



HOTĂRÂREA nr. 145 din 28.11.2024
privind aprobarea REGULAMENTULUI LOCAL DE PUBLICITATE LA NIVELUL
MUNICIPIULUI CÂMPULUNG privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de
publicitate

Consiliul Local al Municipiului Câmpulung, județul Argeș întrunit în ședință ordinară în data de 28 noiembrie 2024;

Având în vedere :

- Referatul de aprobare nr. 34452 din 23.10.2023 al Primarului Municipiului Câmpulung cu privire la aprobarea aprobarea REGULAMENTULUI LOCAL DE PUBLICITATE LA NIVELUL MUNICIPIULUI CÂMPULUNG privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate;
- Raportul de specialitate nr. 34453 din 23.10.2023 al Direcției Tehnice și Urbanism – arhitect șef prin care se propune spre aprobare REGULAMENTUL LOCAL DE PUBLICITATE LA NIVELUL MUNICIPIULUI CÂMPULUNG privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate;
- Prevederile art. 8 și art. 12 din Legea nr. 185 / 2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- Prevederile art. 7 din Legea nr. 52 / 2003 privind privind transparența decizională în administrația publică, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- Prevederile Legii nr. 148 /200 privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare;
- Legea nr. 50 din 29.07.1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- Legea nr.227 din 08.09.2015 Codul Fiscal, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordonanța Guvernului nr. 2 din 12.07.2001 privind regimul juridic al contravențiilor, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordonanța Guvernului nr.43 din 28.08.1997 privind regimul drumurilor, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- Minuta Comisiei Tehnice de Amenajare a Teritoriului și Urbanismului nr. 34450 din 23.10.2023;
- Punctul de vedere al Direcției Județene pentru Cultură Argeș nr. 679 din 15.11.2023, înregistrat la Primăria Municipiului Câmpulung sub numărul 37504 din 17.11.2024;
- avizele comisiilor de specialitate nr. 1, 2 și 5 ale consiliului local;



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

**Consiliul Local al Municipiului Câmpulung
HOTĂRĂȘTE :**

Art. 1. – Se aprobă REGULAMENTUL LOCAL DE PUBLICITATE LA NIVELUL MUNICIPIULUI CÂMPULUNG privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, regulament prevăzut în Anexa care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

Art. 2. – Începând cu data adoptării prezentei hotărâri, Hotărârea Consiliului Local nr. 96 din 31.08.2017 se abrogă.

Art. 3. – Prezenta hotărâre va fi afișată și publicată pentru aducerea ei la cunoștință publică și va fi comunicată în termen legal Instituției Prefectului – Județul Argeș, Primarului Municipiului Câmpulung, Direcției Tehnice, Urbanism și Situații de Urgență, Serviciului de Dezvoltare Urbană, Serviciului Poliția Locală și Serviciului Juridic, Administrație Publică și Agricol din cadrul aparatului de specialitate al Primarului Municipiului Câmpulung.

Municipiul Câmpulung, 28.11.2024

Președinte de ședință,

Ionel STĂNE

Documentul semnat în original se află la dosarul ședinței



Contrasemnează pentru legalitate

**Secretar general,
Ramona SIMION**

Documentul semnat în original se află la dosarul ședinței



Anexa la Hotărârea Consiliului Local nr. 145 din 28.11.2024

REGULAMENT LOCAL DE PUBLICITATE LA NIVELUL MUNICIPIULUI CÂMPULUNG privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate

OBIECTIVE

- Încurajarea și introducerea unei semnalizări publicitare de bună calitate, bine luată în considerare la nivelul municipiului Câmpulung;
- 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 2024 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

Anexe (1 - 5)

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 Câmpulung, 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 Câmpulung se aplică autorităților administrației publice locale, tuturor persoanelor fizice și juridice implicate în activitatea de publicitate (operatorilor, posesorilor și executanților 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;

c)

c1) **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;

c2) **avizul Direcției Județene pentru Cultură Argeș** - este actul obligatoriu în baza căruia se autorizează intervențiile asupra monumentelor istorice;

d) **banner** - suport pentru mesajul publicitar confecționat din folie sintetică sau din material textil, în mod obișnuit cu formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice;

e) **calcan** – fațadă 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;

f) **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

g) **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;

h) **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;

i) **indicator publicitar direcțional (panou direcțional)** - înscris, formă ori imagine care indică o direcție, proximitatea unui obiectiv sau a unei clădiri unde se desfășoară o anumită activitate. În aceeași categorie se includ bannerul vertical, caseta luminoasă, tăblița indicatoare, posterul digital/electronic, toate de mici dimensiuni, fixate prin prinderi speciale pe clădiri, stâlpi și altele asemenea;

j) **mesh** - suport pentru mesajul publicitar confecționat din material sintetic perforat, cum ar fi plasa fină, de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri;

k) **mesh digital** - suport publicitar de mari dimensiuni expus pe suprafața exterioară a unui imobil și care folosește modul electronic de afișare a reclamei.

l) **mijloace de publicitate** - ansamblu de elemente constructive (suporturi publicitare, mesh-uri, ecrane publicitare etc.) folosite în scopul prezentării unei activități comerciale, industriale, artisanale sau liber-profesionale ori a unui eveniment (anexa 3– *Tipuri mijloace publicitare – definire - condiții de amplasare*).

m) **mobilier urban** - elemente funcționale și/sau decorative, amplasate în spațiile publice care,

prin alcătuire, aspect, amplasare, conferă personalitate aparte 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;

n) **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 împrejurimi 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;

o) **panou publicitar mobil** - panou publicitar de dimensiuni reduse, amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate;

p) **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;

q) **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;

r) **promovare** – ansamblu de activități și mijloace folosite pentru a difuza un produs sau serviciu pe piață;

s) **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, artizanale sau liber-profesioniste având ca scop promovarea vânzării de bunuri și servicii, de drepturi și obligații;

ș) **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;

ț) **publicitate stradală (outdoor)** – publicitate efectuată în spații deschise, în exteriorul clădirilor;

u) **rooftop** - mijloc de publicitate amplasat pe acoperișul, respectiv terasa unei clădiri;

v) **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;

w) **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;

x) **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;

y) **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;

z) **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.

1) Zone de publicitate – anexa 1 si 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 Câmpulung 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), t), ț), w), y). 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, 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

(4) Autorizarea mijloacelor de publicitate

a) Certificatul de urbanism – este actul de informare, prin care solicitantului i se fac cunoscute, regimurile imobilului afectat de investiție (regimul juridic, regimul economic, regimul tehnic) condițiile necesare autorizării, inclusiv lista avizelor și acordurilor. Se va depune conform Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construire, republicată cu modificările și completările ulterioare.

b) Avize necesare conform certificatului de urbanism, în funcție de amplasamentul mijlocului de publicitate ce se dorește a se autoriza;

c) Autorizația de construire – este actul administrativ care permite amplasarea mijloacelor de publicitate. Se eliberează solicitantului (de regulă deținătorului unui titlu asupra imobilului, teren și/sau construcție). Se va depune conform Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construire, republicată 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, distribuire 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 ce prezintă detaliat mijlocul de publicitate ce se dorește a se aviza;

(6) Avizul de amplasament 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, cotate față de repere fixe identificabile, ortofotoplan; documentație tehnică, detaliată, ce prezintă grafica construcției ce urmează a fi amplasată din care să rezulte culorile folosite, materialele și dimensiunile, documentul de plată pentru eliberarea avizului de amplasament.

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 avizului de amplasament sau a autorizației de construire.

(2) În avizul de amplasament/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 cheltuială proprie.

a) 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, fără a se emite autorizații de desființare și fără sesizarea

instanțelor de judecată, conform art.33 din Legea nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcție, republicată cu modificările și completările ulterioare.

(2) 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.

(3) 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, 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 unei 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, în baza unui aviz de amplasament.

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 Câmpulung, 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 Câmpulung), 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 Câmpulung, se delimitează zonele de publicitate, astfel:

- zonele de publicitate restrânsă (ZR1, ZR2):

a) ZR1 cu maximă restricție (ultracentrală) în care se impun restricții severe;

- Conform Anexa nr. 1 la prezentul Regulament precum și din următoarele imobile clasate ca monumente istorice, amplasate pe teritoriul municipiului Câmpulung, după cum urmează:

- construcțiile supraterane reprezentând monumente istorice clasate sau aflate în procedură de clasare potrivit legii, (clădirile și monumentele de for public) și zonele 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;
- monumentele de for public și zonele lor de protecție (așa cum sunt definite în Legea nr. 120/2006 a monumentelor de for public);

- parcuri și grădini (așa cum sunt definite în Legea nr. 24/2007 privind reglementarea și administrarea spațiilor verzi din intravilanul localităților)

De exemplu: Parc Grădina Publică "Merci", Parc Băile Kretzulescu, Parc Mirea, Parc Piața Centrală, Parc Casa de Cultură, Piața Jurământului etc.

2) ZR2 în care se impun restricții speciale;

- Conform Anexa nr. 2 la prezentul Regulament

Din ZR2 fac parte: situl urban „Orașul Istoric Câmpulung" (cod LMI AG-II-s-A-13545)

Din ZR2 fac excepție monumentele istorice și monumentele de for public care au restricții aferente zonei ZR1.

3) Zona de publicitate lărgită (ZRL) alcătuită din teritoriul municipiului Câmpulung 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 Câmpulung 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 Câmpulung, 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 autorizate/avizate de direcția 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 Câmpulung 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 local 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 până la 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 afecțeze vizibilitatea circulației rutiere.

(4) Amplasamentele și mijloacele publicitare, care nu vor fi supuse procedurii privind atribuirea prin concesionare, închiriere sau asociere în participați:

- Steaguri tip velă;
- Panouri mobile de mici dimensiuni;
- Proiecte publicitare speciale;
- 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 publicitare 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 intravilanelor 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 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 îngrădire 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. 18

(1) Categoriile 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;

(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:

(1) 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 mp în ZR1 și maxim 0,90 mp în ZR2, la o înălțime liberă de minim 2,50 metri de la cota trotuarului și fără afectarea vizuală a suprafețelor vitrate;

(2) 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 compoziția 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, standardele de marcă (brand) nu pot constitui pretexte pentru nerespectarea prezentului regulament.

(3) 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 liberă 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 (secțiune transversală de maxim 1.20m);

c) copertinele pe care se inscripționează o firmă vor fi amplasate la minimum 2.50 metri înălțime liberă 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 (saturate) 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 comercial situate în clădiri de locuințe colective (unități locative), firmele aferente se amplasează la parterul clădirii, cu acordul proprietarilor afectați, conform legislației.

(4) 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/ușile 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 mp, în zona accesului în clădire. În cazul în care într-un imobil se desfășoară, în condiții asemănătoare, 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,

e) încadrate pe elementul de arhitectură;

f) 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;

g) 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;

h) 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;

i) 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;

(5) 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 2,50 m înălțime liberă 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.

(6) În zonele arterelor comerciale, Negru Vodă, Republicii, Bdul Pardon, firmele aferente activităților comerciale comerț/alimentație publică trebuie să aibă un caracter unitar care să respecte arhitectura zonei și specificul acesteia conform îndrumar și model anexate prezentului regulament (Anexa 4 și Anexa 7).

(7) 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, saturate, și contrastante. Se interzice folosirea de materiale strălucitoare. Se va folosi un singur însemn publicitar discret, pe maxim 10% din suprafața fiecăreia în parte.

(8) Vitrine:

a) ca elemente importante în definirea imaginii urbane, vitrinele vor beneficia de un design adaptat arhitecturii imobilelor;

b) se interzice lipirea de autocolante pe vitrinele spațiilor comerciale;

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.

ART. 19

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.

Este permisă amplasarea ecranelor digitale/electronice, la interiorul spațiului (retrase cu cel puțin 0,5m față de suprafața vitrată), cu vizibilitate de la exterior, fără a fi necesară avizare din partea autorităților, în condițiile prezentului regulament;

Se interzice amplasarea de ecrane, inscripții, firme sau autocolante pe suprafețele vitrate.

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.

SECȚIUNEA a 2-a

Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase în format print sau digital/electronic.

ART. 21

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/acordul/contractul deținătorului/proprietarului sau administratorului stâlpului.

ART. 22

(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. 23

(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 Câmpulung, 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 Câmpulung, în acest caz nu se datorează taxa pentru afișaj; în situația în care Primăria municipiului Câmpulung solicită afișarea acestor materiale pentru o perioadă de cel puțin 45 zile, fără întrerupere, atunci va suporta costul acestora din bugetul propriu.

ART. 24

(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.25

(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.26

(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. 27

(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, respectiv cu suprafața 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 2,20 mp 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, ZR2 - se interzice amplasarea de panouri pe stâlpi / postere digitale/electronice, panouri/ecrane publicitare în format digital / electronic;

(5) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1) - (4) 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. 28

(1) Se interzice montarea pe trotuare și spații pietonale cu lățimea mai mică de 2,20 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. 29

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 liberă 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. 30

Panourile și ecranele publicitare amplasate pe sol în intravilanul municipiului Câmpulung 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. 31

(1) În extravilanul municipiului Câmpulung 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.32

(1) Pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,20 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 2,20m;
 - d) amplasarea panoului este permisă fara afectarea circulației publice pietonale.
- (2) Amplasarea panourilor mobile pliante, se face după obținerea avizului arhitectului șef.

SECȚIUNEA a 4-a

Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

ART. 6*)

(1) Certificatul de urbanism este actul de informare prin care autoritățile prevăzute la art. 4 și la art. 43 lit. a):

#M12

a) fac cunoscute solicitantului informațiile privind regimul juridic, economic și tehnic al terenurilor și construcțiilor existente la data solicitării, în conformitate cu prevederile planurilor urbanistice și ale regulamentelor aferente acestora ori ale planurilor de amenajare a teritoriului, după caz, avizate și aprobate potrivit legii;

b) stabilesc cerințele urbanistice care urmează să fie îndeplinite în funcție de specificul amplasamentului;

#M58

c) stabilesc lista cuprinzând avizele/acordurile necesare în vederea autorizării executării lucrărilor de construire;

#M55

c¹) indică nominal operatorii de rețele tehnico-edilitare care vor emite respectivele avize/acorduri; avizele se vor solicita doar de la posesorii de rețele supraterane și subterane care afectează suprafața de teren și/sau construcțiile pentru care se solicită certificate de urbanism, cu consultarea bazei de date urbane constituite în condițiile legii;

#M12

d) încunoștințează investitorul/solicitantul cu privire la obligația de a contacta autoritatea competentă pentru protecția mediului, în scopul obținerii punctului de vedere și, după caz, al actului administrativ al acesteia, necesare în vederea autorizării.

• ART. 33

(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. 34

Amplasarea de bannere care conțin anunțuri privind promovarea de evenimente culturale, economice, științifice, activități comerciale și altele de această natură se avizează pe baza documentației privind rezistența elementelor de susținere, precum și cu acordul proprietarului elementelor de susținere utilizate în acest scop.

ART. 35

La amplasarea bannerelor se vor avea în vedere următoarele:

a) nu este permisă amplasarea bannerelor în intersecții, în zone în care împiedică vizibilitatea rutieră sau perspectiva asupra monumentelor istorice ori naturale sau în locuri unde există deja amplasate panouri publicitare;

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

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

d) bannerele vor fi amplasate astfel încât distanța între acestea să fie de minimum 50,00 m;

e) bannerele se vor monta numai pe artere cu maximum 2 benzi pe sensul de mers (maximum 15,00 m deschidere între stâlpi);

f) bannerele vor avea dimensiuni maxime de 7,00 m la bază, 1,5 m în înălțime și vor avea sistem de prindere din materiale ușoare și rezistente;

g) se interzice amplasarea a mai mult de un banner pe aceiași stâlpi de susținere;

h) este permisă amplasarea bannerelor pe o durată de cel mult două luni calendaristice, după care autorizarea se poate prelungi o singură dată;

i) nu este permisă amplasarea bannerelor care obturează panourile publicitare amplasate în zonă sau vizibilitatea asupra acestora;

j) amplasarea bannerelor se face în baza unui aviz emis de autoritatea administrației publice locale conform regulamentului local de publicitate și cu avizul/acordul scris al deținătorului stâlpului;

k) la finalul perioadei prevăzute în avizul de amplasare, deținătorul avizului este obligat, sub sancțiunea interzicerii pe viitor a folosirii acestui mijloc de publicitate, să demonteze atât bannerul respectiv, cât și elementele de susținere ale acestuia.

ART 36

(1) Steagurile 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.

(2) Pe un catarg sau stâlp se pot amplasa maximum două steaguri obligatoriu la aceeași înălțime față de sol, de aceeași dimensiune și montate echilibrat pe ambele laturi ale catargului/stâlpului, în același plan.

(3) Durata de menținere a steagurilor publicitare va fi de maximum 90 de zile calendaristice, cu posibilitatea prelungirii acestei perioade cu încă o perioadă de 90 de zile.

(4) Amplasarea steagurilor publicitare se face în aceleași condiții ca și în cazul bannerelor.

(5) Suprafața fiecărui steag este mai mică sau egală cu 2,50 mp, iar baza acestuia nu va putea depăși suprafața de 0,80 m.

(6) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1)-(5) steagurile publicitare amplasate în incintele centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale 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. 37

(1) Este permisă amplasarea de mesh-uri și mesh-uri digitale, cu acordul proprietarilor clădirilor respective, în următoarele situații:

a) pe construcții, exclusiv monumente istorice, și care nu sunt 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;

b) pe calcanele construcțiilor, cu avizul arhitectului șef

c) sunt interzise mesh-urile și mesh-uri digitale pe clădirile situate în zonele de publicitate restrânsă – ZR1 și ZR2, inclusiv pe monumentele istorice, cu excepția unor evenimente promovate prin 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 avizului arhitectului șef.

(3) Se interzice amplasarea de mesh-uri pe monumente de for public (artă monumentală, statui în spațiul public).

(4) Mesh-urile se vor desființa sau se vor înlocui atunci când se degradează.

SECȚIUNEA a 7-a

Reguli generale privind amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale

ART. 38

(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 1,50mp;

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. 39

(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 (anexa5) sau a autorizației de construire emise de Primăria municipiului Câmpulung, 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. 40

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 emitere a avizului, depusă de solicitant;
- b) să poată fi montate/demontate în/din toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate temporară, în cel mult 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. 41

(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 in domeniu privat al primariei;
 - b) pe spatiile verzi în cazul proiectelor de educație ecologică;
- (2) în vecinătatea obiectivelor culturale.

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. 42

(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 Câmpulung, 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. 43

(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) se va face de către reprezentanți din cadrul SPADPP.

(3) Arhitectul șef avizează modelul de suport pentru afișe și amplasamentul acestora. Amplasamentele suporturilor pentru afișe din ZR1 și ZR2 (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 Argeș.

(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 Câmpulung privind impozitele și taxele locale aplicabile în perioada când se face afișarea;

(6) Afișarea, spectacolelor organizate de operatori economici, 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;

(7) Afișarea spectacolelor culturale organizate de către ONG-uri sau de către Administrația Publică Locală se va face cu titlu gratuit, în baza unei solicitări prealabile.

ART. 44

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 pentru afișe publicitare (spectacole, teatre, concerte, etc) și a anunțurilor de mică publicitate se găsește în Anexa 3.

SECȚIUNEA a 10-a

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

ART. 45

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

(2) Pe raza municipiului Câmpulung este permisă publicitatea pe vehicule realizată prin montarea de panouri sau colantarea cu materiale print dedicate vehiculelor în scopuri publicitare.

(3) Publicitatea se poate realiza pe:

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

(4) 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, în baza Regulamentului privind organizarea și desfășurarea activităților comerciale și a serviciilor de piață în municipiul Câmpulung 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.

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

(6) 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.

(7) 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. 46

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. 47

(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. 48

(1) În condițiile prezentului Regulament, constituie contravenție următoarele fapte, dacă nu au fost savarșite 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. 49

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.50

(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 constatatator, 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.51

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

Capitolul VIII - Dispoziții finale

ART. 52

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

ART. 53

(1) În vederea asigurării respectării prevederilor prezentului regulament local privind amplasarea mijloacelor de publicitate cu situația de fapt din teren, Primăria municipiului Câmpulung prin Direcția Tehnică și Urbanism și Serviciul Poliția Locală – Compartiment Disciplina în Construcții și Afișaj Stradal, 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 se va dispune dezafectarea;

b) pentru panourile situate pe proprietatea persoanelor fizice sau juridice, care nu au fost autorizate ori care nu au inscripționate informațiile privind denumirea operatorului și codul de identificare fiscală a acestuia, se va dispune dezafectarea;

ART. 54

În termen de 90 de zile de la adoptarea prezentului regulament privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, concomitent cu acțiunile prevăzute la art. 53, 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. 55

În termen de 30 de zile de la notificarea emisă conform art. 53 alin. (1) lit. a) și b) autoritățile primăria municipiului Câmpulung va dispune ridicarea/desființarea/autorizarea/intrarea în legalitate a mijloacelor de publicitate amplasate contrar prevederilor regulamentului local de publicitate;

ART. 56

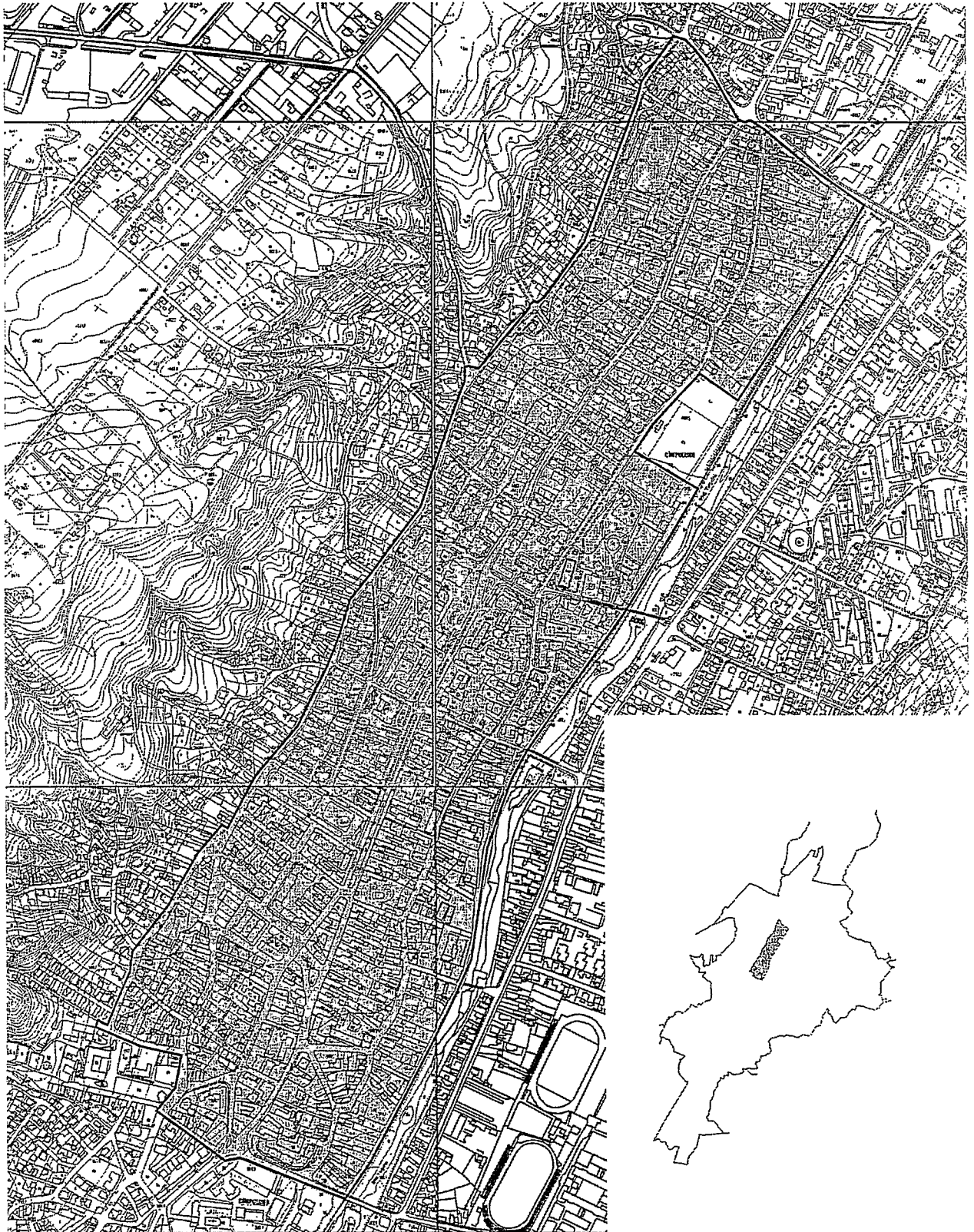
(1) Prezentul regulament local de publicitate, delimitarea zonelor de publicitate lărgită și, respectiv, a zonelor de publicitate restrânsă și amplasamentelor și categoriile de mijloace de publicitate admise pentru fiecare dintre zone sunt:

- a) elaborate de grupul de direcția tehnică și de arhitectul șef;
- 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) supus spre aprobare Consiliului local al municipiului Câmpulung.

Art.57

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

Delimitarea zonelor de publicitate restrânsă (ZR1+ZR2)



ANEXA 1

Zona de publicitate restrânsă cu maximă restricție – ZR1 cuprinde străzile:

- str.Negru Vodă - de la nr.64(Mănăstirea Negru Vodă) până la nr.145 bis(Colegiul Tehnic)
- str.Republicii

Zona de publicitate restrânsă în care se impun restricții speciale -ZR2 cuprinde străzile:

Toate străzile din zona sitului urban protejat "Orașul Istoric Câmpulung" (cod LMI AG-II-s-A-13545):

- Str.Gării, cu piața și Gara de călători, str.Alexandru Voevod, str.Democrației, str.Muzeul Fundeni, str.Sf.Gheorghe, str.Vasile Alecsandri, str.Col.Zlatian, str.Negulici, str.Gen.Iosif Teodorescu, str.Șubești, str.Maior Giurăscu, str.Sculptor C.Baraschi, str.Ana Doamna, str.Minerului, str.Dr.Costea, str.Elena Doamna, str.I.L.Caragiale, str.Constantin Brâncoveanu, str.N.Bălcescu, str.Mihai Eminescu, str.Frații Golești, str.Nae Leonard, str.Matei Basarab, str.Mihai Tican Rumano, str.C.D.Aricescu, str.Sf.Ilie, str.N.Rizeanu, str.Constanțiu Popescu, str.Decebal, str.Richard(parțial), str.Petre Zamfirescu(parțial), Piața Jurământului, str.Primăverii, str.Dan Barbilian, str. Mihai Bravu, str.Tudor Mușatescu, str.Soldat Golescu, str.Parcul Mirea(parțial), str.Maior Brașoveanu, str.Nicolae Iorga, str.Gen.Poșoiu, str.Istrate Rizeanu, str.Lascăr Catargiu, str.Poenaru Bordea, str.Spiru Haret, str.Lt.Col.N.Popp(parțial), str.Revoluției(parțial), str.Parcul Mirea(parțial), str.Eremia Grigorescu, str.Arh.I.Săvulescu, str.Lt.Baloleanu, str.Ghe.Lazăr, str.1 Mai, str.Tudor Vladimirescu, str.Lt.Oncica(parțial), str.Col.Stănescu(parțial), str.Gen.Dragalina(parțial) str.Bucovinei, str.Plevnei, str.Traian(parțial).

• ANEXA 2

Zona de publicitate lărgită ZRL - alcătuită din teritoriul municipiului Câmpulung cu excepția zonelor ZR1 și ZR2:

str.Fundătura Bisericii, str.Boboc, str.Calea Brașovului, str.C.A.Rosetti, str.Carpați, str.Cazărmii,
str.Chilii, str.Coasta Grui, str.Col.Alexandrescu, str.Costel Constantinescu, str.Cpt.Ion Becleanu,
str.Cuza Vodă, str.Decovilului, str.Dr.Nicolae Fălcoianu, str.Dragoș Vodă(parțial), str.Dracești(parțial),
str.Dumitru Alimănișteanu, str.Dumitru Mățăoanu, str.Emil Gârleanu, str.Eroilor, str.Fătulești, str.Frații
Săndescu, str.Gen.Dragalina(parțial), str.Gen.Simonescu, str.Gen.Gr.Grecescu, str.George Oprescu,
str.George Topârceanu, str.George Ulieru, str.Georgeta Moloiu Gherasim, str.Gh.Doja, str.Gh.Mitu,
str.Giugești, str.Drumul Godeni, str.Grădiște, str.Grigore Alexandrescu, str.Gruiului, str.Haiducii
Mușcelului, str.Horia, b-dul I.C.Brătianu, str.Iezer, str.Ioan Slavici, str.Ion Creangă, str.Ion Giurculescu,
b-dul Ion Mihalache, str.Ion Nanu Mușcel, str.Ion Răuțescu, str.Ion Țicăloiu, str.Islaz, str.Izvorului,
str.Leculești, str.Livadiei, str.Lt.Rădulescu, str.Lt.N.Popp(parțial), str.Lt.Oncica(parțial), str.Maramureș,
str.Calea Măgurii(parțial), str.Mărășești, str.Mărăști, str.Mărcuși, str.Mircea cel Bătrân, str.Mircești,
str.Drumul Morii, str.Mr.Găldău, str.Șoseaua Națională, str.Neagoe Basarab, str.Ocnei, str.Oituz,
str.Pictor Grigorescu, str.Calea Pietroasă, str.Parcul Mirea(parțial), str.Petre Țuțea(parțial),
str.Petre Zamfirescu(parțial), str.Pârșenilor, str.Plăieși, str.Poligonului, str.Fundătura Pravăț, str.Fundătura
Predoiu, str.Prefect Nicu Nicolau, str.Privighetorii, str.Revoluției(parțial), str.Richard(parțial),
str.Stănoi, str.Col.Stănescu(parțial), str.Ștefan cel Mare, str.Târgoviștei, str.Theodor Aman,
str.Transilvaniei(parțial), str.Drumul Uzinei, str.Valea Bărbușii, str.Valea Furnicii, str.Valea
Rumâneștilor, str.Valea Tiței, str.Valea Unchiașului, str.Valea Ursului, str.Walter Mărăcineanu,
str.Zăvoiuului, str.1 Decembrie 1918, str.24 ianuarie, str.Aleea Pescăreasa, str.Alexandru cel Bun,
str.Anton Pann, str.Avram Iancu, str.B.P.Hașdeu, str.Băloaica.

ANEXA 3

Tipurile de mijloace de publicitate admise în municipiul Câmpulung, 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

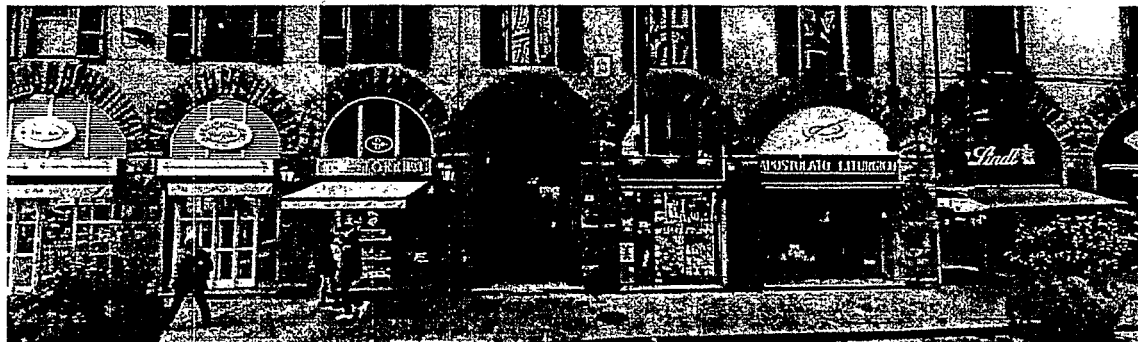
¹ Cu excepția meshurilor pe clădiri aflate în construcție unde suprafața mesajului publicitar ocupă maximum 35% din suprafața totală

LISTA PANOURI AFISAJ SPECIAL AMENAJATE ÎN MUNICIPIUL CÂMPULUNG

1. Panou afișaj Cartier Grui – Bloc D18(lângă mag.PROFI)
2. Panou afișaj Cartier Grui – str.gen.Dragalina(lângă bazin înnot)
3. Panou afișaj Poșta Bloc C4(vis a vis bloc Turn)
4. Panou afișaj Piața Centrală(la statuie)
5. Panou afișaj Cartier Gară – str.Negru Vodă(lângă mag.PEL IND FAMILY)
6. Panou afișaj Cartier Grădiște
7. Panou afișaj Cartier Apa Sărată(lângă biserică)
8. Panou afișaj Clubul ARO
9. Panou afișaj str.Nicolae Iorga(lângă teren sport școala nr.1)
10. Panou afișaj Vila Paul
11. Panou afișaj Cartier Mărcuș
12. Panou afișaj Cartier Valea Româneștilor
13. Panou afișaj Complex Rotunda

ANEXA 4:

In drumar Ansambluri Fime Publicitare Zona centrala	Umbrar Marchiza retractabila	Litere Volumetrice Iluminate	Litere Volumetrice luminoase VOLUM	Litere Volumetrice luminoase CANT
--------------------------------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	------------------------------------------	-----------------------------------------



Litere volumetrice luminoase:

- material: plexiglass, metal vopsit, aluminiu vopsit, polistiren expandat vopsit
- nuante: alb, negru, RAL 7015, RAL 7016, RAL 8028

- dimensiuni maxime inaltime 30 cm
Cadrul suport:

- profil metalic/ aluminiu
- inchidere: lumir lemn, plexiglass, bond, tabla profilata vopsita in camp electrostatic
- nuante: alb, negru, RAL 7015, RAL 7016, RAL 8028 lemn natur stejar

Sistem de prindere:

- Dibuiri zidarie, ancore chimice

Zona fixare:

- Glaf goluri ferestre/ usi/ ganguri, la partea superioara

*Necesita analizaarea fiecarei fatade pentru a se stabili cu exactitate pozitia si dimensiunea corecta.

Fixarea se va realiza astfel incat elementele de prindere sa nu fie vizibile.
Ansamblul poate fi montat atat la exterior cat si la interior

Sursa iluminat: Iluminare in volum, iluminare in cant, iluminare pe interior

- banda led, tub flexibil led

- temperatura lumina: 3000K - 8000K

Nota:

Daca sursa luminoasa este la vedere (iluminare directa) temperatura de culoare poate fi: minim 3000K si maxim 4500K

Daca sursa luminoasa nu este la vedere (iluminare indirecta) temperatura de culoare poate fi: minim 3000K si maxim 8000K
Gradul de protectie al ansamblurilor de iluminat trebuie sa fie minim IP6X

Litere volumetrica iluminate:

- material: plexiglass, metal vopsit, aluminiu vopsit, polistiren expandat vopsit
- nuante: alb, negru, RAL 7015, RAL 7016, RAL 8028

- dimensiuni maxime inaltime 30 cm
Cadrul suport:

- profil metalic/ aluminiu
- inchidere: lumir lemn, plexiglass, bond, tabla profilata vopsita in camp electrostatic
- nuante: alb, negru, RAL 7015, RAL 7016, RAL 8028 lemn natur stejar

Sistem de prindere:

- Dibuiri zidarie, ancore chimice

Zona fixare:

- Glaf goluri ferestre/ usi/ ganguri, la partea superioara

*Necesita analizaarea fiecarei fatade pentru a se stabili cu exactitate pozitia si dimensiunea corecta.

Fixarea se va realiza astfel incat elementele de prindere sa nu fie vizibile.
Ansamblul poate fi montat atat la exterior cat si la interior

Sursa iluminat:
- banda led incastata, tub flexibil led incastat, spoturi aplicate/ incastrate

- temperatura lumina: 3000K - 8000K

Nota:

Daca sursa luminoasa este la vedere (iluminare directa) temperatura de culoare poate fi: minim 3000K si maxim 4500K

Daca sursa luminoasa nu este la vedere (iluminare indirecta) temperatura de culoare poate fi: minim 3000K si maxim 8000K
Gradul de protectie al ansamblurilor de iluminat trebuie sa fie minim IP6X

Umbrare:

- marchize retractabile, manuale sau automatizate

- material: textil

- nuante: conform paletar tabel 1.1, denumirile sunt date de furnizor.

Zona fixare:

- Glaf goluri ferestre/ usi/ ganguri, la partea superioara

*Necesita analizaarea fiecarei fatade pentru a se stabili cu exactitate pozitia si dimensiunea corecta.

Fixarea se va realiza astfel incat elementele de prindere sa nu fie vizibile.

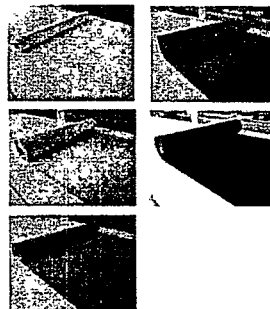
RAL- uri ANSAMBLURI FIRME LUMINOASE/ ILUMINATE

RAL 9003	RAL 9005
RAL 9004	RAL 9006
RAL 9007	RAL 9008
RAL 9009	RAL 9010

Putere Temperaturua lumina

3000K	4000K	5000K	6000K	7000K	8000K
-------	-------	-------	-------	-------	-------

PALETAR DE CULORI PENTRU FATADELE CLADIRILOR DIN CADRUL SITULUI URBAN "ORASUL ISTORIC CAMPULUNG"



ANEXA 5 – GHID DE PUBLICITATE COMERCIALĂ ÎN MUNICIPIUL CÂMPULUNG

Acest ghid este un document complementar *Regulamentului local de publicitate comercială la nivelul municipiului câmpulung, 2022* și este destinat comercianților și producătorilor de materiale publicitare, pentru a-i susține în crearea unor firme de calitate, care să facă mai atractive activitățile comerciale din municipiul Câmpulung.

O firmă este o inscripție așezată deasupra intrării unui magazin, pe care este indicată denumirea și destinația acestuia. Este o parte importantă a imaginii de brand, influențând percepția de către public a afacerii respective.

Grafica trebuie să fie simplă, dar expresivă, ușor de citit, înțeles și memorat.

Pe clădirile având spații comerciale la parter sau mezanin, firmele se vor amplasa în mod unitar prin adoptarea unor soluții armonizate pentru toate spațiile.

Publicitatea nu va obtura ferestrele care asigură iluminatul încăperilor și terasele clădirilor.

Pe timp de noapte, intensitatea luminoasă a mijloacelor publicitare va fi redusă cu 35%.

Firmele luminoase amplasate la mai puțin de 30m de semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora și lumina intermitentă.

ANEXA 6 – cerere pentru amplasarea mijloacelor publicitare, avizare

Către,
PRIMARUL MUNICIPIULUI CÂMPULUNG

**CERERE PENTRU EMITEREA AVIZULUI
ÎN VEDEREA AMPLASĂRII MIJLOACELOR DE PUBLICITATE TEMPORARĂ**

Subsemnatul(a).....
Subscrisa....., cu sediul în județul.....
Municipiul/orașul/comuna....., str., nr., bl.,
Sc., et., ap., tel. / fax, e-mailavând Codul Unic
de Înregistrare..... nr. de înregistrare în Registrul Comerțului.....reprezentată
prin..... în calitate de proprietar/coproprietar/mandatar/acționar
unic/asociat/administrator/împuternicit **cu domiciliul** în județul.....
municipiul/orașul/comuna....., str., nr.bl.
sc., et., ap., identificat prin B.I./C.I./C.I.P./Pașaport seria..... nr.
CNP

În conformitate cu prevederile Legii nr. 185/2013 și a Regulamentului local de amplasare și autorizare a
mijloacelor de publicitate pe raza municipiului Câmoulung, solicit emiterea

AVIZULUI

Pentru amplasarea mijlocului publicitar (se completează tipul mijlocului publicitar).....
Pe teren/construcție situată în municipiul Câmpulung str., nr., bl.
Sc., având dimensiunile și suprafața demp, pentru perioada
.....(maximum 30 de zile), cu scopul
.....

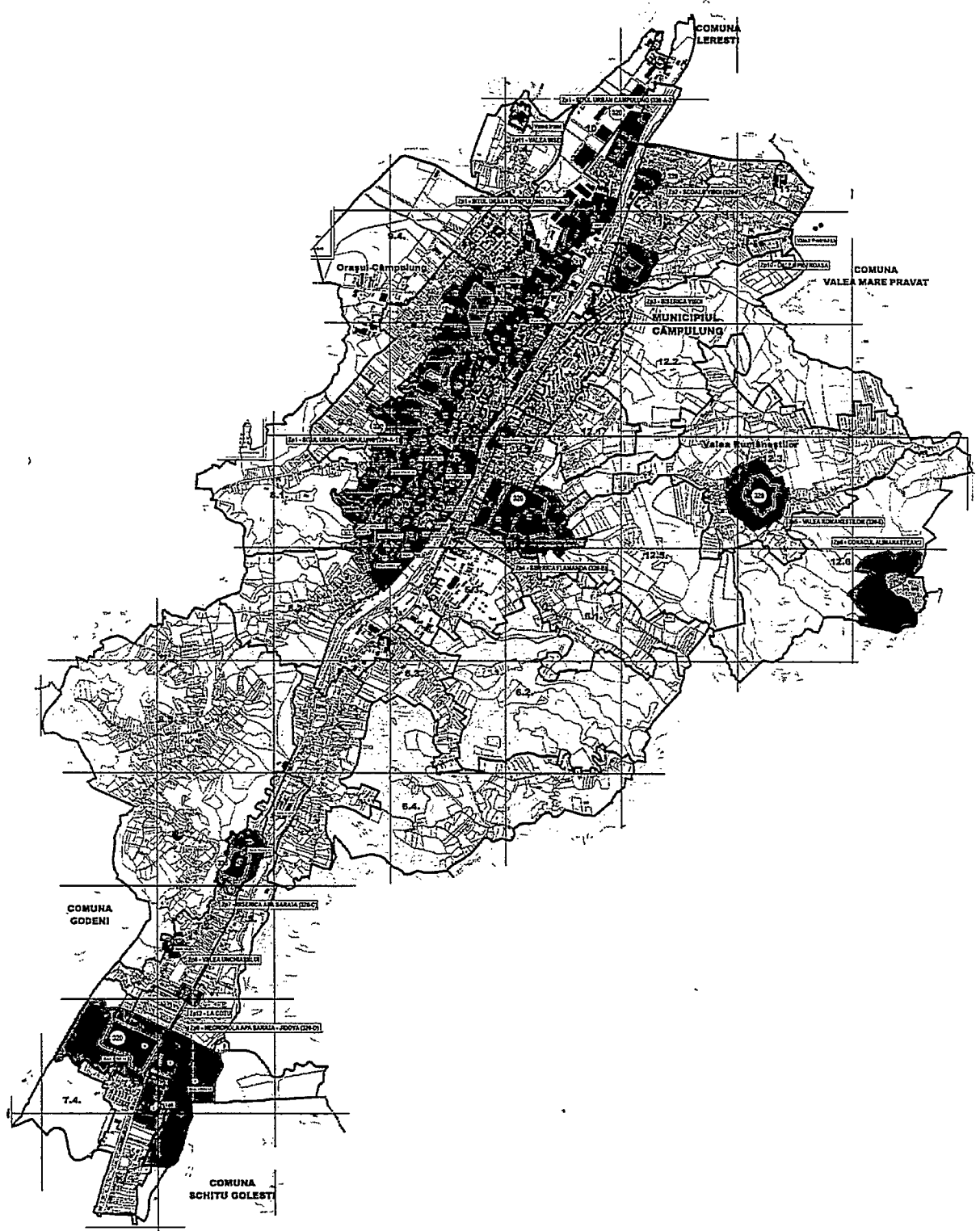
În susținerea cererii, depun următoarele acte doveditoare:

- pentru imobilele neînscrise în evidențele de cadastru și publicitate temporară: plan de încadrare în zonă la una din scările 1: 10 000, 1: 5 000, 1: 2 000, 1: 1 000, 1: 500, după caz, eliberat la cerere de oficiul de cadastru și publicitate imobiliară;
- pentru imobilele înscrise în evidențele de cadastru și publicitate temporară: extras din planul cadastral de pe ortofotoplan, actualizat la zi, eliberat, la cerere de oficiul de cadastru și publicitate imobiliară;
- plan de situație, la scara 1:500, pe care va fi marcat vizibil locul de amplasare a panoului publicitar și cota față de repere fixe identificabile (în cazul mijloacelor publicitare amplasate pe stâlpii de iluminat se vor trece pe plan și numerele de identificare ale stâlpilor);
- scopul publicității temporare și perioada solicitată, dar nu mai mult de 30 de zile;
- grafica reclamei, din care să rezulte tipul, forma și alcătuirea cu marcarea dimensiunilor și culorilor adoptate și faptul că nu sunt necesare fundații sau prinderi care pot afecta îmbrăcămintea terenului sistematizat (asfalt, dalaj, paviment, etc.) și prin urmare sunt îndeplinite prevederile regulamentului pentru publicitate temporară;
- simulare foto a sistemului publicitar pe locația solicitată;
- extras de carte funciară pentru informare actualizat la zi al imobilului în cauză, dacă este proprietate privată și/sau contract de închiriere sau concesiune;-acordul de principiu (date de identificare și semnatura) al proprietarilor-persoane fizice sau juridice care vor fi afectați de amplasarea mijlocului de publicitate și care va constitui, ulterior, baza de încheiere a contractului, dacă este cazul;
- referatele de verificare (privind rezistența elementelor de susținere) la cerințele A și B, în original (după caz);
- documentație tehnică întocmită de un arhitect cu drept de semnătură (după caz);
- avizul Ministerului Culturii prin Direcția Județeană pentru Cultură Argeș (după caz).

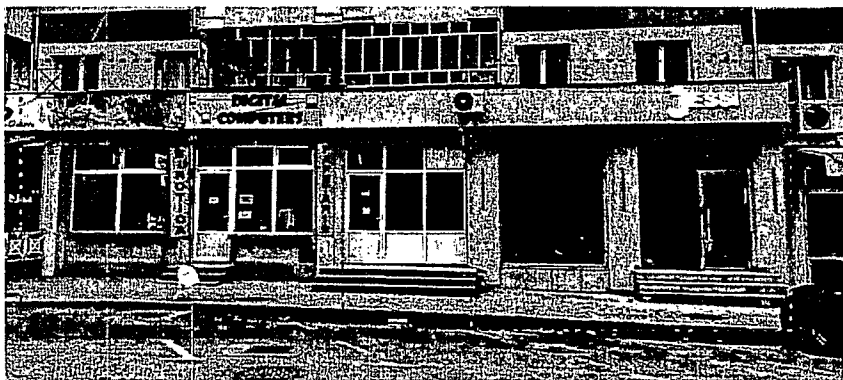
Notă: Perioada de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară este de maximum 30 de zile și poate fi prelungită o singură dată, la cererea solicitantului, pentru o perioadă cel mult egală cu cea aprobată inițial.

Data:

Semnătura(ștampila în cazul persoanelor juridice):



ANEXA 7 – model de afișaj firmă activitate comercială



Președinte de ședință,

Ionel STĂTE.

Documentul semnat in
original se află la dosarul
ședinței