

REGULAMENT

PRIVIND PUBLICITATEA STRADALA ÎN MUNICIPIUL TIMISOARA

Acest regulament stabileste modul de autorizare a activitatilor de publicitate stradala si a mijloacelor folosite în cadrul activitatilor de publicitate stradala (mijloace numite în continuare, cu un termen generic, “sisteme publicitare”) de pe teritoriul administrativ al municipiului Timisoara.

Regulamentul reprezinta un sistem unitar de norme ce vor sta la baza eliberarii autorizatiilor necesare tuturor formelor de publicitate stradala.

De regula, amplasarea sistemelor publicitare presupune obtinerea autorizatiei de construire, în conformitate cu Legea nr. 50/1991 republicata, modificata si completata prin Legea nr. 453/ 2001. Cu titlu de exceptie, în anumite conditii specificate mai jos, se accepta amplasarea în temeiul unui acord, acelasi cu care se autorizeaza si activitatile de promovare pe termen scurt.

Activitati de publicitate stradala poate desfasura în Timisoara orice contribuabil, persoana fizica sau juridica, cu conditia respectarii acestui regulament si a platii taxelor aferente.

1 Definitii

Promovare: ansamblu de activitati si mijloace (incluzând publicitatea, reclama, organizarea de evenimente, distribuirea de mostre etc.) prin care se încearca crearea unui avantaj de piata pentru un produs, serviciu sau idee.

Publicitate: totalitatea modalitatilor si instrumentelor specifice utilizate pentru a facilita cunoasterea si aprecierea de catre consumatori a anumitor produse si servicii care fac obiectul vânzarii sau pentru a informa publicul asupra unor evenimente, a sediilor unor persoane juridice, a destinatiei unor spatii etc.

Reclama: activitate cu rolul de a atentiona sau convinge publicul de calitatea unui serviciu, produs sau idei.

Sistem publicitar: structura (poate fi o constructie provizorie sau o confectione dintr-un material nealterabil) ce serveste drept suport pentru mesaje publicitare.

Firma: constructie provizorie continând texte si elemente grafice prin care un comerciant se identifica si comunica potentialei clientele locul de desfasurare a activitatii sale.

2 Clasificare

Pentru scopurile acestui regulament, în clasificarea sistemelor publicitare s-au folosit doua criterii de clasificare:

- A. în functie de **modalitatea autorizarii**,
- B. în functie de **forma de proprietate** pe care se afla amplasate sistemele publicitare.
- A. Exista doua **modalitati** de autorizare a sistemelor publicitare:
 - 1. cu autorizatie de construire,
 - 2. cu acord pentru activitati promotionale.
- B. În functie de **forma de proprietate** pe care se afla amplasate, sistemele publicitare pot fi:
 - 1. amplasate pe domeniu privat,
 - 2. amplasate pe domeniul public sau privat al Consiliului Local Timisoara (C.L.T.).

3 Proceduri de autorizare

Reguli generale:

În cazul tuturor sistemelor publicitare, indiferent de modul de autorizare, se vor respecta normele stabilite prin Regulamentul Local de Urbanism al Municipiului Timisoara.

Odata cu fiecare autorizatie sau acord eliberate pentru sisteme publicitare, Primaria va înmâna beneficiarului un autocolant continând însemnele C.L.T. si numarul autorizatiei, care sa ateste

legalitatea amplasarii. Este obligatia beneficiarului autorizatiei de construire sa lipeasca autocolantul la vedere pe sistemul publicitar. Costul autocolantului este suportat de beneficiar.

3.1 Autorizatia de construire

Procedura de autorizare este cea prevazuta de legislatia în vigoare (Legea nr. 50/1991 republicata, modificata si completata prin Legea nr. 453/ 2001), iar metodologia de autorizare este specificata în Anexa 1 a acestui regulament.

Obligatii:

- Toate sistemele publicitare care necesita autorizatie de construire si au o suprafata mai mare de 1 m2 per fata de expunere vor fi fie luminoase, fie iluminate cu sursa proprie de lumina.
- Proprietarii sistemelor publicitare au obligatia de a dezafecta/neutraliza sau de a acoperi cu o folie alba suprafetele de expunere a mesajului publicitar daca timp de mai mult de 15 zile de la expirarea unui mesaj publicitar sau a contractului de publicitate nu au mesaje publicitare noi pe care sa le afiseze.
- Sistemele publicitare din intersectii si din apropierea acestora vor fi montate în asa fel încât sa nu acopere semnele de circulatie sau sa obtureze vizibilitatea în intersectie.
Sistemele publicitare autorizate anterior intrarii în vigoare a acestui regulament vor ramâne amplasate în conditiile autorizatiilor de construire initiale.

3.1.1 Sisteme publicitare amplasate pe domeniu privat sau pe structuri de sustinere private

- Înaltimea minima de la care se poate amplasa un sistem publicitar pe fatada unui imobil este de 2,50 m de la nivelul terenului. Grosimea sistemelor publicitare pozitionate paralel cu fatada nu va fi mai mare de 0,25 m.
- Suprafata sistemelor publicitare montate pe stâlpi ai regiei de transport local sau ai societatii de distribuire a energiei electrice nu va depasi 1 m2. Ele vor fi pozitionate la o înaltime de minimum 4,50 m de la cota terenului daca, fie si în parte, se afla deasupra carosabilului.

3.1.2 Sisteme publicitare amplasate pe domeniul public sau privat al statului

- Dreptul de a amplasa sisteme publicitare pe domeniul public sau privat al C.L.T. se va acorda numai în urma unor licitatii publice.
- Exceptie de la adjudecarea prin licitatie publica fac sistemele publicitare instalate pe suportii proprii situati la locul exercitarii unei activitati, la o distanta nu mai mare de 15 m fata de acel loc. În cazul acesta se va proceda la închirierea directa, în conditiile legii, a amplasamentelor de catre administratorul domeniului public.
- Contribuabilul care îsi va adjudeca o licitatie publica va avea obligatia de a încheia un contract de închiriere cu C.L.T. Daca sistemul sau publicitar include consumatori de energie electrica, iar conectarea se face la reseaua de iluminat stradal, va încheia si un contract de furnizare a energiei electrice cu C.L.T. Cópii ale acestor contracte trebuie incluse în documentatia de autorizare.
- Contribuabilul care monteaza sau demonteaza un sistem publicitar pe domeniul public sau privat al statului este obligat sa aduca suportul si mediul înconjurator în starea de dinainte de montare/demontare în rastimp de 3 zile de la montare/demontare.
- În cazul sistemelor publicitare de tip panou, înaltimea minima la care se va afla partea inferioara a panoului este de 3,50 m, masurata de la cota terenului amenajat sau a trotuarului.

3.2 Acordul pentru activitati promotionale

Acelasi tip de acord pentru activitati promotionale (Anexa 2) se va elibera atât pentru activitatile de promovare pe termen scurt care folosesc domeniul public sau privat, cât si pentru sistemele publicitare folosite ca purtator de mesaj în cadrul unor campanii publicitare pe termen scurt.

Pentru a putea obtine acordul pentru activitati promotionale, sistemele publicitare folosite ca purtator de mesaj în cadrul unor campanii publicitare pe termen scurt trebuie sa îndeplineasca urmatoarele conditii, cumulativ:

- sa fie folosite ca purtator de mesaj în cadrul unor activitati de promovare cu o durata de maximum 90 de zile,

- sa poata fi demontate în decursul a 24 de ore (în ultima zi de valabilitate a acordului sau mai devreme),
- suportul si mediul înconjurator sa poata fi aduse la starea de dinainte de amplasarea sistemului pâna în ultima zi de valabilitate a acordului, inclusiv.

Acordurile pentru activitati promotionale se elibereaza în termen de maximum 5 zile lucratoare de la depunerea cererii si a documentatiei complete. Durata maxima de valabilitate a unui acord este de 30 de zile. Acordurile pentru activitati promotionale se pot prelungi de doua ori, pentru perioade de câte maximum 30 de zile.

Continutul documentatiei necesare obtinerii acordului pentru activitati promotionale este specificat în Anexa 3. Documentatia va fi însoțita de o cerere tip ce trebuie completata de beneficiar (Formularul P.2).

Documentatia necesara prelungirii acordului pentru activitati promotionale consta dintr-o cerere tip (Formularul P.2), completata de beneficiar, si o copie dupa acordul initial.

4 Taxe

Taxele pentru folosirea sistemelor publicitare stradale sunt stabilite în conformitate cu Ordonanta Guvernului nr. 36/30.01.2002 privind impozitele si taxele locale.

Valoarea acestor taxe se stabileste anual, prin Hotarâre a C.L.T.

Pentru sistemele publicitare amplasate pe domeniu privat sau pe structuri de sustinere private, beneficiarii vor plati taxa de reclama (fie taxa pentru serviciul de reclama si publicitate, stabilita în cota procentuala din valoarea contractului de publicitate, fie taxa pentru folosirea mijloacelor de publicitate prin afisaj, panouri sau alte asemenea mijloace, stabilita în suma fixa, functie de dimensiunea afisului, panoului etc.).

Pentru sistemele publicitare amplasate pe domeniul public sau privat al municipiului Timisoara se plateste în plus concesiunea stabilita prin contractul cu C.L.T., în urma licitatiei publice.

5 Contraventii si sanctiuni

Nerespectarea prezentului regulament atrage dupa sine raspunderea materiala, disciplinara sau contraventionala, dupa caz.

Constituie contraventii, conform acestui regulament, si se sanctioneaza cu amenda contraventionala, dupa cum urmeaza:

Nr. crt.	Contraventia	Cuantumul amenzii	
		Minim (lei)	Maxim (lei)
1.	Neîntretinerea sistemelor publicitare	10.000.000	15.000.000
2.	Nerefacerea suportului de mesaj publicitar din cadrul sistemului publicitar, daca acesta a fost afectat de operatiunile de montare, demontare sau de interventii	10.000.000	15.000.000
3.	Nedezafectarea sau neacoperirea suprafetelor de expunere a mesajului publicitar cu folie alba daca timp de mai mult de 15 zile de la expirarea unui mesaj publicitar sau a contractului de publicitate nu au fost afisate mesaje publicitare noi	10.000.000	15.000.000
4.	Nerespectarea obligatiei de a lipi la vedere pe sistemul publicitar autocolantul continând însemnele C.L.T. si numarul autorizatiei	10.000.000	15.000.000

Constatarea contraventiilor si sanctionarile în conformitate cu prezentul regulament vor fi operate de catre:

- primar si împuternicitii acestuia,
- politie,
- alte organe abilitate, potrivit legii.

6 Anexe

Anexa 1

Metodologia de autorizare

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 (Formularul F.1), completată cu elementele de identificare ale beneficiarului și imobilului, cu precizarea scopului solicitării actului;
 - plan de situație, la scară 1:500, și plan de încadrare în zonă, la scară 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 (Formularul P.1) la Centrul de Informare 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 (Formularul F.9), 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;
- documentul de plată a taxei pentru eliberarea autorizației de construire;
- documentele, avizele și acordurile solicitate prin certificatul de urbanism.

Anexa 2

Acord pentru activitati promotionale (model)

Anexa 3

Continutul documentatiei necesare obtinerii acordului pentru activitati promotionale

Pentru obtinerea acordului pentru activitati promotionale, beneficiarul (solicitantul) va depune la Centrul de Informare pentru Cetateni al P.M.T. urmatoarele:

- cerere tip (formularul P.2) completata de beneficiar;
- certificatul de înmatriculare si codul fiscal al firmei beneficiare (în copie);
- plan de situatie, la scara 1:500, eliberat de P.M.T.;
- schita sistemului publicitar, cu mesajul publicitar aferent (numai daca acordul vizeaza si unul sau mai multe sisteme publicitare folosite ca purtator de mesaj în cadrul unor activitati de promovare pe termen scurt);
- acordul proprietarilor suportului pe care va fi montat sistemul publicitar (numai daca acordul vizeaza si unul sau mai multe sisteme publicitare folosite ca purtator de mesaj în cadrul unor activitati de promovare pe termen scurt);
- acordul societatii de salubritate (daca este cazul);
- dovada ca s-a platit taxa de acord pentru activitati promotionale (chitanta în copie);
- copie dupa documentul de plata a taxei de reclama (fie a taxei pentru serviciul de reclama si publicitate, stabilita în cota procentuala din valoarea contractului de publicitate, fie a taxei pentru folosirea mijloacelor de publicitate prin afisaj, panouri sau alte asemenea mijloace, stabilita în suma fixa, functie de dimensiunea afisului, panoului etc.);
- copie dupa documentul de plata a taxei de ocupare a domeniului public (numai daca acordul vizeaza o activitate de promovare care se desfasoara pe domeniul public sau privat al C.L.T.)

Formularul P.1

Cerere pentru plan de situatie si plan de încadrare în zona

Formularul P.2

Cerere pentru acordul pentru activitati promotionale

CONSILIUL LOCAL AL MUNICIPIULUI TIMISOARA
DIRECTIA URBANISM
SERVICIUL PUBLIC URBANISM COMERCIAL
NR.....
Ciuhandu

APROBAT
PRIMAR

Dr.Ing.Gheorghe

REFERAT

Avand in vedere ca “ Legea nr.453/2001 pentru modificarea si completarea Legii nr.50/1991 , privind autorizarea executarii lucrarilor de constructii si unele masuri pentru realizarea locuintelor “, ofera cadrul legislativ prin care se gestioneaza publicitatea stradala pe teritoriul Romaniei , este necesar ca autoritatea publica locala sa isi alcatuiasca un regulament propriu de gestionare a acesteia incat sa se asigure un flux echilibrat al avizelor si autorizatiilor si sa se asigure venituri continue la bugetul local .

In conformitate cu Conceptul Strategic al zonei Timisoara , Primaria are ca obiective majore gestionarea si solutionarea eficienta a cererilor solicitantilor , crearea atractivitatii locale pentru investitiile straine si nu in ultimul rand crearea mecanismelor

eficiente care sa colecteze venituri la bugetul local in scopul punerii in practica a proiectelor sale .

“Regulamentul privind publicitatea stradala in Municipiul Timisoara “ , pe care propunem sa fie adoptat prin modificarea Hotararii Consiliului Local nr. 274/2001 , a fost alcatuit in urma unor dezbateri complexe la care a participat Directia Urbanism , Directia Economica si membrii Sectiunii nr.12 a Camerei de Comert Industrie si Agricultura , sectiune care cuprinde 30 de firme in domeniu

Totodata propunem abrogarea Hotararilor de Consiliu Local nr.66/1998 si HCL nr.88/1997 si orice prevederi din hotararile Consiliului Local Timisoara care contravin prezentului regulament .

Director General,
si
Dr.Arh. RADU RADOSLAV

Imprimerie,Tipografie

Director Economic,
DRAGOMIRESCU(Univoc)
Ec. ADRIAN BODO

Sef Serv.Autorizare si Control Constructii
Nord)
Ing.MAGDALENA NICOARA

Advertising)

Sef Serv.Public Urbanism Comercial
ZIMMERMAN(Cresta Print)
Ing.ADRIAN CARAMAN

Camera de Comert Industrie

Agricultura
Sectiunea

Editura si Publicitate

CORINA

RADU DIMECA (Grafoprint)

RADU NICOSIEVICI(Trading

SORIN KARAGENA (Frankar

HARALD