

## REGULAMENT

### privind publicitatea stradală în municipiul Timișoara

#### Capitolul I - Dispoziții generale

Art. 1. Acest regulament stabilește cadrul juridic unitar pentru activitățile de publicitate stradală din municipiul Timișoara, condițiile de autorizare a acestor activități și a mijloacelor de publicitate stradală. Regulamentul se aplică fără excepție atât pe domeniul public și privat al Statului Român sau al Municipiului Timișoara, cât și pe proprietatea persoanelor fizice sau juridice.

Art. 2. Amplasarea sistemelor publicitare sau a panourilor publicitare pe domeniul public sau privat al Statului Român sau al Municipiului Timișoara se va face în conformitate cu legislația în vigoare.

Art. 3. Amplasarea sistemelor publicitare sau a panourilor publicitare pe domeniul public sau privat al Statului Român sau al Municipiului Timișoara, cât și pe proprietatea persoanelor fizice sau juridice se va face cu acordul expres al proprietarilor de drept.

#### Capitolul II - Definiții

Art. 4. În sensul prezentului regulament, termenii de mai jos vor avea următorul înțeles:

- a) *Promovare*: un ansamblu de activități și mijloace (incluzând publicitatea, reclama, organizarea de evenimente, distribuirea de mostre etc.) prin care se încearcă crearea unui avantaj de piață pentru un produs, serviciu sau idee;
- b) *Publicitate*: totalitatea modalităților și instrumentelor specifice utilizate pentru a facilita cunoașterea și aprecierea de către consumatori a anumitor produse și servicii care fac obiectul vânzării sau pentru a informa publicul asupra unor evenimente, a sediilor unor persoane juridice, a destinației unor spații etc.;
- c) *Publicitate stradală/outdoor*: publicitate exterioară, în spații deschise;
- d) *Reclamă*: activitate cu rolul de a atenționa sau convinge publicul de calitatea unui serviciu, produs sau idei; termenul mai este folosit și cu semnificația restrânsă de suport folosit în activitatea de reclamă;
- e) *Sistem publicitar*: structură (poate fi o construcție provizorie sau o confecție dintr-un material oarecare) ce servește drept suport pentru mesaje publicitare;
- f) *Firmă*: construcție provizorie, fixată de pereții exteriori ai unei clădiri, compusă în principal din numele unui comerciant și elementele grafice prin care acesta se identifică și comunică potențialei clientele că în imediata apropiere se află locul de desfășurare a activității sale;
- g) *Panou publicitar*: placă rigidă din metal sau material sintetic, de dimensiuni variabile, pe care se aplică mesaje publicitare sub formă de afiș;

- h) *Afiș/poster*: mijloc de transmitere a unui mesaj publicitar, de obicei imprimat pe hârtie sau pe folie sintetică și expus public;
- i) *Banner*: mijloc de transmitere a unui mesaj publicitar realizat din folie sintetică sau material textil, adeseori de formă dreptunghiulară, afișat în zonele cu trafic auto sau pietonal foarte intens;
- j) *Mesh*: mijloc de transmitere a unui mesaj publicitar realizat din folie sintetică perforată, adeseori de mari dimensiuni, fixat direct sau prin intermediul unor suporturi pe clădiri; fiind străveziu, se poate monta și deasupra ferestrelor;
- k) *Panou indicator/banner vertical/casetă luminoasă indicatoare/tăbliță indicatoare*: sisteme purtătoare de mesaj informativ, de dimensiuni reduse, fixate prin intermediul unor prinderi speciale pe un imobil sau pe un suport independent de tip stâlp, care avertizează apropierea de o zonă sau de un imobil unde se desfășoară o activitate determinată, indicând de cele mai multe ori direcția și distanța până la destinație;
- l) *Panou mobil*: panou publicitar, amplasat la sol sau autoportant, fără fundație, cu dimensiuni maxime de 0,5\*0,9 m;
- m) *Sistem informativ*: structură constructivă de tip firmă, totem, roof-top sau panou indicator care comunică locul de desfășurare a unei anumite activități sau avertizează apropierea de o zonă sau de un imobil unde se desfășoară o activitate;
- n) *Totem*: structură constructivă sub formă de coloană inscripționată cu texte și elemente grafice sau sub formă de pilon ce susține elemente structurale prin care un comerciant se identifică și comunică potențialei clientele că în imediata apropiere se află locul de desfășurare a activității sale;
- o) *Ecran multimedia*: mijloc de transmitere a unui semnal video și audio de tip publicitar, informativ sau mediatic, reprezentat printr-un ansamblu constructiv format dintr-o structură de susținere (de tip suport independent sau fixată pe un imobil) și un ecran de mari dimensiuni;
- p) *Roof-top*: sistem publicitar de mari dimensiuni, luminos sau iluminat, montat pe acoperișul sau pe terasa unei clădiri;
- q) *Mobilier urban*: elemente funcționale și/sau decorative amplasate în spațiile publice care, prin alcătuire, aspect, amplasare, conferă personalitate aparte zonei sau localității. Prin natura lor, piesele de mobilier urban sunt asimilate construcțiilor dacă amplasarea lor se face prin legare constructivă la sol (fundații, platforme de beton, racorduri la utilități urbane, cu excepția energiei electrice), necesitând emiterea autorizației de construire. Fac parte din categoria mobilier urban: jardiniere, lampadare, bănci, bazine, pavaje decorative, pervole, cabine telefonice și altele asemenea.
- r) *Sistem audio-video*: sistem publicitar amplasat pe mijloace de transport ori construcții preexistente sau amenajate în acest scop.
- s) *Prospectul drumului*: porțiunea drumului public ce cuprinde insulele de dirijare, carosabilul, spațiile verzi ce delimitează arterele de circulație și trotuarele până la limita lor exterioară.

### **Capitolul III - Reguli și proceduri de autorizare**

Art. 5. Activitățile de publicitate stradală și amplasarea sistemelor publicitare sau a panourilor publicitare se vor realiza pe baza unei autorizații eliberate de Primăria Municipiului Timișoara (P.M.T.) Funcție de modalitatea autorizării, aceasta poate fi:

- a) autorizație de construire;
- b) acord pentru publicitate temporară;

c) aviz Comisie de Ordine Publică.

Art. 6. În zonele de protecție a monumentelor istorice specificate în Anexa nr. 1 este interzisă amplasarea sistemelor publicitare și informative, a panourilor publicitare care nu au obținut avizul Direcției pentru Cultură, Culte și Patrimoniu Cultural Național a Județului Timiș.

Art. 7. Instalarea de sisteme publicitare, panouri publicitare este interzisă în parcuri, pe arbori și în zonele verzi amenajate.

Art. 8. (1) La mai puțin de 50 m de intersecții, în prospectul drumului public, se pot amplasa sisteme publicitare și panouri publicitare cu avizul Comisiei de circulație obținut anterior autorizării.

(2) Distanța de 50 m a unui sistem publicitar sau a unui panou publicitar față de intersecție se va măsura de la intrarea în intersecție.

Art. 9. (1) Este interzisă amplasarea de sisteme publicitare, panouri publicitare, la sol cu înălțime mai mare de 10 metri.

(2) După 6 luni de la intrarea în vigoare a prezentului regulament, pe domeniul public sau privat al Statului Român sau al Municipiului Timișoara, va fi interzisă amplasarea de bannere orizontale cu excepția celor dedicate unor evenimente culturale, sportive, târguri, expoziții sau festivaluri. Acestea din urmă se vor putea afișa cu maxim 30 de zile înainte de începutul evenimentului anunțat pe banner și se vor autoriza cu acord pentru publicitate temporară.

(3) Pe stâlpii rețelei de transport în comun (R.A.T.T.), ai celei de iluminat stradal (ENEL) sau orice alt suport (garduri, fațade de clădiri, transformatoare electrice etc.) amplasate pe domeniul public este interzisă aplicarea de afișe și postere. Expunerea de afișe/postere este permisă doar în spațiile special amenajate și administrate de către Administrația Domeniului Public.

(4) Pe stâlpii R.A.T.T. și ENEL este permisă amplasarea de sisteme publicitare, panouri publicitare, cu prindere de un singur stâlp, gen bannere verticale, panouri indicatoare, casete luminoase etc., fiind interzisă amplasarea pe stâlpii pe care sunt semne de circulație. În cazul sistemelor publicitare instalate pe stâlpii R.A.T.T. sau ENEL, contractul de închiriere semnat de părți ține loc de acord expres.

Art. 10. (1) Odată cu fiecare autorizație de construire sau acord pentru publicitate temporară, P.M.T. va înmâna beneficiarului un autocolant care va cuprinde însemnele Consiliului Local Timișoara (C.L.T.) și numărul autorizației/acordului.

(2) Este obligația beneficiarului autorizației de construire sau a acordului pentru publicitate temporară să lipească autocolantul la vedere pe sistemul publicitar și să urmărească, pe toată durata de existență a sistemului publicitar, ca autocolantul să nu dispară sau să se degradeze, devenind ilizibil. Dacă acest lucru se întâmplă totuși, beneficiarul va solicita în termenul cel mai scurt autorității emitente eliberarea unui nou autocolant cu același număr de autorizație/acord.

(3) Costul autocolantului este suportat de către beneficiar.

(4) Beneficiarii autorizațiilor eliberate anterior intrării în vigoare a prezentului regulament au obligația ca în termen de 30 de zile de la intrarea în vigoare a prezentului regulament să solicite P.M.T. eliberarea autocolantelor corespunzătoare numerelor de autorizație și să urmeze dispozițiile de la alineatul (2) de mai sus.

Art. 11. În cazul în care se constată o neregularitate a documentației depuse, P.M.T. va notifica acest fapt solicitantului în termenul prevăzut de lege.

Art. 12. Orice modificare a conținutului documentațiilor de autorizare sau a procedurilor de autorizare, care nu este consecința unei schimbări legislative, ci urmarea unei decizii interne a P.M.T., va fi comunicată publicului pe pagina de web a P.M.T. cu 90 de zile calendaristice înainte ca aceasta să devină efectivă, timp în care P.M.T. se obligă să accepte la depunere documentațiile întocmite în conformitate cu vechile reguli.

Art. 13. Persoanele fizice sau juridice care au amplasate sisteme publicitare sau panouri publicitare vor afișa în mod vizibil numele sau denumirea celei care a amplasat acel sistem sau acel panou publicitar.

Art. 14. (1) Distanța minimă între două sisteme publicitare, panouri publicitare aparținând unor beneficiari diferiți care prin amplasarea lor riscă să obtureze vizibilitatea mesajului publicitar, va fi de 30 m. Atunci când două sisteme, panouri aparțin aceleiași societăți de publicitate, aceasta va pune pe răspunderea ei cele două sisteme sau panouri.

(2) Încălcarea prevederii de la alin. (1) de către o persoană fizică sau juridică dă dreptul părții lezate de a solicita P.M.T. revocarea autorizației/acordului/avizului eliberat cu încălcarea acestei prevederi, însoțită de luarea măsurilor legale ce se impun. PMT va analiza plângerea în termen de 10 zile de la depunerea ei, va stabili care dintre părți a depus prima la Centrul de Consiliere pentru cetățeni documentația de autorizare (fie că este vorba de autorizație de construire, fie de acord pentru publicitate temporară sau aviz de la Comisia de ordine publică) și, în cazul în care constată că plângerea este întemeiată, va dispune revocarea autorizației/acordului/avizului și demontarea sistemului publicitar, a panoului publicitar, în termen de cinci zile de la data comunicării dispoziției.

(3) În același regim de autorizare are prioritate solicitantul care a înregistrat primul cererea.

(4) În cazul în care pe același amplasament se solicită autorizarea a două sau mai multe sisteme publicitare, panouri publicitare, Primăria le va autoriza pe cele ale tuturor solicitanților care prezintă documentație completă. Primăria nu se va implica în eventualele litigii, urmând ca acestea să fie soluționate între proprietarul amplasamentului și persoanele fizice sau juridice deținătoare de contracte pentru acel amplasament.

Art. 15. (1) Se poate concesiona fără licitație publică un metru pătrat de teren în vederea amplasării de totemuri pe domeniul public în fața sediului societăților comerciale sau a punctelor de lucru ale acestora până la o distanță maximă de 30 m. Totemurile vor face publicitate numai cu privire la denumirea societăților comerciale și la activitatea acestora. Concesionarea se face în baza unui contract de concesionare ce se va încheia pe o perioadă de cel mult 5 ani.

(2) La data expirării contractului de concesiune, la fiecare solicitare, acesta se poate prelungi la cererea beneficiarului pe un termen de cel mult 5 ani, cu avizul Direcției de Urbanism și a Direcției Patrimoniu - Serviciul Publicitate și Comerț. Cererea de prelungire se va depune înainte de expirarea contractului de concesiune.

(3) Pentru totemurile autorizate anterior apariției prezentului regulament, amplasate în baza unei autorizații de construire și a unui contract de concesiune expirat, care au suprafața la sol mai mare decât cea prevăzută (1 mp) se poate încheia un nou contract de concesiune pe maxim 5 ani, la solicitarea operatorului de publicitate, cu avizul Direcției de Urbanism și a Direcției Patrimoniu - Serviciul Publicitate și Comerț.

Art. 16. (1) Direcția de Urbanism va stabili noi amplasamente de sisteme publicitare, panouri publicitare, pe domeniul public care necesită autorizație de construire.

(2) Autorizațiile de construire și acordurile pentru publicitate temporară vor fi publicate pe website-ul P.M.T. Direcția de Patrimoniu și Direcția de Urbanism răspund de informațiile publicate, respectiv dacă acestea sunt complete și actualizate cu situația din teren.

Baza de date publicată trebuie să reflecte situația reală, la zi, pentru a permite un control eficient.

Art. 17. Materialele din care se vor executa sistemele publicitare, panourile publicitare, vor fi de bună calitate, rezistente la intemperii și vor avea un aspect estetic care nu va afecta imaginea urbană a zonei în care se amplasează.

Art. 18. Proprietarii sistemelor publicitare, ai panourilor publicitare, au obligația de a neutraliza ori a acoperi cu o folie monocoloră suprafețele de expunere a mesajelor publicitare după 15 zile de la expirarea perioadei pentru care au plătit taxă de reclamă.

Art. 19. Proprietarii sistemelor publicitare, ai panourilor publicitare, au obligația întreținerii și menținerii acestora într-o stare estetică bună.

## **Capitolul IV - Autorizația de construire**

Art. 20. Autorizația de construire se va elibera în conformitate cu Legea nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, cu modificările și completările ulterioare și în conformitate cu prevederile prezentului Regulament de publicitate.

## **Capitolul V - Acordul pentru publicitate temporară.**

Art. 21. Acordul pentru publicitate temporară se va elibera, în conformitate cu Art. 35, al. (3), lit. f) din Hotărârea de Guvern nr. 955/2004, pentru campanii publicitare care nu au o durată mai mare de 180 de zile și sistemele publicitare, panourile publicitare, folosite ca purtător de mesaj în cadrul acelor campanii.

Art. 22. Pentru a putea obține acordul pentru publicitate temporară, sistemele publicitare, panourile publicitare folosite ca purtător de mesaj trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

- a) să fie folosite ca purtător de mesaj în cadrul unor activități de promovare cu durată determinată,
- b) să poată fi montate și demontate în decursul a 24 de ore,
- c) suportul și mediul înconjurător să poată fi aduse la starea de dinainte de amplasarea sistemului până în ultima zi de valabilitate a acordului pentru publicitate temporară inclusiv.

Art. 23. (1) Pentru același mesaj publicitar și aceeași locație acordul de publicitate temporară se eliberează o singură dată pentru o perioadă de maxim 90 de zile, putând fi prelungit la cerere cu maxim 90 de zile. Dacă se dorește expunere mai mare de 180 zile a sistemului publicitar, panoului publicitar se va obține autorizația de construire.

(2) Sistemele publicitare, panourile publicitare autorizate temporar trebuie demontate până la ora 24 a ultimei zile de valabilitate a acordului, iar suportul și mediul înconjurător trebuie aduse la starea de dinainte de amplasarea sistemului până la același termen.

Art. 24. (1) Conținutul documentației necesare obținerii acordului pentru publicitate temporară este specificat în Anexa nr. 2, iar modelul de acord pentru publicitate temporară – în Anexa nr. 5.

(2) Documentația necesară prelungirii acordului pentru publicitate temporară este specificată în Anexa nr. 3.

(3) Acordul pentru publicitate temporară, împreună cu autocolantele, se va elibera în termen de maxim 15 zile.

## **Capitolul VI - Avizul Comisiei de Ordine Publică**

Art. 25. Avizul Comisiei de Ordine Publică se eliberează pentru sistemele publicitare, panourile publicitare folosite ca purtător de mesaj în cadrul unor campanii publicitare pe termen

scurt ce se desfășoară pe domeniul public sau privat (festivaluri, târguri, expoziții, lansări de produse, manifestări cu ocazia unor evenimente speciale cu caracter social, politic, cultural-distractiv, comercial, turistic sau sportiv etc.)

Art. 26. (1) Evenimentele de mare anvergură gen festivaluri, târguri, expoziții, concerte, manifestări cu ocazia unor evenimente speciale cu caracter social, politic, cultural-distractiv, comercial, turistic, sportiv etc., cât și cele de mică anvergură, gen expunere de modele, distribuire de mostre și tipărituri, lansare de produse etc. trebuie aprobate în prealabil, printr-un aviz, de către Comisia de Ordine Publică a P.M.T.

(2) Distribuirea sau prezentarea de mostre și materiale publicitare este permisă doar în zonele pietonale, după obținerea avizului Comisiei de Ordine Publică și a acordului eliberat de Serviciul de Publicitate și Comerț din cadrul P.M.T.

## Capitolul VII - Taxe

Art. 27. (1) Taxele pentru folosirea sistemelor publicitare, panourilor publicitare, sunt stabilite în conformitate cu Legea nr. 571/2003 privind Codul Fiscal.

(2) Valoarea acestor taxe se stabilește anual, prin hotărâre a C.L.T.

(3) Taxa pentru prelungirea acordului pentru publicitate temporară este egală în valoare cu taxa de emitere.

Art. 28. (1) Pentru sistemele publicitare, panourile publicitare amplasate pe domeniul privat sau pe structuri de susținere private, beneficiarii vor plăti taxă de reclamă (fie taxa pentru serviciul de reclamă și publicitate, stabilită în cotă procentuală din valoarea contractului de publicitate, fie taxa pentru folosirea mijloacelor de publicitate prin afișaj, panouri sau alte asemenea mijloace, stabilită în sumă fixă funcție de suprafața afișului, panoului etc.).

(2) Pentru sistemele publicitare, panourile publicitare amplasate cu autorizație de construire pe domeniul public sau privat al municipiului Timișoara se plătește suma stabilită prin contractul cu C.L.T. în condițiile legii.

(3) Pentru sistemele publicitare de tip panouri cu fundație la sol se plătește o taxă de ocupare a domeniului public calculată în funcție de proiecția pe orizontală. Plata se efectuează și pentru panourile situate parțial pe domeniul privat, dar care trec în aer pe domeniul public, proporțional cu proiecția pe orizontală aflată pe domeniul public.

(4) Pentru activitățile de promovare și pentru sistemele publicitare, panourile publicitare amplasate în virtutea unui acord pentru publicitate temporară pe domeniul public se plătește, în plus față de taxa de reclamă, taxa pentru utilizarea temporară a domeniului public calculată la suprafața ocupată.

## Capitolul VIII - Contravenții și sancțiuni

Art. 29. Nerespectarea prezentului regulament atrage după sine răspunderea materială, disciplinară sau contravențională, după caz.

Art. 30. Constituie contravenție, conform acestui regulament, și se sancționează cu amendă contravențională, după cum urmează:

Nr. crt.	Contravenția	Cuantumul amenzii	
		Minim (lei)	Maxim (lei)
1.	Neîntreținerea sistemelor publicitare, a panourilor publicitare	500	1.000
2.	Nerefacerea suportului de mesaj publicitar din cadrul sistemului publicitar, a panoului publicitar, dacă acesta a fost afectat de	500	1.000

	operațiunile de montare, demontare sau de intervenții		
3.	Nedezafectarea sau neacoperirea suprafețelor de expunere a mesajului publicitar cu folie monocoloră după 15 zile de la expirarea perioadei pentru care s-a plătit taxă de reclamă	500	1.000
4.	Nerespectarea obligației de a lipi la vedere pe sistemul publicitar, panoul publicitar, autocolantul conținând însemnele C.L.T. și numărul autorizației/acordului	700	1.200
5.	Nerespectarea prevederilor din acordul pentru publicitate temporară și din documentația ce a stat la baza eliberării acordului	1.000	2.000
6.	Exercitarea activităților de publicitate, promovare, reclamă, informare, prezentare, așa cum au fost definite de cap. II pct. a-s pe domeniul public și privat al municipiului Timișoara fără a deține avizul Comisiei de Ordine Publică sau acord pentru publicitate temporară	1.000	2.000
7.	Nerespectarea obligației de a afișa în mod vizibil numele persoanei fizice sau juridice care a amplasat acel sistem publicitar, panou publicitar, conform art. 13	500	1.000
8.	Distribuirea de mostre și materiale publicitare fără aviz din partea P.M.T.	200	500
9.	Efectuarea de publicitate mobilă și/sau sonoră în traficul rutier fără a deține aviz/autorizație/acord din partea Primăriei Municipiului Timișoara	700	1.200
10.	Efectuarea de publicitate mobilă pe partea pietonală (gen om-sandwich etc) fără a deține aviz/autorizație/acord din partea Primăriei Municipiului Timișoara	200	500
11.	Permiterea amplasării de sisteme publicitare, panouri publicitare, de către proprietarii suporturilor de publicitate fără a deține aviz/acord/autorizație emise de Primăria Municipiului Timișoara	1.000	1.500

Art. 31. (1) Sistemele publicitare, panourile publicitare amplasate pe domeniul public sau privat al Statului Român sau al Municipiului Timișoara, fără a deține aviz/acord/autorizație sau care nu respectă prevederile din aviz/acord/autorizație și din documentația ce a stat la baza eliberării acestora se vor demola de îndată pe cale administrativă, toate cheltuielile fiind suportate de către deținătorul sistemului publicitar sau a panoului publicitar.

(2) Sistemele publicitare, panourile publicitare care dețin aviz/acord/autorizație, dar nu au expus autocolantul se vor demonta în termen de 10 zile de la înștiințarea agentului de publicitate, în cazul în care proprietarul sistemului publicitar, al panoului publicitar, nu remediază situația în acest termen. În cazul în care proprietarul sistemului publicitar, al panoului publicitar, nu poate fi identificat, sistemul publicitar, panoul publicitar se va demonta de îndată pe cale administrativă.

(3) În cazul în care nu se remediază neregulile specificate la punctele 1, 2, 7 prevăzute la art. 30 se va dispune demolarea sistemelor publicitare, a panourilor publicitare amplasate pe domeniul public sau privat în termen de 10 zile de la înștiințarea agentului de publicitate.

Art. 32. Declararea unor date neconforme cu situația din teren va duce la anularea autorizației de construire, respectiv a acordului pentru publicitate temporară prin măsuri administrative și demolarea sistemului publicitar, a panoului publicitar, dacă acesta a fost amplasat.

Art. 33. Prevederile prezentului regulament se completează cu dispozițiile OG 2/2001 actualizată privind regimul juridic al contravențiilor, cu excepția art. 28 din OG 2/2001

Art. 34. Constatarea contravențiilor și sancționarea în conformitate cu prezentul regulament vor fi făcute de către angajații Direcției Patrimoniu, Direcției Urbanism, Direcției Poliția Comunitară și alți împuterniciți ai Primarului.

Art. 35. Cheltuielile efectuate cu demolarea sistemelor publicitare, a panourilor publicitare, se vor recupera de la proprietarii acestor sisteme, panouri, înainte de returnarea lor.

Art. 36. Pentru neplata obligațiilor financiare către C.L.T. se va trimite o somație pe adresa celui în cauză. Toate somațiile vor fi publicate pe site-ul Primăriei Municipiului Timișoara concomitent cu emiterea lor. În cazul nerezolvării problemelor sesizate, în termen de 30 de zile de la data emiterii somației, se va trece la anularea autorizației de construire, respectiv a acordului de publicitate temporară. Afișarea de mesaje publicitare interzise prin lege și prin hotărâri ale C.L.T. , determină anularea a autorizației de construire, respectiv a acordului pentru publicitate temporară.

Art. 37. În caz de accident cauzat de un sistem publicitar, panou publicitar, răspunzătoare se face societatea comercială sau persoana fizică care a afișat/montat sistemul publicitar sau panoul publicitar.

Art. 38. Orice dispoziții ale autorităților publice locale din Timișoara și ale entităților subordonate acestora care contravin prezentului regulament, îl restrâng sau îl excedează sunt nule de drept atâta timp cât nu au fost adoptate prin hotărâri ale Consiliului Local Timișoara, în urma unor dezbateri publice.

## **Anexa nr. 1**

Planșă – Zonele de protecție a monumentelor istorice, unde este necesar avizul Direcției pentru Cultură, Culte și Patrimoniul Cultural Național a Județului Timiș

## **Anexa nr. 2**

### **Conținutul documentației necesare obținerii acordului pentru publicitate temporară**

Pentru obținerea acordului pentru publicitate temporară, beneficiarul (solicitantul) va depune la Centrul de Consiliere pentru Cetățeni al P.M.T. următoarele:

- cerere-tip completată de beneficiar;
- certificatul de înregistrare a firmei beneficiare (în copie) sau certificatul de înmatriculare și codul fiscal al firmei beneficiare (în copie);
- plan de situație, la scara 1:500, și plan de încadrare în zonă, la scara 1:5.000, eliberate de P.M.T., pe care va fi marcat vizibil locul solicitat pentru desfășurarea activității de promovare și/sau pentru amplasarea sistemelor/panourilor publicitare;
- schița sistemelor/panourilor publicitare (numai dacă acordul pentru publicitate temporară include sisteme publicitare) și enunțul mesajului publicitar (dacă acesta nu e cunoscut în momentul depunerii documentației, se va transmite Serviciului de Publicitate și Comerț din cadrul P.M.T. în termen de maximum 15 zile de la obținerea acordului);
- acordul sau contractul cu proprietarii suporturilor pe care vor fi montate sistemele/panourile publicitare;
- avizul Direcției pentru Cultură, Culte și Patrimoniul Cultural Național a județului Timiș (dacă e cazul);
- acordul societății de salubritate (dacă este necesar, în cazul desfășurării unor activități de promovare care lasă în urmă deșeuri);
- extras din contractul de publicitate din care să rezulte valoarea și valabilitatea acestuia;
- în cazul în care sistemul/panoul publicitar va fi amplasat în imediata vecinătate a intersecțiilor, se va marca pe planul 1:500 distanța de 50 metri de intersecție.

## **Anexa nr. 3**

### **Conținutul documentației necesare prelungirii acordului pentru publicitate temporară**

Pentru prelungirea acordului pentru publicitate temporară, beneficiarul (solicitantul) va depune la Centrul de Consilier pentru Cetățeni al P.M.T. următoarele:

- cerere-tip completată de beneficiar;
- acordul inițial,
- extras din contractul de publicitate din care să rezulte valoarea și valabilitatea acestuia;
- enunțul mesajului publicitar.

## **Anexa nr. 4**

### **Conținutul documentației necesare obținerii avizului Comisiei de Ordine Publică**

Pentru obținerea avizului Comisiei de Ordine Publică, beneficiarul (solicitantul) va depune la Centrul de Consiliere pentru Cetățeni al P.M.T următoarele:

- 2 cereri-tip completate de beneficiar;
- certificatul de înregistrare a firmei beneficiare (în copie) sau certificatul de înmatriculare și codul fiscal al firmei beneficiare (în copie);
- plan de situație, la scara 1:500, și plan de încadrare în zonă, la scara 1:5.000, eliberate de P.M.T., pe care va fi marcat vizibil locul solicitat pentru desfășurarea activității de promovare și/sau pentru amplasarea sistemelor/panourilor publicitare (dacă e cazul);
- în funcție de tipul manifestării, documente justificative (ex: la raliuri - traseul raliului, la împărțire de fluturași - copii după buletine și numărul de persoane, cu locurile de distribuire).

**ȘEF SERVICIU PUBLICITATE ȘI COMERT**

**Ing. ADRIAN ILIN**