



HOTĂRÂRE privind aprobarea Regulamentului local de publicitate la nivelul municipiului Constanța

Consiliul local al municipiului Constanța, întrunit în ședința ordinară din data de _____;

Luând în dezbateri referatul de aprobare al domnului primar VERGIL CHIȚAC, înregistrat sub nr. 16026/26.01.2021;

Luând în considerare avizul Comisiei de specialitate nr. 1 de studii, prognoze economico-sociale, buget, finanțe și administrarea domeniului public și privat al municipiului Constanța, avizul Comisiei de specialitate nr. 3 pentru servicii publice, comerț, turism și agrement, avizul Comisiei de specialitate nr. 5 pentru administrație publică, juridică, apărarea ordinii publice, respectarea drepturilor și libertăților cetățeanului, precum și raportul Direcției urbanism înregistrat sub nr. 16027/26.01.2021;

Având în vedere prevederile: Legea nr.185/2013, republicată, privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate; Legea nr.50/1991 privind autorizarea executării construcțiilor și unele măsuri pentru realizarea locuințelor; Ordinul nr.839/2009 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Legii nr.50/1991; Legea nr.350/2001 privind amenajarea teritoriului și urbanismul; Legea nr.422/2001 privind protejarea monumentelor istorice; Legea nr.120/2006 a monumentelor de for public; Legea nr.24/2007 privind reglementarea și administrarea spațiilor verzi din intravilanul localităților; Legea nr.148/2000 privind publicitatea; O.G. nr.43/1997, republicată, privind regimul drumurilor; O.U.G. nr.63/2006 pentru modificarea și completarea O.U.G. nr.195/2002 privind circulația pe drumurile publice; Legea nr.227/2015 privind Codul Fiscal; H.G. nr.1/2016 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Legii nr.227/2015 privind Codul fiscal; Legea nr.207/2015 privind Codul de procedură fiscală; Ordonanța nr.2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, cu modificările și completările ulterioare; OUG nr.57/2019 privind Codul administrativ.

În temeiul prevederilor art. 129 alin. (14) și art. 196 alin. (1) lit. a) din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 57/2019 privind Codul administrativ, cu modificările și completările ulterioare,

HOTĂRĂȘTE:

Art. 1 Se aprobă Regulamentului local de publicitate la nivelul municipiului Constanța și anexele ce fac parte integrantă din prezenta hotărâre;

Art. 2 Odată cu data adoptării prezentei hotărâri își încetează aplicabilitatea H.C.L. nr. 260/2010 privind aprobarea regulamentului de signalistică la nivelul municipiului Constanța, cu modificările și completările ulterioare;

Art. 3 Compartimentul relații consiliul local și administrația locală va comunica prezenta hotărâre tuturor structurilor funcționale din cadrul Primăriei municipiului Constanța, Serviciului Public de Impozite și Taxe, regiilor și societăților comerciale aflate în subordinea Consiliului Local și spre știință, Instituției prefectului județului Constanța

PREȘEDINTE ȘEDINȚĂ,

**CONTRASEMNEAZĂ,
SECRETAR GENERAL,
GEORGIANA GOSPODARU**

**CONSTANȚA
NR.**

Regulament local de publicitate la nivelul municipiului Constanța

2021

OBIECTIVE

- Încurajarea și introducerea unei semnalizări publicitare de bună calitate, bine luată în considerare la nivelul municipiului Constanța
- Menținerea și îmbunătățirea nivelului de confort vizual prin reguli și controlul publicității
- Asigurarea că semnalizarea publicitară nu prezintă deranj, pericol sau obstrucție pentru pietoni sau șoferi
- Asigurarea că semnalizările comerciale sunt concepute în concordanță și adecvat pentru zona, locația sau funcția pe care respectivul sit îl servește
- Protejarea caracteristicilor semnificative ale clădirilor, peisajelor stradale și amenajarea generală a zonelor
- **Introducerea unor terminologii adecvate pentru anul 2021 pentru regimul publicității și a unor produse și soluții capabile de integrare cu soluții de tip smart city, care să ofere autorităților locale beneficii și avantaje pentru comunicarea la nivelul comunității**

SCOP

- Regulamentul de planificare și dezvoltare (regulamentul) nu conține prevederi referitoare la tipurile de dezvoltare în vederea implementării de proiecte de tipul smart city și la nivelul publicității locale
- Semnalizare publicitară implementată în conformitate cu cerințele legislative
- Introducerea noțiunii de digitalizare în semnalizarea publicitară – afișaj electronic/digital și încurajarea implementării de mijloace publicitare digitale, prin care informația să fie actuală și în timp real
- Diminuarea numărului de suporturi publicitare prin adaptarea unei strategii de digitalizare a formatelor publicitare – utilizarea unui număr mai mic de suporturi, deci confort vizual și semnalizare calitativă, fără a limita operatorii comerciali în privința numărului de reclame afișate
- Reglementarea semnalizării publicitare în funcție de zonă și în funcție de scop – informare, educare, evenimente culturale și artistice sau de interes public
- Introducerea unei strategii de semnalizare publicitară care să prevadă dimensiunile clare ale tipurilor de publicitate admise în funcție de zone, detalii despre amplasare și modalitatea de afișare și iluminare (print sau digital/electronic), precum și modalitate și condiții de implementare

CUPRINS REGULAMENT

Capitolul I Dispoziții generale

Capitolul II Aprobarea executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate

Capitolul III Reguli generale privind stabilirea zonelor de publicitate

Capitolul IV Reguli generale privind amplasarea mijloacelor de publicitate

Capitolul V Reguli specifice pentru categoriile de mijloace de publicitate

SECȚIUNEA 1 Reguli generale privind amplasarea firmelor

SECȚIUNEA a 2-a Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase

SECȚIUNEA a 3-a Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare mobile

SECȚIUNEA a 4-a Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

SECȚIUNEA a 5-a Reguli generale privind amplasarea bannerelor și steagurilor publicitare

SECȚIUNEA a 6-a Reguli generale privind amplasarea mesh-urilor

SECȚIUNEA a 7-a Reguli generale privind amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale

SECȚIUNEA a 8-a Reguli generale privind publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale

SECȚIUNEA a 9-a Reguli generale privind amplasarea afișelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate

SECȚIUNEA a 10-a Reguli generale privind publicitatea pe vehicule publicitare și pe mijloace de transport în comun

Capitolul VI Sancțiuni

Capitolul VII Reglementări referitoare la modalitatea de achitare a taxelor pentru folosirea mijloacelor de reclamă și publicitate

Capitolul VIII Dispoziții finale

Capitolul I

Dispoziții generale

ART.1 Prezentul Regulament local de publicitate stabilește cadrul legal care stă la baza exercitării activității de amplasare a mijloacelor de publicitate în municipiul Constanța, inclusiv în zona drumurilor publice, în vederea asigurării condițiilor pentru un cadru construit coerent, armonios, sigur și sănătos, pentru protecția valorilor mediului natural și antropoc, pentru prezervarea calității peisajului și a cerințelor privind asigurarea calității în construcții.

ART.2 Prevederile prezentului Regulament local de publicitate la nivelul municipiului Constanța se aplică autorităților administrației publice locale, tuturor persoanelor fizice și juridice implicate în activitatea de publicitate (operatorilor, posesorilor și executaților de mijloace de afișaj, reclamă și publicitate, prestatorilor și beneficiarilor de servicii de afișaj, reclamă și publicitate, proprietarilor de imobile pe care sunt amplasate mijloacele de publicitate).

ART.3

(1) În înțelesul prezentului Regulament local de publicitate, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații:

- 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) **aviz** – 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;
b1) aviz arhitect șef – este actul tehnic care permite amplasarea următoarelor mijloace publicitare: firmelor inscripționate pe vitrinele/ușile de acces; mesh; panou publicitar mobil; mobilier urban ca suport publicitar; afiș publicitar, poster, totem, proiect publicitar special. Se eliberează solicitantului (orice persoană fizică sau juridică) în baza unei documentații compuse din: cerere tip, grafica reclamei, simulare fotografică, din care să rezulte culorile folosite, dimensiunile, act doveditor pentru dreptul de folosință al imobilului, dacă este cazul, documentul de plată a taxei pentru eliberarea avizului arhitectului șef
b2) avizul Direcției Județene pentru Cultura Constanta - este actul obligatoriu în baza căruia se autorizează intervențiile asupra monumentelor istorice
- c) **banner** - suport pentru mesajul publicitar confecționat din folie sintetică sau din material textil, în mod obișnuit cu formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice;
- d) **calcan** – fațada fără goluri (ferestre sau uși de acces) a unei construcții fără goluri (ferestre sau uși de acces), situat, de obicei, pe limita de proprietate laterală sau posterioară, destinată de regulă să fie acoperită de către un zid asemănător al unei clădiri vecine;
- e) **coloana / cilindru publicitar** – structură funcțională de mobilier urban care poate integra panouri digitale de informare călători în cazul amplasării în proximitatea stațiilor de transport public și publicitate în format print sau digital/electronic
- f) **ecran publicitar digital** - ecran cu LED-uri, LCD sau altele asemănătoare, pe care se rulează grafică, spoturi și altele asemenea, în format electronic/digital, conținut variabil și de dimensiuni diverse;

- 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) **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, tăblița indicatoare, posterul digital/electronic, toate de mici dimensiuni, fixate prin prinderi speciale pe clădiri, stâlpi și altele asemenea;
- i) **mesh** - suport pentru mesajul publicitar confecționat din material sintetic perforat, cum ar fi plasa fină, de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri;
- j) **mesh digital** - suport publicitar de mari dimensiuni expus pe suprafața exterioară a unui imobil și care folosește modul electronic de afișare a reclamei.
- k) **mijloace de publicitate** - ansamblu de elemente constructive (suporturi publicitare, mesh-uri, ecrane publicitare etc.) folosite în scopul prezentării unei activități comerciale, industriale, artistice sau liber-profesionale ori a unui eveniment (anexa 3– *Tipuri mijloace publicitate – definire - condiții de amplasare*).
- l) **mobilier urban** - elemente funcționale și/sau decorative, amplasate în spațiile publice care, prin alcătuire, aspect, amplasare, conferă personalitate aparteninței zonei sau localității; prin natura lor, piesele de mobilier urban sunt asimilate construcțiilor dacă amplasarea lor se face prin legare constructivă la sol (fundații platforme de beton, racorduri la utilități urbane, cu excepția energiei electrice), necesitând emiterea autorizației de construire. Fac parte din categoria mobilier urban care nu necesită autorizație de construire: jardiniere, lampadare, bănci, bazine, pavaje decorative, pergole, cabine telefonice, toalete ecologice, tonete, coșuri de gunoi și altele asemenea;
- m) **panou publicitar** - structură provizorie folosită pentru afișarea unui mesaj publicitar; acesta este amplasat, în mod uzual, prin intermediul unei structuri tip picior simplu sau dublu, cu fundația aferentă, la sol, pe împrejmuiri sau pe clădiri, atât pe fațade cât și acoperișuri respectiv terase.
- *panou tip city light* – panou de tip casetă luminoasă, de dimensiuni mici și iluminare din interior cu tuburi de neon;
 - panou tip backlit – panou publicitar cu una/două fețe de expunere realizate din profile de oțel cu rame din tablă ambutisată, cu sistem de întindere a posterelor și iluminare din interior cu tuburi de neon;
 - panou tip unipol – structură de rezistență care se amplasează pe suport propriu – un singur stâlp de susținere din țevă metalică - la o înălțime față de sol mai mare de 5m;
 - tv screen – panou publicitar electronic pentru transmiterea de mesaje publicitare prin afișarea spotului publicitar în format video
- n) **panou publicitar mobil** - panou publicitar de dimensiuni reduse, amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate;
- o) **panou publicitar amplasat pe stâlpi** - suport pentru mesajul publicitar de mici dimensiuni fixat prin prinderi speciale pe stâlpi; În aceeași categorie se includ bannerul vertical, caseta luminoasă, tăblița indicatoare, posterul digital/electronic, toate de mici dimensiuni, fixate prin prinderi speciale pe clădiri, stâlpi și altele asemenea;
- p) **proiect publicitar special** - construcție provizorie atipică, creată special în scopul promovării unui produs, a unui serviciu sau eveniment și care nu are în alcătuirea sa elemente de fundație și/sau structuri publicitare clasice;
- q) **promovare** – ansamblu de activități și mijloace folosite pentru a difuza un produs sau serviciu pe piață;
- r) **publicitate** – totalitatea modalităților și instrumentelor specifice utilizate pentru a facilita cunoașterea și aprecierea de către consumatori a anumitor produse, servicii sau pentru a informa publicul asupra unor evenimente, a destinației unor spații, lansări de produse, deschideri de

magazine și altele asemenea, precum și orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artisanale sau liber-profesionale având ca scop promovarea vânzării de bunuri și servicii, de drepturi și obligații;

- s) **publicitate luminoasă** – publicitate realizată prin corpuri luminoase, afișe sau panouri luminate printr-o sursă de lumină amplasată astfel încât să asigure iluminarea afișului, panoului ori corpului publicitar;
- t) **publicitate pe vehicule**- publicitate realizată prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau vopsirea vehiculelor în scopuri publicitare;
- u) **publicitate stradală (outdoor)** – publicitate efectuată în spații deschise, în exteriorul clădirilor;
- v) **rooftop** - mijloc de publicitate amplasat pe acoperișul, respectiv terasa unei clădiri;
- w) **publicitate temporară** – publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestații culturale sau sportive, precum și pentru acțiuni de promovare de produse sau activități, deci pe o perioadă determinată/ limitată de timp;
- x) **reclamă publicitară (reclamele sonore sunt interzise)** - activitate prin care o persoană fizică sau juridică promovează un brand, marcă, serviciu, informație utilă, activitate, produs, idee, folosind mijloace de promovare cunoscute în scopul de a convinge, a face cunoscut sau a atenționa publicul larg;
- y) **steag publicitar** - piesă de stofă, pânză sau material plastic atașată la un suport lance, catarg sau stâlp, purtând culori, embleme, simboluri sau mesaje publicitare care prin elementele sale structurale este capabilă să preia singur anumite sarcini, fără elemente structurale ajutătoare; În aceeași categorie se includ bannerul vertical, caseta luminoasă, tăblița indicatoare, posterul digital/electronic, toate de mici dimensiuni, fixate prin prinderi speciale pe clădiri, stâlpi și altele asemenea;
- z) **structură de publicitate autoportantă** - cadru suport amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate, pe care sunt dispuse fețe realizate din materiale ușoare de tip mesh, plasă fină, pânză și altele asemenea, pe care se află imprimare reclame și mesaje publicitare;
- aa) **totem** - structură constructivă sub formă de coloană inscripționată cu texte și grafice sau sub formă de piloni ce susțin elemente structurale, prin care o persoană identifică activitatea în imediata apropiere a punctului de lucru.
- bb) **zonele de publicitate** – anexa 1 și anexa 2, cu **zonele de publicitate restrânse (ZR1 și ZR2)** și **zona de publicitate lărgită (ZL)**.
 - **Zonele de publicitate restrânsă:** sunt zone în care se instituie restricții speciale și sunt permise doar anumite mijloace publicitare, care prin dimensiuni, formă sau amplasare să nu altereze caracteristicile arhitecturale și ambientale ale zonei. Se delimitează două subzone de reglementare cu publicitate restrânsă: **ZR1** - zona de publicitate restrânsă cu maximă restricție și **ZR2** – zona în care se impun restricții speciale.
 - **Zona de publicitate lărgită ZRL** - alcătuită din teritoriul municipiului Constanța cu excepția zonelor ZR1 și ZR2, în care sunt permise toate mijloacele de publicitate cu încadrare în prevederile prezentului regulament.

(2) Toate mijloacele de publicitate enumerate cu următoarele indicative pot exista și în formatul lor digital/electronic: e), f), h), i), j), m), o), p), s), u), v), y), aa). Modalitatea de implementare trebuie să aibă în vedere și existența unui software și platformă suport pentru publicarea în regim imediat de materiale informative, educative sau de interes public venite din partea autorităților locale sau naționale.

(3) Mijloacele de publicitate se clasifică după modul de autorizare/ avizare, după cum urmează:

a) Mijloace de publicitate pentru a căror amplasare este necesară obținerea **autorizației de construire**: firme, panouri publicitare, ecrane publicitare, mesh-uri, indicatoare publicitare direcționale, city light, totem, copertine, chioșcuri pentru presă

b) Mijloace de publicitate pentru a căror amplasare este necesară obținerea **avizului arhitectului șef**: firma inscripționată pe vitrine, steag publicitar, corturi, panouri publicitare amplasate la sol sau pe acoperișul imobilelor, meshul simplu și digital

c) Mijloace de publicitate pentru a căror amplasare este necesară obținerea **autorizație de funcționare pentru desfășurare de activități economice cu caracter temporar**: bannere, afișe, postere publicitare, structură publicitară autoportantă, indicatoare publicitare, steagurile publicitare, proiecte publicitare speciale, panou publicitar mobil, publicitate pe vehicule, autocolant, caravan publicitară, distribuire flyere, corturi.

(4) Autorizarea mijloacelor de publicitate

- a) Certificatul de urbanism – este actul de informare, prin care solicitantului i se fac cunoscute condițiile necesare autorizării, inclusiv lista avizelor și acordurilor. Se va depune conform Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construire cu modificările și completările ulterioare.
- b) Avize necesare conform certificatului de urbanism, conform **Anexa 5**
- c) 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). Se va depune conform Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construire cu modificările și completările ulterioare.
- d) Documentația necesară pentru emiterea autorizației de construire a firmelor va cuprinde în mod obligatoriu planul cu reprezentarea grafică a întregii fațade a imobilului, unde vor fi prezentate detaliate toate elementele prezente (arhitecturale, alte firme, inscripții, firide de bransament la utilități, etc.) respectiv cele propuse a fi autorizate.
- e) În zonele construite protejate, autorizarea lucrărilor se va face cu obținerea în prealabil a Avizului Direcției Județene de Cultură și Patrimoniu construit (D.J.C.C.P.C.) care poate impune restricționări suplimentare în situații particulare, atipice.

(5) Avizarea mijloacelor de publicitate pentru publicitate temporară este actul care permite amplasarea sistemelor publicitare folosite ca mesaj în cadrul unor campanii publicitare pentru activitățile de promovare pe termen scurt, care se desfășoară pe domeniul public sau privat (festivaluri, târguri, expoziții, lansări de produse, distribuiri de mostre și tipărituri, manifestări cu ocazia unor evenimente speciale cu caracter social, politic, cultural – distractiv, comercial, turistic, sportiv, etc.), având structuri autoportante, strict pe perioada campaniilor. Se eliberează solicitantului (orice persoană fizică sau juridică) în baza unei documentații compuse conform **Anexa 5**. Avizul arhitectului șef este actul tehnic care permite amplasarea firmelor inscripționate pe vitrinele/ușile de acces; steagurilor publicitare, mijloacelor publicitare mobile pliante, tip “pancartă” (cu ocazia diverselor evenimente sau manifestații). Se eliberează solicitantului (orice persoană fizică sau juridică) în baza unei documentații compuse din: cerere tip, copie act înregistrare firmă; copie după extrasul de carte funciară al imobilului; copie contract de închiriere/ comodat; plan de încadrare în zonă, ortofotoplan; planul de situație pe care va fi marcat vizibil locul de amplasare al mijlocului de publicitate, cotat față de repere fixe identificabile, ortofotoplan; grafica construcției ce urmează a fi amplasată din care să rezulte culorile folosite, dimensiunile, documentul de plată pentru eliberarea avizului arhitectului șef.

Capitolul II

Aprobarea executării 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) În autorizația de construire, emitentul autorizației va preciza caracterul provizoriu al construcției, precum și durata de autorizare a suportului construcției mijlocului de publicitate.

(3) Mijloacele de publicitate amplasate pe schelele montate pe fațadele construcțiilor noi, aflate în diferite faze de execuție, sau ale celor existente, aflate în reparație, ori pe elementele de împrejmuire a șantierului, inclusiv pe utilajele folosite la lucrările de construcție, se autorizează odată cu autorizarea organizării de șantier și este valabilă pe toată durata existenței acesteia.

(4) 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.

ART. 5

(1) În cazul expirării termenului de autorizare provizorie a construcției publicitare, conform prevederilor [art. 4 alin. \(2\)](#), iar acest termen nu a fost prelungit, proprietarul suportului publicitar și cel al imobilului, pe care este amplasată construcția-suport, sunt obligați, sub sancțiunea legii, să desființeze construcția-suport pentru mijlocul de publicitate și să aducă imobilul la starea inițială, pe cheltuielă proprie.

(2) Dacă până la data expirării termenului de autorizare sau a termenului de prelungire a autorizării, după caz, mijlocul de publicitate amplasat provizoriu nu este desființat, în termen de cel mult 30 de zile primarul 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.

(3) Cheltuielile rezultate ca urmare a acțiunilor prevăzute la [alin. \(2\)](#) sunt în sarcina proprietarului construcției și vor fi recuperate ulterior de la acesta, în condițiile legii.

(4) Sistemele de ancoraj ale mijloacelor de publicitate amplasate pe construcții existente sunt supuse inspecțiilor obligatorii privind urmărirea comportării în timp a construcțiilor pentru care, periodic, dar nu mai puțin de o dată la 2 ani, un specialist tehnic atestat ca expert pentru cerința rezistență mecanică și stabilitate va întocmi un raport tehnic de inspecție care, prin grija proprietarului, va fi comunicat inspectoratului județean în construcții în a cărei arie teritorială este situată construcția, din care să rezulte faptul că menținerea utilizării acestora nu prezintă un grad de pericol public datorat factorilor de risc naturali, fenomene meteorologice periculoase, seisme și altele, care să poată genera consecințe grave:

pierderi de vieți omenești, vătămare gravă a integrității corporale ori a sănătății uneia sau mai multor persoane, distrugerea totală sau parțială a unor bunuri ori alte consecințe deosebit de grave care, potrivit dispozițiilor [art. 35 din Legea nr. 10/1995](#) privind calitatea în construcții, republicată, pot constitui infracțiuni.

ART. 6

În cazul amplasării mijloacelor de publicitate temporare pe pământ, care nu necesită fundații, în cadrul unor campanii publicitare și/sau activități de promovare ce nu depășesc 30 de zile și care se desfășoară pe domeniul public sau privat al statului și/sau al unităților administrativ-teritoriale ori pe proprietatea privată a persoanelor fizice și/sau juridice, în condițiile prezentei legi, autoritatea administrației publice locale poate aproba, la cererea solicitanților, amplasarea unor astfel de mijloace de publicitate temporară.

ART. 7

(1) Aprobarea pentru construcția mijlocului de publicitate temporară, potrivit dispozițiilor [art. 6](#), se poate da pentru o perioadă de cel mult 30 de zile și poate fi prelungită doar o singură dată, la cererea solicitantului, pentru o perioadă cel mult egală cu cea aprobată inițial.

(2) La expirarea perioadei de aprobare a mijlocului de publicitate temporară, solicitantul are obligația de a desființa construcția și de a aduce amplasamentul pe care a fost montată aceasta la starea lui inițială; în caz contrar primarul va proceda potrivit prevederilor [art. 5 alin. \(2\)](#).

Capitolul III

Reguli generale privind stabilirea zonelor de publicitate (anexa 1 și 2)

ART. 8

(1) Delimitarea în cadrul teritoriului administrativ al municipiului Constanța, a zonelor de publicitate lărgită și, respectiv, a zonelor de publicitate restrânsă, se realizează în corelare cu documentațiile de urbanism aprobate (Planul Urbanistic General al Municipiului Constanța, Plan Urbanistic de Detaliu Stațiunea Mamaia, Plan Urbanistic de Detaliu Satul de Vacanță, etc.), cu Lista monumentelor istorice aprobată prin O.M.C. nr. 2.828/24.12.2015 pentru modificarea anexei nr.1 și 2 la Ordinul ministrului culturii și cultelor nr.2.314/2004 și cu legislația în vigoare specifică privind protejarea monumentelor istorice, monumentele de for public, peisajelor naturale (siturile istorice, monumentele istorice, clădirile și ansamblurile cu valoare ambientală, zonele de protecție ale monumentelor istorice, monumentele naturii, zonele de protecție ale obiectivelor cu valoare arhitecturală și/sau ambientală deosebită).

(2) Pe raza municipiului Constanța, se delimitează zonele de publicitate conform:

- **zonele de publicitate restrânsă (ZR1, ZR2):**

- a) **ZR1 ultracentrală** în care se impun restricții severe;

- Din ZR1 fac parte: „Zona Peninsulară Constanța”, „Zona Comercială Centrală”, „Zona de protecție Hotel Rex” - stațiunea Mamaia, „Zona de protecție Vila Regală” - stațiunea

Mamaia, „Zona de protecție Cazinoul Mamaia” - stațiunea Mamaia, „Zona Sat Vacanță”, precum și din următoarele imobile situate în afara siturilor urbane enumerate mai sus, după cum urmează:

- o construcțiile supraterane reprezentând monumente istorice clasate sau aflate în procedură de clasare potrivit legii, (clădirile și monumentele de for public) și zona lor de protecție. Până la delimitarea prin studii de specialitate a zonelor de protecție a valorilor de patrimoniu cultural, se consideră zone de protecție a monumentelor istorice suprafața delimitată cu o rază de 100 metri, măsurată de la limita exterioară a terenurilor aferente monumentelor istorice, de jur-împrejurul acestora;
- o monumentele de for public și zonele lor de protecție (așa cum sunt definite în *Legea nr. 120/2006 a monumentelor de for public*);
- o parcuri și grădini (așa cum sunt definite în *Legea nr. 24/2007 privind reglementarea și administrarea spațiilor verzi din intravilanul localităților*)
De exemplu: Parc Tăbăcărie, Parc Teatru, Parc Tomis II, Parc Gară și spațiul verde învecinat, Parc Casa de Cultură, Parc Poarta 6, Parc Arheologic Primărie, Parc Carol I, Parc Piața Farului, Parc Procuratură, Parc Dragoslavele, Parcul Viitorului, Parcul Rotterdam, Zona Pod 3-300, Scuar Tribunal, Piața Ovidiu, Promenadă Faleză Cazino, Promenadă Stațiunea Mamaia;
- o lacurile cu zonele lor de protecție de 5 metri.

b) ZR2 în care se impun restricții speciale;

Din ZR2 fac parte: situl urban „Zona cartierul românesc” (cod CT-II-s-B-02832 și cod CT-II-s-B-02811 – LMI); sit urban cod CT-II-s-B-02842- LMI ce constituie a doua etapă de dezvoltare a orașului modern, precum și clădirile și ansamblurile cu valoare arhitecturală, ambientală și memorială, după cum urmează:

- o zona de coastă, așa cum este stabilită în HCL nr.292/2005 privind aprobarea Planului Urbanistic Zonal - Zona de coastă a Mării Negre - Etapa I- Creșterea atractivității turistice a falezii Tomis- Mamaia, municipiul Constanța;
- o arterele principale de circulație - În Planul de Mobilitate Urbană Durabilă Polul de creștere Constanța sunt stabilite arterele principale de circulație: Bulevardul Tomis (partea E60), Bulevardul Mamaia, Bulevardul Alexandru Lăpușeanu/ Bulevardul 1 Decembrie 1918/ Bulevardul 1 Mai (E60/ DN39), Bulevardul I.C. Brătianu (DN3), Bulevardul Aurel Vlaicu (E87/ DN3C/ DC86), Bulevardul Ferdinand, Strada Mircea cel Bătrân, Strada Soveja, Strada Dezrobirii, Strada Baba Novac.
Din ZR2 fac excepție monumentele istorice și monumentele de for public care au restricții aferente zonei ZR1.

- **zona de publicitate lărgită (ZRL)** alcătuită din teritoriul municipiului Constanța cu excepția zonelor ZR1 și ZR2.

Prezentul regulament local de publicitate stabilește, pe zone, atât amplasamentele, categoriile de mijloace de publicitate admise pe zonele respective (Anexa 3 – tabel - tipuri mijloace publicitare – definire - condiții de amplasare).

ART. 9

- (1) **Zonele de publicitate restrânsă ZR1 și ZR2** sunt acele zone situate în municipiul Constanța în care se impun restricții speciale sau/și sunt permise numai anumite categorii de mijloace de publicitate.
- (2) Categoriile de mijloace de publicitate permise conform alin. (1) sunt stabilite prin prezentul regulament local de publicitate, astfel încât prin dimensiuni, formă sau amplasare să nu deprecieze calitativ caracteristicile arhitecturale și ambientale ale zonei – imaginea urbană generală și specifică, după formă și funcție.
- (3) Zonele de publicitate restrânsă sunt, dar fără a se limita la acestea: zonele construite protejate stabilite prin documentațiile de urbanism aprobate în condițiile legii, centrul istoric al municipiului Constanța, precum și zonele de protecție ale monumentelor istorice, monumentelor de for public și/sau monumentelor naturii, zonele de protecție ale obiectivelor cu valoare arhitecturală și/sau ambientală deosebită.
- (4) În cadrul zonelor de publicitate restrânsă pot fi delimitate spații în care este interzisă amplasarea mijloacelor de publicitate, cu excepția firmelor. În aceste spații, forma și dimensiunea firmelor vor fi avizate de către arhitectul șef și/sau persoana cu atribuții de urbanism din cadrul unității administrativ-teritoriale

ART.10

- (1) **Zonele de publicitate lărgită** sunt zone în care pot fi amplasate toate categoriile de mijloace de publicitate, în condițiile prezentului regulament local de publicitate și ale legislației în vigoare.
- (2) Pentru zonele de publicitate lărgită, potrivit regulamentului local de publicitate, se va asigura, prin autorizațiile de construire emise și/ sau avizele date, coerența imaginii urbane.

ART. 11

- (1) Concesionarea, închirierea sau asocierea în participație a amplasamentelor și a mijloacelor de publicitate se va face de către municipiul Constanța în condițiile legii și ale prezentului regulament local de publicitate.
- (2) Organizarea procedurii privind atribuirea prin concesionare, închiriere sau asociere în participație a amplasamentelor și mijloacelor de publicitate stabilite prin regulamentul locale de publicitate, pe zone de publicitate și/sau tipuri de mijloace de publicitate se va face cu respectarea procedurilor legale privind atribuirea contractelor de achiziție publică.
- (3) Procedura de concesionare, închiriere sau asociere în participație a spațiilor comerciale în condițiile alin. (1) și (2) va prevedea în mod obligatoriu, în caietele de sarcini, obligația ofertanților declarați câștigători de a asigura accesul nediscriminatoriu al tuturor operatorilor de publicitate la utilizarea amplasamentelor stabilite prin regulamentul local de publicitate.

ART.12

- (1) Amplasamentele și mijloacele publicitare, care vor fi supuse procedurii privind atribuirea prin concesionare, închiriere sau asociere în participație cu respectarea procedurii legale privind atribuirea contractelor de achiziție publică sunt următoarele:
 - Panourile publicitare de mari dimensiuni cu suprafața mai mică de 36 mp
 - Panourile publicitare de mici dimensiuni cu suprafața mai mică de 2,2 mp

- Postere digitale de mici dimensiuni pe stâlpi – care să îndeplinească rolul de steag și panou direțional în format digital/electronic
 - Coloane port afiș
 - Mobilier urban - stații pentru transportul în comun, coloane/ cilindri publicitari
 - Publicitatea pe mijloace de transport în comun, atât prin colantare direct cât și prin amplasarea sau montarea unor suporturi special dedicate, pentru format print sau digital/electronic
- (2) Numărul amplasamentelor pentru fiecare mijloc de publicitate supus procedurii de atribuire va fi hotărât prin HCL.
- (3) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1) mijloacele publicitare amplasate în interiorul incintelor centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale, calcanele, fațadele sau terasele imobilelor astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare, cu condiția să nu afecteze vizibilitatea circulației rutiere.
- (4) Amplasamentele și mijloacele publicitare, care nu vor fi supuse procedurii privind atribuirea prin concesiune, închiriere sau asociere în participați:
- Steaguri tip velă;
 - Panouri mobile de mici dimensiuni;
 - Proiecte publicitare speciale
 - Totemul publicitar în imediata apropiere a punctului de lucru
 - Amplasamentele destinate publicității temporare pe pământ care nu necesită fundații în cadrul unor campanii publicitare și sau activități de promovare care nu depășesc 30 zile.

Capitolul IV

Reguli generale privind amplasarea mijloacelor de publicitate

ART. 13

Amplasarea mijloacelor de publicitate se poate face atât pe domeniul public sau privat al statului și al unităților administrativ-teritoriale, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, cu acordul acestora și cu respectarea prevederilor legale.

(2) Pe întreaga perioadă de valabilitate a autorizării construcțiilor-suport pentru mijloacele de publicitate, indiferent de regimul de proprietate al imobilelor sau terenurilor pe care acestea sunt amplasate, proprietarul construcției-suport are obligația afișării permanente de materiale publicitare.

(3) În situația în care proprietarul construcției-suport pentru mijloace de publicitate nu are contracte de publicitate în derulare, va afișa materiale privind propria activitate sau materiale privind campanii educaționale, umanitare, sociale, culturale de interes public.

(4) Primarul este obligat să ceară proprietarului mijlocului de publicitate desființarea construcției-suport pentru mijlocul de publicitate, atunci când constată lipsa afișării materialelor publicitare pe o perioadă mai mare de 60 de zile.

ART. 14

Mijloacele de publicitate care se amplasează în zona drumurilor publice se autorizează și se execută cu respectarea prevederilor actelor normative în vigoare privind regimul drumurilor și circulația pe drumurile publice, ale normelor tehnice privind proiectarea și amplasarea construcțiilor, instalațiilor și panourilor de publicitate în zona drumurilor, pe poduri, pasaje, viaducte și tuneluri rutiere, precum și ale legislației ce reglementează domeniul public și regimul proprietății.

ART.15

Amplasarea mijloacelor de publicitate este **interzisă** în următoarele situații:

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

- a)** în ariile naturale protejate de interes național și internațional, cu excepția intravilanțelor incluse în acestea;
- b)** în spații verzi cu caracter ornamental sau cu valoare deosebită;
- c)** în locurile de joacă sau locurile de odihnă situate în zona blocurilor de locuințe colective;
- d)** pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților administrației publice locale și centrale, precum și ale instituțiilor publice, cu excepția afișajelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul sediilor;
- e)** pe arbori;
- f)** pe zona carosabilă a străzilor și a drumurilor, indiferent de categoria acestora;
- g)** pe obiectele de artă monumentală și monumentele de for public;
- h)** pe monumentele istorice, 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 prezentei legi;
- i)** pe clădirile aflate în stare avansată de deteriorare, în situația în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de rezistență și/sau stabilitatea și integritatea elementelor constructive și decorative ale anvelopei clădirii; se vor putea amplasa mijloace de publicitate, în condițiile prezentului regulament, numai după reabilitarea și refacerea imobilului;
- j)** în incinta și pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcașurilor de cult, troițelor, scuarurilor, parcurilor și grădinilor publice;
- k)** în zonele în care a fost restricționată sau interzisă publicitatea prin Regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate;
- l)** în interiorul intersecțiilor și al sensurilor giratorii, în spațiul destinat circulației autovehiculelor și semnalizării rutiere, în zone în care desfășurarea în condiții normale a traficului ar putea fi perturbată;
- m)** pe parapetele și/sau pereții pasajelor rutiere subterane și supraterane ori sub poduri;
- n)** pe semnele de circulație, inclusiv pe stâlpii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație, pe stâlpii de alimentare cu energie electrică, pe stâlpii de telecomunicații sau orice alt tip de stâlpi amplasați în localități sau de-a lungul arterelor de circulație;
- o)** în zona de protecție a autostrăzilor, pe benzile metalice de delimitare a sensurilor de circulație a autostrăzilor sau drumurilor naționale expres, precum și pe benzile laterale de protecție a sensurilor de circulație;
- p)** pe lucrările de artă care traversează drumul, pe portale cu semnalizare rutieră sau în soluții independente autoportante în traversarea drumului.

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

(3) Se interzic amplasarea și utilizarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică, cu excepția vehiculelor publicitare utilizate în condițiile prezentei legi.

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

(5) Atunci când, pe fațada sau calcanul unei clădiri, pot fi amplasate mai multe mijloace de publicitate, cu excepția firmelor, acestea vor fi realizate unitar, ca tip, dimensiune și încadrare simetrică, pe fațada sau calcanul clădirii.

ART. 16

Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate la o distanță mai mică de 2,00 metri față de limita de proprietate a imobilelor sau terenurilor private ale persoanelor fizice și/sau juridice, fără acordul scris al proprietarilor, și numai dacă, prin această amplasare, nu se afectează accesul și utilizarea fără îngrijire a proprietății și/sau nu se estompează în niciun fel vizibilitatea din și înspre proprietate.

ART. 17

(1) În scopul asigurării siguranței cetățenilor și integrității bunurilor, operatorii de publicitate 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.

Capitolul V

Reguli specifice pentru categoriile de mijloace de publicitate

SECȚIUNEA 1

Reguli generale privind amplasarea firmelor

ART. 17

(1) **Categorii de firme:**

- a) Firme aferente activităților de comerț en detail;
- b) Firme aferente activităților de alimentație publică;
- c) Firme aferente serviciilor cu acces public;
- d) Firme aferente serviciilor profesionale;
- e) Firme aferente serviciilor manufacturiere;
- f) Firme aferente instituțiilor publice sau de interes public;
- g) Firme aferente societăților comerciale.

(2) **Reguli privind amplasarea firmelor în zonele de publicitate restrânsă ZR1, ZR2:**

- a) În **zona de publicitate restrânsă ZR1, ZR2** - definită conform *anexelor 1 și 2*, firmele vor fi amplasate astfel:

- perpendicular pe fațadă, cu sistem de prindere în consolă în concordanță cu stilul arhitectural al clădirii; ieșite în consolă maxim 0,60 metri, fără a depăși suprafața de 0,50 metri pătrați în ZR1 și maxim 0,90 metri în ZR2, la o înălțime de minim 3,00 metri de la cota trotuarului și fără afectarea vizuală a suprafețelor vitrate;
- în planul fațadei: simple, luminoase sau iluminate arhitectural, care să se integreze cu elementele stilistice din arhitectura imobilului (materiale, forme, culori, etc.), să nu acopere elementele decorative ale fațadei, să fie amplasate corelat cu poziția fațadei și cu poziția firmelor de pe clădirile învecinate, iar în documentația de autorizare se va prezenta fotomontaj cu desfășurarea stradală în care va fi inclusă propunerea în contextul existent. În situațiile în care arhitectura clădirilor include elemente constructive dedicate firmelor, acestea se vor utiliza ca atare; standarde de marcă (brand) nu pot constitui pretexte pentru nerespectarea prezentului regulament.

ART. 18

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

- a) pe clădirile de locuit având spații cu altă destinație la parter sau mezanin, se amplasează numai pe porțiunea de fațadă corespunzătoare acestor spații sau pe parapetul plin și continuu al primului etaj, unde este cazul, cu acordul proprietarilor;
- b) firmele în consolă se amplasează la o înălțime minimă de 2.50 metri de la nivelul trotuarului. Față de planul vertical al fațadei, firmele vor putea ieși în consolă dar păstrând o distanță de minimum 1,20 m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de limita interioară a plantației de aliniament;
- c) copertinele pe care se inscripționează o firmă vor fi amplasate la minimum 2.50 metri înălțime față de nivelul trotuarului și vor ieși din planul fațadei maximum 1,50 metri; ele vor păstra o distanță de minimum 1,00 metru față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de limita interioară a plantației de aliniament; În ZR1 și ZR2, pentru copertine, parasolare, umbrele se vor îndeplini următoarele condiții: vor avea culori pastelate, deschise, fiind interzise culorile vii și contrastante; se va folosi un singur însemn publicitar discret, pe maxim 10% din suprafața fiecăreia în parte. Se interzice împrejmuirea teraselor cu panouri publicitare.
- d) este interzisă amplasarea firmelor pe aticul clădirilor ce cuprind locuințe colective (unități locative).
- e) firmele nu vor depăși dimensiunile elementelor constructive-suport;
- f) în cazul apartamentelor în care se derulează activități cu caracter temporar situate în clădiri de locuințe colective (unități locative), firmele aferente se amplasează la parterul clădirii, cu acordul proprietarilor afectați, conform legislației.

(2) Reglementări generale

- a) firmele, ca elemente importante în definirea imaginii urbane, vor avea un design de bună calitate și vor fi realizate obligatoriu din materiale durabile ce nu sunt supuse deteriorării sub acțiunea factorilor externi, condițiilor meteorologice etc.;
- b) 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 și expresia arhitecturală a clădirii. Se interzice amplasarea acestora pe elemente proeminente ale fațadelor (balcoane, logii, console, ancadramente, cornișe profilate, etc.), pe porțile de

- acces în imobile, pe ferestre; În situațiile în care arhitectura clădirilor include elemente constructive dedicate firmelor, cu o anumită specificitate, acestea se vor utiliza ca atare;
- c) amplasarea firmelor se face numai pe porțiunea de fațadă din care face parte spațiul în care se desfășoară activitatea, de regulă simetric deasupra accesului, fără a depăși suprafața stratului suport de prindere
 - d) pentru activități ce nu ocupă spații adiacente fațadei, la parterul imobilelor, pot fi dispuse doar firme sub forma unor plăci gravate/ inscripționate, cu suprafața maximă de 1,20 metri pătrați, 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 se vor aranja ordonat pe panouri transparente de aceeași dimensiune, în zona accesului în clădire: încadrate pe elementul de arhitectură;
 - e) 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 împrejuririi;
 - f) în situația în care agenții economici, persoane fizice sau juridice, doresc sau sunt obligați prin legislația specifică activității, să fie împiedicată vizualizarea prin suprafețele vitrate, a activităților care se desfășoară în locația respectivă, se recomandă folosirea sticlei sablate sau acoperirea sticlei cu folie imitație de sticlă sablată
 - g) firmele tip „totem” se pot amplasa numai în zona/dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității, fără a perturba activitatea altor operatori economici, și profilul transversal al străzii permite circulația fluentă atât pietonal cât și rutier, și nu vor folosi în alcătuirea lor lumina intermitentă;
 - h) la montarea/demontarea firmelor, proprietarii acestora au obligația să aducă fațada clădirii la starea inițială, prin înlăturarea amprentelor firmelor și reparații ale zonei de montare, inclusiv rezugrăvirea locală și readucerea la aspectul inițial, pe cheltuială proprie.
- (3) În cazul firmelor iluminate, reflectoarele se vor amplasa astfel încât să asigure o iluminare uniformă, care să pună în valoare clădirea și care să nu deranjeze traficul auto și pietonal, reflectoarele fiind mascate (nu vor fi vizibile) de elemente ale construcției sau firmei. Firmele iluminate vor fi amplasate la minimum 3,00 m de la nivelul solului. Firmele iluminate amplasate la mai puțin de 30 m de semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora și nici lumină intermitentă.
- (4) În zonele arterelor comerciale, Cazino Mamaia, Peninsula, promenade, firmele aferente activităților comerciale comerț/alimentație publică trebuie să aibă un caracter unitar care să respecte arhitectura zonei și specificul acesteia.
- (5) Copertinele, umbrelele, parasolarele sau alte asemenea, structuri amplasate pentru protecția vitrinelor și teraselor din ZR1, ZR2 vor avea culori pastelate, deschise, fiind interzise culorile vii și contrastante. Se va folosi un singur însemn publicitar discret, pe maxim 10% din suprafața fiecăreia în parte.
- (6) Vitrine:
- a) ca elemente importante în definirea imaginii urbane, vitrinele vor beneficia de un design adaptat arhitecturii imobilelor;
 - b) autocolantele pe vitrine nu vor acoperi mai mult de 25% din suprafața vitrată
 - c) la clădirile cu mai multe vitrine, intervențiile asupra acestora vor urmări conservarea / refacerea unității expresiei arhitecturale;
 - d) pentru vitrinele aferente unor spații în interiorul cărora vederea din spațiul public nu este dezirabilă, se va amplasa un ecran translucid la minimum 30 cm de la suprafața sticlei, iar interspațiul rezultat se va utiliza pentru expunere sau se va amenaja (cu plante, flori, etc.) în funcție de specificul activității;

- e) 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 oricăror elemente - obiecte, materiale, coroane, etc., legate de specificul acestor activități e interzisă pe fațadă, scări de acces și pe domeniul public. 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.
- f) Este permisă amplasarea ecranelor digitale/electronice, la interiorul spațiului, cu vizibilitate de la exterior, fără a fi necesară avizare din partea autorităților, în condițiile prezentului regulament.

ART. 19

- (1) Amplasarea firmelor și copertinelor inscripționate se autorizează în condițiile art. 4;
- (2) Prin excepție de la prevederile alin. (1), autorizația de construire nu este necesară în cazul firmelor inscripționate pe vitrinele și ușile de acces, în condițiile prezentului regulament;
- (3) Firmele inscripționate pe vitrinele/ușile de acces se vor amplasa în baza avizului emis de către arhitectul șef
- (4) Se acceptă inscripționarea, prin mătuire a geamurilor, cu denumirea societății/ brandului;
- (5) Achitarea taxelor către bugetul local al municipiului Constanța aferente materialelor publicitare prevăzute la alin. (3) se va face în conformitate cu legislația în vigoare;

ART. 20

- (1) Pe fațada spațiilor comerciale de la parterul imobilelor de locuit (unități locative) se pot amplasa, alături de firme, și alte mijloace de publicitate, cu acordul proprietarilor și cu respectarea prezentului regulament;
- (2) Publicitatea amplasată pe fațada unui spațiu comercial se va diferenția față de firmă prin culoare, formă sau dimensiune, păstrându-se unitatea în amenajarea fațadei/spațiului respectiv și studiindu-se încadrarea ansamblului la nivelul fațadei.

ART. 21

- (1) În cazul firmelor iluminate, reflectoarele se vor amplasa astfel încât să asigure o iluminare uniformă, care să pună în valoare clădirea și care să nu deranjeze traficul auto și pietonal, reflectoarele fiind mascate de elemente ale construcției sau firmei.
- (2) Firmele iluminate vor fi amplasate la minimum 3,00 m de la nivelul solului.
- (3) Firmele iluminate amplasate la mai puțin de 30 m de semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora și nici lumină intermitentă.

SECȚIUNEA a 2-a

Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase

în format print sau digital/electronic

ART. 22

- 1) Este interzisă amplasarea oricărui mijloc de publicitate pe stâlpii de telecomunicații din lemn și/sau pe cei special destinați susținerii semafoarelor.

(2) Este permisă amplasarea de mijloace publicitare pe stâlpii de iluminat, pe stâlpii special construiți pentru susținerea de cabluri de alimentare electrică a rețelei de transport în comun și/sau pe alți stâlpi ce permit amplasarea de mijloace publicitare, numai cu avizul autorității administrației publice locale și avizul deținătorului/proprietarului sau administratorului stâlpului.

ART. 23

(1) Pot fi amplasate panouri publicitare și publicitate luminoasă 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.

(2) Pot fi amplasate ecrane publicitare care să fie dotate cu sisteme care să permită modificarea intensității luminilor, pe calcane, 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 și de asemenea, prin intensitatea luminii și frecvența succedării imaginilor derulate, să nu existe riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate, în acest sens fiind obligatoriu avizul emis de poliția rutieră.

(3) Proprietarii ecranelor publicitare amplasate potrivit [alin. \(2\)](#) sunt obligați ca, pe timp de noapte, să reducă intensitatea luminii acestor mijloace de publicitate cu 35%.

(4) Amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase pe clădiri se autorizează numai în baza unei expertize tehnice elaborate în condițiile legii de către experți tehnici atestați, precum și a documentației tehnice pentru autorizare, verificată de verificatori de proiecte atestați pentru cerințele esențiale de calitate „rezistență mecanică și stabilitate“, „siguranță în exploatare“ și „securitate la incendiu“, prevăzute de legislația în vigoare privind calitatea în construcții.

(5) Verificarea construcției cu privire la respectarea cerințelor esențiale de calitate prevăzute la [alin. \(4\)](#) se realizează prin reexpertizare tehnică, la fiecare 10 ani de la data emiterii autorizației de construire pentru amplasarea structurii publicitare, sau ca urmare a acțiunilor factorilor de risc naturali/ antropici asupra construcției/elementului constructiv care susține structura publicitară.

(6) Panourile publicitare amplasate pe calcanele sau fațadele clădirilor nu vor depăși limitele acestora, cu obligația acoperirii a minimum 60% din suprafață, în situația calcanelor.

ART. 24

(1) Proprietarii ecranelor publicitare au obligația transmiterii de informații de interes public și local, precum și informații de interes pentru populație în cazul unor situații de urgență.

(2) Conținutul și modul de transmitere a informațiilor vor fi stabilite prin protocol încheiat între proprietarii ecranelor publicitare și autoritățile administrației publice locale, respectiv alte instituții abilitate ale statului.

(3) În cazul construcțiilor-suport pentru mijloace de publicitate, indiferent de regimul de proprietate al imobilelor pe care sunt amplasate, este obligatorie afișarea de materiale publicitare pe întreaga perioadă de menținere în amplasament a acestora.

(4) În situația în care proprietarul construcției-suport pentru mijloace de publicitate nu are contracte de publicitate în derulare, va amenaja obligatoriu suprafețele de expunere:

- cu materiale privind propria activitate
- cu materiale privind campanii educaționale, umanitare, sociale, culturale, de interes public, sau cu conținut informativ privind monumente istorice sau zone de interes turistic din municipiul Constanța, materiale ce se vor realiza de către operatorii de publicitate prin efort propriu și programate, în cazul formatelor digitale/electronice, prin intermediul unui software adaptat și cu accesul Primăriei la platforma de conținut pentru programare
- în cazul în care conținutul informativ al acestora va fi pus la dispoziție de către Primăria municipiului Constanța în acest caz nu se datorează taxa pentru afișaj; în situația în care Primăria municipiului Constanța solicită afișarea acestor materiale pentru o perioadă de cel puțin 45 zile, fără întreruperi, atunci va suporta costul acestora din bugetul propriu.

ART. 25

- (1) În situația amplasării pe terasele sau acoperișurile construcțiilor, panourile publicitare, ecranele și publicitatea luminoasă 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.

ART.26

- (1) Pe stâlpii de iluminat public pe care nu sunt amplasate semnalizări rutiere și indicatoare de circulație se pot amplasa panouri peste cota minimă de +4,00 m de la sol.
- (2) Pe un stâlp se pot amplasa maximum un (1) mijloc publicitar.

ART.27

- (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, cu respectarea prevederilor prezentei legi.
- (2) Ecranele publicitare amplasate pe sol trebuie să respecte condițiile tehnice referitoare la luminozitate și frecvența succedării imaginilor derulate pentru a nu exista riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate, fiind necesare un aviz de la poliția rutieră și respectarea condițiilor tehnice prevăzute la [art. 23 alin. \(2\)](#) și [\(3\)](#).
- (3) Panourile publicitare, indiferent de tipul de proprietate pe care au fost montate, vor fi amplasate astfel încât proiecția la sol a acestora să fie în totalitate în interiorul proprietății pe care au fost autorizate.

ART. 28

- (1) Amplasarea panourilor/ecranelor publicitare se face numai după obținerea autorizației de construire, emisă în conformitate cu prevederile legale în vigoare.
- (2) Pe străzile de categoria I, II și III conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, se pot amplasa panouri/ecrane publicitare cu respectarea legii și a prezentului regulament de publicitate, cu următoarele condiții:
- a) Pe stâlpi sunt admise panourile / posterele digitale/electronice/ cu funcționalități de direcționare sau steag cu dimensiunile admise de maxim 0,8m lățime x 1.25m înălțime; se

- amplasează pe stâlpi, la o distanță de cel puțin 25,00 metri între panouri (succesiune/cascada pe sens de panouri)
- b) Panourile/ecranele de mici dimensiuni, respectiv cu suprafață maximă de 2,20 mp, se amplasează la o distanță de cel puțin 40,00 metri pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri);
 - c) Panourile/ecranele de mari dimensiuni, respective cu suprafață maximă de 12mp și dimensiunile maxime admise de 3,20m lățime x 2,40m înălțime / 2.40m lățime x 3.20m înălțime, sau 4,00m lățime x 3,00m înălțime / 3,00m lățime x 4,00m înălțime se amplasează la o distanță de cel puțin 40,00 metri pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri);
 - d) Panourile/ecranele de mari dimensiuni, respectiv cu suprafața maximă de 36,00 mp, înălțime se amplasează la o distanță de cel puțin 60,00 metri pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri);
 - e) la distanță de minimum 4.00 m față de limita carosabilului, în cazul în care nu există trotuar;
 - f) la distanță de minimum 1.00 m față de limita dinspre carosabil a spațiului verde de pe trotuar, fără a împiedica circulația pietonilor;
- (3) În situația în care ansamblul de mijloace de publicitate este constituit dintr-o succesiune de panouri / ecrane publicitare de diferite dimensiuni de peste 2,20mp dispuse în orice combinație, indiferent de tipul de proprietate pe care au fost montate, distanța dintre panouri va fi de minimum 40.00 m.
- (4) În zona de publicitate restrânsă – ZR1 - se pot amplasa numai panouri pe stâlpi / postere digitale/electronice cu dimensiunile admise de maximim 0,8m lățime x 1,25m înălțime sau la sol, numai panouri/ecrane publicitare în format portrait, cu suprafață maximă de 2pm exclusiv în format digital / electronic.
- (5) În zona de publicitate restrânsă – ZR2 – la sol și pe clădiri – se pot amplasa numai panouri/ecrane publicitare cu suprafața de până la 12mp.
- (6) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1) - (5) mijloacele de publicitate amplasate în interiorul incintelor centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale, calcanele sau fațadele imobilelor astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare.

ART. 29

- (1) Se interzice montarea pe trotuare și spații pietonale cu lățimea mai mică de 2,25 m, precum și pe zonele verzi dintre trotuar sau spațiu pietonal și carosabil a panourilor publicitare cu structură proprie și elemente de susținere care necesită fundație.
- (2) Realizarea elementelor de fundare/ancorare necesare asigurării stabilității panoului de reclamă publicitară se execută obligatoriu îngropat, respectiv sub cota suprafeței solului/ trotuarului, până la nivelul solului.

ART. 30

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, în următoarele condiții:

- a) la minimum 2,50 m înălțime de la sol, pentru panourile cu suprafața utilă mai mare de 2,50 mp per față;

- b) cu distanța de minimum 30,00 m între două panouri publicitare pe sectoarele de drum din intravilan;
- c) cu distanța de minimum 50,00 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan;
- d) la minimum 50,00 m față de intersecțiile cu drumurile laterale cu mai mult de 4 benzi de circulație;
- e) în afara curbilor cu vizibilitate redusă;
- f) la minimum 50,00 m față de intersecțiile semaforizate.

ART. 31

Panourile și ecranele publicitare amplasate pe sol în intravilanul municipiului Constanța nu prezintă restricții pentru formatele de sub 2mp; reglementările sunt pentru între 2,20mp și 12mp și se referă la dimensiunile următoare:

- 3,20m x 2,40m / 2,40m x 3,20m
- 4,00m x 3,00m / 3,00m x 4,00m

La inițiativa autorității locale sau a altor organizații de profil se poate iniția un concurs de idei referitoare la aspectul panourilor și ecranelor publicitare prin consultarea și avizarea de către arhitectul șef.

Art. 32

- (1) În extravilanul municipiului Constanța pot fi amplasate panouri publicitare pe zona de protecție a drumurilor publice, având dimensiunea de 10,00x4,00 metri.
- (2) **Se interzice amplasarea panourilor publicitare** în conformitate cu prevederile Ordonanței Guvernului nr. 43/1997 privind regimul drumurilor, cu modificările și completările ulterioare:
 - a) La o distanță mai mică de 250 metri calculată de la intrarea, respectiv ieșirea din intersecție, în extravilan;
 - b) Se interzice obturarea vizibilității indicatoarelor rutiere prin amplasarea panourilor publicitare;

SECȚIUNEA a 3-a

Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare mobile

Art.33

- (1) Pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 4,00 metri se pot amplasa panouri publicitare mobile pliante, având ca scop promovarea comercială, comunicarea de tarife sau acțiuni promoționale, specifice activității desfășurate de beneficiarul publicității, în următoarele condiții:
 - a) dimensiunile maxime ale panoului vor fi de 0,50 metri x 0,90 metri (L x h) și 0,40 metri (Lxhxl);

- b) amplasarea panoului este permisă numai în dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității și numai pe durata programului zilnic de funcționare a acestuia;
 - c) este interzisă amplasarea panourilor publicitare mobile pe trasee exclusiv pietonale cu excepția trotuarelor a căror lățime este de cel puțin 4,00 metri;
 - d) amplasarea panoului este permisă fara afectarea circulației publice pietonale.
- (2) Este interzisă amplasarea panourilor publicitare mobile (trepiede etc.) în zonele de publicitate restrânsă (ZR1, ZR2), în Piața Ovidiu, în stațiunea Mamaia pe zona de promenadă, pe str. Ștefan cel Mare – zona pietonală, vad comercial tradițional. Nerespectarea interdicției atrage pe lângă aplicarea sancțiunilor contravenționale și alte măsuri, respectiv, ridicarea acestora de către Primăria municipiului Constanța – Direcția Generală Poliția Locală. Recuperarea acestor mijloace se poate face, după achitarea amenzii contravenționale, în cel mult 15 de zile calendaristice 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 Direcția Urbanism din cadrul Primăriei municipiului Constanța.

SECȚIUNEA 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/stațiile de autobuz, coloanele port-afiș, coloane/cilindri publicitari și altele asemenea, 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 amplasate pe acestea sau care fac parte din componența acestora.

(3) Sunt exceptate de la prevederile prezentei secțiuni suporturile/panourile publicitare care sunt incluse în adăposturile destinate publicului și stațiile de autobuz și fac parte integrantă din acestea și care au fost autorizate împreună cu acestea, în conformitate cu legislația în vigoare la data autorizării.

(4) Se pot instala panouri pe acoperișul adăposturilor destinate publicului, stațiilor de autobuz, sau pe acoperișul coloanelor/cilindrilor publicitari dacă sistemul constructiv permite susținerea unor elemente suplimentare care să nu pună în pericol siguranța cetățenilor.

(6) Coloanele port-afiș vor putea fi utilizate numai pentru afișe și/sau anunțuri de spectacole și manifestări culturale; este interzisă suprapunerea de afișe de spectacol în cazul în care termenul la care acestea vor avea loc nu a fost depășit.

SECȚIUNEA a 5-a

Reguli generale privind amplasarea bannerelor și steagurilor publicitare / posterelor digitale/electronice

ART. 35

Este interzisă amplasarea bannerelor publicitare pe raza municipiului Constanța.

ART. 36

- (1) Este interzisă amplasarea steagurilor publicitare pe raza municipiului Constanța. Acest mijloc publicitar este înlocuit de amplasarea panourilor/posterelor digitale/electronice ca suport funcțional care să înglobeze funcționalitățile steagurilor sau casetelor luminoase sau altele asemenea formate cu dimensiuni maxime admise de 0,8m x 1,25m.
- (2) Panourile / posterele digitale/electronice publicitare montate pe catarg și pe stâlpi, la înălțimea minimă de 2,50 m de la cota terenului amenajat, se amplasează numai în locuri în care nu împiedică vizibilitatea circulației rutiere.

(3) Pe un catarg sau stâlp se poate amplasa un (1) panou / poster digital/ electronic, la o distanță de cel puțin 150m de intersecțiile semaforizate sau trecere de pietoni semnalizate, cu respectarea prevederilor generale din prezentul regulament.

(6) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1)-(3) steagurile publicitare amplasate în interiorul incintelor centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale, calcanele sau fațadele sau terasele imobilelor astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare, cu condiția să nu afecteze vizibilitatea circulației rutiere.

SECȚIUNEA a 6-a

Reguli generale privind amplasarea mesh-urilor simple sau digitale

ART. 38

- (1) Este permisă amplasarea de mesh-uri și mesh-uri digitale, cu acordul proprietarilor clădirilor respective, în următoarele situații:
 - a) pe construcții, inclusiv monumente istorice și/sau amplasate în zone în care este interzisă publicitatea, în situația în care acestea constituie protecție către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare, iar eventualul mesaj publicitar va ocupa cel mult 35% din suprafața totală a acestora, cu avizul Direcției Județene pentru cultură Constanța, sau cu avizul Ministerului Culturii pentru monumente istorice grupa A, conform Listei Monumentelor Istorice aprobată prin O.M.C. nr. 2.828/24.12.2015 pentru modificarea anexei nr.1 la Ordinul ministrului culturii și cultelor nr.2.314/2004 și cu legislația în vigoare specifică privind protejarea monumentelor istorice, monumentele de for public, peisajelor naturale;
 - b) pe calcanele construcțiilor, cu avizul arhitectului șef
 - c) sunt interzise mesh-uri digitale pe clădirile situate în zonele de publicitate restrânsă – ZR1 și ZR2, inclusiv pe monumentele istorice cu excepția celor menționate la lit.a).
 - d) este permisă amplasarea de mesh-uri în Piața Ovidiu pe fatada MINAC (steaguri: tricolor, UE, NATO, administrație publică) în cazul unor evenimente ce promovează acțiuni ale municipalității, cu respectarea dispozițiilor prezentului Regulament, pe baza documentației privind rezistența elementelor de susținere, precum și cu acordul proprietarului elementelor de susținere utilizate în acest scop.
- (2) Amplasarea acestor mijloace publicitare se face în baza acordului pentru publicitate temporară.
- (3) Se interzice amplasarea de mesh-uri pe monumente de for public (arta monumentală, statui în spațiul public).
- (4) Meshurile se vor desființa sau se vor înlocui atunci când se degradează.

SECȚIUNEA a 7-a

Reguli generale privind amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale

ART. 39

(1) Este permisă amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale și a casetelor pe stâlpii de iluminat public, dacă pe aceștia nu sunt montate semnalizări rutiere, în următoarele condiții:

- a) suprafața indicatorului publicitar direcțional sau a casetei este mai mică sau egală cu 1,50 mp;
- b) înălțimea de amplasare este de minimum 3,00 m;
- c) pe un stâlp se poate monta un (1) suport pe stâlp;

(2) Amplasarea de stâlpi-suport pentru indicatoarele publicitare direcționale și a casetelor publicitare se va realiza în baza avizului emis de autoritățile publice locale și în concordanță cu regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate.

SECȚIUNEA a 8-a

Reguli generale privind publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale

ART. 40

- (1) Orice persoană fizică sau juridică poate beneficia de dreptul la publicitate temporară, în condițiile legislației în vigoare și prezentului regulament.
- (2) Amplasarea mijloacelor de publicitate temporară se va stabili în baza avizului arhitectului șef (anexa 5) sau a autorizației de construire emise de Primăria municipiului Constanța, în concordanță cu prezentul regulament, urmând ca ulterior să se obțină autorizația de funcționare pentru activități temporare în zone publice sau cu acces public.

ART. 41 În vederea obținerii avizului pentru publicitate temporară, mijloacele de publicitate trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

- a) să fie folosite ca purtător de mesaj în cadrul unor activități de promovare cu durată determinată și precizată în mod explicit în cererea de emiteră a avizului, depusă de solicitant;
- b) să poată fi montate/demontate în/din toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate temporară, în cel mult 72 de ore;
- c) toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate temporară să fie aduse la starea inițială, în cel mult 48 de ore de la încheierea termenului de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară.

ART. 42

- (1) Autoritățile administrației publice locale vor identifica, împreună cu operatorii de publicitate care solicită avizul, amplasamentele destinate pentru mijloacele de publicitate temporară și pentru proiectele publicitare speciale, în baza avizului arhitectului șef. Amplasamentele vizate vor fi:
 - a) calcanele cladirilor aflate în domeniul privat al primăriei;
 - b) pe spațiile verzi în cazul proiectelor de educație ecologică;
 - c) în vecinătatea obiectivelor culturale: teatre, muzee, pietonalul zonei peninsulare, Piața Ovidiu.

- (2) În situația în care la încheierea perioadei de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară există mai multe solicitări de amplasare de mijloace de publicitate temporară, autoritatea administrației publice locale va atribui amplasamentul primei solicitări primite în ordine cronologică la registratura autorității administrației publice locale, conform regulamentului local de publicitate.
- (3) În cazul solicitării schimbării amplasamentelor în alte amplasamente decât cele stabilite inițial, se va obține avizul arhitectului șef pentru publicitate temporară al autorității administrației publice locale.
- (4) Schimbarea amplasamentelor prevăzute la alin. (3) se va face numai în situația în care amplasamentele inițial avizate nu mai pot fi puse la dispoziția contractantului ca urmare a executării unor lucrări de interes public, cu respectarea regulamentului local de publicitate

ART. 43

- (1) Structurile publicitare autoportante și proiectele publicitare speciale se avizează cu respectarea prevederilor privind publicitatea temporară prevăzute în prezentul regulament.
- (2) Executarea și amplasarea structurilor publicitare autoportante și a proiectelor publicitare speciale se face în baza unei documentații tehnice întocmite de un arhitect cu drept de semnătură.
- (3) În municipiul Constanța, pe domeniul public sau privat al municipiului – carosabil, trotuar, locuri de parcare marcate, etc. - se interzice amplasarea/expunerea de vehicule în scop publicitar, altele decât cele care sunt adaptate realizării de reclamă și publicitate.

SECȚIUNEA a 9-a

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

ART. 44

- (1) În vederea asigurării eficienței informării a cetățenilor, a libertății de expresie și esteticii urbane, autoritățile administrației publice locale au obligația de a instala în amplasamente cu vizibilitate, în condițiile regulamentului local de publicitate, panouri speciale destinate afișelor publicitare pentru spectacole publice, teatre, concerte și altele asemenea și a anunțurilor de mică publicitate.
- (2) Panourile prevăzute la alin. (1) vor fi curățate săptămânal, luni, iar dacă este cazul, și noaptea anterioara a fiecărei săptămâni, prin grija compartimentelor de specialitate din cadrul administrației publice locale, în vederea actualizării anunțurilor. Neutralizarea afișelor publicitare (spectacole publice, teatre, concerte și altele asemenea și a anunțurilor de mică publicitate) să se va face de către reprezentanți din Direcția Servicii publice.
- (3) Arhitectul șef avizează modelul de suport pentru afișe și amplasamentul acestora. Amplasamentele suporturilor pentru afișe din ZR1 și ZR2 și în stațiunea Mamaia (având în vedere existența, pe lângă clădirile monument istoric, și a mai multor statui declarate monumente istorice) să fie avizate de către Direcția Județeană pentru Cultură Constanța.
- (4) Amplasarea afișelor colante, inclusiv afișele electorale, se va face doar pe panourile speciale destinate acestora conform legislației.
- (5) Taxa de afișaj datorată de către persoanele fizice și/sau juridice care afișează mesaje pe aceste sisteme de afișaj public va fi achitată în conformitate cu prevederile legale în vigoare și cele ale hotărârii consiliului local al municipiului Constanța privind impozitele și taxele locale aplicabile în perioada când se face afișarea. (6) Afișarea fără achitarea anticipată a taxelor este interzisă iar constatarea unor situații care încalcă această prevedere va fi sancționată în conformitate cu prevederile legale în vigoare

ART. 45 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.

Lista amplasamentelor unde vor fi instalate suporturilor pentru afișe publicitare pentru spectacole publice, teatre, concerte și altele asemenea și a anunțurilor de mică publicitate se găsește în Anexa 4

SECȚIUNEA a 10-a

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

ART. 46

(1) Pe raza municipiului Constanța se interzice utilizarea și/sau realizarea de reclame sonore prin orice mijloace, cu excepția evenimentelor municipalității.

(2) Pe raza municipiului Constanța este permisă publicitatea pe vehicule realizată prin montarea de panouri sau colantarea cu materiale print dedicate vehiculelor în scopuri publicitare. Publicitatea se poate realiza pe:

- a) vehiculele special echipate în scopuri de publicitate,
- b) mijloacele de transport în comun - autobuze, tramvaie.

(2) Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate, prin lipirea de afișe, montarea de panouri/ecrane digitale sau inscripționarea cu texte publicitare ori altele asemenea, vor putea fi autorizate să circule pe teritoriul localității cu condiția obținerii avizului pentru publicitate temporară, și a autorizației de funcționare pentru desfășurarea de activități economice cu caracter temporar în zone publice sau cu acces public, în baza Regulamentului privind organizarea și desfășurarea activităților comerciale și a serviciilor de piață în municipiul Constanța aflat în vigoare la data desfășurării activității, pe o durată determinată și pe un traseu stabilit de autoritatea administrației publice locale, conform prevederilor conținute în avizul pentru publicitate temporară.

(2) Staționarea 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 mașini și cu o viteză mai mare decât jumătate din viteza admisibilă pe tronsonul de stradă.

(4) Circulația convoaielor este permisă numai cu ocazia manifestărilor speciale, în baza avizului emis de autoritățile administrației publice, cu durata de valabilitate de o zi. Taxele de publicitate se vor achita anterior desfășurării activității.

ART. 47 Este permisă utilizarea ca suport pentru reclame publicitare a mijloacelor de transport în comun, cu următoarele condiții:

- a) prin aceasta să nu fie afectată vizibilitatea călătorilor înspre exteriorul mijlocului de transport
- b) Materialele folosite pentru decorare publicitară să fie special adecvate pentru vizibilitatea înspre exteriorul mijlocului de transport
- c) Se pot monta panouri dedicate pentru afișarea reclamelor pe spatele sau lateralele autobuzelor, cu dimensiuni de până la 320cm x 100cm, în funcție de cât permite spațiul, fără a leza în vreun fel scopul deservit de mijlocul de transport în comun

Capitolul VI - Sancțiuni

ART. 48

- (1) Sancțiunile prevăzute în prezentul Regulament se completează cu cele referitoare la nerespectarea prevederilor Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, republicată cu modificările ulterioare, prevederilor Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, cu modificările ulterioare precum și a prevederilor O.G.43/1997 privind regimul juridic al drumurilor, cu modificările ulterioare, care se aplică conform dispozițiilor în vigoare.
- (2) Nerespectarea prevederilor prezentului Regulament local de publicitate atrage după sine răspunderea materială și contravențională, după caz, conform Regulamentului local de publicitate sau Legii nr. 185/2013 cu modificările ulterioare privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate. Sancțiunile se pot aplica atât persoanelor juridice cât și fizice.

ART. 49

- (1) În condițiile prezentului Regulament, constituie contravenție următoarele fapte, dacă nu au fost savârșite în astfel de condiții încât, potrivit legii, să fie considerate infracțiuni:
 - a) amplasarea mijloacelor de publicitate fără aviz pentru publicitatea temporară ori cu nerespectarea prevederilor acestuia și a documentației tehnice care a stat la baza eliberării avizului, precum și montarea panourilor publicitare cu structură proprie și elemente de susținere care necesită fundație, fără autorizație de construire;
 - b) nerespectarea de către proprietarii mijloacelor de publicitate a tipurilor și dimensiunilor mijloacelor de publicitate admise, în conformitate cu prevederile regulamentelor locale privind amplasarea mijloacelor de publicitate;
 - c) folosirea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică, a vehiculelor publicitare care nu au obținut aviz pentru publicitate temporară sau a mijloacelor de publicitate luminoasă care pot perturba traficul auto și pietonal;
 - d) nerespectarea obligației de a readuce amplasamentul și mediul înconjurător la starea inițială, inclusiv prin înierbare sau asfaltare pentru mijloacele de publicitate amplasate la nivelul solului;
 - e) nerespectarea obligațiilor privind întreținerea mijloacelor de publicitate și afișarea permanentă a unor mesaje în cadru;
 - f) amplasarea de afișe publice, a anunțurilor de mică publicitate în alte locuri decât pe panourile special destinate acestora;
 - g) nerespectarea de către autoritățile administrației publice locale a obligației de a instala panouri speciale destinate afișelor publicitare pentru evenimente, spectacole și concerte și a anunțurilor de mică publicitate, precum și de a identifica amplasamentele destinate pentru mijloacele de publicitate temporară și pentru proiectele publicitare speciale.
- (2) Contravențiile prevăzute la [alin. \(1\)](#), săvârșite de persoanele fizice sau juridice, se sancționează după cum urmează:
 - a) cu amendă de la 1.000 lei la 10.000 lei, cele prevăzute la [lit. a\)](#), [b\)](#) și [f\)](#);
 - b) cu amendă de la 1.000 lei la 20.000 lei, cele prevăzute la [lit. c\)](#), [d\)](#) și [g\)](#);
 - c) cu amendă de la 500 lei la 1.000 lei, cea prevăzută la [lit. e\)](#).

ART. 50

Prevederile prezentei legi referitoare la contravenții intră în vigoare cu respectarea prevederilor [art. 4 alin. \(1\) din Ordonanța Guvernului nr. 2/2001](#) privind regimul juridic al contravențiilor, aprobată cu modificări și completări prin [Legea nr. 180/2002](#), cu modificările și completările ulterioare.

ART 51.

(1) Controlul de stat privind respectarea aplicării prevederilor prezentei legi pentru amplasarea mijloacelor de publicitate, de către autoritatea publică locală, prin intermediul regulamentelor locale, se exercită de către Inspectoratul de Stat în Construcții.

(2) Primarii și organele de control din cadrul autorităților administrației publice locale au obligația să urmărească respectarea disciplinei în domeniul urbanismului și al autorizării executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localităților și, în funcție de încălcarea prevederilor legale, să aplice sancțiunile prevăzute de prezenta lege.

(3) Constatarea contravențiilor se face de către persoanele împuternicite din cadrul Inspectoratului de Stat în Construcții pentru contravențiile săvârșite de către autoritățile administrației publice locale și de către organele de control ale autorităților administrației publice locale sau, după caz, de către polițiștii locali în cazul contravențiilor săvârșite de operatorii economici.

(4) Inspectoratul de Stat în Construcții poate dispune oprirea executării lucrărilor de amplasare a mijloacelor de publicitate, atunci când constată că acestea se realizează cu încălcarea dispozițiilor legale.

(5) Inspectoratul de Stat în Construcții aduce la cunoștința autorității administrației publice locale pe teritoriul căreia s-a efectuat controlul constatările și măsurile dispuse, iar organele de control ale autorității administrației publice locale au obligația să se conformeze celor dispuse de Inspectoratul de Stat în Construcții.

(6) Aplicarea sancțiunilor se face după cum urmează:

a) de către agentul constatat, în cazul contravențiilor constatate de către personalul împuternicit din cadrul Inspectoratului de Stat în Construcții;

b) de către șeful compartimentului care coordonează activitatea de amenajare a teritoriului și de urbanism sau, după caz, de către primarul localității în care s-a săvârșit contravenția, în cazul contravențiilor constatate de către organele de control ale autorităților administrației publice locale sau de către polițiștii locali.

Capitolul VII - Reglementări referitoare la modalitatea de achitare a taxelor pentru folosirea mijloacelor de reclamă și publicitate

Art.52

Operatorii economici/persoanele fizice care desfășoară activitate de afișaj, reclamă și publicitate pe raza teritorial administrativă a municipiului Constanța, au obligația respectării prevederilor hotărârii Consiliului local al municipiului Constanța privind impozitele și taxele locale aplicabilă în perioada când se desfășoară activitatea și achitării taxelor prevăzute de aceasta.

Capitolul VIII - Dispoziții finale

ART. 53

Prezentul regulament de publicitate asigură identificarea amplasamentelor aflate pe domeniul public și privat al municipiului Constanța pe care se pot amplasa mijloace de publicitate, precum și aducerea acestora la cunoștința publicului.

ART. 54

(1) În vederea asigurării respectării prevederilor prezentului regulament local privind amplasarea mijloacelor de publicitate cu situația de fapt din teren, Primăria municipiului Constanța prin Direcția Generală Poliția Locală – Serv. Disciplina în construcții și afișaj stradal (bază de date comună Direcția Urbanism cu Direcția Generală Poliția Locală), în termen de 90 de zile de la adoptarea acestuia, vor identifica și vor notifica proprietarii de mijloace de publicitate a căror amplasare nu mai corespunde cu noile reglementări, astfel:

a) pentru panourile situate pe domeniul public și privat al statului și al autorităților publice locale, care nu sunt autorizate în conformitate cu prevederile legale sau care au fost amplasate fără respectarea prevederilor legale ori care nu au inscripționate informațiile privind denumirea operatorului și codul de identificare fiscală a acestuia 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 ori care nu au inscripționate informațiile privind denumirea operatorului și codul de identificare fiscală a acestuia, se va dispune dezafectarea.

(2) Nerespectarea prevederilor obligației de dezafectare și/sau conformare stabilite la alin. (1) lit. a) și b) se sancționează conform prevederilor Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, cu modificările ulterioare.

(3) Sancțiunii prevăzute la alin. (2) i se aplică în mod corespunzător dispozițiile cap. VI din Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, cu modificările ulterioare.

ART. 55

În termen de 90 de zile de la adoptarea prezentului regulament privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, concomitent cu acțiunile prevăzute la art. 54, se pot demara procedurile de închiriere/concesiune/taxare pentru ocuparea temporară a domeniului public sau aducerea ca aport într-o asocierie în participație a amplasamentelor identificate pe domeniul public sau privat al unității administrativ-teritoriale.

ART. 56

În termen de 30 de zile de la notificarea emisă conform art. 54 alin. (1) lit. a) și b) autoritățile primăria municipiului Constanța va dispune demolarea mijloacelor de publicitate amplasate contrar prevederilor regulamentului local de publicitate pe cheltuiala proprietarului, cu emiterea autorizației de desființare și fără sesizarea instanțelor judecătorești.

ART. 57

(1) Prezentul regulament local de publicitate, delimitarea zonelor de publicitate lărgită și, respectiv, a zonelor de publicitate restrânsă și amplasamentelor și categoriile de mijloace de publicitate admise pentru fiecare dintre zone sunt:

a) **elaborate de grupul de lucru**

b) **supuse consultării operatorilor economici din domeniul publicității respectiv informării populației conform Legii 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică, art.7 (1);**

c) **avizate de către comisiile tehnice de amenajare a teritoriului și de urbanism constituite în conformitate cu prevederile Legii nr.350/2001 privind amenajarea teritoriului și urbanismul și HCL nr.283/2016;**

d) **supus spre aprobare Consiliului local al municipiului Constanța.**

Art.58

Acolo unde nu dispune sau dispune contrar, prezentul regulament se completează cu prevederile legislației în vigoare.

ANEXA 1

Zona de publicitate restrânsă ultracentrală – ZR1 cuprinde străzile:

ANEXA 2

Zona de publicitate restrânsă – ZR2 – cuprinde străzile:

ANEXA 3

Tipurile de mijloace de publicitate admise în municipiul Constanța, pentru fiecare categorie de zonă de publicitate:

1. firme
2. mesh / mesh digital
3. mijloace publicitare mobile – trepiede, pliante, sandwich etc.
4. panouri / postere digitale / electronice cu dimensiunea maximă de 0,8m x 1,25m
5. panouri și ecrane digitale cu suprafața maximă de 2,2mp
6. panouri și ecrane digitale cu suprafața maximă de 12mp
7. panouri și ecrane digitale cu suprafața maximă de 36mp
8. panouri / ecrane digitale în format portrait cu suprafața maximă de 2mp
9. indicatoare direcționale

Nr. crt.	Zona de publicitate	Tipuri mijloace de publicitate admise								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	ZR1	da	nu	nu	da	nu	nu	nu	da	da
2	ZR2	da	nu ¹	nu	da	nu	da	nu	da	da
3	ZL	da	da	da	da	da	da	da	da	da

ANEXA 4

Lista amplasamentelor unde pot fi instalate suporturile pentru afișe publicitare pentru spectacole publice, teatre, concerte și altele asemenea și a anunțurilor de mică publicitate

ANEXA 5 – cerere pentru amplasarea mijloacelor publicitare, avizare

¹ Cu excepția meshurilor pe clădiri aflate în construcție unde suprafața mesajului publicitar ocupă maximum 35% din suprafața totală

ANEXA 1 -

MUNICIPIUL CONSTANȚA

ZONE PROTEJATE CONFORM LISTEI MONUMENTELOR ISTORICE 2015



ZONA DE PUBLICITATE RESTRÂNSĂ - ZR1

- ZONA PENINSULARĂ – rezervație arheologică și de arhitectură de interes național
- ZONA COMERCIALĂ CENTRALĂ – axe comerciale cu valoare de unicat, arhitectură de obiect de valoare



ZONA DE PUBLICITATE RESTRÂNSĂ - ZR2

- ZR2 cuprinde și ZONA CARTIERUL ROMÂNESC – valoare de identitate culturală, datare început sec.XX

ZR2
CU EXCEPTIA
MONUMENTELOR ISTORICE
CARE AU RESTRICTII DE ZR1

ZR2

ZONA CARTIERUL
ROMÂNESC

ZR2

CU EXCEPTIA
MONUMENTELOR ISTORICE
CARE AU RESTRICTII DE ZR1

ZONA
COMERCIALĂ
CENTRALĂ

ZONA
PENINSULARĂ

ZR1

ZR2
CU EXCEPTIA
MONUMENTELOR ISTORICE
CARE AU RESTRICTII DE ZR1

Constanța, România

ANEXA 2 - MUNICIPIUL CONSTANȚA – STAȚIUNEA MAMAIA ȘI SATUL DE VACANȚĂ

- ZONE PROTEJATE CONFORM - Legea nr. 5/2000 privind aprobarea Planului de amenajare a teritoriului național - Secțiunea a III-a - zone protejate

- P.U.G. Municipiul Constanta

(planșa: STUDIUL DE FUNDAMENTARE și planșa: PATRIMONIUL URBAN SI DE ARHITECTURA)

- Valori arhitecturale de obiect (cladirea Cazinoului, Vila Regală, vilele interbelice)
- Valoare urbanistica (relatia dintre lac, parc, cazinou, mare)
- Arhitectura de obiect
- Perspectivele valoroase – protejate - dinspre bd. Mamaia înspre Cazinou și dinspre Cazinou înspre lac, respectiv înspre mare
- Perspectivele valoroase din strazile mentinute din trama interbelica inspre vila regala, perspective prin care aceasta este pusa in valoare

HOTEL REX MAMAIA
datate 1938-1940

VILA REGALĂ DIN MAMAIA
monument istoric - datate - 1927

CAZINOUL DIN MAMAIA
datate 1934

- ZONA DE PUBLICITATE RESTRÂNSĂ – compusă din

- Zona de protecție Hotel Rex,
- Zona de protecție Vila regală
- Zona de protecție Cazinoul Mamaia
- Satul de vacanță.

(notă – limita zonei protejate = 100 metri)

**LACUL
SIUTGHIOL**

SATUL DE VACANȚĂ
realizat in anul 1979
din restaurante ("căsuțe")
reprezentative pentru fiecare zonă a țării

**LACUL
TĂBĂCARIE**



REFERAT DE APROBARE privind aprobarea Regulamentului local de publicitate la nivelul municipiului Constanța

Având în vedere:

- Legea nr.185/2013, republicată, privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate;
- Legea nr.50/1991 privind autorizarea executării construcțiilor și unele măsuri pentru realizarea locuințelor;
- Ordinul nr.839/2009 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Legii nr.50/1991;
- Legea nr.350/2001 privind amenajarea teritoriului și urbanismul;
- Legea nr.422/2001 privind protejarea monumentelor istorice;
- Legea nr.120/2006 a monumentelor de for public;
- Legea nr.24/2007 privind reglementarea și administrarea spațiilor verzi din intravilanul localităților;
- Legea nr.148/2000 privind publicitatea;
- O.G. nr.43/1997, republicată, privind regimul drumurilor;
- O.U.G. nr.63/2006 pentru modificarea și completarea O.U.G. nr.195/2002 privind circulația pe drumurile publice;
- Legea nr.227/2015 privind Codul Fiscal;
- H.G. nr.1/2016 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Legii nr.227/2015 privind Codul fiscal;
- Legea nr.207/2015 privind Codul de procedură fiscală;
- Ordonanța nr.2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, cu modificările și completările ulterioare;
- OUG nr.57/2019 privind Codul administrativ.

Ținând cont de obligația legală a autorității publice locale privind aprobarea prin hotărâre a consiliului local a regulamentului local de publicitate, cuprinzând inclusiv delimitarea în cadrul teritoriului administrat, a zonelor de publicitate lărgită și a zonelor de publicitate restrânsă, în corelare cu documentațiile de urbanism aprobate.

Prin regulamentul local de publicitate se încurajază introducerea unei semnălizări publicitare de bună calitate, reglementarea semnălizării publicitare în funcție de zonă și în funcție de scop, îmbunătățirea nivelului de confort vizual, protejarea caracteristicilor semnificative ale clădirilor, peisajelor stradale și amenajarea generală a zonelor. Totodată se are în vedere implementarea unei strategii de digitalizare a mijloacelor de publicitate la nivelul municipiului Constanța, prin care informația să fie actuală și în timp real.

În consecință, ținând cont de considerentele mai sus expuse, în temeiul art. 136 alin. (1) din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 57/2019 privind Codul administrativ, inițiez spre dezbatere și aprobare proiectul de hotărâre privind aprobarea Regulamentului local de publicitate la nivelul municipiului Constanța.

PRIMAR,
VERGIL CHITAC



RAPORT DE SPECIALITATE

privind aprobarea Regulamentului local de publicitate la nivelul municipiului Constanța

Având în vedere:

- Legea nr.185/2013, republicată, privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate;
- Legea nr.50/1991 privind autorizarea executării construcțiilor și unele măsuri pentru realizarea locuințelor;
- Ordinul nr.839/2009 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Legii nr.50/1991;
- Legea nr.350/2001 privind amenajarea teritoriului și urbanismul;
- Legea nr.422/2001 privind protejarea monumentelor istorice;
- Legea nr.120/2006 a monumentelor de for public;
- Legea nr.24/2007 privind reglementarea și administrarea spațiilor verzi din intravilanul localităților;
- Legea nr.148/2000 privind publicitatea;
- O.G. nr.43/1997, republicată, privind regimul drumurilor;
- O.U.G. nr.63/2006 pentru modificarea și completarea O.U.G. nr.195/2002 privind circulația pe drumurile publice;
- Legea nr.227/2015 privind Codul Fiscal;
- H.G. nr.1/2016 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Legii nr.227/2015 privind Codul fiscal;
- Legea nr.207/2015 privind Codul de procedură fiscală;
- Ordonanța nr.2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, cu modificările și completările ulterioare;
- OUG nr.57/2019 privind Codul administrativ.

Ținând cont de:

- obligația legală a autorității publice locale privind aprobarea prin hotărâre a consiliului local a regulamentului local de publicitate, cuprinzând inclusiv delimitarea în cadrul teritoriului administrat, a zonelor de publicitate lărgită și a zonelor de publicitate restrânsă, în corelare cu documentațiile de urbanism aprobate;
- Stabilirea modalităților de amplasare și autorizare a mijloacelor de publicitate în vederea asigurării condițiilor pentru un cadru construit coerent, armonios, sigur și sănătos, pentru protecția valorilor mediului natural și antropoc, pentru prezervarea calității peisajului și a cerințelor privind asigurarea calității în construcții, pe raza municipiului Constanța.

Prin regulamentul local de publicitate se încurajază introducerea unei semnalizări publicitare de bună calitate, reglementarea semnalizării publicitare în funcție de zonă și în funcție de scop, îmbunătățirea nivelului de confort vizual, protejarea caracteristicilor semnificative ale clădirilor, peisajelor stradale și amenajarea generală a zonelor. Totodată se are în vedere implementarea unei strategii de digitalizare a mijloacelor de publicitate la nivelul municipiului Constanța, prin care informația să fie actuală și în timp real.



ROMÂNIA
JUDEȚUL CONSTANȚA
PRIMĂRIA MUNICIPIULUI CONSTANȚA
DIRECȚIA URBANISM
NR. 16027/26.01.2021



În consecință, ținând cont de considerentele mai sus expuse , în temeiul art. 136 alin. (1) din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 57/2019 privind Codul administrativ, s-a întocmit prezentul raport de specialitate în vederea supunerii spre aprobarea Consiliului local a proiectului de hotărâre privind aprobarea Regulamentului local de publicitate la nivelul municipiului Constanța.

Arhitect șef,

Dan Petre Leu