



România
Județul Bihor
Municipiul Oradea
Consiliul Local

Piața Unirii, nr. 1
410 100, Oradea
Tel. +40 0259-437 000
Fax. +40 0259-437 544
E-mail: primarie@oradea.ro

HOTĂRÂRE

pentru aprobarea Regulamentului de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în municipiul Oradea

Analizând Referatul de aprobare inițiat de către primarul municipiului Oradea, înregistrat sub nr. 252391 din 06.05.2020 și Raportul de specialitate înregistrat sub nr. 247481 din 29.04.2020 prin care Instituția Arhitectului Șef – Compartimentul Autorizări Publicitate propune Consiliului Local al municipiului Oradea abrogarea HCL nr. 962/2017, completată prin HCL nr. 557/2018 prin care s-a aprobat Regulamentul privind organizarea, autorizarea și desfășurarea activității de publicitate în municipiul Oradea, și aprobarea noului Regulamentului de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în municipiul Oradea,

Având în vedere prevederile:

- Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate-republicată,
- Ordonanței nr. 2/2001(actualizată) privind regimul juridic al contravențiilor,
- Legii nr. 227/2015 privind Codul Fiscal – cu modificările și completările ulterioare,
- Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții (actualizată),

În temeiul art. 129 alin.2 lit.c, alin.6 lit.c și art.139 alin.1 privind atribuțiile Consiliului Local definite de Codul Administrativ aprobat cu OUG nr.57/03.07.2019,

CONSILIUL LOCAL AL MUNICIPIULUI ORADEA

Hotărăște:

Art. 1 Se aprobă Regulamentul de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în municipiul Oradea, conform anexei care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

Art. 2 La data intrării în vigoare a prezentei hotărâri se abrogă Regulamentul privind organizarea, autorizarea și desfășurarea activității de publicitate în municipiul Oradea, aprobat prin HCL nr. 962/2017, completată prin HCL nr. 557/2018.

Art. 3 Cu ducerea la îndeplinire a prezentei Hotărâri se încredințează Instituția Arhitectului Șef.

Art. 4 Prezenta hotărâre se comunica cu:

- Instituția Prefectului
- Instituția Arhitectului Șef
- Direcția Juridică
- Direcția Economică
- Direcția Tehnică
- Poliția Locală Oradea
- Direcția Patrimoniu Imobiliar
- Se publică în Monitorul Oficial și site-ul www.oradea.ro

Oradea, 28 mai 2020
Nr. 370



PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ
Chiană Laurențiu Alin

CONTRASEMNEAZĂ
SECRETAR GENERAL
Ionel Vîla

Hotărârea a fost adoptată cu 20 de voturi „pentru” și 5 voturi „împotră”

www.oradea.ro

REGULAMENT

DE ORGANIZARE ȘI DESFĂȘURARE A ACTIVITĂȚII DE PUBLICITATE, RECLAMĂ ȘI AFIȘAJ ÎN MUNICIPIUL ORADEA

Cap. I

Dispoziții generale

Art. 1 Prezentul regulament stabilește cadrul legal care stă la baza exercitării activității de amplasare a mijloacelor de publicitate, reclamă și afisaj, în vederea asigurării condițiilor pentru un cadru construit coerent, armonios, sigur și sănătos, pentru protecția valorilor mediului natural și antropic, pentru preservarea calității peisajului și a cerințelor privind asigurarea calității în construcții.

Art. 2 Prevederile prezentului regulament se aplică posesorilor de firme, operatorilor de publicitate, precum și executanților de astfel de lucrări ce își desfășoară activitatea pe domeniul public și/sau privat al municipiului Oradea, precum și beneficiarilor reclamei și a proprietarilor de imobile pe care sunt amplasate mijloace publicitare.

Art.3 Definirea unor termenii utilizați pe parcursul prezentului regulament:

a) *afiș* - mijloc de transmitere a mesajelor publicitare, culturale, comerciale, politice, de instructaj și altele asemenea, imprimat pe suport hârtie sau pe folie sintetică și expus public;

b) *acord temporar* - act tehnic cu caracter obligatoriu, emis de structura de specialitate a administrației publice locale, în urma unei proceduri de analiză a proiectului tehnic și a oportunității din punct de vedere urbanistic, pentru amplasarea mijloacelor de publicitate temporară, având structuri fără fundație;

c) *banner* - suport pentru mesajul publicitar confecționat din folie sintetică sau din material textil, în mod obișnuit cu formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice;

d) *calcan* - fațadă fără goluri a unei construcții, situată pe limita de proprietate laterală sau posterioară, destinată de regulă să fie acoperită de zidul asemănător al unei clădiri vecine;

e) *clădire aflată în stare de deteriorare* - clădire care prezintă deteriorări ale fațadelor și/sau ale elementelor decorative ale acestora, de natura crăpăturilor, exfolierilor, desprinderilor, dezvelirilor de pe suportul constructiv.

f) *ecran publicitar* - ecran cu LED-uri, LCD sau altele asemănătoare, pe care se rulează grafică, spoturi și altele asemenea, cu conținut dinamic și de dimensiuni variabile;

g) *firmă* - orice inscripție, formă sau imagine atașată unei clădiri, cu referire la un operator economic sau la o activitate care se desfășoară în interiorul clădirii;

h) *incintă* - suprafața de teren înconjurată din toate părțile de construcții, de amenajări sau împrejurimi;

i) *indicator publicitar direcțional (panou direcțional)* - înscris, formă ori imagine care indică o direcție, proximitatea unui obiectiv sau a unei clădiri unde se desfășoară o anumită activitate. În aceeași categorie se includ bannerul vertical, caseta luminoasă, tablă indicatoare, toate de mici dimensiuni, fixate prin prinderi speciale pe clădiri, stâlpi și altele asemenea;

j) *mesh* - suport pentru mesajul publicitar confecționat din material sintetic perforat, cum ar fi plasa fină, de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri;

k) *mijloace de publicitate* - ansamblu de elemente constructive (suporturi publicitare, mesh-uri, ecrane publicitare) folosite în scopul prezentării unei activități comerciale, industriale, artistice sau liber-profesionale ori a unui eveniment;

l) *panou publicitar mobil* - panou publicitar de dimensiuni reduse, amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate;

m) *panou publicitar* - structură provizorie folosită pentru afișarea unui mesaj publicitar;

- *panou tip city light* - panou de tip casetă luminoasă, de dimensiuni mici și iluminare din interior cu tuburi de neon;

- *panou tip backlit* – panou publicitar cu una/două fețe de expunere realizate din profile de oțel cu rame din tablă ambutisată, cu sistem de întindere a posterelor și iluminare din interior cu tuburi de neon;
- *panou tip unipol* – structură de rezistență care se amplasează pe suport propriu – un singur stâlp de susținere din țevă metalică- la o înălțime față de sol mai mare de 5m;
- *tv screen* – panou publicitar electronic pentru transmiterea de mesaje publicitare prin afișarea spotului publicitar în format video

n) *proiect publicitar special* - construcție provizorie atipică, creată special în scopul promovării unui produs, a unui serviciu sau eveniment și care nu are în alcătuirea sa elemente de fundație și/sau structuri publicitare clasice;

o) *promovare* - ansamblu de activități și mijloace folosite pentru a difuza un produs sau serviciu pe piață;

p) *publicitate* - totalitatea modalităților și instrumentelor specifice utilizate pentru a facilita cunoașterea și aprecierea de către consumatori a anumitor produse, servicii sau pentru a informa publicul asupra unor evenimente, a destinației unor spații, lansări de produse, deschideri de magazine și altele asemenea, precum și orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artistice sau liber-profesionale având ca scop promovarea vânzării de bunuri și servicii, de drepturi și obligații;

q) *publicitate luminoasă* - publicitate realizată prin corpuri luminoase, afișe sau panouri luminate printr-o sursă de lumină amplasată astfel încât să asigure iluminarea afișului, panoului ori corpului publicitar;

r) *publicitate pe vehicule* - publicitate realizată prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau vopsirea vehiculelor în scopuri publicitare;

s) *publicitate stradală (outdoor)* - publicitate efectuată în spații deschise, în exteriorul clădirilor;

ș) *publicitate temporară* - publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestații culturale sau sportive, precum și pentru acțiuni de promovare de produse sau activități;

t) *reclamă publicitară* - activitate prin care o persoană fizică sau juridică promovează un brand, marcă, serviciu, informație utilă, activitate, produs, idee, folosind mijloace de promovare cunoscute în scopul de a convinge, a face cunoscut sau a atenționa publicul larg;"

ț) *steag publicitar* - piesă de stofă, pânză sau material plastic atașată la un suport lance, catarg sau stâlp, purtând culori, embleme, simboluri sau mesaje publicitare;

u) *structură de publicitate autoportantă* - cadru suport amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate, pe care sunt dispuse fețe realizate din materiale ușoare de tip mesh, plasă fină, pânză și altele asemenea, pe care se află imprimare reclame și mesaje publicitare;

v) *totem publicitar* – structură constructivă sub formă de coloană inscripționată cu texte și elemente grafice prin care o persoană fizică/juridică își identifică activitatea, amplasată în dreptul spațiului și numai pe perioada în care își desfășoară activitatea, fără a perturba activitatea altor agenți economici, și profilul transversal al străzii permite circulația fluentă atât pietonal cât și rutier;

x) *suprafață vitrată* – element constructiv care permite luminarea naturală a unui spațiu interior, dar și comunicarea vizuală exterior/interior;

y) *sticlă sablată* – sticlă cu aspect înghețat;

z) – *prisma* – element constructiv mărginit de fețe plane, egale și paralele care formează cele două baze, iar celelalte, în formă de paralelogram, formează fețele laterale;

Cap. II

Aprobarea executării/dezafectării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate

Art. 4 (1) Aprobarea amplasării, executării lucrărilor, menținerii mijloacelor de publicitate, respectiv desființării acestora, pe fațadele clădirilor sau ale celor care au un sistem propriu de susținere în raport cu pământul se poate realiza numai în condițiile emiterii autorizației de construire, respectiv de desființare.

(2) Amplasarea de mijloace de publicitate pe schelele montate pe fațadele construcțiilor aflate în curs de execuție a lucrărilor de intervenții, ori pe elementele de împrejmuire a șantierului aferent se face cu condiția autorizării amplasării acestora împreună cu lucrările privind organizarea executării lucrărilor de construcții, sau ulterior, pentru o perioadă mai mică sau cel mult egală cu durata autorizată a organizării de șantier.

(3) Proprietarii imobilelor care și-au dat acordul pentru amplasarea mijloacelor de publicitate sunt obligați, în condițiile alin. (1), să solicite executantului construcției suportului publicitar autorizația de construire. Deținătorii mijloacelor publicitare/proprietarii imobilelor pe care sunt amplasate mijloace publicitare (persoane fizice/juridice) au obligația de a prezenta organelor de control, agenților Poliției Locale Oradea, documentele care au stat la baza amplasării mijloacelor publicitare – autorizația de construire/act doveditor pentru dreptul de folosință al imobilului.

(4) Nu se eliberează autorizație de construire pentru amplasarea de mijloace publicitare pe imobile cu construcții neautorizate și/sau construcții la care au fost făcute intervenții neautorizate.

Art. 5 Actele și conținutul – cadru al documentației pentru avizare/autorizare:

(1) **Certificatul de urbanism** – este actul de informare, prin care solicitantului i se fac cunoscute condițiile necesare autorizării, inclusiv lista avizelor și acordurilor. Se eliberează solicitantului (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 situație la scara 1:500 sau plan de încadrare în zonă, pe care va fi marcat vizibil amplasamentul propus și cotelat față de repere fixe identificabile
- 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) **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 să conțină: memoriu tehnic, 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 - 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.

(3) **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, distribuire 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 compuse din:

- cerere tip completată cu elementele de identificare ale beneficiarului, cu precizarea scopului solicitării actului

- 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
- acordul proprietarului imobilului 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 Oradea.

Art. 6 (1) În cazul în care, la expirarea termenului de încetare a funcționării mijlocului de publicitate aprobat nu a fost obținută prelungirea acestui termen, 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) În situația în care, în termen de 30 zile de la data expirării termenului de încetare a funcționării mijlocului de publicitate autorizat, proprietarul construcției-suport de publicitate nu a îndeplinit obligațiile prevăzute la alin. (1), primarul dispune, prin dispoziție, desființarea acestuia pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate pe care aceste construcții provizorii sunt amplasate, fără emiterea unei autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor judecătorești.

(3) Cheltuielile rezultate ca urmare a acțiunilor prevăzute la alin. (2) sunt în sarcina proprietarului construcției-suport de publicitate și vor fi recuperate ulterior de la acesta, în condițiile legii.

Art. 7 (1) Pentru amplasarea mijloacelor de publicitate care nu necesită fundații, utilizate în cadrul unor campanii publicitare și/sau activități de promovare ce nu depășesc 30 de zile, care se desfășoară pe domeniul public sau privat al statului ori al unității administrativ-teritoriale, ori pe proprietatea privată a persoanelor fizice și juridice, în condițiile prezentei legi, autoritatea administrației publice locale emite acorduri pentru publicitate temporară, la cererea solicitanților, în condițiile legii și ale prezentului regulament.

(2) Perioada de valabilitate a acordului pentru publicitate temporară prevăzută la art. 7 alin. (1) este de maximum 30 de zile și poate fi prelungită o singură dată, la cererea solicitantului, pentru o perioadă cel mult egală cu cea aprobată inițial.

Cap. III Stabilirea zonelor de publicitate

Art. 8 (1) În municipiul Oradea, în cadrul teritoriului administrativ, sunt delimitate următoarele zone de publicitate:

- zone de publicitate restrânsă - anexa
 - zona de publicitate restrânsă 1 – ZPR1
 - zona de publicitate restrânsă 2 – ZPR2
- zona de publicitate lărgită - ZPL – tot teritoriului administrativ al municipiului Oradea, cu excepția zonelor de publicitate restrânsă delimitate potrivit art. 8 alin. (1) lit. a

Cap. IV Reguli generale privind amplasarea tuturor categoriilor de mijloace de publicitate

Art. 9 (1) Publicitatea este permisă atât pe domeniul public sau privat al unității administrativ-teritoriale Oradea, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, cu respectarea prevederilor legale în vigoare.

Art. 10 (1) Amplasarea mijloacelor de publicitate este interzisă în următoarele situații:

- pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților publice, cu excepția mijloacelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul sedii;
- pe clădirile în care își desfășoară activitatea unități de învățământ, cultură sau alte asemenea – cu excepția unor evenimente publice organizate sau dacă reclama are legătură cu obiectul de activitate al instituției respective și cu acordul forului tutelar;
- pe obiectele de artă monumentală și monumentele de for public;

- d) pe clădirile monument și cele neclasate ca monument – conform Listei Monumentelor Istorice 2010, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii și a mesh-urilor amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/ restaurare în condițiile prezentului regulament;
- e) pe fațatele clădirilor sau la partea superioară a clădirilor situate în zone construite protejate(ZCP) și UTRuri cu caracter specific - Ansambluri strada Sovata-Splaiul Crișanei;
- f) pe clădirile aflate în stare de deteriorare. Se vor putea amplasa mijloace de publicitate, în condițiile prezentului regulament, numai după reabilitarea și refacerea imobilului; Sunt permise mesh-urile amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare în condițiile prezentului regulament.
- g) pe fațadele cu sau fără ferestre, ale clădirilor, dacă acestea sunt prevăzute cu elemente/materiale decorative/încrustații decorative/forme stilizate în vederea obținerii 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;
- h) în incinta și pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcașurilor de cult, troițelor, scuarurilor, parcurilor și grădinilor publice;
- i) pe spațiile verzi cu caracter ornamental sau zone bogat plantate;
- j) în locurile de joacă sau locurile de odihnă situate în zona blocurilor de locuințe colective;
- k) pe zona carosabilă a străzilor și a drumurilor, indiferent de categoria acestora;
- l) în zonele în care a fost restricționată sau interzisă publicitatea prin prezentul Regulament;
- m) în interiorul intersecțiilor și al sensurilor giratorii, în spațiul destinat circulației autovehiculelor și semnalizării rutiere, în zone în care desfășurarea în condiții normale a traficului ar putea fi perturbată;
- n) pe parapetii și/sau pereții pasajelor rutiere subterane și supraterane ori sub poduri;
- o) pe stâlpii proprii elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație, pe semnele de circulație;
- p) pe lucrările de artă/geniu civil care traversează drumul sau ape de suprafață, pe portale cu semnalizare rutieră sau în soluții independente autoportante în traversarea drumului.
- q) pe elementele care delimitează trotuarul/zona pietonală, de carosabil;
- r) pe benzile metalice de delimitare, precum și pe benzile laterale de protecție ale sensurilor de circulație a drumurilor;
- s) pe arbori;
- ș) pe împrejurimile imobilelor;

(2) Se interzice amplasarea, interior sau exterior, a oricărui mijloc publicitar care obturează integral vizibilitatea în interiorul unui spațiu, la mai puțin de 30cm de la suprafața sticlei.

(3) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate cu lumină pulsatorie/intermitentă și a ecranelor publicitare. Pentru mijloacele publicitare luminoase, cu iluminare constantă ca intensitate, pe timpul nopții intensitatea luminii se va regla astfel încât aceasta să nu deranjeze, sau funcționarea acesteia va fi întreruptă.

(3.1) Prin derogare de la alin.3 se pot amplasa ecrane publicitare numai în zona de publicitate lărgită ZPL. Amplasarea acestora se va face în baza aceluiași reguli ca pentru panourile publicitare de pe zona ZPL; Pe timpul nopții intensitatea luminii acestor ecrane publicitare se va regla astfel încât aceasta să nu deranjeze, sau funcționarea acesteia va fi întreruptă.

(4) Se interzice inscripționarea de texte publicitare direct pe împrejurimi, geamuri, zidurile imobilelor, stâlpilor de orice fel, trotuarelor sau aleilor prin diverse metode grafice.

(5) În toate zonele din municipiul Oradea se interzice acoperirea cu orice mijloc de publicitate (material colant, grafică pictată sau orice alte mijloace publicitare de afișaj) a suprafețelor vitrate ale clădirilor. Acestea se pot realiza doar în interiorul spațiului în care 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, fără a obtura integral vizibilitatea în interiorul spațiului.

(6) În municipiul Oradea, pe domeniul public sau privat al municipiului – carosabil, trotuar, locuri de parcare marcate, etc - se interzice amplasarea/expunerea de mașini în scop publicitar.

Reguli specifice pentru categoriile de mijloace de publicitate

Secțiunea I

Reguli generale privind amplasarea firmelor

Art. 11

FIRME

Reglementări de ordin general:

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

2) pentru imobilele care au spații comerciale la parter și unde, prin sistemul constructiv există un atic sau parapet continuu/registru plin peste parter, amplasarea firmelor se va face strict pe această zonă. Înălțimea mijloacelor publicitare propuse va fi aceeași.

2.1) pentru spațiile situate la parter de bloc, pe același tronson de fațadă, firmele se vor standardiza și se vor amplasa în mod unitar, încadrate simetric și fără a depăși suprafața stratului suport de prindere.

2.2) pentru imobilele noi construite care au spații comerciale la parter, forma și dimensiunile semnalisticii vor fi avizate în cadrul sedințelor CMUAT în baza unei documentații tehnice întocmită de arhitect cu drept de semnătură, eventual în colaborare cu designer atestat.

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. În 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. În 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. Firmele dispuse perpendicular pe fațadă nu vor depăși dimensiunea de 1m (lățime) x 1m (înălțime), și se vor amplasa la o înălțime minimă de 2.50 m de la nivelul trotuarului.

6) firmele vor fi corelate cu arhitectura fațadelor, ce poate 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, încadramente, cornișe profilate etc), pe porțile de acces în imobile, pe ferestre.

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

8) în cazul clădirilor prevăzute cu o incintă împrejmuită, firmele pot fi amplasate în aliniamentul stradal sau perpendicular față de aceasta, în consolă, ancorate de clădire sau susținute de un suport amplasat în spatele împrejurii.

9) în situația în care clădirea intră în proces de reabilitare a fațadei, reamplasarea semnalisticii se va face după finalizarea lucrărilor de reabilitare, în baza unui studiu de fațadă, parte integrantă din documentația tehnică de autorizare a lucrărilor de reabilitare, sau avizat în cadrul sedințelor CMUAT în baza unei documentații tehnice întocmită de arhitect cu drept de semnătură, eventual în colaborare cu designer atestat. În caz contrar, pentru semnalistica reamplasată fără respectarea condițiilor menționate, primarul va dispune desființarea, pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate pe care această semnalistică este amplasată, fără a se emite autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor de judecată.

10) în situația în care agenții economici, persoane fizice sau juridice, doresc sau sunt obligați prin legislația specifică activității, să fie împiedicată vizualizarea prin suprafețele vitrate, a activităților care se desfășoară în locația respectivă, se acceptă folosirea sticlei sablate sau acoperirea sticlei cu folie imitație de sticlă sablată.

11) firmele/mijloace semnalistică tip "Totem", având dimensiunile maxim 2,00x1,00mp, se pot amplasa numai în zona/dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității, fără a perturba activitatea altor agenți economici, și profilul transversal al străzii permite circulația fluentă atât pietonal cât și rutier, și nu vor folosi în alcătuirea lor lumina dinamică sau intermitentă. Amplasarea acestor firme se va face numai după obținerea autorizației de construire și depunerea declarației fiscale pentru taxă amplasare totem publicitar și stabilirea taxei pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate. Prin excepție, în afara zonelor de publicitate restrânsă - ZPR1 și ZPR2, pe următoarele artere/bulevarde: Calea Borșului, str.Matei Corvin, str.Suișului, bd.Ștefan cel Mare, bd.Decebal, bd.Dacia, Calea Clujului, str.Mareșal Ion Averescu, str.Nufărului, Calea Aradului, str.Ovidiu Densușeanu, Calea Sântandrei, Calea Clujului, str.Dragoș Vodă, str.Ogorului - se pot amplasa firme/mijloace semnalistică tip "Totem" cu dimensiuni mai mari, în urma obținerii unui aviz Arhitect Șef favorabil

12) La montarea/demontarea firmelor, proprietarii acestora au obligația să aducă fațada clădirii la starea inițială, prin înlăturarea amprentelor firmelor și reparații ale zonei de montare, inclusiv rezugrăvirea locală și readucerea la aspectul inițial.

Reglementări specifice:

pentru activitățile de comerț en detail, de alimentație publică, pentru serviciile cu acces public:

13) firmele vor fi alcătuite din text/litere și simboluri grafice (nonfigurative - logouri, sigle) independente, montate individual pe fațadele clădirilor. Prin excepție, în situațiile în care arhitectura clădirilor include elemente constructive dedicate firmelor, cu o anumită specificitate, acestea se vor utiliza ca atare.

14) firmele vor fi luminoase / iluminate.

15) standarde de marcă (brand) nu pot constitui pretexte pentru nerespectarea prezentului regulament.

pentru activitățile serviciilor profesionale, serviciilor manufacturiere:

16) pentru această categorie de activități, pot fi dispuse doar firme sub forma unor plăci inscripționate. În cazul în care într-un imobil se desfășoară în asemenea condiții mai multe activități, firmele se vor grupa într-un pachet și standardiza.

17) acestea se vor dispune în vecinătatea accesului - în clădire sau în spațiile ocupate de aceste activități

18) în cazul profesiilor liberale, se recomandă ca grafica/designul și conținutul textului să fie standardizate prin grija asociațiilor profesionale, cu respectarea prevederilor prezentului Regulament.

pentru firme aferente instituțiilor publice sau de interes public

19) firmele instituțiilor vor fi inscripționate/gravate pe panouri/plăci cu suprafața maximă de 6000 cmp.

20) instituțiile care dispun de formate standardizate (în general cele ale administrației publice, de învățământ etc) le vor utiliza ca atare.

21) suplimentar, în cazul instituțiilor care dispun de un întreg imobil, este admisibilă/recomandată inscripționarea titlaturii acestora în partea superioară a fațadei, la ultimul nivel, de regulă sub cornișă, prin 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) și proporțiile elementelor arhitecturale, axate pe fațada spațiului în folosință, simetric față de limita acestui spațiu, care să nu acopere elementele de modernură, 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 sedințelor CMUAT, în raport cu caracteristicile arhitecturale ale clădirii.

VITRINE

22) ca elemente importante în definirea imaginii urbane, vitrinele vor beneficia de un design adaptat arhitecturii imobilelor.

23) în golul fațadei destinat vitrinei, se poate include și firma, în situațiile în care amplasarea acesteia pe fațadă este inadecvată, din cauza caracteristicilor arhitecturale.

24) la clădirile cu mai multe vitrine, intervențiile asupra acestora vor urmări conservarea / refacerea unității

expresiei arhitecturale.

25) sticla vitrinelor va fi de tip transparent, incolor. (cu excepția acelor prevăzute prin lege a fi opace)

26) 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) în funcție de specificul activității.

27) 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. 12 (1) În zona de publicitate restrânsă 1 – ZPR1 - definită conform anexei, firmele vor fi amplasate astfel:

- perpendicular pe fațadă, cu sistem de prindere în consolă în concordanță cu stilul arhitectural al clădirii; ieșite în consolă max. 0.70 m și fără a depăși suprafața de 0.50mp, la o înălțime de minim 2,50 m de la cota trotuarului,

sau,

- 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 modernură, 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 sedințelor CMUAT în baza unei documentații tehnice întocmită de arhitect cu drept de semnătură, eventual în colaborare cu designer atestat.

(3) Sunt interzise firmele luminoase cu lumină pulsatorie, atât în interiorul spațiului(cu vizibilitate din exterior), cât și în exteriorul spațiului.

(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. 13 (1) În zona de publicitate restrânsă 2 – ZPR2 – definită conform anexei, firmele vor fi amplasate astfel:

- perpendicular pe fațadă, cu sistem de prindere în consolă, în concordanță cu stilul arhitectural al clădirii, ieșite în consolă max. 1.00 m și fără a depăși suprafața de 1.00 mp, la o înălțime de minim 2,50 m de la cota trotuarului,

sau,

- 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 sedințelor CMUAT în baza unei documentații tehnice întocmită de arhitect cu drept de semnătură, eventual în colaborare cu designer atestat.

(3) Sunt interzise firmele luminoase cu lumină pulsatorie, atât în interiorul spațiului(cu vizibilitate din exterior), cât și în exteriorul spațiului.

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

Secțiunea a II a

Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase pe clădiri și la sol

Art. 14 (1) Amplasarea panourilor publicitare atât pe domeniul public, cât și privat se va face numai după obținerea autorizației de construire, emisă conform prevederilor legale în vigoare, și în baza unui contract de închiriere valabil încheiat cu proprietarul/administratorul imobilului.

(2) Lucrările de amplasare a panourilor publicitare, sunt lucrări de construcții cu caracter provizoriu; durata maximă de existență/termenul de autorizare a panourilor publicitare amplasate pe domeniul privat este de 5 ani. Acest termen decurge de la data amplasării panoului publicitar (comunicată în prealabil; în caz contrar se consideră ziua următoare datei de emitere a autorizației). După expirarea acestui termen, se poate solicita reautorizarea pe același amplasament, pe o perioadă 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 valabilitate 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 Oradea, materiale ce se vor realiza de către operatorii de publicitate prin efort propriu, conținutul informativ al acestora va fi pus la dispoziție de către Primăria municipiului Oradea - în acest caz nu se datorează taxa pentru afișaj; în situația în care Primăria municipiului Oradea solicită afișarea acestor materiale pentru o perioadă de cel puțin 3 luni de zile, fără întrerupere, atunci va suporta costul acestora din bugetul propriu.

(7) Când se va constata lipsa afișării materialelor publicitare pe o perioadă mai mare de 60 de zile consecutive, se va solicita proprietarului mijlocului de publicitate desființarea construcției-suport pentru mijlocul de publicitate. Dacă acesta nu este desființat, se 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.

(8) Atunci când pe fațada sau calcanul unei clădiri pot fi amplasate mai multe panouri publicitare, cu excepția firmelor, se va studia în mod unitar posibilitatea de amplasare a acestora, ca tip, dimensiune și încadrare simetrică, pe fațada sau calcanul clădirii. Forma și dimensiunea acestora vor fi supuse avizării în cadrul sedințelor

CMUAT, în baza unei documentații tehnice întocmită de arhitect cu drept de semnătură, eventual în colaborare cu designer atestat.

(9) Pot fi amplasate panouri publicitare pe fațade, pe terase ori acoperișuri ale clădirilor, astfel încât sistemele lor de prindere să nu constituie o sursă de accidente și să nu afecteze structura de rezistență și funcționarea optimă a clădirilor.

(10) Mijloacele publicitare luminoase trebuie să respecte condițiile tehnice referitoare la luminozitate pentru a nu exista riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate, fiind necesar și un aviz de la poliția rutieră.

Art. 15 (1) În situația amplasării pe terasele sau acoperișurile construcțiilor, panourile publicitare, vor avea următoarele înălțimi:

a) cel mult 3.00 m, dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mică de 15.00 m;

b) cel mult 1/5 din înălțimea fațadei, dar nu mai mult de 6.00 m, dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mare de 15.00 m.

(2) Amplasarea panourilor publicitare pe terasele sau acoperișurile construcțiilor se va face în baza aceluiași reguli ca pentru panourile publicitare amplasate pe sol.

Art. 16 (1) Panourile publicitare amplasate pe sol vor fi montate astfel încât să nu împiedice circulația rutieră și/sau pietonală, ori accesul pietonal și/sau al autovehiculelor de intervenție pe proprietăți.

(2) Panourile publicitare, indiferent de tipul de proprietate pe care au fost montate, vor fi amplasate astfel încât proiecția acestora să fie în totalitate în interiorul proprietății pe care au fost autorizate.

(3) Mijloacele publicitare amplasate pe fațadele/calcanale clădirilor se vor amplasa într-un plan paralel cu fațada/calcanul, și vor respecta încadrarea între elementele arhitecturale definitorii ale imobilului, fără acoperirea mai multor elemente. Acestea vor fi supuse avizării CMUAT, în baza unei documentații tehnice întocmită de arhitect cu drept de semnătură, eventual în colaborare cu designer atestat.

Art. 17 (1) Amplasarea sistemelor publicitare se va face cu protejarea spațiilor verzi amenajate ca atare și a arborilor de aliniament stradal.

(2) Realizarea elementelor de fundare/ancorare necesare asigurării stabilității mijlocului publicitar se execută obligatoriu îngropat, respectiv sub cota suprafeței solului/trotuarului, până la nivelul solului.

(3) Panourile publicitare pot fi luminoase sau iluminate cu sursă proprie de lumină. Alimentarea cu energie electrică a acestora se va face cu fir postat subteran, fiind interzise cablajele aeriene de la stâlpii de iluminat public, cu excepția situațiilor în care zona domeniului public care este afectată de lucrările de rețele electrice, se află în perioada de garanție de bună execuție pentru reabilitare/modernizare/consolidare. Doar în aceste situații se acceptă provizoriu, până la expirarea perioadei de garanție de bună execuție, cablajele aeriene.

(4) Panourile publicitare amplasate pe proprietăți private vor avea asigurată energia electrică necesară iluminatului pe bază de contract cu un furnizor de energie electrică. Este interzisă racordarea la rețeaua de iluminat public a Municipiului Oradea.

Art. 18 Amplasarea sistemelor publicitare se va face, în următoarele condiții:

(1) la o distanță de cel puțin 25.00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri), pentru panourile publicitare cu suprafața maximă de 2,20mp;

(2) la o distanță de cel puțin 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 suprafața maximă de 2,20mp/față.

(4) în zona de publicitate restrânsă 2 – ZPR2 – la sol și 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 largită – ZPL – pe străzile de categoria I, II și III se pot amplasa panouri publicitare cu suprafața maximă de 36mp. Atunci când pe fațada 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 CMUAT, 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 curbilor 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. 19 (1) Amplasamentele aflate în proprietatea sau în administrarea unității administrativ-teritoriale Oradea – domeniu public, destinate montării mijloacelor de publicitate vor fi închiriate/concesionate prin licitație publică organizată în condițiile legii.

(2) Licitările 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 valabilități contractului de închiriere/concesiune.

Art. 20 Pe zonele verzi cu destinația de scuaruri sau parcuri predate în întreținere și amenjare agenților economici, se pot amplasa panouri informative – model aprobat prin HCL 346/29.04.2009 – 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. 21 (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.

Secțiunea a III a

Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare mobile

Art. 22 (1) Se pot amplasa mijloace publicitare mobile portante(trepiede,etc), având ca scop promovarea comercială, comunicarea de tarife sau acțiuni promoționale, specifice activității desfășurate de beneficiarul publicității, pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,00 m, numai în dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității fără a perturba traficul rutier și/sau pietonal, și numai pe durata programului zilnic de funcționare a acestuia, în următoarele condiții:

a) dimensiunile maxime ale panoului vor fi de 0,60 m x 0,90 m;

b) se poate amplasa un singur mijloc publicitar mobil;

(2) În cazul în care într-un imobil se desfășoară în asemenea condiții mai multe activități, se va amplasa un singur mijloc publicitar portant, pe care se vor inscripționa toate activitățile care se desfășoară în imobil.

(3) Este interzisă amplasarea panourilor mobile portante (trepiede, steaguri tip lacrima etc) pe străzile pietonale(str. Republicii – zona pietonală, Piața Unirii, Piața Regele Ferdinand I, str. Vasile Alecsandri, str. Aurel Lazăr, str. Libertății, zona piațetă Liceul Teoretic "Ady Endre". Str. Teatrului, str. Episcop Mihai Pavel, si altele). Nerespectarea interdicției atrage pe lângă aplicarea sancțiunilor contravenționale și alte măsuri, respectiv, ridicarea acestora de către Primăria municipiului Oradea. 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.

(4) Amplasarea panourilor mobile pliante se face după obținerea acordului emis de serviciul de specialitate din cadrul Primăriei municipiului Oradea.

Secțiunea a IV a

Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

Art. 23 (1) Pot fi utilizate ca suport publicitar următoarele tipuri de mobilier urban: adăposturile destinate publicului/stațiile de autobuz și coloanele port-afiș, cu respectarea prevederilor Regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate.

(2) Adăposturile destinate publicului și stațiile de autobuz pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panourile care fac parte din componența acestora și care au fost autorizate împreună cu acestea, în conformitate cu legislația în vigoare la data autorizării.

(3) Coloanele port afiș vor putea fi utilizate numai pentru afișe și/sau anunțuri de spectacole și manifestări cultural, sportive, etc; este interzisă suprapunerea de afișe în cazul în care valabilitatea nu a fost depășită.

Secțiunea a V a

Reguli generale privind publicitatea pe stâlpi

(bannere, indicatoare publicitare direcționale, steaguri publicitare)

Art. 24 Se interzice amplasarea bannerelor publicitare.

Art. 25 (1) Este permisă amplasarea de mijloace publicitare direcționale pe stâlpii de iluminat public, amplasați în afara intersecțiilor sau al sensurilor giratorii, dacă pe aceștia nu sunt montate semnalizări rutiere, în următoarele condiții:

- nu folosesc lumină dinamică;
- vor avea dimensiunile de până la 0.80x1.20 m
- înălțimea de amplasare este de minimum 4.00 m;
- pe un stâlp se pot monta maxim două mijloace publicitare direcționale, unitare ca dimensiune;
- proiecția la sol a mijloacelor publicitare se va situa în afara gabaritului carosabilului;

(2) În ZPR1 se interzice amplasarea acestor tipuri de mijloace publicitare, cu excepția celor cu scop de informare și promovare a turismului sau a unor evenimente publice organizate de, sau împreună cu autoritățile publice locale, fără să conțină un branding/cobranding.

(3) Se pot amplasa stâlpi din țevă metalică - suport pentru mijloace publicitare direcționale cu dimensiunile de 0.80x1.00m numai în apropierea spațiului destinat activității care face obiectul publicității, fără a perturba activitatea altor agenți economici, și profilul transversal al străzii permite circulația fluentă atât pietonal cât și rutier. Amplasarea acestor stâlpi se va face numai după obținerea autorizației de construire și depunerea declarației fiscale pentru taxă amplasare stâlp (totem) publicitar și stabilirea taxei pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate.

(4) Mijloacele publicitare direcționale se amplasează numai după obținerea autorizației de construire, emisă conform prevederilor legale în vigoare, și în baza unui contract de închiriere valabil încheiat cu administratorul stâlpului.

Secțiunea a VI a

Reguli generale privind amplasarea mesh-urilor

Art.26 (1) Se pot amplasa mijloace publicitare de tip mesh-uri, easy change - material PVC - numai pe calcanele și fațadele clădirilor situate în zonele de publicitate lărgită – ZPL, fără elemente decorative/încrustații decorative/forme stilizate în vederea obținerii unui efect decorativ, fără a obtura spațiile vitrate, pe o perioadă de maxim 3 luni; Amplasarea acestora se va face în baza aceluiași reguli ca pentru celelalte mijloace publicitare de pe zona ZPL;

(2) Pe clădirile situate în zonele de publicitate restrânsă – ZPR1 și ZPR2, inclusiv pe monumentele istorice - se poate amplasa plasă de protecție numai în situația în care aceasta constituie protecție către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare, dar nu mai mult de un an calendaristic, și numai dacă reproduc imaginea construcției după consolidare/restaurare, eventualele texte de publicitate comercială vor ocupa cel mult 25% din suprafața totală a acesteia;

(3) Amplasarea acestor mijloace publicitare se face în baza Acordului pentru publicitate temporară.

Secțiunea a VII a

Reguli generale privind publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale amplasate la sol

Art. 27 (1) Pe domeniul public sau privat al municipiului Oradea se interzice amplasarea prismelor publicitare.

(2) Pe domeniul/proprietate privată a persoanelor fizice sau juridice se pot amplasa mijloace publicitare tip prisma numai pe cele situate în zona de publicitate lărgită – ZPL, și numai după obținerea acordului emis de serviciul de specialitate din cadrul Primăriei municipiului Oradea.

Art. 28 Este permisă amplasarea de mijloace publicitare tip proiecte publicitare speciale amplasate la sol, altele decât prismele publicitare, avizate în cadrul sedințelor CMUAT în baza unei documentații tehnice întocmită de arhitect cu drept de semnătură, sau de designer atestat, numai după obținerea acordului emis de serviciul de specialitate din cadrul Primăriei municipiului Oradea și încheierea unei convenții pentru ocupare domeniu public.

Secțiunea a VIII a

Reguli generale privind amplasarea afişelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate

Art. 29 (1) În vederea asigurării eficienței informării a cetățenilor, a libertății de expresie și esteticii urbane, autoritățile administrației publice locale vor instala în amplasamente cu vizibilitate, în condițiile regulamentului local de publicitate, panouri speciale destinate afişelor publicitare și anunțurilor de mică publicitate.

(2) Panourile prevăzute la alin. (1) vor fi curățate periodic prin grija compartimentelor de specialitate din cadrul administrației publice locale.

(3) Amplasarea afişelor colante, inclusiv afişele electorale, se va face doar pe panourile speciale destinate acestora; toate afişele vor fi avizate de către serviciul de specialitate din cadrul Primăriei municipiului Oradea.

(4) Este interzisă amplasarea de afişe publicitare prin aplicarea lor directă pe orice suprafață neamenajată în scop publicitar sau care să acopere alte afişe publicitare deja existente, postate anterior, aflate în perioada de valabilitate, care fac publicitate unor evenimente/acțiuni/campanii aflate în derulare sau care urmează să se deruleze.

(5) Amplasarea afişelor, distribuirea de mostre și tipărituri (pliante, flyere, etc) prin intermediul difuzorilor volanți(persoane fizice/juridice; organizatorii evenimentului; beneficiarii afişelor-mostrelor-tipăriturilor), se va desfășura pe baza solicitării înregistrată la PMO 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. 30 (1) Pe raza municipiului Oradea se interzice utilizarea și/sau realizarea de reclame sonore prin orice mijloace.

(2) Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate (care sunt adaptate realizării de reclamă și publicitate), prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau inscripționarea cu texte publicitare ori altele asemenea, vor putea fi autorizate să circule pe teritoriul localității cu condiția obținerii avizului pentru publicitate temporară, în următoarele condiții:

- nu se permite staționarea pe drumurile publice sau în locurile vizibile dinspre acestea
- circulația convoaielor este permisă numai cu ocazia manifestărilor speciale, în baza avizului emis de autoritățile administrației publice, cu durata de valabilitate de o zi
- înainte de a fi puse în circulație aceste tipuri de vehicule, se vor achita taxele de publicitate, excepție de la aceste taxe făcând vehiculele aparținând serviciilor aflate în subordinea Consiliului Local.

Art. 31 Se pot amplasa reclame realizate din materiale autocolante și/sau vopsite pe mijloacele de transport public local de călători: tramvaie, autobuze, microbuze, cu condiția ca prin aceasta să nu fie afectată vizibilitatea călătorilor înspre exteriorul mijlocului de transport, cu acordul Regiei Locale de Transport - OTL SA.

Cap. IV

Sanctiuni

Art. 32 Sanctiunile prevăzute în prezentul Regulament vin în completarea celor referitoare la nerespectarea legislației în vigoare privind autorizarea construcțiilor, urbanismul și amenajarea teritoriului - Lega 50/1991-republicată și actualizată, privind autorizarea lucrărilor de construcții 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. 33 Nerespectarea prezentului regulament atrage după sine răspunderea contravențională. Sanctiunile se pot aplica atât persoanelor juridice cât și fizice, după calitatea celei care contravine normelor prezentului Regulament.

Art. 34 În condițiile prezentului Regulament constituie contravenții și se sancționează, următoarele fapte:

- a) amplasarea trepidelor fără respectarea prevederilor art. 22 - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 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 proiectului pentru amplasarea semnalisticii/mijloacelor publicitare conform fotomontajului aprobat - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2000 lei
- e) nerespectarea acordului emis de autoritățile publice locale - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
- f) neîndeplinirea, la termenul stabilit, a măsurilor dispuse - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
- g) nerespectarea obligației de a folosi materiale rigide pentru semnalistică firmă - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
- h) amplasarea afișelor publicitare peste alte afișe aflate în perioada de valabilitate - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
- i) amplasarea de mijloace de publicitate (proiecte speciale, bannere publicitare, mesh-uri publicitare, steaguri publicitare etc), amplasarea/expunerea de mașini în scop publicitar, fără a deține acordul emis de serviciul de specialitate din cadrul Primăriei municipiului Oradea - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
- j) nerespectarea prevederilor art. 10 și art.11 - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei

- k) amplasarea și utilizarea/realizarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică - cu amendă cuprinsă între 1000 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 1000 și 2500 lei
- m) neîntreținerea, neasigurarea identificării prin inscripționarea cu informații privind numărul autorizației de construire, a sistemelor publicitare, - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
- n) nedecorarea suprafețelor de expunere în perioada lipsei contractelor de publicitate - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
- o) inscripționarea firmelor, reclamelor, textelor publicitare direct pe împrejurimi, geamuri, zidurile imobilelor, stâlpilor de orice fel, trotuarelor sau aleilor prin diverse metode grafice - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
- p) neaducerea fațadei la starea inițială și nerespectarea obligației de a demonta mijlocul publicitar în situația firmelor care își încetează activitatea cu amendă de la 1000 și 2500 lei
- q) nerealizarea obturării vederii din spațiul public în interiorul spațiilor aferente serviciilor funerare - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
- r) nesolicitarea reautorizării panourilor publicitare după expirarea duratei de existență/perioadei de autorizare - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
- s) neprezentarea documentelor care au stat la baza amplasării mijloacelor publicitare de către deținătorul mijloacelor de publicitate, iar în cazul în care nu poate fi identificat se va solicita proprietarului imobilului acordul pentru amplasarea construcției suportului publicitar – cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
- ș) nerespectarea obligației de a regla intensitatea luminii în intervalul orar 20-08 - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
- t) nerespectarea prevederilor art.24, art.25, art.28, respectiv art.30 - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
- ț) nerespectarea prevederilor art. 26 - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei – pentru fiecare mijloc publicitar/stâlp
- u) nerespectarea prevederilor art. 29 de către persoanele fizice/juridice/organizatorii evenimentului/beneficiarii afiselor-mostrelor-tipăriturilor - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
- v) amplasarea mijloacelor publicitare cu lumină pulsatorie, în interiorul spațiului(cu vizibilitate din exterior), sau/și în exteriorul spațiului, în zonele de publicitate restrânsă ZPR1/ZPR2- cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
- w) nerespectarea prevederilor art.39 - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei

Art. 35 Amenzile contravenționale pot fi achitate și prin intermediul instrumentelor de plată electronică, așa cum acestea sunt prezentate pe site-ul Primăriei Oradea – www.oradea.ro – plăți online.

Art. 36 Contravențiile se constată și se sancționează de către Poliția Locală Oradea și împuterniciți ai Primarului municipiului Oradea.