

I 145
1

PROIECT DE HOTĂRÂRE

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

Analizând Raportul de specialitate înregistrat sub nr. 247481 din 29.04.2020 prin care Instituția Arhitectului Șef – Compartimentul Autorizări Publicitate propune abrogarea HCL 962/2017, completată cu HCL 557/2018 prin care s-a aprobat Regulamentul privind organizarea, autorizarea și desfășurarea activității de publicitate în municipiul Oradea, și aprobarea 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-republicata
- 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

Hotărâște:

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 962/2017, completată cu HCL 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 al județului Bihor și pe site-ul www.oradea.ro

APROBAT,
Primar
Bolojan Ilie



PROIECT
AVIZAT,
Secretar
Vila Ionel



Primăria Municipiului Oradea

Instituția Arhitectului Șef
Serviciul Autorizări Construcții

Cod operator: 16136

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

Nr. Înregistrare: 252391/06.05.2020

REFERAT DE APROBARE

La proiectul de hotărâre privind aprobarea Regulamentului de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în municipiul Oradea

Prin HCL 962/2017, completată cu HCL 557/2018 s-a aprobat Regulamentul privind organizarea, autorizarea și desfășurarea activității de publicitate în municipiul Oradea,

Având în vedere Hotărârea nr.349/2019 pronunțată în data de 22.04.2019 de Curtea de Apel Oradea prin care a fost suspendată aplicarea art. 29 din Regulamentul de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în municipiul Oradea anexă la HCL 962/2017, completată cu HCL 557/2018, se impune aprobarea regulamentului în forma prezentată în documentele atașate.

Față de considerentele menționate mai sus,

SUPUNE SPRE APROBARE

Proiectul de hotărâre privind aprobarea Regulamentului de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în municipiul Oradea.

INIȚIATOR

PRIMAR
ILIE BOLOJAN



Datele dumneavoastră personale sunt prelucrate de Primăria Municipiului Oradea, potrivit notificărilor Autorității Naționale de Supraveghere a Datelor cu Caracter Personal nr. 16136 / 2010, în conformitate cu Legea nr. 677/2001, în scopul îndeplinirii atribuțiilor legale ale administrației publice locale. Datele pot fi dezvăluite unor terți în baza unui temei legal justificat. Vă puteți exercita drepturile de acces, intervenție și de opoziție în condițiile prevăzute de Legea nr. 677/2001, printr-o cerere scrisă, semnată și datată, depusă la sediul instituției.

www.oradea.ro



Primăria Municipiului Oradea

Instituția Arhitectului Șef

Compartimentul Autorizări Publicitate

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

Aprob,
Ilie BOLOJAN
Primar



Nr. înregistrare: 247481

Data: 29.04.2020

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

Luând în considerare Hotărârea nr.349/2019 pronunțată în data de 22.04.2019 de Curtea de Apel Oradea prin care a fost suspendată aplicarea art. 29 din Regulamentul de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în municipiul Oradea, aprobat prin HCL 962/2017, completată cu HCL 557/2018,

Ținând cont de minuta încheiată cu ocazia dezbaterii publice din data de 05.03.2020, de clarificările făcute după dezbaterile publice,

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

PROPUNEM Consiliului Local al municipiului Oradea

Art. 1 Aprobarea Regulamentului privind organizarea, autorizarea și desfășurarea activității de publicitate în municipiul Oradea în forma prezentată de documentele atașate.

Art. 2 Abrogarea Regulamentului privind organizarea, autorizarea și desfășurarea activității de publicitate în municipiul Oradea aprobat prin HCL 962/2017, completată cu HCL 557/2018.

Arhitect Șef
Radu Fortis

Direcția Juridică
Eugenia Borbei

Consilier
Puican Maria

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 asemenea, 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 împrejmuiri;

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, tăblița 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, artisanale 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, artisanale 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 imprimate 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 cotate 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 legi 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:

a) zone de publicitate restrânsă - anexa

- zona de publicitate restrânsă 1 – **ZPR1**
- zona de publicitate restrânsă 2 – **ZPR2**

b) 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:

- a) pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților publice, cu excepția mijloacelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul sediiilor;
- b) 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;
- c) pe obiectele de artă monumentală și monumentele de for public;
- d) pe clădirile monument și cele neclase 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 fațadele clădirilor sau la partea superioară a clădirilor situate în zone construite protejate (ZCP) și UTRuri cu caracter specific - Ansambluri strada Sovata-Splaiul Crișanei;
- e) 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.
- f) 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;
- g) în incinta și pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcașurilor de cult, troițelor, scuarurilor, parcurilor și grădinilor publice;
- h) pe spațiile verzi cu caracter ornamental sau zone bogat plantate;
- i) în locurile de joacă sau locurile de odihnă situate în zona blocurilor de locuințe colective;
- j) pe zona carosabilă a străzilor și a drumurilor, indiferent de categoria acestora;
- k) în zonele în care a fost restricționată sau interzisă publicitatea prin prezentul Regulament;

- l) 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;
- m) pe parapetii și/sau pereții pasajelor rutiere subterane și supraterrane ori sub poduri;
- n) pe stâlpii proprii elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație, pe semnele de circulație;
- o) 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.
- p) 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 cm², 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 împrejurării.

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 semnalistice 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 Densusșeanu, 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 standarde (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 titulaturii 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 modernă, 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 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 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 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 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 sesiunilor 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 lărgită – 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, supermagazinilor, hipermagazinilor, 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 amenajare 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 lacrimă 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, și 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 culturale, 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 țeavă 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 calcanale 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 afişe, 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:

- amplasarea trepidelor fără respectarea prevederilor art. 22 - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
- acoperirea cu orice mijloc de publicitate a suprafețelor vitrate ale clădirilor - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
- 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
- nerespectarea proiectului pentru amplasarea semnalisticii/mijloacelor publicitare conform fotomontajului aprobat - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2000 lei
- nerespectarea acordului emis de autoritățile publice locale - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
- neîndeplinirea, la termenul stabilit, a măsurilor dispuse - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
- nerespectarea obligației de a folosi materiale rigide pentru semnalistică firmă - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
- amplasarea afișelor publicitare peste alte afișe aflate în perioada de valabilitate - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
- 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
- nerespectarea prevederilor art. 10 și art.11 - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
- amplasarea și utilizarea/realizarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei
- amplasarea mijloacelor de publicitate care prin formă, conținut, dimensiuni și culori în combinații specifice pot fi confundate cu mijloace de semnalizare rutieră sau împiedică

MINUTA

Dezbaterii publice din 05.03.2020 în vederea aprobării Regulamentului local de publicitate privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate

Participanți:

-PMO: -Andrei Borbely-Direcția Juridică

-Adriana Lipoveanu-Instituția Arhitectului Șef

- Maria Puican- Instituția Arhitectului Șef

- Ligia Fürtos-Direcția Poliția Locală

-EUROMEDIA - [REDACTED]

-PUBLIPOSTAGE-[REDACTED]

-PROMOTION MEDIA-[REDACTED]

-COMMUNICATIONS MEDIA-[REDACTED]

-NEW AGE ADVERTISING AGENCY-[REDACTED]

[REDACTED]

Agenda dezbaterii pentru modificarea și aprobarea Regulamentului de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în municipiul Oradea a fost următoarea:

-Art.29 - Pentru evenimentele publice organizate de, sau împreună cu autoritățile publice locale în scop de informare și promovare a municipiului, a turismului se pot amplasa mijloace publicitare tip prismă și în alte locuri, strict pe perioada desfășurării evenimentelor.

Reprezentanții operatorilor de publicitate au susținut următoarele:

-pe prisme publicitare apar firme care sunt coparteneri în organizarea evenimentelor de Primărie-se face o concurență neloială. Firmele de publicitate nu o să mai aibă nimic ce să promoveze pentru că toți vor dori prisme în locațiile din centru, iar agențiile locale au voie doar pe ZPL.

Reprezentanții primăriei Oradea au menționat că există un calendar al desfășurării evenimentelor pe care municipiul Oradea, împreună cu APTOR care este o asociație sub

4

coordonarea Consiliului Local organizează numeroase evenimente, de exemplu zilele Art Nouveau, etc.

Un reprezentant al operatorilor de publicitate a propus punerea la dispoziție a suporturilor publicitare pe care ei le plătesc lunar, chiar dacă primăria organizează evenimentele pentru promovarea orașului, dar în acest sens nu se mai face concurență firmelor de publicitate, exprimându-se totodată și interesul pentru câte evenimente se vor desfășura în Oradea.

Un reprezentant al primăriei municipiului Oradea a ridicat problema dacă există o prevedere legală, un articol în România care să interzică o primărie să își facă promovarea evenimentelor de către o agenție și totodată a adăugat că există anumite restricții minimale în lege, care pot fi înnăsprite de către autorități, ele pot să plece de la aceste restricții și să instaureze altele prin Regulamentul de publicitate.

Un reprezentant al operatorilor de publicitate, pe considerentele Curții de Apel în articolul care a fost anulat a cerut explicații în ce formă diferă conținutul art. 29 în afara de o scurtă reformulare, motivul pentru care Tribunalul a reținut să spună că acest articol face discriminare prin condiționarea amplasării mijloacelor de publicitate doar de către autoritatea publică locală, astfel că se creează o poziție privilegiată față de ceilalți operatori.

Reprezentanții primăriei municipiului Oradea au precizat faptul că este un principiu de drept prin care o comunitate este publică și o promovare de comunitate publică cum este Oradea nu trebuie pusă pe picior de egalitate cu un interes comercial pe care firmele le promovează.

Un operator de publicitate și-a exprimat nemulțumirea pentru sancțiunile primite cu privire la mijloacele publicitare desprinse, punându-se în discuție posibilitatea notificării prealabile printr-o somație chiar și a introducerii unui articol în conținutul Regulamentului care să prevadă acest lucru. Această mențiune a fost completată de un reprezentant al PMO care a confirmat că există o înțelegere cu Direcția Poliția Locală prin care nu se aplică nici o amendă în mod direct, aceștia fiind anunțați înainte de problemele regăsite în teren.

De asemenea, s-a mai exemplificat că firmele de publicitate au fost notificate telefonic după schimbările climatice să își remedieze situația în cel mai scurt timp posibil, după care au fost sancționați contravențional cu avertisment și nu cu amendă directă.

Având în vedere faptul că legea nu prevede obligativitatea somațiilor și a faptului că multe sancțiuni date pe publicitate nu se dau doar pe Legea 185/2013 ci și pe Legea 50/1991 care nu intră sub incidența OG 2/2001, Legea 50/1991 nu prevede avertismentul și nici jumătate din minimul amenzii, motiv pentru care nu se va trece în regulament obligativitatea somațiilor.

La precizarea unui operator de publicitate cu privire la formalitatea amplasării prismelor având în vedere că sunt suporturi temporare, s-a răspuns că în caietul de sarcini dacă va rămâne cu licitație, vor fi menționate toate condițiile și în acest sens fiecare se va putea exprima.

Un alt reprezentant al operatorilor de publicitate propune să se reformuleze art.29 conținutul mijloacelor de publicitate tip prismă -să nu figureze "și în alte locuri".

S-a ridicat problema de către un reprezentant al operatorilor de publicitate a excepției prevăzute la art.25 alin(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”*- APTOR a amplasat mijloace publicitare pe stâlpi în ZPR1 fără să conțină nici un branding/cobranding.

În acest sens, în cadrul unor evenimente se pot folosi aceste steaguri publicitare, dar vor fi doar de informare, fără să mai conțină alte branduri.

Un reprezentant al operatorilor de publicitate și-a exprimat dorința de a fi copartener cu PMO, în sensul că trebuie să fie un parteneriat între primărie și agențiile de publicitate .

Totodată, s-a pus în discuție de ce se impune condiție restrictivă pe ZPL-Art. 27 alin(1)- *Se pot amplasa mijloace publicitare de tip mesh-uri, easy change - material PVC - numai pe calcanalele 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.*

Dânșii propun să se lase mesh-urile pe toate fațadele clădirilor și pe cele care au forme stilizate/elemente decorative, suprafață vitrată și de asemenea ca mesh-urile să poată fi amplasate în toate zonele ZPR1, ZPR2.

Cu privire la acest aspect un reprezentant PMO a precizat faptul că vorbim de acele fațade care prin arhitectură au elemente decorative/stilizate și fac parte din imaginea urbană de azi. Arhitectura orașului primează și acestea nu se pot acoperi cu reclame. Astfel că, ZPR1 și ZPR2 formează centru istoric, motiv pentru care este ansamblu urban clasat de categoria A, de importanță națională. De aceea se face distincție cu ZPL care este în afara monumentelor și ZPR1 și ZPR2 care este în interiorul ansamblului.

Unul dintre reprezentanții operatorilor de publicitate a menționat situația magazinului Crișul unde sunt amplasate mai multe panouri pe suprafața vitrată.

În răspuns la această mențiune un reprezentant PMO a precizat faptul că se va verifica afișajul de pe magazinul Crișul și va fi somat în acest sens să respecte regulamentul. Panourile în cauză sunt ale agenților de publicitate care își desfășoară activitatea în incinta magazinului Crișul, orice comerciant are voie să aibă o semnalistică pe fațadă. Semnalistica poate fi perpendiculară sau în planul fațadei, de aceea în cadrul unei comisii municipale de urbanism unde sunt specialiști pot să se pronunțe din punct de vedere estetic dacă se afectează o astfel de clădire cu arhitectură contemporană.

Un reprezentant al firmelor de publicitate a specificat că ar trebui să fie precizată și dimensiunea panourilor de semnalistică amplasate în planul fațadei.

Un reprezentant PMO a dat răspuns în sensul că, în Regulament sunt suficiente condiții privind amplasarea, suprafața maximă, suprafețele suport admise, iar în situațiile care nu sunt standard se impune analiza în Comisia Municipală de Urbanism.

Un reprezentant al operatorilor de publicitate are inițiativa de a modifica sintagma de la art.10 alin.(3) care 'interzice lumina pulsatorie/intermitentă.....intensitatea luminii se va regla astfel încât aceasta să nu deranjeze....' Criteriul "să nu deranjeze" va deveni "pe timpul nopții", având în vedere numeroasele sesizări din partea locatarilor care sunt deranjați de lumina pulsatorie.

Referitor la taxele de firmă se cere o delimitare a acestora, reprezentanții PMO menționând că există taxă de firmă și taxă de afișaj conform Codului Fiscal și taxă locală de publicitate.

Un reprezentant al operatorilor de publicitate a adresat întrebarea în ceea ce privește sistemul contravențiilor și a limitelor de sancțiune dacă acesta rămîne valabil având în vedere unele modificări la cuantumul lor și clarificarea art. 36 lit.s) cu o precizare a subiectului activ al contravenției în ceea ce privește prezentarea documentelor de către agenția de publicitate, firmă sau proprietari.

Un reprezentant al PMO a menționat faptul că sancțiunile vor rămâne în forma actuală având în vedere decizia nr.531/2019 a Curții de Apel Oradea care a prevăzut posibilitatea achitării a jumătate din minimul amenzii în termen de 15 zile de la comunicarea procesului-verbal, cu mențiunea instituției că unele sancțiuni nu sunt suficient de aspre pentru a determina contravenientul să nu mai repete fapta.

De asemenea, se va interveni cu o clarificare în Regulament la art.36, lit.s.

S-a propus de către un reprezentant al operatorilor de publicitate scoaterea art.26 în ceea ce privește amplasarea mijloacelor de publicitate de tip pancartă. Fiecare firmă care are mijloace publicitare în Oradea să respecte Regulamentul și legislația, să aibă contract cu proprietarul stâlpului.

Primăria municipiului Oradea își însușește această observație, urmând ca articolul 26 să fie eliminat.

Prin urmare, reprezentanții primăriei municipiului Oradea au propus să se transmită în scris punctele de vedere până la data de 09.03.2020 ora 15⁰⁰, cu mențiunea că toate observațiile vor fi notate și se vor da răspuns la ele.

În concluzie, au rămas nesoluționate următoarele observații:

Nr.crt	Problema	Observații
1	Art.25-amplasarea de steaguri publicitare pe ZPR1 fără să conțină un branding/cobranding	Se va consulta Direcția Juridică și se va da răspuns în acest sens
2	Art.28, alin(1)-conținutul locațiilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate de tip prismă. Operatorii de publicitate au voie doar în ZPL, iar PMO în locațiile din ansamblul urban centru istoric	Se va consulta Direcția Juridică și se va da răspuns în acest sens
3	Art.29-să nu figureze sintagma "și în alte locuri"	Se va consulta Direcția Juridică și se va da răspuns în acest sens
4	Art.36, lit.s-precizarea subiectului activ al contravenției	Reformulare:"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, cu amendă cuprinsă..."

În data de 06 Aprilie 2020 se va publica soluția cu privire la problemele semnalate, iar ulterior noul Regulament de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în municipiul Oradea.

Instituția Arhitectului Șef

Director executiv adjunct

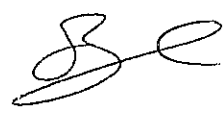
Adriana Lipoveanu



Direcția Juridică

Consilier Juridic

Andrei Borbely



Direcția Poliția Locală

Polițist local

Ligia Furtos



1

DEZBATERE PUBLICA DESPRE PROIECTUL REGULAMENTULUI PRIVIND AMPLASAREA ȘI AUTORIZAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE ÎN MUNICIPIUL ORADEA

Vineri, 17 Ianuarie 2020, 14:59



În conformitate cu prevederile art. 4 din Legea nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică, Instituția Arhitectului Șef și Poliția Locală Oradea, aduc la cunoștință publică :

- proiectul Regulamentului privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate în municipiul Oradea
Proiectul de regulament cu modificările propuse, poate fi consultat pe site-ul www.oradea.ro.

În temeiul prevederilor art. 7 alin. (2) din Legea 52/2003 până la data de 02 martie 2020 se pot trimite în scris, propuneri, sugestii sau opinii cu valoare de recomandare privind proiectul regulamentului supus dezbaterii publice la adresa de mail: arhitectsef@oradea.ro

Dezbateri publice va avea loc la data de 05 martie 2020 ora 15, în Sala Mica a Primăriei municipiului Oradea.

FIȘIERE - DEZBATERE PUBLICA DESPRE PROIECTUL REGULAMENTULUI PRIVIND AMPLASAREA ȘI AUTORIZAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE ÎN MUNICIPIUL ORADEA

regulament publicitate actualizat 2020.docx

[Download](#)

minuta dezbaterii publice din 05.03.2020.docx

[Download](#)

Adresa_finalizare dezbateri publice din 05.03.2020.docx

[Download](#)

regulament publicitate 2020.pdf

[Download](#)

NEWSLETTER

adresa de e-mail

ABONARE



ROMANIA
MUNICIPIUL ORADEA
PRIMAR

NR. INTRARE

203.549 / AS

ZILIA

LUNA

3 MAR. 2020

Baroul Bihor
Cabinet de Avocat Mircea Ursuță

Oradea, str. George Enescu nr. 1, cam. 4, parter
Tel.: 0359 434 777; Fax: 0359 434 888; Mobil: 0722 511.476
E-mail: mircea@ursuta.ro; m_ursuta@yahoo.com; Web: www.ursuta.ro

Către

Primăria Municipiului Oradea
Instituția Arhitectului Șef al Municipiului Oradea

Subscrisa S.C. Communications Media S.R.L., cu sediul în Oradea, str. Libertății nr. 50, înregistrată la Registrul Comerțului sub nr. J05/1160/1997, având CUI 9668985 și contul bancar nr. RO08BTWL00501202732355XX, deschis la Banca Transilvania Oradea, reprezentată de administrator [REDACTED], prin avocat justificat cu împuternicirea avocațială anexată, cu respect formulăm prezentul:

PUNCT DE VEDERE

În ceea ce privește Proiectul Regulamentului privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate în municipiul Oradea, proiect ce va face obiectul dezbaterii publice din data de 05.03.2020.

Subscrisa justifică un interes în criticarea acestui proiect dat fiind faptul că obiectul nostru de activitate este exercitat exclusiv în materia publicității, respectiv publicității stradale, astfel încât orice reglementare din viitorul regulament urmează să aibă impact asupra funcționării și organizării noastre.

Opinăm că Regulamentul în forma actuală precum și amendamentele care urmează a-i fi aduse în conformitate cu proiectul supus dezbaterii publice contravin ordinii de drept, Constituției României și Legii 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate. Regulamentul a fost adoptat cu încălcarea principiului separației puterilor în stat consacrat de art 1 alin. (4) din Constituția României: "(4) Statul se organizează potrivit principiului separației și echilibrului puterilor – legislativă, executivă și judecătorească – în cadrul democrației constituționale."

În acest sens art. 61 alin. (1) din Constituție prevede că: "(1) Parlamentul este organul reprezentativ suprem al poporului român și unica autoritate legiuitoare a țării."

Conform oricărui curs de drept constituțional sau administrativ din România puterea executivă are rolul de organizare a executării și de executare în concret a legilor.

În acest sens, Curtea Constituțională prin Decizia nr. 306/2018 publicată în Monitorul Oficial cu nr. 516 din data de 22.06.2018 a stabilit că actele normative emise de miniștrii (în

Baroul Bihor
Cabinet de Avocat Mircea Ursuța

Oradea, str. George Enescu nr. 1, cam. 4, parter
Tel.: 0359 434 777; Fax: 0359 434 888; Mobil: 0722 511.476
E-mail: mircea@ursuta.ro; m_ursuta@yahoo.com; Web: www.ursuta.ro

speță fiind vorba de un ordin de ministru) *“sunt acte cu caracter normativ, care se emit numai pe baza și în executarea legii și trebuie să se limiteze strict la cadrul stabilit de actele pe baza și în executarea cărora au fost emise, fără ca prin acestea să poată fi completată legea”*. În caz contrar ar fi încălcate normele de tehnică legislativă prevăzute de Legea nr. 24/2000 și prevederile art. 1 alin. (4) și (5) din Constituție.

Aceasta înseamnă că autoritățile executive (centrale sau locale) nu fac altceva decât să emită acte administrative normative sau individuale prin care se pune în aplicare legea sau actul normativ superior care, la rândul său, este emis în executarea unei legi.

Ca atare, în sistemul de drept românesc autoritățile publice nu pot legisla, adică să emită acte primare pentru reglementarea unor relații sociale. Or, prin regulamentul pe care îl criticăm autoritatea publică nu doar că nu a pus în executare prevederile Legii 185/2013 privind amplasarea mijloacelor publicitare, ci, și-a arogat atribuții suplimentare, edictând fie norme care fie contravin acestui act normativ cu forță superioară fie care îl depășesc cadrul de reglementare recunoscut.

Vom enumera în continuare articolele din proiect pe care le considerăm nelegale și vom expune punctual argumentația care a stat la baza emiterii acestei concluzii a nelegalității pentru fiecare text criticat în parte.

A. Art. 2.1 din Capitolul I prevede că proprietarii imobilelor pe care sunt amplasate mijloacele publicitare au obligația de a prezenta organelor de control documentele care au stat la baza amplasării.

În forma actuală a articolului acesta încalcă art. 8 alin. (4) din Legea 24/2000 privind normele de tehnică legislativă pentru elaborarea actelor normative, care prevede că *„Textul legislativ trebuie să fie formulat clar, fluent și inteligibil, fără dificultăți sintactice și pasaje obscure sau echivoce. Nu se folosesc termeni cu încărcătură afectivă. Forma și estetica exprimării nu trebuie să prejudicieze stilul juridic, precizia și claritatea dispozițiilor”*.

În acest sens, textul indicat nu precizează dacă proprietarii imobilelor trebuie să prezinte respectivele documente la cerere sau din oficiu. Nu se delimitează nici momentul la care ar trebui prezentate aceste documente, adică: periodic, odată cu amplasarea mijlocului publicitar, anterior amplasării mijlocului publicitar cu un anumit termen.

Totodată, nu se are în vedere nici împrejurarea că mijloacele publicitare pot să fie amplasate pe clădiri în care se află imobile care aparțin unor proprietari diferiți. În această ipoteză, care ar fi persoana însărcinată cu prezentarea acestor documente și cine ar fi entitatea

Baroul Bihor
Cabinet de Avocat Mircea Ursuța

Oradea, str. George Enescu nr. 1, cam. 4, parter
Tel.: 0359 434 777; Fax: 0359 434 888; Mobil: 0722 511.476
E-mail: mircea@ursuta.ro; m_ursuta@yahoo.com; Web: www.ursuta.ro

care ar urma să răspundă în ipoteza în care aceste documente nu ar fi prezentate ori nu ar fi prezentate la timp?

Pe de altă parte, considerăm că această reglementare nejustificată are un rol pur disuasiv față de proprietarii de imobile care sunt de acord cu amplasarea unor astfel de mijloace publicitare. Pentru a înlătura orice confuzii sau prevederi șicanatorii față de proprietari, raporturile de răspundere ar trebui să existe strict între societatea care amplacează mijlocul publicitar și organele de control, cel puțin în ceea ce privește autorizarea amplasării și documentația aferentă.

B. Art. 10 alin. (1) lit. e) din Capitolul IV al Regulamentului contravine în mod direct prevederilor **art. 15 alin. (1) Ht. i) din Legea nr. 185/2013** care prevede o singură interdicție în ceea ce privește amplasarea mijloacelor publicitare, respectiv în ceea ce privește „*clădirile aflate în stare avansată de deteriorare, în situația în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de rezistență și/sau stabilitatea și integritatea elementelor constructive și decorative ale anvelopei clădirii*”. Textul criticat de noi contravine acestor prevederi întrucât adaugă la dispozițiile legii 185/2013 și interzice amplasarea unor mijloace publicitare până la realabilitare/refacerea imobilului.

C. Art. 10 alin. (1) lit. f) din Regulament prevede interdicția de amplasare pe fațadele clădirilor cu elemente decorative a acelor mijloace publicitare care ar distorsiona „*imagea urbană a clădirii*”. Considerăm că și acest text aduce atingere **art. 8 alin. (4) din Legea 24/2000**, în sensul că este redactat de o manieră lipsită de precizie.

În primul rând nu se delimitează noțiunea de imagine urbană care ar urma să fie afectată de aceste mijloace publicitare și nu se indică criteriile de evaluare ale acestei imagini, sens în care se lasă loc arbitrarului. De asemenea, nu se indică în cuprinsul proiectului nici autoritatea care ar urma să evalueze acest criteriu al imaginii urbane sau eventualele cerințe pe care ar trebui să le îndeplinească un mijloc publicitar decorativ pentru a fi considerat în concordanță cu imaginea urbană.

Textul de la **art. 10 alin. (1) lit. f) contravine în mod vădit și prevederilor Legii 185/2013** care nu stabilește nicio astfel de interdicție. Mai mult, amplasarea mijloacelor de publicitate pe fațadele clădirilor este recunoscută de **Legea 185/2013 art. 4, art.15 alin. (5), art. 23**. Totodată, **art. 20 al Legii 185/2013** recunoaște posibilitatea amplasării oricăror mijloace de publicitate pe fațada clădirilor atât timp cât există acordul proprietarilor imobilului.

D. Art. 10 alin. (3) din Regulament interzice amplasarea mijloacelor de publicitate cu lumină pulsatorie/intermitentă și a ecranelor publicitare. **Art. 10 alin. (3.1) prevede** că prin derogare de la alin. (3) astfel de mijloace publicitare pot fi totuși amplasate în ZPL. Pentru a

Baroul Bihor
Cabinet de Avocat Mircea Ursuța

Oradea, str. George Enescu nr. 1, com. 4, parter
Tel.: 0359 434 777; Fax: 0359 434 888; Mobil: 0722 511.476
E-mail: mircea@pursuta.ro; rn_ursuta@yahoo.com; Web: www.ursuta.ro

respecta criteriile de predictibilitate și claritate impuse de Legea 24/2000, considerăm că textul ar trebui modificat în sensul determinării cu certitudine a locurilor unde este interzisă amplasarea.

În forma actuală, art. 10 alin. (3) contravine Legii nr. 185/2013 care nu prevede nicio restricție privind mijloacele de publicitate cu lumină pulsatorie/intermitentă. De altfel, nu există nicio dispoziție în dreptul material care să prevadă astfel de interdicții.

Mai mult, art. 23 din Legea 185/2013 recunoaște posibilitatea amplasării ecranelor publicitare, cu condiția ca acestea din urmă să fie prevăzute cu mijloace de modificare a intensității luminilor.

Cu privire la timpul nopții art. 23 alin. (3) din Legea 185/2013 prevede un singur amendament, respectiv cel potrivit căruia „*Proprietarii ecranelor publicitare amplasate potrivit alin. (2) sunt obligați ca, pe timp de noapte, să reducă intensitatea luminii acestor mijloace de publicitate cu 35%*”. Forma actuală a Regulamentului propus de către municipalitate aduce atingere acestor prevederi în sensul că la art. 10 alin. (3) teza a 2-a prevede obligativitatea întreruperii între orele 20:00 și 08:00. Totodată, Legea 185/2013 face trimitere strict la ecranele publicitare nu și la alte mijloace cu lumină pulsatorie/intermitentă.

Art. 10 alin. (3) din Regulament stabilește un criteriu imprecis cu privire la intensitatea luminozității mijloacelor de publicitate luminoase/intermitente, folosindu-se sintagma „*să nu deranjeze*”. Nu se precizează însă ce se urmărește a nu fi perturbat (ca de pildă traficul rutier, standardul minim de luminozitate pe timpul nopții, traficul pietonal).

Sintagma „*să nu deranjeze*” se regăsește la art. 21 alin. (1) din Legea 185/2013 și se referă strict la firmele iluminate. Din cuprinsul aceluiași articol, reiese și rațiunea pentru care a legiuitorul a înțeles să prevadă anumite restricții. Astfel, la alin. (3) se prevede clar o singură restricție, cea privind lumina intermitentă, care nu poate fi utilizată pe o rază mai mică 30 de metri de mijloacele de semnalizare rutieră. Este clar că legiuitorul a avut așadar în vedere strict rațiuni de securitate a traficului rutier.

Ca atare, ceea ce se încearcă prin Regulament este să se denatureze intenția legiuitorului și să se extindă nejustificat această sferă a interdicției privind mijloacele de publicitate pulsatorii/intermitente și la zone în care traficul rutier nu ar fi stânjenit de eventuala amplasare, fără a se indica criteriile de delimitare a acestor zone, lăsându-se loc, pe cale de consecință, hazardului și impredictibilității.

E. Art. 14 alin. (6) din Regulament prevede obligativitatea amenajării suprafețelor de expunere pe propria cheltuială, chiar dacă titularul construcției-suport nu deține un contract de publicitate în derulare. Altfel spus, chiar dacă nu avem un contract de publicitate cu o firmă pe care ar urma să o promovăm, Primăria ne obligă să afișăm materiale privind propria activitate sau privind campanii indicate expres de către municipalitate.

Baroul Bihor
Cabinet de Avocat Mircea Ursuța

Oradea, str. George Enescu nr. 1, cam. 4, parter
Tel.: 0359 434 777; Fax: 0359 434 888; Mobil: 0722 511.476
E-mail: mircea@ursuta.ro; m_ursuta@yahoo.com; Web: www.ursuta.ro

Contrar acestei prevederi legale, vă solicităm să aveți în vedere că Legea 185/2013 nu prevede asemenea reglementări financiare. De altfel, doar în situația prevăzută de art. 44 alin. (4) din Legea 185/2013 se stipulează obligativitatea plății acestei taxe de afișaj.

Taxa de afișaj este definită la art. 478 din Codul Fiscal ca fiind acea taxă datorată pentru situațiile în care nu se plătește taxa pentru servicii de reclamă și publicitate prevăzută de art. 477 Cod Fiscal. Ca atare, în acele situații în care se plătește taxa prevăzută de art. 477 este exclusă plata suplimentară a taxei de afișaj prevăzută de art. 478 Cod Fiscal. Or potrivit art. 14 alin. (6) din Regulament subscrisa sunt obligată să plătesc atât taxa de publicitate de la art. 477 pentru autorizarea construcției-suport cât și taxa de afișaj prevăzută de art. 478, în ipoteza în care nu dețin contracte de publicitate în derulare. Altfel spus, suntem obligați să plătim două taxe, care, conform Codului Fiscal aflat în vigoare, nu pot fi cumulate sub nicio formă.

Diferențe dintre cele două taxe este ușor sesizabilă din compararea modalității de calcul a acestora: a) taxa de publicitate se calculează prin raportarea unei cote de 3% din valoarea contractului de publicitate și se achită lunar b) taxa de afișaj se calculează prin măsurarea suprafeței de afișaj și se achită anual.

Prin Regulament ni se impune să amplasăm reclama proprie în perioadele în care nu avem contract de publicitate, tocmai pentru a ne putea forța să achităm taxa de afișaj.

În acest condiții prevederile art. 14 alin. (6) din Regulament încalcă prevederile art. 56 alin. (2) din Constituție (care indică faptul că sistemul legal de impunere trebuie să asigure justa așezare a sarcinilor fiscale) întrucât prin impunerea taxei de afișaj în situația în care mijlocul publicitar nu este decorat cu reclamă pentru clienți constituie o taxă excesiv de oneroasă din două motive: primul, pentru că afișarea de reclamă proprie nu aduce venit care să fie ulterior taxat, al doilea, pentru că subscrisa nu doresc afișarea propriei reclame întrucât nu am nevoie de publicitate proprie, însă sunt forțată să îmi public propria reclamă.

Suplimentar taxei de afișaj subscrisa achită chirie și pentru terenul pe care se află amplasat panoul în mod permanent, atât pe domeniul public cât și pe cel privat, indiferent dacă mijlocul publicitar este decorat cu reclamă pentru clienți sau nu. Pe cale de consecință, ni se impune plata unei taxe fără ca subscrisa să desfășoreze o activitate comercială taxabilă și fără să am un beneficiu, care să aibă aptitudinea de a fi taxat efectiv, din operațiunea respectivă.

Dispoziția criticată este abuzivă și constituie în mod clar o creație a autorităților publice locale fără a avea un fundament legal, adică fără a pune în executare un act normativ cu forță juridică superioară. Autoritățile publice locale nu au competența constituțională și legală de a „legifera”, acesta fiind atributul exclusiv al Parlamentului în temeiul art. 61 din Constituția României. Suplimentar, aceleași autorități aduc o vădită încălcare și dispozițiile Codului Fiscal.

F. Prin art. 18 alin. (2) din Regulament se prevede o distanță de minim 40 metri între panourile aflate pe toate sectoarele de drum intravilan cu toate că în cuprinsul Legii 185/2013

Baroul Bihor
Cabinet de Avocat Mircea Ursuța

Oradea, str. George Enescu nr. 1, cam. 4, parter
Tel.: 0359 434 777; Fax: 0359 434 888; Mobil: 0722 511 476
E-mail: mircea@ursuta.ro; m_ursuta@yahoo.com; Web: www.ursuta.ro

se prevede o distanță de minim 30 metri fără a se face mențiune despre toate sectoarele de drum.

G. Prin art. 18 alin. (4) din Regulament se prevede că în ZPR 2 pe un amplasament se poate amplasa un singur panou publicitar cu dimensiuni de maxim 4x3m deși în cuprinsul Legii 185/2013 nu se regăsește nicio astfel de prevedere limitativă. Pe de altă parte, la complexul comercial Magazinul Crișul sunt amplasate o multitudine de panouri publicitare, fără a se ține cont de restricțiile privind dimensiunea și numărul panourilor de la art. 18 alin. (4) din Regulament, ori a spațiului dintre acestea.

H. Prin art. 18 alin. (6) din Regulament se prevede că amplasarea panourilor publicitare cu suprafața mai mare de 2,20 mp/față se face la o distanță de minimum 2,50 m înălțime raportat la sol. Această prevedere contravine art. 30 lit. a) din Legea 185/2013 care face referire strict la panourile cu o suprafață mai mare de 2,50 mp pe față.

De asemenea art. 18 alin. (6) din Regulament, în forma actuală și propusă reglementează amplasarea mijloacelor publicitare la minimum 2,50m înălțime indiferent unde acestea s-ar situa, fără a se delimita între parcuri, parcuri, străzi pietonale sau drumuri publice. Practic această exigență a înălțimii este impusă pe toată suprafața orașului. Această prevedere aduce în mod clar atingere art. 30 paragraf 1 din Legea 185/2013, care prevede această restricție privind înălțimea doar pentru mijloacele publicitare amplasate „De-a lungul drumurilor de interes național, județean, precum și a arterelor de centură”.

I. Articolul 22 din Regulament ridică mai multe probleme, după cum vom dezvolta în continuare. În primul rând la alin. (4) se condiționează amplasarea panourilor mobile pliante de obținerea unui acord emis de serviciul de specialitate din cadrul Primăriei.

Această exigență adaugă la textul legal prevăzut de art. 33 din Legea 185/2013, aceasta din urmă prevăzând doar două limitări cumulative, respectiv cea de la lit. a) dimensiunile maxime ale panoului vor fi de 0,50 m x 0,90 m și cea de la lit 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. Este singura distincție pe care legea o face cu privire la amplasarea mijloacelor publicitare mobile.

Nicăieri în cuprinsul legii speciale nu se face vorbire de necesitatea obținerii unui acord emis de către primărie. În conformitate cu Legea 185/2013 mijloacele de publicitate imobile (prin natură sau destinație) sau cele cu așezare fixă se pot afișa fie în baza unei autorizații (art. 4, art. 10 din lege) sau în baza unui aviz de publicitate temporară (art. 40 și urm. din lege). Este esențial de observat că aceste limitări nu se referă însă la panourile mobile pliante.

Baroul Bihor
Cabinet de Avocat Mircea Ursuța

Oradea, str. George Enescu nr. 1, cam. 4, parter
Tel.: 0359 434 777; Fax: 0359 434 888; Mobil: 0722 511.476
E-mail: mircea@ursuta.ro; m_ursuta@yahoo.com; Web: www.ursuta.ro

Ca atare, se poate conchide că această cerință suplimentară, a obținerii unui acord emis de către serviciul de specialitate este vădit injustă și nu are niciun fundament legal.

O a doua problemă vizează condițiile impuse vis-a-vis de posibilitatea amplasării unui singur mijloc publicitar mobil, chiar și în situația în care într-un imobil se desfășoară mai multe activități, ipoteză reglementată de alin. (2) al acestui articol. Or, aceasta este o interdicție suplimentară celor prevăzute în art. 33 din Legea 185/2013, unde, deși se face vorbire despre amplasarea unui singur panou în dreptul imobilului în care se desfășoară activitatea care face obiectul publicității, condiție care își are corespondentul în art. 22 alin. (1) lit. b) din Regulament, nu se regăsește și aceasta a doua limitare, privitoare la posibilitatea amplasării, de către o altă persoană fizică/juridică interesată care își desfășoară activitatea în același imobil, a unui alt panou publicitar.

În această manieră, Consiliul Local continuă să adauge la lege, arogându-și atribuții specifice puterii legislative, care, potrivit art. 73 și următoarele din Constituție, aparțin Parlamentului. De altfel, Legea nr. 185/2013 prevede în mod expres că dimensiunile panourilor publicitare de acest tip nu vor putea depăși 0,5 m x 0,9 m, astfel că dispozițiile cuprinse în Regulament prevăd prin art.22(1) lit. a) posibilitatea amplasării unor panouri cu dimensiunile de 0,6 m x 0,9 m, contravenind astfel legii.

Un ultim aspect, deosebit de important întrucât implică și antrenarea răspunderii contravenționale se regăsește la alin. (3) al art. 22 din Regulament. Acest text abilitează autoritățile locale să ridice, de îndată, fără trecerea unui termen și fără o prealabilă notificare, chiar cu ocazia constatării încălcării interdicției, panoul amplasat necorespunzător, condiționând recuperarea de achitarea amenzii contravenționale stabilite în sarcina sa, într-un termen de 30 zile.

Suntem de părere că o astfel de prevedere creează posibilitatea adoptării, în practică, a unor conduite cu caracter abuziv din partea autorităților locale, și, totodată, nu urmează liniile trasate de legiuitor prin Legea nr. 154/2017, care modifică Legea nr. 185/2013 și care impune, de principiu, prin art. II-VII, emiterea unei notificări adresate proprietarului panoului amplasat neconform și abia, ulterior, după trecerea unei perioade de 30 zile, autoritățile publice sunt în măsură a proceda la demolarea mijloacelor de publicitate

J. Art. 25 alin. (2) din Regulament interzice amplasarea bannerelor, a steagurilor și a indicatoarelor publicitare în ZPR1, exceptând însă mijlocele publicitare de acest tip care au scop de informare sau promovare a turismului, precum și a unor evenimente publice organizate de sau împreună cu administrația publică locală.

Pe de o parte, această excepție nu este permisă de Legea nr. 185/2013 care, reglementând prin art. 9 regimul zonelor de publicitate restrânsă, instituie posibilitatea unei singure derogări, privitoare însă la firmele care pot fi amplasate chiar și în aceste spații, fără a face însă vorbire despre posibilitatea aplicării unui regim favorabil în ceea ce privește publicitatea realizată de autoritățile publice locale.

Baroul Bihor
Cabinet de Avocat Mircea Ursuța

Oradea, str. George Enescu nr. 1, cam. 4, parter
Tel.: 0359 434 777; Fax: 0359 434 888; Mobil: 0722 511.476
E-mail: mircea@ursuta.ro; m_ursuta@yahoo.com; Web: www.ursuta.ro

Cu alte cuvinte, derogarea a fost instituită nu în funcție de calitatea destinatarului normelor cuprinse în Legea nr.185/2013 sau natura privată/publică a persoanelor juridice care are avea vocația de destinatar al acestor reglementări, ci prin raportare la tipurile de mijloace publicitare.

Pe de altă parte, este de neîgăduit că autoritățile publice pot fi asimilate, în măsura în care desfășoară activități în scop de profit, unor agenți economici, devenind astfel ținute a respecta inclusiv dispozițiile legale din materia concurenței.

Or, arogându-și de la sine putere posibilitatea publicării unor materiale publicitare care pot privi inclusiv evenimente publice în cadrul cărora se desfășoară activități cu caracter economic, în zone în care altor agenți economici le este interzis, autoritatea publică locală se face vinovată de nerespectarea art. 2 alin. (2) lit. c) din Legea nr. 11/1991, prin folosirea unor „practici comerciale care contravin uzanțelor cinstite și principiului general al bunei-credințe și care produc sau pot produce pagube oricărui participanți la piață”.

Ceea ce face municipalitatea în realitate este să vândă publicitate mascată unor branduri, selectate după bunul plac, cu ocazia evenimentelor de natură socială organizate periodic în zonele de publicitate restrânsă. Aceste branduri (cum ar fi diverse bănci, mărci de alcool sau alte consumabile) care nu au posibilitatea să își amplaseze propriile anunțuri publicitare, au tot interesul să apeleze la Primărie pentru a eluda interdicția prevăzută de art. 9 din Legea 185/2013.

K. Față de art. 29 din Regulament nu putem decât să facem trimitere la cele arătate mai sus cu privire la derogările prevăzute de autoritatea publică locală în beneficiul propriu și în detrimentul celorlalți participanți economici, critici dezvoltate în abordarea art. 25 alin. (2) din Regulament.

Trebuie făcută următoarea mențiune: art. 29 în forma precedentă a fost anulat de către Tribunalul Bihor prin Sentința Civilă nr. 80/CA/05.02.2019. Articolul anulat de către instanța de contencios administrativ avea următorul conținut „se pot amplasa mijloace publicitare de tip prismă, în scop de informare și promovare a mun. Oradea, a turismului și/sau a unor evenimente publice organizate de, sau împreună cu autoritățile publice locale”

În motivare, instanța a reținut că „prin condiționarea amplasării mijloacelor publicitare de organizarea evenimentului public doar de către autoritatea publică locală sau în colaborare cu aceasta, se creează o poziție privilegiată Primăriei Municipiului Oradea față de ceilalți operatori în domeniul publicității stradale, prin aceste dispoziții realizându-se o concurență neloială operatorilor de publicitate, fiind încălcate astfel disp. art.2 din Legea nr.11/1991, privind combaterea concurenței neloiale”.

Ceea ce face noul art. 29 din proiectul Regulamentului este să redea același conținut al precedentului art. 29 (adică cel anulat) sub o altă formă, menținând condiționarea de evenimente organizate exclusiv de autorități sau de cele organizate în colaborare cu autoritățile publice. Procedându-se de o astfel de manieră s-a încercat, evaziv, prin reformulare, mascarea unui conținut declarat anterior nelegal de către o instanță de judecată. Se aduce astfel

Baroul Bihor
Cabinet de Avocat Mircea Ursuța

Oradea, str. George Enescu nr. 1, corn. 4, parter
Tel.: 0359 434 777; Fax: 0359 434 888; Mobil: 0722 511.476
E-mail: mircea@ursuta.ro; m_ursuta@yahoo.com; Web: www.ursuta.ro

atingere, în flagrant, dispozitivul unei hotărâri judecătorești definitive și irevocabile, respectiv a Sentinței Civile nr. 80/CA/05.02.2019, care a rămas definitivă prin Decizia Civilă nr. 531/14.06.2019 a Curții de Apel Oradea.

L. Reglementând regimul amplasării mesh-urilor, art. 27 alin. (1) din Regulament stabilește o limitare suplimentară celor stabilite în art. 38 din Legea nr. 185/2013, permițând amplasarea mijloacelor publicitare tip mesh, easy change numai pe o perioadă de 3 luni în zonele de publicitate lărgită.

O limitare de aceeași natură se regăsește și în alin. (2) al art. 27 din Regulament, unde este instituită o perioadă de maxim un an în care este permisă amplasarea mijloacelor publicitare pe clădirile situate în zonele de publicitate restrânsă, ambele prevederi adăugând condiții suplimentare celor prevăzute de Legea nr. 185/2013. Suntem de părere că dispozițiile Regulamentului se impun a fi puse în acord cu cele ale Legii privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate cu atât mai mult cu cât cele 2 condiții sunt în mod evident defavorabile destinatarilor normelor care, potrivit legii, ar avea posibilitatea amplasării acestui tip de mijloc publicitar nelimitat în timp.

Definiția „mesh-ului publicitar” astfel cum se desprinde din cuprinsul Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, art. 3 lit. i este următoarea - suport pentru mesajul publicitar confecționat din material sintetic perforat, cum ar fi plasa fină, de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri; definiția termenului „calcan” prevăzută la lit. d al aceluiași text legal este următoarea - 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. Aceste definiții se regăsesc și în cuprinsul regulamentelor aprobate de Consiliul Local.

Esențiale sunt prevederile art. 38 din Legea 185/2013, care la secțiunea privind amplasarea mesh-urilor publicitar, respectiv:

alin. (1) lit. a) care prevede că este permisă amplasarea de mesh-uri inclusiv „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”. Prin urmare mesh-urile pot fi amplasate și în ZPR-uri, fără a se face distincție de suprafața totală a acestora.

alin. (1) lit. b) prevede că „Este permisă amplasarea de mesh-uri și mesh-uri digitale în următoarele situații: b) pe calcanele construcțiilor”.

Teza prevăzută de art. 38 alin. (1) lit b) se referă la amplasarea pe suprafața calcanului, adică pe partea laterală a clădirilor, în timp ce teza prevăzută de alin. (2) se referă la amplasarea de mijloace publicitare pe partea frontală a clădirii, respective pe fațadă. Exigența suplimentară privind consimțământul locatarilor este impusă în această a doua ipoteză întrucât mijlocul publicitar urmează să se situeze pe o parte mult mai vizibilă a clădirii și este de natură să îi

Baroul Bihor
Cabinet de Avocat Mircea Ursuța

Oradea, str. George Enescu nr. 1, cam. 4, parter
Tel.: 0359 434 777; Fax: 0359 434 888; Mobil: 0722 511.476
E-mail: mircea@ursuta.ro; m_ursuta@yahoo.com; Web: www.ursuta.ro

transforme imaginea într-un mod mai evident. Desigur, această cerință nu se impune în situația calcanului, care situându-se pe partea laterală a clădirii nu are o expunere atât de ridicată.

Cu toate acestea, se poate observa că legiuitorul nu a făcut distincție între diferite tipuri de zone atunci când a adoptat prevederile art. 38, sens în care se poate trage concluzia că acestea se referă atât la ZPL cât și la ZPR. Față de aceste argumente, textul prevăzut la art. 27 alin. (1) din Regulament este în mod vădit nelegal, întrucât prevede posibilitatea amplasării de mesh-uri publicitare strict în ZPL, împrejurare ce contravine art. 38 al Legii 185/2013.

M. Art. 26 alin. (1) din Regulament condiționează amplasarea mijloacelor publicitare de tip pancartă de îndeplinirea a două condiții: a) obținerea acordului emis de Primărie b) obținerea acordului administratorului stâlpului.

Acest text aduce în mod vădit atingere art. 22 alin. (2) din Legea 185/2013, care permit amplasarea pe stâlpii de iluminat „numai cu avizul autorității administrației publice locale și avizul deținătorului/proprietarului sau administratorului stâlpului”. Nu în toate situațiile, însă, persoana administratorului și cea a proprietarului sunt una și aceeași persoană, prerogativa administrării putând să aparțină unei entități diferite de cea a proprietarului.

Se poate observa că în forma propusă a regulamentului s-a eliminat necesitatea existenței avizului deținătorului/proprietarului stâlpului. Evident acest demers este unul nelegal, întrucât contravine dispozițiilor susmenționate.

Suplimentar învederăm că, ceea ce se încearcă prin acest text este tocmai să se acorde Primăriei putere absolută în ceea ce privește aprobarea amplasării mijloacelor de publicitare de tip pancartă, fără a se mai ține cont de aprobarea proprietarilor stâlpilor.

Spre deosebire de situația justă din punct de vedere concurențial, în care fiecare agenție de publicitate și-ar câștiga dreptul de afișaj după negocierea unui preț cu proprietarul stâlpului și încheierea unui contract cu acesta din urmă, în forma actuală și propusă a Regulamentului, este necesară doar o negociere cu autoritatea publică. Primăria, având o astfel de libertate neîngrădită, are prerogativa de a acorda autorizații după bunul plac diverselor firme de publicitate, conducând astfel la o destabilizare a pieței concurențiale.

Această conduită care se circumscrie art. 2 alin. (1) lit. c) din Legea 11/1991, care interzice „orice alte practici comerciale care contravin uzanțelor cinstite și principiului general al bunei-credințe și care produc sau pot produce pagube oricărui participant la piață”.

N. Din punctul nostru de vedere, întregul sistem de la art. 36 din Regulament, de sancționare a contravențiilor săvârșite este lipsit de proporționalitate, principiu care ar trebui să guverneze orice sistem sancționator. Este de remarcat, deci, că fapte caracterizate de un nivel de gravitate deosebit de diferit sunt sancționabile prin aplicarea unei amenzi în cuantum similar, dacă nu chiar identic între limitele de 1000-2500 lei.

Baroul Bihor
Cabinet de Avocat Mircea Ursuța

Oradea, str. George Enescu nr. 1, cam. 4, parter
Tel.: 0359 434 777; Fax: 0359 434 888; Mobil: 0722 511.476
E-mail: mircea@ursuta.ro; m_ursuta@yahoo.com; Web: www.ursuta.ro

Considerăm că sancțiunile ar trebui să fie particularizate pentru fiecare tip de încălcare în parte, pentru a reflecta în mod concret gravitatea faptei săvârșite.

Facem, cu titlu exemplificativ, trimitere la împrejurarea că atât fapta de a amplasa mijloace de publicitate (proiecte speciale, bannere, mesh-uri, steaguri, etc) fără a deține acordul emis de Serviciul de Specialitate din cadrul Primăriei Municipiului Oradea, prevăzută de art.36 lit.i), precum și fapta de a nu prezenta documentele care au stat la baza amplasării mijloacelor publicitare, prevăzută la lit.s) a aceluiși articol sunt sancționabile prin aplicarea unei amenzi într-un cuantum ce poate fi stabilit oriunde între 1000-2500 lei. Cu alte cuvinte, în perspectiva autorității locale, nedeținerea, la momentul controlului, a actelor justificative care permit persoanei în cauză amplasarea mijloacelor publicitare echivalează, sub aspectul gravității, cu însăși nedeținerea acestora.

Considerăm că se impune a fi făcută o clarificare cu privire la conținutul contravenției prevăzute la art. 36 lit. s) și anume delimitarea cu precizie a subiectului activ al acestei contravenții. Facem această mențiune, întrucât prin art. 2.1 din proiectul la Regulament se introduce obligativitatea prezentării documentelor care au stat la baza amplasării mijloacelor publicitare inclusiv de către proprietarii imobilelor pe care acestea mijloace sunt amplasate.

Opinăm că, pentru a fi în conformitate cu principiile reglementate de O.G. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, înainte de aplicarea unei contravenții, ar fi necesar să fi se dea agentului economic o somație prealabilă, prin care să i se acorde un termen rezonabil de remediere a eventualelor neregularități constatate cu ocazia controlului.

Cu titlu exemplificativ facem trimitere la contravenția prevăzută de art. 36 lit. s) din Regulament, care sancționează neprezentarea documentelor care stau la baza amplasării mijloacelor publicitare. În această situație particulară, este posibil ca documentația respectivă să existe în mod valabil, însă să nu poată fi prezentată pe loc agentului constator. Or, ar fi injust să se treacă la imediată sancționare a agentului economic în astfel de ipoteze. Față de aceste considerente, acordarea unui termen de complinire a neregularităților constatate, ar fie soluția ideală. Evident, în măsura în care agentul economic nu se conformează până la expirarea termenului, acesta urmează să fie sancționat.

O. Textul de la art. 20 din Regulament ridică de asemenea o serie de probleme.

În primul rând, aceste „*panouri informative*” la care se face referire în regulament reprezintă, în realitate, veritabile mijloace de publicitate pentru agenții economici care le utilizează. Pentru a fi folosite astfel de mijloace de publicitate în condiții obișnuite, majoritatea agenților economici sunt nevoiți să achite taxe sau să dobândească dreptul de afișare prin intermediul licitațiilor publice.

Articolul 3 litera s) din Legea 185/2013 definește reclama publicitară ca fiind: o 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. În această categorie se încadrează în

Baroul Bihor
Cabinet de Avocat Mircea Ursuța

Oradea, str. George Enescu nr. 1, cam. 4, parter
Tel.: 0359 434 777; Fax: 0359 434 888; Mobil: 0722 511.476
E-mail: mircea@ursuta.ro; m_ursuta@yahoo.com; Web: www.ursuta.ro

mod incontestabil inclusiv mijloacele publicitare amplasate de către agenții economici care au în administrare aceste spații verzi atribuite de către Primărie.

Cu toate acestea, în virtutea art. 20, operatorilor economice cărora li s-au atribuit spații publice în gestiune pot să își afișeze mijloacele publicitare fiind scutiți în totalitate de plata taxelor aferente.

Pentru a avea o minimă aparență de legalitate, textul de la art. 20 ar trebui să prevadă eventual că doar acei operatori economici care au în administrare o suprafață de minim *n metri pătrați* ar dobândi eventual drept de afișare cu scutire de taxă.

În caz contrar, se ajunge la situația înjustă în care, un operator economic primește în gestiune o suprafață de, să zicem 10 m pătrați, pentru care cheltuie o sumă infimă în vederea administrării, i se recunoaște dreptul de a-și publica mijloace publicitare proprii care îi aduc un profit de sute de ori mai mare. În consecință, este evident că, orice operator economic are interesul să negocieze cu Primăria preluarea în gestiune a unui spațiu cât mai mic, care să presupună cheltuieli nesemnificative, tocmai pentru a se promova în mod gratuit, beneficiind de scutirea de taxe. Este firesc că o astfel de prevedere aduce o gravă atingere pieței concurențiale și creează o situație complet defavorabilă pentru ceilalți agenți economici care nu au înțelegeri cu Primăria.

Sunt generate astfel grave cazuri de inechitate unde, un operator economic plătește zeci de mii de euro pentru a afișa un anumit mijloc publicitar, în vreme ce un alt operator, pentru simplul motiv că are în gestiune 10 metri pătrați de spațiu verde, afișează, în vecinătate, un mijloc publicitar identic cu primul, însă pentru care nu datorează nici o taxă la bugetul local. Toate aceste practici generează încurajarea concurenței neloiale între agenții economici și favorizează în mod nejustificat pe cei operatori care au avut oportunitatea să intre la timp în grațiile Primăriei.

O altă problemă este și cea că, pe suprafața municipiului Oradea, agenții economici, care beneficiază de această scutire, nu respectă formatul standard pentru panoul informativ (Capit. II.6, art. 25 al. (7) paragraf 2. din Anexa la HCL nr. 873/2018), care ar trebui să reflecte strict pe scurt date cu privire la agentul economic.

Practic, se ajunge la situația în care fiecare beneficiar se folosește de scutirea de taxă și publică mijloace publicitare după bunul plac, indiferent de conținut, întrucât nu se iau măsuri în vederea sancționării. De altfel, nu există o astfel de sancțiune prevăzută expres la art. 36 din Regulament, care să reglementeze acele situații în care se folosesc panouri informative cu un conținut necorespunzător. Din acest motiv, considerăm că textul de la art. 36 ar trebui pus în acord cu cel de la art. 20, prin stabilirea unei sancțiuni specifice.

Totodată, se omite a se preciza modalitatea de atribuire în întreținere și amenajare a zonelor verzi, respectiv nu se indică condițiile care trebuie îndeplinite de către un agent economic pentru a primi în gestiune astfel de spații.

Baroul Bihor
Cabinet de Avocat Mircea Ursuța

Oradea, str. George Enescu nr. 1, cam. 4, parter
Tel.: 0359 434 777; Fax: 0359 434 888; Mobil: 0722 511.476
E-mail: mircea@ursuta.ro; m_ursuta@yahoo.com; Web: www.ursuta.ro

Cu respect,
S.C. Communications Media S.R.L
Prin Av. Dr. Mircea Ursuța



Subject: Fwd: REF Proiectul de Modificare a Regulamentului de Publicitate - Punct de vedere - Communications Media S.R.L.

From: ArhitectSef <arhitectsef@oradea.ro>

Date: Mar 3, 2020 8:05:08 AM

To: primarie@oradea.ro

From: Mihai Chirila <chirilamihai92@gmail.com>

Date: Mar 2, 2020 6:08:31 PM

To: arhitectsef@oradea.ro

Cc: Mircea Ursuta <mircea@ursuta.ro>, [REDACTED], [REDACTED]

Subject: REF Proiectul de Modificare a Regulamentului de Publicitate - Punct de vedere - Communications Media S.R.L.

Bună ziua,

Vă trimitem în anexă punctul de vedere juridic al societății Communications Media SRL, referitor la Proiectul de modificare a Regulamentului privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate în mun. Oradea, împreună cu împuternicirea avocațială.

Cu respect,

Av. Mihai Chirilă

Mircea Ursuța - Cabinet de Avocat

Virus-free. www.avast.com

Attachments:

imputernicire.pdf

Communications Media - punct de vedere - Proiect Regulament.doc

