RO MÂNIA
JUDEŢUL GALAŢI
MUNICIPIUL TECUCI
- CONSILIUL LOCAL -
PROIECT DE H OTARÂRE

Nr../Jlf din 08./2-. 2025

Privind: aprobarea Regulamentului pentru aprobarea organizării şi desfăşurării activităţii de publicitate, reclamă şi afişaj pe raza Municipiului Tecuci

Iniţiator : Lucian - Grigore Costin, Primarul Municipiului Tecuci, judeţul Galaţi;
Număr de înregistrare şi data depunerii proiectului: .(/Î.L I09/2-. 2025;
Consiliul local al municipiului Tecuci, judeţul Galaţi, întrunit în şedinţă ordinară în data de _____ 2025;

Având în vedere :

- referatul de aprobare al iniţiatorului, înregistrat sub nr.;
- raportul de specialitate întocmit de Direcţia Arhitect Şef, înregistrat sub nr. 82535 din 09.12.2025
- rapoartele de avizare întocmite de comisiile de specialitate /42,- J ;
- art. 8 din Legea nr. 185/2013 privind amplasarea şi autohz;r mijloacelor de publicitate, cu modificările şi completările ulterioare
- Ordonanţei Guvernului nr. 43/1997 privind regimul drumurilor, cu modificările şi completările ulterioare;
- Ordonanţei de Urgenţă a Guvernului nr. 195/2002 privind circulaţia pe drumurile publice, cu modificările şi completările ulterioare;
- Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construire, cu modificările şi completările ulterioare;
- În temeiul art. 139 alin. (3) lit. e), art. 196 alin. (1) lit. a) şi art. 197 din O.U.G. nr. 57/2019 privind Codul administrativ, cu modificările şi completările ulterioare

H O T Ă R Ă Ş T E :

Art. I. Se aprobă Regulamentului pentru aprobarea organizării şi desfăşurării activităţii de publicitate, reclamă şi afişaj pe raza Municipiului Tecuci, conform Anexei nr. 1, care face parte integrantă din prezenta hotărâre;

Art.2. Se aprobă Ghidul de publicitate comercială în municipiul Tecuci, conform Anexei nr. 2, care face parte integrantă din prezenta hotărâre;

Art.3. Până la data de 31.12.2026 toate mijloacele de publicitate autorizate confonn legii care nu respectă prezentele reglementă1i vor fi schimbate în concordanţă cu prevederile acestora;

Art.4. Prevede1ile prezentei hotărâri vor fi aduse la îndeplinire prin grija Primarului Municipiului Tecuci si Directiei Arhitect Sef, confonn competentelor;

Art.5. Prezenta hotărâre va fi comunicată celor interesaţi prin grija Secretarului Municipiului Tecuci.

INITIATO
PRIMAR ,
Lucian - G1igori Costin

Avizat,
SECRETAR GENERNL
Jr. George Lucian Bo n

ROMÂNIA
JUDEŢUL GALAŢI
MUNICIPIUL TECUCI
PRIMAR

Nr. 82759 din 09.12.2025

REFERAT DE APROBARE

Privind: aprobarea Regulamentului pentru aprobarea organizării şi desfăşurării activităţii de publicitate, reclamă şi afişaj pe raza Municipiului Tecuci

Avand in vedere numeroasele solicitari din partea firmelor de publicitate pentru amplasarea pe domeniul public si privat al Municipiului Tecuci, a unor diverse forme de publicitate exterioara, cat si datorita aparitiei unor noi acte normative care reglementeaza diverse aspecte ale autorizarii si executarii firmelor si reclamelor publicitare, dar si altor forme de publicitate, se impune elaborarea unui Regulament pentru aprobarea organizării şi desfăşurării activităţii de publicitate, reclamă şi afişaj pe raza Municipiului Tecuci, care sa permita atat dezvoltarea libera a publicitatii cat si protejarea aspectului urbanistic unitar si civilizat al muncipiului.

In vederea obtinerii acestui deziderat, este necesar ca autorizarea/avizarea si executarea firmelor si reclamelor publicitare sa respecte urmatoarele principii generale:

- Executarea lucrarilor de construire privind firmele si reclamele publicitare sa fie permisa numai in baza unei autorizatii de construire, emisa in conformitate cu prevederile Legii 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcţii republicată cu modificările şi completările ulterioare;
- Firmele si reclamele publicitare se vor autoriza si executa cu respectarea prevederilor Ordonantei Guvernului nr.43/1997, republicata cu completarile si modificarile ulterioare privind regimul drumurilor precum si a Ordonantei de Urgenta nr. 195/2002 privind circulatia pe drumurile publice;
- Firmele si reclamele publicitare trebuie sa respecte atat prin forma cat si prin informatia transmisa prin acestea prevederile Legii 185/2013 privind amplasarea şi autorizarea mijloacelor de publicitate cu modificarile si completarile ulterioare;
- Firmele si reclamele publicitare se vor autoriza si executa cu respectarea prevederilor Planului Urbanistic General al Municipiului Tecuci.

Se propune dezbaterii şi aprobării Consiliulvi Local al Municipiului Tecuci, proiectul de hotărâre alăturat.

ROMÂNIA
JUDEŢUL GALAŢI
MUNICIPIUL TECUCI
DIRECŢIA GENERALĂ ECONOMICĂ
DIRECŢIA ARHITECT ŞEF
Nr. 82535 din 09.12.2025

RAPORT DE SPECIALITATE

Privind: aprobarea Regulamentului pentru aprobarea organizării şi desfăşurării activităţii de publicitate, reclamă şi afişaj pe raza Municipiului Tecuci

Luand in considerare Legea nr.154 din 29 iunie 2018 pentru modificarea si completarea Legii 185/2013 privind amplasarea şi autorizarea mijloacelor de publicitate, in temeiul Codului Administriv, a Ordonantei nr.2 din 2001, privind regimul juridic al contraventiilor, Codului Fiscal cu modificarile si completarile ulterioare si a Legii 50/19991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcţii republicată cu modificările şi completările ulterioare, se impune elaborarea unui Regulament privind organizarea si desfasurarea activitatii de publicitate, reclama si afisaj in municipiul Tecuci.

Va propunem spre dezbatere şi aprobare proiectul de hotărâre în forma propusă.

DIRECŢIA ARHITECT ŞEF
Popovici Nona

Anexa nr.1 la H.C.L. nr..... din..... .

REGULAMENT

privind aprobarea organizării şi desfăşurării activităţii de publicitate, reclamă şi afişaj pe raza Municipiului Tecuci

CAPITOLUL I
DISPOZIŢII GENERALE

ART.1

(1) Regulamentul stabileşte activitatea de amplasare a mijloacelor de publicitate pe raza administrativ-teritorială a Municipiului Tecuci, în vederea asigurării condiţiilor pentru un cadru construit coerent, armonios, sigur şi sănătos, pentru protecţia valorilor mediului natural şi antropic, pentru prezervarea calităţii peisajului şi a cerinţelor privind asigurarea calităţii în construcţii .

(2) Prezentul regulament este elaborat în conformitate cu:

- ***Legea nr.185 din 25 .06.2013*** privind amplasarea şi autorizarea mijloacelor de publicitate republicată cu modificările şi completările ulterioare;
- ***Legea nr.50 din 29.07.1991*** privind autorizarea executării lucrărilor de construcţii republicată cu modificările şi completările ulterioare;
- ***Legea nr.148 din 26.07.2000*** privind publicitatea cu modificările şi completările ulterioare;
- ***Legea nr.227 din 08.09.2015*** privind Codul Fiscal cu modificările şi completările ulterioare;
- ***Legea nr.JO din 18.01.1995*** privind calitatea în construcţii republicată, cu modificările şi completările ulterioare;
- ***Ordonanţa Guvernului nr.2 din 12.07.2001*** privind regimul juridic al contravenţiilor cu modificările şi completările ulterioare;
- ***Ordonanţa Guvernului nr.43 din 28.08.1997*** privind regimul drumurilor republicată cu modificările şi completările ulterioare;
- ***H.C.L. nr.16 din 25.03.1999*** privind aprobarea Planului Urbanistic General şi a Regulamentului Local de Urbanism;

ART.2

Prevederile prezentului regulament se aplică proprietarilor şi beneficiarilor mijloacelor de publicitate, proprietarilor de imobile pe care sunt amplasate mijloace de publicitate, posesorilor de firme, precum şi operatorilor de publicitate, persoanelor fizice şi juridice.

ART.3

În înţelesul prezentului regulament, termenii şi expresiile de mai jos au următoarele semnificaţii:

a) **Afiş** - mijloc de transmitere a mesajelor publicitare, culturale, comerciale, politice, de instructaj şi altele asemenea, imprimat pe sup011 hârtie sau pe folie sintetică sau altele similare şi expus public
b) **Aviz-** act tehnic cu caracter obligatoriu, emis de U.A.T Municipiul Tecuci, în urma unei proceduri de analiză a proiectului tehnic şi a oportunităţii urbanistice, pentru amplasarea mijloacelor de publicitate temporară, având structuri fără fundaţie
c) **Banner-** suport pentru mesajul publicitar confecţionat din folie sintetică, din material textil sau altele similare, în mod obişnuit cu formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice;
d) **Calcan** - faţadă fără goluri a unei construcţii, situată pe limita de proprietate laterală sau posterioară, destinată de regulă să fie acoperită de zidul asemănător al unei clădiri vecine;
e) **Ecran** publicitar- ecran cu LED-uri, LCD sau altele asemănătoare, pe care se rulează grafică, spoturi şi altele asemenea, cu conţinut dinamic şi de dimensiuni variabile;
f) **Firmă** - orice inscripţie, formă sau imagine ataşată unei clădiri, cu referire la un operator economic sau la o activitate care se desfăşoară în interiorul clădirii;
g) **Incintă** - suprafaţa de teren înconjurată din toate părţile de construcţii, de amenajări sau împrejmuim;
h) **Indicator publicitar direcţional (panou direcţional)-** înscris, formă ori imagine care indică o direcţie, proximitatea unui obiectiv sau a unei clădiri unde se desfăşoară o anumită activitate. În aceeaşi categorie se includ bannerul vertical, caseta luminoasă, tăbliţa indicatoare, toate de mici dimensiuni, fixate prin prinderi speciale pe clădiri, stâlpi şi altele asemenea;
i) **Mesh** - suport pentru mesajul publicitar confecţionat din material sintetic perforat, cum ar fi plasa fină, de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri;

j) **Mijloace de publicitate-** ansamblu de elemente constructive (supoturi publicitare, mesh-uri, ecrane publicitare) folosite în scopul unei activităţi comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste ori a unui eveniment;
k) **Panou publicitar mobil-** panou publicitar de dimensiuni reduse, amplasat la sol, fără fundaţie sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate;
l) **Panou publicitar** - structură provizorie folosită pentru afişarea unui mesaj publicitar;
m) **Panou tip city light-** panou publicitar de tip casetă luminoasă, de dimensiuni mici şi iluminare din interior;
n) **Panou tip backlit** - panou publicitar cu una/două feţe de expunere cu sistem de întindere a posterelor şi iluminare din interior;
o) **Panou tip unipol** - structură de rezistenţă care se amplasează pe suport propriu - un singur stâlp de susţinere metalic - la o înălţime faţă de sol mai mare de 5 m;
p) **TV screen** -panou publicitar electronic pentru transmiterea de mesaje publicitare prin afişarea spotului publicitar în fo1mat video;
q) **Proiect publicitar special** - construcţie provizorie atipică, creată special în scopul promovării unui produs, a unui serviciu sau eveniment şi care nu are în alcătuirea sa elemente de fundaţie şi/sau structuri publicitare clasice;
r) **Publicitate** - totalitatea modalităţilor şi instrumentelor specifice utilizate pentru a facilita cunoaşterea şi aprecierea de către consumatori a anumitor bunuri, produse şi servicii sau pentru a informa publicul asupra unor evenimente, a destinaţiei unor spaţii, lansări de produse, deschideri de magazine şi altele asemenea, precum şi orice formă de prezentare a unei activităţi comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste având ca scop promovarea vânzării de bunuri, produse şi servicii, de drepturi şi obligaţii;
s) **Publicitate luminoasă** - publicitate realizată prin corpuri luminoase, afişe sau panouri luminate printr-o sursă de lumină amplasată astfel încât să asigure iluminarea afişului, panoului ori corpului publicitar;
t) **Publicitate stradală (outdoor)** - publicitate efectuată în spaţii deschise, în exteriorul clădirilor;
u) **Publicitate temporară** - publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestaţii culturale, spo11ive, precum şi pentru acţiuni de promovare de produse sau activităţi;
v) **Reclamă publicitară-** activitate prin care o persoană fizică sau juridică promovează un brand, o marcă comercială, serviciu, info1maţie utilă, activitate, produs, idee, folosind mijloace de promovare cunoscute în scopul de a convinge, a face cunoscut sau a atenţiona publicul larg;
w) **Rooftop** - mijloc de publicitate amplasat pe acoperişul respectiv terasa unei clădiri:
x) **Steag publicitar** - piesă de stofă, pânză sau material plastic ataşată la un suport lance, catarg sau stâlp, purtând culori, embleme, simboluri sau mesaje publicitare;
y) **Structură de publicitate auto portantă** -cadru suport amplasat la sol, fără fundaţie sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate, pe care sunt dispuse feţe realizate din

materiale uşoare de tip mesh, plasă fină, pânză şi altele asemenea, pe care se află imprimate reclame şi mesaje publicitare;

z) **Totem** - structură publicitară verticală, luminoasă sau nu, amplasată pe sol, prin intermediul căreia se realizează publicitate sau info1mare.

CAPITOLUL II

APROBAREA EXECUTĂRII LUCRĂRILOR PENTRU AMPLASAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE

ART. 4 Autorizarea mijloacelor de publicitate

(I) Aprobarea amplasării, executării lucrărilor, menţinerii mijloacelor de publicitate, pe faţadele clădirilor sau ale celor care au un sistem propriu de susţinere în raport cu pământul se poate realiza numai în condiţiile emiterii autorizaţiei de construire.

(2) Autorizaţiile de construire emise pentru mijloacele de publicitate vor preciza caracterul provizoriu al acestora, precum şi durata de autorizare a suportului construcţiei mijloacelor de publicitate.

(3) În autorizaţia de construire se va preciza că mijloacele de publicitate vor fi desfiinţate la data încetării activităţii sau a valabilităţii contractului de închiriere/concesiune/comodat (dacă este cazul).

(4) Autorizaţia de construire pentru mijloacele de publicitate de tip mesh, amplasate pe schelele montate pe faţadele construcţiilor ori pe elementele de împrejmuire a şantierului, este valabilă pe toată durata existenţei organizării de şantier.

(5) Mesh-ul va acoperi întreaga schelă aferentă unei faţade şi se recomandă ca acesta să conţină o singură reclamă.

(6) Autorizarea executării acestor reclame se va face simultan sau ulterior autorizării organizării de şantier, în aceleaşi condiţii ca şi aceasta.

(7) Durata menţinerii reclamei nu va depăşi durata existenţei organizării de şantier.

(8) Beneficiarii autorizaţiilor de construire pentru amplasarea mijloacelor de publicitate au obligaţia să o prezinte proprietarului/locatorului.

(9) Nu se emit autorizaţii de construire pentru amplasarea de mijloace publicitare pe construcţii edificate fără autorizaţie de construire sau construite cu încălcarea acesteia.

(1O) Pentru cazurile în care legea nu prevede emiterea autorizaţiei de construire, amplasarea mijloacelor de publicitate, se va face cu respectarea procedurii prevăzute pentru obţinerea avizului pentru publicitate temporară.

ART. 5 Avizarea mijloacelor de publicitate

(1) Primarul Municipiului Tecuci, la cererea solicitanţilor, emite Aviz de amplasare a mijloacelor de publicitate temporare pe pământ (fără fundaţie), în cadrul unor campanii publicitare, activităţi de promovare sau altele asimilate.

(2) Avizul pentru amplasarea mijloacelor de publicitate temporară se acordă pentru o perioadă de cel mult 30 zile, perioadă ce poate fi prelungită o singură dată, la cererea solicitantului, pentru o perioadă cel mult egală cu cea aprobată iniţial. Cererea pentru prelungire urmează a fi depusă cu lOzile înainte de expirarea avizului iniţial.

(3) La expirarea perioadei pentru care a fost emis Avizul, solicitantul este obligat să desfiinţeze mijloacele de publicitate temporară şi să aducă amplasamentul pe care acestea au fost amplasate la starea iniţială.

ART.6

Documentaţia necesară pentru obţinerea certificatului de urbanism si a autorizaţiei de construire pentru mijloacele de publicitate este stabilită de prevederile din Legea nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcţii republicată, cu modificările şi completările ulterioare.

Documentaţia necesară pentru obţinerea avizelor temporare pentru mijloacele de publicitate va contine urmatoarele: cerere tip, plan incadrare in zona scara 1: 5000, plan de situatie scara 1: 500, fotografii color si documentatia grafica care sa contina culorile si dimensiunile mijloacelor de publicitate.

ART.7

(l) La expirarea valabilităţii autorizaţiei de construire, proprietarul suportului publicitar şi cel al imobilului pe care este amplasat acesta, sunt obligaţi, pe cheltuială proprie, să aducă imobilul la starea iniţială.

(2) La expirarea valabilităţii autorizaţiei de construire pentru mijloacele publicitare autorizate pe domeniul public, acestea vor fi desfiinţate de către proprietarul acestora pe cheltuială proprie. Dacă mijloacele de publicitate nu sunt desfiinţate în telmen de 30 de zile ele vor putea fi desfiinţate pe cale administrativă de U.A.T Municipiul Tecuci fără emiterea unei autorizaţii de desfiinţare, fără sesizarea instanţelor judecătoreşti şi pe cheltuiala contravenientului.

(3) Sistemele de ancoraj ale mijloacelor de publicitate amplasate pe construcţii existente vor fi supuse inspecţiilor obligatorii privind mmărirea comportării în timp a construcţiilor pentru care, periodic, dar nu mai puţin de o dată la 2 ani, de către un specialist tehnic atestat ca expert pentru cerinţa rezistenţei mecanice şi stabilitate, va întocmi un raport tehnic de inspecţie, prin grija proprietarului, din care să rezulte faptul că menţinerea utilizării acestora nu prezintă un grad de pericol public datorat factorilor de risc naturali, fenomene meteorologice periculoase, seisme şi altele, care să poată genera consecinţe grave: pierderi de vieţi omeneşti, vătămare gravă a integrităţii corporale ori a sănătăţii uneia sau mai multor persoane, distrugerea totală sau parţială a unor bunuri ori alte consecinţe deosebit de grave.

CAPITOLUL III
REGULI GENERALE PRIVIND AMPLASAREA TUTUROR CATEGORIILOR DE MIJLOACE DE PUBLICITATE

ART.8

(1) Amplasarea mijloacelor de publicitate se poate face atât pe domeniul public sau privat al statului, cât şi pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice de pe raza administrativ teritorială a Municipiului Tecuci, cu acordul acestora şi cu respectarea prevederilor legale.

(2) Pe întreaga perioadă de valabilitate a autorizării construcţiei-suport pentru mijloacele de publicitate, indiferent de regimul de proprietate al imobilelor pe care acestea sunt amplasate, proprietarul/deţinătorul construcţiei suport are obligaţia afişării permanente de materiale de publicitate.

(3) În situaţia în care proprietarul/deţinătorul construcţiei-suport pentru mijloace de publicitate nu are contracte de publicitate în derulare va afişa materiale privind propria activitate sau materiale privind campanii educaţionale, umanitare, sociale, culturale de interes public. Materialul (conţinutul infonnativ) va fi pus la dispoziţie de autorităţile publice interesate, proprietarul având obligaţia de a transmite U.A.T Municipiul Tecuci situaţia construcţiilor-suport pentru mijloace de publicitate disponibile.

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

(5) Mijloacele de publicitate care se amplasează în zona drumurilor publice se autorizează şi se execută cu respectarea prevederilor actelor normative în vigoare privind regimul drumurilor şi circulaţia pe drumurile publice, ale nom1elor tehnice privind proiectarea, amplasarea construcţiilor, instalaţiilor şi panourilor publicitare în zona drumurilor, pe poduri, pasaje, precum şi ale legislaţiei ce reglementează domeniul public şi regimul proprietăţii.

ART.9

(1) Este interzisă amplasarea mijloacelor de publicitate în unnătoarele situaţii:

a) pe spaţiile verzi aşa cum sunt ele definite de Legea nr.24 din 2007 (*republicată*);
b) în locuri de joacă sau locurile de odihnă situate în zona blocurilor de locuinţe colective;
c) pe clădirile reprezentând sedii ale autorităţilor administraţiei publice locale şi centrale, precum şi ale instituţiilor publice, cu excepţia afişelor care anunţă activitatea ce se desfăşoară în interiorul sediilor;
d) pe arbori;
e) pe zona carosabilă a străzilor şi a drumurilor, indiferent de categoria acestora;
f) pe obiecte de artă monumentală şi monumentele publice;

g) pe monumentele istorice sau în zona de protecţie a acestora, cu excepţia finnelor care anunţă activitatea ce se desfăşoară în interiorul clădirii şi a mesh-urilor de pe schele amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare;
h) pe clădirile aflate în stare avansată de deteriorare, în situaţia în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de rezistenţa şi/sau stabilitate şi integritatea elementelor constructive şi decorative ale anvelopei clădirii;
i) în incinta şi pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcaşurilor de cult, troiţelor, scuarurilor, parcurilor şi grădinilor publice;
j) în zonele în care a fost restricţionată sau interzisă publicitatea prin regulamentele de publicitate sau de urbanism locale;
k) în interiorul intersecţiilor şi al sensurilor giratorii, în spaţiul destinat circulaţiei autovehiculelor şi semnalizării rutiere, în zone în care desfăşurarea în condiţii normale a traficului ar putea fi perturbată;
l) pe parapetele şi/sau pereţii pasajelor rutiere subterane şi supraterane ori sub poduri;
m) pe semnele de circulaţie, inclusiv pe stâlpii de susţinere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulaţie;

(2) Se interzice acoperirea cu orice mijloc de publicitate (inclusiv autocolante) a suprafeţelor vitrate ale clădirilor.
(3) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniştea publică.
(4) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate care prin formă, conţinut, dimensiuni şi culori pot fi confundate cu mijloacele de semnalizare rutieră, a indicatoarelor de orientare şi informare sau împiedică vizibilitatea acestora.
(5) Se interzice montarea pe trotuare şi spaţii pietonale cu lăţimea mai mică de 2,25 m, precum şi pe zonele verzi dintre trotuar sau spaţiu pietonal şi carosabil a panourilor publicitare cu stmctură proprie şi elemente de susţinere care necesită fundaţie .

ART.10

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

ART.11

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

(2) Operatorii de publicitate au obligaţia să asigure identificarea panourilor publicitare prin inscripţionarea acestora cu informaţii privind denumirea operatorului, codul unic de înregistrare (C.U.1.) a acestuia, numărul autorizaţiei de construire sau al avizului de amplasament în baza cărora au fost amplasate mijloacele de publicitate.

CAPITOLUL V

AUTORIZAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE

REGULI SPECIFICE PENTRU CATEGORIILE DE MIJLOACE DE PUBLICITATE

Secţiunea 1- Reguli generale privind amplasarea firmelor

ART.12

(1) În Municipiul Tecuci se permite amplasarea de către agenţii economici a firmelor numai la sediul şi/sau punctul de lucru declarat conform prevederilor legale.

ART.13

Condiţii tehnice de amplasare a firmelor:

(1) Firmele se amplasează pe faţada spaţiului unde îşi au adresa juridică şi/sau adresa subdiviziunile îmegistrate, în locuri special prevăzute sau în locuri unde este posibil din punct de vedere arhitectural şi constructiv;
(2) În cazul firmelor dezvoltate pe orizontală, limita de înălţime a firmei nu trebuie să depăşească 25% din înălţimea vitrinei. Lăţimea este cea a vitrinei si trebuie amplasată în aşa fel încât să nu acopere elemente ale clădirii (ferestre, coloane, balcoane, elemente distincte);
(3) Nu se acceptă finne din materiale fără durabilitate (pânză, poliplan, cailon), iar pe arterele principale, firmele vor fi tip casetă luminoasă sau litere volumetrice. De regulă, lungimea finnei va fi cuprinsă între 33% şi 50% din lăţimea vitrinei faţadei;
(4) Pe clădirile de locuit care au două sau mai multe spaţii comerciale sau cu altă destinaţie, situate la parter sau mezanin, finnele se vor amplasa în mod unitar prin adoptarea unor soluţii armonizate pentru toate spaţiile;
(5) Firmele agenţilor economici ce desfăşoară activităţi economice într-un apartament de bloc situat la etajele superioare ale imobilului se pot amplasa, numai cu acordul proprietarilor/ Asociaţiei de proprietari, în mod unitar prin adoptarea unor soluţii aimonizate la pailer, în locuri special prevăzute (panou cu numele firmei, etajul, nr. apailamentului sau orice alt detaliu necesar);
(6) Firmele în consolă se amplasează la o înălţime minimă de 2,50 m de la nivelul trotuarului. Faţă de planul vertical al faţadei, firmele vor putea ieşi în consolă maximum 1,20 m, dar păstrând o

distanţă de minimum 1,00 m faţă de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau faţă de limita interioară a plantaţiei de aliniament;

(7) Dimensiunea maximă acceptată a firmelor ce ies în consolă este de 70 cm x 70 cm;

(8) Grosimea filmelor poziţionate paralel cu faţada la nivelul parterului/mezaninului, nu va fi mai mare de 0,25 m;

(9) Copertinele pe care se inscripţionează o filmă vor fi amplasate/ridicate de la nivelul trotuarului minim 2,50 m şi vor ieşi din planul faţadei maxim 1,50 m, dar păstrând o distanţă de minim 1,00 m faţă de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau faţă de limita interioară a plantaţiei de aliniament;

(10) Firmele luminate pot fi amplasate doar paralel cu faţada imobilului şi vor fi amplasate la minimum 3 m de la nivelul solului. Iluminarea firmelor se va face cu becuri de tip LED;

(I l) Filmele luminate şi cele luminoase amplasate la mai puţin de 30 m de semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora şi lumină intermitentă.

ART.14

Metodologia de autorizare a filmelor

(1) Amplasarea filmelor se face după obţinerea Autorizaţiei de construire în conformitate cu prevederile Legii m. 50 din 1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcţii republicată cu modificările şi completările ulterioare.

(2) Este interzisă inscripţionarea cu autocolant a filmelor pe uşi de acces, pe pereţii clădirii, cutii poştale exterioare.

(3) Inscripţionarea pe vitrină nu poate ocupa mai mult de 25% din suprafaţa vitrinei. Inscripţionarea se face cu autocolant alb pentru: afişarea orarului, lângă intrare, denumire, promoţii temporare (maximum 30 de zile).

(4) Este interzis să se folosească fotografii de produse în exterior, lipite pe vitrină.

(5) Este interzisă decorarea pe partea inferioară a faţadei clădirii.

(6) Firmele publicitare trebuie să respecte mmătoarele principii:

a) Ierarhie a dimensiunilor pentru firmele publicitare - se acceptă doar un element grafic mare (denumirea firmei) şi unul sau mai multe elemente grafice mici (descriptor afacere, slogan, contact, produse sau servicii).

b) Spaţiul liber, neocupat de elementele grafice de minim 30% din suprafaţa filmei.

c) Margini libere neocupate de elemente grafice de 1/6 din înălţimea firmei.

d) Inscripţionarea cu descriptorul afacerii, sloganul, contact, produse şi/sau servicii va avea maxim 1/3 din înălţimea denumirii fomei. Se acceptă trecute pe firmă maxim 7 produse şi/sau servicii, slogan şi date de contact. Se acceptă imagini de tip siluetă/icon.

(7) Culorile firmei: se va folosi de regula culoarea alb pentru text în combinaţie cu culoarea de brand pentru fundal, cu exceptia brandurilor consacrate. Opţional, o culoare secundară pentru accente.

(8) Pentru firmele ce sunt sponsorizate se foloseşte culoarea de brand proprie sau o culoare neutră, iar logo-ul sponsorului în alb. Este interzisă folosirea de fotografii.

(9) Tipografie:

a) Se acceptă doar diacritice scrise corect;

b) Nu se acceptă degradeuri şi litere conturate;

c) Nu se acceptă inscripţionări ce folosesc doar litere cu majuscule scrise cursiv şi înclinate (italic), care sunt greu de citit;

d) Nu se deformează literele pentru a umple spaţiile;

10) Text şi fonturi:

a) Se acceptă maxim două tipuri de literă (fonturi) şi nu se acceptă combinarea celor două tipuri de fonturi în acelaşi cuvânt;

b) Nu se acceptă fonturile deformate.

(10) Nu se admite realizarea de socluri aparente, amplasate deasupra solului; realizarea elementelor de fundare necesare asigurării stabilităţii reclamei publicitare se vor executa îngropat până la nivelul solului.

(11) Panourile publicitare tip ecran TV se pot exploata în următoarele condiţii:

a) Spoturile publicitare difuzate nu vor conţine culori şi forme specifice semnalizării rutiere;

b) Nu este permisă dotarea panourilor tip ecran TV cu echipamente audio.

c) Pe perioada nocturnă, intensitatea luminoasă a panoului să fie redusă la 35% din intensitatea luminoasă utilizată pe timpul zilei.

Secţiunea II - Reguli generale privind amplasarea sistemelor de publicitate pe construcţii şi pe sol

ART.15

(1) Reclama pe construcţii poate fi realizată prin u1mătoarele sisteme publicitare:

I) panouri publicitare;

II) ecrane publicitare;

III) mesh-uri.

(2) Sistemele publicitare menţionate la alin. (1) se pot amplasa pe:

a) calcanele construcţiilor;

b) faţadele construcţiilor fără să obtureze ferestrele ce asigură iluminatul încăperilor şi/sau balcoanele/logiile acestora.

(3) Se pot amplasa mesh-uri pe faţadele clădirilor de locuit, ale clădirilor cu funcţiuni comerciale şi de birouri, dar numai cu acordul proprietarilor clădirilor/ Asociaţiei de proprietari respective în zona calcanelor sau a zidăriei fără goluri.

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

(5) Panourile publicitare şi publicitatea luminoasă pot fi amplasate pe faţadele sau pe terasele construcţiilor astfel încât sistemele lor de prindere să nu constituie o sursă de accidente şi să nu afecteze structura de rezistenţă şi funcţionarea optimă a clădirilor.

(6) Ecranele publicitare vor fi dotate cu sisteme care să permită modificarea intensităţii luminilor, astfel încât prin intensitatea luminii şi frecvenţa succedării imaginilor derulate, să nu existe riscul perturbării circulaţiei rutiere în zona în care sunt amplasate în acest sens fiind obligatoriu avizul emis de poliţia rutieră .

(7) Proprietarii ecranelor publicitare au obligaţia transmiterii de info1maţii de interes public si local, precum şi informaţii de interes pentru populaţie în cazul unor situaţii de urgenţă.

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

(9) Pe o construcţie va putea fi amplasat, în afară de filme, doar un singur sistem publicitar, pe fiecare faţadă şi un singur sistem publicitar pe terasa imobilului în cauză. Amplasarea se va realiza numai cu acordul proprietarilor imobilului/ Asociaţiei de proprietari.

În cazul clădirilor de locuinţe colective cu mai multe scări, prevederile alin. (9) se aplică independent fiecărei scări în parte.

(IO) Construcţiile cu funcţiunea de birouri şi galerie sau centre comerciale tip mail sunt exceptate de la prevederile art. (9).

(11) Conţinutul reclamelor nu va contraveni normelor de estetică, civilizaţie, decenţă şi bun gust.

(12) Pe faţada spaţiilor comerciale de la parterul construcţiilor se pot amplasa, alături de firme, şi sisteme publicitare de tipul celor prevăzute la alin. (I) pe care se poate desfăşura activitate de publicitate dacă reclama are o conexiune strictă cu activitatea desfăşurată în acel spaţiu. Reclama amplasată pe faţada unui spaţiu comercial de la parterul construcţiei va fi tratată diferenţiat faţă de filmă prin culoare, formă şi dimensiuni şi poate fi amplasată în condiţiile stabilite prin autorizaţia de construire.

(13) Sistemele publicitare se vor amplasa astfel încât sistemele lor de prindere să nu constituie o sursă de accidente, să nu împiedice funcţionalitatea construcţiilor şi a elementelor acestora, să nu afecteze structura de rezistenţă a clădirilor.

(14)) Suprafaţa maximă admisă a panoului publicitar nu va depăşi 50 mp şi se recomandă să fie iluminat. Reflectoarele se vor amplasa astfel încât să asigure iluminare uniformă, astfel încât să nu afecteze traficul auto şi pietonal, precum şi confortul locatarilor imobilului, fiind mascate de elemente ale construcţiei sau reclamei. Distanţa dintre partea cea mai coborâtă a reflectoarelor şi nivelul trotuarului sau a terenului, după caz, va fi de minim 3,00 m.

(15) Sistemele publicitare amplasate pe terasele imobilelor vor avea următoarele înălţimi :

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

b) maxim 1/5 din înălţimea faţadei, dar nu mai mult de 6,00 m în cazul construcţiilor mai înalte de 15 m.

ART.16

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

(2) Ecranele publicitare amplasate pe sol trebuie să respecte condiţiile tehnice referitoare la luminozitate şi la frecvenţa succedării imaginilor derulate pentru a nu exista riscul pe1iurbării circulaţiei rutiere în zona în care sunt amplasate, fiind necesar avizul poliţiei rutiere şi respectarea condiţiilor tehnice astfel încât sistemul de prindere să nu constituie surse de accidente.

(3) Panourile publicitare, vor fi amplasate astfel încât fundaţia cât şi proiecţia la sol a acestora să fie în totalitate în interiorul proprietăţii.

(4) Nu este permisă fragmentarea unui panou publicitar.

ART.17

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

(2) Panourile de mari dimensiuni, respectiv cu suprafaţa maximă de 36,00 mp, se amplasează la o distanţă de cel puţin 40,00 m în pe sens între panouri (succesiune/cascade pe sens de panouri).

(3) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1) şi (2) mijloacele de publicitate amplasate în interiorul incintelor centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale, astfel definite în confo1mitate cu legislaţia în vigoare.

(4) Realizarea elementelor de fundare/ancorare necesare asigurării stabilităţii panoului de reclamă şi publicitare se execută obligatoriu îngropat, respectiv sub cota suprafeţei solului/trotuarului.

ART.18

(1) Sistemele publicitare care sunt pennise în vederea efectuării reclamei prin sisteme amplasate la sol pe domeniul public sau privat al Municipiului Tecuci, cât şi pe terenurile aflate în proprietatea persoanelor fizice sau juridice se clasifică după cum mmează:

a) panouri publicitare pe suport propriu de tip citylight, tip backlight, tip unipol, tip TV screen;

b) totem-uri;

c) staţii transport urban ce înglobează suprafeţe destinate efectuării de reclama;
d) proiecte publicitare speciale;
e) ansambluri de panouri.

(2) Dimensionarea şi amplasarea sistemelor publicitare se va face cu respectarea condiţiilor impuse de O.G. nr. 43/1997, republicată, privind regimul drumurilor, a O.U.G. m. 195/2002 privind circulaţia pe drumurile publice şi a Ordinului ministrului transporturilor nr. 1170/2018.

ART.19

(l) Se interzice:
a) amplasarea de panouri publicitare cu lumină dinamică la distanţa mai mică de 50 m de intersecţii, fie semaforizate, fie nesemaforizate calculată de la intrarea, respectiv ieşirea din intersecţie;
b) amplasarea sistemelor publicitare luminoase care pot tulbura liniştea şi ordinea publică şi siguranţa circulaţiei;
c) amplasarea ecranelor publicitare la o distanta mai mica de 50 de m de intersectii cu sens giratoriu;
d) amplasarea sistemelor publicitare în zone destinate recreerii şi a locurilor de joacă amenajate în acest sens, în cazuri de excepţie fiind necesară întocmirea unui studiu de impact avizat şi aprobat în condiţiile legii;
e) amplasarea panourilor publicitare pe domeniul public la o distanţă mai mică de 150 m fata de intrarea, respectiv ieşirea din localitate;
f) obturarea vizibilităţii indicatoarelor rutiere.

(2) Amplasarea sistemelor publicitare se va face cu protejarea:
a) spaţiilor verzi;
b) arborilor de aliniament stradal;
c) vegetaţiei dendro-floricole existente.

(3) În cazul sistemelor publicitare iluminate alimentarea cu energie electrică se va face doar cu fir postat subteran, fiind interzise cablajele aeriene de la stâlpii de iluminat public.

Metodologia de autorizare a sistemelor publicitare amplasate la sol pe domeniul public, privat şi pe construcţii.

ART. 20

(1) Închirierea, concesiunea sau asocierea în participaţiune a amplasamentelor aparţinând domeniului public al municipiului către operatorii de publicitate se va face numai prin

licitaţie publică organizată pe grupe de amplasamente, astfel încât să se acopere întreg arealul Municipiului Tecuci. În acest sens la întocmirea caietului de sarcini, serviciul de specialitate va avea în vedere gruparea amplasamentelor pe străzi, cartiere, etc., astfel încât pe anumite zone să se dezvolte activităţi de reclamă şi publicitate cu o linie de prezentare uniformă.

(2) Verificarea construcţiei cu privire la respectarea cerinţelor esenţiale de calitate se realizează prin re-expertizare tehnică, la fiecare 10 ani de la data emiterii autorizaţiei de construire pentru amplasarea structurii publicitare, sau ca unnare a acţiunilor factorilor de risc naturali/antropici asupra construcţiei/elementului constructiv care susţine structura publicitară.

(3) Directia Arhitect Sef al Municipiului Tecuci, prin Serviciul Patrimoniu, va întocmi situaţia panourilor amplasate confonn prevederilor regulamentului.

Secţiunea III- Reguli generale privind amplasarea steagurilor publicitare

ART. 21

(1) Steagurile publicitare (cu ocazia diverselor evenimente sau manifestaţii) montate pe catarge sau pe stâlpi, la înălţimea minimă de 2,50 m de la cota terenului amenajat, se amplasează numai în locuri în care nu împiedică vizibilitatea semnelor de circulaţie rutiere.

(2) Pe un catarg sau stâlp se pot amplasa maximum două steaguri obligatoriu la aceeaşi înălţime faţă de sol, de aceiaşi dimensiune şi montate echilibrat pe ambele laturi ale catargului/stâlpului, în acelaşi plan. Durata de menţinere a steagurilor publicitare va fi de maximum 90 de zile calendaristice, cu posibilitatea prelungirii acestei perioade cu încă o perioadă de 90 de zile.

(3) Amplasarea steagurilor publicitare se face în baza avizului de publicitate temporară emis de Primaria Municipiului Tecuci.

(4) Sunt exceptate de la prevederile alin. (2) şi (3) steagurile publicitare amplasate în incintele centrelor comerciale, supermagazinelor, hiper-magazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale astfel definite în conformitate cu legislaţia în vigoare, cu condiţia să nu afecteze vizibilitatea circulaţiei rutiere.

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

ART.22

(I) În vederea asigurării eficientei informări a cetăţenilor, a libertăţii de expresie şi esteticii urbane, autorităţile administraţiei publice locale au obligaţia de a instala în amplasamente cu vizibilitate, în condiţiile prezentului regulament, panouri speciale destinate afişelor

publicitare pentru spectacole publice, teatre, concerte şi altele asemenea şi a anunţurilor de mică publicitate.

(2) Panourile prevăzute la alin. (1) vor fi curăţate în vederea actualizării anunţurilor cu periodicitate.

(3) Este interzisă amplasarea de afişe publicitare prin aplicarea lor directă pe orice suprafaţă neamenajată în scop publicitar sau care să acopere alte afişe publicitare deja existente, postate anterior, aflate în perioada de valabilitate, care fac publicitate unor evenimente/acţiuni/campanii aflate în derulare sau care unnează să se deruleze.

(4) Este interzisă amplasarea de afişe publicitare pentru vanzare/inchiriere de bunuri mobile sau imobile, inclusiv pe vehicule publicitare.

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

ART. 23

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

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

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

(4) Circulaţia convoaielor este pe1misă numai cu ocazia manifestărilor speciale, în baza avizului emis de autorităţile administraţiei publice, cu durata de valabilitate de o zi.

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

Secţiunea VI- Reguli generale privind publicitatea temporară şi proiectele publicitare speciale

ART. 24

(I) Orice persoană fizică sau juridică poate beneficia de dreptul la publicitate temporară, în condiţiile prezentului regulament, a contractelor pe care administraţia publică locală le are în derulare şi a hotărârilor Consiliului Local al Municipiului Tecuci.

(2) Emiterea avizului pentru publicitate temporară, pe domeniul public sau privat al UAT Municipiul Tecuci, se va face pe baza acordului emis de Directia Arhitect Sef.

(3) În situaţia în care la încheierea perioadei de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară, există mai multe solicitări de amplasare de mijloace de publicitate temporară, Directia Arhitect Sef, va atribui amplasamentul primei solicitări primite în ordine cronologică.
(4) În cazul solicitării schimbării locaţiilor în alte amplasamente decât cele solicitate iniţial, se va obţine un nou aviz pentru publicitatea temporară în confmmitate cu prevederile prezentului regulament.
(5) Executarea şi amplasarea structurilor publicitare auto-portante şi proiectelor publicitare speciale se face în baza unei documentaţii tehnice cu respectarea prezentului regulament.

Secţiunea VII- Reguli generale privind publicitatea de servicii funerare si comercializarea acestora

ART. 25

(1) Pentru serviciile funerare de orice natură (firme de pompe funebre, comerţ cu produse şi materiale specifice, etc.) se pot amplasa pe faţadele imobilelor doar plăci inscripţionate, cu suprafaţa maximă de 1200 cmp., care sa nu contina elemente funerare (cruci, sicrie, etc.) Amplasarea oricărui alt tip/format de firmă este în mod expres interzis.
(2) Vitrinele aferente serviciilor funerare de orice natură (firme de pompe funebre, comerţ cu produse şi materiale specifice, etc.) inclusiv usile de acces vor fi în mod obligatoriu realizate încât vederea în interior din spaţiul public să fie complet împiedicată.
(3) Se interzice folosirea pe vitrine a autocolantelor publicitare;
(4) Expunerea oricăror elemente - obiecte, materiale, coroane etc, legate de specificul acestor activităţi este interzisă. Depozitarea acestora se va face exclusiv în locuri închise - încăperi, ganguri, incinte, fără posibilitatea de a fi observate din spaţiul public, de către colocatari sau de pe parcelele învecinate.

Sectiunea VIII - Reguli generale privind publicitatea electorala

ART. 26

(I) Primarii sunt obligati sa asigure amplasarea de panouri electorale in locuri speciale, conform legislatiei specifice.
(2) Locurile propuse pentru amplasarea panourilor electorale se stabilesc de catre Primar prin dispozitie, pana la începerea campaniei electorale.
(3) Panourile electorale se pot amplasa in zone frecventate de cetateni, fara stanjenirea circulatiei pe drumurile publice si a celorlalte activitati desfasurate in zona respectiva.
(4) Pe un panou electoral fiecare candidat poate aplica un singur afis electoral.

(5) Un afis electoral amplasat in locurile prevazute la alin. (2) nu poate depasi dimensiunile stabilite de legislatia specifica

(6) Publicitatea electorala se poate realiza prin inte1mediul panourilor publicitare digitale amplasate pe drumurile publice in baza Autorizatiei de Construire, in perioadele stabilite de legislatia specifica.

(7) In alte locuri decat cele stabilite conform alin. (2) si (6), afisajul electoral este interzis.

(8) Se interzice publicitatea electorala prin intermediul bannerilor, mashuri, panourilor speciale cu aceasta destinatie.

(9) Se pot instala pe domeniul public amenajari provizorii, corturi si steaguri publicitare mobile (de preferinta tip lacrima), in scopul distribuirii de materiale de propaganda electorala, daca prin amplasarea lor nu stanjenesc circulatia pe drumurile publice si prin celelalte activitati desfasurate in zona respectiva nu se instituie restrictii de circulatie rutiera sau pietonala, cu conditia sa fie insotite de un reprezentant al formatiunii politice care va ridica in momentul plecarii toate amenajarile provizorii care nu necesita autorizatie de construire.

(1O) Amenajarile prevazute la alin. (9), inclusiv amplasarea de corturi electorale, se poate realiza numai in perioada precampaniilor electorale cu maxim 30 de zile inainte de inceperea campaniei electorale in baza unui aviz de publicitate temporara, conform prevederilor prezentului regulament.

(11) Suprafata maxima de teren ocupata de amenajari, inclusiv corturi electorale, nu va depasi 9 mp (3x3 m), pentru care Primaria Municipiului Tecuci va incasa o taxa de ocupare a domeniului public.

CAPITOLUL IX

CONDITII GENERALE

ART. 27

(1) Conţinutul materialelor publicitare şi a mesajelor publicitare transmise de orice formă de firmă şi reclamă, oricare ar fi mijlocul de comunicare ce face posibil transferul informaţiei, se va încadra în prevederile Legii nr. 148/26.06.2000 privind publicitatea, cu modificările şi completările ulterioare şi a Legii m. 457/2004 - privind publicitatea şi sponsorizarea pentru produsele din tutun.

(2) Operatorii de publicitate ce deţin sisteme publicitare au obligaţia de a menţine amenajate în permanenţă suprafeţele de afişaj ale sistemelor publicitare amplasate la sol şi pe clădiri pe raza administrativ-teritorială al Municipiului Tecuci.

(3) În perioada în care nu există contract de publicitate, operatorii de publicitate vor amenaja obligatoriu suprafeţele de expunere cu materiale cu conţinut infonnativ privind campanii educaţionale, umanitare, sociale, culturale de interes public, materiale ce se vor realiza de

către operatorii de publicitate prin efort propriu, conţinutul informativ al acestora urmând a fi pus la dispoziţie de către Primaria Municipiului Tecuci.

(4) Se interzice aplicarea (inscripţionarea) firmelor, reclamelor şi textelor publicitare direct pe împrejmuiri, zidurile imobilelor, stâlpilor de orice fel sau trotuarelor prin diverse metode grafice. Se interzice reclama realizată cu materiale autocolante pe geamul vitrinelor, spaţiilor cu altă destinaţie şi a locuinţelor.

(5) Nu se eliberează autorizaţie de construire pentru amplasarea de firme şi sisteme publicitare pe construcţii neautorizate.

(6) Pentru activitatea de reclamă, publicitate şi afişaj desfăşurată atât pe domeniul public al Municipiului Tecuci, cât şi pe cel privat, beneficiarii reclamei vor plăti taxa de reclamă şi publicitate către bugetul local. În acest sens operatorii de publicitate vor depune lunar la Compartiment Incasare Impozite si Taxe din cadrul U.A.T. Municipiul Tecuci, situaţia lunară a contractelor de reclamă şi publicitate, analitic pe fiecare sistem publicitar şi perioadă, cu precizarea sumelor ce constituie baza de calcul a taxei de reclamă şi publicitate (vor prezenta toată informaţia despre proprietar, chiriaş , subchiriaşi, deţinători).

(7) Taxa de reclamă şi publicitate şi taxa pentru afişaj în scop de reclamă şi publicitate nu se aplică instituţiilor publice, cu excepţia cazurilor când acestea fac reclamă unor activităţi comerciale, aflate în afara interesului public.

(8) Taxa pentru afişaj în scop de reclamă şi publicitate nu se datorează pentru afişele, panourile sau alte mijloace de reclamă şi publicitate amplasate în interiorul clădirilor şi fără vedere directă din exteriorul incintei.

(9) Taxa pentru afişaj în scop de reclamă şi publicitate nu se aplică pentru panourile de identificare a instalaţiilor energetice, marcaje de avertizare sau marcaje de circulaţie precum şi alte panouri conţinând informaţii de utilitate publică şi educaţionale.

(10) În funcţie de interesul public local, la solicitarea autorităţilor administraţiei publice locale, în telmen de 72 de ore de la notificare, proprietarul sistemului publicitar amplasat pe domeniul public sau privat al Municipiului Tecuci este obligat să elibereze şi să predea terenul liber de orice sarcini.

(11) Firmele de publicitate au obligaţia de a lipi la vedere pe orice sistem de publicitate, autocolant cuprinzând date de identificare a titularului precum şi numărul autorizaţiei de construire sau al avizului de publicitate temporară .

(12) În Municipiul Tecuci publicitatea de marcă se face numai cu aprobarea autorităţilor administraţiei publice locale, iar reclama în folos propriu la locul desfăşurării activităţii - se face în condiţiile prezentului regulament.

(13) Materialele din care se vor executa sistemele publicitare vor fi de bună calitate, rezistente la intemperii şi vor avea un aspect estetic care nu va afecta imaginea urbană a zonei în care sunt amplasate.

(14) Proprietarii sistemelor publicitare au obligaţia întreţinerii şi menţinerii acestora într-o stare estetică bună, readucerea amplasamentului şi mediului înconjurător la starea iniţială, inclusiv înierbare sau asfaltare pentru mijloacele de publicitate amplasate la nivelul solului

precum şi obligaţia asigurării reglajelor şi bunei funcţionări a ceasurilor digitale, acolo unde este cazul.

(15) Este interzisă amplasarea pe raza administrativ-teritorială a Municipiului Tecuci a oricărui tip de sistem publicitar în scopul promovării/denigrării, publicităţii unor oameni şi/sau pa11ide politice, inclusiv prin mijloace de reclamă sonoră, cu excepţia cazurilor reglementate prin lege.

CAPITOLUL X

DISPOZIŢII FINALE

ART.28

(1) Proprietarii de mijloace de publicitate autorizate conform legii au obligaţia să ia măsurile necesare ca acestea să se încadreze în prevederile prezentului regulament, până la data de 31.12.2026.

(2) În vederea respectării prevederilor alin. (1) se permite modificarea graficii mijloacelor de publicitate existente fără obţinerea unei noi autorizaţii de construire. Orice alte modificări (dimensiuni, gabarit, poziţie etc.) se vor face doar în baza unei noi autorizaţii de construire.

(3) Nerespectarea prevederilor prezentului regulament se sanctioneaza conform prevederilor legislatiei in vigoare si a HCL nr.62/2025 sau cu amenda de la 2000 la 2500 lei.

(4) Cererea-tip pentru obţinerea avizului de publicitate temporară se regăseşte în Anexa nr. 1, care face parte integrantă din prezentul regulament.

Anexa nr.1 la Regulament

Către, PRIMARUL MUNICIPIULUI TECUCI

CERERE PENTRU EMITEREA AVIZULUI DE PUBLICITATE TEMPORARĂ

Subsemnatul (1) _____ __, CNP
I_I_I_I_I_I_I_I_I_I_I_I_I domiciliul (2) municipiul cu _____ în judeţul
_____ oraşul _____ __ sediul
comuna satul _____ sectorul __ cod poştal _____ strada
_____ nr. __ bl. __ sc. __ et. __ ap. __
telefon/ fax _____ e-mail _____ în calitate
de/reprezentant al _____ C. U.1.
_____ în conformitate cu prevederile Regulametului de organizare şi desfăşurare a activităţii de publicitate, reclamă şi afişaj pe raza Municipiului Tecuci, solicit emiterea AVIZULUI DE PUBLICITATE TEMPORARĂ ÎN SCOPUL**):

_____

_____

_____

Pentru imobilul o teren şi/sau o construcţii - situat în municipiul Tecuci, cod poştal
____ strada _____ ___, nr. __ bl.
___ , sc. __ _, et. ___ , ap. ___ sau identificat prin (3)

_____

_____

În sprijinul identificării imobilului anexez:

- Plan incadrare in zona scara 1:5000, plan de situatie scara 1:500, fotografii color si documentatia grafica care sa cantina culorile si dimensiunile mijloacelor de publicitate, certificatul de inregistrare a firmei, alte documente;

SEMNĂTURA _____

Data _____

Anexa nr.2 la H.C.L. nr..... din..... .

GHID DE PUBLICITATE COMERCIALĂ ÎN MUNICIPIUL TECUCI



De ce un Ghid?

Acest Ghid este un document complementar Regulamentului de Publicitate, Reclamă şi Afişaj şi este destinat comerciantilor şi producătorilor de materiale publicitare, pentru a-i susţine în crearea unor firme de calitate, care să facă mai atractive activitătile comerciale din Municipiul Tecuci.

frobleme actuale

I.Dimensiuni exagerate

2.Exces de informaţii

3. Grafică neglijentă

Fatadele clădirilor din Municipiul Tecuci sunt încărcate cu firme prea mari, agresive şi Inghesuite, care aduc un deserviciu aspectului spaţiilor comerciale şi creează o imagine inestetică a străzilor.

1.DIMENSIUNI EXAGERATE

- Firme excesiv de înalte şi elemente grafice prea mari, datorită tendinţei de a umple tot spaţiul disponibil.
- O firmă de dimensiuni moderate, bine concepută şi respectuoasă cu spaţiul public, este mai atrăgătoare decât o firmă prea mare, apăsătoare, abuzivă.



@ Firme ţipătoare, care obturează vitrina.



@ Logo, denumire exagerat de mare, vitrină acoperită cu fotografii.

2.EXCES DE INFORMAŢII

- **Cantităţi supărător de mari, imposibil de reţinut, de texte şi fotografii.**



@ Acoperire totală a vitrinei cu exces de texte



@ Acoperire totală a vitrinei cu colaje de fotografii.


GALERIILE COMERCIALE CRANGASI
Piața Crângași
Aspect zgomotos și neglijent.
T2tea
Oxford Street, Londra
Fațade aerisite, compoziții simple, litere volumetrice, copertine.

3. GRAFICĂ NEGLIJENTĂ

- Lipsa de grijă în conceperea firmei şi stridenţa vizuală sunt piedici în comunicarea clară şi atractivă a afacerii dumneavoastră

- Apelaţi la o companie specializată în design grafic sau urmaţi regulile din acest Ghid pentru a obţine o firmă de calitate.



O O Grafică fragmentată şi exces de infonnaţii.



@ Litere distorsionate şi înghesuite. Culori agresive.

Reguli de concepere a firmei:

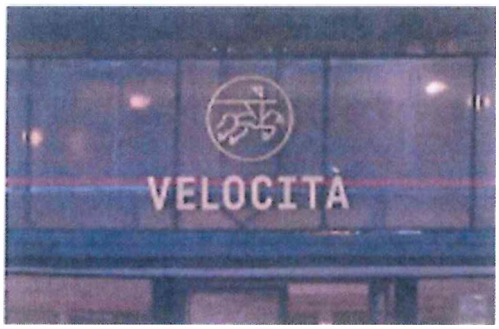
- O firmă este o inscripţie aşezată deasupra intrării unui magazin, pe care este indicată denumirea si destinaţia acestuia. Este o parte importantă a imaginii de brand, influenţând percepţia de către public a afacerii dumneavoastră.
- Grafica trebuie să fie simplă dar expresivă, usor de citit, înţeles si memorat.

Retineti:

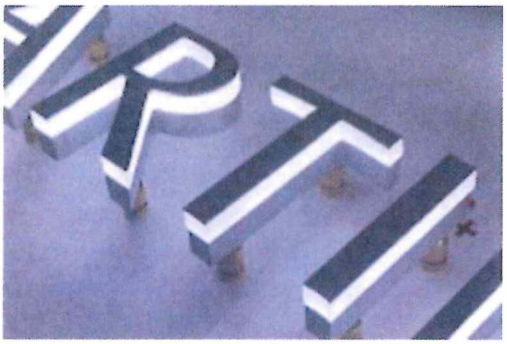
- Pe clădirile având spaţii comerciale situate la parter sau mezanin, firmele se vor amplasa in mod unitar prin adoptarea unor soluţii armonizate pentru toate spaţiile
- Publicitatea nu va obtura ferestrele care asigură iluminatul încăperilor şi terasele clădirilor
- Pe timp de noapte, intensitatea luminoasă a mijloacelor publicitare va fi redusă cu 35%
- Firmele luminoase amplasate la mai puţin de 30 m de semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora şi lumina intermitentă

LITERE VOLUMETRICE

- Pe arterele principale firmele vor fi tip casetă iluminată sau litere volumetrice.
- Blocul literelor volumetrice cu denumirea firmei nu vor depăşi 50% din inălţimea vitrinei.



e Logo şi litere volumetrice din metal.



1111b W Litere volumetrice, iluminate pe muchie.



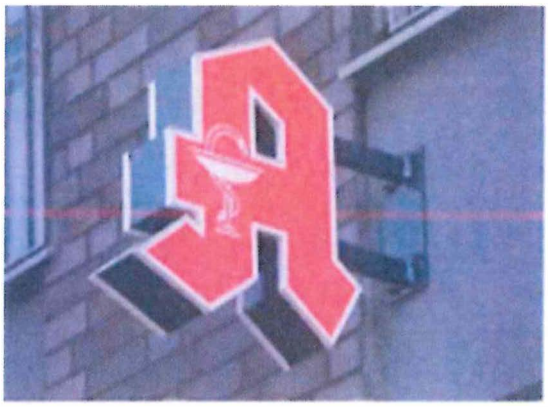
e Litere volumetrice iluminate integral.

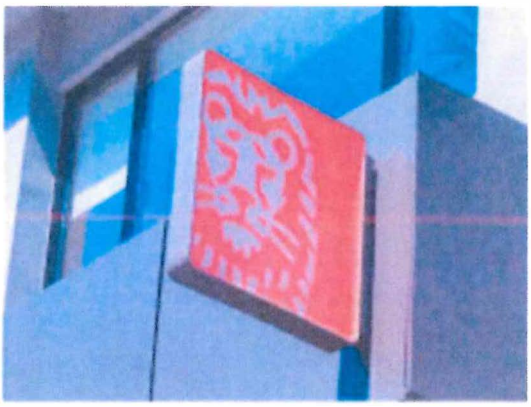


O Litere aplicate pe faţadă.

FIRMA IN CONSOLA

- Conţinut simplu, doar logo-ul sau denumirea
- Simbolurile şi varietatea grafică sunt încurajate
- Dimensiunea maximă : 70x70cm
- Înălţimea minimă: 2,5 m. de la nivelul trotuarului





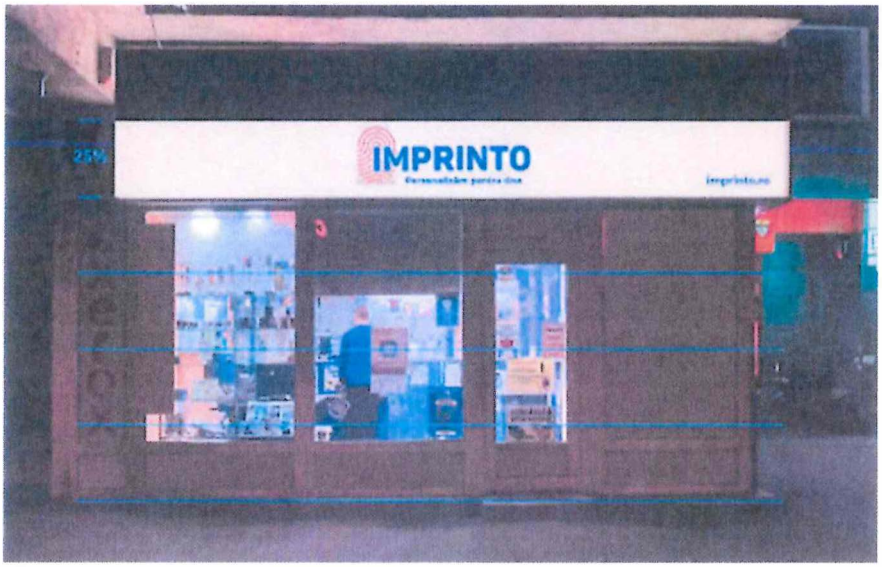




DIMENSIUNILE SI AMPLASAREA FIRMEI

- Limitaţi înălţimea firmei la 25% din înăltimea vitrinei
- Lătimea este cea a vitrinei. Firma trebuie amplasată în aşa fel încât să nu acopere detalii ale clădirii (ferestre, coloane, balcoane) sau vitrina.





ELEMENTE DE BRAND

- Culoarea este cel mai memorabil aspect al unei afaceri
- Dacă nu aveţi o culoare de brand, alegeţi o culoare care să exprime personalitatea afacerii dumneavoastră, ţinând cont de tradiţia domeniului de activitate si de culorile competitorilor din domeniu.
- Încurajăm varietatea şi competiţia, concepute solid, strategic şi estetic.

FUNDALUL FIRMEI

- Culoarea fundalului firmei indică întinderea şi defmeşte personalitatea spaţiului comercial
- Folosiţi culoarea alb pentru text, împreună cu culoarea de brand, pentru fundal, şi opţional culoarea de accent
- Asiguraţi-vă că există suficient contrast între fundal şi conţinutul firmei
- Nu folosiţi fundaluri cu mai multe culori vii, care se luptă între ele pentru atenţie

FOTOGRAFII DOAR ÎN INTERIOR

- Nu afişaţi fotografii sau colaje de fotografii în exterior
- Puteţi expune fotografii doar în interiorul spaţiului comercial
- Folosiţi servicii profesionale de fotografie pentru a vă asigura de calitatea acestora









ALEGEREA CULORII DE BRAND

- **Exploraţi variaţii expresive, mai închise sau pastel, ale culorilor standard**
- **Pentru accente de dimensiuni mici, care să atragă privirea, puteţi defini o culoare secundară, în contrast cu culoarea de brand**



LISTĂ DE VERIFICARE A CONCEPȚIEI FIRMEI

Înălțime a firmei de cel mult 25% din cea a vitrinei.
Margini libere de 1/6 din latura mică
Denumire/logo centrate sau în dreptul intrării. Fundal nedecorat de minim 30% din suprafaţă
Text mic: descriptor, slogan, date de contact sau cel mult 7 produse/servicii
Fonturi îngrijite, nedistorsionate. Paletă restrânsă dar expresivă de culori.
Nu conţine colaje de fotografii

