ROMÂNIA
JUDEȚUL CLUJ
MUNICIPIUL TURDA
CONSILIUL LOCAL

H O T Ă R Â R E A NR. 114

din data de 28.05.2020

privind aprobarea Regulamentului Local de Publicitate al municipiului Turda

Consiliul Local al Municipiului Turda întrunit în ședința ordinară din data de 28.05.2020;

Luând în dezbatere ***proiectul de hotărâre*** privind aprobarea Regulamentului Local de Publicitate al municipiului Turda, elaborat din inițiativa Primarului municipiului Turda, domnul Cristian Octavian Matei;

Având în vedere *raportul de specialitate* al Serviciului Urbanism, Amenajarea Teritoriului și Cadastru nr. 6551/83/ 19.03.2020;

Ținând seama de *avizul* Comisiei de specialitate a Consiliului Local nr. 3 - pentru *ecologie, protecția mediului, urbanism și amenajarea teritoriului, administrarea domeniului public și privat, investiții*;

În conformitate cu prevederile Legii nr. 50/1991 privind autorizarea construcțiilor și unele măsuri pentru realizarea locuințelor - republicată cu completările și modificările ulterioare, ale Legii nr. 350/2001 privind amenajarea teritoriului și urbanismul cu completările și modificările ulterioare, ale Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, cu modificările și completările ulterioare, precum și ale Legii nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică, cu modificările și completările ulterioare;

În temeiul prevederilor art. 129, alin. 1 și alin. 2, lit .c și alin. 6, lit. c, alle art. 139, alin. 1, alin 3, lit. e și ale art. 196, alin. 1, lit. a din O.U.G.R. nr. 57/2019 privind Codul Administrativ, precum și ale Regulamentului de organizare și funcționare al Consiliului Local al municipiului Turda,

H O T Ă R Ă Ş T E :

Art. 1. Se aprobă Regulamentul Local de Publicitate al municipiului Turda, conform Anexei, parte integrantă prezentei hotărâri.

Art. 2. Prezenta hotărâre se comunică prin intermediul Secretarului general al municipiului Turda, în termenul prevăzut de lege, Primarului municipiului Turda, Instituției Prefectului Județul Cluj, precum și Arhitectului Șef, Direcției Economice, Direcției Impozite și Taxe Locale, Direcției Tehnice, Serviciului Urbanism, Amenajarea Teritoriului și Cadastru în vederea ducerii la îndeplinire şi se aduce la cunoştinţa publică prin afişare la sediul Consiliului Local al municipiului Turda şi postare pe pagina de internet www.primariaturda.ro .

PREŞEDINTE DE SEDINŢĂ
Cordiş Lucian

CONTRASEMNEAZĂ
SECRETARUL GENERAL
al municipiului TURDA,
Jr. Mărginean Elena Mihaela

VOTURI: pentru 19
împotrivă -
abţineri -

Numărul total al consilierilor în funcţie este 21.
Numărul consilierilor participanţi la vot este 19.

ROMANIA
JUDETUL CLUJ
MUNICIPIUL TURDA
PRIMARIA
SERVICIUL URBANISM , AMENAJAREA TERITORIULUI ŞI CADASTRU
Nr. 6551/83/ 19.03.2020

RAPORT
privind
Regulament Local de Publicitate al municipiului Turda

OBIECTUL RAPORTULUI: PROIECT DE HOTĂRÂRE privind Regulament Local de Publicitate al municipiului Turda

INIŢIATOR: Primarul municipiului Turda, Cristian Octavian Matei

DATE DESPRE REGULAMENT: Luând în considerare legea nr.154 /29 iunie 2017 pentru modificarea și completarea Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, având în vedere necesitatea adoptării unui Regulament privind organizarea, autorizarea și desfășurarea activității de publicitate în municipiul Turda,

și

în temeiul Codului Administrativ, al Ordonanței nr.2/2001(privind regimul juridic al contravențiilor, Legea 154/29 iunie 2017 pentru modificarea și completarea legii 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, Codul Fiscal cu toate modificările și completările ulterioare, Legea 50/1991 privind autorizarea lucrărilor de construcții actualizată, se propune avizarea Regulament Local de Publicitate al municipiului Turda

PROPUNERE SERVICIU U.A.T.: **se propune avizarea** în Comisia nr.3 a C.L.M.T. Regulament Local de Publicitate al municipiului Turda în forma prezentată de documentele atașate.

Arhitect Şef,
arh. Mihaela VRABETE

ŞEF S.U.A.T.C.,
ing. Marin FÂNTÂNĂ

Vizat S.A.P.L.,

Întocmit -2ex.,
arh. Chevereșan Soran

ROMÂNIA
JUDEŢUL CLUJ
MUNICIPIUL TURDA
PRIMĂRIA

REFERAT DE APROBARE

Obiectul prezentului proiect de hotărâre constă în aprobarea Regulament Local de Publicitate al municipiului Turda

DATE GENERALE :

Având în vedere numeroasele solicitări din partea firmelor de publicitate pentru amplasarea pe domeniul public si privat al municipiului Slatina a unor diverse forme de publicitate exterioară, cât și datorită apariției unor noi acte normative care reglementează diverse aspecte ale autorizării și executării firmelor și reclamelor publicitare, dar și a altor forme de publicitate, se impune elaborarea unui „Regulament Local de Publicitate al municipiului Turda", care să permită atât dezvoltarea liberă a publicității cât și protejarea aspectului urbanistic unitar și civilizat al municipiului.

În vederea obținerii acestui deziderat, este necesar ca autorizarea/avizarea și executarea firmelor și reclamelor publicitare să respecte următoarele principii generale :

- executarea lucrărilor de construire privind firmele și reclamele publicitare să fie permisă numai în baza unei autorizații de construire, emisă în conformitate cu prevederile Legii 50/1991, republicată, cu completările și modificările ulterioare, privind autorizarea executării lucrărilor de construcții;
- firmele și reclamele publicitare trebuie să respecte, atât prin formă cât și prin informația transmisă prin acestea prevederile Legii 185/2013 cu modificările și completările ulterioare, privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate;
- firmele și reclamele publicitare se vor autoriza și executa cu respectarea prevederilor Ordonanței Guvernului nr. 43/1997, republicată, cu completările și modificările ulterioare privind regimul drumurilor precum și a Ordonanței de urgență nr. 195/2002 privind circulația pe drumurile publice;
- firmele și reclamele publicitare se vor autoriza și executa cu respectarea prevederilor Planului Urbanistic General, aprobat prin HCL nr. 296/20.12.2019;
- autorizarea firmelor și reclamelor publicitare ce urmează a fi amplasate pe imobile ce reprezintă clădiri de locuit se va face după obținerea de către solicitant a acordului proprietarilor, în condițiile prevăzute de Legea locuinței nr. 114/1996 cu modificările și completările ulterioare.

PROPUNERE: se propune avizarea în Comisia nr.3 a C.L.M.T. al Regulament Local de Publicitate al municipiului Turda.

PRIMAR,
Cristian Octavian MATEI

Anexă la HCL 114/2020

Regulament

privind organizarea, autorizarea si amplasarea mijloacelor de publicitate pe raza municipiului Turda

CAP. I Dispoziţii generale

Art. 1

1. Prezentul regulament stabileşte cadrul legal care stă la baza exercitării activităţii de amplasare a mijloacelor de publicitate, reclamă şi afişaj, 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 pe raza municipiului Turda.
2. Regulamentul este elaborat în conformitate cu prevederile legale:
   - Legii nr. 185/2013 privind amplasarea şi autorizarea mijloacelor de publicitate, cu modificările şi completările ulterioare
   - Legea nr. 154/2017 privind modificarea şi completarea Legii nr. 185/2013 privind amplasarea şi autorizarea mijloacelor de publicitate
   - Legii nr.50/1991 privind autorizarea lucrărilor de construcţii, cu modificările şi completările ulterioare;
   - Legii nr.148/2000 privind publicitatea, cu modificările şi completările ulterioare
   - Legii nr.227/2015 privind Codul Fiscal, cu modificările şi completările ulterioare
   - Ordonanţei Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravenţiilor, cu modificările şi completările ulterioare
   - Ordonanţei Guvernului nr. 43/1997 privind regimul drumurilor, cu modificările şi completările ulterioare.

Art. 2

1. Prevederile prezentului Regulament se aplică posesorilor de firme, operatorilor de publicitate, precum şi executanţilor de astfel de lucrări ce îşi desfăşoară activitatea pe domeniul public şi/sau privat al municipiului Turda, proprietarilor şi beneficiarilor mijloacelor de publicitate, proprietarilor de imobile pe care sunt amplasate mijloace de publicitate precum şi tuturor persoanelor fizice şi juridice implicate în activitatea de publicitate. – inclusiv instituţiilor de diferite forme (public, privat), organizaţiilor, asociaţiilor, uniunilor, etc...

Art. 3

În înţelesul prezentului Regulament, termenii şi expresiile de mai jos au următoarele semnificaţii:

- **afiş** – mijloc de transmitere temporară a mesajelor publicitare, culturale, comerciale, politice, de instructaj şi altele asemenea, imprimat pe suport hârtie sau pe folie sintetică şi expus public pe termen limitat conf. autorizaţiei;
- **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, formate din elemente de construcţie în sistem mobil şi demontabil.
- **acord temporar** - 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 fundație, formate din elemente de construcție în sistem mobil și demontabil.

- **banner** – suport pentru mesajul publicitar confecționat din folie sintetică sau din material textil, în mod obișnuit cu formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice;
- **calcan** – fațadă fără goluri a unei construcții, situată pe limita de proprietate laterală sau posterioară, destinată de regulă să fie acoperită de zidul asemănător al unei clădiri vecine;
- **clădire aflată în stare de deteriorare** – clădire care prezintă deteriorări ale fațadelor și/sau ale elementelor decorative ale acestora, de natura crăpăturilor, exfolierilor, desprinderilor, dezvelirilor de pe suportul constructiv.
- **ecran publicitar** – ecran cu LED-uri, LCD sau altele asemănătoare, pe care se rulează grafică, spoturi și altele asemenea, cu conținut dinamic și de dimensiuni variabile;
- **firmă** – orice inscripție, formă sau imagine atașată unei clădiri, cu referire la un operator economic sau la o activitate care se desfășoară în interiorul clădirii; ori la diferite forme de instituții , asociații
- **Firma** - Elementul constructiv aplicabil pe clădire sau independent, pe care se inscripționează date de identificare a unei instituții publice, societăți comerciale, fundații, denumirea comercială, obiectul de activitate sau orice alt text specific, sub care o persoană fizică sau juridică își exercită activitatea într-o clădire sau într-o incintă.cf L50/91
- **incintă** –spațiul închis în interiorul unei construcții/terenuri private și suprafața de teren aferentă, înconjurată din toate părțile de construcții, cu respectarea prevederilor art. 3, lit. g din Legea nr.185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate.
- **indicator publicitar direcțional** (panou direcțional) – înscris, formă ori imagine care indică o direcție, proximitatea unui obiectiv sau a unei clădiri unde se desfășoară o anumită activitate. În aceeași categorie se includ bannerul vertical, caseta luminoasă, tăbliță indicatoare, toate de mici dimensiuni, fixate prin prinderi speciale pe clădiri, stâlpi și altele asemenea;
- **mesh** – suport pentru mesajul publicitar confecționat din material sintetic perforat, cum ar fi plasa fină, de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri;
- **mesh digital** – suport publicitar de mari dimensiuni expus pe suprafața exterioară a unui imobil și care folosește modul electronic de afișare a reclamei.
- **mijloace de publicitate** – ansamblu de elemente constructive (suporturi publicitare, mesh-uri, ecrane publicitare) folosite în scopul prezentării unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste ori a unui eveniment;
- **panou publicitar mobil** – panou publicitar de dimensiuni reduse, amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate;
- **panou publicitar** – structură provizorie folosită pentru afișarea unui mesaj publicitar;
- *panou tip city light* – panou de tip casetă luminoasă, de dimensiuni mici și iluminare din interior (ex. cu tuburi de neon);
- *panou tip backlit* – panou publicitar cu una/două fețe de expunere realizate din profile de metal (ex. oțel) cu rame metalice (ex. din tablă ambutisată), cu sistem de întindere a posterelor și iluminare din interior (ex. cu tuburi de neon);
- *panou tip unipol* – structură de rezistență care se amplasează pe suport propriu – un singur stâlp de susținere din țeavă metalică- la o înălțime față de sol mai mare de 5m;
- *tv screen* – panou publicitar electronic pentru transmiterea de mesaje publicitare prin afișarea spotului publicitar în format video
- **proiect publicitar special** – construcție provizorie atipică, creată special în scopul promovării unui produs, a unui serviciu sau eveniment și care nu are în alcătuirea sa elemente de fundație și/sau structuri publicitare clasice;
- **promovare** – ansamblu de activități și mijloace folosite pentru a difuza un produs sau serviciu pe piață;
- **publicitate** – totalitatea modalităților și instrumentelor specifice utilizate pentru a facilita cunoașterea și aprecierea de către consumatori a anumitor produse, servicii sau pentru a informa publicul asupra unor evenimente, a destinației unor spații, lansări de produse, deschideri de magazine și altele asemenea, precum și orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste având ca scop promovarea vânzării de bunuri și servicii, de drepturi și obligații;

- **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;
- **publicitate pe vehicule** – publicitate realizată prin lipirea de afişe, montarea de panouri sau vopsirea vehiculelor în scopuri publicitare;
- **publicitate stradală** (outdoor) – publicitate efectuată în spaţii deschise, în exteriorul clădirilor;
- **publicitate temporară** – publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestaţii culturale sau sportive, precum şi pentru acţiuni de promovare de produse sau activităţi;
- **reclamă publicitară** – 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;
- **steag publicitar** – piesă de stofă, pânză sau material plastic ataşată la un suport lance, catarg sau stâlp, purtând culori, embleme, simboluri sau mesaje publicitare;
- **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.
- **totem** –structură publicitară verticală, luminoasă sau nu, sprijinită pe sol, prin intermediul căreia se realizează publicitate în nume propriu;
- **totem publicitar** – structură constructivă sub formă de coloană inscripţionată cu texte şi elemente grafice prin care o persoană fizică/juridică îşi identifică activitatea, amplasată în dreptul spaţiului pe domeniul public şi numai pe perioada în care îşi desfăşoară activitatea, fără a perturba activitatea altor agenţi economici, şi profilul transversal al străzii permite circulaţia fluentă atât pietonal cât şi rutier;
- **suprafaţă vitrată** – element constructiv care permite luminarea naturală a unui spaţiu interior, dar si comunicarea vizuală exterior/interior;
- **sticlă sablată** – sticlă cu aspect îngheţat;
- **prisma** – element constructiv mărginit de feţe plane, egale şi paralele care formează cele două baze, iar celelalte, în formă de paralelogram, formează feţele laterale;
- **construcţii cu caracter provizoriu** - Construcţiile autorizate ca atare, indiferent de natura materialelor utilizate, care, prin specificul funcţiunii adăpostite ori datorită cerinţelor urbanistice impuse de autoritatea publică, au o durată de existenţă limitată, precizată şi prin autorizaţia de construire. De regulă, construcţiile cu caracter provizoriu se realizează din materiale şi alcătuiri care permit demontarea rapidă în vederea aducerii terenului la starea iniţială (confecţii metalice, piese de cherestea, materiale plastice ori altele asemenea) şi sunt de dimensiuni reduse. Din categoria construcţiilor cu caracter provizoriu fac parte: ..., locuri de expunere situate pe căile şi în spaţiile publice, corpuri şi panouri de afişaj, firme şi reclame, ... Realizarea construcţiilor provizorii se autorizează în aceleaşi condiţii în care se autorizează construcţiile definitive.

CAP. II Aprobarea executării/dezafectării 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 emise în condiţiile Legii 50/1991 din 29 iulie 1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcţii, republicată, cu modificările şi completările ulterioare.
2. În autorizaţia de construire, emitentul va include în mod obligatoriu precizări privind obligaţiile care decurg din caracterul provizoriu şi durata de existenţă limitată a mijlocului de publicitate autorizat, inclusiv precizări privind termenul de încetare a funcţionării acestuia.
3. Amplasarea de mijloace de publicitate pe schelele montate pe faţadele construcţiilor noi, aflate în diferite faze de execuţie, sau ale celor existente, aflate în reparaţie, ori pe elementele de împrejmuire a şantierului, inclusiv pe utilajele folosite la lucrările de construcţie, se face cu condiţia autorizării

amplasării acestora împreună cu lucrările privind organizarea executării lucrărilor de construcții, sau ulterior, pentru o perioadă mai mică sau cel mult egală cu durata autorizată a organizării de șantier.

4. Proprietarii imobilelor care și-au dat acordul pentru amplasarea mijloacelor de publicitate sunt obligați, în condițiile alin. (1), să solicite executantului construcției suportului publicitar autorizația de construire și să permită executarea lucrărilor numai în baza acesteia , emisă în condițiile alin(1). Proprietarii imobilelor și investitorii răspund de asigurarea cerințelor fundamentale de calitate conform Legii 10/1995 privind calitatea în construcții, republicată.
5. Nu se emite autorizație de construire pentru amplasarea de mijloace publicitare pe construcții edificate fără autorizație de construire sau cu nerespectarea autorizației de construire sau construcții la care au fost făcute intervenții neautorizate
6. În cazul în care nu este necesară eliberarea autorizației de construire, amplasarea mijloacelor de publicitate mai sus menționate, se face cu respectarea procedurii prevăzute pentru acordul pentru publicitate temporară.

Art.5

Autorizarea și avizarea mijloacelor de publicitate-acte necesare

I. Autorizarea mijloacelor de publicitate

1. Certificatul de urbanism – actele necesare împreună cu cererea tip se vor depune conform Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții cu modificările și completările ulterioare.

Certificatul de urbanism – este actul de informare, prin care solicitantului i se fac cunoscute condițiile necesare autorizării, inclusiv lista avizelor și acordurilor. Se eliberează solicitantului (persoană fizică sau juridică) în baza unei documentații compuse din:

- cerere tip completată cu elementele de identificare ale beneficiarului, cu precizarea scopului solicitării actului
- plan de încadrare în zonă
- plan de situație la scara 1:500 sau, pe care va fi marcat vizibil amplasamentul propus și cotat față de repere fixe identificabile
- fotografii fațade situație existentă – pentru amplasare mijloace de publicitate
- grafica reclamei, precum și desfășurată stradală cu simulare fotografică, din care să rezulte culorile folosite, dimensiunile, materialele din care se va executa, precum și poziționarea mijlocului publicitar, inclusiv în raport cu alte mijloace publicitare existente pe același suport și în vecinătate
- documentul de plată a taxei pentru eliberarea certificatului de urbanism (copie)

2. Avize necesare conform certificatului de urbanism;
3. În zonele construite protejate autorizarea lucrărilor se va face cu obținerea în prealabil a Avizului DJCCPC, care poate impune restricționări suplimentare în situații particulare, atipice.
4. Autorizația de construire – actele necesare împreună cu cererea tip se vor depune conform Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții cu modificările și completările ulterioare.

Autorizația de construire – este actul administrativ care permite amplasarea mijloacelor de publicitate. Se eliberează solicitantului (de regulă deținătorului unui titlu asupra imobilului, teren sau construcție), în baza unei documentații compuse din:

- cerere tip completată cu elementele de identificare ale beneficiarului, cu precizarea scopului solicitării actului
- act doveditor pentru dreptul de folosință al imobilului
- certificat de urbanism (copie) aflat în termen de valabilitate
- avizele și acordurile solicitate prin certificatul de urbanism
- documentația tehnică întocmită conform legii (care trebuie sa conțină: memoriu tehnic, grafica reclamei, detalii de prindere, foto/desfășurată stradală/întreaga fațadă a imobilului, simulare fotografică înainte și după amplasare sau desfășurată stradală/întreaga fațadă cu simularea fotografică, din care să rezulte culorile folosite, dimensiunile, materialele din care se va executa, precum și poziționarea mijlocului publicitar, inclusiv în raport cu alte mijloace publicitare existente pe același suport și în vecinătate, în mod obligatoriu planșe desenate cu întreaga fațadă a imobilului și pe care vor fi reprezentate detaliat toate elementele prezente (arhitecturale, alte firme, inscripții, firide de branșament la utilități etc)-3 ex.
- documentele, avizele și acordurile solicitate prin certificatul de urbanism
- documentul de plată a taxei pentru eliberarea autorizației de construire

- dovada depunerii declarației de impunere pentru stabilirea taxei de afișaj în scop de reclamă și publicitate, cu excepția operatorilor de publicitate

II. Acordul pentru publicitate temporară

Acordul pentru publicitate temporară este actul care permite amplasarea sistemelor publicitare (panouri publicitare mobile, afișe, postere, mesh-uri, easy change-uri, standuri publicitare, etc) folosite ca mesaj în cadrul unor campanii publicitare pentru activitățile de promovare pe termen scurt, care se desfășoară pe domeniul public sau privat (festivaluri, târguri, expoziții, lansări de produse, distribuiri de mostre și tipărituri, manifestări cu ocazia unor evenimente speciale cu caracter social, politic, cultural – distractiv, comercial, turistic, sportiv, etc) strict pe perioada campaniilor. Se eliberează solicitantului (persoană fizică sau juridică), în baza unei documentații.

1. În vederea obținerii acordului pentru publicitate temporară, se va depune:
   - cererea tip (completata cu elementele de identificare ale beneficiarului, cu precizarea scopului solicitării actului),
   - plan de situație/plan de încadrare in zonă, pe care va fi marcat vizibil amplasamentul propus și cotat față de repere fixe identificabile,
   - grafica reclamei, precum și suport foto cu simularea mijlocului de publicitate solicitat din care sa rezulte culorile folosite, dimensiunile si materialele din care se executa, precum și poziționarea mijlocului publicitar, inclusiv în raport cu alte mijloace publicitare existente pe același suport și în vecinătate,
   - memoriu tehnic explicativ cu precizarea tipului de mijloc de publicitate dorit, acordul proprietarilor spațiului/terenului/locației – după caz, pe care va fi amplasat sistemul publicitar, acordul de funcționare (dacă este cazul),
   - documentele de plată pentru emiterea acordului de publicitate temporară: taxa de reclamă (cu excepția operatorilor de publicitate) și taxa de ocupare a domeniului public în situația în care activitatea de promovare se desfășoară pe domeniul public sau privat al municipiului Turda.

   Termenul de eliberare a avizului pentru publicitate temporara este de 5 zile lucrătoare de la data înregistrării cererii si va fi eliberat pentru orice solicitant (persoana fizică / juridică) in baza actelor enumerate anterior.

Art.6

1. În cazul expirării termenului de autorizare provizorie a construcției publicitare, conform prevederilor art. 4 alin. (2), iar acest termen nu a fost prelungit, proprietarul suportului publicitar și cel al imobilului, pe care este amplasată construcția-suport, sunt obligați, sub sancțiunea legii, să desființeze construcția-suport pentru mijlocul de publicitate și să aducă imobilul la starea inițială, pe cheltuială proprie.
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 desființat, în termen de cel mult 30 de zile primarul municipiului Turda va dispune desființarea construcției-suport pentru mijlocul de publicitate provizoriu, pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate pe care aceste construcții provizorii sunt amplasate, fără a se emite autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor de judecată.
3. Procedura prevăzută la alin. (2) poate fi declanșată din oficiu de către primar, de către Inspectoratul de Stat în Construcții sau la solicitarea deținătorului legal al imobilului.
4. Cheltuielile rezultate ca urmare a acțiunilor prevăzute la alin. (2) sunt în sarcina proprietarului construcției și vor fi recuperate ulterior de la acesta, în condițiile legii.
5. Proprietarii mijloacelor de publicitate au obligația de a lua măsurile necesare pentru întreținerea și repararea acestora, ori de câte ori este necesar.
6. Sistemele de ancoraj ale mijloacelor de publicitate amplasate pe construcții existente sunt supuse inspecțiilor obligatorii privind urmărirea comportării în timp a construcțiilor pentru care, periodic, dar nu mai puțin de o dată la 2 ani, un specialist tehnic atestat ca expert pentru cerința rezistență mecanică și stabilitate va întocmi un raport tehnic de inspecție care, prin grija proprietarului, va fi comunicat inspectoratului județean în construcții în a cărui arie teritorială este situată construcția, 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 art. 35 din Legea nr. 10/1995 privind calitatea în construcţii, republicată, pot constitui infracţiuni."

Art.7

1. Primarul municipiului Turda, la cererea solicitanţilor, emite acorduri pentru aprobarea amplasării mijloacelor de publicitate temporare pe pământ, 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 unităţii administrativ-teritoriale ori pe proprietatea privată a persoanelor fizice şi/sau juridice, în condiţiile prezentului Regulament.
2. Aprobarea pentru construcţia mijlocului de publicitate temporară, potrivit dispoziţiilor alin.(1) , se poate da pentru o perioadă de cel mult 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, în caz contrar primarul municipiului Turda va proceda potrivit prevederilor art. 6 alin. (2).

CAP. III Condiţii generale de amplasare a mijloacelor de publicitate

Conf. L185/2003 cap II art.8 se definesc prin HCL: regulamentul local de publicitate, cuprinzând inclusiv delimitarea în cadrul teritoriului administrat, a zonelor de publicitate lărgită şi, respectiv, a zonelor de publicitate restrânsă, în corelare cu documentaţiile de urbanism aprobate. Prin prezentul regulament local de publicitate se stabilesc, pe zone, atât amplasamentele, cât şi categoriile de mijloace de publicitate admise pe zonele respective.

Zonele de publicitate

Zonele de publicitate restrânsă sunt zone din localitate în care se impun restricţii speciale sau/şi sunt permise numai anumite categorii de mijloace de publicitate astfel încât prin dimensiuni, formă sau amplasare să nu altereze caracteristicile arhitecturale şi ambientale ale zonei.

Zonele de publicitate restrânsă sunt, dar fără a se limita la acestea: zonele construite protejate stabilite prin documentaţiile de urbanism aprobate în condiţiile legii, centrele istorice ale localităţilor, 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.

Zonele de publicitate lărgită sunt zone în care pot fi amplasate toate categoriile de mijloace de publicitate. Pentru zonele de publicitate lărgită, potrivit regulamentelor locale de publicitate sau prezentei legi, autorităţile administraţiei publice locale au obligaţia ca, prin autorizaţiile de construire emise şi/sau aprobările date, să asigure coerenţa imaginii urbane.

Art.8

1. Pe raza municipiului Turda, sunt delimitate următoarele zone de publicitate:

Zona de publicitate restrânsă:
– Zona de publicitate restrânsă ultracentrală – ZPR1 – Anexa
– Zona de publicitate restrânsă – ZPR 2 cuprinde zona centrală protejată

- Ansamblul istoric de secol XVIII-XIX,
- zone de protecţie ale monumentelor istorice
- monumentelor de for public
- monumentelor naturii

- zonele de protecție ale obiectivelor cu valoare arhitecturală și/sau ambientală deosebită.

2. Zona de publicitate lărgită (ZPL)-reprezintă întregul teritoriu administrativ al municipiului Turda, cu excepția zonei de publicitate restrânsă prevăzută la litera a).
3. Pentru zonele prevăzute la alin. (1), categoriile de mijloace de publicitate sunt stabilite în Anexa a prezentului Regulament.
4. În cadrul zonelor de publicitate restrânsă autoritatea publică locală poate delimita spații în care este interzisă amplasarea mijloacelor de publicitate, cu excepția firmelor. În aceste spații, forma și dimensiunea firmelor vor fi avizate de către arhitectul șef și/sau persoana cu atribuții de urbanism din cadrul unității administrativ-teritoriale.
5. Pentru zonele de publicitate lărgită, potrivit prezentului Regulament, autoritatea administrației publice locale are obligația ca, prin autorizațiile de construire emise și/sau aprobările date, să asigure coerența imaginii urbane.

Art.8.1

1. Zona de publicitate restrânsă este delimitată conform P.U.Z. Zona centrală
2. În centrul istoric (delimitat conform LMI 2004) al municipiului Turda este interzisă amplasarea mijloacelor de publicitate, cu excepția firmelor, publicității temporare, steagurilor publicitare pe catargele existente și a totemurilor proprietatea municipiului Turda.

Art.8.2

Zonele de publicitate lărgită sunt zonele delimitate conform **P.U.Z. Zona centrala**, aprobat cu HCL, conform Anexei . În aceste zone sunt admise categorii de mijloace de publicitate detaliate in Anexa

Art.8.3

1. Amplasamentele aflate în proprietatea unității administrativ teritoriale Turda, destinate montării mijloacelor de publicitate vor fi închiriate/concesionate prin licitație publică organizată în condițiile legii. Licitațiile pentru amplasamentele prevăzute la alin.(l) se organizează pe zone de publicitate sau/și tipuri de mijloace de publicitate, stabilite in conformitate cu prevederile art. 8 a prezentului regulament local de publicitate. Amplasamentele din Anexa vor fi scoase la licitație numai în măsura în care respectă regulile de amplasare din lege și prezentul regulament.
2. Municipiul Turda asigură accesul nediscriminatoriu al tuturor operatorilor de publicitate la utilizarea amplasamentelor stabilite prin prezentul regulament local de publicitate, conform anexei nr. 4.

CAP. IV Reguli generale privind amplasarea mijloacelor de publicitate

Art. 9

1. Amplasarea mijloacelor de publicitate se poate face atât pe domeniul public sau privat al statului și al unității administrativ-teritoriale, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, cu acordul acestora și cu respectarea prevederilor legale în vigoare, precum și a prezentului regulament.
2. Amplasamentele destinate amplasării mijloacelor de publicitate care aparțin domeniului public sau privat al municipiului Turda sunt prevăzute în Anexa la prezentul Regulament. Autoritatea administrației publice locale va atribui amplasamentele prin licitație publică organizată în conformitate cu prevederile legale, cu obținerea în prealabil a certificatului de urbanism și a avizelor de amplasament.
3. Concesionarea, închirierea sau asocierea în participație a amplasamentelor și a mijloacelor de publicitate se va face de către autoritatea administrației publice locale în condițiile prezentului Regulament.
4. Unitatea administrativ-teritorială este obligată să organizeze procedura privind atribuirea prin concesionare, închiriere sau asociere în participație a amplasamentelor și mijloacelor de publicitate stabilite prin regulamentul local de publicitate, pe zone de publicitate și/sau tipuri de mijloace de publicitate, cu respectarea procedurilor legale privind atribuirea contractelor de achiziție publică.

5. 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.
6. Primarul municipiului Turda 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 60 de zile
7. 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.
8. 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.

Art.10

1. Amplasarea mijloacelor de publicitate este interzisă în următoarele situaţii:
    1. în ariile naturale protejate de interes naţional şi internaţional, cu excepţia intravilanelor incluse în acestea;
    2. în spaţii verzi cu caracter ornamental sau cu valoare deosebită;
    3. în locurile de joacă sau locurile de odihnă situate în zona blocurilor de locuinţe colective;
    4. 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;
    5. pe arbori;
    6. pe zona carosabilă a străzilor şi a drumurilor, indiferent de categoria acestora;
    7. pe obiectele de artă monumentală şi monumentele de for public;
    8. pe monumentele istorice, cu excepţia firmelor care anunţă activitatea ce se desfăşoară în interiorul clădirii şi a mesh-urilor de pe schele amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/ restaurare în condiţiile prezentului Regulament;
    9. 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;
    10. în incinta şi pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcaşurilor de cult, troiţelor, scuarurilor, parcurilor şi grădinilor publice;
    11. în zonele în care a fost restricţionată sau interzisă publicitatea prin prezentul Regulament.
    12. 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;
    13. pe parapetele şi/sau pereţii pasajelor rutiere subterane şi supraterane ori sub poduri;
    14. 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;
    15. 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.
    16. pe lucrările de artă care traversează drumul, pe protale cu semnalizare rutieră sau în soluţii independente auto portante în traversarea drumului.
    17. pe faţadele cu sau fără ferestre, ale clădirilor, dacă acestea sunt prevăzute cu elemente/materiale decorative/încrustaţii decorative/forme stilizate în vederea obţinerii unui efect decorativ, astfel

că prin amplasarea mijlocului publicitar se distorsionează imaginea urbană a clădirii, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii

18. pe împrejmuirile imobilelor;
19. la mai puțin de 50,00 m față de intersecțiile semaforizate - măsurată de lângă semafor, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii;

2. Pentru nealterarea imaginii urbane și a calității spațiului public, publicitatea realizată prin amplasarea de materiale publicitare de orice natură pe imobile – fațade, calcane, acoperișuri, terase- sau pe împrejmuiri este interzisă.
3. Se interzice inscripționarea de texte publicitare direct pe împrejmuiri, geamuri, zidurile imobilelor, stâlpilor de orice fel, trotuarelor sau aleilor prin diverse metode grafice.
4. (a) În toate zonele din municipiul Turda se interzice acoperirea cu orice mijloc de publicitate (material colant, grafică pictată sau orice alte mijloace publicitare de afișaj) a suprafețelor vitrate ale clădirilor. Acestea se pot realiza doar în interiorul spațiului in care se desfășoară activitatea pe sisteme de afișare de tip panou, care pot fi suspendate de elementele structurale ale spațiilor comerciale, sau cu rame cu sistem click.
   (b) Se interzice inscripționarea reclamelor pe copertine/ parasolare/umbrele sau alte asemenea structuri în zona de publicitate restrânsă (ZPR).
5. Se interzice amplasarea, interior sau exterior, a oricărui mijloc publicitar care obturează integral sau parțial, vizibilitatea în interiorul unui spațiu, la mai puțin de 30cm de la suprafața sticlei.
6. Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate cu lumină pulsatorie/intermitentă și a ecranelor publicitare. Pentru mijloacele publicitare luminoase, cu iluminare constantă ca intensitate, intensitatea luminii se va regla astfel încât aceasta să nu deranjeze, sau funcționarea acesteia va fi întreruptă între orele 20.00 - 8.00;
7. Prin derogare de la alin.6 se pot amplasa ecrane publicitare numai în zona de publicitate lărgita ZPL. Amplasarea acestora se va face în baza acelorași reguli ca pentru celelalte mijloace publicitare de pe zona ZPL;
8. Se interzice amplasarea și utilizarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică.
9. Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate care prin formă, conținut, dimensiuni și culori în combinații specifice pot fi confundate cu mijloacele de semnalizare rutieră sau împiedică vizibilitatea acestora, precum și a indicatoarelor de orientare și informare.
10. În situația în care pe fațada sau pe calcanul unei clădiri sunt amplasate mai multe mijloace de publicitate în afară de firme, acestea vor fi realizate în mod unitar, fiind obligatoriu de același tip si de aceleași dimensiuni, fiind încadrate simetric pe fațada sau pe calcanul respectiv.

Art.11

1. Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate la o distanță mai mică de 2,00 m față de limita de proprietate a imobilelor sau terenurilor private ale persoanelor fizice și/sau juridice, fără acordul scris al proprietarilor, și numai dacă, prin această amplasare, nu se afectează accesul și utilizarea fără îngrădire a proprietății și/sau nu se estompează în niciun fel vizibilitatea din și înspre proprietate.
2. Amplasarea mijloacelor de publicitate la o distanță mai mică de 25,0 m față de monumentele istorice clasate, monumentele de arta si for public se va realiza doar cu acordul proprietarilor acestor imobile, cu avizele solicitate de administrația publică locală, inclusiv avizul Ministerul Culturii – Direcția pentru Cultura si Patrimoniul National al județului Cluj, astfel încât să nu afecteze utilizarea acestora.
3. Orice lucrare ce implica restricții de circulație pe drumurile publice se dispune de către administratorul drumului public numai cu avizul politiei rutiere.
4. Lucrările care implica restricții de circulație reprezintă orice acțiuni efectuate de un executant sau prestator de servicii pe platforma, in zona de siguranță a drumului public sau pe trotuare, de natura a afecta desfășurarea normala a traficului rutier sau pietonal in zona de execuție.
5. La amplasarea panourilor publicitare se vor avea in vedere si prevederile legislației privind amplasarea construcțiilor față de drumurile publice.

3. Condiţii de amplasare a mijloacelor de publicitate pe domeniul public
    1. Pentru toate tipurile de amplasamente destinate montării mijloacelor de publicitate se vor încheia contracte intre solicitant si proprietar, cu respectarea prezentului regulament.
    2. Amplasamentele aflate în proprietatea sau în administrarea municipiului Turda destinate montării mijloacelor de publicitate vor fi închiriate/concesionate prin licitaţie publică organizată în condiţiile legii.
    3. Licitaţiile pentru amplasamentele prevăzute la alin. (1) se organizează pe zone de publicitate sau/si tipuri de mijloace de publicitate, stabilite în conformitate cu prezentul regulament local de publicitate.
    4. Se va asigura accesul nediscriminatoriu al tuturor operatorilor de publicitate la utilizarea amplasamentelor stabilite prin prezentul regulament local de publicitate.

Art. 12

1. În scopul asigurării siguranţei cetăţenilor şi integrităţii bunurilor, operatorii de publicitate vor realiza mijloacele publicitare cu materiale şi sisteme constructive care respectă prevederile legale privind calitatea în construcţii.
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 şi numărul autorizaţiei de construire.
3. Proprietarii mijloacelor de publicitate au obligaţia de a lua masurile necesare pentru întreţinerea si repararea acestora, ori de cate ori este necesar.

CAP. V Avizarea şi autorizarea mijloacelor de publicitate

Reguli specifice pentru categoriile de mijloace de publicitate

Secţiunea I
Reguli generale privind amplasarea firmelor

Art.13

Firmele se vor amplasa cu respectarea regulamentului local de urbanism aferent fiecărei unităţi teritoriale de referinţă unde se încadrează imobilul.

Categorii de firme:
(a) firme aferente activităţilor de comerţ en detail
(b) firme aferente activităţilor de alimentaţie publică
(c) firme aferente serviciilor cu acces public
(d) firme aferente serviciilor profesionale
(e) firme aferente serviciilor manufacturiere
(f) firme aferente instituţiilor publice sau de interes public
(g) firme aferente societăţilor comerciale

Art. 14

Reglementări de ordin general

1. Firmele anunţă o activitate, ele nu pot cuprinde elemente ce se constituie ca reclamă pentru un produs sau marcă. Conţinutul textului poate include doar denumirea activităţii, numele firmei şi eventuale elemente reglementate prin acte normative ale autorităţii publice.

2. Firmele se amplasează numai la nivelul parterului, în zona de fațadă efectiv aferentă spațiilor ocupate de activitatea respectivă. Prin excepție, pentru instituțiile publice sau de interes public și societățile comerciale care ocupă un întreg imobil, se pot dispune firme în partea superioară a fațadei, în zona / deasupra ultimului nivel.

1. Firmele se amplasează pe fațadele clădirilor sau în locuri special amenajate, după cum urmează:

a) pe clădirile de locuit având spații cu altă destinație la parter sau mezanin, se amplasează numai pe porțiunea de fațadă corespunzătoare acestor spații sau pe parapetul plin si continuu al primului etaj, unde este cazul, cu acordul proprietarilor;

b) copertinele pe care se inscripționează o firmă vor fi amplasate la minimum 2,50 m înălțime față de nivelul trotuarului si vor ieși din planul fațadei maximum 1,50 m; ele vor păstra o distanță de minimum 1,00 m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de limita interioară a plantației de aliniament;

c) în cazul amplasării firmelor pe aticul clădirilor de locuințe colective sau pe parapetul plin al etajului I, după caz, firmele nu vor depăși dimensiunile elementelor constructive-suport;

d) în cazul apartamentelor în care se derulează activități cu caracter temporar situate în clădiri de locuințe colective, firmele aferente se amplasează la parterul clădirii, cu acordul proprietarilor afectați.
2. În situația prevăzută la alin.(l) lit. e), firmele se amplasează astfel:
a) in zona scării de acces corespunzătoare, dacă apartamentul este situat la alte niveluri decât la parter sau demisol;
b) fără a depăși limita spațiului respectiv, dacă apartamentul este amplasat la parter sau demisol.

e) Pe fațada spațiilor comerciale de la parterul imobilelor de locuit se pot amplasa, alături de firme, si alte mijloace de publicitate cu respectarea prevederilor referitoare la autorizarea si executarea firmelor.

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

3. pentru activități ce nu ocupă spații adiacente fațadei, la parterul imobilelor, pot fi dispuse doar firme sub forma unor plăci gravate / inscripționate, cu suprafața maximă de 1200 cmp, în zona accesului în clădire. In cazul în care într-un imobil se desfășoară în asemenea condiții mai multe activități, firmele se vor grupa într-un pachet și standardiza.

4. pentru o activitate se va putea amplasa o singură firmă. Prin excepție, în cazul imobilelor de colț se pot amplasa firme pe fațadele aferente ambelor străzi. In situațiile în care e posibilă dispunerea firmei în partea superioară a fațadei, o a doua firmă poate fi dispusă la nivelul parterului.

5. firmele se vor dispune într-un plan paralel cu fațada, distanțat de aceasta cu maximum 15 cm. E interzisă dispunerea firmelor perpendicular pe fațadele imobilelor.

6. firmele vor fi corelate cu arhitectura fațadelor, ce pot impune restricții importante privind poziția, dimensiunile și designul acestora. Vor avea dimensiuni adaptate spațiului disponibil pe fațadă. Nu vor putea altera sau intra în contradicție cu detaliile / expresia arhitecturală a clădirii. Se interzice amplasarea acestora pe elemente proeminente ale fațadelor (balcoane, logii, console, pilaștri, ancadramente, cornișe profilate etc), pe porțile de acces în imobile, pe ferestre sau vitrine, pe calcane, pe acoperișe / terase.

7. ca elemente importante în definirea imaginii urbane, firmele vor avea un design de bună calitate și vor fi realizate din materiale adecvate, rigide; nu se acceptă firme din materiale fără durabilitate (pânză, poliplan, carton).

8. firmele nu pot fi dispuse pe domeniul public.

9. firmele se amplasează numai pe porțiunea de fațadă din care face parte spațiul in care se desfășoară activitatea, de regulă deasupra accesului – încadrată simetric, fără a depăși suprafața stratului suport de prindere;

10. La amplasarea firmelor pe aticul (parapetul/registrul plin de peste parter) al unei clădiri, se va întocmi un proiect unitar care va studia amplasarea tuturor mijloacelor publicitare pe întreaga lungime a clădirii, precum și materialele de finisaj propuse pentru tratarea unitară a elementului arhitectural - suport al mijloacelor publicitare. Înălțimea mijloacelor publicitare propuse va fi aceeași. Forma și dimensiunile

semnalisticii vor fi avizate în cadrul şedinţelor CTATU în baza unei documentaţii tehnice întocmită de arhitect cu drept de semnătură, eventual în colaborare cu designer atestat.

11. În situaţia în care clădirea intră în proces de reabilitare a faţadei, reamplasarea semnalisticii se va face după finalizarea lucrărilor de reabilitare, în baza unui studiu de faţadă, parte integrantă din documentaţia tehnică de autorizare a lucrarilor de reabilitare, sau avizat în cadrul şedinţelor CTATU în baza unei documentaţii tehnice întocmită de arhitect cu drept de semnătură, eventual în colaborare cu designer atestat. În caz contrar, pentru semnalistica reamplasată fără respectarea condiţiilor menţionate, primarul va dispune desfiinţarea, pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate pe care această semnalistică este amplasată, fără a se emite autorizaţii de desfiinţare şi fără sesizarea instanţelor de judecată.
12. În situaţia în care agenţii economici, persoane fizice sau juridice, doresc sau sunt obligaţi prin legislaţia specifică activităţii, să fie împiedicată vizualizarea prin suprafeţele vitrate, a activităţilor care se desfăşoară în locaţia respectivă, se acceptă folosirea sticlei sablate sau acoperirea sticlei cu folie imitaţie de sticlă sablată.
13. firmele tip "Totem" se pot amplasa numai în zona/dreptul spaţiului destinat activităţii care face obiectul publicităţii, fără a perturba activitatea altor agenţi economici, şi profilul transversal al străzii permite circulaţia fluentă atât pietonal cât şi rutier, şi nu vor folosi în alcătuirea lor lumina dinamică sau intermitentă. Amplasarea acestor firme se va face numai după obţinerea autorizaţiei de construire şi depunerea declaraţiei fiscale pentru taxă amplasare totem publicitar şi stabilirea taxei pentru afişaj în scop de reclamă şi publicitate.
14. La montarea/demontarea firmelor, proprietarii acestora au obligaţia să aducă faţada clădirii la starea iniţială, prin înlăturarea amprentelor firmelor şi reparaţii ale zonei de montare, inclusiv rezugrăvirea locală şi readucerea la aspectul iniţial.

Art. 15

Reglementări specifice pentru activităţile de comerţ en detail, de alimentaţie publică, pentru serviciile cu acces public:

1. Firmele vor fi, de regulă, elemente unicat, adecvate contextului urban în care sunt amplasate (zone istorice, comerciale, rezidenţiale etc)
2. Dimensiunea firmelor / a corpurilor de literă va fi de natură a le face lizibile de la o distanţă de 50 m (h: 15 – 40 cm).
3. În zona de publicitate restrânsă (ZPR1 şi ZPR2) firmele vor fi alcătuite din text / litere şi simboluri grafice (nonfigurative – logouri, sigle) **independente**, montate individual pe faţadele clădirilor. Prin excepţie, în situaţiile în care arhitectura clădirilor include elemente constructive dedicate firmelor, cu o anumită specificitate, acestea se vor utiliza ca atare.
4. Firmele vor fi luminoase / iluminate. E interzisă folosirea în orice fel a luminii intermitente, pulsatorii etc. în cadrul firmelor sau vitrinelor.
5. Standarde de marcă (brand) nu pot constitui pretexte pentru nerespectarea prezentului Regulament.
6. Pentru serviciile funerare de orice natură (firme de pompe funebre, comerţ cu produse şi materiale specifice etc) se pot amplasa pe faţadele imobilelor doar plăci inscripţionate, cu suprafaţa maximă de 1200 cmp. Amplasarea oricărui alt tip / format de firmă este în mod expres interzis.

Art. 16

Pentru activităţile serviciilor profesionale, serviciilor manufacturiere:

1. pentru această categorie de activităţi, pot fi dispuse doar firme sub forma unor plăci inscripţionate, cu suprafaţa maximă de 1200 cmp. In cazul în care într-un imobil se desfăşoară în asemenea condiţii mai multe activităţi, firmele se vor grupa într-un pachet şi standardiza.
2. acestea se vor dispune în vecinătatea accesului – în clădire sau în spaţiile ocupate de aceste activităţi

3. în cazul profesiilor liberale, se recomandă ca grafica / designul și conținutul textului să fie standardizate prin grija asociațiilor profesionale, cu respectarea prevederilor prezentului Regulament.
4. firmele vor cuprinde text și simboluri grafice (logouri, sigle). Reprezentarea de elemente figurative (obiecte de diverse tipuri, organe umane, animale etc) e interzisă.
5. pentru această categorie de firme, iluminarea e opțională și condiționată de caracteristicile / condițiile concrete impuse de arhitectura clădirilor. Iluminatul nu poate fi intermitent sau pulsatoriu.

Art. 17

Pentru firme aferente instituțiilor publice sau de interes public

1. firmele instituțiilor vor fi inscripționate / gravate pe panouri / plăci cu suprafața maximă de 6000 cmp.
2. instituțiile care dispun de formate standardizate (în general cele ale administrației publice, de învățământ etc) le vor utiliza ca atare.
3. suplimentar, în cazul instituțiilor care dispun de un întreg imobil, este admisibilă / recomandată inscripționarea titulaturii acestora în partea superioară a fațadei, la ultimul nivel, de regulă sub cornișă. Textul va fi realizat din litere amplasate independent (fără suport comun), detașate, espasate (spațiate), de culoare neagră, luminoase sau iluminate arhitectural, al căror design să nu contrasteze cu elementele stilistice din arhitectura imobilului (formă, culori, etc) și proporțiile elementelor arhitecturale, axate pe fațada spațiului în folosință, simetric față de limita acestui spațiu, care să nu acopere elementele de modenatură, elementele decorative ale fațadei, iar în documentația de autorizare se va prezenta un fotomontaj cu desfășurata stradală în care va fi inclusă propunerea în contextul existent, având dimensiunea maximă avizată în cadrul ședințelor CTATU, în raport cu caracteristicile arhitecturale ale clădirii. Dimensiunea literelor va fi condiționată de arhitectura fațadelor și de condițiile de lizibilitate.

Art. 18

Pentru firme aferente sediilor societăților comerciale

1. firmele societăților comerciale vor fi inscripționate / gravate pe panouri / plăci cu suprafața maximă de 1200 cmp. Iluminarea e opțională și condiționată de caracteristicile / condițiile concrete impuse de arhitectura clădirilor.
2. Prin excepție, în cazul societăților comerciale ce dispun de un întreg imobil, suprafața maximă a firmelor va fi de 6000 cmp. Suplimentar, este admisibilă amplasarea unei firme în partea superioară a fațadei, la ultimul nivel, de regulă sub cornișă. Aceasta va fi alcătuită din text / litere și simboluri grafice (nonfigurative – logouri, sigle) independente, montate individual pe fațada clădirii. Dimensiunea literelor va fi condiționată de arhitectura fațadei și de condițiile de lizibilitate. Firmele vor putea fi luminoase / iluminate. E interzisă folosirea în orice fel a luminii intermitente, pulsatorii.
3. amplasarea de reclame, afișe, autocolante, anunțuri, firme pe sticla vitrinelor, în exterior sau interior, e interzisă. Obiectele expuse în vitrină se vor amplasa la minimum 10 cm de la sticlă.

VITRINE

1. ca elemente importante în definirea imaginii urbane, vitrinele vor beneficia de un design adaptat arhitecturii imobilelor.
2. în golul fațadei destinat vitrinei, se poate include și firma, în situațiile în care amplasarea acesteia pe fațadă este inadecvată, din cauza caracteristicilor arhitecturale.
3. la clădirile cu mai multe vitrine, intervențiile asupra acestora vor urmări conservarea / refacerea unității expresiei arhitecturale.
4. sticla vitrinelor va fi de tip transparent, incolor. (cu excepția acelora prevăzute prin lege a fi opace)

5. pentru vitrinele aferente unor spații în interiorul cărora vederea din spațiul public nu este dezirabilă, se va amplasa un ecran translucid la minimum 30 cm de la suprafața sticlei, iar interspațiul rezultat se va utiliza pentru expunere sau se va amenaja (cu plante, flori, etc) in funcție de specificul activității.
6. vitrinele aferente serviciilor funerare de orice natură (firme de pompe funebre, comerț cu produse și materiale specifice etc) vor fi în mod obligatoriu dublate de ecrane translucide iar ușile de acces vor fi astfel realizate încât vederea în interior din spațiul public să fie complet împiedicată. Expunerea oricăror elemente - obiecte, materiale, coroane etc, legate de specificul acestor activități e interzisă. Manevrarea acestora se va face exclusiv în locuri închise - încăperi, ganguri, incinte, fără posibilitatea de a fi observate din spațiul public, de către colocatari sau de pe parcelele învecinate.

Reguli privind amplasarea firmelor în zonele de publicitate restrânsă

Art. 18.1

(1) În **zona de publicitate restrânsă 1 – ZPR1** - definită conform anexei, firmele vor fi amplasate astfel:
- în planul fațadei: litere amplasate independent (fără suport comun), luminoase sau iluminate arhitectural, al căror design să nu contrasteze cu elementele stilistice din arhitectura imobilului (formă, culori, etc) axate pe fațada spațiului în folosință, simetric față de limita acestui spațiu, care să nu acopere elementele de modenatură, elementele decorative ale fațadei, iar în documentația de autorizare se va prezenta un fotomontaj cu desfășurata stradală în care va fi inclusă propunerea în contextul existent.

(2) Forma și dimensiunea firmelor/semnalisticii vor fi avizate în cadrul ședințelor CTATU în baza unei documentații tehnice întocmită de arhitect cu drept de semnătură, eventual în colaborare cu designer atestat.

(3) Sunt interzise firmele luminoase cu leduri.

(4) Copertinele, umbrelele, marchizele, parasolarele sau alte asemenea structuri amplasate pentru protecția vitrinelor și teraselor din această zonă vor fi în nuanțe deschise, fără însemne publicitare de nici un fel.

(5) Pe fațadele imobilelor din această zonă se interzice amplasarea, alături de firme/semnalistică, și a altor mijloace de afișaj/reclame ale unor branduri (marci de cafea, bere, etc)

Art. 18.2

(1) În **zona de publicitate restrânsă 2 – ZPR2** – definită conform anexei, firmele vor fi amplasate astfel:
- în cazul amplasării firmelor pe fațadă, în plan orizontal, firmele nu vor depăși dimensiunile elementelor constructive-suport; designul semnalisticii va fi în concordanță cu elementele decorative ale fațadei, iar în documentația de autorizare se va prezenta un fotomontaj cu desfășurata stradală în care va fi inclusă propunerea în contextul existent.

(2) Forma și dimensiunea firmelor/semnalisticii vor fi avizate în cadrul ședințelor CTATU în baza unei documentații tehnice întocmită de arhitect cu drept de semnătură, eventual în colaborare cu designer atestat.

(3) Sunt interzise firmele luminoase cu leduri.

(4) Pe fațadele clădirilor cu arhitectură modernă, firmele se vor putea amplasa și în zona luminatorului vitrinei, cu condiția corelării amplasării si plasticii acestora cu caracteristicile arhitecturale ale clădirii si poziția firmelor amplasate pe clădirile învecinate.

Art.19

Amplasarea firmelor se face după obținerea autorizației de construire în conformitate cu prevederile Legii 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, cu modificările și completările ulterioare, așa cum este prevăzut în prezentul Regulament.

Art.20

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

2. Firmele iluminate vor fi amplasate la minimum 3,00 m de la nivelul solului.
3. Firmele iluminate amplasate la mai puțin de 30 m de semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora și nici lumină intermitentă.

Art.21

Pe raza municipiului Turda este interzisă amplasarea firmelor, corpurilor și structurilor de afișaj care folosesc în alcătuirea lor lumina intermitentă.

Art.22

În cazul în care dimensiunile firmei nu se conformează reglementărilor specifice prevăzute în Anexa 3 aferente Regulamentului local de urbanism conform Art.13 din prezentul Regulament, autorizarea amplasării firmei se poate admite pe baza unui studiu de fațadă avizat de Comisia Tehnică de Amenajarea Teritoriului și Urbanism.

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

Art.23

1. Amplasarea panourilor publicitare atât pe domeniul public, cât și privat se face numai după obținerea autorizației de construire, emisă în conformitate cu prevederile legale în vigoare și pe baza unui contract de închiriere valabil încheiat cu proprietarul sau administratorul imobilului.
2. Amplasarea panourilor publicitare reprezintă lucrări de construcții cu caracter provizoriu, durata de existență a acestora pe domeniul privat fiind de maxim 5 ani, cu posibilitatea de reautorizare, în condițiile legii, pe o durată maxim egală cu durata inițială. Acest termen decurge de la data amplasării panoului publicitar (comunicată în prealabil; în caz contrar se consideră ziua următoare datei de emitere a autorizației). După expirarea acestui termen, se poate solicita reautorizarea pe același amplasament, pe o perioada maxim egală cu perioada inițială, în condițiile respectării prevederilor Regulamentului în vigoare la data solicitării.
3. Durata de existență/termenul de autorizare a panourilor publicitare amplasate pe domeniul public este identică cu perioada de valabilitatea a contractului de închiriere.
4. În cazul expirării termenului de autorizare provizorie a construcției publicitare, iar acest termen nu a fost prelungit, proprietarul suportului publicitar și cel al imobilului, pe care este amplasată construcția-suport, sunt obligați, sub sancțiunea legii, să desființeze construcția suport pentru mijlocul de publicitate și să aducă imobilul la starea inițială, pe cheltuială proprie.
5. Dacă până la data expirării termenului de autorizare sau a termenului de prelungire a autorizării, după caz, mijlocul de publicitate amplasat provizoriu nu este desființat, în termen de cel mult 30 de zile primarul va dispune desființarea construcției-suport pentru mijlocul de publicitate provizoriu, pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate pe care aceste construcții provizorii sunt amplasate, fără a se emite autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor de judecată.
6. Pe întreaga perioadă de valabilitate a autorizării construcțiilor-suport pentru mijloacele de publicitate, indiferent de regimul de proprietate al imobilelor sau terenurilor pe care acestea sunt amplasate, proprietarul construcției-suport are obligația afișării permanente de materiale publicitare. În situația în care proprietarul construcției-suport pentru mijloace de publicitate nu are contracte de publicitate în derulare, va amenaja obligatoriu suprafețele de expunere:
   - cu materiale privind propria activitate – în acest caz datorând taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate;
   - cu materiale privind campanii educaționale, umanitare, sociale, culturale de interes public, sau cu conținut informativ privind monumente istorice sau zone de interes turistic din municipiul Turda, materiale ce se vor realiza de către operatorii de publicitate prin efort propriu, conținutul informativ al

acestora va fi pus la dispoziţie de către Primăria municipiului Turda - în acest caz nu se datorează taxa pentru afişaj; în situaţia în care Primăria municipiului Turda solicită afişarea acestor materiale pentru o perioadă de cel puţin 3 luni de zile, fără întrerupere, atunci va suporta costul acestora din bugetul propriu.

7. Când se va constata lipsa afişării materialelor publicitare pe o perioadă mai mare de 60 de zile consecutive, se va solicita proprietarului mijlocului de publicitate desfiinţarea construcţiei-suport pentru mijlocul de publicitate. Dacă acesta nu este desfiinţat, se 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.
8. Atunci când pe faţada sau calcanul unei clădiri pot fi amplasate mai multe panouri publicitare, cu excepţia firmelor, se va studia în mod unitar posibilitatea de amplasare a acestora, ca tip, dimensiune şi încadrare simetrică, pe faţada sau calcanul clădirii. Forma şi dimensiunea acestora vor fi supuse avizării în cadrul şedinţelor CTATU, în baza unei documentaţii tehnice întocmită de arhitect cu drept de semnătură, eventual în colaborare cu designer atestat.
9. Mijloacele publicitare luminoase trebuie să respecte condiţiile tehnice referitoare la luminozitate pentru a nu exista riscul perturbării circulaţiei rutiere în zona în care sunt amplasate, fiind necesar şi un aviz de la poliţia rutieră.

Art. 23.1.

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.
2. Panourile publicitare, indiferent de tipul de proprietate pe care au fost montate, vor fi amplasate astfel încât proiecţia acestora să fie în totalitate în interiorul proprietăţii pe care au fost autorizate.
3. Mijloacele publicitare amplasate pe faţadele/calcanele clădirilor se vor amplasa într-un plan paralel cu faţada/calcanul, şi vor respecta încadrarea între elementele arhitecturale definitorii ale imobilului, fără acoperirea mai multor elemente. Acestea vor fi supuse avizării CTATU, în baza unei documentaţii tehnice întocmită de arhitect cu drept de semnătură, eventual în colaborare cu designer atestat.

Art. 23.2

1. Amplasarea sistemelor publicitare se va face cu protejarea spaţiilor verzi amenajate ca atare şi a arborilor de aliniament stradal.
2. Realizarea elementelor de fundare/ancorare necesare asigurării stabilităţii mijlocului publicitar se execută obligatoriu îngropat, respectiv sub cota suprafeţei solului/trotuarului, până la nivelul solului.
3. Panourile publicitare pot fi luminoase sau iluminate cu sursă proprie de lumină. Alimentarea cu energie electrică a acestora se va face cu fir postat subteran, fiind interzise cablajele aeriene de la stâlpii de iluminat public, cu excepţia situaţiilor în care zona domeniului public care este afectată de lucrările de reţele electrice, se află în perioada de garanţie de bună execuţie pentru reabilitare/modernizare/ consolidare. Doar în aceste situaţii se acceptă provizoriu, până la expirarea perioadei de garanţie de bună execuţie, cablajele aeriene.
4. Panourile publicitare amplasate pe proprietăţi private vor avea asigurată energia electrică necesară iluminatului pe bază de contract cu un furnizor de energie electrică. Este interzisă racordarea la reţeaua de iluminat public a Municipiului Turda.

Art. 23.3

Amplasarea sistemelor publicitare se va face, în următoarele condiţii:

(1) la o distanţă de cel puţin 25.00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri), pentru panourile publicitare cu suprafaţa maximă de 2,20mp;
(2) la o distanţă de cel puţin 40.00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri), pe toate sectoarele de drum din intravilan;
(3) în zona de publicitate restrânsă 1 – ZPR1 – se pot amplasa numai panouri publicitare la sol, cu suprafaţa maximă de 2,20mp/faţă.
(4) în zona de publicitate restrânsă 2 – ZPR2 – la sol şi pe clădiri – pe un amplasament se poate amplasa un singur panou publicitar cu dimensiunile de până la 4.00x3.00m;
(5) în zona de publicitate lărgită – ZPL – pe străzile de categoria I,II şi III se pot amplasa panouri publicitare cu suprafaţa maximă de 36mp. Atunci când pe faţada sau calcanul unei clădiri pot fi amplasate mai

multe mijloace de publicitate, cu excepția firmelor, se va studia în mod unitar posibilitatea de amplasare a acestora, ca tip, dimensiune și încadrare simetrică, pe fațada/calcanul clădirii. Forma și dimensiunea acestora vor fi supuse avizării în cadrul ședințelor CTATU, în baza unei documentații tehnice întocmită de arhitect cu drept de semnătură, eventual în colaborare cu designer atestat.

(6) la minimum 2,50m înălțime de la sol, pentru panourile publicitare cu suprafața mai mare de 2,20mp/față;

(7) cu distanța de minimum 50,00 m/pe sens între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan;

(8) în afara curbelor cu vizibilitate redusă;

(9) sunt exceptate de la prevederile alin. (1)-(8) mijloacele de publicitate amplasate în interiorul incintelor centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale, astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare.

Art. 23.4

(1) Amplasamentele aflate în proprietatea sau în administrarea unității administrativ-teritoriale Turda – domeniu public, destinate montării mijloacelor de publicitate vor fi închiriate/concesionate prin licitație publică organizată în condițiile legii.

(2) Licitațiile pentru amplasamentele prevăzute la alin. (1) se organizează pe zone de publicitate sau/și tipuri de mijloace de publicitate, stabilite în conformitate cu regulamentul local de publicitate.

(3) Prețul de pornire a licitațiilor publice pentru închirierea terenurilor destinate amplasării de sisteme publicitare luminoase sau iluminate va include taxa de ocupare a domeniului public (stabilită prin H.C.L). Asigurarea energiei electrice necesare funcționării sistemelor publicitare luminoase sau iluminate va fi reglementată prin caietul de sarcini elaborat în vederea organizării licitației publice.

(4) Amplasarea panourilor publicitare, pe domeniul public, sunt lucrări de construcții cu caracter provizoriu; durata de existență a panourilor publicitare amplasate pe domeniul public este identică cu perioadă valabilității contractului de închiriere/concesiune.

Art. 23.5

Pe zonele verzi cu destinația de scuaruri sau parcuri predate în întreținere și amenajare agenților economici, se pot amplasa panouri informative – model aprobat prin HCL – prin care sunt furnizate informații cu privire la agentul economic care întreține zona respectivă, fără plata taxelor aferente (ocupare domeniu public și taxă afișaj).

Art. 23.6

(1) În scopul asigurării siguranței cetățenilor și integrității bunurilor, operatorii de publicitate vor realiza mijloacele publicitare cu materiale și sisteme constructive ce respectă prevederile legale privind calitatea în construcții.

(2) Operatorii de publicitate au obligația să asigure identificarea panourilor publicitare prin inscripționarea acestora cu informații privind denumirea operatorului, codul de identificare fiscală a acestuia și numărul autorizației de construire.

(3) Deținătorii mijloacelor de publicitate sunt obligați să asigure întreținerea și repararea pe întreaga perioadă de menținere în amplasament a acestora. Materialele din care se vor executa aceste sisteme vor fi de bună calitate, rezistente la intemperii și vor avea un aspect estetic, care nu va afecta imaginea urbană a zonei în care se amplasează.

Art.24

1. Este interzisă amplasarea oricărui mijloc de publicitate pe stâlpii de telecomunicații din lemn și/sau pe cei special destinați susținerii semafoarelor.
2. Este permisă amplasarea de mijloace publicitare pe stâlpii de iluminat, pe stâlpii special construiți pentru susținerea de cabluri de alimentare electrică a rețelei de transport în comun și/sau pe alți stâlpi ce permit amplasarea de mijloace publicitare, numai cu avizul autorității administrației publice locale și avizul deținătorului/proprietarului sau administratorului stâlpului.

Art. 25

1. Proprietarii ecranelor publicitare au obligația transmiterii de informații de interes public și local, precum și informații de interes pentru populație în cazul unor situații de urgență.
2. Conținutul și modul de transmitere a informațiilor vor fi stabilite prin protocol încheiat între proprietarii ecranelor publicitare și autoritatea administrației publice locale, respectiv alte instituții abilitate ale statului.

Art.26

1. Pe stâlpii de iluminat public pe care nu sunt amplasate semnalizări rutiere și indicatoare de circulație se pot amplasa panouri peste cota minimă de +4,00 m de la sol.
2. Pe un stâlp se pot amplasa maximum două mijloace publicitare, obligatoriu de aceeași dimensiune și simetric așezate de o parte și de alta a stâlpului, iar proiecția la sol a fiecărui mijloc de publicitate se va situa în afara gabaritului carosabilului.

Art. 27

1. Panourile publicitare amplasate pe sol vor fi montate astfel încât să nu împiedice circulația rutieră și/sau pietonală, ori accesul pietonal și/sau al autovehiculelor de intervenție pe proprietăți cu respectarea prevederilor prezentului regulament.
2. Ecranele publicitare amplasate pe sol trebuie să respecte condițiile tehnice referitoare la luminozitate și frecvența succedării imaginilor derulate pentru a nu exista riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate, fiind necesare un aviz de la poliția rutieră și respectarea condițiilor tehnice astfel încânt sistemul de prindere să nu constituie surse de accident.
3. Panourile publicitare, indiferent de tipul de proprietate pe care au fost montate, vor fi amplasate astfel încât proiecția la sol a acestora să fie în totalitate în interiorul proprietății pe care au fost autorizate.
4. Pot fi amplasate panouri publicitare luminoase exclusiv pe calcanele clădirilor în ZPL, pe suprafețele nevitrate ale fațadelor clădirilor în ZPL, cu excepția suprafețelor nevitrate dintre golurile de ferestre și uși, astfel încât sistemele lor de prindere să nu constituie o sursă de accidente și să nu afecteze structura de rezistență și funcționarea optimă a clădirilor și numai cu avizul CTATU.
5. Amplasarea panourilor publicitare luminoase pe clădiri se autorizează numai în baza unei expertize tehnice elaborate în condițiile legii de către experți tehnici atestați, precum și a documentației tehnice pentru autorizare, verificată de verificatori de proiecte atestați pentru cerințele esențiale de calitate „rezistență mecanică și stabilitate", „siguranță în exploatare" și „securitate la incendiu", prevăzute de legislația în vigoare privind calitatea în construcții.
6. Verificarea construcției cu privire la respectarea cerințelor esențiale de calitate prevăzute la alin. (5) se realizează prin reexpertizare tehnică, la fiecare 10 ani de la data emiterii autorizației de construire pentru amplasarea structurii publicitare, sau ca urmare a acțiunilor factorilor de risc naturali/ antropici asupra construcției/elementului constructiv care susține structura publicitară.
7. Panourile publicitare luminoase amplasate pe calcanele clădirilor nu vor depăși limitele acestora.

Art.28

1. Pe străzile de categoria I, II și III, conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, se pot amplasa panouri publicitare cu respectarea legii și a prezentului regulament.
   a) la distanță de minim 4,00 m față de limita carosabilului, în cazul în care nu există trotuar;
   b) la distanță de minim 1,00 in față de limita dinspre carosabil a spațiului verde de pe trotuar, fără a împiedica circulația pietonilor;
   c) la minimum 2,50 m înălțime de la sol, pentru panourile cu suprafața utilă mai mare de 2,50 mp per față.
2. Panourile de mici dimensiuni, respectiv cu suprafață maximă de 2,20 mp se amplasează la o distanță de cel puțin 25,00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri).

3. Panourile de mari dimensiuni, respectiv cu suprafața maximă de 12,00-36,00 mp, se amplasează la o distanță de cel puțin 40,00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri). În situația în care ansamblul de mijloace de publicitate este constituit dintr-o succesiune de panouri publicitare de diferite dimensiuni dispuse in orice combinație, distanța dintre panouri va fi de minimum 40,00m
4. Sunt exceptate de la prevederile alin. (1)-(3) mijloacele de publicitate amplasate în interiorul incintelor centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale, astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare.

Art.29

1. Se interzice montarea pe trotuare și spații pietonale cu lățimea mai mică de 2,25 m, precum și pe zonele verzi dintre trotuar sau spațiu pietonal și carosabil a panourilor publicitare cu structură proprie și elemente de susținere care necesită fundație.
2. Realizarea elementelor de fundare/ancorare necesare asigurării stabilității panoului de reclamă publicitară se execută obligatoriu îngropat, respectiv sub cota suprafeței solului/trotuarului, până la nivelul solului.

Art.30

De-a lungul drumurilor de interes național, județean, precum și a arterelor de centură, conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, în cadrul zonei de protecție a acestora se pot amplasa panouri publicitare, în următoarele condiții:
a) la minimum 2,50 m înălțime de la sol, pentru panourile cu suprafața utilă mai mare de 2,50 mp per față;
b) cu distanța de minimum 30,00-50 m între două panouri publicitare pe sectoarele de drum din intravilan;
c) cu distanța de minimum 50,00-100 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan;
d) la minimum 50,00-100 m față de intersecțiile cu drumurile laterale cu mai mult de 4 benzi de circulație;
e) în afara curbelor cu vizibilitate redusă;
f) la minimum 50,00-100 m față de intersecțiile semaforizate.

Art.31

1. Panourile și ecranele publicitare amplasate pe sol în intravilanul municipiului vor avea următoarele dimensiuni: 1,20 x 1,80 m; 4,00 x 3,00 m; 3,20 x 2,40 și 3,00 x 2,00.
2. În extravilanul localităților pot fi amplasate panouri publicitare pe zona de protecție a drumurilor publice, având dimensiunea de 8,00 x 4,00 m , iar în afara acestora si panouri de 14,00 x4,00 m
3. Pe spațiile verzi cu destinația de scuaruri sau parcuri predate pentru amenajare și întreținere agenților economici, pot fi amplasate panouri informative cu privire la agentul economic respectiv, fără taxa aferentă ocupării domeniului public și afișaj.
4. Se interzice amplasarea panourilor publicitare, în conformitate cu prevederile Ordonanței Guvernului nr. 43/1997 privind regimul drumurilor, cu modificările și completările ulterioare, la o distanță:
a) în localitate, mai mică de 150 m, calculată de la intrarea, respectiv ieșirea din intersecție;
b) în afara localității, mai mică de 250 m, calculată de la intrarea, respectiv ieșirea din intersecție.
5. Se interzice obturarea vizibilității indicatoarelor rutiere prin amplasarea panourilor publicitare.

Secțiunea a III-a
Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare mobile

Art.32

1. Pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,00 m se pot amplasa panouri publicitare mobile pliante, specifice activității de alimentație publică, în următoarele condiții:
   a) dimensiunile maxime ale panoului vor fi de 0,50 m x 0,90 m;
   b) amplasarea panoului este permisă numai în dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității și numai pe durata programului zilnic de funcționare a acestuia.
   c) se poate amplasa un singur panou publicitar mobil /spațiu comercial;
2. Este interzisă amplasarea panourilor mobile portante (trepiede, etc) pe zone pietonale stabilite prin HCL. Nerespectarea interdicției atrage pe lângă aplicarea sancțiunilor contravenționale și alte măsuri, respectiv, ridicarea acestora de către Primăria municipiului Turda. Recuperarea acestor mijloace se poate face, după achitarea amenzii contravenționale, în cel mult 30 de zile de la ridicare. În caz de neridicare în acest interval, aceste mijloace se vor casa.
3. Amplasarea panourilor mobile pliante se face după obținerea acordului emis de serviciul de specialitate din cadrul Primăriei municipiului Turda.

Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

Art.33

1. Pot fi utilizate ca suport publicitar următoarele tipuri de mobilier urban: adăposturile destinate publicului/stațiile de autobuz, chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale, coloanele port-afiș, cabinele telefonice și altele asemenea, cu respectarea prevederilor prezentului Regulament.
2. Adăposturile destinate publicului și stațiile de autobuz pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panourile amplasate pe acestea sau care fac parte din componența acestora. - panouri unitare de maximum 2,20 mp; în cazul în care sunt amplasate mai multe panouri sau panouri cu două fețe utile, suprafața totală de publicitate nu va depăși 4,50 mp.
3. Sunt exceptate de la prevederile prezentei secțiuni suporturile/panourile publicitare care sunt incluse în adăposturile destinate publicului și stațiile de autobuz și fac parte integrantă din acestea și care au fost autorizate împreună cu acestea, în conformitate cu legislația în vigoare la data autorizării.
4. Chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale pot fi utilizate ca suport de publicitate, dacă sistemul constructiv al chioșcurilor respective permite o astfel de utilizare; dacă publicitatea se face prin colantare, suprafața totală de publicitate poate fi egală cu suprafața chioșcului. - panouri cu suprafața unitară de maximum 2,00 mp; în cazul în care sunt amplasate mai multe panouri, suprafața totală de publicitate pentru un chioșc nu va depăși 6,00 mp.
5. Se interzice instalarea panourilor pe acoperișul adăposturilor destinate publicului, stațiilor de autobuz și al chioșcurilor.
6. Coloanele port-afiș vor putea fi utilizate numai pentru afișe și/sau anunțuri de spectacole și manifestări culturale; este interzisă suprapunerea de afișe de spectacol în cazul în care termenul la care acestea vor avea loc nu a fost depășit.

Secțiunea a V-a

Reguli generale privind amplasarea bannerelor, steagurilor publicitare și indicatoarelor publicitare direcționale

Art. 34

Amplasarea bannerelor în municipiul Turda este interzisă, fără niciun fel de excepție.

Art.35

1. Steagurile publicitare montate pe catarg și pe stâlpi, la înălțimea minimă de 2,50 m de la cota terenului amenajat, se amplasează numai în locuri în care nu împiedică vizibilitatea circulației rutiere. Steagurile publicitare și mijloacele publicitare tip "pancartă" montate pe catarg sau pe stâlpii de iluminat public, la

înălțimea minimă de 4,00 m de la cota terenului amenajat; se amplasează numai în locuri în care nu împiedică vizibilitatea circulației rutiere, din afara zonei de publicitate restrânse.

2. Pe un catarg sau stâlp se pot amplasa maximum două steaguri obligatoriu la aceeași înălțime față de sol, de aceiași dimensiune și montate echilibrat pe ambele laturi ale catargului/stâlpului, în același plan.
3. Durata de menținere a steagurilor publicitare va fi de maximum 90 de zile calendaristice, cu posibilitatea prelungirii acestei perioade cu încă o perioadă de 90 de zile.
4. Amplasarea steagurilor publicitare se face în baza avizului emis de Primarul municipiului Turda conform prezentului Regulament și cu avizul/acordul scris al deținătorului stâlpului.
5. Suprafața fiecărui steag este mai mică sau egală cu 2,50 mp, iar baza acestuia nu va putea depăși suprafața de 0,80 m.
6. Sunt exceptate de la prevederile alin. (1)-(5) steagurile publicitare amplasate în incintele centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare, cu condiția să nu afecteze vizibilitatea circulației rutiere.

Art.36 Amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale în municipiul Turda este interzisă.

Secțiunea a VI
Reguli generale privind amplasarea mesh-urilor

Art.37

Prin derogare de la art. 10, alin. (2) din prezentul Regulament, este permisă amplasarea de mesh-uri și mesh-uri digitale:

(a) pe construcții, inclusiv monumente istorice și/sau amplasate în zone în care este interzisă publicitatea, în situația în care acestea constituie protecție către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare și numai dacă reproduc imaginea construcției după consolidare/restaurare, iar eventualul mesajul publicitar va ocupa cel mult 25% din suprafața totală a acestora.
(b) în cazul publicității temporare realizate cu ocazia unor evenimente, manifestații culturale sau sportive.
(2) Prin excepție de la prevederile art. 14 alin. (2), se pot amplasa mesh-uri și mesh—uri digitale pe fațadele clădirilor cu funcțiuni comerciale și de birouri situate în zonele de publicitate lărgită, dacă Regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate o permite

Secțiunea a VII-a
Reguli generale privind publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale

Art.38

1. Orice persoană fizică sau juridică poate beneficia de dreptul la publicitate temporară, în condițiile legii, a regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate, a contractelor pe care administrația publică locală le are în derulare și a hotărârilor Consiliului Local al municipiului Turda
2. Amplasarea de mijloace de publicitate temporară se va stabili în baza avizului emis de Primarul municipiului Turda.
3. În vederea obținerii avizului pentru publicitate temporară, menționat la art. 7 din prezentul Regulament, mijloacele de publicitate trebuie să îndeplinească următoarele condiții:
   a) să fie folosite ca purtător de mesaj în cadrul unor activități de promovare cu durată determinată și precizată în mod explicit în cererea de emitere a avizului, depusă de solicitant;
   b) să poată fi montate/demontate în/din toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate temporară, în cel mult 72 de ore;
   c) toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate temporară să fie aduse la starea inițială, în cel mult 48 de ore de la încheierea termenului de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară.

4. Mijloacele de publicitate temporară vor fi avizate pe amplasamente din interiorul zonelor prevăzute în Anexa a prezentului Regulament. (1) Autoritățile administrației publice locale vor identifica amplasamentele destinate pentru mijloacele de publicitate temporară și pentru proiectele publicitare speciale.
5. În situația 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 administrației publice locale va atribui amplasamentul primei solicitări primite în ordine cronologică la registratura autorității administrației publice locale, conform regulamentului local de publicitate sau prin licitație publică.
6. În cazul solicitării schimbării locațiilor în alte amplasamente decât cele stabilite inițial, se va obține avizul pentru publicitate temporară în conformitate cu dispozițiile prezentului Regulament.
7. Schimbarea locațiilor prevăzute la alin. (6) se va face numai în situația în care locațiile inițial avizate nu mai pot fi puse la dispoziția contractantului ca urmare a executării unor lucrări de interes public, cu respectarea regulamentului local de publicitate.
8. Structurile publicitare autoportante și proiectele publicitare speciale se avizează cu respectarea prevederilor privind publicitatea temporară prevăzute în prezentul Regulament.
9. Executarea și amplasarea structurilor publicitare autoportante și a proiectelor publicitare speciale se face în baza unei documentații tehnice întocmite de un arhitect cu drept de semnătură.

Art. 38.1

Pe domeniul public sau privat al municipiului Turda se interzice amplasarea de mijloace publicitare de tip prismă.

Art. 38.2

Prin derogare de la prevederile art. 35 se pot amplasa mijloace publicitare de tip prismă în scop de informare și promovare a municipiului, a turismului și/sau a unor evenimente publice organizate de, sau împreună cu autoritățile publice locale.

Art. 38.3

(1) Este permisa amplasarea de mijloace publicitare tip proiecte publicitare speciale amplasate la sol, altele decât prismele publicitare, avizate în cadrul ședințelor CTATU în baza unei documentații tehnice întocmită de arhitect cu drept de semnătură, sau de designer atestat.
(2) În municipiul Turda, pe domeniul public sau privat al municipiului – carosabil, trotuar, locuri de parcare marcate, etc - se interzice amplasarea/expunerea de mașini în scop publicitar, altele decât cele care sunt adaptate realizării de reclamă și publicitate.

Secțiunea a VIII-a
Reguli generale privind amplasarea afișelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate

Art. 39

1. În vederea asigurării eficientei informări a cetățenilor, a libertății de expresie și esteticii urbane, autoritățile administrației publice locale au obligația de a instala în amplasamente cu vizibilitate, în condițiile regulamentului local de publicitate, panouri speciale destinate afișelor publicitare pentru spectacole publice, teatre, concerte și altele asemenea și a anunțurilor de mică publicitate.
2. Panourile prevăzute la alin. (1) vor fi curățate săptămânal prin grija compartimentelor de specialitate din cadrul administrației publice locale.
3. Ziua din cursul săptămânii în care panourile cu anunțuri de mică publicitate vor fi curățate în vederea actualizării anunțurilor este ziua de vineri.

4. Este interzisă amplasarea de afișe publicitare prin aplicarea lor directă pe orice suprafață neamenajată în scop publicitar sau care să acopere alte afișe publicitare deja existente, postate anterior, aflate în perioada de valabilitate, care fac publicitate unor evenimente/acțiuni/campanii aflate în derulare sau care urmează să se deruleze.
5. Amplasarea afișelor colante, inclusiv afișele electorale, se va face doar pe panourile speciale destinate acestora; toate afișele vor fi avizate de către serviciul de specialitate din cadrul Primăriei municipiului Turda.
6. Amplasarea afișelor, distribuirea de mostre și tipărituri (pliante, flyere, etc) prin intermediul difuzorilor volanți sau din aparate de zbor, se va desfășura pe baza solicitării înregistrată la PMT și a dovezii achitării taxelor aferente.

Secțiunea a IX-a
Reguli generale privind publicitatea pe vehicule publicitare și pe mijloace de transport în comun

Art.40

1. Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate, prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau inscripționarea cu texte publicitare ori altele asemenea, vor putea fi autorizate să circule pe teritoriul localității cu condiția obținerii avizului pentru publicitate temporară, pe o durată determinată și pe un traseu stabilit de autoritatea administrației publice locale, conform prevederilor conținute în avizul pentru publicitate temporară.
2. Staționarea vehiculelor publicitare pe drumurile publice sau în locurile vizibile dinspre acestea este interzisă.
3. Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate nu vor circula în convoi mai mare de 2 mașini și cu o viteză mai mare decât jumătate din viteza admisibilă pe tronsonul de stradă. Circulația convoaielor este permisă numai cu ocazia manifestărilor-speciale, în baza avizului primarului, cu durata de valabilitate de o zi.
4. Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate nu vor utiliza instalație de sonorizare.
5. Este permisă utilizarea ca suport pentru afișe/reclame publicitare (realizate din materiale autocolante și/sau vopsite pe mijloacele de transport public local de călători) a mijloacelor de transport în comun, cum ar fi tramvaie, troleibuze, autobuze, microbuze, cu condiția ca prin aceasta să nu fie afectată vizibilitatea călătorilor înspre exteriorul mijlocului de transport și doar cu acordul Companiei de Transport Public Turda.
6. Pe raza municipiului Turda se interzice utilizarea și/sau realizarea de reclame sonore prin orice mijloace.
7. Înainte de a fi puse în circulație aceste tipuri de vehicule, se vor achita taxele de publicitate, excepție de la aceste taxe făcând vehiculele aparținând serviciilor aflate în subordinea Consiliului Local.

CAP. VI Reglementări fiscale

Art.41

Taxa pentru folosirea mijloacelor de reclamă și publicitate

1. Taxele pentru folosirea mijloacelor de reclamă și publicitate sunt reglementate prin Legea nr. 227/2015 privind codul fiscal.
2. Cota taxei se stabilește anual prin hotărâre de către consiliul local al municipiului Turda.

Art.42

Taxa pentru folosirea mijloacelor de reclamă și publicitate nu se aplică în următoarele cazuri:

1. Taxa pentru serviciile de reclamă și publicitate și taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate nu se aplică instituțiilor publice, cu excepția cazurilor când acestea fac reclamă unor activități economice.
2. Taxa prevăzută în prezentul articol, denumită în continuare taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate, nu se aplică unei persoane care închiriază panoul, afișajul sau structura de afișaj unei alte persoane, în acest caz taxa fiind plătită de această ultimă persoană.
3. Taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate nu se datorează pentru afișele, panourile sau alte mijloace de reclamă și publicitate amplasate în interiorul clădirilor.
4. Taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate nu se aplică pentru panourile de identificare a instalațiilor energetice, pentru marcaje de avertizare sau marcaje de circulație, precum și pentru alte informații de utilitate publică și educaționale.
5. Nu se datorează taxa pentru folosirea mijloacelor de reclamă și publicitate pentru afișajul efectuat pe mijloacele de transport care nu sunt destinate, prin construcția lor, realizării de reclamă și publicitate
6. Nu se aplică taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate pentru activități cu caracter caritabil.

CAP. VII Sancțiuni

Sancțiunile prevăzute în prezentul Regulament vin în completarea celor referitoare la nerespectarea legislației în vigoare privind autorizarea construcțiilor, urbanismul și amenajarea teritoriului - Lega 50/1991- republicată și actualizată, privind autorizarea lucrărilor de construcții și unele măsuri pentru realizarea locuințelor, precum și cu cele ale Legii nr. 154/2017 pentru modificarea și completarea Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate.

Art. 43

Constituie contravenții și se sancționează cu amendă următoarele fapte săvârșite de persoane fizice sau juridice, în conformitate cu art. 49 din Legea nr. 185/2013, cu modificările și completările ulterioare:

A)

a) amplasarea mijloacelor de publicitate fără aviz pentru publicitatea temporară ori cu nerespectarea prevederilor acestuia și a documentației tehnice care a stat la baza eliberării avizului, precum și montarea panourilor publicitare cu structură proprie și elemente de susținere care necesită fundație, fără autorizație de construire-amendă de la 1.000 lei la 10.000 lei.

b) nerespectarea de către proprietarii mijloacelor de publicitate a tipurilor și dimensiunilor mijloacelor de publicitate admise, în conformitate cu prevederile prezentului Regulament -amendă de la 1.000 lei la 10.000 lei.

c) folosirea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică, a vehiculelor publicitare care nu au obținut aviz pentru publicitate temporară sau a mijloacelor de publicitate luminoasă care pot perturba traficul auto și pietonal-amendă de la 1.000 lei la 20.000 lei.

d) nerespectarea obligației de a readuce amplasamentul și mediul înconjurător la starea inițială, inclusiv prin înierbare sau asfaltare pentru mijloacele de publicitate amplasate la nivelul solului-amendă de la 1.000 lei la 20.000 lei.

e) nerespectarea obligațiilor privind întreținerea mijloacelor de publicitate și afișarea permanentă a unor mesaje în cadru – amendă de la 500 lei la 1.000 lei.

f) amplasarea de afișe publice, a anunțurilor de mică publicitate în alte locuri decât pe panourile special destinate acestora-amendă de la 1.000 lei la 10.000 lei.

B)

a) amplasarea trepiedelor fără respectarea prevederilor art. 22 - cu amendă cuprinsă între 200 și 400 lei

b) acoperirea cu orice mijloc de publicitate a suprafețelor vitrate ale clădirilor - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei

c) inscripționarea reclamelor pe copertinele, umbrelele, marchizele, parasolarele sau alte asemenea structuri amplasate pentru protecția clădirilor și teraselor în zona ZPR1, în afara suprafeței franjurate - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei

d) nerespectarea datelor geometrice ale mijlocului de publicitate conform fotomontajului aprobat - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei

e) nerespectarea acordului emis de autoritățile publice locale - cu amendă cuprinsă între 500 și 2500 lei
f) neîndeplinirea, la termenul stabilit, a măsurilor dispuse - cu amendă cuprinsă între 500 și 2500 lei
g) nerespectarea obligației de a folosi materiale rigide pentru semnalistică firmă – cu amendă cuprinsă între 500 și 2500 lei
h) amplasarea afișelor publicitare peste alte afișe aflate în perioada de valabilitate – cu amendă cuprinsă între 100 și 500 lei
i) amplasarea de mijloace de publicitate (proiecte speciale, bannere publicitare, mesh-uri publicitare, etc), amplasarea/expunerea de mașini în scop publicitar, fără a deține un acord de publicitate temporară - cu amendă cuprinsă între 500 și 2500 lei
j) nerespectarea prevederilor art. 10 - cu amendă cuprinsă între 500 și 2500 lei
k) amplasarea și utilizarea/realizarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică - cu amendă cuprinsă între 100 și 2500 lei
l) amplasarea mijloacelor de publicitate care prin formă, conținut, dimensiuni și culori în combinații specifice pot fi confundate cu mijloace de semnalizare rutieră sau împiedică vizibilitatea acestora, precum și a indicatoarelor de orientare și informare - cu amendă cuprinsă între 500 și 2500 lei
m) neîntreținerea, neasigurarea identificării prin inscripționarea cu informații privind numărul autorizației de construire, a sistemelor publicitare, - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
n) nedecorarea suprafețelor de expunere în perioada lipsei contractelor de publicitate – cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
o) inscripționarea firmelor, reclamelor, textelor publicitare direct pe împrejmuiri, geamuri, zidurile imobilelor, stâlpilor de orice fel, trotuarelor sau aleilor prin diverse metode grafice - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
p) neaducerea fațadei la starea inițială - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
q) nerealizarea obturării vederii din spațiul public în interiorul spațiilor aferente serviciilor funerare - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
r) nesolicitarea reautorizării panourilor publicitare după expirarea duratei de existență/ perioadei de autorizare - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
s) nerespectarea prevederilor art.31 alin (5) - cu amendă cuprinsă între 100 și 500 lei
ș) nerespectarea prevederilor art.39 - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
C)
a)-
b) permiterea de către proprietarul imobilului a executării lucrărilor de amplasare a mijloacelor de publicitate fără autorizație de construire valabilă;
c)-
d)-
e) nerespectarea de către proprietarii mijloacelor de publicitate a tipurilor și dimensiunilor mijloacelor de publicitate admise, în conformitate cu prevederile regulamentelor locale privind amplasarea mijloacelor de publicitate;
f) amplasarea stâlpilor pentru indicatoarele publicitare direcționale și a mijloacelor de publicitate temporară fără avizul autorităților publice locale sau în alte locuri decât cele precizate prin avizul pentru publicitate temporară;
g) amplasarea panourilor publicitare mobile sau a oricăror altor forme de reclamă, pe spațiile de circulație pietonală cu o lățime mai mică de 2, 25 m, precum și neexecutarea obligatoriu îngropat, respectiv sub cota suprafeței solului/trotuarului, până la nivelul solului a elementelor de fundare/ancorare necesare asigurării stabilității panoului de reclamă publicitară;
h) folosirea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică, a vehiculelor publicitare care nu au obținut aviz pentru publicitate temporară sau a mijloacelor de publicitate luminoasă care pot perturba traficul auto și pietonal;
i) nerespectarea obligației de reexpertizare tehnică în vederea verificării construcției cu privire la respectarea cerințelor esențiale de calitate, de a elibera/desființa suportul reclamei la expirarea termenului stabilit prin autorizația sau avizul pentru publicitate temporară ori refuzul de a readuce amplasamentul și mediul înconjurător la starea inițială, inclusiv prin înierbare sau asfaltare pentru mijloacele de publicitate amplasate la nivelul solului;

j) nerespectarea obligației de dezafectare și/sau conformare stabilite prin art. 54 lit. a) și b);
k) nerespectarea obligațiilor privind întreținerea mijloacelor de publicitate și afișarea permanentă a unor mesaje în cadru;
[) nerespectarea obligației de a afișa în mod vizibil elementele de identificare ale panoului publicitar prin inscripționarea acestora cu informații privind denumirea operatorului, codul de identificare fiscală a acestuia și numărul autorizației de construire;
m) nerespectarea de către autoritatea publică locală a obligațiilor referitoare la delimitarea în cadrul teritoriului administrat a zonelor de publicitate lărgită și, respectiv, a zonelor de publicitate restrânsă, precum și elaborarea regulamentelor locale de publicitate aferente acestora,
n) nerespectarea de către autoritățile administrației publice locale a obligației de a instala panouri speciale destinate afișelor publicitare și anunțurilor de mică publicitate, precum și de a identifica amplasamentele destinate mijloacelor de publicitate temporară și pentru proiectele publicitare speciale;
o) amplasarea afișelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate în alte locuri decât pe panourile special destinate acestora.
(2) Contravențiile prevăzute la alin. (1), săvârșite de persoanele fizice sau juridice, se sancționează după cum urmează:
a) cu amendă de la 30.000 lei la 50.000 lei cele prevăzute la lit. a), b) și e);
b) cu amendă de la 15.000 lei la 30.0001ei cele prevăzute la lit. f), g) si i);
e) cu amendă de la 10.000 lei la 15.000 lei cele prevăzute la lit. c), d), 11), j) și m);
d) cu amendă de la 5.0001ei la 10.000 lei cele prevăzute la lit. k), 1) și n);
e) cu amendă de la 500 lei la 5.000 lei cea prevăzută la lit. o).

Art. 44

(1) În condițiile prezentului Regulament nu sunt aplicabile prevederile art. 28 al Ordonanței nr. 2/2001 – privind regimul juridic al contravențiilor –, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 180/2002, cu modificările și completările ulterioare, cu privire la posibilitatea achitării pe loc sau în termen de cel mult 48 de ore, de la data încheierii procesului verbal, ori după caz, de la data comunicării acestuia, jumătate din minimul amenzii.
(2) Amenzile contravenționale pot fi achitate și prin intermediul instrumentelor de plată electronică, așa cum acestea sunt prezentate pe site-ul Primăriei Turda – http://primariaturda.ro– plăți taxe online.

Art. 45

(I) Constatarea **contravențiilor** se face de către Poliția Locală Turda și împuterniciți ai Primarului municipiului Turda.
(2) Aplicarea sancțiunilor se face de către primarul municipiului Turda, pentru contravențiile constatate de Poliția Locală.

Art. 46

Mijloacele de publicitate autorizate până la data intrării în vigoare a prezentului regulament vor fi menținute pe amplasamentele autorizate până la data expirării valabilității autorizațiilor de construire în baza cărora s-au amplasat.

ART. 47

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

ART. 48

(2) Sancțiunile prevăzute în prezenta lege se completează cu cele referitoare la nerespectarea legislației in vigoare privind autorizarea construcțiilor, urbanismul și amenajarea teritoriului.

CAPITOLUL VIII. Dispoziții finale și tranzitorii

Art. 49

1. În vederea asigurării respectării prevederilor prezentului Regulament local privind amplasarea mijloacelor de publicitate cu situația de fapt din teren, autoritățile administrației publice locale, în termen de 90 de zile de la adoptarea acestuia, vor identifica și vor notifica proprietarii de mijloace de publicitate a căror amplasare nu mai corespunde cu noile reglementări, astfel:
   a) pentru panourile situate pe domeniul public și privat al statului și al autorităților publice locale, care nu sunt autorizate în conformitate cu prevederile legale sau care au fost amplasate fără respectarea prevederilor legale ori care nu au inscripționate informațiile privind denumirea operatorului și codul de identificare fiscală a acestuia, se va dispune dezafectarea;
   b) pentru panourile situate pe proprietatea persoanelor fizice sau juridice, care nu au fost autorizate sau care nu au contracte de închiriere valabile ori care nu au inscripționate informațiile privind denumirea operatorului și codul de identificare fiscală a acestuia, se va dispune dezafectarea.
2. Constituie contravenție nerespectarea obligației de dezafectare și/sau conformare stabilite la alin. (1) lit. a) și b) și se sancționează cu amendă de la 1.000 lei la 20.000 lei.
3. În termen de 90 de zile de la încheierea procedurilor prevăzute de art. II și IV din Legea nr. 154/2017 pentru modificarea și completarea legii nr.185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, se pot demara procedurile de închiriere/concesiune/taxare pentru ocuparea temporară a domeniului public sau aducerea ca aport într-o asociere în participație a amplasamentelor identificate pe domeniul public sau privat al statului ori al unității administrativ-teritoriale.
4. Mijloacele de publicitate autorizate până la data intrării în vigoare a prezentei legi vor fi menținute pe amplasamentele autorizate până la data expirării contractelor de ocupare a locațiilor pe care se află mijloacele de publicitate.
5. În termen de 30 de zile de la notificarea emisă conform alin. (1), autoritățile administrației publice locale vor dispune demolarea mijloacelor de publicitate amplasate contrar prevederilor regulamentului local de publicitate pe cheltuiala proprietarului, cu emiterea autorizației de desființare după caz și fără sesizarea instanțelor judecătorești.

Art. 50

În termen de 30 de zile de la încheierea procedurilor prevăzute la art. 49, se vor demara procedurile de licitație publică a amplasamentelor identificate pe domeniul public sau privat al statului ori al unității administrativ-teritoriale.
Contractele de publicitate existente se mențin până la expirarea perioadei contractate, dar nu mai târziu de 1 iulie 2020, urmând ca ulterior, amplasamentele să fie atribuite prin licitație publică.
Prevederile prezentului regulament sunt completate cu dispozițiile legii 185/2013.

Art. 51

Fac excepție cazurile de amplasament speciale neprecizate în prezenta ca unele zone, imobile situate în parcelarul istoric, sau monument, rezervații arheologice sau naturale (proprietar persoană fizică sau juridică ori domeniu public sau privat) și situațiile referitoare la cauză de utilitate publică. Unde de vor aplica reglementări specifice fiecărui caz în parte.

Anexa 5

Tabel sintetic forme autorizare montare tipuri/forme de mijloace publicitare

	Tipuri/forme de mijloace publicitare	Amplasament/Observații	Publicitate temporară	Publicitate	Zona Publicitate Restrânsă ZPR1	Zona Publicitate Restrânsă ZPR2	Zona Publicitate Lărgită ZPL
			ACORD publicitate temporară (valabilitate maxim 30 + 30 zile)	**C.U. +(AVIZ Direcția Județeană de Cultură CJ) + Avize + A.C.** (conținut simplificat)			
	afiș / poster	suprafață verticală	X	-	(X)[1]	(X)[2]	X
	banner	INTERZIS	-	-	-	-	-
	ecran publicitar	suprafață verticală	-	X	-	-	X
	easy change	calcan	X	-	-	-	-
	firmă	fațadă parter/fronton	-	X	X	X	X
	indicator publicitar direcțional	Stâlp/limita carosabil-trotuar	-	X	-	-	X
	mesh	calcan/fațadă	X	-	-	-	X
	mesh digital	suprafață verticală	-	X	-	-	X
	panou publicitar mobil	Spațiu public pietonal	X	CTATU (Ocupare domeniu public)	-	-	X
	panouri publicitare:						
	1. panou tip city light (Dimensiuni (m) : 1.1 x 1.6)	Scuar/trotuar separatoare benzi	-	X	-	-	X
	2. panou tip backlit (Dimensiuni (m) : 3.2x2.4, 4x6, 6x3, 3x8)	Scuar/trotuar/ separatoare benzi	-	X	-	-	X
	3. panou tip unipol	Extravilan: Dn1, str. Clujului Est, str. Bogata Est	-	X	-	-	X
	4. tv screen	Scuar/trotuar: - Domeniul public - Spațiu privat persoane juridice	-	X	-	-	X
	proiect publicitar special	- suprafață vitrată - Conform propunere	X	(X)	-	-	X
	publicitate pe vehicule	Vehicul de orice tip	X	-	-		X
	steag publicitar	Conform propunere, pe catarge, etc...	X	(X)	-		X

	totem	Scuar/trotuar: - Domeniul public - Spațiu privat persoane juridice	-	X	-	-	X
	suprafață vitrată	INTERZIS	-	-	-	-	-
	Prisma sau alt volum publicitar		X	-	-	-	X
	mijloace publicitare	schelele montate pe fațadele construcțiilor noi, aflate în diferite faze de execuție, sau ale celor existente, aflate în reparație, ori pe elementele de împrejmuire a șantierului, inclusiv pe utilajele folosite la lucrările de construcție	-	X	X	X	X
	mijloace publicitare	copertine/ parasolare/umbrele sau alte asemenea structuri	-	X	-	-	X
	mijloace publicitare	distanță mai mică de 2,00 m față de limita de proprietate		Acord scris proprietar	X	X	X
	mijloace publicitare	distanță mai mică de 25,0 m față de monumentele istorice clasate, monumentele de arta si for public		AVIZ Direcția Județeană de Cultură CJ	X	X	X

ROMÂNIA
MUNICIPIUL TURDA
Secretariat Consiliul Local

Nr. 10149 / 19.05.2020
Data publicării pe site: 19.05.2020

Avizat
Secretar general
Mărginean Elena Mihaela

PROCES- VERBAL
DE COLECTARE A PROPUNERILOR,
SUGESTIILOR SI OPINIILOR
incheiat astazi 19.05.2020

Subsemnatul Vana Adrian având funcţia de consilier juridic în cadrul Aparatului Permanent al Consiliului Local al Municipiului Turda, responsabil cu îndeplinirea obligaţiilor de transparenţă decizională, conform Dispoziţiei nr. 307/29.02.2016 emisă de Primarul municipiului Turda, am constatat că până la data incheierii prezentului proces-verbal, la Secretariatul Consiliului Local Turda nu s-au depus propuneri, sugestii şi opinii scrise cu valoare de recomandare, **la proiectul de hotărâre nr. 218/19.03.2020** *referitor la aprobarea Regulamentului local privind organizarea, autorizarea şi amplasarea mijloacelor de publicitate pe raza Municipiului Turda.*

Prezentul proces - verbal se afisează pe pagina de internet a Primăriei Municipiului Turda la adresa: www.primariaturda.ro - secţiunea Informaţii Publice cât şi pe panoul de afisaj al instituţiei.

întocmit/redactat
consilier juridic Adrian Vana