

## 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 cât și pe domeniul privat.

Art. 2. Activități de publicitate stradală pot fi desfășurate în Timișoara de către orice contribuabil, persoană fizică sau juridică, cu condiția respectării acestui regulament, a Legii nr.50/1991, a Hotărârii de Guvern nr. 955/2004 pentru aprobarea reglementărilor-cadru de aplicare a Ordonanței Guvernului nr. 71/2002 privind organizarea și funcționarea serviciilor publice de administrare a domeniului public și privat de interes local (HG 955/2004), a textelor normative care modifică sau, după caz, completează reglementările legale în vigoare la data adoptării regulamentului, precum și a plății taxelor locale corespunzătoare.

### Capitolul II - Definiții

Art. 3. 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.

### Capitolul III - Reguli și proceduri de autorizare

Art. 4. Activitățile de publicitate stradală și amplasarea sistemelor 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.

Art. 5. În zonele de protecție a monumentelor istorice **specificate în Anexa nr. 1** este interzisă amplasarea sistemelor publicitare și informative care nu au obținut avizul Direcției pentru Cultură, Culte și Patrimoniu Cultural Național a Județului Timiș.

Art. 6. Instalarea de sisteme publicitare este interzisă în parcuri, pe arbori și în zonele verzi amenajate.

Art. 7. (1) La mai puțin de 50 m de intersecții este interzisă amplasarea sistemelor publicitare precum și a sistemelor informative ce au formă, dimensiuni sau culori specifice semnalizărilor rutiere sau emit lumină intermitentă.

(2) Distanța de 50 m a unui sistem publicitar față de intersecție se va măsura de la cel mai apropiat punct de întretăiere a două drepte imaginare ce prelungesc axele căilor rutiere ce se intersectează. Această măsurătoare trebuie marcată clar pe planul de situație din documentația necesară obținerii autorizației de construire / acordului pentru publicitate temporară.

Art. 8. Este interzisă amplasarea de sisteme publicitare la sol cu înălțime mai mare de 10 metri.

Art. 9. Pe toată raza municipiului Timișoara pot avea loc activități de promovare pe termen scurt, de sine stătătoare sau asociate unui eveniment. Evenimentele de mică anvergură, gen expunere de

modele, distribuire de mostre și tipărituri, lansare de produse etc. cat si cele de mare anvergura gen festivaluri, târguri, expoziții, concerte, manifestări cu ocazia unor evenimente speciale cu caracter social, politic, cultural-distractiv, comercial, turistic, sportiv etc., trebuie aprobate în prealabil de către Comisia de Ordine Publică înființată pe lângă P.M.T.

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 vor afișa în mod vizibil numele sau denumirea celei care a amplasat acel sistem publicitar.

Art. 14. (1) Distanța minimă între două sisteme publicitare care prin amplasarea lor riscă să obtureze vizibilitatea mesajului publicitar va fi de 30 m.

(2) Încălcarea prevederii de la alin. (1) de către o persoană fizică sau juridică dă dreptul părții lezate de a solicita P.M.T. anularea autorizației/acordului 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 )și, în cazul în care constată că plângerea este întemeiată, va dispune anularea autorizației/acordului și demontarea sistemului 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.

Art. 15. 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.

Art. 16. 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.

## Capitolul IV - Autorizația de construire

Art. 17. Autorizația de construire se va elibera în conformitate cu Legea nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, cu modificările și completările ulterioare. Metodologia de autorizare este descrisă în Anexa nr. 2 a acestui regulament.

Art. 18. De regulă, autorizația de construire se emite la solicitarea deținătorului unui drept de proprietate asupra unui imobil sau a deținătorului unui contract de concesiune, de cesiune sau de comodat. Doar pentru construcții cu caracter provizoriu (de tipul corpurilor și panourilor de afișaj, a firmelor și reclamelor), autorizația de construire poate fi emisă pe numele deținătorului unui contract de închiriere, cu acordul expres al proprietarului de drept. În cazul sistemelor publicitare instalate pe stâlpii rețelei de transport în comun (R.A.T.T.) sau a celei de iluminat stradal (Electrica), contractul de închiriere semnat de părți ține loc de acord expres.

Art. 19. În cazul tuturor sistemelor publicitare, pentru obținerea autorizației de construire se vor respecta normele Regulamentului Local de Urbanism al Municipiului Timișoara și cele ale Hotărârii de Guvern nr. 955/2004, cu precizarea că normele din capitolul „Condiții de amplasare a afișelor și panourilor publicitare” al HG 955/2004 se vor aplica tuturor tipurilor de sisteme publicitare, cele din capitolul „Afișe și panouri neluminate” (Art. 38) se vor aplica sistemelor publicitare ce fac parte din categoria „publicitate neluminoasă” (Art. 35, al. (3), lit. a), cele din capitolul „Panouri luminoase” (Art. 39) – celor din categoria „publicitate luminoasă” (Art. 35, al. (3), lit. b), cele din capitolul „Publicitate pe autovehicule” (Art. 40) - celor din categoria „publicitate pe vehicule” (Art. 35, al. (3), lit. c), cele din capitolul „Firme” (Art. 37) - celor din categoria „firmelor” (Art. 35, al. (3), lit. d), și cele din capitolul „Tăblițe indicatoare și de orientare” (Art. 41) - celor din categoria „panouri indicatoare” (Art. 35, al. (3), lit. e).

Art. 20. Materialele din care se vor executa sistemele 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. 21. Proprietarii sistemelor 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. 22. Proprietarii sistemelor publicitare au obligația întreținerii și menținerii acestora într-o stare estetică bună.

Art. 23. Amplasarea sistemelor publicitare pe domeniul public sau privat al Statului Român se va face de titularul unui drept câștigat în urma unei licitații publice.

## Capitolul V - Acordul pentru publicitate temporară

Art. 24. Acordul pentru publicitate temporară se va elibera, în conformitate cu Art. 35, al. (3), lit. f) din Hotărârea de Guvern nr. 955/2004, pentru:

- a) activitățile de promovare pe termen scurt care se desfășoară pe domeniul public sau privat (festivaluri, târguri, expoziții, lansări de produse, publicitate sonoră, publicitate aeriană, manifestări cu ocazia unor evenimente speciale cu caracter social, politic, cultural-distractiv, comercial, turistic sau sportiv etc.) și sistemele publicitare ce însoțesc aceste activități;
- b) sistemele publicitare folosite ca purtător de mesaj în cadrul unor campanii publicitare pe termen scurt (afișe, postere, bannere orizontale și verticale, mesh-uri, panouri indicatoare, panouri mobile și alte sisteme publicitare).

Art. 25. Pentru a putea obține acordul pentru publicitate temporară, sistemele 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. 26. (1) Durata maximă de valabilitate a unui acord este de 90 de zile.

(2) Acordurile pentru publicitate temporară se pot prelungi o singură dată, pentru o perioadă de maximum 60 de zile. Prelungirea unui acord pentru publicitate temporară va primi același număr de ordine cu cel al acordului inițial.

(3) Sistemele 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. 27. (1) Conținutul documentației necesare obținerii acordului pentru publicitate temporară este specificat în Anexa nr. 3, iar modelul de acord pentru publicitate temporară – în Anexa nr. 5.

(2) Documentația necesară prelungirii acordului pentru publicitate temporară este specificată în Anexa nr. 4.

(3) Acordul pentru publicitate temporară se va elibera în termen de 10 zile.

Art. 28. Distribuirea sau prezentarea de mostre și materiale publicitare este permisă doar în zonele pietonale, după obținerea acordului Comisiei de Ordine Publică și a avizului eliberat de Serviciul de Publicitate și Comerț din cadrul P.M.T.

## Capitolul VI - Taxe

Art. 29. (1) Taxele pentru folosirea sistemelor 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 emiteră.

Art. 30. (1) Pentru sistemele publicitare amplasate pe domeniu 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 amplasate cu autorizație de construire pe domeniul public sau privat al municipiului Timișoara se plătește în plus chiria sau concesiunea stabilită prin contractul cu C.L.T. în urma licitației publice.

(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 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 VII - Contravenții și sancțiuni

Art. 31. Nerespectarea prezentului regulament atrage după sine răspunderea materială, disciplinară sau contravențională, după caz.

Art. 32. 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	500	1.000
2.	Nerefacerea suportului de mesaj publicitar din cadrul sistemului publicitar dacă acesta a fost afectat de operațiunile de montare, demontare sau de intervenții	500	1.000
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 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.	Amplasarea de sisteme publicitare fără a deține autorizația/acordul din partea Primăriei Municipiului Timișoara	2.000	2.500
7.	Nerespectarea obligației de a afișa în mod vizibil numele persoanei fizice sau juridice care a amplasat acel sistem publicitar, conform art. 13	500	1.000
8.	Distribuirea de mostre și materiale publicitare fără aviz din partea P.M.T.	200	500

Art. 33. Pentru contravențiile prevăzute la art. 32 punctele 4 și 6, sistemele publicitare care sunt amplasate pe domeniul public sau privat al Statului Român și care fac obiectul unui acord de publicitate temporară vor fi demolate în termen de 24 de ore de la data confirmării de primire a somației, în cazul în care problemele sesizate nu au fost rezolvate din vina exclusivă a celui care a amplasat sistemul publicitar, în cazul sistemelor publicitare la care poate fi identificat cel ce l-a amplasat, sau în termen de 10 zile de la constatare în cazul celor unde nu poate fi identificat. Pentru celelalte puncte termenul de intrare în legalitate este de 7 zile de la data confirmării de primire a somației. În cazul în care nu se remediază deficiențele constatate anterior, se va proceda la demolarea sistemelor publicitare.

Art. 34. 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, dacă acesta a fost amplasat.

Art. 35. Constatarea contravențiilor și sancționarea în conformitate cu prezentul regulament vor fi făcute de către angajații Direcției Patrimoniu și alți împuterniciți ai Primarului.

Art. 36. Cheltuielile efectuate cu demolarea sistemelor publicitare se vor recupera de la proprietarii acestor sisteme înainte de returnarea lor.

Art. 37. 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 de drept a 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 de drept a autorizației de construire, respectiv a acordului pentru publicitate temporară.

## **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**

### **Metodologia de obținere a autorizației de construire**

Obținerea autorizației de construire va fi precedată de obținerea certificatului de urbanism, acesta fiind actul de informare prin care primarul face cunoscute solicitantului cerințele ce trebuie îndeplinite și lista cuprinzând avizele și acordurile necesare în vederea obținerii autorizării.

Pentru obținerea certificatului de urbanism beneficiarul (solicitantul) va depune la Centrul de Informare pentru Cetățeni al P.M.T. următoarele:

- cerere tip pentru emiterea certificatului de urbanism, completată cu elementele de identificare a beneficiarului și imobilului, cu precizarea scopului solicitării actului;
- plan de situație, la scara 1:500, și plan de încadrare în zonă, la scara 1:5.000, ambele elaborate pe suport topografic și eliberate de P.M.T., pe care va fi marcat vizibil locul de amplasare a sistemului publicitar;
- documentul de plată a taxei pentru eliberarea certificatului de urbanism (în copie).

Planurile de situație și cele de încadrare în zonă se vor obține în urma depunerii unei cereri tip la Centrul de Consiliere pentru Cetățeni al P.M.T.

Documentația pentru emiterea autorizației de construire va fi întocmită în două exemplare cuprinzând următoarele documente:

- cerere tip pentru emiterea autorizației de construire, completată cu elementele de identificare și datele tehnice conform proiectului pentru autorizarea executării lucrărilor de construire;
- certificatul de urbanism (în copie);
- proiectul pentru autorizarea executării lucrărilor de construire întocmit de un proiectant autorizat; pentru sistemele publicitare cu fundație la sol pe domeniul privat este obligatorie precizarea poziției față de limitele proprietății, nefiind permisă depășirea acesteia pe domeniul public;
- documentul de plată a taxei pentru eliberarea autorizației de construire (în copie);
- documentele, avizele și acordurile solicitate prin certificatul de urbanism;
- contract cu P.M.T. pentru sistemele publicitare situate pe domeniul public.

## **Anexa 3**

### **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 publicitare;

- schița sistemelor 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 publicitare;
- avizul Direcției pentru Cultură, Culte și Patrimoniu 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 publicitar va fi amplasat în imediata vecinătate a intersecțiilor, se va marca pe planul 1:500 distanța de 50 metri de intersecție.

#### **Anexa 4**

### **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;
- copie după acordul inițial,
- extras din contractul de publicitate din care să rezulte valoarea și valabilitatea acestuia;
- enunțul mesajului publicitar;

#### **Anexa 5**

Modelul de „Acord pentru publicitate temporară”

**p. ȘEF SERVICIU PUBLICITATE ȘI COMERȚ**

**ADRIAN ILIN**