

LEGEA nr. 185 din 25 iunie 2013 (*republicată*)

privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate

EMITENT: PARLAMENTUL ROMÂNIEI

PUBLICAT ÎN: MONITORUL OFICIAL nr. 147 din 15 februarie 2018

Data intrării în vigoare : 15 februarie 2018

Forma actualizată valabilă la data de : 11 aprilie 2018

Prezenta formă actualizată este valabilă de la 15 februarie 2018 până la 11 aprilie 2018

*) Republicată în temeiul [art. VIII din Legea nr. 154/2017](#) pentru modificarea și completarea [Legii nr. 185/2013](#) privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 511 din 3 iulie 2017.

[Legea nr. 185/2013](#) privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate a fost publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 405 din 5 iulie 2013 și, ulterior, a mai fost modificată prin:

- [Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 108/2013](#) pentru prorogarea termenului prevăzut la [alin. \(1\) al art. 56 din Legea nr. 185/2013](#) privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 793 din 17 decembrie 2013, și aprobată prin [Legea nr. 247/2015](#), publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 808 din 30 octombrie 2015.

CAP. I

Dispoziții generale

ART. 1

Prezenta lege stabilește cadrul legal care stă la baza exercitării activității de amplasare a mijloacelor de publicitate în localități, inclusiv în zona drumurilor publice din România, în vederea asigurării condițiilor pentru un cadru construit coerent, armonios, sigur și sănătos, pentru protecția valorilor mediului natural și antropic, pentru prezervarea calității peisajului și a cerințelor privind asigurarea calității în construcții.

ART. 2

Prevederile prezentei legi se aplică autorităților administrației publice centrale și locale, precum și tuturor persoanelor fizice și juridice implicate în activitatea de publicitate.

ART. 3

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

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

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

f) 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;

g) incintă - suprafața de teren înconjurată din toate părțile de construcții, de amenajări sau împrejmuiri;

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

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

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

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

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

m) 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;

n) promovare - ansamblu de activități și mijloace folosite pentru a difuza un produs sau serviciu pe piață;

o) 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;

p) 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;

q) publicitate pe vehicule - publicitate realizată prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau vopsirea vehiculelor în scopuri publicitare;

r) publicitate stradală (outdoor) - publicitate efectuată în spații deschise, în exteriorul clădirilor;

s) publicitate temporară - publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestații culturale sau sportive, precum și pentru acțiuni de promovare de produse sau activități;

ș) reclamă publicitară - 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;

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

ț) 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;

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

CAP. II

Aprobarea executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate

ART. 4

(1) Aprobarea amplasării, executării lucrărilor, menținerii mijloacelor de publicitate, respectiv desființării acestora, pe fațadele clădirilor sau ale celor care au un sistem propriu de susținere în raport cu pământul se poate realiza numai în condițiile emiterii autorizației de construire, respectiv de desființare.

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

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

(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.

(2) Dacă până la data expirării termenului de autorizare sau a termenului de prelungire a autorizării, după caz, mijlocul de publicitate amplasat provizoriu nu este desființat, în termen de cel mult 30 de zile primarul/primarul general al municipiului București va dispune desființarea construcției-suport pentru mijlocul de publicitate provizoriu, pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate pe care aceste construcții provizorii sunt amplasate, fără a se emite autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor de judecată.

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

(4) Sistemele de ancoraj ale mijloacelor de publicitate amplasate pe construcții existente sunt supuse inspecțiilor obligatorii privind urmărirea comportării în timp a construcțiilor pentru care, periodic, dar nu mai puțin de o dată la 2 ani, un specialist tehnic atestat ca expert pentru cerința rezistență mecanică și stabilitate va întocmi un raport tehnic de inspecție care, prin grija proprietarului, va fi comunicat inspectoratului județean în construcții în a cărui arie teritorială este situată construcția, din care să rezulte faptul că menținerea utilizării acestora nu prezintă un grad de pericol public datorat factorilor de risc naturali, fenomene meteorologice periculoase, seisme și altele, care să poată genera consecințe grave: pierderi de vieți omenești, vătămare gravă a integrității corporale ori a sănătății uneia sau mai multor persoane, distrugerea totală sau parțială a unor bunuri ori alte consecințe deosebit de grave care, potrivit dispozițiilor [art. 35 din Legea nr. 10/1995](#) privind calitatea în construcții, republicată, pot constitui infracțiuni.

ART. 6

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

ART. 7

(1) Aprobarea pentru construcția mijlocului de publicitate temporară, potrivit dispozițiilor art. 6, se poate da pentru o perioadă de cel mult 30 de zile și poate fi prelungită doar o singură

dată, la cererea solicitantului, pentru o perioadă cel mult egală cu cea aprobată inițial.

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

CAP. III

Reguli generale privind stabilirea zonelor de publicitate

ART. 8

(1) Autoritățile administrației publice locale din municipii și orașe, precum și comunele cu monumente înscrise în Lista patrimoniului mondial - UNESCO vor aproba prin hotărâre a consiliului local, respectiv a Consiliului General al Municipiului București, regulamentul local de publicitate, cuprinzând inclusiv delimitarea în cadrul teritoriului administrat, a zonelor de publicitate lărgită și, respectiv, a zonelor de publicitate restrânsă, în corelare cu documentațiile de urbanism aprobate.

(2) Prin regulamentul local de publicitate se vor stabili, pe zone, atât amplasamentele, cât și categoriile de mijloace de publicitate admise pe zonele respective.

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

ART. 9

(1) Zonele de publicitate restrânsă sunt zone din localitate în care se impun 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 regulamentul local de publicitate, astfel încât prin dimensiuni, formă sau amplasare să nu altereze caracteristicile arhitecturale și ambientale ale zonei.

(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, centrele istorice ale localităților, precum și zonele de protecție ale monumentelor istorice, monumentelor de for public și/sau monumentelor naturii, zonele de protecție ale obiectivelor cu valoare arhitecturală și/sau ambientală deosebită.

(4) În cadrul zonelor de publicitate restrânsă pot fi delimitate spații în care este interzisă amplasarea mijloacelor de publicitate, cu excepția firmelor. În aceste spații, forma și dimensiunea firmelor vor fi avizate de către arhitectul-șef și/sau persoana cu atribuții de urbanism din cadrul unității administrativ-teritoriale.

ART. 10

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

(2) Pentru zonele de publicitate lărgită, potrivit regulamentelor locale de publicitate sau prezentei legi, autoritățile administrației publice locale au obligația ca, prin autorizațiile de construire emise și/sau aprobările date, să asigure coerența imaginii urbane.

ART. 11

(1) În vederea punerii în aplicare a prevederilor prezentei legi, primarul/primarul general al municipiului București, în aria sa de competență, prin direcția specializată privind amenajarea teritoriului și urbanismul, din aparatul de specialitate, are următoarele obligații:

a) inițiază, în baza documentațiilor de urbanism aprobate, delimitarea în cadrul teritoriului administrat, a zonelor de publicitate lărgită și, respectiv, a zonelor de publicitate restrânsă, precum și elaborarea regulamentului local de publicitate sau amendarea regulamentului local de publicitate deja aprobat;

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

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

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

a) pentru municipii, orașe și comunele cu monumente înscrise în lista patrimoniului național/UNESCO:

- 3 reprezentanți din instituția arhitectului-șef/departamentul specializat privind amenajarea teritoriului și urbanismul din aparatul de specialitate, direcția tehnică, direcția de patrimoniu sau de administrare a domeniului public;

- 3 specialiști atestați după cum urmează: 2 arhitecți cu drept de semnătură acordat, conform legii, de Ordinul Arhitecților din România, și un specialist atestat de Registrul Urbaniștilor din România în domeniul urbanismului și peisajului;

- un reprezentant al direcției județene pentru cultură, respectiv a municipiului București;

- un reprezentant al agenției județene pentru protecția mediului;

- un reprezentant al poliției rutiere;

b) pentru celelalte comune:

- un reprezentant din instituția arhitectului-șef/ departamentul specializat privind amenajarea teritoriului și urbanismul, din aparatul de specialitate, direcția tehnică, direcția de patrimoniu sau de administrare a domeniului public;

- un specialist atestat de Ordinul Arhitecților din România și de Registrul Urbaniștilor din România în domeniul arhitecturii, urbanismului și amenajării teritoriului și peisajului;

- un reprezentant al direcției județene pentru cultură, respectiv a municipiului București;

- un reprezentant al agenției județene pentru protecția mediului;

- un reprezentant al poliției rutiere.

(4) Propunerile privind regulamentele locale de publicitate, a zonelor de publicitate lărgită și, respectiv, a zonelor de publicitate restrânsă, precum și a amplasamentelor și categoriile de mijloace de publicitate admise pentru fiecare dintre zone, elaborate de grupul de lucru vor fi supuse consultării operatorilor economici din domeniul publicității.

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

(6) După obținerea avizului menționat la alin. (5), regulamentul local de publicitate, inclusiv stabilirea zonelor de publicitate restrânsă și, respectiv, a zonelor de publicitate lărgită, amplasamentele și categoriile de mijloace de publicitate admise pentru fiecare dintre zone se supune spre aprobare consiliului local/Consiliului General al Municipiului București.

ART. 12

(1) Concesionarea, închirierea sau asocierea în participație a amplasamentelor și a mijloacelor de publicitate se va face de către autoritățile administrației publice locale în condițiile legii.

(2) Unitățile administrativ-teritoriale sunt obligate să organizeze procedura privind atribuirea prin concesionare, închiriere sau asociere în participație a amplasamentelor și mijloacelor de publicitate stabilite prin regulamentele locale de publicitate, pe zone de publicitate și/sau tipuri de mijloace de publicitate, cu respectarea procedurilor legale privind atribuirea contractelor de achiziție publică.

(3) Organizatorii procedurii de concesionare, închiriere sau asociere în participație a spațiilor comerciale în condițiile alin. (1) și (2) sunt obligați să prevadă, 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.

CAP. IV

Reguli generale privind amplasarea mijloacelor de publicitate

ART. 13

(1) 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 sau primarul general al municipiului București 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

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

a) în ariile naturale protejate de interes național și internațional, cu excepția intravilanțelor incluse în acestea;

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

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

d) pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților administrației publice locale și centrale, precum și ale instituțiilor publice, cu excepția afișajelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul sediilor;

e) pe arbori;

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

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

h) pe monumentele istorice, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii și a mesh-urilor amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/ restaurare în condițiile prezentei legi;

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

j) în incinta și pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcașurilor de cult, troițelor, scuarurilor, parcurilor și grădinilor publice;

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

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

m) pe parapetele și/sau pereții pasajelor rutiere subterane și supraterane ori sub poduri;

n) pe semnele de circulație, inclusiv pe stâlpii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație, pe stâlpii de alimentare cu energie electrică, pe stâlpii de iluminat public, pe stâlpii de susținere a elementelor de transport public, 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 m 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.

CAP. V

Reguli specifice pentru categoriile de mijloace de publicitate

SECȚIUNEA 1

Reguli generale privind amplasarea firmelor

ART. 18

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

a) pe clădirile de locuit având spații cu altă destinație la parter sau mezanin, se amplasează numai pe porțiunea de fațadă corespunzătoare acestor spații sau pe parapetul plin și continuu al primului etaj, unde este cazul, cu acordul proprietarilor;

b) firmele în consolă se amplasează la o înălțime minimă de 2,50 m de la nivelul trotuarului. Față de planul vertical al fațadei, firmele vor putea ieși în consolă maximum 1,20 m, dar păstrând o distanță de minimum 1,00 m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de limita interioară a plantației de aliniament;

c) copertinele pe care se inscripționează o firmă vor fi amplasate la minimum 2,50 m înălțime față de nivelul trotuarului și vor ieși din planul fațadei maximum 1,50 m; ele vor păstra o distanță de minimum 1,00 m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de limita interioară a plantației de aliniament;

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

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

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

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

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

ART. 19

(1) Amplasarea firmelor și copertinelor inscripționate se autorizează în condițiile art. 4.

(2) Prin excepție de la prevederile alin. (1), autorizația de construire nu este necesară în cazul firmelor inscripționate pe vitrinele și ușile de acces, în condițiile prezentei legi.

(3) Firmele inscripționate pe vitrinele/ușile de acces se pot amplasa în baza avizului emis de autoritățile administrației publice.

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

ART. 20

(1) Pe fațada spațiilor comerciale de la parterul imobilelor de locuit se pot amplasa, alături de firme, și alte mijloace de publicitate, cu acordul proprietarilor și cu respectarea prevederilor referitoare la autorizarea și executarea firmelor.

(2) Publicitatea amplasată pe fațada unui spațiu comercial se va diferenția față de firmă prin culoare, formă sau dimensiune.

ART. 21

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

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

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

SECȚIUNEA a 2-a

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

ART. 22

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

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

ART. 23

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

(2) Pot fi amplasate ecrane publicitare, care să fie dotate cu sisteme care să permită modificarea intensității luminilor, pe calcane, pe fațade, pe terase ori acoperișuri ale clădirilor, astfel încât sistemele lor de prindere să nu constituie o sursă de accidente și să nu afecteze structura de rezistență și funcționarea optimă a clădirilor și de asemenea, prin intensitatea luminii și frecvența succedării imaginilor derulate, să nu existe riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate, în acest sens fiind obligatoriu avizul emis de poliția rutieră.

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

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

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

(6) Panourile publicitare amplasate pe calcanele sau fațadele clădirilor nu vor depăși limitele acestora.

ART. 24

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

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

ART. 25

În situația amplasării pe terasele sau acoperișurile construcțiilor, panourile publicitare, ecranele și publicitatea luminoasă vor avea următoarele înălțimi:

a) cel mult 3,00 m, dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mică de 15,00 m;

b) cel mult 1/5 din înălțimea fațadei, dar nu mai mult de 6,00 m, dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mare de 15,00 m.

ART. 26

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

(2) Pe un stâlp se pot amplasa maximum două mijloace publicitare, obligatoriu de aceeași dimensiune și simetric așezate de o parte și de alta a stâlpului, iar proiecția la sol a fiecărui mijloc de publicitate se va situa în afara gabaritului carosabilului.

ART. 27

(1) Panourile publicitare amplasate pe sol vor fi montate astfel încât să nu împiedice circulația rutieră și/sau pietonală ori accesul

pietonal și/sau al autovehiculelor de intervenție pe proprietăți, cu respectarea prevederilor prezentei legi.

(2) Ecranele publicitare amplasate pe sol trebuie să respecte condițiile tehnice referitoare la luminozitate și frecvența succedării imaginilor derulate pentru a nu exista riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate, fiind necesare un aviz de la poliția rutieră și respectarea condițiilor tehnice prevăzute la art. 23 alin. (2) și (3).

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

ART. 28

(1) Pe străzile de categoria I, II și III, conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, se pot amplasa panouri publicitare cu respectarea legii și a regulamentelor locale de publicitate.

(2) Panourile de mici dimensiuni, respectiv cu suprafață maximă de 2,20 mp, se amplasează la o distanță de cel puțin 25,00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri).

(3) Panourile de mari dimensiuni, respectiv cu suprafața maximă de 36,00 mp, se amplasează la o distanță de cel puțin 40,00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri).

(4) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1)-(3) mijloacele de publicitate amplasate în interiorul incintelor centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale, astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare.

ART. 29

(1) Se interzice montarea pe trotuare și spații pietonale cu lățimea mai mică de 2,25 m, precum și pe zonele verzi dintre trotuar sau spațiu pietonal și carosabil a panourilor publicitare cu structură proprie și elemente de susținere care necesită fundație.

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

ART. 30

De-a lungul drumurilor de interes național, județean, precum și a arterelor de centură, conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, în cadrul zonei de protecție a acestora se pot amplasa panouri publicitare, în următoarele condiții:

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

b) cu distanța de minimum 30,00 m între două panouri publicitare pe sectoarele de drum din intravilan;

c) cu distanța de minimum 50,00 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan;

d) la minimum 50,00 m față de intersecțiile cu drumurile laterale cu mai mult de 4 benzi de circulație;

- e) în afara curbilor cu vizibilitate redusă;
- f) la minimum 50,00 m față de intersecțiile semaforizate.

ART. 31

Dispozițiile art. 28-30 se completează cu prevederile instituite în aceeași materie de [Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 195/2002](#) privind circulația pe drumurile publice, republicată, cu modificările și completările ulterioare, și de [Ordonanța Guvernului nr. 43/1997](#) privind regimul drumurilor, republicată, cu modificările și completările ulterioare.

ART. 32

(1) Panourile și ecranele publicitare amplasate pe sol în intravilanul localităților vor putea avea suprafețe diferite în funcție de prevederile regulamentului local de publicitate.

(2) În extravilanul localităților pot fi amplasate panouri publicitare pe zona de protecție a drumurilor publice, având dimensiunea de 10,00 x 4,00 m.

SECȚIUNEA a 3-a

Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare mobile

ART. 33

Pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,00 m 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 m x 0,90 m;
- 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.

SECȚIUNEA a 4-a

Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

ART. 34

(1) Pot fi utilizate ca suport publicitar următoarele tipuri de mobilier urban: adăposturile destinate publicului/stațiile de autobuz, chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale, coloanele port-afiș, cabinetele telefonice 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) Chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale pot fi utilizate ca suport de publicitate, dacă sistemul constructiv al chioșcurilor respective permite o astfel de utilizare; dacă publicitatea se face prin colantare, suprafața totală de publicitate poate fi egală cu suprafața chioșcului.

(5) Se pot instala panouri pe acoperișul adăposturilor destinate publicului, stațiilor de autobuz și al chioșcurilor, 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

ART. 35

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. 36

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. 37

(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

ART. 38

(1) Este permisă amplasarea de mesh-uri și mesh-uri digitale în următoarele situații:

a) pe construcții, inclusiv monumente istorice și/sau amplasate în zone în care este interzisă publicitatea, în situația în care acestea constituie protecție către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare;

b) pe calcanele construcțiilor.

(2) Se pot amplasa mesh-uri și mesh-uri digitale pe fațadele clădirilor de locuit, ale clădirilor cu funcțiuni comerciale și de birouri, dar numai cu acordul proprietarilor clădirilor respective.

SECȚIUNEA a 7-a

Reguli generale privind amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale

ART. 39

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

a) suprafața indicatorului publicitar direcțional sau a casetei este mai mică sau egală cu 1,50 mp;

b) înălțimea de amplasare este de minimum 3,00 m;
c) pe un stâlp se pot monta maximum două suporturi, dar obligatoriu de același tip, în același plan și simetric amplasate pe stâlp.

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

SECȚIUNEA a 8-a

Reguli generale privind publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale

ART. 40

(1) Orice persoană fizică sau juridică poate beneficia de dreptul la publicitate temporară, în condițiile prezentei legi, a regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate, a contractelor pe care administrația publică locală le are în derulare și a hotărârilor consiliilor locale/consiliului general al municipiului București.

(2) Amplasarea mijloacelor de publicitate temporară se va stabili în baza avizului sau a autorizației de construire emise de autoritățile publice locale, în concordanță cu regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate.

ART. 41

În vederea obținerii avizului pentru publicitate temporară, menționat la art. 6, 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. 42

(1) Autoritățile administrației publice locale vor identifica, împreună cu operatorii de publicitate care solicită avizul, amplasamentele destinate pentru mijloacele de publicitate temporară și pentru proiectele publicitare speciale.

(2) În situația în care la încheierea perioadei de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară, în conformitate cu prevederile art. 7, există mai multe solicitări de amplasare de mijloace de publicitate temporară, autoritatea 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 locațiilor în alte amplasamente decât cele stabilite inițial, se va obține avizul pentru publicitate temporară al autorității administrației publice locale.

(4) Schimbarea locațiilor prevăzute la alin. (3) se va face numai în situația în care locațiile inițial avizate nu mai pot fi puse la dispoziția contractantului ca urmare a executării unor lucrări de interes public, cu respectarea regulamentului local de publicitate.

ART. 43

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

(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.

SECȚIUNEA a 9-a

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

ART. 44

(1) În vederea asigurării eficienței informării a cetățenilor, a libertății de expresie și esteticii urbane, autoritățile administrației publice locale au obligația de a instala în amplasamente cu vizibilitate, în condițiile regulamentului local de publicitate, panouri speciale destinate afișelor publicitare pentru spectacole publice, teatre, concerte și altele asemenea și a anunțurilor de mică publicitate.

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

(3) Autoritățile administrației publice locale vor stabili prin regulament local de publicitate ziua din cursul săptămânii în care panourile cu anunțuri de mică publicitate vor fi curățate în vederea actualizării anunțurilor.

(4) Autoritatea administrației publice locale poate stabili și încasa taxa de afișaj de la persoanele fizice și/sau juridice care afișează mesaje pe aceste sisteme de afișaj public.

ART. 45

Este interzisă amplasarea de afișe publicitare prin aplicarea lor directă pe orice suprafață neamenajată în scop publicitar sau care să acopere alte afișe publicitare deja existente, postate anterior, aflate în perioada de valabilitate, care fac publicitate unor evenimente/acțiuni/campanii aflate în derulare sau care urmează să se deruleze.

SECȚIUNEA a 10-a

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

ART. 46

(1) Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate, prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau inscripționarea cu texte publicitare ori altele asemenea, vor putea fi autorizate să circule pe teritoriul localității cu condiția obținerii avizului pentru publicitate temporară, pe o durată determinată și pe un traseu stabilit de autoritatea administrației publice locale, conform prevederilor conținute în avizul pentru publicitate temporară.

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

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

(4) Circulația convoaielor este permisă numai cu ocazia manifestărilor speciale, în baza avizului emis de autoritățile administrației publice, cu durata de valabilitate de o zi.

ART. 47

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

CAP. VI

Sanctiuni

ART. 48

Nerespectarea prevederilor prezentei legi atrage răspunderea materială și contravențională, după caz.

ART. 49

(1) Constituie contravenții următoarele fapte:

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) Contravențiunile prevăzute la alin. (1), săvârșite de persoanele fizice sau juridice, se sancționează după cum urmează:

- a) cu amendă de la 1.000 lei la 10.000 lei, cele prevăzute la lit. a), b) și f);
- b) cu amendă de la 1.000 lei la 20.000 lei, cele prevăzute la lit. c), d) și g);
- c) cu amendă de la 500 lei la 1.000 lei, cea prevăzută la lit. e).

ART. 50

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

ART. 51

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

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

(3) Constatarea contravențiilor se face de către persoanele împuternicite din cadrul Inspectoratului de Stat în Construcții pentru contravențiunile 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 constatator, 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.

NOTĂ:

Reproducem mai jos prevederile [art. II-VII din Legea nr. 154/2017](#) care nu sunt încorporate în forma republicată a [Legii nr. 185/2013](#) și care se aplică, în continuare, ca dispoziții proprii ale actului modificator:

"ART. II

(1) În termen de 180 de zile de la publicarea prezentei legi, autoritățile administrației publice locale vor asigura elaborarea ori, după caz, actualizarea regulamentelor locale privind amplasarea mijloacelor de publicitate, identificarea amplasamentelor aflate pe domeniul public și privat al statului și al autorității locale pe care se pot amplasa mijloace de publicitate, precum și aducerea acestora la cunoștința publicului.

(2) În situația în care, la data intrării în vigoare a prezentei legi, regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localității, aflat în vigoare, conține norme mai permissive sau contradictorii față de cele prevăzute în prezenta lege, autoritățile administrației publice locale vor asigura corelarea prevederilor regulamentelor existente prin modificarea, completarea și actualizarea acestora în termenul prevăzut la alin. (1).

ART. III

Până la adoptarea unui regulament local privind amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localității ori modificarea și completarea regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate existent, autorizarea activității de amplasare a mijloacelor de publicitate se va realiza conform prevederilor prezentei legi.

ART. IV

(1) În vederea asigurării respectării prevederilor regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate cu situația de fapt din teren, autoritățile administrației publice locale, în termen de 90 de zile de la adoptarea acestuia, vor identifica și vor notifica proprietarii de mijloace de publicitate a căror amplasare nu mai corespunde cu noile reglementări, astfel:

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

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

(2) Constituie contravenție nerespectarea obligației de dezafectare și/sau conformare stabilite la alin. (1) lit. a) și b) și se sancționează cu amendă de la 1.000 lei la 20.000 lei.

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

ART. V

În termen de 90 de zile de la încheierea procedurilor prevăzute la art. II, concomitent cu acțiunile prevăzute la art. IV, se pot demara procedurile de închiriere/concesiune/taxare pentru ocuparea temporară a domeniului public sau aducerea ca aport într-o asociere în participație a amplasamentelor identificate pe domeniul public sau privat al statului ori al unității administrativ-teritoriale.

ART. VI

Mijloacele de publicitate autorizate până la data intrării în vigoare a prezentei legi vor fi menținute pe amplasamentele autorizate până la data expirării contractelor de ocupare a locațiilor pe care se află mijloacele de publicitate.

ART. VII

În termen de 30 de zile de la notificarea emisă conform art. IV alin. (1) lit. a) și b) autoritățile administrației publice locale vor dispune demolarea mijloacelor de publicitate amplasate contrar prevederilor regulamentului local de publicitate pe cheltuiala proprietarului, cu emiterea autorizației de desființare și fără sesizarea instanțelor judecătorești."
