

(5)

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. 348864 din 25.10.2017 prin care Instituția Arhitectului Șef – Compartimentul Autorizări Publicitate propune abrogarea Regulamentului privind organizarea, autorizarea și desfășurarea activității de publicitate în municipiul Oradea, aprobat prin HCL nr. 673/2016 și aprobarea Regulamentului de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în municipiul Oradea,

Având în vedere prevederile:

- Legii nr. 154/2017 pentru modificarea și completarea Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate
- 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. 36 alin(2) lit. c, b, d, alin(4) lit. a, alin(6) lit. a, pct. 19 și art. 45 alin(1) din Legea nr. 215/2001 privind Administrația Publică Locală – republicată;

CONSILIUL LOCAL AL MUNICIPIULUI ORADEA

H o t ā r ă s t e:

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 HCL nr. 673/2016 care a aprobat Regulamentul privind organizarea, autorizarea și desfășurarea activității de publicitate în municipiul Oradea.

Art. 3 Regulamentul de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în municipiul Oradea va intra în vigoare la data de 01.01.2018.

Art. 4 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

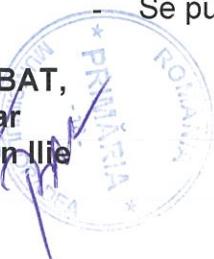
PROIECT

AVIZAT

Secretar

Vila Ionel

APROBAT,
Primar
Bolojan Ilie



[Signature]



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 afișaj, în vederea asigurării condițiilor pentru un cadru construit coerent, armonios, sigur și sănătos, pentru protecția valorilor mediului natural și antropic, pentru prezervarea 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 utilizati 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 confectionat 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 deteriorari ale fațadelor și/sau ale elementelor decorative ale acestora, de natura crăpăturilor, exfolierilor, desprinderilor, dezvelirilor de pe suportul constructiv.

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

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

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

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, tăblă indicatoare, toate de mici dimensiuni, fixate prin prinderi speciale pe clădiri, stâlpi și altele asemenea;

ii) corporul publicitar - sau o sauză de tăzună umplută cu lichide sau găuri;

i) publicitate pe vehicule - publicitate realizată prin lipirea de afise, montarea de panouri cladiriilor;

sau vopsirea vehiculelor în scopuri publicitare;

s) publicitate stradală (outdoor) - publicitate efectuată în spații deschise, în exteriorul culturale sau sportive, precum și pentru acțiuni de promovare de produse sau activități;

t) reclama publică - activitate prin care o persoană fizică sau juridică promovează un brand, marcat, serviciu, informație utilă, activitate, produs, idee, folosind mijloace de promovare cunoscuțe în scopul de a convinge, a face cunoșcut sau a atrage publicul larg;”

j) steag publicitar - piesă de stofă, panza sau material plastic atașată la un suport lance,

cătreag sau stâlp, purtând culoar, embleme, simboluri sau mesaje publicitare;

u) structura de publicitate autopotranta - cardu suport amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate, pe care sunt dispuse fețe realizate din materiale uscate de tip mesh, plasa fină, panza și altfel asemenea, pe care se află imprimate reclame și mesaje publicitare;

v) totem publicitar - structură construcțivă sub formă de coloană inscripționată cu texte și elemente grafice prin care o persoană fizică/juridică și identifică activitatea, amplasată în vî

j) mesh - suport pentru mesajul publicitar confejionat din material sintetic perforat, cum ar fi plasa fină, de obicei de mărimea dimensiunii fixat pe cădări;

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

l) panou publicitar mobil - panou publicitar de dimensiuni reduse, amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilită prin proprietate;

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

n) panou tip city light - panou de tip casetă luminoasă, de dimensiuni mici și luminoare de oțel cu rame din tabla ambalistica, cu sistem de întindere a posterelor și iluminare din interior cu tuburi de neon;

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 chioasătere. și aprecierea de către consumatorii a anumitor produse, servicii sau pentru a informa publicul asupra unor evenimente, a destinației unor spații, lanșări de produse, deschideri de magazine și altele asemenea, precum și orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesionaliste având ca scop promovarea vânzării de descoperire;

q) publicitate luminoasă - publicitate realizată prin corpuri luminoase, afișe sau panouri luminoase care emisă de lumină să asigure iluminarea afișului, panoului bunuri și servicii, de drepturi și obligații;

dreptul spațiului și numai pe perioada în care își desfășoara 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;

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.

(4) Nu se eliberează autorizație de construire pentru amplasarea de mijloace publicitare pe construcții neautorizate 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 cotat 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

ori pe proprietatea privată a persoanei fizice și juridice, în condițiile prezentei legii, autoritatea care se desfașoară pe domeniul public sau privat al statului ori al unității administrative teritoriale, în cadrul unor campanii publicitare și/sau activități de promovare ce nu depășesc 30 de zile, Art. 7 (1) Pentru amplasarea mijloacelor de publicitate care nu necesită fundații, utilizate condiții legile.

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

(2) În situația în care, în termen de 30 zile de la data expirării termenului de închidere a fundației, fară emiterea unei autorizații de desfășurare și fără sesizarea instanțelor pe care administrează, în diferentă de categoria de proprietate pe care acestea construcții provizoriile funcționale obligabile prevăzute la alin. (1), primarul dispușe, prin dispozitie, desfășurarea acestuia îndeplinit obiectivul de publicitate autorizată, proprietarul construcției-supt de publicitate nu a

imobilul la starea inițială, pe cheltuială proprie.

(1) În cazul în care, la exprimarea termenului de închidere a funcționaliilor mijlocului de publicitate aprobat nu a fost obligată prelunderă accesul termen, proprietarul suportului sănătăținea legii, să desfășureze construcția-supt pentru mijlocul de publicitate și să aducă proprietar și cel al imobilului, pe care este amplasata construcția-supt, sunt obligați, sub

Art. 6 (1) În cazul în care, la exprimarea termenului de închidere a funcționaliilor mijlocului de

sau privat al municipiului Oradea.

public în situația în care activitatea de promovare se desfașoară pe domeniul public reclamația (cu excepția operatorilor de publicitate) și taxa de ocupare a domeniului documentele de plată pentru emittere accesu temporară: taxa de

- acordul de funcționare (dacă este cazul)

- acordul proprietarului imobilului pe care va fi amplasat sistemul publicitar existențe pe același suport și în vecinătate

- rezultate culturale folosite, dimensiunile, materialele din care se va executa, precum și pozitioarea mijlocului publicitar, inclusiv în raport cu alte mijloace publicitare

- grafica reclamei, precum și desfășurarea stradală cu simulară fotografică, din care să scopului solicitării actualui

- cerea tip completării cu elementele de identificare ale beneficiarului, cu precizarea baza unei documentații compuse din:

etc) strict pe perioada campaniilor. Se elibereză solicitantului (persoana fizică sau juridică), în evenimente speciale cu caracter social, politic, cultural – districți, comerț, turistic, sportiv

targeturi, expoziții, lansări de produse, distribuții de mostre și tipărituri, manifestări cu ocazia unor promovare pe termen scurt, care se desfașoară pe domeniul public sau privat (festivaluri, publicitate, etc) folosite ca mesaj în cadrul unor campanii publicitare pentru activitatea de

(3) Acordul pentru publicitate temporară este acțu carpe permite amplasarea sistemelor publicitare (panouri publicitare mobile, afise, poster, mesh-uri, easy change-uri, standuri

reclamă și publicitate, cu excepția operatorilor de publicitate.

- doveză deținerii declarării de impunere pentru stabilirea taxei de afisaj în scop de documentul de plată pentru eliberarea autorizației de construire

- altă mijloacă publicitară existente pe același suport și în vecinătate - 3 ex.

care se va executa, precum și pozitioarea mijlocului publicitar, inclusiv în raport cu simulară fotografică, din care să rezulte culturile folosite, dimensiunile, materialele din

detalii de printare, foto/desfășurată stradală/intreagă fatădă a imobilului, simulară fotografică înainte și după amplasare sau desfășurată stradală intreaga fatădă cu

documentația tehnică întocmită conform legii (care trebuie să conțină: memoriu tehnic,

administrației publice locale emite acorduri pentru publicitate temporară, la cererea solicitanților, în condițiile legii și ale prezentului regulament.

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

Cap. III Stabilirea zonelor de publicitate

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

- a) zone de publicitate restrânsă - anexa
 - zona de publicitate restrânsă 1 – ZPR1
 - zona de publicitate restrânsă 2 – ZPR2
- b) zona de publicitate largită - 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 sediilor;
- 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 neclasificate 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 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 cimitirilor, lăcașurilor de cult, troitelor, 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;

(2) La amplasarea firmei pe acelui (parapetul/registru plin de peste patră) al unei clădiri, se va întocmi un proiect unitar care va studia amplasarea tuturor mijloacelor publicitare pe interagă lungimea clădirii, precum și materialele de finisaj propuse pentru tratarea elementului arhitectural - suport al mijloacelor publicitare. Înălțimea mijloacelor publicitare a înălțimă a clădirii, se va desfășura activitatea care va studia amplasarea tuturor mijloacelor publicitare clădiri, se va desfășura activitatea care va studia amplasarea tuturor mijloacelor publicitare pe interagă lungimea clădirii, precum și materialele de finisaj propuse pentru tratarea elementului arhitectural - suport al mijloacelor publicitare. Înălțimea mijloacelor publicitare a înălțimă a clădirii, se va desfășura activitatea care va studia amplasarea tuturor mijloacelor publicitare pe interagă lungimea clădirii, precum și materialele de finisaj propuse pentru tratarea elementului arhitectural - suport al mijloacelor publicitare.

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

Reglementari de ordin general:

FIRME
Art. 11

Reguli generale privind amplasarea firmei

Secțiunea I

Reguli specifice pentru categoria de mijloc de publicitate

(5) În toate zonele din municipiu Oradea se interzice accoperirea cu orice mijloc de mobilier, statuilor de orice fel, rotuarelor sau aleiilor prin diverse metode grafice.
Se interzice inscripțiونarea de texte publicitare direct pe imprejurii, găeșuri, zidurile strucтурale ale spațiilor comerciale, sau cu rame cu sistem click.
desfășoară activitatea pe sisteme de afișare de tip panou, care pot fi susținute de elementele suprafetei vitrate ale clădirilor. Acestea se pot realiza doar în interiorul spațiului în care se publicitate (material colant, grafică pictată sau orice altă mijlocă publicitară de afișaj) a desfășoară activitatea de afișare de tip panou, care pot fi susținute de elementele suprafetei vitrate ale clădirilor. Acestea se pot realiza doar în interiorul spațiului în care se

(4) Se interzice inscripțiونarea de text publicitară direct pe imprejurii, găeșuri, zidurile a căreia va fi întreruptă într-o oră 20,00 - 8,00;
întensitate, intensitatea luminală se va regăsi astfel încât aceasta să nu deranjeze, sau funcțiونarea a căreia va fi întreruptă într-o oră 20,00 - 8,00;
întensitate, intensitatea luminală se va regăsi astfel încât aceasta să nu deranjeze, sau funcțiونarea a căreia va fi întreruptă într-o oră 20,00 - 8,00;

(3) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate cu lumina pulsatorie/intermittentă și suprafața sticlei;

(2) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate în interiorul unui spătiu, la mai puțin de 30cm de la obturarea integrală sau parțială, vizibilitatea în interiorul unui spătiu, la mai puțin de 30cm de la

(1) la mai puțin de 50,00 m față de interesecțile semaforizate - măsurată de lângă semafor, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii;

(s) pe imprejurile imobilelor;

(s) pe arborei;

(r) pe benzile metalice de delimitare, precum și pe benzile laterale de protecție ale sensurilor de circulație a drumurilor;

(p) pe elementele care delimită zonă/pietonală, de carosabil;

(o) pe lucrările rutiere sau în soluri îndepărtante autopoartante în traversă drumeului.

n) pe stâlpuri proprii elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație, pe semnele de circulație;

m) pe parapeți și/sau pereti pasajelor rutiere subterane și suprafurane ori sub poduri;

l) în interiorul interesecțiilor și al sensurilor giratori, în spațiul destinat circulației autovehiculelor și semnalizării rutiere, în zone în care desfășurarea în condiții normale a traficului ar putea fi perturbată;

3) pentru activități ce nu ocupă spații adiacente fațadei, la parterul imobilelor, pot fi dispuse doar firme sub forma unor plăci gravate/inscripționate, cu suprafață 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, ancadramente, 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 împrejmuirii.

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 semnatură, 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 instantelor de judecată.

10) în situația în care agentii economici, persoane fizice sau juridice, doresc sau sunt obligați prin legislația specifică activității, să fie împiedicată vizualizarea prin suprafetele 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 tip "Totem" 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.

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

Reglementări specifice:

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

- 26) pentru vitrinele diferente unor spații în interiorul căroră vedere din spațiu public nu este dezirabilă, se va amplasa un ecran translucid la minimum 30 cm de la suprafața sticlei, iar funcție de specificul activității.
- 25) sticla vitrinei va fi de tip transparent, incolor. (cu excepția acelora prevăzute prin legă a opacă)
- 24) la clădirile cu mai multe vitrine, intervențiile asupra acestora vor urma să conservarea / refacea unității expresiei arhitecturale.
- 23) în golul fațadelii destinate vitrinei, se poate include și firma, în situație în care amplasarea acestela pe fațada este inadecvată, din cauză caracteristicilor arhitecturale.
- 22) ca elemente importante în definirea imaginii urbane, vitrinele vor beneficia de un design adaptat arhitecturii imobiliare.

VITRINE

- existență, având dimensiunea maximă avizată în cadrul sedințelor CMUAT, în raport cu caracteristica arhitecturală ale clădirii.
- rezentă un fotomontaj cu desfășurata stradală în care va fi inclusă propuneră în contextul de modernătură, elementele decorative ale fațadelii, iar în documentația de autorizare se va prezenta în folosință, simetric față de limita accesului spațiu, care să nu scoape elementele fațada spațiului în folosință (formă, culori, etc) și propoziție elementelor arhitecturale, axate pe din arhitectura imobilului (lumină, sub cornisă, printre altele ambastă independent (fără suport comun)), ultimul nivel, de regulă sub cornisă, printre instituții asociate în parte sau supradată a fațadelii, la admisibilă/recomandată înscripționarea în cadrul design să nu contrasteze cu elementele stilistice luminoase sau luminante arhitecturale, al căror dispozitiv să nu contrasteze cu elementele stilistice 21) suplimentar, în cazul instituțiilor care dispun de un interg mobil, este admisibilă/recomandată înscripționarea în cadrul design să nu contrasteze cu elementele stilistice de invățământ etc) le vor utiliza ca atare.
- 20) instituție care dispune de formate standardizate (în general cele ale administrației publice, de invățământ etc) le vor utiliza ca atare.
- 19) firmele instituțiilor vor fi inscripționate/gravate pe panouri/placi cu suprafața maximă de 6000 cm².

- pentru firmele diferențiate instituțiilor publice sau de interese publice
- 18) în cazul profesilor liberi, se recomandă ca grafica/designul să conținutul textului să fie standardizate prin grila asociativă profesională, cu respectarea prevederilor prezentului Regulament.
- 17) acestea se vor dispune în vecinătatea accesului - în clădire sau în spațiu ocupat de activități, firmele se vor grupa într-un pacchet și standardiză.
- 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 același locuri mai multe activități, firmele vor fi grupate într-o secție.
- pentru activitate serviciilor profesionale, serviciilor manuafcturiere:

- 15) standard de marcă (brand) nu pot constitui preteză pentru nerescarcări prezentului regulament.
- 14) firmele vor fi luminoase / luminate.
- 13) firmele vor fi alcătuite din text/littere și simboluri grafice (nonfigurative - logouri, sigle) arhitectura clădirilor include elemente constructive dedicate firmeelor, cu o anumită specificitate, independent, montate individual pe fațadele clădirilor. Print excepție, în situație în care

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 oricărora 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 semnatură, eventual în colaborare cu designer atestat.

(3) Sunt interzise firmele luminoase cu leduri.

(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 semnatură, eventual în colaborare cu designer atestat.

(3) Sunt interzise firmele luminoase cu leduri.

- cu materialele privind campanii de educațională, umanitară, socială, culturală de interese publice, 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 municipalului Oradea - în acest caz nu se datorizează accesora de cel puțin 3 luni de zile, fără întreupere, atunci va suporta costul acestora din bugetul propriu.

contracte de publicitate în derulare, va amenda obligatoriu suprafetele de expunere:

(6) Pe întreaga perioadă de valabilitate a autorizației constatător-supt Pentru mijloacele de publicitate, indiferent de regimul de proprietate al imobilului sau terenurilor pe care acestea sunt amplasate, proprietarul constatător-supt are obligația să își permită permanența de materiale publicitare. În situația în care proprietarul constatător-supt pătrundă mijloace de publicitate nu are

sesizarea instanțelor de judecata.

(5) Dacă până la data expirării termenului de autorizare sau la termenul de prelungire a autorizații, după caz, mijlocul de publicitate ambastă provizoriu nu este desfășurat, în termen de cel mult 30 de zile primarul va disputa desfășurarea construcției-suport pentru mijlocul de publicitate provizoriu, pe cale administrativă, îndiferent de categoria de proprietate pe care aceste construcții provizorii sunt amplasate, fără să emite autorizații de desfășurare și fără suport pentru mijlocul de publicitate și să aducă imobilul la starea inițială, pe cheltuiala proprie.

(4) În cazul exprimării temenului de autorizare provizorie a construcției publicare, iar acest termen nu a fost prelungit, proprietarul suportului publicitar și cel al mobilului, pe care este amplasata construcția-suptor, sunt obligați, sub sanctiunea legii, să desfințeze construcția-

(3) Durata de existență/termenul de autorizare a unui operator public este pe domeniul public este identică cu perioada de valabilitate a contractului de închiriere.

ampliasă și, pe o metodă maximă, egala cu perioada înjuria, în condiție respectabilă.

(2) Lucrările de amplasare a panourilor publicitare, sunt lucrări de construcții cu caracter imobiliar.

Art. 14 (1) Amplasarea panourilor publicilor start pe domeniul public, car si privat se va face numai dupa obiectivitatea autorizatiei de constructie, emisa conform prevederilor legale in vigoare, si in baza unui contract de inchiriere valabil incheiat cu proprietarul/administratorul imobiliar.

Luminose pe clădiri și la sol

Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicitații
Secțiunea a II-a

(4) Pe fațadele clădirilor cu arhitectură modernă, firmele se vor putea amplasa și în zona luminiatorului vitrinei, cu condiția că ele să fie amplasate pe clădirile învecinate.

(7) Când se va constata lipsa afișării materialelor publicitare pe o perioadă mai mare de 60 de zile consecutive, se va solicita proprietarului mijlocului de publicitate desființarea construcției-suport pentru mijlocul de publicitate. Dacă acesta nu este desființat, se va dispune desființarea construcției-suport pentru mijlocul de publicitate provizoriu, pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate pe care aceste construcții provizorii sunt amplasate, fără a se emite autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor de judecată.

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

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

(10) Mijloacele publicitare luminoase trebuie să respecte condițiile tehnice referitoare la luminositate 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 acelorași 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/calcanele cladirilor 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 rețelele 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 proprietati private vor avea asigurata energie electrica necesara iluminatului pe baza de contract cu un furnizor de energie electrica. Este interzisa racordarea la retea la iluminat public a Municipiului Oradea.

(1) la o distanta de cel putin 25,00 m pe sens intre panouri (succesiune/cascada pe sens de panouri), pentru panouri publicitare cu suprafata maxima de 2,20mp;

(2) la o distanta de cel putin 40,00 m pe sens intre panouri (succesiune/cascada pe sens de panouri), pe tota seccia de drum din intravilan;

(3) in zona de publicitate restansă 1 - ZPR1 - se pot amplasua numai panouri publicitare la sol, cu suprafata maxima de 2,20mp/fata;

(4) in zona de publicitate restansă 2 - ZPR2 - la sol si pe cladiri - pe un amplasament se poate amplasa un singur panou publicitar cu dimensiunile de plana la 4,00x3,00m;

(5) in zona de publicitate largita - ZPL - pe strazile de catgoria I, II si III se pot amplasam (5) in zona de publicitate cu suprafata maxima de 36mp. Atunci cand pe fata sau calcanul unei panouri publicitare cu suprafata maxima de 36mp. Atunci cand pe fata sau calcanul unei cladiri pot fi amplasate mai multe mijloace de publicitate, cu exceptia firmelor, se va studia in mod unitar posibilitatea de a amplasare a acestora, ca tip, dimensiune si incadrare si metrika, pe CMUAT, in baza unei documentatii tehnice intocmita de arhitect cu drept de semnatura, eventuale in colaborare cu designerul atestat.

(6) la minimum 2,50m inaltime de la sol, pentru panouri publicitare cu suprafata mai mare de 2,20mp/fata;

(7) cu distanta de minimum 50,00 m/pe sens intre doua panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extirvillian;

(8) in afara curbelor cu vizibilitate redusa;

(9) sunt exceptate de la prevederile altim. (1)-(8) mijloacele de publicitate amplasate in interiorul incintelor centrelor comerciale, supermarketelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale, astfel definite in conformitate cu legile;

Art. 19 (1) Amplasamentele aflate in proprietatea sau in administrarea Unitatii administrativ-teritoriale Oradea - domeniul public, destinate montarii mijloacelor de publicitate ammobiliare luminoase sau iluminante va include taxa de ocupare a domeniuui public de sisteme publicitare luminoase sau iluminante va fi reglementata prin catelul de sarcini elaborat in cedera organizarii (stabilita prin H.C.L.). Asigurarea energiei electrice necesare functionarrii sistemelor publicitare (3) Preful de portire a lichidatilor publici de mijloc de publicitate, stabilita in conformitate cu regulamentul local (4) Amplasarea panourilor publicitare, pe domeniuul public, sunt lucrari de construcii cu caracter provizoriu; durata de existenta a panourilor publicitare amplasate pe domeniuul public este identica cu perioada valabilitatii contractului de inchiriere/concesiune.

(4) Amplasarea panourilor publicitare, pe domeniuul public, sunt lucrari de construcii cu licitatiile publice.

(3) Preful de portire a lichidatilor publici de mijloc de publicitate, stabilita in conformitate cu regulamentul locului de publicitate.

(2) Licitatiiile pentru amplasamentele prevestite la alti. (1) se organizeaza pe zone de administrativ-territoriale Oradea - domeniu public, destinate montarii mijloacelor de publicitate ammobiliare luminoase sau iluminante va include taxa de ocupare a domeniuui public de sisteme publicitare luminoase sau iluminante va fi reglementata prin catelul de sarcini elaborat in cedera organizarii (stabilita prin H.C.L.). Asigurarea energiei electrice necesare functionarrii sistemelor publicitare (4) Amplasarea panourilor publicitare, pe domeniuul public, sunt lucrari de construcii cu caracter provizoriu; durata de existenta a panourilor publicitare amplasate pe domeniuul public este identica cu perioada valabilitatii contractului de inchiriere/concesiune.

Art. 20 Pe zonele verzi cu destinația de scuaruri sau parcuri predăte în întregime și amejăiere agenților economici, se pot amplasa panouri informative - model aprobat prin HCL 346/29.04.2009 - prin care sunt furnizate informații cu privire la agenții economici care întreprind zona respectivă, fără plata taxelor diferențe (ocupare domeniu public).

Art. 21 (1) În scopul asigurării siguranței către public și sistemele constructive ce respectă publicitatea 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 panou publicitar mobil;

(2) Este interzisă amplasarea panourilor mobile portante (trepiede, etc) pe str. Republicii – zona pietonală, Piața Unirii, Piața Regele Ferdinand I, str. Vasile Alecsandri. Nerespectarea interdicției atrage pe lângă aplicarea sanctiunilor contravenționale și alte măsuri, respectiv, ridicarea acestora de către Primăria municipiului Oradea. Recuperarea acestor mijloace se poate face, după achitarea amenzi contravenționale, în cel mult 30 de zile de la ridicare. În caz de neridicare în acest interval, aceste mijloace se vor casa.

(3) 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-afiş, 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.

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

Secțiunea a V a Reguli generale privind publicitatea pe stâlpi (bannere, indicatoare publicitare direcționale, steaguri publicitare)

Art. 24 Se interzice amplasarea bannerelor publicitare.

Art. 27 (1) Se pot amplasa mijloace publicitare de tip mesh-uri, easy change - material PVC - numai pe calcanele clădirilor, asa cum au fost definite în prezentul Regulament și numai a acelora fară elemente decorative/incrustații decorative/forme stilizate în vederea obținerei unui efect decorativ, și situate în zonele de publicitate largită - ZPL, pe o perioadă de maxim 3 luni.

(2) Pe clădirile situate în zonele de publicitate restrânsă - ZPR1 și ZPR2, inclusiv pe monumentele istorice - se poate amplasa plasa 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

Reguli generale privind amplasarea mesh-urilor

Sección VI a

(4) Indicătorul publicitar directional 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 statului.

Art. 26 (1) Steagurile publicitare și mijloacele publicitare tip „pancartă” montate pe catarg sau pe stâlpii de iluminat public, la înălțimea minimă de 4,00 m de la cota terenului amenajat, se amplasează numai în locuri în care nu împiedică vizibilitatea circulației rutiere, din afara zonei de publicitate restrânsă.

(2) Pe un catarg se pot amplasa max. două steaguri, de aceeași dimensiune și montate în același plan.

(3) Durata de menținere a accesoriilor publicitare va fi de maxim um 90 de zile calendaristice, cu posibilitatea prelungirii acestora cu încă 90 de zile.

(4) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1)-(3) steagurile publicitare amplasate în incintele centrelor comerciale, supermarketelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare, cu condiția să nu afecteze vizibilitatea circulației rutiere.

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

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. 28 Pe domeniul public sau privat al municipiului se interzice amplasarea de mijloace publicitare de tip prismă.

Art. 29 Prin derogare de la prevederile art. 35 se pot amplasa mijloace publicitare de tip prismă în scop de informare și promovare a municipiului, a turismului și/sau a unor evenimente publice organizate de, sau împreună cu autoritățile publice locale.

Art. 30 (1) Este permisa amplasarea de mijloace publicitare tip proiecte publicitare speciale amplasate la sol, altele decât prisme publicitare, avizate în cadrul sedințelor CMUAT în baza unei documentații tehnice întocmită de arhitect cu drept de semnătură, sau de designer atestat.

(2) 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, altele decât cele care sunt adaptate realizării de reclamă și publicitate.

Secțiunea a VIII a

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

Art. 31 (1) În vederea asigurării eficientei informări 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 afișelor 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 afișelor colante, inclusiv afișele electorale, se va face doar pe panourile speciale destinate acestora; toate afișele vor fi avizate de către serviciul de specialitate din cadrul Primăriei municipiului Oradea.

(4) Este interzisă amplasarea de afișe publicitare prin aplicarea lor directă pe orice suprafață neamenajată în scop publicitar sau care să acopere alte afișe 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 afișelor, distribuirea de mostre și tipărituri (pliante, flyere, etc) prin intermediul difuzorilor volanți sau din aparate de zbor, 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

Cap. VII Sanctiuni

- Art. 32 (1) Pe rază municipală Oradea se intențice utilizarea și/sau realizarea de reclame sonore prin orice mijloace.
- (2) Vehiculele speciale echipeate în scopuri de publicitate (care sunt adaptate realizării reclamației speciale și publicității temporare), prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau inscripțiilor speciale pe obiectivele sau pe teritoriul locuitării cu texture recamă și publicitate), vor putea fi autorizate să circule pe teritoriul locuitării cu condiții să mențină normele de siguranță și să nu cauzeze prea mare zgomot sau poluare acustică.
- Art. 33 Se pot amplasa reclame realizate din materiale autocoalnăte și/sau vopsite pe mijloacele de transport public local de călători: tramvai, autobuze, microbuze, cu condiția că amenajarea teritorială - Legă 50/1991 - reprobabilă să actualizează, privind autorizarea lucrărilor referitoare la nerespectarea legislației în vigoare privind autorizarea construcțiilor, urbanismul și de construcții și unele măsură pentru realizarea locuințelor, precum și cu cetele Legii nr. 154/2017 pentru modificarea și completarea Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijlocelor de publicitate.
- Art. 34 Sanctiunile prevăzute în prezentul Regulament vin în completarea celor amenzajabile teritoriale - Legă 50/1991 - reprobabilă să actualizează, privind autorizarea lucrărilor de amenajare contravine normelor prezentului Regulament.
- Art. 35 Nerespectarea prezentului regulaament atrage după sine răspunderea celor care contravine normelor prezentului Regulament.
- Art. 36 În condiție prezintată la nerespectarea prezintării contractuale contravenții și se sanctionează, celor care contravine normelor prezentului Regulament.

- a) amplasarea treptidelor fără respecțarea prevederilor art. 29 - cu amendă cuprinsă între 200 și 400 lei
- b) acoperirea cu orice mijloc de publicitate a suprafețelor virante ale clădirilor - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
- c) inscripționarea reclamelor pe copertinile, umbrele, marșizele, parosolarele sau altă suprafață - cu amendă cuprinsă între 1000 și 10000 lei
- d) nerespectarea datelor geometrice ale mijlocului de publicitate conform fotomontajului aprobat - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
- e) nerespectarea acordului emis de autoritatea publică locală - cu amendă cuprinsă între 500 și 2500 lei
- f) neîndeplinirea, la termenul stabilit, a măsurilor dispuse - cu amendă cuprinsă între 500 și 2500 lei
- g) nerespectarea obligației de a folosi materială rigide pentru semnalistica firmă - cu amendă cuprinsă între 500 și 2500 lei
- h) amplasarea afișelor publicitare peste alte afișe aflate în perioada de valabilitate - cu amendă cuprinsă între 100 și 500 lei

- i) amplasarea de mijloace de publicitate (proiecte speciale, bannere publicitare, mesh-uri publicitare, etc), amplasarea/expunerea de mașini în scop publicitar, fără a deține un acord de publicitate temporară - cu amendă cuprinsă între 500 și 2500 lei
- j) nerespectarea prevederilor art. 10 - cu amendă cuprinsă între 500 și 2500 lei
- k) amplasarea și utilizarea/realizarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică - cu amendă cuprinsă între 100 și 2500 lei
- l) amplasarea mijloacelor de publicitate care prin formă, conținut, dimensiuni și culori în combinații specifice pot fi confundate cu mijloace de semnalizare rutieră sau împiedică vizibilitatea acestora, precum și a indicatoarelor de orientare și informare - cu amendă cuprinsă între 500 și 2500 lei
- m) neîntreținerea, neasigurarea identificării prin inscripționarea cu informații privind numărul autorizației de construire, a sistemelor publicitare, - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
- n) nedecorarea suprafețelor de expunere în perioada lipsei contractelor de publicitate - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
- o) inscripționarea firmelor, reclamelor, textelor publicitare direct pe împrejmuri, geamuri, zidurile imobilelor, stâlpilor de orice fel, trotuarelor sau aleilor prin diverse metode grafice - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
- p) neaducerea fațadei la starea inițială - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
- q) nerealizarea obturării vederii din spațiul public în interiorul spațiilor aferente serviciilor funerare - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
- r) nesolicitarea reautorizării panourilor publicitare după expirarea duratei de existență/perioadei de autorizare - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei
- s) nerespectarea prevederilor art.31 alin (5) - cu amendă cuprinsă între 100 și 500 lei
- ș) nerespectarea prevederilor art.39 - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei

Art. 37 (1) În condițiile prezentului Regulament nu sunt aplicabile prevederile art. 28 al Ordonanței nr. 2/2001 – privind regimul juridic al contravențiilor – cu privire la posibilitatea achitării pe loc sau în termen de cel mult 48 de ore, de la data încheierii procesului verbal, ori după caz, de la data comunicării acestuia, jumătate din minimul amenzii.

(2) Amenziile contraventionale pot fi achitate și prin intermediul instrumentelor de plată electronică, aşa cum acestea sunt prezentate pe site-ul Primăriei Oradea – www.oradea.ro – plăți online.

Art. 38 Contravențiile se constată și se sancționează de către Poliția Locală Oradea și împuterniciti ai Primarului municipiului Oradea.

Art. 39 Mijloacele de publicitate autorizate până la data intrării în vigoare a prezentului regulament vor fi menținute pe amplasamentele autorizate până la data expirării valabilității autorizațiilor de construire în baza cărora s-au amplasat.



Legendă

Zonă publicitate restrânsă ultracentrală - ZPR1
Zonă publicitate restrânsă - ZPR2





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



Nr. Înregistrare: 348864

Data: 25.10.2017

RAPORT DE SPECIALITATE pentru aprobarea

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

Luând în considerare intrarea în vigoare a Legii nr.154 din 29 iunie 2017 pentru modificarea și completarea Legii nr.185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, având în vedere că Regulamentul privind organizarea, autorizarea și desfășurarea activității de publicitate în municipiul Oradea aprobat prin HCL 673/2016 trebuie modificat, completat și actualizat reglementărilor prevăzute în această lege,

Tinând cont de minuta încheiată cu ocazia dezbaterei publice din data de 29.09.2017, de clarificările făcute după dezbaterea publică,

În temeiul art. 36 alin(2) lit. C, b, d, alin(4) lit. A, alin(6) lit. A, pct 19 si art. 45 alin(1) din Legea nr. 215/2001 privind Administrația Publică Locală – republicată; Ordonanța nr. 2/2001 (actualizată) privind regimul juridic al contravențiilor; Legea nr.154 din 29 iunie 2017 pentru modificarea și completarea Legii nr.185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate; 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, cu implementare din 1 ianuarie 2018.

Art. 2 Abrogarea HCL 673/2016 prin care s-a aprobat Regulamentul privind organizarea, autorizarea și desfășurarea activității de publicitate în municipiul Oradea.

Arhitect Șef
Antonina Buruiana

Direcția Juridică
Eugeniu Borbei

Consilier
Puican Maria



MINUTA

Incheiata astazi 29.09.2017 ora 15

In sedinta publica din Sala mica a Primariei municipiului Oradea cu ocazia dezbatelii publice privind modificarea Regulamentului de organizare si desfasurare a activitatii de publicitate, reclama si afisaj in municipiul Oradea, aprobat prin HCL 673/2016, pentru a fi supusa aprobarii Consiliului Local Oradea.

Participanti:

- Reprezentantii Primariei municipiului Oradea, Politiei Locale Oradea;
- Reprezentanti firme de profil (activitati de publicitate)
 - SC Communications Media SRL
 - SC Promotion Media SRL
 - SC Artmedia Publicitate SRL
 - SC Active Media SRL
- Reprezentanti mass media
 - Bihari Naplo
 - Bihoreanul

Puncte discutate:

Dna. Adriana Lipoveanu - Primaria municipiului Oradea - a prezentat motivul pentru care urmeaza sa fie aduse modificari Regulamentului de organizare si desfasurare a activitatii de publicitate, reclama si afisaj in municipiul Oradea, aprobat prin HCL 673/2016:

- adaptarea reglementarilor acestuia cu reglementarile prevazute in Legea 154/2017 pentru modificarea si completarea Legii 185/2013 privind amplasarea si autorizarea mijloacelor de publicitate si cele din Planul Urbanistic General aprobat prin HCL 501/2016

Reprezentantii firmelor de profil, prin dna Diana Goga – reprezentanta SC Communications Media SRL a predat un material cu obiectiunile privind modificarile aduse Regulamentului local de publicitate, si i-a dat citire.

Dna Lupau Irina – SC Promotion Media SRL - sa se mentioneze exceptia pentru operatorii de publicitate, in ceea ce priveste actele care sunt necesare pentru emiterea autorizatiei de construire - fara dovada depunerii declaratiei de impunere pentru stabilirea taxei de afisaj in scop de reclama si publicitate. A ridicat si o serie de alte obiectiuni – aceste fiind deja mentionate de dna Diana Goga.

Clarificările la obiectiunile mentionate in materialul predat de SC Communications Media SRL sunt anexate acestei minute.

Arhitect Sef

Antonina Buruiana

Consilier

Maria Puican



CLARIFICĂRI

Referitor la: Punctul de vedere al SC Communicatios Media SRL – preluat în timpul dezbaterei publice din data de 29.09.2017

În ceea ce privește obiecțiunile ridicate de SC Communications Media SRL cu ocazia dezbaterei publice privind modificarea Regulamentului de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în municipiu Oradea, pentru a fi supusă aprobării Consiliului Local Oradea, vă aducem la cunoștința următoarele:

La punctul 1. – art.39 se va modifica și va avea următorul conținut “ Mijloacele de publicitate autorizate până la data intrării în vigoare a prezentului regulament vor fi menținute pe amplasamentele autorizate până la data expirării valabilității autorizațiilor de construire în baza cărora s-au amplasat ”

La punctul 2. A. – considerăm că orice suprafață deteriorată, suport de prindere pentru mijloacele publicitare, poate afecta stabilitatea și integritatea anvelopei clădirii, și ar putea afecta, pe lângă avarii ale domeniului public sau bunuri de pe domeniu public, și integritatea persoanelor;

B. art.10 litera ș - prin menținerea interdicției nu se incalca Legea 185/2013, deoarece nu interzicem tipurile de mijloace publicitare, ci restrângem elementele constructive/suport de prindere pe care ar putea fi amplasate, lucru luat în considerare de către municipalitate și permis de lege pentru asigurarea coerentei imaginii urbane;

C. art.10 litera t – se menține interdicția – conform Ordonanței 43/1997 republicată, art 11 – menționează clar clasificarea și încadrarea drumurilor: „Drumurile naționale, județene și comunale își păstrează categoria funcțională din care fac parte, fiind considerate continue în traversarea localităților, servind totodată și ca străzi. Modificarea traseelor acestora, în traversarea localităților, se poate face numai cu acordul administratorului drumului respectiv, în concordanță cu planul urbanistic aprobat.”

D. art.10 alin.2 - se menține interdicția – nu există niciun mijloc publicitar care să obtureze vizibilitatea interioară, fără ca acesta să fie amplasat pe un element vitrat – lucru interzis de lege art.15 alin.2;

E. art.10 alin.3 – se va completa cu alin.3.1 – „Prin derogare de la alin.3 se pot amplasa ecrane publicitare numai în zona de publicitate largită ZPL. Amplasarea acestora se va face în baza acelorași reguli ca pentru celelalte mijloace publicitare de pe zona ZPL.”

F. art. 27 alin.1 – se va completa cu alin.1.1 - „Prin derogare de la alin.1 se pot amplasa mijloace publicitare de tip mesh-uri, easy change – material plastic pe fațadele clădirilor cu funcții comerciale și de birouri situate în zonele de publicitate largită. Amplasarea

G. art.28 - se menține interdicția - prin menținerea interdicției nu se incalcă Legea 185/2013, deoarece art. 40 din lege dă posibilitatea ca prin regula mentul local de publicitate să se introducă reguli speciale de amplasare;

H. art.30 se va modifica și va avea următorul conținut: - „Este permisă amplasarea de mijloace publicitare tip proiecte publicitare speciale amplasate la sol, atât de de către mijloace publicitare, avizate în cadrul sedințelor CMUAT în baza unei documentații tehnice întocmită de arhitect cu drept de semnatură, sau de designeratestat.”

La punctul 3 – se menține art.29

La punctul 4 – art.39 se va modifica și va avea următorul conținut „ Mijloace de publicitate autorizate până la data întrării în vigore a prezervativului regula ment vor fi menținute pe amplasamentele autorizate până la data expirării valabilității autorizaților de construire în baza căroră-său amplasat”

La punctul 5 – zona de publicitate reztrânsă ZPR include Ansamblul urban „Centrul Istorice Oradea” clasat în Lista Monumentelor Istorice 2010 cu codul BH-II-a-A-01037; Zona de publicitate reztrânsă ZPR cuprinde: o zonă delimitată din interiorul Ansamblului urban, zonele de protecție ale celorlalte clădiri monument situate în afara conform PUG-ului în vigoare, aprobat prin HCL 501/2016, unde sunt menționate clări prevederii restrictive în ceea ce privește afișajul publicitar.

Catre: Institutia Arhitectului Sef al Municipiului Oradea

Oradea, Piata Unirii nr. 1
E-mail: arhitectsuf@oradea.ro

Referitor la: Punct de vedere al Communications Media SRL in ceea ce priveste Proiectul de Regulament privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate în Municipiul Oradea pus in dezbatere publica de catre Primaria Oradea

In atentia: Doamnei Arhitect sef Antonina Buruiana

Stimata doamna,

Subscrisa **S.C. COMMUNICATIONS MEDIA S.R.L.**, cu sediul in Oradea, str. Libertatii nr. 43 si cu sediul ales pentru comunicarea actelor de procedura in strada Gheorghe Doja nr. 5 Ap.3, avand CUI RO 9668985 si numar de inregistrare in Registrul Comertului J05/1160/1997, reprezentata legal de Cabinet individual de avocat «Alexandru Enachescu», prin av. Alexandru Enachescu, cu imputernicire avocatuala anexata la prezentul document,

Avand in vedere faptul ca Primaria Municipiului Oradea a pus in dezbatere publica Proiectul de Regulament de publicitate strada al Municipiului Oradea si a invitat persoanele interesate sa formuleze sugestii, recomandari si puncte de vedere,

Avand in vedere faptul ca subscrisa Communications Media SRL sunt o societate ce activeaza exclusiv in domeniul publicitatii stradale astfel incat Regulamentul publicitatii stradale afecteaza in mod direct activitatea subscrisei societati,

Formulam prezentul

PUNCT DE VEDERE

in ceea ce priveste Proiectul de Regulament privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate în Municipiul Oradea pus in dezbatere publica de Primaria Oradea, punct de vedere prin care va aducem la cunostinta pozitia subscrisei Communications Media SRL fata de respectivul Regulament.

- 1. In primul rand va solicitam sa aveti in vedere ca trebuie prevazut in mod expres in Regulamentul de publicitate stradala al Municipiului Oradea faptul ca**



dispozitiile acestuia produc efecte numai pentru viitor adica numai pentru mijloacele publicitare ce se vor autoriza in viitor.

Art. 52 din legea 154 abroga capitolul VII, art. 56 din legea 185 pentru ca era neconstitutional, adica prevedea pentru trecut.

Va solicitam sa aveti in vedere ca aceasta prevedere se impune a fi facuta pentru ca Regulamentul sa fie in consonanta cu art. 15 alin. 2 din Constitutia Romaniei care prevede expres ca legea dispune numai pentru viitor in acest fel nu ar fi afectat dramatic si total in just activitatea societatilor care activeaza in domeniul publicitatii si nici nu ar fi afectat dreptul la proprietate privata garantat de art. 45 din Constitutia Romaniei si de art. 1 din Protocolul Aditional nr. 1 la CEDO.

Per a contrario, daca Regulamentul ar dispune de la data adoptarii si in privinta ansamblurilor publicitare déjà amplasate, mijloace care au fost amplasate cu respectarea prevederilor legale in vigoare la momentul amplasarii lor, ar fi incalcate prevederile legale mai sus indicate iar Regulamentul ar fi nelegal si anulabil.

2. Va solicitam ca prin Regulamentul Local de Publicitate sa nu adaugati la lege sau sa modificati Legea 185/2013 a publicitatii stradale deoarece Consiliul Local are numai atributiile expres prevazute de art. 36 din Legea nr. 215/2001 a administratiei publice locale si nu se poate substitui Parlamentului Romaniei.

Astfel cum v-am invederat mai sus Consiliul Local prin Hotarare nu poate dispune decat in domeniile expres prevazute de art. 36 din Legea nr. 215/2001 a administratiei publice locale.

Pe de alta parte, Legea nr. 185/2013 a publicitatii stradale a indicat in mod expres in articolele 8, 9, 10 si urmatoarele faptul ca prin Regulamentele locale de publicitate autoritatatile locale pot delimita zonele de publicitate in corelare cu documentatiile de urbanism aprobatte si stabilesc mijloacele publicitare permise pe fiecare zona de publicitate in parte. Cu alte cuvinte Legea 185/2013 a stabilit in mod limitativ si expres care pot fi prevederile Regulamentelor locale de publicitate.

Cu toate acestea, prin Regulamentul de publicitate locala propus in Municipiul Oradea se modifica in multe privinte Legea nr. 185/2013 a publicitatii locale, fapt prin care Consiliul Local Oradea se substitue Parlamentului Romaniei care este « unica autoritate legiuitora a tarii » conform art. 61 din Constitutia Romaniei.

In acest sens va solicitam sa inlaturati urmatoarele prevederi din Regulamentul de publicitate locala al Municipiului Oradea deoarece prin aceste prevederi s-ar modifica sau adauga la Legea 185/2013 de catre CL Oradea, prin Regulament, in mod total nelegal :



- A. Prin art. 10 alin. 1 litera e) din Proiectul de Regulament se interzice amplasarea de mijloace publicitare pe cladirile deteriorate DESI art. 15 alin. 1 litera i) din Legea nr. 185/2013 dispune interzicerea amplasarii de mijloace publicitare numai pe cladirile aflate in STARE AVANSATA de deteriorare « in situația în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de rezistență și/sau stabilitatea și integritatea elementelor constructive și decorative ale envelopei clădirii ».
- B. Prin art. 10 litera ș) din Proiectul de Regulament se interzice amplasarea de mijloace publicitare pe împrejmuirile imobilelor desi o asemenea interdictie este prevazuta de art. 15 alin. 1 litera j) din Legea numarul 185/2013 numai in privinta imprejmuirilor a cimitirilor, lăcașurilor de cult, troițelor, scuarurilor, parcurilor și grădinilor publice.
- C. Prin art. 10 alin. 1 litera t) din Proiectul de Regulament se interzice amplasarea mijloacelor publicitare la mai puțin de 50,00 m față de intersecțiile semaforizate, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii cu toate ca prin art. 30 alin. 1 litera f) se prevede faptul ca „de-a lungul drumurilor de interes național, județean, precum și a arterelor de centură, conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, în cadrul zonei de protecție a acestora se pot amplasa panouri publicitare la minimum 50,00 m față de intersecțiile semaforizate. »
Cu alte cuvinte numai in privinta drumurilor nationale, judetene și de centura catalogate in mod legal in categoria respectiva se poate interzice amplasarea de panouri publicitare la mai putin de 50 metrii de intersecție si nu la toate drumurile cum in mod ilegal se indica in Proiectul de Regulament.
- D. Prin art. 10 alin. 2 din Regulament se interzice amplasarea, interior sau exterior, a oricărui mijloc publicitar care obturează integral sau parțial, vizibilitatea în interiorul unui spațiu în timp ce în Legea nr. 185/2013 nu exista o asemenea limitare.
- E. Prin art. 10 alin. 3 din Proiectul de Regulament de publicitate stradală se interzic și desavarsire ecranele publicitare DESI prin art. 23 alin. 1 indice 1 din Legea nr. 185/2013 publicitatea prin intermediul ecranelor luminoase este permisa. Din nou Consiliul Local al Municipiului Oradea se subroga Parlamentului in mod nelegal si modifica legea.
- F. Prin art. 27 din Proiectul de Regulament se interzice amplasarea de mesh-uri pe fatade si se permite amplasarea lor numai pe calcan DESI prin art. 38 alin. 2 din



Legea nr. 185/2013 este permisa amplasarea mesh-urilor inclusiv pe fatalele cladirilor cu acordul proprietarilor.

G. Prin art. 28 din Proiectul de Regulament se interzice amplasarea de prisme publicitare DESI prin Legea nr. 185/2013 nu sunt interzise amplasarea acestor mijloace de publicitate.

H. Prin art. 30 din Proiectul de Regulament se prevede faptul ca este permisa amplasarea de mijloace publicitare tip proiecte publicitare speciale amplasate la sol, altele decât prisme publicitare, avizate în cadrul sedințelor CMUAT în baza unei documentații tehnice întocmită de arhitect cu drept de semnătură, eventual în colaborare cu designer atestat DESI Legea nr. 185/2013 nu prevede în tot cuprinsul sau asemenea conditionari.

De asemenea, am studiat cu atenție Anexa la HCL 559/11.07.2017 (regulamentul de funcționare al CMUAT Oradea) și am constatat faptul că CMUAT NU are în atribuțiile sale emiterea unui asemenea aviz.

Se pune asadar întrebarea retorică cum se poate impune obținerea unui Aviz de la CMAUAT atât timp cat aceasta Comisie nu are în atribuțiile sale și nu poate elibera un asemenea aviz.

3. Prin art. 29 din Proiectul de Regulament de publicitate stradală se permite numai autoritatii publice să amplaseze prisme publicitare astfel încât se reglementează un fapt de concurență neloială contrara prevederilor Legii nr. 11/1991 privind combaterea concurenței neloiale. De asemenea, prin Proiectul de Regulament prin care a fost interzisa publicitatea în zonele ultracentrale ale orașului se permite autoritatii publice să « vanda » publicitate în respectivele zone sub pretextul unor evenimente ale administrației publice locale, aspect ce constituie publicitate mascată și faptă de concurență neloială.

Va solicita să constatați faptul că prin art. 29 din Proiectul de Regulament se prevede faptul că se pot amplasa mijloace publicitare de tip prismă în scop de informare și promovare a turismului și/sau a unor evenimente publice organizate de, sau împreună cu autoritățile publice locale.

De asemenea, prin Proiectul de Regulament prin care a fost interzisa publicitatea în zonele ultracentrale ale orașului se permite autoritatii publice (prin Asociația de Promovare a Turismului care aparține Primariei/CL Oradea) să « vanda » publicitate în respectivele zone sub pretextul unor evenimente ale administrației publice locale, aspect ce constituie publicitate mascată și faptă de concurență neloială.



Cu titlu de exemplu, va solicitam sa aveti in vedere ca peste an se organizeaza diverse evenimente de catre autoritatea publica locala ce au sponsorii diferite « branduri » precum banca Raiffeisen (brand dat cu titlu pur exemplificativ).

Sub pretextul ca aceste « branduri » sunt sponsorii sau parteneri ai unui eveniment al administratiei publice locale, brandurile beneficiaza de publicitate in zona ultracentrala (spre exemplu in zonele pietonale, Piata Unirii, spatiul piateta din fata Primariei si Palatului

Vulturul

Negru,

Biserica cu Luna, etc) cu cate o luna inainte de evenimentul respectiv.

Evident ca agentiile de publicitate nu pot oferi publicitate in zonele respective deoarece in aceste zone publicitatea este strict interzisa cu exceptia Primariei care poate oferi publicitate sub aceasta forma pe ce preturi doreste si unde doreste.

In aceste conditii se trage lesne concluzia ca prin oferirea de publicitate de catre Primaria Municipiului Oradea se constata ca municipalitatea a devenit operator in domeniul publicitatii stradale desi trebuia sa fie un « arbitru » conform Legii nr. 185/2013 si nu are aceste atributii conform Legii nr. 215/2001 a administratiei publice locale.

Cum in acest fel arbitrul si operatorul se confunda in persoana Primariei Municipiului Oradea, se constata ca Primaria isi face pentru sine reguli mult mai favorabile in detrimentul celoralte companii de publicitate stradala.

In exemplul dat mai sus este evident ca orice brand va alege sa cumpere publicitate de la Primaria Municipiului Oradea care ii poate oferi publicitate in zonele ultracentrale si cu vizibilitate maxima decat sa cumpere de la o companie de publicitate clasica cum este subscrisa sau orice alt agent economic care are acest obiect de activitate. In acest exemplu brandul Raiffeisen a migrat de la agentiile de publicitate clasice cum este subscrisa catre Primarie care ii poate vinde, sub pretextul sponsorizarii evenimentelor autoritatii publice locale, publicitate in zonele ultracentrale.

In aceste conditii va solicitam sa aveti in vedere ca prevederile art. 2 ale Legii nr. 11/1991 privind concurenta neloiala sunt incalcate intrucat Primaria Municipiului Oradea si-a creat o pozitie privilegiata fata de ceilalți operatori in domeniul publicitatii stradale deoarece ofera publicitate in zonele ultracentrale sub pretextul sponsorizarii a diverse evenimente, zone care sunt interzise complet pentru publicitate pentru toti ceilalți prestatori de servicii in domeniul publicitatii.

Pentru aceste motive de fapt si avand in vedere prevederile art. 2 din Legea nr. 11/1991 privind concurenta neloiala, va solicitam sa aveti in vedere ca art. 29 din Proiectul de Regulament este nelegal si va solicitam sa il eliminati in totalitate.

○

x

○

De asemenea, pentru aceleasi motive, va solicitam sa eliminati si prevederile care permit oferirea de publicitate sub orice forma in zona centrala chiar si sub pretextul participarii la proiectele administratiei publice locale a diversi « sponsori ».

4. **Va solicitem inlaturarea prevederilor discriminatorii si anticoncurrentiale ale art. 39 din Proiectul de Regulament si indicarea unei aplicari unitare a acestuia referitor atat la mijloacele publicitare amplasate pe domeniul public cat si amplasate pe domeniul privat.**

Prin art. 39 din Proiect se prevad urmatoarele:

„Art. 39 (1) Mijloacele de publicitate amplasate pe domeniul public si privat al municipiului, autorizate pînă la data intrării în vigoare a prezentului Regulament vor fi menținute pe amplasamentele autorizate pînă la data expirării valabilității autorizației de construire/contractului de închiriere teren domeniul public.

(2) Mijloacele de publicitate amplasate pe proprietatea persoanelor fizice sau juridice, autorizate pînă la data intrării în vigoare a prezentului Regulament, și care nu respectă prevederile prezentului regulament, pot fi menținute pe amplasamentele autorizate pînă la data expirării contractelor de publicitate în curs, dar nu mai tîrziu de 31 martie 2018.”

Precizam faptul ca prin aceasta prevedere se instituie în mod nelegal un regim avantajos pentru mijloacele publicitare aflate pe domeniul public in detrimentul celor amplasate pe domeniul privat.

Prin aceasta prevedere sunt incalcate prevederile art. 2 si urmatoarele din Legea nr. 21/1991 privind concurenta neloiala deoarece Primaria isi creaza in avantajul sau o pozitie privilegiata fata de mijloacele amplasate pe domeniul privat care vor trebui demontate mai repede decat cele aflate pe domeniul privat. In aceste conditii subscrisa societate suntem nevoita sa demontam cea mai mare parte a retelei de mijloace publicitare care se afla pe domeniul privat.

Intelegem faptul ca trebuie respectate de catre Primarie contractele semnate cu partenerii insa acelasi regim trebuie sa fie prevazut si pentru mijloacele publicitare aflate pe domeniul privat.



5. Prin Proiectul de Regulament s-a extins Zona de Publicitate Restransa 1 (ZPR 1) in mod total nejustificat.

In urma studierii Anexei la Proiectul de Regulament am constatat ca ZPR 1 a fost extinsa in mod total nejustificat fara nicio argumentare.

Astfel, art. 8 si urmatoarele din Legea nr. 185/2013 a publicitatii stradale prevede faptul ca autoritatile publice locale pot stabili zonele de publicitate in corelare cu documentatiile urbanistice aprobate.

In cazul de fata am constatat ca ZPR 1 a fost extinsa in zone in care nu se impune protejarea niciunei cladiri, zone cum sunt zone de blocuri de 40 de ani construite care nu au nicio valoare arhitecturala ci numai o functionalitate de locuinte (spre exemplu zona Pod Sovata).

Prin urmare va solicitam in mod imperios sa revizuiti delimitarea ZPR 1 si sa o limitati numai la zonele in care se impune cu adevarat protectia arhitecturala a zonei respective adica in zone/strazi cu cladiri istorice, cladiri cu o arhitectura valoroasa, deosebita si nu cu privire la zone si strazi pentru care nu se impune limitarea publicitatii stradale deoarece nu se lezeaza sau ascunde o arhitectura deosebita sau armonioasa.

In concluzie, va solicitam sa analizati cu atentie si sa modificati conform solicitarilor subscrisei societati Regulamentul de publicitate stradala al Municipiului Oradea astfel incat acesta sa nu contine prevederi nelegale si sa permita atat realizarea interesului public cat si privat in egala masura si in beneficiul tuturor cetatenilor Municipiului Oradea.

Anexam imputernicire avocatuala.

Va multumim.

Bucuresti, 22.09.2015

Cu deosebita consideratie,

S.C. COMMUNICATIONS MEDIA S.R.L.

Reprezentat de Cabinet Individual de Avocatura Alexandru Enachescu

Prin av. Alexandru Enachescu

