

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Editia : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 1 / 27

REGULAMENT

PRIVIND ACTIVITATEA DE RECLAMĂ ȘI PUBLICITATE ÎN MUNICIPIUL ROMAN

Anexa la H.C.L. nr. 74 din 30.03.2016

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Ediția : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 2 / 27

CUPRINS

Capitolul I	Domeniu de aplicare	pag. 3
Capitolul II	Referințe normative.....	pag. 4
Capitolul III	Definirea noțiunilor și terminologiei utilizate	pag. 5
Capitolul IV	Aprobarea executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate	pag. 8
Capitolul V	Reguli privind zonele de publicitate 1. Zonele de publicitate restrânsă..... 2. Zonele de publicitate lărgită.....	pag. 10 pag. 11
Capitolul VI	Reguli generale privind amplasarea mijloacelor de publicitate	pag. 11
Capitolul VII	Reguli specifice pentru categoriile de mijloace de publicitate	
	Secțiunea 1 – Reguli privind amplasarea firmelor.....	pag. 13
	Secțiunea 2 – Reguli privind amplasarea panourilor publicitare, ecranelor și publicității luminoase	pag. 15
	Secțiunea 3 – Reguli privind amplasarea panourilor publicitare Mobile.....	pag. 18
	Secțiunea 4 – Reguli privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar	pag. 19
	Secțiunea 5 – Reguli privind amplasarea bannerelor și steagurilor publicitare	pag. 19
	Secțiunea 6 – Reguli privind amplasarea mesh-urilor	pag. 20
	Secțiunea 7 – Reguli privind amplasarea indicatoarelor publicitare directionale	pag. 21
	Secțiunea 8 – Reguli privind publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale	pag. 21
	Secțiunea 9 – Reguli privind amplasarea afișelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate	pag. 22
	Secțiunea 10 – Reguli privind publicitatea pe vehicule publicitare și pe mijloace de transport în comun	pag. 23
Capitolul VIII	Taxe	pag. 23
Capitolul IX	Sanctiuni	pag. 24
Capitolul X	Dispoziții tranzitorii și finale	pag. 26

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Editia : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 3 / 27

Capitolul I. Domeniu de aplicare

Art. 1. Regulamentul de intervenție elaborat stabilește, conform celor specificate în Legea 185/2013, modul de organizare, condițiile de autorizare și desfășurare a activității de publicitate și afișaj pe raza administrativ - teritorială a municipiului Roman, în vederea asigurării condițiilor pentru un cadru construit coerent, armonios, sigur și sănătos, pentru protecția valorilor mediului natural și antropic, pentru prezervarea calității peisajului și a cerințelor privind asigurarea calității în construcții.

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:

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Ediția : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 4 / 27

- terenuri aparținând domeniului public sau privat al Municipiului Roman, sau proprietate a statului Român aflate în administrarea Consiliului Local,
- clădiri aparținând domeniului public sau privat al 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.

Capitolul II. Referințe normative

Art. 6. Regulamentul se elaborează pe baza următoarei legislații:

- O.S.G.G. nr. 400/2015 pentru aprobarea Codului controlului intern/managerial al entităților publice;
- Legea nr. 215/2001R a administrației publice locale;
- Legea nr. 52/2003R privind transparența decizională în administrația publică;
- Legea nr. 544/2001 privind privind liberul acces la informațiile de interes public;
- Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate;
- Legea nr. 50/1991R privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, cu modificările și completările ulterioare;
- Legea nr. 350/2001 privind amenajarea teritoriului și urbanismul, cu completările și modificările ulterioare;
- Legea nr. 422/2001 privind protejarea monumentelor istorice;
- Legea nr. 10/1995 privind calitatea în construcții;

Art. 7. Prezentul Regulament de intervenție este elaborat în conformitate cu reglementările Documentației de urbanism nr. 8/2006, faza PUG, aprobată cu Hotărârea Consiliului Local Roman nr. 125/18.10.2010,

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Ediția : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 5 / 27

Capitolul III. Definirea noțiunilor și terminologiei utilizate

Art. 8. 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 domeniile 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 trepid.
- **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;
- **calcan** - fatada 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;
- **incinta** - suprafața de teren înconjurată din toate părțile de construcții, de amenajări sau împrejurimi;
- **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, tablita indicatoare, toate de mici dimensiuni, fixate prin prinderi speciale pe clădiri, stalpi și altele asemenea;
- **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 grafică și sunt autorizate cu o grafică prestabilită (exemplu firmele). Panourile publicitare pot avea suport propriu sau suporturi predestinați altor activități (ex. stâlpii LEA).

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Ediția : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 6 / 27

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 suportți (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 suprafețe 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:

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Ediția : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 7 / 27

- 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 (orizontală) este mai mare decât înălțimea (verticală) 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 suporturi 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;

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Ediția : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 8 / 27

- ***gărdulețe publicitare*** – folosite în general la delimitarea unor zone pe perioadă liminată;

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;

- **proiect publicitar special** - constructie provizorie atipica, creata special in scopul promovarii unui produs, serviciu sau eveniment si care nu are in alcatuirea sa elemente de fundatie si/sau structuri publicitare clasice;
- **promovare** - ansamblu de activitati si mijloace folosite pentru a difuza un produs sau serviciu pe piata;
- **publicitate temporara** - publicitate realizata cu ocazia unor evenimente, manifestatii culturale sau sportive, precum si pentru actiuni de promovare de produse sau activitati;

Capitolul IV - Aprobarea executarii lucrarilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate

Art. 9.

(1) Aprobarea executarii lucrarilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate se realizeaza prin autorizatia de construire, emisa in conditiile Legii nr.50/1991 privind autorizarea executarii lucrarilor de constructii, republicata, cu modificarile si completarile ulterioare.

(2) Autorizatia de construire va include precizari privind obligatiile care decurg din caracterul provizoriu si durata de existenta limitata a mijlocului de publicitate autorizat, inclusiv precizari privind termenul de incetare a functionarii acestuia.

(3) Amplasarea de mijloace de publicitate pe schelele montate pe fatadele constructiilor aflate in curs de executie a lucrarilor de interventii, ori pe elementele de imprejmuire a santierului aferent se face cu conditia autorizarii amplasarii acestora impreuna cu lucrarile privind organizarea executarii lucrarilor de

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Editia : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 9 / 27

constructii, sau ulterior, pentru o perioada mai mica sau cel mult egala cu durata autorizata a organizarii de santier.

(4) Proprietarii imobilelor pe care sunt amplasate mijloace de publicitate sunt obligati sa permita executarea lucrarilor pentru amplasarea acestora numai in baza autorizatiei de construire, emisa in conditiile alin. (1).

Art. 10.

(1) In cazul in care, la expirarea termenului de incetare a functionarii mijlocului de publicitate autorizat, prevazut la art. 4 alin. (2), nu a fost obtinuta prelungirea acestui termen, proprietarul constructiei-suport de publicitate are obligatia desfiintarii mijlocului de publicitate si aducerii imobilului la starea initiala.

(2) In situatia in care, in termen de 15 zile de la data expirarii termenului de incetare a functionarii mijlocului de publicitate autorizat, prevazut la art. 4 alin. (2), proprietarul constructiei-suport de publicitate nu a indeplinit obligatiile prevazute la alin.(1), Primarul Municipiului Roman dispune desfiintarea acestuia pe cale administrativa, indiferent de categoria de proprietate pe care acestea sunt amplasate, fara emiterea unei autorizatii de desfiintare si fara sesizarea instantelor judecatoresti.

(3) Cheltuielile rezultate ca urmare a actiunilor prevazute la alin. (2) sunt in sarcina proprietarului constructiei si vor fi recuperate ulterior de la acesta, in conditiile legii.

(4) Procedura prevazuta la alin. (2) poate fi declansata din oficiu de catre primar sau la solicitarea detinatorului legal al imobilului.

(5) Proprietarii mijloacelor de publicitate au obligatia de a lua masurile necesare pentru intretinerea si repararea acestora, ori de cate ori este necesar.

Art. 11. Pentru amplasarea mijloacelor de publicitate care nu necesita fundatii utilizate in cadrul unor campanii publicitare si/sau activitati de promovare ce nu depasesc 30 de zile, care se desfasoara pe domeniul public sau privat al statului ori al Municipiului Roman, ori pe proprietatea privata a persoanelor fizice si juridice, in conditiile prezentului regulament, Municipiul Roman poate emite avize pentru publicitate temporara, la cererea solicitantilor.

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Editia : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 10 / 27

Art. 12. Perioada de valabilitate a avizului pentru publicitate temporara prevazuta la art. 6 este de maximum 30 de zile si poate fi prelungita o singura data, la cererea solicitantului, cu o perioada cel mult egala cu cea aprobata initial.

Capitol V - Reguli privind zonele de publicitate

5.1. Zonele de publicitate restrânsă

Art. 13. Zonele de publicitate restrânsă sunt zone din localitate în care se impun restricții și sunt permise numai anumite categorii de mijloace de publicitate.

Art. 14. Categoriile de mijloace de publicitate permise sunt stabilite prin prezentul regulament, astfel încât prin dimensiuni, formă sau amplasare să nu altereze caracteristicile arhitecturale și ambientale ale zonei.

Art. 15. Zonele de publicitate restrânsă în municipiul Roman sunt:

- zonele construite protejate stabilite prin documentațiile de urbanism aprobate în condițiile legii,
- zonele de protecție ale monumentelor istorice,
- monumentelor de for public și/sau monumentelor naturii,
- zonele de protecție ale obiectivelor cu valoare arhitecturală și/sau ambientală deosebită.
- Bd. Roman Mușat,
- Bd. Republicii între Bd. Roman Mușat și Str. Ștefan cel Mare
- Str. Ștefan cel Mare – zona istorică.

Art. 16. Categoriile de mijloace de publicitate permise în zona de publicitate restrânsă sunt firmele și mijloacele de publicitate ce intră în categoria celor de utilitate publică și mijloacele de publicitate temporară. Se vor emite autorizații de construire pentru alte mijloace de publicitate doar după obținerea de către beneficiar a avizului Direcției Județene de Cultură Neamț.

Art. 17. În zonele de publicitate restrânsă sunt interzise mijloacele de publicitate de tip *banner*.

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Ediția : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 11 / 27

5.2. Zonele de publicitate lărgită

Art. 18. Zonele de publicitate lărgită sunt zone în care pot fi amplasate toate categoriile de mijloace de publicitate, cu obligația ca prin autorizațiile de construire emise să se asigure coerența imaginii urbane.

Art. 19. (1) Amplasamentele aflate în proprietatea sau administrarea Municipiului Roman și/sau Consiliului Local 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/si tipuri de mijloace de publicitate, stabilite în conformitate cu regulamentul local de publicitate.

(3) Prin caietele de sarcini se va asigura accesul nediscriminatoriu al tuturor operatorilor de publicitate la utilizarea amplasamentelor stabilite prin regulamentul local de publicitate.

Capitolul VI - Reguli generale privind amplasarea mijloacelor de publicitate

Art. 20

(1) Publicitatea este permisă atât pe domeniul public sau privat al statului și al Municipiului Roman, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, cu respectarea prevederilor legale în vigoare.

(2) Pentru construcțiile - 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 mentinere în amplasament a acestora.

(3) În situația în care proprietarul construcției-suport pentru mijloace de publicitate nu are contracte de publicitate în derulare, va afișa materiale privind propria activitate sau materiale privind campanii educaționale, umanitare, sociale, culturale de interes public.

Art. 21

Mijloacele de publicitate care se amplasează în zona drumurilor publice se autorizează și se execută cu respectarea prevederilor actelor normative în vigoare, privind regimul drumurilor și circulația pe drumurile publice, ale normelor tehnice

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Editia : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 12 / 27

privind proiectarea și amplasarea construcțiilor, instalațiilor și panourilor publicitare în zona drumurilor, pe poduri, pasaje, viaducte și tuneluri rutiere, precum și ale legislației ce reglementează domeniul public și regimul proprietății.

Art. 22

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

- a) în spații verzi cu caracter ornamental sau cu valoare deosebită;
- b) în locurile de joacă sau locurile de odihnă situate în zona blocurilor de locuințe colective;
- c) pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților administrației publice locale și centrale, precum și ale instituțiilor publice, cu excepția afisajelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul sediilor;
- d) pe arbori;
- e) pe zona carosabilă a strazilor și a drumurilor, indiferent de categoria acestora;
- f) pe obiectele de artă monumentală și monumentele de for public;
- g) pe monumentele istorice, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii și a mesh-urilor amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare în condițiile prezentului Regulament;
- h) pe clădirile aflate în stare avansată de deteriorare, în situația în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de rezistență și/sau stabilitatea și integritatea elementelor constructive și decorative ale anvelopei clădirii;
- i) în incintă și pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lacasurilor de cult, a scuarurilor, parcurilor și grădinilor publice;
- j) în zonele în care a fost restricționată sau interzisă publicitatea prin Regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate;
- k) în interiorul intersecțiilor și al sensurilor giratorii, în spațiul destinat circulației autovehiculelor și semnalizării rutiere, în zone în care desfășurarea în condiții normale a traficului ar putea fi perturbată;
- l) pe parapetele și/sau pereții pasajelor rutiere subterane și supraterane ori sub poduri;
- m) pe stalpii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație;
- n) pe lucrările de artă care traversează drumul, pe portale cu semnalizare rutieră sau în soluții independente autoportante în traversarea drumului.

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

(3) Se interzice amplasarea și utilizarea mijloacelor de publicitate sonore care pot

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Editia : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 13 / 27

tulbura linistea publica, cu exceptia vehiculelor publicitare utilizate in conditiile art. 52 și 53 din prezentul Regulament.

(4) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate care prin forma, continut, dimensiuni si culori in combinatii specifice, pot fi confundate cu mijloacele de semnalizare rutiera sau impiedica vizibilitatea acestora, precum si a indicatoarelor de orientare si informare.

(5) In situatia in care, pe fatada sau pe calcanul unei cladiri, sunt amplasate mai multe mijloace de publicitate in afara de firme, acestea vor fi realizate in mod unitar, fiind obligatoriu de acelasi tip si dimensiuni, fiind incadrate simetric pe fatada sau calcanul respectiv.

Art. 23

Amplasarea mijloacelor de publicitate la o distanta mai mica de 3,00 m fata de limita de proprietate a imobilelor proprietate privata a persoanelor fizice si/sau juridice, se va realiza doar cu acordul proprietarilor acestor imobile si astfel incat sa nu afecteze accesul si utilizarea acestora.

Art. 24

(1) In scopul asigurarii sigurantei cetatenilor si integritatii bunurilor, operatorii de publicitate vor realiza mijloacele publicitare cu materiale si sisteme constructive ce respecta prevederile legale privind calitatea in constructii.

(2) Operatorii de publicitate au obligatia sa asigure identificarea panourilor publicitare prin inscriptionarea acestora cu informatii privind denumirea operatorului, Codul de Identificare Fiscala a acestuia si numarul autorizatiei de construire.

Capitolul VII - Reguli specifice pentru categoriile de mijloace de publicitate

Sectionea 1 - Reguli privind amplasarea firmelor

Art. 25

(1) Firmele se amplaseaza pe fatadele cladirilor sau in locuri special amenajate dupa cum urmeaza:

a) pe cladirile de locuit cu spatii cu alta destinatie la parter sau mezanin, se amplaseaza numai pe portiunea de fatada corespunzatoare acestor spatii, sau pe parapetul plin si continuu al primului etaj, unde este cazul, cu acordul

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Editia : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 14 / 27

proprietarilor;

b) firmele in consola se amplaseaza la o inaltime minima de 2,50 m de la nivelul trotuarului. Fata de planul vertical al fatadei, firmele vor putea iesi in consola maximum 1,20 m, dar pastrand o distanta de minimum 1,00 m fata de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau fata de limita interioara a plantatiei de aliniament;

c) copertinele pe care se inscripioneaza o firma vor fi amplasate la minimum 2,50 m inaltime fata de nivelul trotuarului si vor iesi din planul fatadei maximum 1,50 m; ele vor pastra o distanta de minimum 1,00 m fata de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau fata de limita interioara a plantatiei de aliniament;

d) in cazul amplasarii firmelor pe aticul cladirilor de locuinte colective sau pe parapetul plin al etajului I, dupa caz, firmele nu vor depasi dimensiunile elementelor constructive suport;

e) in cazul apartamentelor in care se deruleaza activitati cu caracter temporar situate in cladiri de locuinte colective, firmele aferente se amplaseaza la parterul cladirii, cu acordul proprietarilor afectati.

(2) In situatia prevazuta la alin. (1) lit. e), firmele se amplaseaza astfel:

a) in zona scarii de acces corespunzatoare, daca apartamentul este situat la alte niveluri decat la parter sau demisol;

b) fara a depasi limita spatiului respectiv, daca apartamentul este amplasat la parter sau demisol.

Art. 26

(1) Amplasarea firmelor si copertinelor inscripionate se face pe baza autorizatiei de construire, eliberata de Directia Urbanism si Amenajarea Teritoriului, in conditiile legii nr.50/1991, republicata.

(2) Prin exceptie de la prevederile alin. (1), autorizatia de construire nu este necesara in cazul firmelor inscripionate pe vitrinele si usile de acces, in conditiile prezentului regulament.

(3) Firmele inscripionate pe vitrinele/usile de acces se pot amplasa in baza avizului emis de Directia Urbanism si Amenajarea Teritoriului.

(4) Amplasarea materialelor publicitare prevazute la alin. (3) se va face dupa achitarea taxelor de publicitate prevazute de legislatia in vigoare.

Art. 27

(1) Pe fatada spatiilor comerciale de la parterul imobilelor de locuit se pot amplasa, alaturi de firme, si alte mijloace de publicitate cu respectarea prevederilor referitoare la autorizarea si executarea firmelor.

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Ediția : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 15 / 27

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

Art. 28

(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 lumina intermitentă.

Secțiunea 2 - Reguli privind amplasarea panourilor publicitare, ecranelor și publicității luminoase

Art. 29

Este interzisă amplasarea mijloacelor de publicitate luminoase pe suporturile existente care nu au fost destinate publicității, cum sunt: stalpii de telecomunicații și/sau electricitate, instalațiile de iluminat public, instalațiile de semaforizare.

Art. 30

(1) Pot fi amplasate panouri publicitare, ecrane și publicitate luminoasă pe calcane, pe fațade, pe terase ori acoperisuri 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, ecranelor și publicității luminoase pe clădiri se autorizează numai în baza unei expertize tehnice elaborată 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 „siguranță 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.

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Editia : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 16 / 27

(4) Panourile publicitare amplasate pe calcanele sau fatadele cladirilor nu vor depasi limitele acestora.

(5) Sunt exceptate de la prevederile prezentului regulament ecranele publicitare care fac parte integranta din fatadele cladirilor si care au fost autorizate impreuna cu acestea, in conformitate cu legislatia in vigoare.

Art. 31

(1) Proprietarii ecranelor publicitare au obligatia transmiterii de informatii de interes public si local, precum si informatii de interes pentru populatie in cazul unor situatii de urgenta.

(2) Continutul si modul de transmitere a informatiilor vor fi stabilite prin protocol incheiat intre proprietarii ecranelor publicitare si Municipiul Roman, respectiv alte institutii abilitate ale statului.

Art. 32

In situatia amplasarii pe terasele sau acoperisurile constructiilor, panourile publicitare, ecranele si publicitatea luminoasa vor avea urmatoarele inaltimi:

- a) cel mult 3,00 m daca fatada constructiei-suport are inaltimea mai mica de 15,00 m;
- b) cel mult 1/5 din inaltimea fatadei, dar nu mai mult de 6,00 m, daca fatada constructiei-suport are inaltimea mai mare de 15,00 m.

Art. 33

(1) Pe stalpii de iluminat public pe care nu sunt amplasate semnalizari rutiere si indicatoare de circulatie se pot amplasa panouri peste cota minima de +4,00 m de la sol.

(2) Pe un stalp se poate amplasa un singur panou, iar proiectia la sol a panoului se va situa in afara gabaritudinii carosabilului.

Art. 34

(1) Panourile publicitare amplasate pe sol vor fi montate astfel incat sa nu impiedice circulatia rutiera si/sau pietonala, ori accesul pietonal si/sau al autovehiculelor de interventie pe proprietati, cu respectarea prevederilor prezentului Regulament.

(2) Panourile publicitare, indiferent de tipul de proprietate pe care au fost montate, vor fi amplasate astfel incat proiectia la sol a acestora sa fie in totalitate in interiorul proprietatii pe care au fost autorizate.

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Editia : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 17 / 27

Art. 35

(1) Pe strazile de categoria I, II si III, conform clasificarii prevazute de legislatia in vigoare privind regimul drumurilor, se pot amplasa panouri publicitare, in urmatoarele conditii:

- a) la distanta de minimum 4,00 m fata de limita carosabilului, in cazul in care nu exista trotuar;
- b) la distanta de minimum 1,00 m fata de limita dinspre carosabil a spatiului verde de pe trotuar, fara a impiedica circulatia pietonilor;
- c) la minimum 2,50 m inaltime de la sol, pentru panourile cu suprafata utila mai mare de 2,50 mp per fata.

(2) Panourile de mici dimensiuni, respectiv cu suprafata maxima de 2,20 mp se amplaseaza la o distanta de cel putin 25,00 m intre panouri.

(3) Panourile de mari dimensiuni, respectiv cu suprafata maxima de 12,00 mp, se amplaseaza la o distanta de cel putin 50,00 m intre panouri.

(4) In situatia in care ansamblul de mijloace de publicitate este constituit dintr-o succesiune de panouri publicitare de diferite dimensiuni dispuse in orice combinatie, distanta dintre panouri va fi de minimum 50,00 m.

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

Art. 36

(1) Se interzice montarea pe trotuare si spatii pietonale cu latimea mai mica de 2,25 m, precum si pe zonele verzi dintre trotuar sau spatiu pietonal si carosabil a panourilor publicitare cu structura proprie si elemente de sustinere care necesita fundatie.

(2) Realizarea elementelor de fundare/ancorare necesare asigurarii stabilitatii panoului de reclama publicitara se executa obligatoriu ingropat, respectiv sub cota suprafetei solului/trotuarului, pana la nivelul solului.

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Editia : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 18 / 27

Art. 37

De-a lungul drumurilor de interes national, judetean, precum si a arterelor de centura, conform clasificarii prevazute de legislatia in vigoare privind regimul drumurilor, in cadrul zonei de protectie a acestora se pot amplasa panouri publicitare, in urmatoarele conditii:

- a) la minimum 2,50 m inaltime de la sol, pentru panourile cu suprafata utila mai mare de 2,50 mp per fata;
- b) cu distanta de minimum 50,00 m intre 2 panouri publicitare, pe sectoarele de drum din intravilan;
- c) cu distanta de minimum 100,00 m intre doua panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan;
- d) la minimum 100,00 m fata de intersectiile cu drumurile laterale cu mai mult de patru benzi de circulatie;
- e) in afara curbelor cu vizibilitate redusa;
- f) la minimum 100,00 m fata de intersectiile semaforizate.

Art. 38

Dispozitiile art. 35-37 se completeaza cu prevederile instituite in aceeasi materie de Ordonanta de urgenta a Guvernului nr. 195/2002 privind circulatia pe drumurile publice, republicata, cu modificarile si completarile ulterioare, si de Ordonanta Guvernului nr. 43/1997 privind regimul drumurilor, republicata, cu modificarile si completarile ulterioare.

Art. 39

(1) Panourile si ecranele publicitare amplasate pe sol in intravilanul localitatii vor avea urmatoarele dimensiuni: 1,20 x 1,80 m, 3,20 x 2,40 m, respectiv 4,00 x 3,00 m.

(2) In extravilanul localitatii pot fi amplasate panouri publicitare pe zona de protectie a drumurilor publice, avand dimensiunea de 8,00 x 4,00 m, iar in afara acestora si panouri de 14,00 x 4,00 m.

Sectiunea 3 - Reguli privind amplasarea panourilor publicitare mobile

Art. 40

Pe trotuarele/spatiile pietonale cu o latime de cel putin 2,25 m se pot amplasa panouri publicitare mobile pliante, avand ca scop promovarea comerciala,

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Editia : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 19 / 27

comunicarea de tarife sau actiuni promotionale, specifice activitatii desfasurate de beneficiarul publicitatii, in urmatoarele conditii:

- a) dimensiunile maxime ale panoului vor fi de 0,50 m x 0,90 m;
- b) amplasarea panoului este permisa numai in dreptul spatiului destinat activitatii care face obiectul publicitatii si numai pe durata programului zilnic de functionare a acestuia.

Sectiunea 4 - Reguli privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

Art. 41

(1) Pot fi utilizate ca suport publicitar urmatoarele tipuri de mobilier urban: adaposturile destinate publicului/statiile de autobuz, chioscurile de ziare si alte chioscuri cu activitati comerciale, coloanele port-afis, cabinele telefonice si altele asemenea, cu respectarea prevederilor Regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate.

(2) Adaposturile destinate publicului si statiile de autobuz pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panouri unitare de maximum 2,20 mp; in cazul in care sunt amplasate mai multe panouri sau panouri cu doua fete utile suprafata totala de publicitate nu va depasi 4,50 mp.

(3) Chioscurile de ziare si alte chioscuri cu activitati comerciale pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panouri cu suprafata unitara de maximum 2,00 mp; in cazul in care sunt amplasate mai multe panouri, suprafata totala de publicitate pentru un chiosc nu va depasi 6,00 mp.

(4) Se interzice instalarea panourilor pe acoperisul adaposturilor destinate publicului, statiilor de autobuz si al chioscurilor.

(5) Coloanele port-afis vor putea fi utilizate numai pentru afise si/sau anunturi de spectacole si manifestari culturale; este interzisa suprapunerea de afise de spectacol in cazul in care termenul la care acestea vor avea loc nu a fost depasit.

Sectiunea 5 - Reguli privind amplasarea bannerelor si steagurilor publicitare

Art. 42

Amplasarea de bannere care contin anunturi privind promovarea de evenimente culturale, economice, stiintifice si altele de aceasta natura, se avizeaza pe baza

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Editia : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 20 / 27

documentatiei privind rezistenta elementelor de sustinere, precum si cu acordul proprietarului elementelor de sustinere utilizate in acest scop.

Art. 43

La amplasarea bannerelor se vor avea in vedere urmatoarele:

- a) nu este permisa amplasarea bannerelor in intersectii, in zone in care impiedica vizibilitatea rutiera sau perspectiva asupra monumentelor istorice ori naturale sau in locuri unde exista panouri publicitare;
- b) este interzisa amplasarea pe domeniul public a suporturilor/stalpile in scopul exclusiv de sustinere a bannerelor;
- c) bannerele montate perpendicular pe axul drumului vor fi instalate la o inaltime minima de 5,00 m fata de sol, astfel incat sa nu afecteze vizibilitatea rutiera si imaginea urbana;
- d) bannerele vor fi amplasate astfel incat distanta intre acestea sa fie de minimum 100,00 m;
- e) este permisa amplasarea bannerelor pe o durata de cel mult o luna calendaristica.

Art. 44

- (1) Steagurile publicitare montate pe catarg si pe stalpi, la inaltimea minima de 2,50 m de la cota terenului amenajat, se amplaseaza numai in locuri in care nu impiedica vizibilitatea circulatiei rutiere.
- (2) Pe un catarg se poate amplasa un singur steag.
- (3) Durata de mentinere a steagurilor publicitare va fi de maximum 30 de zile calendaristice cu posibilitatea prelungirii acestei perioade cu inca o perioada de 30 de zile.
- (4) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1)-(3), steagurile publicitare amplasate in incintele centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale astfel definite in conformitate cu legislatia in vigoare, cu conditia sa nu afecteze vizibilitatea circulatiei rutiere.

Sectiunea 6 - Reguli privind amplasarea mesh-urilor

Art. 45

Este permisa amplasarea de mesh-uri si mesh-uri digitale, in urmatoarele situatii:

- a) pe constructii, inclusiv monumente istorice amplasate in zone de publicitate restransa, sau in zone in care este interzisa publicitatea, numai in situatia in care acestea constituie protectie catre domeniul public pe perioada efectuarii lucrarilor de consolidare/restaurare, dar nu mai mult de un an calendaristic, si numai daca reproduc imaginea constructiei dupa consolidare/restaurare, eventualele texte de

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Editia : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 21 / 27

publicitate comerciala vor ocupa cel mult 25% din suprafata totala a acesteia;
b) pe calcanele constructiilor care nu sunt clasate monumente istorice.

Sectiunea 7 - Reguli privind amplasarea indicatoarelor publicitare directionale

Art. 46

(1) Este permisa amplasarea indicatoarelor publicitare directionale, in afara casetelor si steagurilor publicitare, pe stalpii de iluminat public, daca pe acestia nu sunt montate semnalizari rutiere, in urmatoarele conditii:

- a) suprafata indicatorului publicitar directional este mai mica de 1,00 mp;
- b) inaltimea de amplasare este de minimum 4,00 m;
- c) pe un stalp se poate monta un singur indicator publicitar directional;
- d) prin exceptie de la prevederile lit. c), poate fi montat un al doilea indicator directional pentru semnalarea serviciilor de urgenta sau a serviciilor necesare in deplasare, cum sunt: statiile de alimentare cu carburanti, atelierile auto sau de vulcanizare.

(2) Amplasarea de stalpi-suport pentru indicatoarele publicitare directionale se va realiza in baza avizului emis de Directia Urbanism și Amenajarea Teritoriului.

Sectiunea 8 - Reguli privind publicitatea temporara si proiectele publicitare speciale

Art. 47

(1) Orice persoana fizica sau juridica poate beneficia de dreptul la publicitate temporara, in conditiile Legii 185/2013.

(2) Amplasarea mijloacelor de publicitate temporara se va stabili in baza avizului emis de Primăria Municipiului Roman.

Art. 48

In vederea obtinerii avizului pentru publicitate temporara, mentionat la art.6, mijloacele de publicitate trebuie sa indeplineasca urmatoarele conditii:

- a) sa fie folosite ca purtator de mesaj in cadrul unor activitati de promovare cu durata determinata si precizata in mod explicit in cererea de emitere a avizului, depusa de solicitant;
- b) sa poata fi montate/demontate in/din toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate temporara, in cel mult 24 ore;

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Editia : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 22 / 27

c) toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate temporara sa fie aduse la starea initiala, in cel mult 48 ore de la incheierea termenului de valabilitate a avizului pentru publicitate temporara.

Art. 49

(1) In situatia in care la incheierea perioadei de valabilitate a avizului pentru publicitate temporara, in conformitate cu prevederile art. 7, exista mai multe solicitari de amplasare de mijloace de publicitate temporara, Municipiul Roman va atribui amplasamentul prin licitatie publica organizata in conditiile legii.

(2) In cazul solicitarii schimbarii locatiilor in alte amplasamente decat cele stabilite initial, se va obtine avizul pentru publicitate temporara al Municipiului Roman.

(3) Schimbarea locatiilor prevazute la alin. (3) se va face numai in situatia in care locatiile licitate initial nu mai pot fi puse la dispozitia contractantului ca urmare a executarii unor lucrari de interes public.

Art. 50

(1) Structurile publicitare autoportante si proiectele publicitare speciale se avizeaza cu respectarea prevederilor privind publicitatea temporara prevazute in prezentului Regulament.

(2) Executarea si amplasarea structurilor publicitare autoportante si a proiectelor publicitare speciale se face in baza unei documentatii tehnice intocmite de un arhitect cu drept de semnatura.

Sectiunea 9 - Reguli privind amplasarea afiselor publicitare si a anunturilor de mica publicitate

Art. 51 Este interzisa amplasarea de afise publicitare care sa acopere alte afise publicitare postate anterior, aflate in perioada de valabilitate, care fac publicitate unor evenimente/actiuni/campanii aflate in derulare sau care urmeaza sa se deruleze.

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Ediția : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 23 / 27

Secțiunea 10 - Reguli privind publicitatea pe vehicule publicitare și pe mijloace de transport în comun

Art. 52

(1) Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate, prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau inscripționarea cu texte publicitare, ori altele asemenea, vor putea fi autorizate să circule pe teritoriul localității cu condiția obținerii avizului pentru publicitate temporară, pe o durată determinată și pe un traseu stabilit prin dispoziția Primarului, conform prevederilor conținute în avizul pentru publicitate temporară.

(2) Stationarea vehiculelor publicitare pe drumurile publice sau în locurile vizibile din spate acestea este interzisă.

(3) Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate nu vor circula în convoi mai mare de 2 mașini și cu o viteză mai mare decât jumătate din viteza admisibilă pe tronsonul de stradă.

(4) Circulația convoaielor este permisă numai cu ocazia manifestărilor speciale, în baza avizului emis de Municipiul Roman, cu durată de valabilitate de o zi.

Art. 53

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

Capitolul VIII – Taxe

Art. 54. Taxele pentru folosirea sistemelor publicitare stradale sunt stabilite în conformitate cu reglementările Codului Fiscal privind impozitele și taxele locale. Valoarea acestora se stabilește anual, prin Hotărâre a Consiliului Local Roman.

Art. 55. Pentru mijloacele publicitare amplasate cu autorizație de construire pe domeniul public sau privat al Municipiului Roman se plătește chirie (teren) pentru utilizarea domeniului public.

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Ediția : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 24 / 27

Art. 56. 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. 57. 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.”

Capitolul IX - Sanctiuni

Art. 58.

(1) Nerespectarea prevederilor prezentului Regulament atrage după sine răspunderea materială și contravențională, după caz.

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

Art. 59.

(1) Constituie contravenții următoarele fapte:

a) amplasarea mijloacelor de publicitate fără aviz pentru publicitatea temporară ori cu nerespectarea prevederilor acestuia și a documentației tehnice care a stat la baza eliberării avizului, precum și montarea panourilor publicitare cu structură proprie și elemente de susținere care necesită fundație pe trotuare cu lățime mai mică de 2,25m;

b) permiterea de către proprietarul imobilului a executării lucrărilor de amplasare a mijloacelor de publicitate fără autorizație de construire valabilă;

c) nerespectarea de către proprietarii mijloacelor de publicitate a tipurilor și dimensiunilor mijloacelor de publicitate admise, în conformitate cu prevederile regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate;

d) amplasarea stălpilor pentru indicatoarele publicitare direcționale și a mijloacelor de publicitate temporară fără avizul autorităților publice locale sau în alte locuri decât cele precizate prin avizul pentru publicitate temporară;

e) amplasarea panourilor publicitare mobile sau a oricăror altor forme de reclamă, pe spațiile de circulație pietonală cu o lățime mai mică de 2,25 m, precum și neexecutarea obligatoriu îngropat, respectiv sub cota suprafeței solului/trotuarului,

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Editia : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 25 / 27

pana la nivelul solului a elementelor de fundare/ancorare necesare asigurarii stabilitatii panoului de reclama publicitara;

f) folosirea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura linistea publica, a vehiculelor publicitare care nu au obtinut aviz pentru publicitate temporara sau a mijloacelor de publicitate luminoasa care pot perturba traficul auto si pietonal;

g) nerespectarea obligatiei de reexpertizare tehnica in vederea verificarii constructiei cu privire la respectarea cerintelor esentiale de calitate, de a elibera/desfiinta suportul reclamei la expirarea termenului stabilit prin autorizatia sau avizul pentru publicitate temporara, ori refuzul de a readuce amplasamentul si mediul inconjurator la starea initiala, inclusiv prin inierbare sau asfaltare pentru mijloacele de publicitate amplasate la nivelul solului;

h) nerespectarea obligatiei de dezafectare si/sau conformare stabilite prin art. 62 lit. a) si b);

i) nerespectarea obligatiilor privind intretinerea mijloacelor de publicitate si afisarea permanenta a unor mesaje in cadru;

j) nerespectarea obligatiei de a afisa in mod vizibil elementele de identificare ale panoului publicitar prin inscriptionarea acestora cu informatii privind denumirea operatorului, Codul de Identificare Fiscala a acestuia si numarul autorizatiei de construire;

k) amplasarea afiselor publicitare si a anunturilor de mica publicitate in alte locuri decat pe panourile special destinate acestora.

(2) Contravenitiile prevazute la alin. (1), savarsite de persoanele fizice sau juridice, se sanctioneaza dupa cum urmeaza:

a) cu amenda de la 30.000 lei la 50.000 lei, cele prevazute la lit. a), b) si c);

b) cu amenda de la 15.000 lei la 30.000 lei, cele prevazute la lit. d), e) si g);

c) cu amenda de la 10.000 lei la 15.000 lei, cele prevazute la lit. f) si h);


d) cu amenda de la 5.000 lei la 10.000 lei, cele prevazute la lit. i) si j);

e) cu amenda de la 500 lei la 5.000 lei, cea prevazuta la lit. k).

Art. 60. Prevederile prezentului Regulament referitoare la contravenitii intra se completează cu prevederile art. 4 alin. (1) din Ordonanta Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravenitiilor, aprobata cu modificari si completari prin Legea nr. 180/2002, cu modificarile si completarile ulterioare.

Art. 61.

(1) Constatarea și sancționarea contravențiilor se face de catre persoanele imputernicite desemnate de Primar sau de catre politistii locali.

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Editia : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 26 / 27

(2) Aplicarea sanctiunilor se face de catre Primarul Municipiului Roman, in cazul contravențiilor constatate de catre organele de control desemnate de către Primar sau de catre politistii locali.

Capitolul X - Dispozitii tranzitorii si finale

Art. 62. In vederea asigurarii respectarii prevederilor regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate cu situatia de fapt din teren, comisia numita prin dispozitie a Primarului Municipiului Roman in termen de 30 de zile de la adoptarea acestuia, vor identifica si notifica proprietarii de mijloace de publicitate a caror amplasare nu mai corespunde cu noile reglementari, astfel:

a) pentru panourile situate pe domeniul public si privat al statului si autoritatilor publice locale, care nu sunt autorizate in conformitate cu prevederile legale sau care au fost amplasate fara respectarea prevederilor legale ori care nu au inscriptionate informatiile privind denumirea operatorului, Codul de Identificare Fiscala a acestuia si numarul autorizatiei de construire, se va dispune dezafectarea;

b) pentru panourile situate pe proprietatea persoanelor fizice sau juridice, care nu au fost autorizate sau care nu au contracte de inchiriere valabile la data intrarii in vigoare a prezentului regulament ori care nu au inscriptionate informatiile privind denumirea operatorului, Codul de Identificare Fiscala al acestuia si numarul autorizatiei de construire, se va dispune dezafectarea.

Art. 63. Concomitent cu actiunile prevazute la art. 62, se vor demara procedurile de licitatie publica a amplasamentelor identificate pe domeniul public sau privat al statului ori al Municipiului Roman.

Art. 64.

(1) Mijloacele de publicitate autorizate pana la data intrarii in vigoare a prezentului regulament pot fi mentinute pe amplasamentele autorizate pana la data expirarii contractelor de publicitate in curs.

(2) Prin exceptie de la dispozitiile alin. (1), pot fi mentinute pe amplasamentele autorizate pana la data expirarii contractelor de publicitate in curs, acele mijloace de publicitate care respecta prevederile prezentului Regulament, iar prin amplasament si caracteristici se incadreaza in categoria de mijloace de publicitate admise de regulamentul local de publicitate. Confirmarea indeplinirii tuturor conditiilor

	MUNICIPIUL ROMAN	Codul: REG-RFC/CIM
	REGULAMENT Privind activitatea de reclamă și publicitate în Municipiul Roman	Editia : 1
		Revizia : 1
		Nr. ex : 1
		Pagina : 27 / 27

mentionate se realizeaza de catre comisia numita prin dispozitie a Primarului Municipiului Roman.

(3) Contractele existente la data intrarii in vigoare a prezentului Regulament vor fi completate si modificate conform procedurilor acesteia.

(4) Prin exceptie de la dispozitiile alin. (3), contractele valabile pe o perioada de maximum 30 de zile de la data intrarii in vigoare a prezentului Regulament, raman in vigoare pana la expirarea perioadei de valabilitate.

Art. 65. In termen de 15 zile de la notificarea emisa conform art. 62 lit. a) si b), Comisia numita prin dispozitie a Primarului Municipiului Roman va dispune demolarea mijloacelor de publicitate amplasate contrar prevederilor regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate pe cheltuiala proprietarului, fara emiterea unei autorizatii de desfiintare si fara sesizarea instantelor judecatoresti.