|  |  |
| --- | --- |
| **FORMAT REGULAMENT PUBLICITATE** | **OBSERVAȚIILE**  **OPERATORILOR ECONOMICI**  **DIN DOMENIUL PUBLICITĂȚII** |
| **HOTĂRÂRE**  **privind aprobarea**  **Regulamentului local de publicitate la nivelul municipiului Constanța**  Consiliul local al municipiului Constanța, întrunit în ședință ordinară din data de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2019;  Luând în dezbatere expunerea de motive înregistrată sub numărul / , a domnului primar Decebal Făgădău, raportul Comisiei nr. 1- Comisia de studii, prognoze economico-sociale, buget, finanțe și administrarea domeniului public și privat al municipiului Constanța, raportul Comisiei nr.3- Comisia pentru servicii publice, comerț, turism și agrement, raportul Comisiei nr.5- Comisia pentru administrație publică, juridică, apărarea ordinii publice, respectarea drepturilor și a libertăților cetățeanului, respectarea drepturilor și libertăților cetățeanului, Comisiei nr.2- Comisia de organizare și dezvoltare urbanistică, realizarea lucrărilor publice, protecția mediului înconjurător, conservarea monumentelor istorice și de arhitectură, precum și Referatul nr. / al Direcției Urbanism;  Având în vedere prevederile următoarelor acte normative: Legea nr.185/2013, republicată, privind amplasarea şi autorizarea mijloacelor de publicitate, Legea nr.158/2008, republicată, privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparative, Legea nr.50/1991 privind autorizarea executării construcţiilor şi unele măsuri pentru realizarea locuinţelor, Ordinul 839/2009 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Legii nr. 50/1991, Legea nr. 350/2001 privind amenajarea teritoriului şi urbanismul, Legea nr. 422/2001 privind protejarea monumentelor istorice, OG nr. 68/ 1994 privind protejarea patrimoniului cultural naţional, Legea nr. 5/2000, privind aprobarea Planului de amenajare a teritoriului naţional- Secţiunea a III-a - zone protejate, Ordinul nr. 2828/2015 pentru modificarea anexei nr. 1 la Ordinul ministrului culturii și cultelor nr. 2.314/2004 privind aprobarea Listei monumentelor istorice, actualizată, și a Listei monumentelor istorice dispărute, cu modificările ulterioare, Ordinul nr. 2.460/2010 privind clasarea de urgenţă în Lista monumentelor istorice, categoria ansamblu, grupa B, a imobilului "Ansamblul Cazinoul Mamaia" din staţiunea Mamaia, municipiul Constanţa, judeţul Constanţa, Ordonanta nr. 43/2000, republicată şi actualizată, privind protecţia patrimoniului arheologic şi declararea unor situri arheologice ca zone de interes national, Legea nr. 451/2002 pentru ratificarea Convenţiei europene a peisajului, adoptată la Florenţa la 20.10.2000, Legea nr. 120/2006 monumentelor de for public, Legea nr. 107/1996 legea apelor, Legea nr. 24/2007 privind reglementarea şi administrarea spaţiilor verzi din intravilanul localităţilor, Legea nr. 597/2001 privind unele măsuri de protecţie şi autorizare a construcţiilor în zona de coastă a Mării Negre, OUG nr. 202/2002 privind gospodarirea integrata a zonei costiere, Legea nr. 148/2000 privind publicitatea, Legea nr. 457/2004, actualizată, privind publicitatea şi sponsorizarea pentru produsele din tutun, Legea nr. 196/2003 privind prevenirea şi combaterea pornografiei, H.G. nr. 955/2004 pentru aprobarea reglementărilor cadru de aplicarea a O.G. nr. 71/2002 privind organizarea şi funcţionarea serviciilor publice de administrare a domeniului public şi privat de interes local, O.G. nr. 21/1992 privind protecţia consumatorilor, O.G. nr. 43/1997, republicată, privind regimul drumurilor, O.U.G. nr. 63/2006 pentru modificarea şi completarea O.U.G. nr. 195/2002 privind circulaţia pe drumurile publice, Ordinul nr. 571/1997 pentru aprobarea Normelor tehnice privind proiectarea şi amplasarea construcţiilor, instalaţiilor şi panourilor publicitare în zona drumurilor, pe poduri, pasaje, viaducte şi tuneluri rutiere, O.G. nr. 43/1997 Legea nr.227/2015 privind Codul Fiscal, H.G. nr.1/2016 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a <LLNK 12015 227 10 201 0 18>Legii nr. 227/2015 privind Codul fiscal, Legea nr. 207/2015 privind Codul de procedură fiscal, Ordonanța nr.2/201 privind regimul juridic al contravențiilor, Legea nr. 215/2001 privind administraţia publică locală, H.C.L. nr. 260/2010 privind aprobarea regulamentului de signalistică la nivelul municipiului Constanța, H.C.L. nr. 217/2015 privind modificarea H.C.L. nr. 260/2010, Legea nr. 196/2018 privind înfiinţarea, organizarea şi funcţionarea asociaţiilor de proprietari şi administrarea condominiilor.  **În temeiul prevederilor art.36, alin. (2) lit. c) și art.115, alin (1), lit. b din Legea nr. 215 privind administrația publică locală, republicată.** |  |
| **HOTĂRÂRE**  **Art.1** Se aprobă Regulamentul local de publicitate la nivelul municipiului Constanța, conform anexelor care fac parte integrantă din prezenta hotărâre.  **Art.2** Începând cu data aprobării prezentei hotărâri, H.C.L. nr.260/11.11.2010 privind aprobarea regulamentului de signalistică la nivelul municipiului Constanța, H.C.L. 217/13.10.2015 privind modificarea H.C.L. nr. 260/2010 își încetează aplicabilitatea.  **Art.3** Compartimentul relații consiliul local și administrațiea locală va comunica prezenta hotărâre Direcției Urbanism, Direcției Generale Poliția locală, Direcției Autorizare și sprijin operatori economici, Direcției Organizare evenimente culturale, sportive și sociale, Direcției Achiziții și investiții publice, Direcției gestionare servicii publice, Direcției financiare, Direcției patrimoniu și cadastru, Direcției tehnologia informației și relații publice, Direcția dezvoltare și fonduri europene, Direcția tehnic administrativ, Serviciului public de imozite și taxe Constanța, regiilor autonome și societăților comerciale aflate în subordinea Consiliului local al municipiului Constanța, în vederea aducerii la îndeplinire și spre știință Instituției Prefectului Județului Constanța.  Prezenta hotărâre a fost votată de consilierii locali astfel  \_\_\_\_\_pentru, \_\_\_\_\_\_\_\_\_împotrivă, \_\_\_\_\_\_\_\_\_abțineri.  La data adoptării sunt în funcție\_\_\_\_\_\_consilieri din \_\_\_\_\_\_membri.  Președinte ședință,  Contrasemnează  Secretar,  Constanța |  |
| **CUPRINS REGULAMENT**  Capitolul I Dispoziţii generale  Capitolul II Aprobarea executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate  Capitolul III Reguli generale privind stabilirea zonelor de publicitate  Capitolul IV Reguli generale privind amplasarea mijloacelor de publicitate  Capitolul V Reguli specifice pentru categoriile de mijloace de publicitate  SECŢIUNEA 1 Reguli generale privind amplasarea firmelor  SECŢIUNEA a 2-a Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor şi publicităţii luminoase  SECŢIUNEA a 3-a Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare mobile  SECŢIUNEA a 4-a Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar  SECŢIUNEA a 5-a Reguli generale privind amplasarea bannerelor şi steagurilor publicitare  SECŢIUNEA a 6-a Reguli generale privind amplasarea mesh-urilor  SECŢIUNEA a 7-a Reguli generale privind amplasarea indicatoarelor publicitare direcţionale  SECŢIUNEA a 8-a Reguli generale privind publicitatea temporară şi proiectele publicitare speciale  SECŢIUNEA a 9-a Reguli generale privind amplasarea afişelor publicitare şi a anunţurilor de mică publicitate  SECŢIUNEA a 10-a Reguli generale privind publicitatea pe vehicule publicitare şi pe mijloace de transport în comun  Capitolul VI Sancţiuni  Capitolul VII Reglementări referitoare la modalitatea de achitare a taxelor pentru folosirea mijloacelor de reclamă şi publicitate  Capitolul VIII Dispoziții finale |  |
| **Capitolul I**  **Dispoziţii generale**  **ART.1** Prezentul Regulament local de publicitate stabileşte cadrul legal care stă la baza exercitării activităţii de amplasare a mijloacelor de publicitate în municipiul Constanța, inclusiv în zona drumurilor publice, în vederea asigurării condiţiilor pentru un cadru construit coerent, armonios, sigur şi sănătos, pentru protecţia valorilor mediului natural şi antropic, pentru prezervarea calităţii peisajului şi a cerinţelor privind asigurarea calităţii în construcţii. |  |
| **ART.2** Prevederile prezentului Regulament local de publicitate la nivelul municipiului Constanța se aplică autorităţilor administraţiei publice locale, precum şi tuturor persoanelor fizice şi juridice implicate în activitatea de publicitate (posesorilor și executanților de mijloace de afișaj, reclamă și publicitate, prestatorilor și beneficiarilor de servicii de afișaj, reclamă și publicitate, proprietarilor de imobile pe care sunt amplasate mijloacele de afișaj, reclamă și publicitate, etc.). |  |
| **ART.3.1** În înţelesul prezentului Regulament local de publicitate, termenii şi expresiile de mai jos au următoarele semnificaţii:   1. **afiş** - mijloc de transmitere a mesajelor publicitare, culturale, comerciale, politice, de instructaj şi altele asemenea, imprimat pe suport hârtie sau pe folie sintetică şi expus public; 2. **aviz** – act tehnic cu caracter obligatoriu, emis de structura de specialitate a administraţiei publice locale, în urma unei proceduri de analiză a proiectului tehnic şi a oportunităţii din punct de vedere urbanistic, pentru amplasarea mijloacelor de publicitate temporară, având structuri fără fundaţie;   b1) aviz arhitect șef (anexa 5) – este actul tehnic care permite amplasarea următoarelor mijloace publicitare: firmelor inscripţionate pe vitrinele/uşile de acces; mesh; panou publicitar mobil; mobilier urban ca suport publicitar; afiș publicitar, poster; publicitate pe vehicule; proiect publicitar speciale. Se eliberează solicitantului (orice persoană fizică sau juridică) în baza unei documentaţii compuse din: cerere tip (conform anexa 5 regulament), grafica reclamei, simulare fotografică, din care să rezulte culorile folosite, dimensiunile, act doveditor pentru dreptul de folosinţă al imobilului, daca este cazul, documentul de plată a taxei pentru eliberarea avizului arhitectului şef *(anexa 5)*.   1. **banner** - suport pentru mesajul publicitar confecţionat din folie sintetică sau din material textil, în mod obişnuit cu formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice; 2. **calcan** – faţada fără goluri (ferestre sau uși de acces) a unei construcţii fără goluri (ferestre sau uși de acces), situat, de obicei, pe limita de proprietate laterală sau posterioară, destinată de regulă să fie acoperită de către un zid asemănător al unei clădiri vecine; 3. **ecran publicitar** - ecran cu LED-uri, LCD sau altele asemănătoare, pe care se rulează grafică, spoturi şi altele asemenea, cu conţinut dinamic şi de dimensiuni variabile; 4. **firmă** - orice inscripţie, formă sau imagine ataşată unei clădiri, cu referire la un operator economic sau la o activitate care se desfăşoară în interiorul clădirii; 5. **incintă** – suprafaţa de teren înconjurată din toate părţile de construcţii, de amenajări sau împrejmuiri; 6. **indicator publicitar direcţional (panou direcţional)** - înscris, formă ori imagine care indică o direcţie, proximitatea unui obiectiv sau a unei clădiri unde se desfăşoară o anumită activitate. În aceeaşi categorie se includ bannerul vertical, caseta luminoasă, tăbliţa indicatoare, toate de mici dimensiuni, fixate prin prinderi speciale pe clădiri, stâlpi şi altele asemenea; 7. **mesh** - suport pentru mesajul publicitar confecţionat din material sintetic perforat, cum ar fi plasa fină, de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri; 8. **panou publicitar mobil** - panou publicitar de dimensiuni reduse, amplasat la sol, fără fundaţie sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate; 9. **panou publicitar** - structură provizorie folosită pentru afişarea unui mesaj publicitar; 10. **proiect publicitar special** - construcţie provizorie atipică, creată special în scopul promovării unui produs, a unui serviciu sau eveniment şi care nu are în alcătuirea sa elemente de fundaţie şi/sau structuri publicitare clasice; 11. **promovare** – ansamblu de activităţi şi mijloace folosite pentru a difuza un produs sau serviciu pe piaţă; 12. **publicitate** – totalitatea modalităţilor şi instrumentelor specifice utilizate pentru a facilita cunoaşterea şi aprecierea de către consumatori a anumitor produse, servicii sau pentru a informa publicul asupra unor evenimente, a destinaţiei unor spaţii, lansări de produse, deschideri de magazine şi altele asemenea, precum şi orice formă de prezentare a unei activităţi comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste având ca scop promovarea vânzării de bunuri şi servicii, de drepturi şi obligaţii; 13. **publicitate luminoasă –** publicitate realizată prin corpuri luminoase, afişe sau panouri luminate printr-o sursă de lumină amplasată astfel încât să asigure iluminarea afişului, panoului ori corpului publicitar; 14. **publicitate pe vehicule**- publicitate realizată prin lipirea de afişe, montarea de panouri sau vopsirea vehiculelor în scopuri publicitare; 15. **publicitate stradală (outdoor) –** publicitate efectuată în spaţii deschise, în exteriorul clădirilor; 16. **publicitate temporară –** publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestaţii culturale sau sportive, precum şi pentru acţiuni de promovare de produse sau activităţi, deci pe o perioadă determinată/ limitată de timp; 17. **reclamă publicitară (reclamele sonore sunt interzise) -** activitate prin care o persoană fizică sau juridică promovează un brand, marcă, serviciu, informaţie utilă, activitate, produs, idee, folosind mijloace de promovare cunoscute în scopul de a convinge, a face cunoscut sau a atenţiona publicul larg; 18. **steag publicitar** - piesă de stofă, pânză sau material plastic ataşată la un suport lance, catarg sau stâlp, purtând culori, embleme, simboluri sau mesaje publicitare care prin elementele sale structurale este capabilă să preia singur anumite sarcini, fără elemente structurale ajutătoare; 19. **structură de publicitate autoportantă** - cadru suport amplasat la sol, fără fundaţie sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate, pe care sunt dispuse feţe realizate din materiale uşoare de tip mesh, plasă fină, pânză şi altele asemenea, pe care se află imprimate reclame şi mesaje publicitare; 20. **mesh digital** - suport publicitar de mari dimensiuni expus pe suprafaţa exterioară a unui imobil şi care foloseşte modul electronic de afişare a reclamei. 21. **zonele de publicitate** *(anexa 1.1 și anexa 1.2; art. 8, art.9, art.10)*:   **zonele de publicitate restrânse (ZR1** și **ZR2)** și **zona de publicitate lărgită (ZL)**.   * **Zonele de publicitate restrânsă**:sunt zone în care se instituie restricții speciale și sunt permise doar anumite mijloace publicitare, care prin dimensiuni, formă sau amplasare să nu altereze caracteristicile arhitecturale și ambientale ale zonei. Se delimitează două subzone de reglementare cu publicitate restrânsă: **ZR1 -** zona de publicitate restrânsă cu maximă restricțieși **ZR2** – zona în care se impun restricții speciale. * **Zona de publicitate lărgită ZRL** - alcătuită din teritoriul municipiului Constanța cu excepția zonelor ZR1 și ZR2, în care sunt permise toate mijloacele de publicitate cu încadrare în prevederile prezentului regulament.  1. **mijloace de publicitate** - ansamblu de elemente constructive (suporturi publicitare, mesh-uri, ecrane publicitare, etc.) folosite în scopul prezentării unei activităţi comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste ori a unui eveniment*(anexa 2 – Tipuri mijloace publicitare – definire - condiții de amplasare).* 2. avizul Directiei Județene pentru Cultura Constanta - este actul obligatoriu în baza căruia se autorizează intervențiile asupra monumentelor istorice.   **ART.3.2** Mijloacele de publicitate se clasifică după modul de autorizare/ avizare, după cum urmează *(anexa 2)*:  a) Mijloace de publicitate pentru a căror amplasare este necesară obținerea **autorizației de construire**: firme, panouri publicitare, ecrane publicitare, mesh-uri, indicatoare publicitare direcționale, city light, totem, copertine, chioșcuri pentru presă  b) Mijloace de publicitate pentru a căror amplasare este necesară obținerea **avizului arhitectului șef**: afiș, banner, firma inscripționată pe vitrine, panou publicitar mobil, proiecte publicitare speciale, publicitate pe vehicule, steag publicitar, caravan publicitară, distribuire flyere, corturi.  c) Mijloace de publicitate pentru a căror amplasare este necesară obținerea **autorizație de funcționare pentru desfășurare de activități economice cu character temporar**: bannere, afișe, postere publicitare, structură publicitară autoportantă, indicatoare publicitare, steagurile publicitare, proiecte publicitare speciale, panou publicitar mobil, publicitate pe vehicule, autocolant, caravan publicitară, distribuire flyere, corturi. |  |
| **Capitolul II**  **Aprobarea executării lucrărilor pentru amplasarea**  **mijloacelor de publicitate**  **ART.4** (1) Aprobarea amplasării, executării lucrărilor, menţinerii mijloacelor de publicitate, respectiv desfiinţării acestora, pe faţadele clădirilor sau ale celor care au un sistem propriu de susţinere în raport cu pământul se poate realiza numai în condiţiile emiterii autorizaţiei de construire, respectiv de desfiinţare.  (2) În autorizaţia de construire, emitentul autorizaţiei va preciza caracterul provizoriu al construcţiei, precum şi durata de autorizare a suportului construcţiei mijlocului de publicitate.  (3) În vederea emiterii autorizației de construire solicitantul, persoană fizică sau juridică, va preciza în cuprinsul cererilor pentru emiterea certificatului de urbanism și a autorizației de construire lucrările de construire propuse și durata de existență a suportului mijlocului de publicitate.  (4) Durata de autorizare a suportului mijlocului de publicitate se va corela cu perioada de valabilitate a contractelor de concesionare, închiriere sau asociere în participaţie, după caz, prevăzute de Legea nr. 185/2013, art. 12(1), precum și cu înscrisurile depuse de solicitații ce vor face dovada deținerii imobilului/ amplasamentului.  (5) La data expirării termenului de autorizare a mijlocului de publicitate, solicitantul, persoană fizică sau juridică, va deține o nouă autorizație de construire sau va aduce amplasamentul la forma inițială, pe cheltuială proprie.  (6) Mijloacele de publicitate amplasate pe schelele montate pe faţadele construcţiilor noi, aflate în diferite faze de execuţie, sau ale celor existente, asupra cărora se execută lucrări de construire, ori pe elementele de împrejmuire a şantierului, inclusiv pe utilajele folosite la lucrările de construcţie, se autorizează odată cu autorizarea organizării execuției lucrărilor. Pe construcţii monumente istorice sau cu valoare arhitecturală, ambientală și memorială, în situaţia în care acestea constituie protecţie către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare, se vor amplasa mesh-uri conform art. 35 (1) *(fig.7.2 – anexa foto).*  (7) Proprietarii imobilelor care şi-au dat acordul pentru amplasarea mijloacelor de publicitate sunt obligaţi, în condiţiile alin. (1), să solicite, executantului construcţiei suportului publicitar, autorizaţia de construire.  (8) Nu se emite autorizație de construire pentru amplasarea de mijloace publicitare pe construcțiile edificate fără autorizație de construire sau cu nerespectarea autorizației de construire cu excepția mesh-urilor, cu încadrare în Art.35 din prezentul regulament *(fig.7.2 – anexa foto)*.  (9) În cazul în care nu este necesară eliberarea autorizației de construire, amplasarea mijloacelor de publicitate mai sus menționate, se face prin avizul arhitectului șef pentru publicitate temporară (*conform anexa 5*). |  |
| **ART.5** **Autorizarea/ avizarea mijloacelor de publicitate**   1. **Autorizarea mijloacelor de publicitate** 2. Certificatul de urbanism – este actul de informare, prin care solicitantului i se fac cunoscute condiţiile necesare autorizării, inclusiv lista avizelor şi acordurilor. Se va depune conform Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrăriior de construire cu modificările și completările ulterioare. 3. Avize necesare conform certificatului de urbanism. Pentru avizul arhitectului șef - se va depune conform anexa nr.5. 4. Autorizaţia de construire – este actul administrativ care permite amplasarea mijloacelor de publicitate. Se eliberează solicitantului (de regulă deţinătorului unui titlu asupra imobilului, teren sau construcţie). Se va depune conform Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrăriior de construire cu modificările și completările ulterioare. 5. Documentația necesară pentru emiterea antorizației de construire a firmelor va cuprinde în mod obligatoriu planul cu reprezentarea grafică a întregii fațade a imobilului, unde vor fi prezentate detaliate toate elementele prezente (arhitecturale, alte firme, inscripții, firide de branșament la utilități, etc.) respăectiv cele propuse a fi autorizate. 6. În zonele construite protejate, autorizarea lucrăriior se va face cu obținerea în prealabil a Avizului Direcției Județene de Cultură și patimoniu construit (D.J.C.C.P.C.) care poate impune restricționări suplimentare în situații parliculare, atipice. 7. **Avizarea mijloacelor de publicitate pentru publicitate temporară** este actul care permite amplasarea sistemelor publicitare folosite ca mesaj în cadrul unor campanii publicitare pentru activităţile de promovare pe termen scurt, care se desfăsoară pe domeniul public sau privat (festivaluri, târguri, expoziții, lansări de produse, distribuiri de mostre şi tipărituri, manifestări cu ocazia unor evenimente speciale cu caracter social, politic, cultural – distractiv, comercial, turistic, sportiv, etc.), având structuri autoportante, strict pe perioada campaniilor. Se eliberează solicitantului (orice persoană fizică sau juridică) în baza unei documentaţii compuse conform anexei nr.5. Avizul arhitectului şef este actul tehnic care permite amplasarea firmelor inscripţionate pe vitrinele/uşile de acces; steagurilor publicitare, mijloacelor publicitare mobile pliante, tip “pancartă” (cu ocazia diverselor evenimente sau manifestaţii). Se eliberează solicitantului (orice persoană fizică sau juridică) în baza unei documentaţii compuse din: cerere tip, copie act înregistrare firmă; copie după extrasul de carte funciară al imobilului; copie contract de închiriere/ comodat; plan de încadrare în zonă, ortofotoplan; planul de situație pe care va fi marcat vizibil locul de amplasare al mijlocului de publicitate, cotat față de repere fixe identificabile, ortofotoplan; grafica construcției ce urmează a fi amplasată din care să rezulte culorile folosite, dimensiunile, documentul de plată a taxei pentru eliberarea avizului arhitectului şef. |  |
| **ART. 6**   1. În cazul **expirării termenului de autorizare** a construcţiei publicitare, conform prevederilor art. 4 alin. (2), și nu este în vigoare o altă autorizație de construire, proprietarul suportului publicitar şi cel al imobilului, pe care este amplasată construcţia-suport, sunt obligaţi, sub sancţiunea legii, să desfiinţeze construcţia-suport pentru mijlocul de publicitate şi să aducă imobilul la starea iniţială, pe cheltuială proprie. 2. Dacă până la data expirării termenului de autorizare sau a termenului de prelungire a autorizării, după caz, mijlocul de publicitate amplasat provizoriu nu este desfiinţat, în termen de cel mult 30 de zile primarul municipiului Constanța va dispune desfiinţarea construcţiei-suport pentru mijlocul de publicitate provizoriu, pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate pe care aceste construcţii provizorii sunt amplasate, fără a se emite autorizaţii de desfiinţare şi fără sesizarea instanţelor de judecată. (Ordinul nr. 839/2009 de aplicare a Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcţii – art.62). 3. Cheltuielile rezultate ca urmare a acţiunilor prevăzute la alin. (2) sunt în sarcina proprietarului construcţiei şi vor fi recuperate ulterior de la acesta, în condiţiile legii. 4. Sistemele de ancoraj ale mijloacelor de publicitate amplasate pe construcţii existente sunt supuse inspecţiilor obligatorii privind urmărirea comportării în timp a construcţiilor pentru care, periodic, dar nu mai puţin de o dată la 2 ani, un specialist tehnic atestat ca expert pentru cerinţa rezistenţă mecanică şi stabilitate va întocmi un raport tehnic de inspecţie care, prin grija proprietarului, va fi comunicat inspectoratului judeţean în construcţii în a cărui arie teritorială este situată construcţia, din care să rezulte faptul că menţinerea utilizării acestora nu prezintă un grad de pericol public datorat factorilor de risc naturali, fenomene meteorologice periculoase, seisme şi altele, care să poată genera consecinţe grave: pierderi de vieţi omeneşti, vătămare gravă a integrităţii corporale ori a sănătăţii uneia sau mai multor persoane, distrugerea totală sau parţială a unor bunuri ori alte consecinţe deosebit de grave care, potrivit dispoziţiilor <LLNK 11995 10 11 212 35 29>art. 35 din Legea nr. 10/1995 privind calitatea în construcţii, republicată, pot constitui infracţiuni. |  |
| **ART. 7**   1. În cazul amplasării mijloacelor de publicitate temporare la sol, care nu necesită fundaţii, în cadrul unor campanii publicitare şi/sau activităţi de promovare ce nu depăşesc 30 de zile şi care se desfăşoară pe domeniul public sau privat al statului şi/sau al municipiului Constanța ori pe proprietatea privată a persoanelor fizice şi/sau juridice, în condiţiile legii și ale prezentului regulament, Primăria municipiului Constanța poate aproba, prin direcțiile de specialitate, la cererea solicitanţilor, amplasarea unor astfel de mijloace de publicitate temporară. 2. Aprobarea pentru amplasarea mijlocului de publicitate temporară, se emite pentru o perioadă ce nu depășește 30 de zile şi poate fi prelungită doar o singură dată, la cererea solicitantului, pentru o perioadă cel mult egală cu cea aprobată iniţial. 3. La expirarea perioadei de aprobare a mijlocului de publicitate temporară, solicitantul are obligaţia de a desfiinţa construcţia şi de a aduce amplasamentul pe care a fost montată aceasta la starea lui iniţială, pe cheltuială proprie; în caz contrar primarul municipiului Constanța va proceda potrivit prevederilor art. 6 alin. (2), (3). |  |
| **Capitolul III**  **Reguli generale privind stabilirea zonelor de publicitate** *(anexa 1.1 și anexă 1.2; art.3 (w))*  **ART. 8**   1. Delimitarea în cadrul teritoriului administrativ al municipiului Constanța, a zonelor de publicitate lărgită şi, respectiv, a zonelor de publicitate restrânsă, se realizează în corelare cu documentaţiile de urbanism aprobate (Planul Urbanistic General al Municipiului Constanța, Plan Urbanistic de Detaliu Stațiunea Mamaia, Plan Urbanistic de Detaliu Satul de Vacanță, etc.), cu Lista monumentelor istorice aprobată prin O.M.C. nr. 2.828/24.12.2015 pentru modificarea anexei nr.1 la Ordinul ministrului culturii şi cultelor nr.2.314/2004 și cu legislația în vigoare specifică privind protejarea monumentelor istorice, monumentele de for public, peisajelor naturale (siturile istorice, monumentele istorice, clădirile și ansamblurile cu valoare ambientală, zonele de protecţie ale monumentelor istorice, monumentele naturii, zonele de protecţie ale obiectivelor cu valoare arhitecturală şi/sau ambientală deosebită). 2. Pe raza municipiului Constanța, se delimitează zonele de publicitate conform:  * **zonele de publicitate restrânsă (ZR1, ZR2)** *(anexa 1.1 și anexă 1.2)*: * **ZR1** în care se impun restricții severe;   Din ZR1 fac parte: „Zona Peninsulară Constanța”, „Zona Comercială Centrală”, „Zona de protecție Hotel Rex” - stațiunea Mamaia, „Zona de protecție Vila Regală” - stațiunea Mamaia, „Zona de protecție Cazinoul Mamaia” - stațiunea Mamaia, „Zona Sat Vacanță”, precum și din următoarele imobile situate în afara siturilor urbane enumerate mai sus, după cum urmează:   * construcțiile supraterane reprezentând monumente istorice clasate sau aflate în procedură de clasare potrivit legii, (clădirile și monumentele de for public) și zona lor de protecție. Până la delimitarea prin studii de specialitate a zonelor de protecţie a valorilor de patrimoniu cultural, se consideră zone de protecţie a monumentelor istorice suprafaţa delimitată cu o rază de 100 metri, măsurată de la limita exterioară a terenurilor aferente monumentelor istorice, de jur-împrejurul acestora; * monumentele de for public și zonele lor de protecție (așa cum sunt definite în *Legea nr. 120/2006 a monumentelor de for public*); * parcuri și grădini (așa cum sunt definite în *Legea nr. 24/2007 privind reglementarea şi administrarea spaţiilor verzi din intravilanul localităţilor*)   De exemplu: Parc Tăbăcărie, Parc Teatru, Parc Tomis II, Parc Gară și spațiul verde învecinat, Parc Casa de Cultură, Parc Poarta 6, Parc Arheologic Primărie, Parc Carol I, Parc Piața Farului, Parc Procuratură, Parc Dragoslavele, Parcul Viitorului, Parcul Rotterdam, Zona Pod 3-300, Scuar Tribunal, Piața Ovidiu, Promenadă Faleză Cazino, Promenadă Stațiunea Mamaia;   * lacurile cu zonele lor de protecție de 5 metri. * **ZR2** în care se impun restricții speciale;   Din ZR2 fac parte: situl urban „Zona cartierul românesc" (cod CT-II-s-B-02832 si cod CT-II-s-B-02811 – LMI); sit urban cod CT-II-s-B-02842- LMI ce constituie a doua etapă de dezvoltare a orașului modem, precum și clădirile și ansamblurile cu valoare arhitecturală, ambientală și memorială, după cum urmeză:   * zona de coastă, așa cum este stabilită în HCL nr.292/2005 privind aprobarea Planului Urbanistic Zonal - Zona de coastă a Mării Negre - Etapa I- Creșterea atractivității turistice a falezei Tomis- Mamaia, municipiul Constanța; * arterele principale de circulație *(anexa 4).* În Planul de Mobilitate Urbană Durabilă Polul de creștere Constanța sunt stabilite arterele principale de circulație: Bulevardul Tomis (partea E60), Bulevardul Mamaia, Bulevardul Alexandru Lăpuşneanu/ Bulevardul 1 Decembrie 1918/ Bulevardul 1 Mai (E60/ DN39), Bulevardul I.C. Brătianu (DN3), Bulevardul Aurel Vlaicu (E87/ DN3C/ DC86), Bulevardul Ferdinand, Strada Mircea cel Bătrân, Strada Soveja, Strada Dezrobirii, Strada Baba Novac.   Din ZR2 fac excepție monumentele istorice și monumentele de for public care au restricții aferente zonei ZR1.   * **zona de publicitate lărgită (ZRL)** alcătuită din teritoriul municipiului Constanța cu excepția zonelor ZR1 și ZR2.   Prezentul regulament local de publicitate stabilește, pe zone, atât amplasamentele (anexa w...), categoriile de mijloace de publicitate admise pe zonele respective (*anexa 2* – tabel - tipuri mijloace publicitare – definire - condiții de amplasare). |  |
| **ART. 9**   1. **Zonele de publicitate restrânsă ZR1** și **ZR2** sunt acele zone situate în municipiul Constanța în care se impun restricţii speciale sau/şi sunt permise numai anumite categorii de mijloace de publicitate. 2. Categoriile de mijloace de publicitate permise conform alin. (1) sunt stabilite prin prezentul regulament local de publicitate, astfel încât prin dimensiuni, formă sau amplasare să nu deprecieze calitativ caracteristicile arhitecturale şi ambientale ale zonei – imaginea urbană generală și specifică, după formă și funcție. 3. Zonele de publicitate restrânsă sunt, dar fără a se limita la acestea: zonele construite protejate stabilite prin documentaţiile de urbanism aprobate în condiţiile legii, centrul istoric al municipiului Constanța, precum şi zonele de protecţie ale monumentelor istorice, monumentelor de for public şi/sau monumentelor naturii, zonele de protecţie ale obiectivelor cu valoare arhitecturală şi/sau ambientală deosebită. 4. În cadrul zonelor de publicitate restrânsă pot fi delimitate spaţii în care este interzisă amplasarea mijloacelor de publicitate, cu excepţia firmelor. În aceste spaţii, forma şi dimensiunea firmelor vor fi avizate de către arhitectul şef. |  |
| **ART.10**   1. **Zonele de publicitate lărgită** sunt zone în care pot fi amplasate toate categoriile de mijloace de publicitate, în condițiile prezentului regulament local de publicitate și ale legislației în vigoare. 2. Pentru zonele de publicitate lărgită, potrivit regulamentului local de publicitate, se va asigura, prin autorizaţiile de construire emise şi/ sau avizele date, coerenţa imaginii urbane. |  |
| **ART. 11**   1. Concesionarea, închirierea sau asocierea în participaţie a amplasamentelor şi a mijloacelor de publicitate se va face de către municipiul Constanța în condiţiile legii și ale prezentului regulament local de publicitate. 2. Organizarea procedurii privind atribuirea prin concesionare, închiriere sau asociere în participaţie a amplasamentelor şi mijloacelor de publicitate stabilite prin regulamentul local~~e~~ de publicitate, pe zone de publicitate şi/sau tipuri de mijloace de publicitate se va face cu respectarea procedurilor legale privind atribuirea contractelor de achiziţie publică. 3. Procedura de concesionare, închiriere sau asociere în participaţie a spaţiilor comerciale în condiţiile alin. (1) şi (2) va prevedea în mod obligatoriu, în caietele de sarcini, obligaţia ofertanţilor declaraţi câştigători de a asigura accesul nediscriminatoriu al tuturor operatorilor de publicitate la utilizarea amplasamentelor stabilite prin regulamentul local de publicitate. 4. Amplasamentele și mijloacele publicitare, care vor fi supuse procedurii privind atribuirea prin concesionare, închiriere sau asociere în participaţie cu respectarea procedurii legale privind atribuirea contractelor de achiziție publică sunt următoarele:  * Panourile publicitare de mari dimensiuni cu sutrafața mai mică de 36 mp – aproximativ\* 16 amplasamente; * Panourile publicitare de mici dimensiuni cu sutrafața mai mică de 2,2 mp – aproximativ\* 30 amplasamente; * Steaguri pe catarg- aproximativ\* 50 amplasamente; * Steaguri pe stâlpi – aproximativ\* 100 amplasamente; * Panouri direcționale pe stâlpi – aproximativ\* 200 amplasamente; * Coloane port afiș – aproximativ\* 27 amplasamente; * Totemuri electronice- aproximativ\* 5 amplasamente; * Stații pentru transportul în comun cu panouri publicitare – aproximativ\* 350 amplasamente.   **\* - PRECIZARE REFERITOARE LA NUMĂRUL AMPLASAMENTELOR: ÎN PREZENT AMPLASAMENTELE IDENTIFICATE ASTFEL ÎNCÂT SĂ CORESPUNDĂ RESTRICȚIILOR LEGISLAȚIEI ÎN VIGOARE SUNT ÎN VERIFICARE DIN PUNCT DE VEDERE JURIDIC (REGIMUL DE PROPRIETATE) ȘI TEHNIC (DESTINAȚIA TERENULUI, EXISTENȚA REȚELELOR SUBTERANE). DUPĂ VALIDARE, AMPLASAMENTELE DE MAI SUS VOR FI ANEXĂ LA PREZENTUL REGULAMENT.**  (5) Amplasamentele și mijloacele publicitare, care nu vor fi supuse procedurii privind atribuirea prin concesionare, închiriere sau asociere în participaţi:   * Steaguri tip velă; * Panouri mobile de mici dimensiuni; * Amplasamntele destinate publicității temporare pe pământ care nu necesită fundații în cadrul unor campanii publicitare și sau activități de promovare care nu depășesc 30 zile cf. art,6 din Legea nr. 185/2019. |  |
| **Capitolul IV**  **Reguli generale privind amplasarea mijloacelor de publicitate**  **ART. 12**   1. Amplasarea mijloacelor de publicitate se poate face atât pe domeniul public sau privat al statului şi al municipiului Constanța, cât şi pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, cu acordul acestora şi cu respectarea prevederilor legale în vigoare și în baza unui contract de cesiune, concesiune, comodat, locaţiune valabil încheiat cu proprietarul/administratorul imobilului. 2. Pe întreaga perioadă de valabilitate a autorizării construcţiilor-suport pentru mijloacele de publicitate, indiferent de regimul de proprietate al imobilelor sau terenurilor pe care acestea sunt amplasate, proprietarul construcţiei-suport are obligaţia afişării permanente de materiale publicitare. 3. În situaţia în care proprietarul construcţiei-suport pentru mijloace de publicitate nu are contracte de publicitate în derulare, va afişa materiale privind propria activitate sau materiale privind campanii educaţionale, umanitare, sociale, culturale de interes public. 4. Primarul municipiului Constanța este obligat să ceară proprietarului mijlocului de publicitate desfiinţarea construcţiei-suport pentru mijlocul de publicitate, atunci când constată lipsa afişării materialelor publicitare pe o perioadă mai mare de 15 de zile calendaristice (consecutive). |  |
| **ART. 13**  Mijloacele de publicitate care se amplasează în zona drumurilor publice se autorizează şi se execută cu respectarea prevederilor actelor normative în vigoare privind regimul drumurilor şi circulaţia pe drumurile publice, ale normelor tehnice privind proiectarea şi amplasarea construcţiilor, instalaţiilor şi panourilor publicitare în zona drumurilor, pe poduri, pasaje, viaducte şi tuneluri rutiere, precum şi ale legislaţiei ce reglementează domeniul public şi regimul proprietăţii. Aceste mijloace publicitare trebuie amplasate astfel încât circulații pietonale să rămână de minimum 1,50 metri lățime, iar in zonele de circulație pietonală, pe marile artere de circulație (reprezentate în *anexa nr.4*) vor fi de minimum 2,60 metri lățime. |  |
| **ART. 14**   1. Amplasarea mijloacelor de publicitate **este interzisă** în următoarele situaţii: 2. în ariile naturale protejate de interes naţional şi internaţional, cu excepţia intravilanelor incluse în acestea; 3. în spaţii verzi cu caracter ornamental sau cu valoare deosebită; 4. în locurile de joacă sau locurile de odihnă situate în cadrul zonelor rezidențiale; 5. pe clădirile reprezentând sedii ale autorităţilor administraţiei publice locale şi centrale, precum şi ale instituţiilor publice, cu excepţia afişajelor care anunţă activitatea ce se desfăşoară în interiorul sediilor sau cu ocazia unor evenimente culturale, sportive, etc. de interes național, regional, zonal sau local; 6. pe arbori; 7. pe zona carosabilă a străzilor şi a drumurilor, indiferent de categoria acestora; 8. pe obiectele de artă monumentală şi monumentele de for public; 9. pe monumentele istorice, cu excepţia firmelor care anunţă activitatea ce se desfăşoară în interiorul clădirii şi a mesh-urilor amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/ restaurare în condiţiile prezentei; 10. pe clădirile aflate în stare avansată de deteriorare, în situaţia în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de rezistenţă şi/sau stabilitatea şi integritatea elementelor constructive şi decorative ale anvelopei clădirii, constatată în baza ~~unei~~ expertizei tehnice. 11. în incinta şi pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcaşurilor de cult, troiţelor, scuarurilor, parcurilor şi grădinilor publice; 12. în zonele în care a fost restricţionată sau interzisă publicitatea prin Regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate; 13. în interiorul intersecţiilor şi al sensurilor giratorii, în spaţiul destinat circulaţiei autovehiculelor şi semnalizării rutiere, în zone în care desfăşurarea în condiţii normale a traficului ar putea fi perturbată, la o distanță mai mica de x metri față de punctul de racord conform schem~~e~~i de mai jos;     *X –distanța (metri) ce se va stabili ulterior conform prevederilor legislației în vigoare cu privire la tipul de intersecție*  *(Legea nr.815/2013, art.31)*  m) pe parapetele şi/sau pereţii pasajelor rutiere subterane şi supraterane ori sub poduri;  n) pe semnele de circulaţie, inclusiv pe stâlpii de susţinere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulaţie, pe stâlpii de alimentare cu energie electrică, pe stâlpii de iluminat public, pe stâlpii de susţinere a elementelor de transport public, pe stâlpii de telecomunicaţii sau orice alt tip de stâlpi amplasaţi în localităţi sau de-a lungul arterelor de circulaţie;  o) în zona de protecţie a autostrăzilor, pe benzile metalice de delimitare a sensurilor de circulaţie a autostrăzilor sau drumurilor naţionale expres, precum şi pe benzile laterale de protecţie a sensurilor de circulaţie;  p) pe lucrările de artă care traversează drumul, pe portale cu semnalizare rutieră sau în soluţii independente autoportante în traversarea drumului;  q) se interzice acoperirea cu orice mijloc de publicitate a suprafeţelor vitrate ale clădirilor;  r) se interzic amplasarea şi utilizarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniştea publică, cu excepţia vehiculelor publicitare utilizate în condiţiile prezentului regulament;  s) se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate care prin formă, conţinut, dimensiuni şi culori în combinaţii specifice pot fi confundate cu mijloacele de semnalizare rutieră sau împiedică vizibilitatea acestora, precum şi a indicatoarelor de orientare şi informare;  t) atunci când, pe faţada sau calcanul unei clădiri, pot fi amplasate mai multe mijloace de publicitate, cu excepţia firmelor, acestea vor fi realizate unitar, ca tip, dimensiune şi încadrare simetrică, pe faţada sau calcanul clădirii *(fig. nr. 1 – anexa 3 - foto)*. În cazul în care nu se poate realiza simetria, amplasarea se va face de asemenea unitar, în cadrul aceluiași proiect unitar al fațadei. |  |
| **ART. 15** Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate la o distanţă mai mică de 2,00 metri faţă de limita de proprietate a imobilelor sau terenurilor private ale persoanelor fizice şi/sau juridice, fără acordul scris al proprietarilor, şi numai dacă, prin această amplasare, nu se afectează accesul şi utilizarea fără îngrădire a proprietăţii şi/sau nu se estompează în niciun fel vizibilitatea din şi înspre proprietate respectiv sunt respectate condițiile menționate la art. 13. |  |
| **ART. 16**   1. În scopul asigurării siguranţei cetăţenilor şi integrităţii bunurilor, operatorii de publicitate vor realiza mijloacele publicitare cu materiale şi sisteme constructive ce respectă prevederile legale privind calitatea în construcţii, conform art. 5 din Legea nr. 10/1995 privind calitatea în construcții. Proprietarii mijloacelor de publicitate au obligația de a lua măsurile necesare pentru întreținerea și repararea acestora, ori de câte ori este necesar, răspunzând de rezistența și stabilitatea acestora. 2. Operatorii de publicitate au obligaţia să asigure identificarea panourilor publicitare prin inscripţionarea acestora cu informaţii privind denumirea operatorului, codul de identificare fiscală a acestuia, numărul autorizaţiei de construire şi date de contact ale proprierarului (telefon, adresă).   Operatorii de publicitate au obligația urmăririi permanente a stării mijloacelor de publicitate și a comportării în timp a acestora și de a interveni ori de căte ori situația o impune în scopul remedierii deficiențelor constatate. |  |
| **Capitolul V**  **Reguli specifice pentru categoriile de mijloace de publicitate**  **SECŢIUNEA 1**  **Reguli generale privind amplasarea firmelor** *(fig.1 – art.17, 18,19 – anexa 3 - foto)*  **ART. 17**   1. **Categorii de firme**: 2. Firme aferente activităților de comerț en detail; 3. Firme aferente activităților de alimentatie publica; 4. Firme aferente serviciilor cu acces public; 5. Firme aferente serviciilor profesionale; 6. Firme aferente serviciilor manufacturiere; 7. Firme aferente instituțiilor publice sau de interes public; 8. Firme aferente societăților comerciale. 9. **Reguli privind amplasarea firmelor în zonele de publicitate restrânsă ZR1**, **ZR2**: 10. În **zona de publicitate restrânsă ZR1, ZR2** - definită conform *anexelor 2.1 și 2.2*, firmele vor fi amplasate astfel:  * perpendicular pe faţadă, cu sistem de prindere în consolă în concordanţă cu stilul arhitectural al clădirii; ieşite în consolă maxim 0,60 metri, fără a depăşi suprafaţa de 0,50 metri pătrați în ZR1 și maxim 0,90 metri în ZR2, la o înălțime de minim 3,00 metri de la cota trotuarului și fără afectarea vizuală a suprafețelor vitrate; * în planul faţadei: simple, luminoase sau iluminate arhitectural, care să se integreze cu elementele stilistice din arhitectura imobilului (materiale, forme, culori, etc.), să nu acopere elementele decorative ale faţadei, să fie amplasate corelat cu compoziția fațadei și cu poziția firmelor de pe clădirile invecinate, iar în documentaţia de autorizare se va prezenta fotomontaj cu desfăşurarea stradală în care va fi inclusă propunerea în contextul existent. În situaţiile în care arhitectura clădirilor include elemente constructive dedicate firmelor, acestea se vor utiliza ca atare; standarde de marcă (brand) nu pot constitui pretexte pentru nerespectarea prezentului regulament.  1. Firmele se amplasează pe faţadele clădirilor sau în locuri special amenajate, după cum urmează: 2. pe clădirile de locuit având spaţii cu altă destinaţie la parter sau mezanin, se amplasează numai pe porţiunea de faţadă corespunzătoare acestor spaţii sau pe parapetul plin şi continuu al primului etaj, unde este cazul, cu acordul proprietarilor; 3. firmele în consolă se amplasează la o înălţime minimă de 3,00 metri de la nivelul trotuarului. Faţă de planul vertical al faţadei, firmele vor putea ieşi în consolă conform schemei de mai jos, dar păstrând o distanţă de minimum 1,00 m faţă de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau faţă de limita interioară a plantaţiei de aliniament;      1. copertinele pe care se inscripționează o firmă vor fi amplasate la minimum 3,00 metri înălţime faţă de nivelul trotuarului şi vor ieşi din planul faţadei maximum 1,50 metri; ele vor păstra o distanţă de minimum 1,00 metru faţă de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau faţă de limita interioară a plantaţiei de aliniament; În ZR1 și ZR2, pentru copertine, parasolare, umbrele se vor îndeplinii următoarele condiții: vor avea culori pastelate, deschise, fiind interzise culorile vii și contrastante; se va folosi un singur însemn publicitar discret, pe maxim 10% din suprafața fiecăreia în parte. Se interzice împrejmuirea teraselor cu panouri publicitare. 2. este interzisă amplasarea firmelor pe aticul clădirilor ce cuprind locuinţe colective (unități locative). 3. firmele nu vor depăşi dimensiunile elementelor constructive-suport; 4. în cazul apartamentelor în care se derulează activităţi cu caracter temporar situate în clădiri de locuinţe colective (unități locative), firmele aferente se amplasează la parterul clădirii, cu acordul proprietarilor afectaţi, conform legislației. 5. Reglementări generale 6. firmele, ca elemente importante în definirea imaginii urbane, vor avea un design de bună calitate şi vor fi realizate obligatoriu din materiale durabile ce nu sunt supuse deteriorării sub acțiunea factorilor externi, condițiilor meteorologice etc.; 7. firmele vor fi corelate cu arhitectura faţadelor, ce poate impune restricţii importante privind poziţia, dimensiunile şi designul acestora. Vor avea dimensiuni adaptate spaţiului disponibil pe faţadă. Nu vor putea altera sau intra în contradicţie cu detaliile și expresia arhitecturală a clădirii. Se interzice amplasarea acestora pe elemente proeminente ale faţadelor (balcoane, logii, console, ancadramente, cornişe profilate, etc.), pe porţile de acces în imobile, pe ferestre; În situaţiile în care arhitectura clădirilor include elemente constructive dedicate firmelor, cu o anumită specificitate, acestea se vor utiliza ca atare; 8. amplasarea firmelor se face numai pe porţiunea de faţadă din care face parte spațiul în care se desfasoara activitatea, de regulă simetric deasupra accesului, fără a depăși suprafața stratului suport de prindere *(fig.1 – 17 – anexa 3 - foto)*; 9. pentru activităţi ce nu ocupă spaţii adiacente faţadei, la parterul imobilelor, pot fi dispuse doar firme sub forma unor plăci gravate/ inscripţionate, cu suprafaţa maximă de 1,20 metri pătrați, în zona accesului în clădire. În cazul în care într-un imobil se desfăşoară în asemenea condiţii mai multe activităţi, firmele se vor grupa într-un pachet şi se vor aranja ordonat pe panouri transparente de aceeași dimensiune, în zona accesului în clădire: încadrate pe elementul de arhitectură; 10. în cazul clădirilor prevăzute cu o incintă împrejmuită, firmele pot fi amplasate în aliniamentul stradal sau perpendicular faţă de aceasta, în consolă, ancorate de clădire sau susţinute de un suport amplasat în spatele împrejmuirii; 11. în situaţia în care agenții economici, persoane fizice sau juridice, doresc sau sunt obligaţi prin legislaţia specifică activității, să fie împiedicată vizualizarea prin suprafețele vitrate, a activităţilor care se desfăşoară în locaţia respectivă, se recomandă folosirea sticlei sablate sau acoperirea sticlei cu folie imitaţie de sticlă sablată *(fig.2-17(f) – anex 3 - foto).* 12. firmele tip „totem” se pot amplasa numai în zona/dreptul spaţiului destinat activităţii care face obiectul publicităţii, fără a perturba activitatea altor operatori economici, şi profilul transversal al străzii permite circulaţia fluentă atât pietonal cât şi rutier, şi nu vor folosi în alcătuirea lor lumina intermitentă; 13. la montarea/demontarea firmelor, proprietarii acestora au obligaţia să aducă faţada clădirii la starea iniţiala, prin înlăturarea amprentelor firmelor şi reparaţii ale zonei de montare, inclusiv rezugrăvirea locală şi readucerea la aspectul initial, pe cheltuială proprie. 14. În cazul firmelor iluminate, reflectoarele se vor amplasa astfel încât să asigure o iluminare uniformă, care să pună în valoare clădirea şi care să nu deranjeze traficul auto şi pietonal, reflectoarele fiind mascate (nu vor fi vizibile) de elemente ale construcţiei sau firmei. Firmele iluminate vor fi amplasate la minimum 3,00 m de la nivelul solului. Firmele iluminate amplasate la mai puţin de 30 m de semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora şi nici lumină intermitentă. 15. În zonele arterelor comerciale, Cazino Mamaia, Peninsulă, promenade, firmele aferente activităților comerciale comerț/alimentație publică trebuie să aibă un caracter unitar care să respecta arhitectura zonei și specificul acesteia. 16. **Copertinele, umbrelele, parasolarele** sau alte asemenea, **structuri amplasate pentru protecţia vitrinelor şi teraselor** din ZR1, ZR2 vor avea culori pastelate, deschise, fiind interzise culorile vii și contrastante. Se va folosi un singur însemn publicitar discret, pe maxim 10% din suprafața fiecăreia în parte. 17. **Vitrine** *(fig.2- 17(8) – anexa 3 - foto)*: 18. ca elemente importante în definirea imaginii urbane, vitrinele vor beneficia de un design adaptat arhitecturii imobilelor; 19. autocolantele pe vitrine nu vor acoperi mai mult de 25% din suprafaţa vitrată cu excepția celor prevăzute la art. 18, alin. 3, lit. f).; 20. în golul faţadei destinat vitrinei, se pot include şi firme cu respectarea art. 15, alin. (1), lit. q.; 21. la clădirile cu mai multe vitrine, intervenţiile asupra acestora vor urmări conservarea / refacerea unităţii expresiei arhitecturale; 22. pentru vitrinele aferente unor spaţii în interiorul cărora vederea din spaţiul public nu este dezirabilă, se va amplasa un ecran translucid la minimum 30 cm de la suprafaţa sticlei, iar interspaţiul rezultat se va utiliza pentru expunere sau se va amenaja (cu plante, flori, etc.) in funcţie de specificul activităţii; 23. vitrinele aferente serviciilor funerare de orice natură (firme de pompe funebre, comerţ cu produse şi materiale specifice, etc.) vor fi în mod obligatoriu dublate de ecrane translucide iar uşile de acces vor fi astfel realizate încât vederea în interior din spaţiul public să fie complet împiedicată. Expunerea oricăror elemente - obiecte, materiale, coroane, etc., legate de specificul acestor activităţi e interzisă pe fațadă, scări de acces și pe domeniul public. Manevrarea acestora se va face exclusiv în locuri închise - încăperi, ganguri, incinte, fără posibilitatea de a fi observate din spaţiul public, de către colocatari sau de pe parcelele învecinate. *(fig.2- 17g) - anexa 3 - foto)*. |  |
| **ART. 18**   1. Amplasarea firmelor şi copertinelor inscripţionate se autorizează în condiţiile art. 4; 2. Prin excepţie de la prevederile alin. (1), autorizaţia de construire nu este necesară în cazul firmelor inscripţionate pe vitrinele şi uşile de acces, în condiţiile prezentului regulament; 3. Firmele inscripţionate pe vitrinele/uşile de acces se vor amplasa în baza avizului emis de către arhitectul șef (*anexa 5)* 4. Se acceptă inscripţionarea, prin mătuire a geamurilor, cu denumirea societăţii/ brandului; 5. Achitarea taxelor către bugetul local al municipiului Constanța aferente materialelor publicitare prevăzute la alin. (3) se va face în conformitate cu legislaţia în vigoare; 6. Taxele de publicitate pentru materialelor publicitare prevăzute la alin. (3) se va face în conformitate cu Legea nr. 227/2015 și Legea nr.207/2015. |  |
| **ART. 19**   1. Pe faţada spaţiilor comerciale de la parterul imobilelor de locuit (unități locative) se pot amplasa, alături de firme, şi alte mijloace de publicitate, cu acordul proprietarilor şi cu respectarea prezentului regulament; 2. Publicitatea amplasată pe faţada unui spaţiu comercial se va diferenţia faţă de firmă prin culoare, formă sau dimensiune, păstrându-se unitatea în amenajarea fațadei/spațiului respectiv și studiindu-se încadrarea ansamblului la nivelul fațadei. |  |
| **SECŢIUNEA a 2-a**  **Reguli generale privind amplasarea** **panourilor publicitare,** **a ecranelor şi publicităţii luminoase**  **ART. 20**   1. Amplasarea panourilor publicitare și ecranelor este permisă doar în zona de publicitate lărgită - ZL. Sunt interzise în ZR1 și ZR2. 2. Amplasarea panourilor publicitare se face numai dupa obținerea autorizației de construire, emisă in conformitate cu prevederile legale în vigoare. 3. Amplasarea panourilor publicitare reprezintă lucrări de construcții cu caracter provizoriu și durata de existență a acestora pe domeniul municipiului Constanța se va corela cu perioada de valabilitate a contractelor de concesionare, închiriere sau asociere în participaţie, după caz, prevăzute de Legea nr. 185/2013, art. 12(1), precum și cu înscrisurile depuse de solicitații ce vor face dovada deținerii imobilului/ amplasamentului. 4. Este interzisă amplasarea oricărui mijloc de publicitate pe stâlpii de telecomunicaţii pe cei special destinaţi susţinerii semafoarelor. 5. Este permisă amplasarea de mijloace publicitare pe stâlpii de iluminat, pe stâlpii special construiţi pentru susţinerea de cabluri de alimentare electrică a reţelei de transport în comun şi/sau pe alţi stâlpi ce permit amplasarea de mijloace publicitare, numai cu avizul arhitectului șef şi avizul deţinătorului/proprietarului sau administratorului stâlpului. *(fig. 3-20 – anexa 3 - foto)* |  |
| **ART. 21**   1. Pot fi amplasate panouri publicitare şi publicitate luminoasă, în zona de publicitate lărgită – ZL, pe faţade conform prezentului regulament, pe terase ori acoperişuri ale clădirilor, astfel încât sistemele lor de prindere să nu constituie o sursă de accidente şi să nu afecteze structura de rezistenţă şi funcţionarea optimă a clădirilor; 2. Pot fi amplasate ecrane publicitare, în zona de publicitate lărgită – ZL, conform prezentului regulament, care să fie dotate cu sisteme care să permită modificarea intensităţii luminilor, pe calcane, pe faţade, pe terase ori acoperişuri ale clădirilor, astfel încât sistemele lor de prindere să nu constituie o sursă de accidente şi să nu afecteze structura de rezistenţă şi funcţionarea optimă a clădirilor şi de asemenea, prin intensitatea luminii şi frecvenţa succedării imaginilor derulate, să nu existe riscul perturbării circulaţiei rutiere în zona în care sunt amplasate, în acest sens fiind obligatoriu avizul emis de **Poliţia Națională – Serviciul Rutier**; 3. În ZR1, ZR2 se pot amplasa panouri publicitare luminoase autoportante, în plan paralel cu faţadele clădirilor istorice, care să transmită doar evenimente culturale. Mesajul publicitar se va afișa doar pe un fundal ce imită fațada clădirii. *(fig. 3-21 – anexa 3 - foto)* 4. Proprietarii ecranelor publicitare amplasate potrivit alin. (2) sunt obligaţi ca, pe timp de noapte, să reducă intensitatea luminii acestor mijloace de publicitate cu 50%; 5. Amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor şi publicităţii luminoase pe clădiri se autorizează numai în baza unei **expertize tehnice** elaborate în condiţiile legii de către experţi tehnici atestaţi, precum şi a documentaţiei tehnice pentru autorizare, verificată de verificatori de proiecte atestaţi pentru cerinţele esenţiale de calitate „rezistenţă mecanică şi stabilitate“, „siguranţă în exploatare“ şi „securitate la incendiu“, prevăzute de legislaţia în vigoare privind calitatea în construcţii; 6. Verificarea construcţiei cu privire la respectarea cerinţelor esenţiale de calitate prevăzute la alin. (4) se realizează prin reexpertizare tehnică, **la fiecare 10 ani** de la data emiterii autorizaţiei de construire pentru amplasarea structurii publicitare, sau ca urmare a acţiunilor factorilor de risc naturali/ antropici asupra construcţiei/elementului constructiv care susţine structura publicitară; 7. Panourile publicitare amplasate pe calcanele sau faţadele clădirilor nu vor depăşi limitele acestora. |  |
| **ART. 22**   1. Proprietarii ecranelor publicitare au obligaţia transmiterii de informaţii de interes public şi local, precum şi informaţii de interes pentru populaţie în cazul unor situaţii de urgenţă; 2. Conţinutul şi modul de transmitere a informaţiilor vor fi stabilite prin protocol încheiat între proprietarii ecranelor publicitare şi autorităţile administraţiei publice locale, respectiv alte instituţii abilitate ale statului. |  |
| **ART. 23** În situaţia amplasării pe terasele sau acoperişurile construcţiilor, *(fig.3 – 23– anexa 3 - foto)* panourile publicitare, ecranele şi publicitatea luminoasă vor avea următoarele înălţimi:   1. cel mult 3,00 metri, dacă faţada construcţiei-suport are înălţimea mai mică sau egală cu 15,00 metri, de la CTA (cota terenului amenajat) până la atic/cornișă; 2. cel mult 1/5 din înălţimea faţadei, dar nu mai mult de 6,00 metri, dacă faţada construcţiei-suport are înălţimea mai mare de 15,00 metri. |  |
| **ART. 24**   1. Pe stâlpii de iluminat public pe care nu sunt amplasate semnalizări rutiere şi indicatoare de circulaţie se pot amplasa panouri la o înălțime minimă de 4,00 metri de la sol; 2. Pe un stâlp se pot amplasa maximum două mijloace publicitare, obligatoriu de aceeaşi dimensiune şi simetric aşezate de o parte şi de alta a stâlpului, iar proiecţia la sol a fiecărui mijloc de publicitate se va situa în afara gabaritului carosabilului. *(fig.3 – 20 – anexa3 - foto)* |  |
| **ART. 25**   1. Panourile publicitare amplasate pe sol vor fi montate astfel încât să nu împiedice circulaţia rutieră şi/sau pietonală ori accesul pietonal şi/sau al autovehiculelor de intervenţie pe proprietăţi, cu respectarea prevederilor prezentului regulament. 2. Ecranele publicitare amplasate pe sol trebuie să respecte condiţiile tehnice referitoare la luminozitate şi frecvenţa succedării imaginilor derulate pentru a nu exista riscul perturbării circulaţiei rutiere în zona în care sunt amplasate, fiind necesare un **aviz de la poliţia rutieră** şi respectarea condiţiilor tehnice prevăzute la art. 22 alin. (2) şi (3). *(fig.3 – 25 – anexa 3 - foto)*; 3. Panourile publicitare, indiferent de tipul de proprietate pe care au fost montate, vor fi amplasate astfel încât proiecţia la sol a acestora să fie în totalitate în interiorul proprietăţii pe care au fost autorizate. |  |
| **ART. 26**   1. Pe străzile de categoria I, II şi III *(anexa 4)*, conform clasificării prevăzute de legislaţia în vigoare privind regimul drumurilor, se pot amplasa panouri publicitare cu respectarea legii şi a prezentului regulament de publicitate. Mărimea panourilor va fi proporțională cu categoria drumului I, II, III. Se interzice amplasarea panourilor publicitare în zonele ZR1 si ZR2, inclusiv pe **bulevardele** din zona centrală *(anexa 4)* (bd. Mamaia, bd. Tomis, bd. Ferdinand, bd. 1 Decembrie), cu excepția panourilor publicitare de mici dimensiuni cu suprafața de afișaj mai mică de 2,20 mp. 2. Panourile de mici dimensiuni, respectiv cu suprafaţă maximă de 2,20 mp, se amplasează la o distanţă de cel puţin 50,00 metri pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri); 3. Panourile de mari dimensiuni, respectiv cu suprafaţa maximă de 36,00 mp, se amplasează la o distanţă de cel puţin 100,00 metri pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri); 4. Sunt exceptate de la prevederile alin. (1) - (3) mijloacele de publicitate amplasate în interiorul incintelor centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale, astfel definite în conformitate cu legislaţia în vigoare. |  |
| **ART. 27**   1. Se interzice montarea pe trotuare şi spaţii pietonale cu lăţimea mai mică de 2,00 metri, precum şi pe zonele verzi dintre trotuar sau spaţiu pietonal şi carosabil a panourilor publicitare cu structură proprie şi elemente de susţinere care necesită fundaţie; 2. Realizarea elementelor de fundare/ancorare necesare asigurării stabilităţii panoului de reclamă publicitară se execută obligatoriu îngropat, respectiv sub cota suprafeţei solului/ trotuarului, până la nivelul solului (nu trebuie să fie vizibile). |  |
| **ART. 28** De-a lungul drumurilor de interes naţional, judeţean, precum şi a arterelor de centură, conform clasificării prevăzute de legislaţia în vigoare privind regimul drumurilor, în cadrul zonei de protecţie a acestora se pot amplasa panouri publicitare, în următoarele condiţii:   1. la minimum 3,00 metri înălţime de la sol, pentru panourile cu suprafaţa utilă mai mare de 2,20 mp per faţă; 2. cu distanţa de minimum 30,00 m între două panouri publicitare pe sectoarele de drum din intravilan. 3. la o distanţa de minimum 200 metri între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan; 4. la minimum 50,00 metri faţă de intersecţiile dintre drumurile laterale cu cele care au mai mult de 3 benzi de circulaţie; 5. în afara curbelor cu vizibilitate redusă; 6. la minimum 50,00 metri faţă de intersecţiile semaforizate; |  |
| **ART. 29**   1. Panourile şi ecranele publicitare amplasate pe sol în intravilanul municipiului Constanța vor avea următoarele dimensiuni: 1,1 m x 1,6 m; 1,20m x 1,80 m, 3m x 2m, 3,2 m x 2,4 m, 4,00 m x 3,00 m și 5,04 m x 2,38 m; 2. În extravilanul municipiului Constanța pot fi amplasate panouri publicitare pe zona de protecţie a drumurilor publice, având dimensiunea de 10,00x4,00 metri. 3. **Se interzice amplasarea panourilor publicitare** în conformitate cu prevederile Ordonanței Guvernului nr. 43/1997 privind regimul drumurilor, cu modificările și completările ulterioare: 4. La o distanță mai mică de 250 metri calculată de la intrarea, respectiv ieșirea din intersecție, în extravilan; 5. Se interzice obturarea vizibilității indicatoarelor rutiere prin amplasarea panourilor publicitare; 6. La inițiativa autorității locale sau a altor organizații de profil se poate iniția un concurs de idei referitoare la aspectul panourilor și ecranelor publicitare prin consultarea și avizarea de către arhitectul șef.   *Dimensiunile finale vor fi în funcție de natura amplasamentului* |  |
| **SECŢIUNEA a 3-a**  **Reguli generale privind amplasarea** **panourilor publicitare mobile** *(fig.4 - 30 – anexa 3 - foto)*  **ART. 30**  (1) Pe trotuarele/spaţiile pietonale cu o lăţime de cel puţin 4,00 metri se pot amplasa panouri publicitare mobile pliante, având ca scop promovarea comercială, comunicarea de tarife sau acţiuni promoţionale, specifice activităţii desfăşurate de beneficiarul publicităţii, în următoarele condiţii:   1. dimensiunile maxime ale panoului vor fi de 0,50 metri x 0,90 metri (L x h) și 0,40 metri (Lxhxl); 2. amplasarea panoului este permisă numai în dreptul spaţiului destinat activităţii care face obiectul publicităţii şi numai pe durata programului zilnic de funcţionare a acestuia; 3. este interzisă amplasarea panourilor publicitare mobile pe trasee exclusiv pietonale cu excepția trotuarelor a căror lățime este de cel puțin 4,00 metri; 4. amplasarea panoului este permisă fara afectarea circulației publice pietonale. 5. Este interzisă amplasarea panourilor publicitare mobile (trepiede, etc.) în zonele de publicitate restrânsă (ZR1, ZR2) în condițiile prevăzute la Capitolul III, în Piaţa Ovidiu, în stațiunea Mamaia pe zona de promenade, pe str. Ștefan cel Mare – zona pietonală, vad comercial tradițional. Nerespectarea interdicţiei atrage pe lângă aplicarea sancţiunilor contravenţionale şi alte măsuri, respectiv, ridicarea acestora de către Primăria municipiului Constanța – Direcția Generală Poliția Locală. Recuperarea acestor mijloace se poate face, după achitarea amenzii contravenţionale, în cel mult 15 de zile calendaristice de la ridicare. În caz de neridicare, în acest interval, aceste mijloace se vor casa. 6. Amplasarea panourilor mobile pliante se face după obţinerea acordului emis de Direcția Urbanism din cadrul Primăriei municipiului Constanța |  |
| **SECŢIUNEA a 4-a**  **Reguli generale privind utilizarea** **mobilierului urban** **ca suport publicitar** *(fig. 5 – 31 – anexa 3 - foto)*  **ART. 31**   1. Pot fi utilizate ca suport publicitar, după caz, următoarele tipuri de mobilier urban: adăposturile destinate publicului/staţiile de autobuz, chioşcurile de ziare şi alte chioşcuri cu activităţi comerciale, coloanele port-afiş, cabinele telefonice şi altele asemenea, cu respectarea prevederilor prezentului regulament. 2. Mobilierul urban conform paragraf (1) va avea afișată harta municipiului cu menţiunea „Vă aflaţi aici”, afişe culturale sau afișe pentru evenimente de interes public. 3. Pe mobilierul urban conform paragraf (1), publicitatea sponsorului poate fi maxim 25% din suprafaţa totală al afișajului. 4. Adăposturile destinate publicului şi staţiile de autobuz pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panourile amplasate pe acestea sau care fac parte din componenţa acestora. 5. Sunt exceptate de la prevederile prezentei secţiuni suporturile/panourile publicitare care sunt incluse în adăposturile destinate publicului şi staţiile de autobuz şi fac parte integrantă din acestea şi care au fost autorizate împreună cu acestea, în conformitate cu legislaţia în vigoare la data autorizării. 6. Chioşcurile de ziare şi alte chioşcuri cu activităţi comerciale pot fi utilizate ca suport de publicitate, dacă sistemul constructiv al chioşcurilor permite o astfel de utilizare și doar în zonele/suprafețele alocate publicității, așa cum a fost autorizat chioșcul. Supafața alocată publicității nu trebuie să depășească 50% din suprafața desfășurată a fațetelor/fațadelor. 7. Nu se pot instala panouri pe acoperişul adăposturilor destinate publicului şi al chioşcurilor. 8. Coloanele port-afiş vor putea fi utilizate numai pentru afişe şi/sau anunţuri de spectacole, anunţuri de mică publicitate si manifestări culturale. Este interzisă suprapunerea unui nou afiș fără îndepărtarea celui inițial și numai în cazul în care termenul la care acestea vor avea loc nu a fost depăşit. *(fig.5.1 – 31 – anexa 3 - foto)* 9. Neutralizarea afiselor publicitare (spectacole publice, teatre, concerte, altele asemenea şi a anunţurilor de mică publicitate) se va face de catre reprezentanti din Directia Servicii publice. |  |
| **SECŢIUNEA a 5-a**  **Reguli generale privind** **amplasarea bannerelor şi steagurilor publicitare**  **ART. 32** *(fig.6 – 32 – anexa 3 - foto)*  (1) Este interzisă amplasarea bannerelor publicitare pe raza municipiului Constanța.  (2)Prin excepție de la prevederile alin. (1) amplasarea bannerelor publicitare ce promovează acțiuni ale municipalității și ale entităților din domeniul public și privat cu care municipalitatea are acorduri de parteneriat, este permisă numai cu respectarea dispozițiilor prezentului Regulament, pe baza documentaţiei privind rezistenţa elementelor de susţinere, precum şi cu acordul proprietarului elementelor de susţinere utilizate în acest scop. |  |
| **ART. 33** La amplasarea bannerelor se vor avea în vedere următoarele:   1. nu este permisă amplasarea bannerelor în intersecţii, în zone în care împiedică vizibilitatea rutieră sau perspectiva asupra monumentelor istorice ori naturale sau în locuri unde există deja amplasate panouri publicitare; 2. este interzisă amplasarea pe domeniul public al suporturilor/stâlpilor în scopul exclusiv de susţinere a bannerelor; 3. bannerele montate perpendicular pe axul drumului vor fi instalate la o înălţime minimă de 5,00 metri faţă de sol, astfel încât să nu afecteze vizibilitatea rutieră şi imaginea urbană; 4. bannerele vor fi amplasate astfel încât distanţa între acestea să fie de minimum 200,00 metri; 5. bannerele se vor monta numai pe artere cu maximum 2 benzi pe sensul de mers (maximum 15,00 metri deschidere între stâlpi); 6. vor avea dimensiuni maxime de 7,00 metri lungime, 1,5 metri în înălţime, vor avea sistem de prindere din materiale uşoare, permeabile la vânt şi rezistente; 7. se interzice amplasarea a mai mult de un banner pe aceiaşi stâlpi de susţinere; 8. este permisă amplasarea bannerelor pe o durată de cel mult două luni calendaristice, după care autorizarea se poate prelungi o singură dată; 9. nu este permisă amplasarea bannerelor care obturează panourile publicitare amplasate în zonă sau vizibilitatea asupra acestora; 10. amplasarea bannerelor se face în baza unui aviz emis de autoritatea administraţiei publice locale conform prezentului regulament şi cu avizul/acordul scris al deţinătorului stâlpului; 11. la finalul perioadei prevăzute în avizul de amplasare, deţinătorul avizului este obligat, sub sancţiunea interzicerii pe viitor a folosirii acestui mijloc de publicitate, să demonteze atât bannerul respectiv, cât şi elementele de susţinere ale acestuia; 12. pe perioada valabilității avizului/autorizației, în situația în care bannerul prezintă deteriorări acesta va fi înlocuit cu un alt banner (identic și similar cu cel anterior, cu aceleași dimensiuni, caracteristici: culoare, formă conținut sisteme de prindere/ancorare, etc.) în cel mult 15 zile calendaristice. În caz contrar va fi atrasă pe lângă aplicarea sancţiunilor contravenţionale şi alte măsuri, respectiv, ridicarea acestora de către Primăria municipiului Constanța – Direcția Generală Poliția Locală. Recuperarea acestor mijloace se poate face după achitarea amenzii contravenţionale, în cel mult 15 de zile calendaristice de la ridicare. În caz de neridicare, în acest interval, aceste mijloace se vor casa. |  |
| **ART. 34** *(fig.6 – 34 – anexa 3 - foto)*   1. Steagurile publicitare montate pe catarg şi pe stâlpi, la înălţimea minimă de 2,50 metri de la cota terenului amenajat, se amplasează numai în locuri în care nu împiedică vizibilitatea circulaţiei rutiere și cu respectarea prevederilor prezentului regulament privind circulațiile pietonale. 2. Pe un catarg sau stâlp se pot amplasa maximum două steaguri obligatoriu la aceeaşi înălţime faţă de sol, de aceiaşi dimensiune şi montate echilibrat pe ambele laturi ale catargului/stâlpului, în acelaşi plan. 3. Durata de menţinere a steagurilor publicitare va fi de maximum 90 de zile calendaristice, cu posibilitatea prelungirii acestei perioade cu încă o perioadă de 90 de zile. 4. Amplasarea steagurilor publicitare se face în aceleaşi condiţii ca şi în cazul bannerelor. 5. Suprafaţa fiecărui steag este mai mică sau egală cu 2,50 mp, iar baza acestuia nu va putea depăşi suprafaţa de 0,80 metri. 6. Sunt exceptate de la prevederile alin. (1) - (5) steagurile publicitare amplasate în incintele centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale astfel definite în conformitate cu legislaţia în vigoare, cu condiţia să nu afecteze vizibilitatea circulaţiei rutiere. |  |
| **SECŢIUNEA a 6-a**  **Reguli generale privind amplasarea mesh-urilor** *(fig.7.1, 7.2, 7.3 – anexa 3 - foto)*  **ART. 35**   1. Este permisă amplasarea de mesh-uri şi mesh-uri digitale, cu acordul proprietarilor clădirilor respective, în următoarele situaţii: 2. pe construcţii, inclusiv monumente istorice şi/sau amplasate în zone în care este interzisă publicitatea, în situaţia în care acestea constituie protecţie către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare, iar eventualul mesaj publicitar va ocupa cel mult 20% din suprafața totală a acestora, cu avizul Direcției Județene pentru cultură Constanța, sau cu avizul Ministerului Culturii pentru monumente istorice grupa A, conform Listei Monumentelor Istorice aprobată prin O.M.C. nr. 2.828/24.12.2015 pentru modificarea anexei nr.1 la Ordinul ministrului culturii şi cultelor nr.2.314/2004 și cu legislația în vigoare specifică privind protejarea monumentelor istorice, monumentele de for public, peisajelor naturale; 3. pe calcanele construcţiilor, cu avizul arhitectului șef *(anexa 5)*; 4. sunt interzise mesh-uri digitale pe clădirile situate în zonele de publicitate restrânsă – ZR1 şi ZR2, inclusiv pe monumentele istorice cu excepția celor menționate la lit.a). 5. este permisă amplasarea de mash-uri in Piata Ovidiu pe fatada MINAC (steaguri: tricolor, UE, NATO, administratie publica) in cazul unor evenimente ce promovează acțiuni ale municipalității, cu respectarea dispozițiilor prezentului Regulament, pe baza documentaţiei privind rezistenţa elementelor de susţinere, precum şi cu acordul proprietarului elementelor de susţinere utilizate în acest scop. 6. Amplasarea acestor mijloace publicitare se face în baza acordului pentru publicitate temporară. 7. Se interzice amplasarea de mesh-uri pe monumente de for public (arta monumentala, statui in spatiul public). 8. Meshurile se vor desfiinta sau se vor inlocui atunci cand se degradeaza. |  |
| **SECŢIUNEA a 7-a**  **Reguli generale privind amplasarea indicatoarelor publicitare direcţionale** *(fig.8 – anexa 3 - foto)*  **ART. 36**   1. Este permisă amplasarea indicatoarelor publicitare direcţionale şi a casetelor pe stâlpii de iluminat public, în afara intersecțiilor sau a sensurilor giratorii dacă pe aceştia nu sunt montate semnalizări rutiere, în următoarele condiţii: 2. suprafaţa indicatorului publicitar direcţional sau a casetei este mai mică sau egală cu 1,50 mp; 3. înălţimea de amplasare este de minimum 3,00 metri de la sol; 4. pe un stâlp se pot monta maximum două suporturi, dar obligatoriu de acelaşi tip, în acelaşi plan şi simetric amplasate pe stâlp, unitare ca dimensiune; 5. nu folosesc lumină dinamică/intermitentă și sunt nu amplasate la o distanță mai mică de 50 metri de punctul aflat la intersecție a două străzi, din același cvartal; 6. proiecția la sol a indicatoarelor publicitare se va situa obligatoriu în afara gabaritului carosabilului. 7. Amplasarea de stâlpi-suport pentru indicatoarele publicitare direcţionale şi a casetelor publicitare se va realiza în baza avizului arhitectului șef *(anexa 5)* şi în concordanţă cu prezentul regulament.   Indicatoarele publicitare direcţionale se amplasează numai după obtinerea autorizaţiei de construire, emisă conform prevederilor legale în vigoare, şi în baza unui contract valabil încheiat cu administratorul/proprietarul stâlpului (după caz). |  |
| **SECŢIUNEA a 8-a**  **Reguli generale privind** **publicitatea temporară şi proiectele publicitare speciale** *(fig.8 – anexa 3 - foto)*  **ART. 37**   1. Orice persoană fizică sau juridică poate beneficia de dreptul la publicitate temporară, în condiţiile legislației în vigoaew și prezentului regulament. 2. Amplasarea mijloacelor de publicitate temporară se va stabili în baza avizului arhitectului șef *(anexa 5)* sau a autorizaţiei de construire emise de Primăria municipiului Constanța, în concordanţă cu prezentul regulament, urmând ca ulterior să se obțină autorizația de funcționare pentru activități temporare în zone publice sau cu acces public. |  |
| **ART. 38** În vederea obţinerii avizului pentru publicitate temporară, menţionat la art.6, mijloacele de publicitate trebuie să îndeplinească următoarele condiţii:   1. să fie folosite ca purtător de mesaj în cadrul unor activităţi de promovare cu durată determinată şi precizată în mod explicit în cererea de emitere a avizului, depusă de solicitant; 2. să poată fi montate/demontate în/din toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate temporară, în cel mult 72 de ore; 3. toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate temporară să fie aduse la starea iniţială, în cel mult 48 de ore de la încheierea termenului de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară. |  |
| **ART. 39**   1. Autorităţile administraţiei publice locale vor identifica, împreună cu operatorii de publicitate care solicită avizul, amplasamentele destinate pentru mijloacele de publicitate temporară şi pentru proiectele publicitare speciale, în baza avizului arhitectului șef *(anexa 5)*. Amplasamentele vizate vor fi: 2. calcanele cladirilor aflate in domeniu privat al primariei; 3. pe spatiile verzi în cazul proiectelor de educație ecologică; 4. în vecinatatea obiectivelor culturale: teatre, muzee, pietonalul zonei peninsulare, Piața Ovidiu. 5. În situaţia în care la încheierea perioadei de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară, în conformitate cu prevederile art. 7, există mai multe solicitări de amplasare de mijloace de publicitate temporară, autoritatea administraţiei publice locale va atribui amplasamentul primei solicitări primite în ordine cronologică la registratura autorităţii administraţiei publice locale, conform regulamentului local de publicitate. 6. În cazul solicitării schimbării amplasamentelor în alte amplasamente decât cele stabilite iniţial, se va obţine avizul arhitectului șef *(anexa 5)* pentru publicitate temporară al autorităţii administraţiei publice locale.   Schimbarea amplasamentelor prevăzute la alin. (3) se va face numai în situaţia în care amplasamentele iniţial avizate nu mai pot fi puse la dispoziţia contractantului ca urmare a executării unor lucrări de interes public, cu respectarea regulamentului local de publicitate. |  |
| **ART. 40**   1. Structurile publicitare autoportante şi proiectele publicitare speciale se avizează cu respectarea prevederilor privind publicitatea temporară prevăzute în prezentul regulament. 2. Executarea şi amplasarea structurilor publicitare autoportante şi a proiectelor publicitare speciale se face în baza unei documentaţii tehnice întocmite de un arhitect cu drept de semnătură. 3. Prin derogare de la prevederile alin. (3) se pot amplasa mijloace publicitare de tip prismă în scop de informare şi promovare a turismului și/sau a unor evenimente publice organizate de, sau împreună cu autorităţile publice locale**.** 4. În municipiul Constanța, pe domeniul public sau privat al municipiului – carosabil, trotuar, locuri de parcare marcate, etc. - se interzice amplasarea/expunerea de vehicule în scop publicitar, altele decât cele care sunt adaptate realizării de reclamă şi publicitate. |  |
| **SECŢIUNEA a 9-a**  **Reguli generale privind amplasarea** **afişelor publicitare şi a anunţurilor de mică publicitate** *(fig.10 – anexa 3 - foto)*  **ART. 41**   1. În vederea asigurării eficienței informări a cetăţenilor, a libertăţii de expresie şi esteticii urbane, autorităţile administraţiei publice locale au obligaţia de a instala în amplasamente cu vizibilitate, în condiţiile regulamentului local de publicitate, panouri speciale destinate afişelor publicitare pentru spectacole publice, teatre, concerte şi altele asemenea şi a anunţurilor de mică publicitate. 2. Panourile prevăzute la alin. (1) vor fi curăţate săptămânal, luni, iar daca este cazul, si noaptea anterioara a fiecărei săptămânii, prin grija compartimentelor de specialitate din cadrul administraţiei publice locale, în vederea actualizării anunţurilor. Neutralizarea afiselor publicitare (spectacole publice, teatre, concerte şi altele asemenea şi a anunţurilor de mică publicitate) să se va face de catre reprezentanti din Directia Servicii publice. 3. Arhitectul șef avizează *(anexa 5)* modelul de suport pentru afişe si amplasamentul acestora. Amplasamentele suporturilor pentru afişe din ZR1 și ZR2 și în stațiunea Mamaia (având în vedere existența, pe lângă clădirile monument istoric, și a mai multor statui declarate monumente istorice) să fie avizate de către Direcția Județeană pentru Cultură Constanța. 4. Amplasarea afişelor colante, inclusiv afişele electorale, se va face doar pe panourile speciale destinate acestora conform legislației. 5. Taxa de afişaj datorată de către persoanele fizice şi/sau juridice care afişează mesaje pe aceste sisteme de afişaj public va fi achitată în conformitate cu prevederile legale în vigoare și cele ale hotărârii consiliului local al municipiului Constanța privind impozitele și taxele locale aplicabile în perioada când se face afișarea. Afișarea fără achitarea anticipată a taxelor este interzisă iar constatarea unor situații care încalcă această prevedere va fi sancționată în conformitate cu prevederile legale în vigoare. |  |
| |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **ART. 42** Este interzisă amplasarea de afişe publicitare prin aplicarea lor directă pe orice suprafaţă neamenajată în scop publicitar sau care să acopere alte afişe publicitare deja existente, postate anterior, aflate în perioada de valabilitate, care fac publicitate unor evenimente/acţiuni/campanii aflate în derulare sau care urmează să se deruleze.  Lista amplasamentelor unde vor fi instalate suporturilor pentru afişe publicitare pentru spectacole publice, teatre, concerte şi altele asemenea şi a anunţurilor de mică publicitate, este:  **Municipiul Constanța**   | Adresa amplasament | Suprafață amplasament | Tipul mijlocului publicitar admis | Dimensiunile mijlocului publicitar admis | Numărul de fețe de expunere admis | | --- | --- | --- | --- | --- | | (locațiile se vor anexa ulterior la regulament)\* |  |  |  |  | |   **Amplasamentele mijloacelor publicitare care vizează evenimentele publice:**  **Stațiunea Mamaia**  panouri informative și panouri tip led amplasate în cadrul proiectului de investiții Promenada Turistică Mamaia  **1) Panouri informative confecționate din metal:**   |  |  |  | | --- | --- | --- | | **Nr. crt.** | **Locație** | **Model panou** | |  | (locațiile se vor anexa ulterior la regulament)\* |  |   **2) Panouri cu ecran Led: tip 1 – 4 buc., tip 2 – 1 buc., tip 3 – 1 buc.:**   |  |  |  | | --- | --- | --- | | **Nr. crt.** | **Locație** | **Model panou** | |  | (locațiile se vor anexa ulterior la regulament)\* |  | |  |  |  |   **\* - PRECIZARE REFERITOARE LA AMPLASAMENTE: ÎN PREZENT AMPLASAMENTELE IDENTIFICATE ASTFEL ÎNCÂT SĂ CORESPUNDĂ RESTRICȚIILOR LEGISLAȚIEI ÎN VIGOARE SUNT ÎN VERIFICARE DIN PUNCT DE VEDERE JURIDIC (REGIMUL DE PROPRIETATE) ȘI TEHNIC (DESTINAȚIA TERENULUI, EXISTENȚA REȚELELOR SUBTERANE). DUPĂ VALIDARE, AMPLASAMENTELE DE MAI SUS VOR FI ANEXĂ LA PREZENTUL REGULAMENT.** |  |
| **SECŢIUNEA a 10-a**  **Reguli generale privind publicitatea pe vehicule publicitare**  **şi pe mijloace de transport în comun** *(fig. 11 - 43,44 – anexa 3 - foto)*  **ART. 43** Pe raza municipiului Constanța se interzice utilizarea şi/sau realizarea de reclame sonore prin orice mijloace, cu excepția evenimentelor municipalității: culturale, economice, ştiinţifice, activităţi comerciale.   1. Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate, prin lipirea de afişe, montarea de panouri sau inscripţionarea cu texte publicitare ori altele asemenea, vor putea fi autorizate să circule pe teritoriul localităţii cu condiţia obţinerii avizului pentru publicitate temporară, **și a autorizației de funcționare pentru desfășurarea de activități economice cu caracter temporar în zone publice sau cu acces public, în baza Regulamentului privind organizarea și desfășurarea activităților comerciale și a serviciilor de piață în municipiul Constanța aflat în vigoare la data desfășurării activității,** pe o durată determinată şi pe un traseu stabilit de autoritatea administraţiei publice locale, conform prevederilor conţinute în avizul pentru publicitate temporară. 2. Staţionarea vehiculelor publicitare pe drumurile publice sau în locurile vizibile dinspre acestea este interzisă. 3. Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate, nu vor circula în convoi mai mare de două maşini şi cu o viteză mai mare decât jumătate din viteza admisibilă pe tronsonul de stradă. 4. Circulaţia convoaielor este permisă numai cu ocazia manifestărilor speciale, în baza avizului emis de autorităţile administraţiei publice, cu durata de valabilitate de o zi. Taxele de publicitate se vor achita anterior desfășurării activității. |  |
| **ART. 44** Este permisă utilizarea ca suport pentru afişe/reclame publicitare a mijloacelor de transport în comun, cu condiţia ca prin aceasta să nu fie afectată vizibilitatea călătorilor înspre exteriorul mijlocului de transport. |  |
| **Capitolul VI**  **Sancţiuni**  **ART. 45** Sancțiunile prevăzute în prezentul Regulament se completează cu cele referitoare la nerespectarea prevederilor Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, republicată cu modificările ulterioare, prevederilor Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, cu modificările ulterioare precum și a prevederilor O.G.43/1997 privind regimul juridic al drumurilor, cu modificările ulterioare, care se aplică conform dispozițiilor în vigoare. |  |
| **ART. 46** Nerespectarea prevederilor prezentului Regulament local de publicitate atrage dupa sine răspunderea materială și contravențională, dupa caz, conform Regulamentului local de publicitate sau Legii nr. 185/2013 cu modificările ulterioare privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate. Sancțiunile se pot aplica atât persoanelor juridice cât și fizice. |  |
| **ART. 47**  (1) În condițiile prezentului Regulament constituie contravenție urmatoarele fapte, daca nu au fost savarșite în astfel de condiții încât, potrivit legii, să fie considerate infracțuni:  a) amplasarea mijloacelor de publicitate cu nerespectarea prevederilor prezentului Regulament;  b) utilizarea spațiului publicitar al panoului inainte de recepția la terminarea lucrarilor;  c) inscripționarea reclamelor pe copertinele, umbrelele, marchizele, parasolarele sau alte asemenea structuri amplasate pentru protecția clădirilor, teraselor amplasate în zona centrala sau în zone construite protejate;  d) neîndeplinirea la termenul stabilit a măsurilor dispuse;  e) nerespectarea obligatiei de a afișa la loc vizibil elementele de identificare ale panoului;  (2) Contravențiile prevăzute la alin. (1), savarșite de persoanele fizice sau juridice, se sancțonează dupa cum urmează:  a) cu amendă de la 1.500 lei la 2.500 lei, cele prevazute la lit. a), c) și d);  b) cu amendă de la 1.000 lei la 2.000 lei, cele prevăzute la lit. b) și e). |  |
| **ART. 48** Constatarea contravențiilor și aplicarea sancțiunilor se fac de către primar, imputerniciții primarului și politiștii locali. |  |
| **ART. 49** (1) Împotriva procesului-verbal de constatare se poate face plangere în termen de 15 zile de la data înmânării sau comunicării acestuia.  (2) Plangerea suspendă executarea sancțiunii amenzii, dar nu suspendă măsura dezafectării mijloacelor de publicitate amplasate contrar prevederilor Regulamentului. |  |
| **Art. 50** Prevederile prezentei hotârari se completează cu prevederile Ordonanței Guvernului nr.2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr.180/2002 cu modificările și completările ulterioare. |  |
| **Art. 51** Primarul și organele de control din cadrul autorității administrației publice locale au obligația să urmarească respectarea disciplinei în domeniul urbanismului și al autorizării executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localității și, în funcție de încalcarea prevederilor legale, să aplice sancțiunile. |  |
| **Capitolul VII**  **Reglementări referitoare la modalitatea de achitare a taxelor**  **pentru folosirea mijloacelor de reclamă şi publicitate**  **Art.52**  Operatorii economici/persoanele fizice care desfășoară activitate de afișaj, reclamă și publicitate pe raza teritorial administrativă a municipiului Constanța, au obligația respectării prevederilor hotărârii Consiliului local al municipiului Constanța privind impozitele și taxele locale aplicabilă în perioada când se desfășoară activitatea și achitării taxelor prevăzute de aceasta. |  |
| **Capitolul VIII**  **Dispoziții finale**  **ART. 53**  Prezentul regulament de publicitate asigură, identificarea amplasamentelor aflate pe domeniul public şi privat al municipiului Constanța pe care se pot amplasa mijloace de publicitate, precum şi aducerea acestora la cunoştinţa publicului. |  |
| **ART. 54**  (1) În vederea asigurării respectării prevederilor prezentului regulament local privind amplasarea mijloacelor de publicitate cu situaţia de fapt din teren, Primăria municipiului Constanța prin Direcția Generală Poliția Locală – Serv. Disciplina în construcții și afișaj stradal (bază de date comună Direcția Urbanism cu Direcția Generală Poliția Locală), în termen de 90 de zile de la adoptarea acestuia, vor identifica şi vor notifica proprietarii de mijloace de publicitate a căror amplasare nu mai corespunde cu noile reglementări, astfel:  a) pentru panourile situate pe domeniul public şi privat al statului şi al autorităţilor publice locale, care nu sunt autorizate în conformitate cu prevederile legale sau care au fost amplasate fără respectarea prevederilor legale ori care nu au inscripţionate informaţiile privind denumirea operatorului şi codul de identificare fiscală a acestuia se va dispune dezafectarea;  b) pentru panourile situate pe proprietatea persoanelor fizice sau juridice, care nu au fost autorizate sau care nu au contracte de închiriere valabile ori care nu au inscripţionate informaţiile privind denumirea operatorului şi codul de identificare fiscală a acestuia, se va dispune dezafectarea.   1. Nerespectarea prevederilor obligației de dezafectare și/sau conformare stabilite la alin. (1) lit. a) și b) se sancționează conform prevederilor Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, cu modificările ulterioare. 2. Sancțiunii prevazute la alin. (2) i se aplică in mod corespunzător dispozițiile cap. VI din Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, cu modificarile ulterioare. |  |
| **ART. 55**  În termen de 90 de zile de la adoptarea prezentului regulament privind amplasarea şi autorizarea mijloacelor de publicitate, concomitent cu acţiunile prevăzute la art. 54, se pot demara procedurile de închiriere/concesiune/taxare pentru ocuparea temporară a domeniului public sau aducerea ca aport într-o asociere în participaţie a amplasamentelor identificate pe domeniul public sau privat al unităţii administrativ-teritoriale. |  |
| **ART. 57**  În termen de 30 de zile de la notificarea emisă conform art. 54 alin. (1) lit. a) şi b) autorităţile primăria municipiului Constanța va dispune demolarea mijloacelor de publicitate amplasate contrar prevederilor regulamentului local de publicitate pe cheltuiala proprietarului, cu emiterea autorizaţiei de desfiinţare şi fără sesizarea instanţelor judecătoreşti. |  |
| **ART. 58**   1. Prezentul regulament local de publicitate, delimitarea zonelor de publicitate lărgită şi, respectiv, a zonelor de publicitate restrânsă şi amplasamentelor şi categoriile de mijloace de publicitate admise pentru fiecare dintre zone sunt: 2. elaborate de grupul de lucru conform dispoziție de primar nr.670/27.02.2019, ținând cont de punctele de vedere transmise de către direcțiile de specialitate din cadrul primăriei municipiului Constanța; 3. supuse **consultării operatorilor economici din domeniul publicităţii** respectiv informării populației conform Legii 52/2003 privind transparenţa decizională în administraţia publică, art.7 (1); 4. avizate de către comisiile tehnice de amenajare a teritoriului şi de urbanism constituite în conformitate cu prevederile <LLNK 12001 350 12 2G1 0 18>Legii nr.350/2001 privind amenajarea teritoriului şi urbanismul și HCL nr.283/2016; 5. supus spre aprobare Consiliului local al municipiului Constanța. |  |
| **Art.59** Acolo unde nu dispune sau dispune contrar, prezentul regulament se completează cu prevederile legislației în vigoare. |  |