzute cu incintă împrejmuită, firmele pot fi amplasate pe aliniamentul stradal, paralel sau perpendicular pe acesta, cu respectarea tuturor condițiilor din prezentul articol. Distanța față de elementele împrejuririi va fi de minim 25 cm,
- copertinele pe care se inscripționează o firmă vor fi amplasate la o înălțime de minim 2,50 m de la nivelul trotuarului dar păstrând o distanță de minim 1,00 m față de planul vertical de trecere prin bordura carosabilului sau față de aliniamentul arborilor – dacă aceștia există,

Art. 36. Nu este necesară autorizația de construcție pentru firmele inscripționate pe vitrine sau pe ușa de acces și nu este necesară derularea procedurii de autorizare conform Legii 50/ 991 republicată.

Bannere, Flag-uri.

Art. 37. Locațiile destinate amplasării bannerelor și flag-urilor se stabilesc cu respectarea precizărilor prezentului Regulament, pe baza documentației de urbanism, cu acordul Primarului și avizul Arhitectului Șef, conform certificatului de urbanism și autorizației de construcție.

Art. 38. Se pot amplasa (ancora) bannere și flag-uri, pe stâlpi, în următoarele condiții întrunite cumulativ în faza de avizare:

- locația solicitată este indicată pe plan de situație (pe suport topografic) cu poziționarea stâlpilor pe care se ancorează;
- solicitarea este însoțită de un memoriu în care se precizează înălțimea de fixare a bannerului, care nu va fi mai mică de 5,00 m față de sol și, grafica acestuia;
- ***există avizul prealabil al deținătorului stâlpului.***
- ***temporar, pe durate de maxim 15 zile, se pot amplasa bannere în lungul trotuarelor numai în zonele unde nu se împiedică vizibilitatea unor construcții;***

Art. 39. ***Durata pentru care se avizează amplasarea unui banner este de 1-6 luni. Pentru o perioadă mai mică de 1 lună se datorează taxa cuvenită pentru 1 lună.***

Mash-uri.

Art. 40. Amplasarea, poziționarea mash-urilor pe clădiri se avizează de către Arhitectul Șef, în condițiile prezentului Regulament, prin certificatul de urbanism și autorizația de construcție.

Art. 41. Prin excepție de la prevederile art. 11, se pot amplasa mash-uri pe plasa protectoare a schelelor montate pentru renovarea clădirilor la care se face referire în articolul precizat.

Art. 42. Mash-urile se amplasează pe baza autorizației de construire emisă cu respectarea condiției ca cererea de autorizare să fie însoțită de acordul Asociației de proprietari – unde există SAU al locatarilor direct afectați;

Panouri mobile.

Art. 43. Pe trotuarele cu o lățime de minim 3 m și lângă clădiri se pot amplasa panouri mobile (pliante) autoportante, cu suport maxim de 1mp.

Art. 44. Panourile mobile se amplasează fără autorizație de construire cu acordul Primarului și avizul Direcției Audit - cu plata taxelor corespunzătoare ocupării domeniului public.

Casete luminoase autoportante sau ancorate, totemuri.

Art. 45. Casetele luminoase autorizate conform prevederilor prezentului Regulament, se pot poziționa la nivelul solului, sau se ancorează pe stâlpi de furnizare a energiei electrice, în locații aprobate de Primar și avizate de Arhitectul Șef și cu acordul Poliției Rutiere, pe baza acordului scris al proprietarului stâlpului și cu dovada încheierii unui contract cu proprietarul terenului, unde este cazul.

Art. 46. Totemurile, definite și autorizate conform prevederilor prezentului Regulament, se amplasează pe domeniul privat al solicitantului sau pe domeniul public sau privat al Municipiului Roman în baza unor contracte de închiriere sau concesiune.

Publicitatea prin mijloace auto, aeriene, etc.

Art. 47. Publicitatea prin mijloace auto, aeriene etc. se definește ca fiind publicitate temporară și se realizează numai cu acordul scris al Primarului.

Această formă de publicitate constă în:

- afișe amplasate pe mijloace auto,
- benere publicitare ancorate și transportate de mijloace aeriene,
- baloane cu inscripții publicitare, ancorate la sol, umplute cu heliu sau alte gaze inerte,

Art. 48. Pentru a obține acordul, solicitanții au obligația de a depune la Primăria Municipiului Roman o cerere, însoțită de schița cu textul publicitar, dimensiunile, sau după caz o înregistrare a textului ce face obiectul publicității sonore.

Art. 49 Toate aceste forme de publicitate pot fi exercitate doar după achitarea taxelor prevăzute în Hotărârea Consiliului Local.

Structuri publicitare ale municipiului.

Art. 50. Structurile publicitare ale municipiului Roman sunt destinate afișajului, cu excepția afișajului electoral.

Art. 51. Structurile publicitare ale municipiului Roman sunt destinate afișajului diferitelor manifestări culturale, sportive, religioase, educative, informative, spectacole, ce vor avea loc în Municipiul Roman.

Afișele vor fi, în mod obligatoriu șampilate – pentru valabilitate, în momentul declarării la organul fiscal de control a Direcției de taxe și impozite locale, pentru activitatea desfășurată, funcție de numărul și dimensiunea acestora calculându-se taxele datorate.

Art. 52. Structurile publicitare se exploatează în regim de taxare – conform unui acord (contract) de asociere, închiriere, parteneriat.

Cap. VI. CONDIȚII DE EXPLOATARE

Art. 53. Proprietarii sistemelor publicitare au obligația de a neutraliza ori a acoperi suprafețele de expunere a mesajelor publicitare în situațiile în care nu desfășoară activități de publicitate, situație care însă nu exonerează de la obligativitatea respectării celorlalte prevederi stipulate în documentația de autorizare, contract de închiriere, etc.

Art.54. Proprietarii sistemelor publicitare au obligația întreținerii și menținerii acestora într-o stare estetică bună, așa cum este prevăzut în documentația de autorizare.

Art. 55. Primăria Municipiului Roman va aduce la cunoștința tuturor persoanelor fizice și juridice care desfășoară activități de publicitate, **la data intrării în vigoare a prevederilor prezentului regulament, măsurile necesare în vederea conformării.**

Art. 56 Proprietarii sistemelor publicitare care desfășoară activități autorizate legal la data intrării în vigoare a prezentului regulament au dreptul să continue activitatea în termenii stabiliți, *fără însă a avea posibilitatea prelungirii duratei stipulate în documentațiile aprobate în cazul în care nu se conformează Regulamentului.*

Cap. VII. TAXE

Art. 57. Taxele pentru folosirea mijloacelor publicitare sunt stabilite în conformitate cu Legea nr. 571/2003 privind Codul Fiscal.

Art. 58. Pentru mijloacele publicitare amplasate pe domeniul privat sau pe structuri de susținere private, beneficiarii vor plăti taxă de publicitate (fie taxă pentru serviciul de publicitate, stabilită în cotă procentuală din valoarea contractului de publicitate, fie taxă pentru folosirea mijloacelor de publicitate prin afișaj, panouri sau alte asemenea mijloace, stabilită în sumă fixă, funcție de dimensiunea afișului, panoului, etc.).

Art. 59. Pentru mijloacele publicitare amplasate cu autorizație de construire pe domeniul public sau privat al Municipiului Roman se plătește și chirie (teren) pentru utilizarea domeniului public.

Art. 60. Tariful de închiriere pentru terenul ocupat va fi cel stabilit în urma adjudecării licitației, iar în cazul prelungirii contractelor pentru panourile existente, dacă prețul chiriei este sub nivelul tarifului stabilit prin HCL, se va aplica tariful prevăzut în HCL.

Art. 61. *Suprafața închiriată se va calcula astfel : în plus față de proiecția panoului /amprenta la sol ,se va lua în considerare câte 0,5 m în stânga și dreapta panoului, în fața și în spatele acestuia , stabilindu-se astfel suprafața ce va face obiectul închirierii.”*

Cap. VIII. NORME PRIVIND MESAJUL PUBLICITAR

Art. 62. Publicitatea stradală la băuturi spirtoase și la tutun și produse din tutun este interzisă.

Art. 63. Publicitatea prin care se promovează imagini care prin semnificația lor aduc ofensă la putoare este interzisă. Aceste prevederi sunt aplicabile și imaginilor tipărite pe diferite publicații afișate în chioșcurile sau standurile de difuzare a presei.

Art. 64. Solicitanții autorizării sau avizării unei forme de activitate publicitară au obligația prealabilă să facă cunoscut emitentului autorizației/avizului conținutul mesajului publicitar.

Cap. IX. PROCEDURI DE AUTORIZARE

Art. 65. Activitățile de publicitate și amplasarea mijloacelor de publicitate se vor realiza numai pe baza autorizației de construcție. Funcție de modalitatea de autorizare sau avizare acestea pot fi:

- autorizație de construire,
- acord pentru publicitatea temporară.

Art. 66. Beneficiarul autorizației de construire este obligat să inscripționeze pe sistemul publicitar și să urmărească, pe toată durata de existență a acestuia, ca datele de identificare și numărul autorizației de construire să fie lizibile.

Art. 67. Pe planul de situație ce se depune odată cu documentația pentru autorizația de construire vor fi marcate și sistemele publicitare amplasate pe o rază de 50 m în jurul amplasamentului solicitat și vor fi precizate distanțele față de acestea. Distanța minimă între două sisteme publicitare de același tip, cu suprafața mai mare de 3 mp, care prin amplasarea lor consecutivă și paralelă riscă să se obtureze, va fi de minim 30 m.

Art. 68. Autorizația de construire va fi eliberată în conformitate cu Legea nr. 50/1991 privind autorizarea lucrărilor de construcții, cu modificările și completările ulterioare.

Art. 69. Amplasarea sistemelor publicitare pe domeniul public sau privat al Municipiului Roman se va face de titularul unui drept câștigat în urma unei licitații publice, cu contract de închiriere sau concesiune încheiat în puterea legii.

Art. 70. Certificatul de urbanism este actul de informare prin care Primarul face cunoscute solicitantului cerințele ce trebuie îndeplinite și lista cuprinzând avizele și acordurile necesare în vederea obținerii **autorizației de construire**.

Pentru obținerea *certificatului de urbanism* beneficiarul (solicitantul) va depune la Biroul unic următoarele:

- cerere tip pentru emiterea certificatului de urbanism, completată cu elementele de identificare a beneficiarului și imobilului, cu precizarea scopului solicitării actului,

- plan de situație și plan de încadrare în zonă, elaborate pe suport topografic, pe care va fi marcat vizibil locul de amplasare a sistemului publicitar și sistemele publicitare aflate într-o rază de 50 m, față de care vor fi precizate distanțele,
- documentul de plată a taxei pentru eliberarea certificatului de urbanism.

Documentația pentru obținerea *autorizației de construire* va fi întocmită în două exemplare cuprinzând următoarele documente:

- cerere tip pentru emiterea autorizației de construire, completată cu elementele de identificare și datele tehnice conform proiectului pentru autorizarea executării lucrărilor de construire,
- certificatul de urbanism – copie,
- proiectul pentru autorizarea lucrărilor de construire întocmit de un proiectant autorizat,
- documentul de plată a taxei pentru eliberarea autorizației de construire ;
- documentele, avizele și acordurile solicitate prin certificatul de urbanism.

Art. 71. Pentru obținerea acordului pentru publicitate temporară beneficiarul (solicitantul) va depune la Primărie următoarele:

- cerere – completată de beneficiar,
- certificatul de înregistrare a firmei beneficiare – copie – sau certificatul de înmatriculare și codul fiscal al firmei beneficiare – copie,
- plan de situație și plan de încadrare în zonă, elaborate pe suport topografic, pe care va fi marcat vizibil locul de amplasare a sistemului publicitar și sistemele publicitare aflate într-o rază de 50 m, față de care vor fi precizate distanțele,
- acordul proprietarilor suporturilor pe care vor fi montate sistemele publicitare – dacă este cazul,
- declarație pe proprie răspundere semnată de beneficiar cu privire la valoarea contractului de publicitate – numai în cazul plății taxei pentru serviciul de publicitate, stabilită în cotă procentuală din valoarea contractului de publicitate.

Cap. X. CONTRAVENȚII ȘI SANCTIUNI

Art. 72. Constituie contravenție următoarele fapte, dacă nu au fost săvârșite în astfel de condiții încât, potrivit legii, să fie considerate infracțiuni:

- a) neîntreținerea sistemelor publicitare,
- b) neconcordanța dintre acte și situația de fapt, constatată în teren ;
- c) nedemontarea mijloacelor publicitare la expirarea valabilității autorizației de construire,
- d) nerefacerea corespunzătoare a suportului în caz de deteriorare sau demontare a mijlocului de publicitate,
- e) neafișarea numelui și a adresei proprietarului mijlocului de publicitate,
- f) nedezafectarea sau neacoperirea suprafețelor de expunere a mesajului publicitar cu folie monocoloră în perioada de neutilizare,
- g) amplasarea de mijloace de publicitate fără a deține autorizația/acordul, respectiv avizul de schimbare a afișajului din partea Primăriei Municipiului Roman.

Art. 73. Contravențiile prevăzute la art. 73, săvârșite de persoane fizice sau juridice se sancționează după cum urmează:

- de la 500 lei la 1000 lei cele prevăzute la lit. a,
- de la 1000 lei la 1500 lei cele prevăzute la lit. e și f,
- de la 1500 lei la 3500 lei cele prevăzute la lit. b, c și d,
- de la 3500 lei la 5000 lei cele prevăzute la lit. g.

Art. 74. Constatarea și sancționarea contravențiilor prevăzute în prezentul Regulament se face de către:

- Primar și împuterniciții acestuia,
- Agenții poliției comunitare,

Prevederile prezentului capitol se completează cu prevederile O. G. Nr. 2/2001

Cap. XI. DISPOZIȚII FINALE

Art. 75. Întreținerea mijloacelor de publicitate, firme sau reclame, constituie sarcina exclusivă a contribuabilului care a solicitat autorizația de construire pentru amplasarea acestora.

Art. 76. Dispozițiile prezentului Regulament intră în vigoare la data aducerii lor la cunoștința publică cu executarea prevederilor capitolului X care intră în vigoare la 30 zile de la publicarea regulamentului.

Art. 77. Este obligatoriu ca pe fiecare mijloc de publicitate să fie menționată persoana sau societatea căreia îi aparține acesta – nume, telefon, adresă, autorizație de construire.

Art. 78. Nu se percep taxe pentru:

- activități cu caracter caritabil,
- activități socio-culturale organizate în parteneriat cu Primăria,
- activități care implică cetățeni în acțiuni de curățenie sau îmbunătățire a imaginii Municipiului Roman.

Art. 79. Schimbarea unor normative tehnice, apariția unor noi sau alte acte normative pot conduce, după caz, la modificarea unor părți sau a întregului Regulament.