PARLAMENTUL ROMÂNIEI CAMERA DEPUTAŢILOR SENATUL

LEGE Nr. 185/2013

privind amplasarea şi autorizarea mijloacelor de publicitate

M.Of. nr. 405 din 5.7.2013

Parlamentul României adoptă prezenta lege.



CAPITOLUL I

Dispoziţii generale

Art. 1

Prezenta lege stabileşte cadrul legal care stă la baza exercitării activităţii de amplasare a mijloacelor de publicitate în localităţi, inclusiv pe drumurile publice din România, în vederea asigurării condiţiilor pentru un cadru construit coerent, armonios, sigur şi sănătos, pentru protecţia valorilor mediului natural şi antropic, pentru prezervarea calităţii peisajului şi a cerinţelor privind asigurarea calităţii în construcţii.

Art. 2

Prevederile prezentei legi se aplică autorităţilor administraţiei publice centrale şi locale, precum şi tuturor persoanelor fizice şi juridice implicate în activitatea de publicitate .

Art. 3

În înţelesul prezentei legi, termenii şi expresiile de mai jos au următoarele semnificaţii:

a)afiş – mijloc de transmitere a mesajelor publicitare, culturale, comerciale, politice, de instructaj şi altele asemenea, imprimat pe suport hârtie sau pe folie sintetică şi expus public;

b)aviz – act tehnic cu caracter obligatoriu, emis de structura de specialitate a administraţiei publice locale, în urma unei proceduri de analiză a proiectului tehnic şi a oportunităţii din punct de vedere urbanistic, pentru amplasarea mijloacelor de publicitate temporară, având structuri fără fundaţie;

c)banner – suport pentru mesajul publicitar confecţionat din folie sintetică sau din material textil, în mod obişnuit cu formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice;

d)calcan – faţadă fără goluri a unei construcţii, situată pe limita de proprietate laterală sau posterioară, destinată de regulă să fie acoperită de zidul asemănător al unei clădiri vecine;

e)ecran publicitar – ecran cu LED-uri, LCD sau altele asemănătoare, pe care se rulează grafică, spoturi şi altele asemenea, cu conţinut dinamic şi de dimensiuni variabile;

f)firmă – orice inscripţie, formă sau imagine ataşată unei clădiri, cu referire la un operator economic sau la o activitate care se desfăşoară în interiorul clădirii;

g)incintă – suprafaţa de teren înconjurată din toate părţile de construcţii, de amenajări sau împrejmuiri;

h)indicator publicitar direcţional (panou direcţional) – înscris, formă ori imagine care indică o direcţie, proximitatea unui obiectiv sau a unei clădiri unde se desfăşoară o anumită activitate. În aceeaşi categorie se includ bannerul vertical, caseta luminoasă, tăbliţa indicatoare, toate de mici dimensiuni, fixate prin prinderi speciale pe clădiri, stâlpi şi altele asemenea;

i)mesh – suport pentru mesajul publicitar confecţionat din material sintetic perforat, cum ar fi plasa fină, de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri;

j)mijloace de publicitate – ansamblu de elemente constructive folosite în scopul prezentării unei activităţi comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste ori a unui eveniment;

k)panou publicitar mobil – panou publicitar de dimensiuni reduse, amplasat la sol, fără fundaţie sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate;

l)panou publicitar – structură provizorie folosită pentru afişarea unui mesaj publicitar;

m)proiect publicitar special – construcţie provizorie atipică, creată special în scopul promovării unui produs, a unui serviciu sau eveniment şi care nu are în alcătuirea sa elemente de fundaţie şi/sau structuri publicitare clasice;

n)promovare – ansamblu de activităţi şi mijloace folosite pentru a difuza un produs sau serviciu pe piaţă;

o) publicitate – totalitatea modalităţilor şi instrumentelor specifice utilizate pentru a facilita cunoaşterea şi aprecierea de către consumatori a anumitor produse, servicii sau pentru a informa publicul asupra unor evenimente, a destinaţiei unor spaţii, lansări de produse, deschideri de magazine şi altele asemenea, precum şi orice formă de prezentare a unei activităţi comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste având ca scop promovarea vânzării de bunuri şi servicii, de drepturi şi obligaţii;

p) publicitate *luminoasă* – publicitate realizată prin corpuri luminoase, afişe sau panouri luminate printr-o sursă de lumină amplasată astfel încât să asigure iluminarea afişului, panoului ori corpului publicitar;

q) publicitate *pe vehicule* – publicitate realizată prin lipirea de afişe, montarea de panouri sau vopsirea vehiculelor în scopuri publicitare;

r) publicitate *stradală (outdoor)* – publicitate efectuată în spaţii deschise, în exteriorul clădirilor;

s) publicitate *temporară* – publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestaţii culturale sau sportive, precum şi pentru acţiuni de promovare de produse sau activităţi;

ş)reclamă publicitară – activitatea şi inscripţia cu rol de a atenţiona sau de a convinge publicul de calitatea unui serviciu, a unui produs sau a unei idei;

t)steag publicitar – piesă de stofă, pânză sau material plastic ataşată la un suport lance, catarg sau stâlp, purtând culori, embleme, simboluri sau mesaje publicitare;

ţ)structură de publicitate *autoportantă* – cadru suport amplasat la sol, fără fundaţie sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate, pe care sunt dispuse feţe realizate din materiale uşoare de tip mesh, plasă fină, pânză şi altele asemenea, pe care se află imprimate reclame şi mesaje publicitare.

CAPITOLUL II

Aprobarea executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate

Art. 4

(1) Aprobarea executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate se realizează prin autorizaţia de construire, emisă în condiţiile Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcţii, republicată, cu modificările şi completările ulterioare.

(2) La emiterea autorizaţiei de construire, emitentul va include în mod obligatoriu precizări privind obligaţiile care decurg din caracterul provizoriu şi durata de existenţă limitată a mijlocului de publicitate autorizat, inclusiv precizări privind termenul de încetare a funcţionării acestuia.

(3) Amplasarea de mijloace de publicitate pe schelele montate pe faţadele construcţiilor aflate în curs de execuţie a lucrărilor de intervenţii, ori pe elementele de împrejmuire a şantierului aferent se face cu condiţia autorizării amplasării acestora împreună cu lucrările privind organizarea executării lucrărilor de construcţii, sau ulterior, pentru o perioadă mai mică sau cel mult egală cu durata autorizată a organizării de şantier.

(4) Proprietarii imobilelor pe care sunt amplasate mijloace de publicitate sunt obligaţi să permită executarea lucrărilor pentru amplasarea acestora numai în baza autorizaţiei de construire, emisă în condiţiile alin. (1).

Art. 5

(1) În cazul în care, la expirarea termenului de încetare a funcţionării mijlocului de publicitate

autorizat, prevăzut la art. 4 alin. (2), nu a fost obţinută prelungirea acestui termen, proprietarul construcţiei-suport de
publicitate
are obligaţia desfiinţării mijlocului de
publicitate
şi aducerii imobilului la starea iniţială.

(2) În situaţia în care, în termen de 15 zile de la data expirării termenului de încetare a funcţionării mijlocului de publicitate autorizat, prevăzut la art. 4 alin. (2), proprietarul construcţiei-suport de publicitate nu a îndeplinit obligaţiile prevăzute la alin. (1), primarul/primarul general al municipiului Bucureşti dispune desfiinţarea acestuia pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate pe care acestea sunt amplasate, fără emiterea unei autorizaţii de desfiinţare şi fără sesizarea instanţelor judecătoreşti.

(3) Cheltuielile rezultate ca urmare a acţiunilor prevăzute la alin. (2) sunt în sarcina proprietarului construcţiei şi vor fi recuperate ulterior de la acesta, în condiţiile legii.

(4) Procedura prevăzută la alin. (2) poate fi declanşată din oficiu de către primar/primarul general al municipiului Bucureşti, de către Inspectoratul de Stat în Construcţii sau la solicitarea deţinătorului legal al imobilului.

(5) Proprietarii mijloacelor de publicitate au obligaţia de a lua măsurile necesare pentru întreţinerea şi repararea acestora, ori de câte ori este necesar.

Art. 6

Pentru amplasarea mijloacelor de publicitate care nu necesită fundaţii utilizate în cadrul unor campanii publicitare şi/sau activităţi de promovare ce nu depăşesc 30 de zile, care se desfăşoară pe domeniul public sau privat al statului ori al unităţii administrativ-teritoriale, ori pe

proprietatea privată a persoanelor fizice şi juridice, în condiţiile prezentei legi, autoritatea administraţiei publice locale poate emite avize pentru
publicitate
temporară, la cererea solicitanţilor.

Art. 7

Perioada de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară prevăzută la art. 6 este de maximum 30 de zile şi poate fi prelungită o singură dată, la cererea solicitantului, pentru o perioadă cel mult egală cu cea aprobată iniţial.

CAPITOLUL III

Reguli generale privind stabilirea zonelor de publicitate

Art. 8

(1) Autorităţile administraţiei publice locale din municipii şi oraşe, precum şi comunele cu monumente înscrise în Lista patrimoniului mondial – UNESCO, vor aproba prin hotărâre a Consiliului Local, respectiv a Consiliului General al Municipiului Bucureşti, regulamentul local de publicitate , cuprinzând inclusiv delimitarea în cadrul teritoriului administrat, a zonelor de publicitate

lărgită şi respectiv a zonelor de
publicitate
restrânsă, în corelare cu documentaţiile de urbanism aprobate.

(2) În cadrul regulamentului local de publicitate , pentru fiecare categorie de zonă se vor stabili amplasamentele şi categoriile de mijloace de p
ublicitate
admise.

(3) Autorităţile administraţiei publice locale din comune pot adopta regulamente locale privind amplasarea mijloacelor de publicitate proprii sau pot controla această activitate în baza prevederilor prezentei legi.

Art. 9

(1)Zonele de publicitate *restrânsă* sunt zone din localitate în care se impun restricţii speciale sau/şi sunt permise numai anumite categorii de mijloace de
publicitate
.

(2) Categoriile de mijloace de publicitate permise conform alin. (1) sunt stabilite prin regulamentul local de publicitate , astfel încât prin dimensiuni, formă sau amplasare să nu altereze caracteristicile arhitecturale şi ambientale ale zonei.

(3) Zonele de publicitate restrânsă sunt, dar fără a se limita la acestea: zonele construite protejate stabilite prin documentaţiile de urbanism aprobate în condiţiile legii, centrele istorice ale localităţilor, precum şi zonele de protecţie ale monumentelor istorice, monumentelor de for public şi/sau monumentelor naturii, zonele de protecţie ale obiectivelor cu valoare arhitecturală şi/sau ambientală deosebită.

(4) În cadrul zonelor de publicitate restrânsă pot fi delimitate zone în care este interzisă amplasarea de mijloace de publicitate , cu excepţia firmelor.

Art. 10

(1)Zonele de publicitate *lărgită* sunt zone în care pot fi amplasate toate categoriile de mijloace de publicitate .

(2) Pentru zonele de publicitate lărgită, autorităţile administraţiei publice locale au obligaţia, prin regulamentele locale de publicitate şi prin autorizaţiile de construire emise, să asigure coerenţa imaginii urbane.

Art. 11

(1) În vederea punerii în aplicare a prevederilor prezentei legi, primarul/primarul general al municipiului Bucureşti, în aria sa de competenţă, prin direcţia specializată privind amenajarea teritoriului şi urbanismul, din aparatul de specialitate, are următoarele obligaţii:

a) iniţiază, în baza documentaţiilor de urbanism aprobate, delimitarea în cadrul teritoriului administrat, a zonelor de publicitate lărgită şi respectiv a zonelor de publicitate restrânsă, precum şi elaborarea regulamentului local de publicitate ;

b) identifică şi propune amplasamentele şi categoriile de mijloace de publicitate admise pentru fiecare dintre zone.

(2) În vederea realizării activităţilor prevăzute la alin. (1), se va constitui un grup de lucru ce va fi coordonat de primar/primarul general al municipiului Bucureşti.

(3) Grupul de lucru va fi constituit după cum urmează:

a) 3 reprezentanţi din instituţia arhitectului şef/departamentul specializat privind amenajarea teritoriului şi urbanismul, din aparatul de specialitate, direcţia tehnică, direcţia de patrimoniu sau de administrare a domeniului public;

b) 4 specialişti atestaţi din domeniul arhitecturii, urbanismului şi amenajării teritoriului, peisajului recomandaţi de Ordinul Arhitecţilor din România şi de Registrul Urbaniştilor din România;

c) un reprezentant al direcţiei judeţene pentru cultură, respectiv a municipiului Bucureşti;

d) un reprezentant al agenţiei judeţene pentru protecţia mediului, respectiv a municipiului Bucureşti;

e) un reprezentant al poliţiei rutiere.

(4) Propunerile privind regulamentele locale de publicitate , a zonelor de publicitate lărgită şi, respectiv, a zonelor de
publicitate
restrânsă, precum şi a amplasamentelor şi categoriile de mijloace de
publicitate
admise pentru fiecare dintre zone, elaborate de grupul de lucru vor fi supuse consultării

operatorilor economici din domeniul publicităţii.

(5) Regulamentele locale de publicitate elaborate în conformitate cu prevederile alin. (1)–(4), inclusiv delimitarea zonelor de publicitate lărgită şi, respectiv, a zonelor de publicitate restrânsă, amplasamentele şi categoriile de mijloace de publicitate admise pentru fiecare dintre zone vor fi avizate de către comisiile tehnice de amenajarea teritoriului şi de urbanism constituite în conformitate cu prevederile Legii nr. 350/2001 privind amenajarea teritoriului şi urbanismul, cu modificările şi completările ulterioare, aflate, după caz, în coordonarea preşedinţilor consiliilor judeţene sau a primarilor, respectiv a primarului general al municipiului Bucureşti.

(6) După obţinerea avizului menţionat la alin. (5), regulamentul local de publicitate , inclusiv stabilirea zonelor de publicitate restrânsă şi, respectiv, a zonelor de publicitate lărgită, amplasamentele şi categoriile de mijloace de publicitate admise pentru fiecare dintre zone se supune spre aprobare Consiliului Local/Consiliului General al Municipiului Bucureşti.

Art. 12

(1) Amplasamentele aflate în proprietatea sau în administrarea unităţilor administrativ-teritoriale destinate montării mijloacelor de publicitate vor fi închiriate/concesionate prin licitaţie publică organizată în condiţiile legii.

(2) Licitaţiile pentru amplasamentele prevăzute la alin. (1) se organizează pe zone de publicitate sau/şi

tipuri de mijloace de
publicitate
, stabilite în conformitate cu regulamentul local de
publicitate
.

(3) Autorităţile administraţiei publice locale au obligaţia de a asigura accesul nediscrimihatoriu al tuturor operatorilor de publicitate la utilizarea amplasamentelor stabilite prin regulamentul local de publicitate .

CAPITOLUL IV

Reguli generale privind amplasarea mijloacelor de publicitate

Art. 13

(1) Publicitatea este permisă atât pe domeniul public sau privat al statului şi al unităţii administrativ-teritoriale, cât şi pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, cu respectarea prevederilor legale în vigoare.

(2) În cazul construcţiilor-suport pentru mijloace de publicitate , indiferent de regimul de proprietate al imobilelor pe care sunt amplasate, este obligatorie afişarea de materiale publicitare pe întreaga perioadă de menţinere în amplasament a acestora.

(3) În situaţia în care proprietarul construcţiei-suport pentru mijloace de publicitate nu are contracte de
publicitate
în derulare, va afişa materiale privind propria activitate sau materiale privind campanii educaţionale, umanitare, sociale, culturale de interes public.

Art. 14

Mijloacele de publicitate care se amplasează în zona drumurilor publice se autorizează şi se execută cu respectarea prevederilor actelor normative în vigoare privind regimul drumurilor şi circulaţia pe drumurile publice, ale normelor tehnice privind proiectarea şi amplasarea construcţiilor, instalaţiilor şi panourilor publicitare în zona drumurilor, pe poduri, pasaje, viaducte şi tuneluri rutiere, precum şi ale legislaţiei ce reglementează domeniul public şi regimul proprietăţii.

Art. 15

(1) Amplasarea mijloacelor de publicitate este interzisă în următoarele situaţii:

a) în ariile naturale protejate de interes naţional şi internaţional, cu excepţia intravilanelor incluse în acestea;

b) în spaţii verzi cu caracter ornamental sau cu valoare deosebită;

c) în locurile de joacă sau locurile de odihnă situate în zona blocurilor de locuinţe colective;

d) pe clădirile reprezentând sedii ale autorităţilor administraţiei publice locale şi centrale, precum şi ale instituţiilor publice, cu excepţia afişajelor care anunţă activitatea ce se desfăşoară în interiorul sediilor;

e) pe arbori;

f) pe zona carosabilă a străzilor şi a drumurilor, indiferent de categoria acestora;

g) pe obiectele de artă monumentală şi monumentele de for public;

h) pe monumentele istorice, cu excepţia firmelor care anunţă activitatea ce se desfăşoară în interiorul clădirii şi a mesh-urilor amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare în condiţiile prezentei legi;

i) pe clădirile aflate în stare avansată de deteriorare, în situaţia în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de rezistenţă şi/sau stabilitatea şi integritatea elementelor constructive şi decorative ale anvelopei clădirii;

j) în incinta şi pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcaşurilor de cult, a scuarurilor, parcurilor şi grădinilor publice;

k) în zonele în care a fost restricţionată sau interzisă publicitatea prin Regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate ;

l) în interiorul intersecţiilor şi al sensurilor giratorii, în spaţiul destinat circulaţiei autovehiculelor şi semnalizării rutiere, în zone în care desfăşurarea în condiţii normale a traficului ar putea fi

perturbată;

m) pe parapetele şi/sau pereţii pasajelor rutiere subterane şi supraterane ori sub poduri;

n) pe stâlpii de susţinere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulaţie;

o) în zona de protecţie a autostrăzilor;

p) pe lucrările de artă care traversează drumul, pe portale cu semnalizare rutieră sau în soluţii independente autoportante în traversarea drumului.

(2) Se interzice acoperirea cu orice mijloc de publicitate a suprafeţelor vitrate ale clădirilor.

(3) Se interzice amplasarea şi utilizarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniştea publică, cu excepţia vehiculelor publicitare utilizate în condiţiile prezentei legi.

(4) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate care prin formă, conţinut, dimensiuni şi culori în combinaţii specifice pot fi confundate cu mijloacele de semnalizare rutieră sau împiedică vizibilitatea acestora, precum şi a indicatoarelor de orientare şi informare.

(5) În situaţia în care pe faţada sau pe calcanul unei clădiri sunt amplasate mai multe mijloace de publicitate în afară de firme, acestea vor fi realizate în mod unitar, fiind obligatoriu de acelaşi tip şi de aceleaşi dimensiuni, fiind încadrate simetric pe faţada sau pe calcanul respectiv.

Art. 16

Amplasarea mijloacelor de publicitate la o distanţă mai mică de 3,00 m faţă de limita de proprietate a imobilelor proprietate privată a persoanelor fizice şi/sau juridice se va realiza doar cu acordul proprietarilor acestor imobile şi astfel încât să nu afecteze accesul şi utilizarea acestora.

Art. 17

(1) În scopul asigurării siguranţei cetăţenilor şi integrităţii bunurilor, operatorii de publicitate vor realiza mijloacele publicitare cu materiale şi sisteme constructive ce respectă prevederile legale privind calitatea în construcţii.

(2) Operatorii de publicitate au obligaţia să asigure identificarea panourilor publicitare prin inscripţionarea acestora cu informaţii privind denumirea operatorului, codul de identificare fiscală a acestuia şi numărul autorizaţiei de construire.

CAPITOLUL V

Reguli specifice pentru categoriile de mijloace de publicitate

SECŢIUNEA 1

Reguli generale privind amplasarea firmelor

Art. 18

(1) Firmele se amplasează pe faţadele clădirilor sau în locuri special amenajate, după cum urmează:

a) pe clădirile de locuit având spaţii cu altă destinaţie la parter sau mezanin, se amplasează numai pe porţiunea de faţadă corespunzătoare acestor spaţii sau pe parapetul plin şi continuu al primului etaj, unde este cazul, cu acordul proprietarilor;

b) firmele în consolă se amplasează la o înălţime minimă de 2,50 m de la nivelul trotuarului. Faţă de planul vertical al faţadei, firmele vor putea ieşi în consolă maximum 1,20 m, dar păstrând o distanţă de minimum 1,00 m faţă de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau faţă de limita interioară a plantaţiei de aliniament;

c) copertinele pe care se inscripţionează o firmă vor fi amplasate la minimum 2,50 m înălţime faţă de nivelul trotuarului şi vor ieşi din planul faţadei maximum 1,50 m; ele vor păstra o distanţă de minimum 1,00 m faţă de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau faţă de limita interioară a plantaţiei de aliniament;

d) în cazul amplasării firmelor pe aticul clădirilor de locuinţe colective sau pe parapetul plin al etajului I, după caz, firmele nu vor depăşi dimensiunile elementelor constructive-suport;

e) în cazul apartamentelor în care se derulează activităţi cu caracter temporar situate în clădiri de locuinţe colective, firmele aferente se amplasează la parterul clădirii, cu acordul proprietarilor afectaţi.

(2) În situaţia prevăzută la alin. (1) lit. e), firmele se amplasează astfel:

a) în zona scării de acces corespunzătoare, dacă apartamentul este situat la alte niveluri decât la parter sau demisol;

b) fără a depăşi limita spaţiului respectiv, dacă apartamentul este amplasat la parter sau demisol.

Art. 19

(1) Amplasarea firmelor şi copertinelor inscripţionate se autorizează în condiţiile art. 4.

(2) Prin excepţie de la prevederile alin. (1), autorizaţia de construire nu este necesară în cazul firmelor inscripţionate pe vitrinele şi uşile de acces, în condiţiile prezentei legi.

(3) Firmele inscripţionate pe vitrinele/uşile de acces se pot amplasa în baza avizului emis de autorităţile administraţiei publice.

(4) Amplasarea materialelor publicitare prevăzute la alin. (3) se va face după achitarea taxelor de publicitate prevăzute de legislaţia în vigoare.

Art. 20

(1) Pe faţada spaţiilor comerciale de la parterul imobilelor de locuit se pot amplasa, alături de firme, şi alte mijloace de publicitate cu respectarea prevederilor referitoare la autorizarea şi executarea firmelor.

(2) Publicitatea amplasată pe faţada unui spaţiu comercial se va diferenţia faţă de firmă prin culoare, formă sau dimensiune.

Art. 21

(1) În cazul firmelor iluminate, reflectoarele se vor amplasa astfel încât să asigure o iluminare uniformă, care să pună în valoare clădirea şi care să nu deranjeze traficul auto şi pietonal, reflectoarele fiind mascate de elemente ale construcţiei sau firmei.

(2) Firmele iluminate vor fi amplasate la minimum 3,00 m de la nivelul solului.

(3) Firmele iluminate amplasate la mai puţin de 30 m de semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora şi nici lumină intermitentă.

SECŢIUNEA a 2-a

Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor şi publicităţii luminoase

Art. 22

Este interzisă amplasarea mijloacelor de publicitate luminoase pe suporturile existente care nu au fost destinate publicităţii, cum sunt: stâlpii de telecomunicaţii şi/sau electricitate, instalaţiile de iluminat public, instalaţiile de semaforizare.

Art. 23

(1) Pot fi amplasate panouri publicitare, ecrane şi publicitate luminoasă pe calcane, pe faţade, pe terase ori acoperişuri ale clădirilor, astfel încât sistemele lor de prindere să nu constituie o sursă de accidente şi să nu afecteze structura de rezistenţă şi funcţionarea optimă a clădirilor.

(2) Amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor şi publicităţii luminoase pe clădiri se autorizează numai în baza unei expertize tehnice elaborate în condiţiile legii de către experţi tehnici atestaţi, precum şi a documentaţiei tehnice pentru autorizare, verificată de verificatori de proiecte atestaţi pentru cerinţele esenţiale de calitate „rezistenţă mecanică şi stabilitate“, „siguranţă în exploatare“ şi „securitate la incendiu“, prevăzute de legislaţia în vigoare privind calitatea în construcţii.

(3) Verificarea construcţiei cu privire la respectarea cerinţelor esenţiale de calitate prevăzute la alin. (2) se realizează prin reexpertizare tehnică, la fiecare 10 ani de la data emiterii autorizaţiei

de construire pentru amplasarea structurii publicitare, sau ca urmare a acţiunilor factorilor de risc naturali/antropici asupra construcţiei/elementului constructiv care susţine structura publicitară.

(4) Panourile publicitare amplasate pe calcanele sau faţadele clădirilor nu vor depăşi limitele acestora.

(5) Sunt exceptate de la prevederile prezentei legi ecranele publicitare care fac parte integrantă din faţadele clădirilor şi care au fost autorizate împreună cu acestea, în conformitate cu legislaţia în vigoare.

Art. 24

(1) Proprietarii ecranelor publicitare au obligaţia transmiterii de informaţii de interes public şi local, precum şi informaţii de interes pentru populaţie în cazul unor situaţii de urgenţă.

(2) Conţinutul şi modul de transmitere a informaţiilor vor fi stabilite prin protocol încheiat între proprietarii ecranelor publicitare şi autorităţile administraţiei publice locale, respectiv alte instituţii abilitate ale statului.

Art. 25

În situaţia amplasării pe terasele sau acoperişurile construcţiilor, panourile publicitare, ecranele şi publicitatea luminoasă vor avea următoarele înălţimi:

a) cel mult 3,00 m, dacă faţada construcţiei-suport are înălţimea mai mică de 15,00 m;

b) cel mult 1/5 din înălţimea faţadei, dar nu mai mult de 6,00 m, dacă faţada construcţiei-suport are înălţimea mai mare de 15,00 m.

Art. 26

(1) Pe stâlpii de iluminat public pe care nu sunt amplasate semnalizări rutiere şi indicatoare de circulaţie se pot amplasa panouri peste cota minimă de + 4,00 m de la sol.

(2) Pe un stâlp se poate amplasa un singur panou, iar proiecţia la sol a panoului se va situa în afara gabaritului carosabilului.

Art. 27

(1) Panourile publicitare amplasate pe sol vor fi montate astfel încât să nu împiedice circulaţia rutieră şi/sau pietonală, ori accesul pietonal şi/sau al autovehiculelor de intervenţie pe proprietăţi, cu respectarea prevederilor prezentei legi.

(2) Panourile publicitare, indiferent de tipul de proprietate pe care au fost montate, vor fi amplasate astfel încât proiecţia la sol a acestora să fie în totalitate în interiorul proprietăţii pe care au fost autorizate.

Art. 28

(1) Pe străzile de categoria I, II şi III, conform clasificării prevăzute de legislaţia în vigoare privind regimul drumurilor, se pot amplasa panouri publicitare în următoarele condiţii:

a) la distanţă de minimum 4,00 m faţă de limita carosabilului, în cazul în care nu există trotuar;

b) la distanţă de minimum 1,00 m faţă de limita dinspre carosabil a spaţiului verde de pe trotuar, fără a împiedica circulaţia pietonilor;

c) la minimum 2,50 m înălţime de la sol, pentru panourile cu suprafaţa utilă mai mare de 2,50 mp per faţă.

(2) Panourile de mici dimensiuni, respectiv cu suprafaţa maximă de 2,20 mp se amplasează la o distanţă de cel puţin 25,00 m între panouri.

(3) Panourile de mari dimensiuni, respectiv cu suprafaţa maximă de 12,00 mp, se amplasează la o distanţă de cel puţin 50,00 m între panouri.

(4) În situaţia în care ansamblul de mijloace de publicitate este constituit dintr-o succesiune de panouri publicitare de diferite dimensiuni dispuse în orice combinaţie, distanţa dintre panouri va fi de minimum 50,00 m.

(5) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1)–(4) mijloacele de publicitate amplasate în

interiorul incintelor centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale, astfel definite în conformitate cu legislaţia în vigoare.

Art. 29

(1) Se interzice montarea pe trotuare şi spaţii pietonale cu lăţimea mai mică de 2,25 m, precum şi pe zonele verzi dintre trotuar sau spaţiu pietonal şi carosabil a panourilor publicitare cu structură proprie şi elemente de susţinere care necesită fundaţie.

(2) Realizarea elementelor de fundare/ancorare necesare asigurării stabilităţii panoului de reclamă publicitară se execută obligatoriu îngropat, respectiv sub cota suprafeţei solului/trotuarului, până la nivelul solului.

Art. 30

De-a lungul drumurilor de interes naţional, judeţean, precum şi a arterelor de centură, conform clasificării prevăzute de legislaţia în vigoare privind regimul drumurilor, în cadrul zonei de protecţie a acestora se pot amplasa panouri publicitare, în următoarele condiţii:

a) la minimum 2,50 m înălţime de la sol, pentru panourile cu suprafaţa utilă mai mare de 2,50 mp per faţă;

b) cu distanţa de minimum 50,00 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din intravilan;

c) cu distanţa de minimum 100,00 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan;

d) la minimum 100,00 m faţă de intersecţiile cu drumurile laterale cu mai mult de 4 benzi de circulaţie;

e) în afara curbelor cu vizibilitate redusă;

f) la minimum 100,00 m faţă de intersecţiile semaforizate.

Art. 31

Dispoziţiile art. 28–30 se completează cu prevederile instituite în aceeaşi materie de Ordonanţa de urgenţă a Guvernului nr. 195/2002 privind circulaţia pe drumurile publice, republicată, cu modificările şi completările ulterioare, şi de Ordonanţa Guvernului nr. 43/1997 privind regimul drumurilor, republicată, cu modificările şi completările ulterioare.

Art. 32

(1) Panourile şi ecranele publicitare amplasate pe sol în intravilanul localităţilor vor avea următoarele dimensiuni: 1,20 × 1,80 m, 3,20 × 2,40 m, respectiv 4,00 × 3,00 m.

(2) În extravilanul localităţilor pot fi amplasate panouri publicitare pe zona de protecţie a drumurilor publice, având dimensiunea de 8,00 × 4,00 m, iar în afara acestora şi panouri de 14,00 × 4,00 m.

SECŢIUNEA a 3-a

Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare mobile

Art. 33

Pe trotuarele/spaţiile pietonale cu o lăţime de cel puţin 2,25 m se pot amplasa panouri publicitare mobile pliante, având ca scop promovarea comercială, comunicarea de tarife sau acţiuni promoţionale, specifice activităţii desfăşurate de beneficiarul publicităţii, în următoarele condiţii:

a) dimensiunile maxime ale panoului vor fi de 0,50 m × 0,90 m;

b) amplasarea panoului este permisă numai în dreptul spaţiului destinat activităţii care face obiectul publicităţii şi numai pe durata programului zilnic de funcţionare a acestuia.

SECŢIUNEA a 4-a

Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

Art. 34

(1) Pot fi utilizate ca suport publicitar următoarele tipuri de mobilier urban: adăposturile destinate publicului/staţiile de autobuz, chioşcurile de ziare şi alte chioşcuri cu activităţi comerciale, coloanele port-afiş, cabinele telefonice şi altele asemenea, cu respectarea prevederilor Regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate .

(2) Adăposturile destinate publicului şi staţiile de autobuz pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panouri unitare de maximum 2,20 mp; în cazul în care sunt amplasate mai multe panouri sau panouri cu două feţe utile, suprafaţa totală de
publicitate
nu va depăşi 4,50 mp.

(3) Chioşcurile de ziare şi alte chioşcuri cu activităţi comerciale pot fi utilizate ca suport de publicitate
pentru panouri cu suprafaţa unitară de maximum 2,00 mp; în cazul în care sunt amplasate mai multe panouri, suprafaţa totală de
publicitate
pentru un chioşc nu va depăşi 6,00 mp.

(4) Se interzice instalarea panourilor pe acoperişul adăposturilor destinate publicului, staţiilor de autobuz şi al chioşcurilor.

(5) Coloanele port-afiş vor putea fi utilizate numai pentru afişe şi/sau anunţuri de spectacole şi manifestări culturale; este interzisă suprapunerea de afişe de spectacol în cazul în care termenul la care acestea vor avea loc nu a fost depăşit.

SECŢIUNEA a 5-a

Reguli generale privind amplasarea bannerelor şi steagurilor publicitare

Art. 35

Amplasarea de bannere care conţin anunţuri privind promovarea de evenimente culturale, economice, ştiinţifice şi altele de această natură se avizează pe baza documentaţiei privind rezistenţa elementelor de susţinere, precum şi cu acordul proprietarului elementelor de susţinere utilizate în acest scop.

Art. 36

La amplasarea bannerelor se vor avea în vedere următoarele:

a) nu este permisă amplasarea bannerelor în intersecţii, în zone în care împiedică vizibilitatea

rutieră sau perspectiva asupra monumentelor istorice ori naturale sau în locuri unde există panouri publicitare;

b) este interzisă amplasarea pe domeniul public a suporturilor/stâlpilor în scopul exclusiv de susţinere a bannerelor;

c) bannerele montate perpendicular pe axul drumului vor fi instalate la o înălţime minimă de 5,00 m faţă de sol, astfel încât să nu afecteze vizibilitatea rutieră şi imaginea urbană;

d) bannerele vor fi amplasate astfel încât distanţa între acestea să fie de minimum 100,00 m;

e) este permisă amplasarea bannerelor pe o durată de cel mult o lună calendaristică.

Art. 37

(1) Steagurile publicitare montate pe catarg şi pe stâlpi, la înălţimea minimă de 2,50 m de la cota terenului amenajat, se amplasează numai în locuri în care nu împiedică vizibilitatea circulaţiei rutiere.

(2) Pe un catarg se poate amplasa un singur steag.

(3) Durata de menţinere a steagurilor publicitare va fi de maximum 30 de zile calendaristice, cu posibilitatea prelungirii acestei perioade cu încă 30 de zile.

(4) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1)–(3) steagurile publicitare amplasate în incintele centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale astfel definite în conformitate cu legislaţia în vigoare, cu condiţia să nu afecteze vizibilitatea circulaţiei rutiere.

SECŢIUNEA a 6-a

Reguli generale privind amplasarea mesh-urilor

Art. 38

(1) Este permisă amplasarea de mesh-uri şi mesh-uri digitale, în următoarele situaţii:

a) pe construcţii, inclusiv monumente istorice amplasate în zone de publicitate restrânsă, sau în zone în care este interzisă publicitatea, numai în situaţia în care acestea constituie protecţie către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare, dar nu mai mult de un an calendaristic, şi numai dacă reproduc imaginea construcţiei după consolidare/restaurare, eventualele texte de
publicitate
comercială vor ocupa cel mult 25% din suprafaţa totală a acesteia;

b) pe calcanele construcţiilor care nu sunt clasate monumente istorice.

(2) Prin excepţie de la prevederile art. 15 alin. (2), se pot amplasa mesh-uri şi mesh-uri digitale

pe faţadele clădirilor de locuit, a clădirilor cu funcţiuni comerciale şi de birouri situate în zonele de publicitate lărgită, dacă Regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate o permite.

SECŢIUNEA a 7-a

Reguli generale privind amplasarea indicatoarelor publicitare direcţionale

Art. 39

(1) Este permisă amplasarea indicatoarelor publicitare direcţionale, în afara casetelor şi steagurilor publicitare, pe stâlpii de iluminat public, dacă pe aceştia nu sunt montate semnalizări rutiere, în următoarele condiţii:

a) suprafaţa indicatorului publicitar direcţional este mai mică de 1,00 mp;

b) înălţimea de amplasare este de minimum 4,00 m;

c) pe un stâlp se poate monta un singur indicator publicitar direcţional;

d) prin excepţie de la prevederile lit. c), poate fi montat un al doilea indicator direcţional pentru

semnalarea serviciilor de urgenţă sau a serviciilor necesare în deplasare, cum sunt: staţiile de alimentare cu carburanţi, atelierele auto sau de vulcanizare.

(2) Amplasarea de stâlpi-suport pentru indicatoarele publicitare direcţionale se va realiza în baza avizului emis de autorităţile publice locale.

SECŢIUNEA a 8-a

Reguli generale privind publicitatea temporară şi proiectele publicitare speciale

Art. 40

(1) Orice persoană fizică sau juridică poate beneficia de dreptul la publicitate temporară, în condiţiile prezentei legi.

(2) Amplasarea mijloacelor de publicitate temporară se va stabili în baza avizului emis de autorităţile publice locale.

Art. 41

În vederea obţinerii avizului pentru publicitate temporară, menţionat la art. 6, mijloacele de publicitate
trebuie să îndeplinească următoarele condiţii:

a) să fie folosite ca purtător de mesaj în cadrul unor activităţi de promovare cu durată determinată şi precizată în mod explicit în cererea de emitere a avizului, depusă de solicitant;

b) să poată fi montate/demontate în/din toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate
temporară, în cel mult 24 de ore;

c) toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate temporară să fie aduse la starea iniţială, în cel mult 48 de ore de la încheierea termenului de valabilitate a avizului pentru publicitate
temporară.

Art. 42

(1) Autorităţile administraţiei publice locale vor identifica amplasamentele destinate pentru mijloacele de publicitate temporară şi pentru proiectele publicitare speciale.

(2) În situaţia în care la încheierea perioadei de valabilitate a avizului pentru publicitate
temporară, în conformitate cu prevederile art. 7, există mai multe solicitări de amplasare de mijloace de
publicitate
temporară, autoritatea administraţiei publice locale va atribui amplasamentul prin licitaţie publică organizată în condiţiile legii.

(3) În cazul solicitării schimbării locaţiilor în alte amplasamente decât cele stabilite iniţial, se va obţine avizul pentru publicitate temporară al autorităţii administraţiei publice locale.

(4) Schimbarea locaţiilor prevăzute la alin. (3) se va face numai în situaţia în care locaţiile licitate iniţial nu mai pot fi puse la dispoziţia contractantului ca urmare a executării unor lucrări de interes public.

Art. 43

(1) Structurile publicitare autoportante şi proiectele publicitare speciale se avizează cu respectarea prevederilor privind publicitatea temporară prevăzute în prezenta lege.

(2) Executarea şi amplasarea structurilor publicitare autoportante şi a proiectelor publicitare speciale se face în baza unei documentaţii tehnice întocmite de un arhitect cu drept de semnătură.

SECŢIUNEA a 9-a

Reguli generale privind amplasarea afişelor publicitare şi a anunţurilor de mică publicitate

Art. 44

(1) În vederea asigurării eficientei informări a cetăţenilor, a libertăţii de expresie şi esteticii urbane, autorităţile administraţiei publice locale vor instala în amplasamente cu vizibilitate, în condiţiile regulamentului local de publicitate , panouri speciale destinate afişelor publicitare şi anunţurilor de mică publicitate .

(2) Panourile prevăzute la alin. (1) vor fi curăţate săptămânal prin grija compartimentelor de specialitate din cadrul administraţiei publice locale.

(3) Autorităţile administraţiei publice locale vor stabili prin regulamentul local de publicitate ziua din cursul săptămânii în care panourile cu anunţuri de mică publicitate vor fi curăţate în vederea actualizării anunţurilor.

Art. 45

Este interzisă amplasarea de afişe publicitare care să acopere alte afişe publicitare postate anterior, aflate în perioada de valabilitate, care fac publicitate unor evenimente/acţiuni/campanii aflate în derulare sau care urmează să se deruleze.

SECŢIUNEA a 10-a

Reguli generale privind publicitatea pe vehicule publicitare şi pe mijloace de transport în comun

Art. 46

(1) Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate , prin lipirea de afişe, montarea de panouri sau inscripţionarea cu texte publicitare ori altele asemenea, vor putea fi autorizate să circule pe teritoriul localităţii cu condiţia obţinerii avizului pentru publicitate temporară, pe o durată determinată şi pe un traseu stabilit de autoritatea administraţiei publice locale, conform prevederilor conţinute în avizul pentru publicitate temporară.

(2) Staţionarea vehiculelor publicitare pe drumurile publice sau în locurile vizibile dinspre acestea este interzisă.

(3) Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate nu vor circula în convoi mai mare de două maşini şi cu o viteză mai mare decât jumătate din viteza admisibilă pe tronsonul de stradă.

(4) Circulaţia convoaielor este permisă numai cu ocazia manifestărilor speciale, în baza avizului emis de autorităţile administraţiei publice, cu durata de valabilitate de o zi.

Art. 47

Este permisă utilizarea ca suport pentru afişe/reclame publicitare a mijloacelor de transport în comun, cum ar fi tramvaie, troleibuze, autobuze, microbuze, cu condiţia ca prin aceasta să nu fie afectată vizibilitatea călătorilor înspre exteriorul mijlocului de transport.

CAPITOLUL VI

Sancţiuni

Art. 48

(1) Nerespectarea prevederilor prezentei legi atrage răspunderea materială şi contravenţională, după caz.

(2) Sancţiunile prevăzute în prezenta lege se completează cu cele referitoare la nerespectarea legislaţiei în vigoare privind autorizarea construcţiilor, urbanismul şi amenajarea teritoriului.

Art. 49

(1) Constituie contravenţii următoarele fapte:

a) amplasarea mijloacelor de publicitate fără aviz pentru publicitatea temporară ori cu nerespectarea prevederilor acestuia şi a documentaţiei tehnice care a stat la baza eliberării avizului, precum şi montarea panourilor publicitare cu structură proprie şi elemente de susţinere care necesită fundaţie pe trotuare cu lăţime mai mică de 2,25 m;

b) permiterea de către proprietarul imobilului a executării lucrărilor de amplasare a mijloacelor de publicitate fără autorizaţie de construire valabilă;

c) nerespectarea de către primar, respectiv primarul general al municipiului Bucureşti a obligaţiilor stabilite la art. 11 alin. (1) şi la art. 51 alin. (2);

d) nerespectarea de către primar, respectiv primarul general al municipiului Bucureşti a obligaţiei de a dispune desfiinţarea în termen de 15 zile de la data expirării termenului de încetare a funcţionării mijlocului de publicitate pentru care nu s-a obţinut o prelungire a acestui termen;

e) nerespectarea de către proprietarii mijloacelor de publicitate a tipurilor şi dimensiunilor mijloacelor de publicitate admise, în conformitate cu prevederile regulamentelor locale privind amplasarea mijloacelor de publicitate
;

f) amplasarea stâlpilor pentru indicatoarele publicitare direcţionale şi a mijloacelor de publicitate temporară fără avizul autorităţilor publice locale sau în alte locuri decât cele precizate prin avizul pentru publicitate temporară;

g) amplasarea panourilor publicitare mobile sau a oricăror altor forme de reclamă, pe spaţiile de circulaţie pietonală cu o lăţime mai mică de 2,25 m, precum şi neexecutarea obligatoriu îngropat, respectiv sub cota suprafeţei solului/trotuarului, până la nivelul solului a elementelor

de fundare/ancorare necesare asigurării stabilităţii panoului de reclamă publicitară;

h) folosirea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniştea publică, a vehiculelor publicitare care nu au obţinut aviz pentru publicitate temporară sau a mijloacelor de publicitate luminoasă care pot perturba traficul auto şi pietonal;

i) nerespectarea obligaţiei de reexpertizare tehnică în vederea verificării construcţiei cu privire la respectarea cerinţelor esenţiale de calitate, de a elibera/desfiinţa suportul reclamei la expirarea termenului stabilit prin autorizaţia sau avizul pentru publicitate temporară ori refuzul de a readuce amplasamentul şi mediul înconjurător la starea iniţială, inclusiv prin înierbare sau asfaltare pentru mijloacele de publicitate amplasate la nivelul solului;

j) nerespectarea obligaţiei de dezafectare şi/sau conformare stabilite prin art. 54 lit. a) şi b);

k) nerespectarea obligaţiilor privind întreţinerea mijloacelor de publicitate şi afişarea permanentă a unor mesaje în cadru;

l) nerespectarea obligaţiei de a afişa în mod vizibil elementele de identificare ale panoului publicitar prin inscripţionarea acestora cu informaţii privind denumirea operatorului, codul de identificare fiscală a acestuia şi numărul autorizaţiei de construire;

m) nerespectarea de către autoritatea publică locală a obligaţiilor referitoare la delimitarea în cadrul teritoriului administrat a zonelor de publicitate lărgită şi, respectiv, a zonelor de publicitate restrânsă, precum şi elaborarea regulamentelor locale de publicitate aferente acestora;

n) nerespectarea de către autorităţile administraţiei publice locale a obligaţiei de a instala panouri speciale destinate afişelor publicitare şi anunţurilor de mică publicitate , precum şi de a identifica amplasamentele destinate mijloacelor de publicitate temporară şi pentru proiectele publicitare speciale;

o) amplasarea afişelor publicitare şi a anunţurilor de mică publicitate în alte locuri decât pe panourile special destinate acestora.

(2) Contravenţiile prevăzute la alin. (1), săvârşite de persoanele fizice sau juridice, se sancţionează după cum urmează:

a) cu amendă de la 30.000 lei la 50.000 lei cele prevăzute la lit. a), b) şi e);

b) cu amendă de la 15.000 lei la 30.000 lei cele prevăzute la lit. f), g) şi i);

c) cu amendă de la 10.000 lei la 15.000 lei cele prevăzute la lit. c), d), h), j) şi m);

d) cu amendă de la 5.000 lei la 10.000 lei cele prevăzute la lit. k), l) şi n);

e) cu amendă de la 500 lei la 5.000 lei cea prevăzută la lit. o).

Art. 50

Prevederile prezentei legi referitoare la contravenţii intră în vigoare cu respectarea prevederilor art. 4 alin. (1) din Ordonanţa Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravenţiilor, aprobată cu modificări şi completări prin Legea nr. 180/2002, cu modificările şi completările ulterioare.

Art. 51

(1) Controlul de stat privind respectarea aplicării prevederilor prezentei legi pentru amplasarea mijloacelor de publicitate , precum şi nerespectarea de către autoritatea publică locală a obligaţiilor ce îi revin în aplicarea prevederilor prezentei legi se exercită de către Inspectoratul de Stat în Construcţii.

(2) Primarii şi organele de control din cadrul autorităţilor administraţiei publice locale au obligaţia să urmărească respectarea disciplinei în domeniul urbanismului şi al autorizării executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localităţilor şi, în funcţie de încălcarea prevederilor legale, să aplice sancţiunile prevăzute de prezenta lege.

(3) Constatarea contravenţiilor se face de către persoanele împuternicite din cadrul Inspectoratului de Stat în Construcţii, de către organele de control ale autorităţilor administraţiei publice locale sau, după caz, de către poliţiştii locali.

(4) Inspectoratul de Stat în Construcţii poate dispune oprirea executării lucrărilor de amplasare a mijloacelor de publicitate , atunci când constată că acestea se realizează cu încălcarea dispoziţiilor legale, a cerinţelor privind asigurarea calităţii în construcţii, fără proiect tehnic ori pe baza unor autorizaţii nelegal emise.

(5) Inspectoratul de Stat în Construcţii aduce la cunoştinţa autorităţii administraţiei publice locale pe teritoriul căreia s-a efectuat controlul constatările şi măsurile dispuse, iar organele de control ale autorităţii administraţiei publice locale au obligaţia să urmărească modul de conformare privind cele dispuse de Inspectoratul de Stat în Construcţii.

(6) Aplicarea sancţiunilor se face după cum urmează:

a) de către agentul constatator, în cazul contravenţiilor constatate de către personalul împuternicit din cadrul Inspectoratului de Stat în Construcţii;

b) de către şeful compartimentului care coordonează activitatea de amenajare a teritoriului şi de urbanism sau, după caz, de către primarul localităţii în care s-a săvârşit contravenţia, în cazul contravenţiilor constatate de către organele de control ale autorităţilor administraţiei publice locale sau de către poliţiştii locali.

CAPITOLUL VII

Dispoziţii tranzitorii şi finale

Art. 52

(1) În termen de 60 de zile de la intrarea în vigoare a prezentei legi, autorităţile administraţiei publice locale vor asigura elaborarea ori, după caz, actualizarea regulamentelor locale privind amplasarea mijloacelor de publicitate , identificarea amplasamentelor aflate pe domeniul public şi privat al statului şi al autorităţii locale pe care se pot amplasa mijloace de publicitate
, precum şi aducerea acestora la cunoştinţa publicului.

(2) În situaţia în care, la data intrării în vigoare a prezentei legi, Regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localităţii, aflat în vigoare, conţine norme mai permisive sau contradictorii faţă de cele prevăzute în prezenta lege, autorităţile administraţiei publice locale vor asigura corelarea prevederilor regulamentelor existente prin modificarea, completarea şi actualizarea acestora în termenul prevăzut la alin. (1).

Art. 53

Până la adoptarea unui regulament local privind amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localităţii ori modificarea şi completarea Regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de
publicitate
existent, autorizarea activităţii de amplasare a mijloacelor de
publicitate
se va realiza conform prevederilor prezentei legi.

Art. 54

În vederea asigurării respectării prevederilor Regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate cu situaţia de fapt din teren, autorităţile administraţiei publice locale, în termen de 30 de zile de la adoptarea acestuia, vor identifica şi vor notifica proprietarii de mijloace de publicitate a căror amplasare nu mai corespunde cu noile reglementări, astfel:

a) pentru panourile situate pe domeniul public şi privat al statului şi autorităţilor publice locale, care nu sunt autorizate în conformitate cu prevederile legale sau care au fost amplasate fără respectarea prevederilor legale ori care nu au inscripţionate informaţiile privind denumirea operatorului, codul de identificare fiscală a acestuia şi numărul autorizaţiei de construire, se va

dispune dezafectarea;

b) pentru panourile situate pe proprietatea persoanelor fizice sau juridice, care nu au fost autorizate sau care nu au contracte de închiriere valabile la data intrării în vigoare a prezentei legi ori care nu au inscripţionate informaţiile privind denumirea operatorului, codul de identificare fiscală al acestuia şi numărul autorizaţiei de construire, se va dispune dezafectarea.

Art. 55

În termen de 30 de zile de la încheierea procedurilor prevăzute la art. 52, concomitent cu acţiunile prevăzute la art. 54, se vor demara procedurile de licitaţie publică a amplasamentelor identificate pe domeniul public sau privat al statului ori al unităţii administrativ-teritoriale.

Art. 56

(1) Mijloacele de publicitate autorizate până la data intrării în vigoare a prezentei legi pot fi menţinute pe amplasamentele autorizate până la data expirării contractelor de publicitate
în curs, dar nu mai târziu de 1 ianuarie 2014.

(2) Prin excepţie de la dispoziţiile alin. (1), pot fi menţinute pe amplasamentele autorizate, până la data expirării contractelor de publicitate în curs, acele mijloace de publicitate care respectă prevederile prezentei legi, iar prin amplasament şi caracteristici se încadrează în categoria de mijloace de publicitate
admise de regulamentul local de

publicitate
. Confirmarea îndeplinirii tuturor condiţiilor menţionate se realizează de către autorităţile administraţiei publice locale.

(3) Contractele existente la data intrării în vigoare a prezentei legi vor fi completate şi modificate conform procedurilor acesteia.

(4) Prin excepţie de la dispoziţiile alin. (3), contractele valabile pe o perioadă de maximum 30 de zile de la data intrării în vigoare a prezentei legi rămân în vigoare până la expirarea perioadei de valabilitate.

Art. 57

În termen de 5 zile de la notificarea emisă conform art. 54 lit. a) şi b), Inspectoratul de Stat în Construcţii şi/sau autorităţile administraţiei publice locale vor dispune demolarea mijloacelor de publicitate
amplasate contrar prevederilor Regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate
pe cheltuiala proprietarului, fără emiterea unei autorizaţii de desfiinţare şi fără sesizarea instanţelor judecătoreşti.

Art. 58

În termen de 60 de zile de la data intrării în vigoare a prezentei legi, Guvernul va modifica, în mod corespunzător, Hotărârea Guvernului nr. 955/2004 pentru aprobarea reglementărilor-cadru de aplicare a Ordonanţei Guvernului nr. 71/2002 privind organizarea şi funcţionarea serviciilor

publice de administrare a domeniului public şi privat de interes local, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 660 din 22 iulie 2004.

Această lege a fost adoptată de Parlamentul României, în condiţiile art. 147 alin. (2), cu respectarea prevederilor art. 75 şi ale art. 76 alin. (2) din Constituţia României, republicată.

PREŞEDINTELE CAMEREI DEPUTAŢILOR

VALERIU-ŞTEFAN ZGONEA

PREŞEDINTELE SENATULUI

GEORGE-CRIN LAURENŢIU ANTONESCU

*** -- *https://legeaz.net/legea-185-2013/*