

PROIECT

Anexă la Hotărârea Consiliului Municipal Braşov

nr. _____ / _____

REGULAMENT
de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj
în Municipiul Braşov

C U P R I N S :

PREAMBUL. Rolul/ Scopul Regulamentului

CAPITOLUL I

DISPOZIȚII GENERALE

- ART. 1 Întemeierea legală
- ART. 2 Termeni și definiții
- ART. 3 Aplicabilitatea prezentului regulament
- ART. 4 Zonele de publicitate
- ART. 5 Tipuri de mijloace de publicitate

CAPITOLUL II

APROBAREA EXECUTĂRII LUCRĂRILOR PENTRU AMPLASAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE

- ART. 6 Amplasarea mijloacelor de publicitate
- ART. 7 Aprobarea amplasării mijloacelor de publicitate
- ART. 8 Dispoziții generale privind aprobarea executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate cu autorizație de construire
- ART. 9 Dispoziții generale privind amplasarea mijloacelor publicitare temporare
- ART. 10 Actele necesare pentru autorizarea și avizarea mijloacelor de publicitate
- ART. 11 Recepția la terminarea lucrărilor de amplasare a mijloacelor publicitare autorizate
- ART. 12 Metodologia privind atribuirea amplasamentelor destinate amplasării mijloacelor de publicitate care aparțin domeniului public sau privat al Municipiului Braşov

CAPITOLUL III

REGLEMENTĂRI FISCALE

- ART. 13 Reguli generale
- ART. 14 Taxa pentru serviciile de reclamă și publicitate
- ART. 15 Taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate
- ART. 16 Scutiri
- ART. 17 Taxa de ocupare a domeniului public

CAPITOLUL IV

AMPLASAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE

ART. 18 [Restricții la amplasarea mijloacelor publicitare](#)

ART. 19 [Dreptul de vecinătate](#)

CAPITOLUL V

REGULI PENTRU CATEGORIILE DE MIJLOACE DE PUBLICITATE ADMISE ÎN ZONA DE PUBLICITATE RESTRÂNSĂ - ZPR

ART. 20 [Tipuri de mijloace publicitare](#)

Secțiunea 1 Reguli privind amplasarea și aspectul firmelor

ART. 21 [Reguli generale](#)

ART. 22 [Aspecte privind firmele luminoase conform Masterplanului de iluminat pentru Centrul Istoric al Municipiului Brașov](#)

ART. 23 [Aspecte generale de design pentru firmele propuse](#)

ART. 24 [Categoriile de elemente suport pentru firmele](#)

ART. 25 [Reguli privind elementele suport utilizate pentru inscripționarea firmelor perpendiculare pe fațadă](#)

ART. 26 [Reguli privind elementele suport utilizate pentru inscripționarea firmelor paralele cu planul fațadei](#)

ART. 27 [Reguli privind inscripționarea firmelor pe vitrină și suprafețe vitrate](#)

ART. 28 [Reguli privind amplasarea și inscripționarea firmelor pe copertine](#)

ART. 29 [Reguli privind amplasarea și inscripționarea firmelor pe sistemele de umbrire ale teraselor](#)

ART. 30 [Reguli privind firmele inscripționate pe fațade](#)

ART. 31 [Reguli privind firmele în situația existenței mai multor operatori/ clădire](#)

ART. 32 [Reguli privind amplasarea firmelor pe clădirile de locuit](#)

Secțiunea 2 Reguli privind vitrinele, spațiile vitrate și obiecte de mobilier

ART. 33 [Reguli privind vitrina și suprafețele vitrate](#)

ART. 34 [Recomandări privind iluminatul spațiilor conform Masterplanului de iluminat pentru Centrul Istoric al Municipiului Brașov](#)

ART. 35 [Reguli privind vitrinele tip casetă, fixate pe fațadă, pentru expunere produse/ meniu](#)

Secțiunea 3 Reguli privind echipamentele mobile de informare

ART. 36 [Reguli generale privind echipamentele mobile de informare](#)

Secțiunea 4 Reguli privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

ART. 37 [Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar](#)

Secțiunea 5 Reguli privind steagurile publicitare

ART. 38 [Dispoziții generale privind amplasarea steagurilor publicitare](#)

Secțiunea 6 Reguli privind mesh-urile și împrejmirile de șantier

ART. 39 [Dispoziții generale privind mesh-urile și împrejmirile de șantier](#)

Secțiunea 7 Reguli privind panourile de informare turistică

ART. 40 Dispoziții generale privind panourile de informare turistică

Secțiunea 8 Publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale

ART. 41 Publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale

ART. 42 Dispoziții generale privind publicitatea electorală

Secțiunea 9 Amplasarea afişelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate

ART. 43 Dispoziții generale privind amplasarea afişelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate

CAPITOLUL VI

REGULI PENTRU CATEGORIILE DE MIJLOACE DE PUBLICITATE ADMISE ÎN ZONA DE PUBLICITATE LĂRGITĂ - ZPL

ART. 44 Tipuri de mijloace publicitare

Secțiunea 1 Reguli privind amplasarea și aspectul firmelor

ART. 45 Reguli generale

ART. 46 Aspecte generale de design pentru firmele propuse

ART. 47 Aspecte privind firmele luminoase conform Masterplanului de iluminat pentru Centrul Istoric al Municipiului Brașov

ART. 48 Categoriile de elemente suport pentru firmele

ART. 49 Reguli privind elementele suport utilizate pentru inscripționarea firmelor perpendiculare pe fațadă

ART. 50 Reguli privind elementele suport utilizate pentru inscripționarea firmelor paralele cu planul fațadei

ART. 51 Reguli privind poziționarea firmei în zona ultimului nivel/ zona aticului/ pe acoperiș

ART. 52 Reguli privind inscripționarea firmelor pe vitrină și suprafețe vitrate

ART. 53 Reguli privind amplasarea și inscripționarea firmelor pe copertine

ART. 54 Reguli privind amplasarea și inscripționarea firmelor pe sistemele de umbrire ale teraselor

ART. 55 Reguli privind firmele inscripționate pe fațade

ART. 56 Reguli privind firmele în situația existenței mai multor operatori/ clădire

ART. 57 Reguli privind amplasarea firmelor pe clădirile de locuit

Secțiunea 2 Reguli privind vitrinele, spațiile vitrate și obiecte de mobilier

ART. 58 Reguli privind vitrina și suprafețele vitrate

ART. 59 Recomandări privind iluminatul spațiilor conform Masterplanului de iluminat pentru Centrul Istoric al Municipiului Brașov

ART. 60 Reguli privind vitrinele tip casetă, fixate pe fațadă, pentru expunere produse/ meniu

Secțiunea 3 Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare, totemurilor, ecranelor și publicității luminoase

ART. 61 [Amplasarea panourilor publicitare, ecranelor și publicității luminoase pe construcții](#)

ART. 62 [Amplasarea panourilor publicitare, totemurilor, ecranelor și publicității luminoase pe sol](#)

ART. 63 [Amplasarea panourilor publicitare, totemurilor, ecranelor și publicității luminoase raportat la drumurile publice din Municipiul Brașov](#)

ART. 64 [Amplasarea panourilor publicitare, totemurilor, ecranelor și publicității luminoase în Poiana Brașov](#)

Secțiunea 4 Reguli privind echipamentele mobile de informare

ART. 65 [Dispoziții generale privind echipamentele mobile de informare](#)

Secțiunea 5 Reguli privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

ART. 66 [Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar](#)

Secțiunea 6 Reguli privind banneretele și steagurile publicitare

ART. 67 [Dispoziții generale privind amplasarea bannerelor](#)

ART. 68 [Dispoziții generale privind amplasarea steagurilor publicitare](#)

Secțiunea 7 Reguli privind mesh-urile și împrejmirile de șantier

ART. 69 [Dispoziții generale privind mesh-urile și împrejmirile de șantier](#)

Secțiunea 8 Reguli privind amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale și a panourilor de informare turistică

ART. 70 [Dispoziții generale privind indicatoarele publicitare direcționale](#)

ART. 71 [Dispoziții generale privind panourile de informare turistică](#)

ART. 72 [Dispoziții specifice pentru Poiana Brașov](#)

Secțiunea 9 Publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale

ART. 73 [Publicitatea temporară și specială](#)

ART. 74 [Dispoziții generale privind publicitatea electorală](#)

Secțiunea 10 Amplasarea afișelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate

ART. 75 [Dispoziții generale privind amplasarea afișelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate](#)

CAPITOLUL VII

SANCTIUNI

ART. 76 [Dispoziții generale privind sancțiunile](#)

ART. 77 [Constatarea contravențiilor](#)

CAPITOLUL VIII

DISPOZIȚII FINALE

ART. 78 [Dispoziții finale și tranzitorii](#)

CAPITOLUL IX

ANEXE

ANEXA 1- [Harta –ZONE DE PUBLICITATE RESTRÂNSĂ](#)

ANEXA 2- [Harta locațiilor posibile pentru publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale](#)

ANEXA 3- [Harta locațiilor posibile pentru panouri/ structuri destinate amplasării afișelor publicitare și anunțurilor de mică publicitate](#)

ANEXA 4- [Lista locațiilor posibile pentru panourile destinate afișelor electorale](#)

ANEXA 5-

- [F1: Model Cerere pentru emiterea avizului de publicitate temporară,](#)
- [F2: Model Cerere pentru prelungirea avizului de publicitate temporară](#)
- [F3: Model Cerere pentru emiterea Avizului Arhitectului Șef](#)
- [F4: Model Aviz de publicitate temporară](#)
- [F5: Model Aviz Arhitect Șef](#)

ANEXA 6-

[Ghid privind publicitatea comercială în Zona de Publicitate Restrânsă](#)

PREAMBUL

ROLUL/ SCOPUL REGULAMENTULUI

Modul curent de afișare și de ocupare a spațiului pretabil pentru reclamă în Municipiul Brașov are un impact negativ asupra imaginii orașului, diminuând calitatea experienței parcurgerii și observării spațiului și a elementelor arhitecturale.

Principalul scop al prezentului regulament este de a clarifica modul de utilizare a mijloacelor publicitare la nivelul Municipiului Brașov și de a contribui astfel la ameliorarea/ îmbunătățirea imaginii urbane, în corelare cu legislația în vigoare.

PRINCIPII

(1) Respectarea reglementărilor urbanistice existente, care se concentrează pe următoarele aspecte:

- Necesitatea însoțirii documentației de avizare de elemente relevante/ detalii pentru înțelegerea proiectului și justificarea propunerilor raportat la arhitectura imobilului și a imobilelor vecine;
- Autorizarea inscripțiilor privind natura activității, excluzând, în general, publicitatea de marcă;
- Utilizarea materialelor de calitate, grafismelor care figurează simbolic activitatea, efectelor de transparență și decupajelor;
- Limitarea dimensiunilor reclamelor/ însemnelor perpendiculare pe fațadă (text redus, elemente grafice discrete etc);
- Adaptarea graficii la arhitectura clădirii, care va permite o lecturare ușoară. Se recomandă utilizarea de litere aplicate.

(2) Un design în acord cu imaginea de ansamblu a străzii. În cazul zonei construite protejate pentru firme există limitări la nivel de design, materiale, metodă de iluminare, poziție, număr, tip și scară a mijloacelor publicitare.

(3) Atenția pentru elementele arhitecturale specifice clădirii (Ex. compoziția fațadei care poate include sau nu o zonă dedicată pentru amplasarea firmelor, elemente decorative etc.);

(4) Siguranță în exploatare - înălțimea minimă de amplasare a firmelor față de cota trotuarului, blocarea deschiderii unei ferestre sau a unei uși, obturarea accesurilor în pasaje, etc.

(5) Limitarea numărului de mijloace publicitare permise și excesului de informație.

(6) Gruparea firmelor pe fațadă, în zona primului nivel suprateran. Amplasarea la nivelurile superioare este acceptată în mod excepțional prin demonstrarea contribuției pozitive, calitative la nivel de ansamblu.

(7) Dimensionare justificată. Dimensiunile firmei se vor înscrie în limitele maxime admise.

(8) Aplicarea principiilor de design în procesul de realizare a mijlocului de publicitate:

- O firmă aerisită și clară: o ierarhie a dimensiunilor textului și logo-ului utilizat, menținerea unui spațiu liber neocupat de elemente grafice/ fundal nedecorat;
- Culori în acord cu paleta de nuanțe specifice clădirii; utilizarea unor palete restrânse dar expresive de culori; fără culori stridente;
- Materiale durabile;
- Fonturi îngrijite, nedistorsionate și nu mai mult de 2 tipuri de font.

(9) Iluminare moderată.

CAPITOLUL I

DISPOZIȚII GENERALE

ART. 1 Întemeierea legală

Prezentul regulament este elaborat în conformitate cu:

- Legea nr. 185 din 25.06.2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, republicată;
- Codul administrativ aprobat prin Ordonanță de Urgență nr. 57 din 3 iulie 2019 - Partea a Va-Reguli specifice privind proprietatea publică și privată a statului sau a unităților administrativ-teritoriale;
- Legea nr. 50 din 29.07.1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, cu modificările și completările ulterioare;
- Legea nr. 148 din 26.07.2000 privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare;
- Legea nr. 227 din 08.09.2015 privind Codul Fiscal, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordonanța Guvernului nr. 2 din 12.07.2001 privind regimul juridic al contravențiilor;
- Ordonanța Guvernului nr. 43 din 28.08.1997 privind regimul drumurilor, cu modificările și completările ulterioare.
- Legea nr. 287 din 17.07.2009 privind Codul Civil, cu modificările și completările ulterioare.
- Legea nr. 208 din 20 iulie 2015 privind alegerea Senatului și a Camerei Deputaților, precum și pentru organizarea și funcționarea Autorității Electorale Permanente

ART. 2 Termeni și definiții

În înțelesul prezentului regulament, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații:

- (1) **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.
- (2) **Ampriza drumului/străzii** - suprafața de teren ocupată de elemente constructive ale drumului: parte carosabilă, trotuare, piste pentru cicliști, acostamente, șanțuri, rigole, taluzuri, șanțuri de gardă, ziduri de sprijin și alte lucrări de artă. (în sensul Ordonanței nr. 43 din 1997 privind regimul drumurilor, art. 15)
- (3) **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.
- (4) **Banner** - mijloc de publicitate temporară, suport pentru mesajul publicitar confecționat din folie sintetică sau din material textil, în mod obișnuit cu o anumită formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice (pe stâlpii de iluminat public/troleibuz, perpendicular pe drumul public sau suspendat între clădiri ori montat în apropierea solului pe parapeteți, împrejmuiri, garduri provizorii de separare a circulației pietonale etc). (în sensul prezentului regulament)
- (5) **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;
- (6) **Construcții cu caracter provizoriu** - Construcțiile autorizate ca atare, indiferent de natura materialelor utilizate, care, prin specificul funcțiunii adăpostite ori datorită cerințelor urbanistice impuse de autoritatea publică, au o durată de existență limitată, precizată și prin

autorizația de construire. De regula, construcțiile cu caracter provizoriu se realizează din materiale și alcătuiți care permit demontarea rapidă în vederea aducerii terenului la starea inițială (confecții metalice, piese de cherestea, materiale plastice ori altele asemenea) și sunt de dimensiuni reduse. Din categoria construcțiilor cu caracter provizoriu fac parte: chioșcuri, tonete, cabine, locuri de expunere situate pe căile și în spațiile publice, corpuri și panouri de afișaj, firme și reclame, copertine, pergole ori altele asemenea. În sensul prezentei legi realizarea construcțiilor provizorii se autorizează în aceleași condiții în care se autorizează construcțiile definitive. ([Legea nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, republicată – Anexa nr.1, Definierea unor termeni de specialitate utilizați în cuprinsul legii](#)).

Conform Ordinului nr. 839 din 12 octombrie 2009 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, articolul 48, alin. (3), în situația autorizării executării lucrărilor pentru construcții cu caracter provizoriu, la pct. 3 din «Formularul-model F.11 - AUTORIZAȚIE DE CONSTRUIRE/ DESFIINȚARE» emitentul are obligația de a face precizări privind obligațiile care decurg din "caracterul provizoriu și durata de existență limitată până la.....", inclusiv precizări privind termenul de încetare a funcționării obiectivului autorizat.

- (7) **Copertina** - accesoriu al vitrinei cu rol de umbrire a spațiilor interioare și care se poate regăsi în dreptul ferestrelor, ușilor sau a vitrinelor. Aceste copertine pot fi inscripționate cu numelui firmei/ operatorului comercial. ([în sensul prezentului regulament](#))
- (8) **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.
- (9) **Echipament mobil de informare a clienților** - element publicitar amplasat la intrarea sau adiacent spațiului destinat activității, având ca scop promovarea comercială, comunicarea de tarife sau acțiuni promoționale, specifice activității desfășurate de beneficiarul publicității, de dimensiuni reduse, amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate.
Echipamentele mobile pot fi: portative pentru meniu, panouri mobile/ tabele pentru mesaje scrise sau inscripționate („people stopper” sau „A board”) etc.
- (10) **Firmă** - orice inscripție, formă sau imagine atașată unei clădiri, cu referire la un operator economic sau la o activitate de antreprenoriat care se desfășoară în interiorul clădirii.
- (11) **Incintă** - suprafața de teren înconjurată din toate părțile de construcții, de amenajări sau împrejurimi.
- (12) **Indicator publicitar direcțional (panou direcțional)** - înscris, formă ori imagine care indică o direcție sau proximitatea unui obiectiv sau a unei clădiri unde se desfășoară o anumită activitate, este de mici dimensiuni și este fixat prin prinderi speciale pe clădiri, stâlpi etc.
Indicatoare direcționale pot fi: indicatoarele utilizate pentru semnalarea serviciilor de urgență sau a serviciilor necesare în deplasare (de ex. stațiile de alimentare cu carburanți, atelierelor auto sau de vulcanizare etc.), plăcuțele de orientare către centre comerciale sau obiective de interes public (clădiri reper ale orașului, stadion, telegondolă etc.), indicatorul pentru drumeție etc. ([în sensul prezentului regulament](#))
- (13) **Mesh** - suport pentru mesajul publicitar confecționat din material sintetic perforat, cum ar fi plasa fină, de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri.
- (14) **Mesh digital** - suport publicitar de mari dimensiuni expus pe suprafața exterioară a unui imobil și care folosește modul electronic de afișare a reclamei.
- (15) **Mijloace de publicitate** - ansamblu de elemente constructive folosite în scopul prezentării unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste ori a unui eveniment.

- (16) **Panou publicitar** - structură provizorie folosită pentru afișarea unui mesaj publicitar;
- a) **Panou tip citylight** – panou de tip casetă luminoasă, de dimensiuni mici și iluminare din interior cu tuburi de neon;
 - b) **Panou tip backlit** – panou publicitar cu una/două fețe de expunere realizate din profile de oțel cu rame din tablă ambutisată, cu sistem de întindere a posterelor și iluminare din interior cu tuburi de neon;
 - c) **Panou tip unipol** – structură de **rezistență** care se amplasează pe suport propriu – un singur stâlp de susținere din țevă metalică - la o înălțime față de sol mai mare de 5 m;
- (17) **Panou turistic publicitar** - structură provizorie folosită pentru afișarea unui mesaj publicitar de promovare a municipiului care face cunoscute sau atenționează publicul larg asupra obiectivelor turistice, hărților de orientare etc.. (în sensul prezentului regulament)
- (18) **Proiect publicitar special** - construcție provizorie atipică, creată special în scopul promovării unui produs, a unui serviciu sau eveniment;
- (19) **Promovare** - ansamblu de activități, mijloace și tehnici folosite pentru a difuza un produs sau serviciu pe piață.
- (20) **Publicitate** - totalitatea modalităților și instrumentelor specifice utilizate pentru a facilita cunoașterea și aprecierea de către consumatori a anumitor bunuri, produse și servicii sau pentru a informa publicul asupra unor evenimente, a destinației unor spații, lansări de produse, deschideri de magazine și altele asemenea, precum și orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artisanale sau liber-profesioniste având ca scop promovarea vânzării de bunuri, produse și servicii, de drepturi și obligații.
- (21) **Publicitate electorală** – Publicitatea realizată în scop electoral care include afișe montate pe panourile puse la dispoziție de către administrația publică locală și amenajările provizorii de tipul corturilor electorale, amplasate pe sol, cu dimensiunile standardizate, avizată, amplasată și executată cu respectarea prevederilor actelor normative în vigoare. (în sensul prezentului regulament)
- (22) **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.
- (23) **Publicitate pe vehicule** - publicitate realizată prin lipirea de afișe, montarea de panouri, sau vopsirea vehiculelor în scopuri publicitare.
- (24) **Publicitate temporară** - publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestații culturale sau sportive, științifice, învățământ, electorale etc. precum și pentru acțiuni de promovare de produse sau activități cu caracter temporar (până la 30 zile).
- Publicitatea temporară se poate realiza prin: structuri publicitare cu sau fără fundații, proiecte speciale, panouri și structuri pentru afișe electorale și alte amenajări provizorii, corturi, standuri, pupitre, scene și ecrane mobile, bannere, mesh-uri, steaguri publicitare, panourilor publicitare mobile pliabile, afișele publicitare etc.
- Utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar, afișele publicitare (cu ocazia organizării de târguri, spectacole, întreceri sportive etc), anunțurile de mică publicitate, publicitatea pe vehicule publicitare reprezintă alte modalități de promovare prin publicitatea temporară. (în sensul prezentului regulament)
- (25) **Reclamă publicitară** - activitate prin care o persoană fizică sau juridică promovează un brand, omarcă comercială, serviciu, informație utilă, activitate, produs, idee, folosind mijloace de promovare cunoscute în scopul de a convinge, a face cunoscut sau a atenționa publicul larg.
- (26) **Steag publicitar** – piesă de stofă, pânză sau material plastic atașată unui suport lance, catarg sau stâlp, purtând culori, embleme, simboluri sau mesaje publicitare.

- (27) **Sistem publicitar** – structură (poate fi o construcție provizorie sau o confecție dintr-un material nealterabil) ce servește drept suport pentru mesajele publicitare. (sursa: [Regulament de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în Oradea, aprobat prin HCL nr. 806/2012](#))
- (28) **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 imprimate reclame și mesaje publicitare;
- (29) **Totem** - semn publicitar stradal, construcție independentă, luminoasă sau nu, realizată de obicei dintr-o structură metalică, cu talpă de susținere sau fixată în beton, caracterizată prin verticalitate și care poate avea diferite forme și dimensiuni.
Totemul este un element de semnalistică stradală și scopul său este de a semnaliza și informa publicul, putând fi utilizat pentru a amplifica vizibilitatea punctelor de lucru ale diverselor companii, firme (restaurante, hoteluri, pensiuni, clădiri de birouri, supermarketuri, hipermagazine, parcuri comerciale, parcuri industriale, bănci, spitale, farmacii, baze sportive, benzinării și altele) sau instituții, pentru a marca intrarea/ ieșirea din localitate sau pentru direcționarea spre un anumit obiectiv.
Totemul poate fi neluminos, cu iluminare din interior și iluminare tip halou, cu imagini printate, în relief, gravate sau configurație dinamică a unei imagini unice sau a unei imagini multiple (totem digital). (în sensul prezentului regulament)
- (30) **Vehicul publicitar** - vehicul care transportă o reclamă în aer liber. Vehicul cu o mobilitate redusă care îi permite să ajungă la un număr mare de persoane, precum și să fie prezent la diverse evenimente. Sunt utilizate ca suport publicitar mobil. Au fost construite, transformate sau decorate în special în scopuri publicitare și servesc în primul rând pentru a transmite imaginea către consumator.
- (31) **Vitrina** - Spațiu special amenajat pentru expunerea mărfurilor în spatele ferestrei dinspre stradă a unui magazin; fereastră care închide spre stradă acest spațiu. (sursa: DEX '09 2009)
Vitrina se poate confunda cu spațiul vitrat aferent spațiului comercial.
Vitrinele istorice sunt însă mai complexe, spațiile vitrate sunt de obicei încadrate de elemente atent relaționate în compoziția generală a fațadei și menite să le scoată în evidență: ancadramente, rame, socluri și suprafețe profilate din lemn, inclusiv suprafețe destinate poziționării firmei/reclamei. (în sensul prezentului regulament)
- (32) **Zona drumului public** - cuprinde: ampriza, zonele de siguranță și zonele de protecție. (în sensul Ordonanței nr. 43 din 1997 privind regimul drumurilor, art. 14)
- (33) **Zonele de siguranță ale drumului** - suprafețele de teren situate de o parte și de cealaltă a amprizei drumului, destinate exclusiv semnalizării rutiere, plantației rutiere sau altor scopuri legate de întreținerea și exploatarea drumului, siguranței circulației ori protecției proprietăților situate în vecinătatea drumului. Din zonele de siguranță fac parte și suprafețele de teren destinate asigurării vizibilității în curbe și intersecții, precum și suprafețele ocupate de lucrări de consolidare a terenului drumului și altele asemenea. (în sensul Ordonanței nr. 43 din 1997 privind regimul drumurilor, art. 16)
- (34) **Zonele de protecție ale drumului** - suprafețele de teren situate de o parte și de alta a zonelor de siguranță, necesare protecției și dezvoltării viitoare a drumului. (în sensul Ordonanței nr. 43 din 1997 privind regimul drumurilor, art. 17)

ART. 3 Aplicabilitatea prezentului regulament

(1) Regulamentul stabilește activitatea de amplasare a mijloacelor de publicitate în zonele de publicitate restrânsă (ZPR) și zonele de publicitate lărgită (ZPL) ale Municipiului Brașov, inclusiv în zona drumurilor publice din aceste zone, în vederea asigurării condițiilor pentru un cadru construit coerent, armonios, sigur și sănătos, pentru protecția valorilor mediului natural și antropoc, pentru prezervarea calității peisajului și a cerințelor privind asigurarea calității în construcții.

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

(3) În vederea facilitării înțelegerii anumitor prevederi din prezentul regulament este încurajată citirea în paralel a „**Ghidului privind publicitatea comercială în Zona de Publicitate Restrânsă**”, cuprins în Anexa nr. 6.

ART. 4 Zonele de publicitate

(1) În vederea asigurării coerenței imaginii urbane, protejării identității arhitecturale, urbanistice și culturale, prin prezentul regulament au fost stabilite următoarele zone de publicitate:

- a) Zone de publicitate restrânsă;
- b) Zone de publicitate lărgită.

(2) Pe raza Municipiului Brașov, zonele de publicitate restrânsă sunt cele care se încadrează în limitele obiectivelor de patrimoniu clasate și în zonele de protecție aferente, constituite în vecinătăți cu impact vizual sau funcțional, în conformitate cu planșele aferente Avizului Ministerului Culturii nr. 253/2010, aferent documentației de urbanism „Actualizare PUG Municipiul Brașov” aprobată cu HCL nr. 144/2011, cu valabilitatea prelungită cu HCL nr. 117/2021.

(3) Zonele de publicitate restrânsă se delimitează, orientativ, urmărind reperele următoare:

- Zona formată din Ansamblul Urban „Brașovul Vechi”, Ansamblul Urban „Blumăna – Dealul Cetății”, Ansamblul Urban „Centrul Istoric – Cetatea Brașovului”, Ansamblul Urban „Șcheii Brașovului” și zonele de protecție aferente:

- la nord - fronturile/zonele aferente: str. Calea Făgărașului (DN 1/ E68) și zonele de intersecție ale acestora cu str. Borzești, str. Cosmești și str. Lungă; str. Agricultorilor, str. Gospodarilor;
 - la vest – fronturile/zonele aferente: str. Titan, str. Bobâlna, str. Carierei, str. Căprioarei, str. Lungă, str. Crișan, str. Făgetului, str. Șirul Livezii, str. Caraiman, str. Calea Poienii (DN 1E), str. Căminului, str. Stejărișului, str. Dealul Spirii în zona de intersecție cu str. Nisipului de Sus, str. După Iniște, str. Colțul Putinarilor, str. Stejărișului (DN 1E), str. Podul lui Grid, str. Pe Tocile, str. Variște, str. Petre Ispirescu, str. Învățătorilor, str. Podul Crețului;
 - la sud – fronturile/zonele aferente: str. După Grădini, str. Fântâniței;
 - la sud-est – Rezervația naturală Tâmpa și fronturile/zonele aferente: str. Fântâniței, str. Curcanilor, str. Petofi Sandor, Aleii Tiberiu Brediceanu;
 - la est: fronturile/zonele aferente: str. C-tin D. Gherea, str. Ecaterina Varga, str. Pictor Pop, str. Negoiu, str. Neagoe Basarab, str. Olarilor, str. Karl Lehmann, str. Matei Basarab, str. Castanilor, str. Traian Grozăvescu, str. Iuliu Maniu, str. A. I. Cuza, str. Dr. Victor Babeș, str. Sitei, str. Mihai Viteazul;
 - la nord-est - fronturile/zonele aferente: str. Universității, str. Bisericii Române, str. Avram Iancu, str. Nicopole, str. Enupărului, str. Morii, str. Vasile Lupu, str. De Mijloc.
- Ansamblul Palatului Știrbey – str. Crișan, la est;

- Situl arheologic „Cartier Noua”:
- la nord: str. Panselelor;
- la sud și sud-vest: str. Plopilor;
- la sud- est: str. Poiana Soarelui, str. Macului, str. Laminoarelor;
- la nord-est: limita platformei industriale Roman.
 - Ansamblul „Dârste” – trupul fostului sat Noua:
- la nord – str. Plopilor;
- la est - str. Gării Noua;
- la sud – str. Stejarului, proprietăți în sudul str. Brazilor și str. Garoafelor;
- la vest – str. Crizantemelor, str. Gladiolelor.
 - Ansamblul „Dârste” – trupul fostului sat Dârste:
- la nord – str. Ioan Meșotă, Calea București (DN 1/ E 60), str. Gării Dârste;
- la est – str. Gării Dârste;
- la sud – str. Cedrilor;
- la vest – proprietăți desfășurate pe str. Ioan Meșotă, str. Ulmului, str. Cireșului.
 - Situl arheologic „Dealul Tâmpa” – în interiorul Rezervației naturale Tâmpa.
 - Situl arheologic „Dealul Melcilor”, parte a Rezervației naturale Tâmpa:
- la nord – str. Karl Lehmann, traseul canalului Timiș, str. Dorobanților;
- la nord-vest – zona aferentă străzii Mattis Teutsch, str. Matei Basarab, str. Olarilor;
- la sud-vest – str. Ecaterina Varga, zona aferentă str. Constantin Dobrogeanu Ghinea;
- la sud-est – zona Carierei Valea Cetății (Răcădău/ Valea Cetății);
- la est – str. Carpaților;
- la nord-est – zona aferentă str. Calea București.

(4) Pentru identificarea mai precisă a limitelor zonelor de publicitate restrânsă (ZPR) se vor utiliza atât descrierile de la alin. (3), cât și harta cuprinsă în Anexa nr. 1 a prezentului regulament.

(5) Zonele de publicitate lărgită (ZPL) reprezintă teritoriul Municipiului Brașov, mai puțin zonele de publicitate restrânsă delimitate în Anexa nr. 1 a prezentului regulament.

ART. 5 Tipuri de mijloace de publicitate

(1) Tipurile de mijloace de publicitate detaliate în prezentul regulament sunt următoarele:

- a) Firme
- b) Panouri publicitare, totemuri, ecrane și publicitate luminoasă;
- c) Echipamente mobile de informare;
- d) Publicitate pe mobilierul urban;
- e) Bannere și steaguri publicitare;
- f) Publicitate pe mesh-urile și împrejmuirile aferente șantierelor;
- g) Indicatoare publicitare direcționale și panouri de informare turistică;
- h) Publicitate temporară și proiecte publicitare speciale;
- i) Panouri/ structuri destinate amplasării afișelor publicitare și anunțurilor de mică publicitate;

(2) Tipurile de mijloace admise pentru fiecare zonă de publicitate sunt menționate și detaliate în cadrul capitolelor dedicate respectiv, capitolul V- pentru Zonele de Publicitate Restrânsă (ZPR) și în capitolul VI- pentru Zona de Publicitate Lărgită (ZPL).

CAPITOLUL II

APROBAREA EXECUTĂRII LUCRĂRILOR PENTRU AMPLASAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE

ART. 6 Amplasarea mijloacelor de publicitate

Amplasarea mijloacelor de publicitate se poate face atât pe domeniul public sau privat al Municipiului Braşov, cât şi pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, cu acordul acestora şi cu respectarea prevederilor legale.

ART. 7 Aprobarea amplasării mijloacelor publicitare

(1) Aprobarea amplasării mijloacelor de publicitate se va realiza astfel:

- a) în baza autorizaţiei de construire pentru următoarele mijloace de publicitate poziţionate pe faţada clădirilor, la nivelul aticului sau al ultimului nivel al clădirilor, precum şi a celor care au sistem propriu de susţinere în raport cu pământul:
 - firme;
 - panouri publicitare, totemuri, ecrane şi publicitate luminoasă;
 - panourile/structurile destinate amplasării afişelor publicitare şi anunţurilor de mică publicitate;
 - mesh-uri şi mesh-uri digitale;
 - publicitatea pe mesh-urile şi împrejurimile aferente şantierelor;
 - indicatoare direcţionale montate pe suporturi noi sau care necesită o durată de exploatare mai mare de 60 de zile;
 - panouri de informare turistică;
 - publicitatea temporară şi proiectele publicitare speciale, în cazul unor instalaţii/construcţii provizorii complexe care necesită un sistem propriu de susţinere în raport cu pământul (ex. fundaţii).
- b) în baza avizului pentru publicitate temporară pentru:
 - bannere şi steaguri publicitare;
 - indicatoare direcţionale montate pe suporturi existente (stâlpi de energie electrică, iluminat public, clădiri etc.) şi care necesită o durată de exploatare de maximum 60 de zile;
 - utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar, numai cu încadrarea în spaţiile/suprafeţele dedicate afişajului publicitar, conform proiectului autorizat al obiectului de mobilier urban;
 - publicitatea temporară şi proiectele publicitare speciale, în cazul mijloacelor de publicitate care nu necesită un sistem propriu de susţinere în raport cu pământul;
 - echipamente mobile de informare.

ART. 8 Dispoziții generale privind aprobarea executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate cu autorizație de construire

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

(2) În autorizația de construire se va înscrie, în mod obligatoriu, durata de existență a mijlocului de publicitate, intervalul de timp la care se vor face inspecțiile obligatorii privind urmărirea comportării în timp a construcțiilor pe durata de utilizare a acestuia și sarcinile post utilizare.

(3) Durata de existență a mijlocului de publicitate se va corela cu durata și cu perioada de valabilitate a contractelor sau documentelor prin care se dețin sau se dă dreptul de utilizare a imobilelor ce fac obiectul amplasării, executării lucrărilor și menținerii mijloacelor de publicitate, după caz.

(4) La expirarea termenului duratei de existență a mijlocului de publicitate stabilit prin autorizația de construire, conform prevederilor alin. (2), iar acest termen nu a fost prelungit, proprietarul suportului publicitar și cel al imobilului, pe care este amplasată construcția-suport, sunt obligați, pe cheltuiala proprie să desființeze elementele constructive ale suportului publicitar și să aducă imobilul la starea inițială.

(5) 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 zile, Primarul Municipiului Brașov dispune desființarea construcției-suport a mijlocului de publicitate provizoriu, pe cale administrativă prin deplasarea în teren a agentului constatator. Constatarea și întocmirea procesului verbal servește ca temei legal pentru emiterea Dispoziției de primar privind dezafectarea, indiferent de categoria de proprietate pe care sunt amplasate aceste mijloace de publicitate, fără a se emite autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor competente de judecată.

(6) Cheltuielile rezultate ca urmare a acțiunilor prevăzute la alin. (5), vor reveni în mod solidar în sarcina proprietarului elementelor constructive ale suportului publicitar și a proprietarului imobilului și vor fi recuperate ulterior de la aceștia, în condițiile legii.

(7) Publicitatea amplasată pe mesh-urile aferente schelelor 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 simultan cu organizarea de șantier sau ulterior, pe parcursul desfășurării șantierului și este valabilă pe toată durata existenței acestuia.

(8) Proprietarii imobilelor care și-au dat acordul pentru amplasarea mijloacelor de publicitate, sunt obligați, în condițiile alin. (1) să solicite prezentarea autorizației de construire executantului construcției suportului publicitar.

(9) 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 rezistenței mecanice și stabilitate, va întocmi un raport tehnic de inspecție care, prin grija proprietarului, va fi comunicat Inspectoratului Județean în Construcții Brașov 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. 9 Dispoziții generale privind amplasarea mijloacelor publicitare temporare

(1) În cazul amplasării mijloacelor de publicitate temporare pe pământ, care nu necesită fundații sau emiterea unei autorizații de construire, în cadrul unor campanii publicitare și/sau activități de promovare ce nu depășesc 30 de zile și care se desfășoară pe domeniul public ori pe proprietatea privată a persoanelor fizice și/sau juridice, Primăria Municipiului Brașov emite avizul de publicitate temporară, cu respectarea tuturor prevederilor legale.

(2) Avizul de publicitate temporară pentru amplasarea mijlocului de publicitate potrivit dispozițiilor alin. (1) 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 inițial.

(3) Excepție de la alin. (2) fac echipamentele mobile de informare a clienților, care pot fi amplasate pe o perioadă de cel mult 90 de zile, perioadă ce poate fi prelungită o singură dată, la cererea solicitantului pentru o perioadă cel mult egală cu cea aprobată inițial.

(4) Cererea pentru prelungire a perioadei de valabilitate a Avizului de publicitate temporară (Anexa nr. 5 la regulament) urmează a fi depusă cu 10 zile lucrătoare înainte de expirarea avizului inițial pentru amplasarea mijlocului de publicitate temporară.

(5) La expirarea perioadei de avizare a mijlocului de publicitate temporară, solicitantul este obligat să desfășoare mijloacele de publicitate temporară și să aducă amplasamentul pe care acestea au fost montate la starea inițială. În caz contrar, Primarul Municipiului Brașov va proceda potrivit prevederilor Art.8, alin. (5) din regulament.

(6) Cheltuielile rezultate ca urmare a acțiunilor prevăzute la Art.8. alin. (5), vor reveni în mod solidar în sarcina proprietarului elementelor constructive ale suportului publicitar și a proprietarului imobilului și vor fi recuperate ulterior de la aceștia, în condițiile legii.

ART. 10 Actele necesare pentru autorizarea și avizarea mijloacelor de publicitate

(1) Pentru autorizarea mijloacelor de publicitate sunt necesare: certificatul de urbanism, avizele necesare conform certificatului de urbanism, autorizația de construire.

(2) **Pentru obținerea certificatului de urbanism**, beneficiarul (solicitantul) va depune la registratura Primăriei Municipiului Brașov, următoarele acte:

- a) cerere tip pentru emiterea certificatului de urbanism, conform legislației în vigoare;
- b) plan de încadrare în zonă, la o scară relevantă pentru obiectivul prezentat;
- c) plan de situație, la o scară relevantă pentru obiectivul prezentat, pe care va fi marcat vizibil locul de amplasare a mijlocului de publicitate și cotate față de repere fixe, identificabile;
- d) extras de Carte Funciară a imobilului pe care urmează a fi amplasat mijlocul de publicitate, cu altă destinație decât cea de locuire, nu mai vechi de 30 de zile;
- e) dovada achitării taxei pentru eliberarea certificatului de urbanism.

(3) **Pentru obținerea autorizației de construire**, beneficiarul (solicitantul) va întocmi, în două exemplare, următoarea documentație confirmată în corespundere cu originalul:

- a) cerere tip pentru emiterea autorizației de construire conform legislației în vigoare;
- b) documentul care atesta dreptul de utilizare a imobilelor;
- c) certificat de urbanism în termen de valabilitate la data depunerii cererii pentru autorizația de construire;
- d) documentația tehnică pentru autorizarea executării lucrărilor de construire întocmită de un proiectant autorizat;
- e) dovada achitării taxei pentru eliberarea autorizației de construire
- f) documentele, avizele și acordurile solicitate prin Certificatul de Urbanism;

(4) **Cerințe minime pentru justificarea propunerilor prezentate în cadrul documentației tehnice pentru autorizarea executării lucrărilor de construire:**

a) prezentarea situației existente, în cadrul unui documentar fotografic în conformitate cu situația actuală din teren.

În situația mijloacelor de publicitate amplasate pe fațadă, documentarul va include, pe lângă fațada vizată și fațadele clădirilor imediat învecinate. Prezentarea fațadelor vizate va cuprinde toate mijloacele publicitare existente, precum alte obiecte/ elemente auxiliare, după caz (corpuri de iluminat, suporturi pentru steaguri, camere de supraveghere, aparate de aer condiționat, accesorii rețele edilitare etc.).

b) prezentarea mijloacelor de publicitate propuse, la scară, precum și o simulare fotografică, din care să rezulte culorile folosite, dimensiunile și detalierea sistemului de prindere ce va fi folosit. În cazul mijloacelor de publicitate luminoase/ iluminate se vor prezenta argumentele potrivit cărora acestea nu amplifică poluarea luminoasă a zonei (alte obiecte luminoase/ iluminate existente etc.).

c) elevații/ secțiuni la o scară relevantă pentru obiectivul prezentat, pe care va fi marcat vizibil locul de amplasare a mijlocului de publicitate și cotat față de repere fixe, identificabile – ex. înălțimea liberă față de cota amenajată a trotuarului.

d) detalii de execuție a modului de ancorare, verificat la cerința fundamentală rezistență mecanică și stabilitate (Legea nr. 10/1995 privind calitatea în construcții).

(5) **În vederea obținerii avizului de publicitate temporară pentru mijloacele de publicitate de tipul: echipamentelor mobile de informare, bannerelor, steagurilor publicitare, publicității temporare și a proiectelor publicitare speciale care nu necesită fundații sau soluții de ancorare complexe**, se vor depune la registratura Primăriei Municipiului Brașov, următoarele:

- a) cererea tip, conform Anexei nr. 5 la prezentul Regulament;
- b) acordul notarial al proprietarilor spațiului/ terenului/ locației/ elemente de susținere existente, după caz;
- c) avizul Direcției Județene de Cultură (în cazul ZPR);
- d) avizul Arhitectului Șef, însoțit de documentația tehnică vizată de Arhitectul Șef- detaliată la alin.(8). Structurile publicitare autoportante și proiectele publicitare speciale se avizează în baza unei documentații tehnice întocmite de un arhitect cu drept de semnătură. cu respectarea prevederilor privind publicitatea temporară, prevăzute în regulament.
- e) alte avize/ acorduri în funcție de tipul inserției temporare propuse (ex. racord rețea electrică etc.);

(6) Avizul de publicitate temporară se va elibera după achitarea taxei pentru ocuparea domeniului public.

(7) **În vederea obținerii avizului de publicitate temporară pentru amplasarea de colante/ afișe publicitare pe suporturi existente de tipul : panourilor/ structurilor pentru afișe publicitare și anunțuri de mică publicitate și mobilier urban**, solicitantul va depune la registratura Primăriei Municipiului Brașov următoarele:

- a) cerere tip, conform Anexei nr. 5 la prezentul Regulament;
- b) copie a colantei/ afișului publicitar;
- c) declarație pe proprie răspundere în ceea ce privește numărul total de colante/afișe, suprafața publicitară totală și perioada de expunere;
- d) Dovada plății taxei pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate pe panourile/structurile pentru afișe publicitare și anunțuri de mică publicitate și pe mobilierul urban, aflate în domeniul public.

(8) **Pentru obținerea avizului Arhitectului Șef** se vor prezenta:

- a) cererea tip, conform Anexei nr. 5 la prezentul regulament;
- b) extras de Carte Funciară a imobilului pe care urmează a fi amplasat mijlocul de publicitate, cu altă destinație decât cea de locuire, nu mai vechi de 30 de zile;
- c) plan de încadrare în zonă, la o scară relevantă pentru obiectivul prezentat;
- d) plan de situație, la o scară relevantă pentru obiectivul prezentat, pe care va fi marcat vizibil locul de amplasare a mijlocului de publicitate și cotate față de repere fixe, identificabile;
- e) situația existentă, în cadrul unui documentar fotografic în conformitate cu situația actuală din teren. În situația mijloacelor de publicitate amplasate pe fațadă, documentarul va include, pe lângă fațada vizată și fațadele clădirilor imediat învecinate. Prezentarea fațadelor vizate va cuprinde toate mijloacele publicitare existente, precum alte obiecte/elemente auxiliare, după caz (corpuri de iluminat, suporturi pentru steaguri, camere de supraveghere, aparate de aer condiționat, accesorii rețele edilitare etc.).
- f) mijloacele de publicitate propuse, la scară, precum și a simulări fotografice din care să rezulte culorile folosite, dimensiunile și detalierea sistemului de prindere ce va fi folosit. În cazul firmelor/ obiectelor luminoase/ iluminate se vor prezenta argumentele potrivit cărora acestea nu amplifică poluarea luminoasă a zonei (alte obiecte luminoase/ iluminate existente deja pe fațadă sau în vecinătate etc.).
- g) elevații/ secțiuni la o scară relevantă pentru obiectivul prezentat, pe care va fi marcat vizibil locul de amplasare a mijlocului de publicitate și cotate față de repere fixe, identificabile – ex. înălțimea liberă față de cota amenajată a trotuarului
- h) detaliul de execuție a modului de ancorare, verificat la cerința fundamentală rezistență mecanică și stabilitate (Legea nr. 10/1995 privind calitatea în construcții).
- i) avizul Direcției Județene de Cultură în cazul ZPR.
- j) alte avize/ acorduri în funcție de tipul inserției temporare propuse (ex. racord rețea electrică etc.);

(9) După caz, pentru fundamentarea deciziei arhitectului șef, documentația poate fi înaintată spre analiză de către serviciul de specialitate Comisiei Tehnice de Amenajarea Teritoriului și Urbanism.

ART. 11 Recepția la terminarea lucrărilor de amplasare a mijloacelor publicitare autorizate¹

(1) În conformitate cu legislația în vigoare, se va avea în vedere că lucrările autorizate se consideră finalizate dacă s-au realizat toate elementele prevăzute în autorizație și dacă s-a efectuat recepția la terminarea lucrărilor.

(2) Potrivit prevederilor legale în vigoare, recepția lucrărilor de construcții și a instalațiilor aferente este actul prin care investitorul declară că acceptă, preia lucrarea (cu sau fără rezerve) și că aceasta poate fi dată în folosință. Prin actul de recepție se certifică faptul că executantul și-a îndeplinit obligațiile în conformitate cu prevederile contractului și ale documentației de execuție.

(3) După obținerea autorizației de construire/ desființare, pentru execuția lucrărilor aferente obiectivului de investiții, potrivit prevederilor Legii nr. 10/1995 împreună cu regulamentele de aplicare a acesteia, prin grija investitorului/ beneficiarului și a executantului este necesară efectuarea recepției lucrărilor de construcții și a instalațiilor aferente.

(4) Efectuarea recepției la terminarea lucrărilor este obligatorie pentru toate tipurile de mijloace de publicitate autorizate, inclusiv în situația realizării acestor lucrări în regie proprie. Recepția la terminarea lucrărilor se face cu participarea reprezentantului administrației publice, desemnat de emitentul autorizației de construire.

ART. 12 Metodologia privind atribuirea amplasamentelor destinate amplasării mijloacelor de publicitate care aparțin domeniului public sau privat al Municipiului Brașov

(1) Primăria Municipiului Brașov a identificat o listă cu locațiile posibile destinate amplasării de mijloace de publicitate temporară și proiecte speciale, precum și a panourilor/ structurilor destinate amplasării afișelor publicitare și anunțurilor de mică publicitate, conform anexelor 2 și 3 a prezentului regulament, care aparțin domeniului public sau privat al Municipiului Brașov.

(2) Lista menționată la alin. (1) poate fi actualizată și aprobată prin Hotărâre a Consiliului Local.

(3) Pe măsură ce se va constitui o rezervă de terenuri care aparțin domeniului public sau privat al Municipiului Brașov destinate amplasării de panouri publicitare, totemuri, ecrane și publicitate luminoasă, aceste amplasamente se vor atribui prin concesionare, închiriere sau asociere în participațiune, organizate în conformitate cu prevederile legale.

(4) În acest sens la întocmirea caietului de sarcini, Serviciul Administrare Patrimoniu și Urbanism Comercial va avea în vedere gruparea amplasamentelor pe străzi, cartiere, etc., astfel încât pe anumite zone să se dezvolte activități de reclamă și publicitate cu o linie de prezentare uniformă.

(5) Ofertanții declarați câștigători au obligația de a asigura accesul nediscriminatoriu al tuturor operatorilor de publicitate la utilizarea amplasamentelor stabilite prin Regulamentul local de publicitate.

¹ Conform: Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, Ordinului MDRL nr. 839/2009 pentru aprobarea Normelor Metodologice de aplicare a Legii nr. 50/1991, HG nr. 343/2017 pentru modificarea HG nr. 273/1994 privind aprobarea Regulamentului de recepție a lucrărilor de construcții și instalații aferente acestora, Legii nr. 10/1995 privind calitatea în construcții.

(6) Pe întreaga perioadă de existență a construcției- suport pentru mijloacele de publicitate, indiferent de regimul de proprietate al bunurilor imobile pe care acestea sunt amplasate, proprietarul/ deținătorul construcției suport are obligația afișării permanente de materiale de publicitate.

(7) Proprietarii panourilor sau 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.

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

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

(10) Materialul (conținutul informativ) va fi pus la dispoziție de autoritățile publice interesate, proprietarul având obligațiile:

a) de a transmite Primăriei Municipiului Brașov situația construcțiilor-suport pentru mijloace de publicitate disponibile, cu minim 10 zile lucrătoare înainte datei la care spațiul de publicitate este disponibil;

b) asigurarea montajului materialului publicitar;

(11) Informarea se trimite pe e-mailul oficial al Primăriei Municipiului Brașov și conține următoarele informații:

a) specificațiile tehnice (material, dimensiuni, etc) ale materialului publicitar care urmează a fi afișat pe construcția-suport deținută;

b) numărul de materiale care trebuie pregătite;

c) perioada de timp în care spațiul publicitare este disponibil;

d) locația construcției suport;

e) persoana de contact;

f) alte detalii, după caz.

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

CAPITOLUL III

REGLEMENTĂRI FISCALE

ART. 13 Reguli generale

(1) Orice persoană care trebuie să obțină un certificat, un aviz sau o autorizație menționată în prezentul capitol trebuie să plătească o taxă la compartimentul de specialitate al autorității administrației publice locale înainte de a i se elibera certificatul, avizul sau autorizația necesară.

(2) Cota taxelor pentru eliberarea certificatului de urbanism sau a autorizației de construire/ amplasare necesare se stabilește prin Hotărâre a Consiliului Local, cu respectarea prevederilor legale în vigoare.

ART. 14 Taxa pentru serviciile de reclamă și publicitate

(3) Orice persoană care beneficiază de servicii de reclamă și publicitate în Municipiul Brașov în baza unui contract sau a unui alt fel de înțelegere încheiată cu altă persoană datorează plata taxei prevăzute în prezentul articol, cu excepția serviciilor de reclamă și publicitate realizate prin mijloacele de informare în masă scrise și audiovizuale.

(4) Publicitatea realizată prin mijloace de informare în masă scrise și audiovizuale, în sensul prezentului articol, corespunde activităților agenților de publicitate potrivit Clasificării activităților din economia națională - CAEN, cu modificările ulterioare, respectiv publicitatea realizată prin ziare și alte tipărituri, precum și prin radio, televiziune și internet.

(5) Taxa pentru servicii de reclamă și publicitate se plătește la bugetul local al unității administrativ-teritoriale în raza căreia persoana prestează serviciile de reclamă și publicitate.

(6) Taxa pentru servicii de reclamă și publicitate se calculează, prin aplicarea cotei taxei respective la valoarea serviciilor de reclamă și publicitate.

(7) Cota taxei se stabilește prin Hotărâre a Consiliului Local, cu respectarea prevederilor legale în vigoare.

(8) Valoarea serviciilor de reclamă și publicitate cuprinde orice plată obținută sau care urmează a fi obținută pentru serviciile de reclamă și publicitate, cu excepția taxei pe valoarea adăugată.

(9) Taxa pentru servicii de reclamă și publicitate prevăzută la alin. (1) se declară și se plătește de către prestatorul serviciului de reclamă și publicitate la bugetul local, lunar, până la data de 10 a lunii următoare celei în care a intrat în vigoare contractul de prestări de servicii de reclamă și publicitate.

ART. 15 Taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate

(1) Orice persoană care utilizează un panou, un afișaj sau o structură de afișaj pentru reclamă și publicitate, cu excepția celei care intră sub incidența art. 14, datorează plata taxei anuale prevăzute în prezentul articol către bugetul local al Municipiului Brașov .

(2) Taxa pentru utilizarea unui panou, afișaj sau structură de afișaj pentru reclamă și publicitate într-un loc public, care nu are la bază un contract de publicitate, este stabilită prin hotărâre a consiliului local, pe metru pătrat de afișaj.

(3) Taxa este plătită de utilizatorul final și se face venit la bugetul local;

(4) Taxa datorată se calculează prin înmulțirea numărului de metri pătrați sau a fracțiunii de metru pătrat a afișajului cu suma pe metru pătrat stabilită prin hotărârea consiliului local.

(5) Suprafața pentru care se datorează taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate, așa cum este prevăzută la art. 478 din Codul fiscal, este determinată de dreptunghiul imaginar în care se înscriu toate elementele ce compun afișul, panoul sau firma, după caz.

(6) Firma instalată la locul în care o persoană derulează o activitate economică este asimilată afișului.

(7) Exemplu de calcul în cazul expunerii unui afiș, panou sau siglă: Suprafața pentru care se datorează taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate se determină prin înmulțirea $L \times l$, respectiv $5,73 \text{ m} \times 4,08 \text{ m} = 23,38 \text{ mp}$.

(8) Taxa se calculează pentru un an fiscal în funcție de numărul de luni în care se afișează în scop de reclamă și publicitate. Frațiunile mai mici de o lună se rotunjesc la lună.

(9) Taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate se recalculează pentru a reflecta numărul de luni sau fracțiunea din lună dintr-un an calendaristic în care se afișează în scop de reclamă și publicitate.

(10) Taxa pentru afișajul în scop de reclamă și publicitate se plătește anual, în două rate egale, până la datele de 31 martie și 30 septembrie inclusiv. Taxa pentru afișajul în scop de reclamă și publicitate, datorată aceluiași buget local de către contribuabili, persoane fizice și juridice, de până la 50 lei inclusiv, se plătește integral până la primul termen de plată.

(11) Persoanele care datorează taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate sunt obligate să depună o declarație la compartimentul de specialitate al autorității administrației publice locale în termen de 30 de zile de la data amplasării structurii de afișaj. – depunerea peste termen constituie contravenție cf. art. 493 (2) a) și nedeclararea – cf. lit. art. 493 (2) din Legea nr. 227/2015 privind Codul fiscal, cu completările și modificările ulterioare.

ART. 16 Scutiri

(1) Taxa pentru serviciile de reclamă și publicitate și taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate nu se aplică instituțiilor publice, cu excepția cazurilor când acestea fac reclamă unor activități economice.

(2) Taxa prevăzută în prezentul articol, denumită în continuare taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate, nu se aplică unei persoane care închiriază panoul, afișajul sau structura de afișaj unei alte persoane, în acest caz taxa prevăzută la art. 15 fiind plătită de această ultimă persoană.

(3) Taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate nu se datorează pentru afișele, panourile sau alte mijloace de reclamă și publicitate amplasate în interiorul clădirilor.

(4) Taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate nu se aplică pentru panourile de identificare a instalațiilor energetice, marcaje de avertizare sau marcaje de circulație, precum și alte informații de utilitate publică și educaționale.

ART. 17 Taxa de ocupare a domeniului public

(1) Taxa de ocuparea temporară a domeniului public se va stabili anual prin Hotărârea de Consiliul Local, respectiv un quantum în lei/ mp/ zi.

(2) Suprafața de teren ocupată de panourile publicitare ecranele, totemurile și publicitatea luminoasă amplasate la sol, va fi determinată prin următorul calcul: $S_{\text{teren}} = (L \times l) \text{ mp}$, în care L

este lungimea proiecției pe teren a panoului sau totemului, $l = 1,0$ m (2 x 0,50 m de o parte și de alta a axului proiecției pe teren).

CAPITOLUL IV

AMPLASAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE

ART. 18 Restricții la amplasarea mijloacelor publicitare

- (1) Este interzisă amplasarea mijloacelor de publicitate în următoarele situații:
- a) ariile naturale protejate de interes național și internațional;
 - b) spațiile verzi;
 - c) în locuri 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 afișelor 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 obiecte de artă monumentală și monumentele publice;
 - h) pe monumentele istorice sau în zona de protecție a acestora, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii și a mesh-urilor de pe schele amplasate pe perioada desfășurării șantierului;
 - i) pe clădirile aflate în stare avansată de deteriorare, în situația în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de rezistență și/sau stabilitate 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 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;
 - l) pe parapetele și/sau pereții pasajelor rutiere subterane și supraterane ori sub poduri;
 - m) pe semnele de circulație, inclusiv pe stâlpii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră, de circulație și pe stâlpii de telecomunicații;
 - n) 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;
 - o) în incinta și pe clădirile aferente unităților sanitare publice, cu excepția firmelor și a altor informații/elemente specifice care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii și a mesh-urilor utilizate pe perioada efectuării lucrărilor de șantier.
 - p) construcții provizorii (chioșcuri);
 - q) pe stâlpii de alimentare cu energie electrică, pe stâlpii de iluminat public, pe stâlpii de susținere a elementelor de transport public sau pe orice alt tip de stâlpi amplasați în localitate sau de-a lungul arterelor de circulație, cu excepția bannerelor, doar în cadrul unor evenimente culturale, științifice ori sportive majore și a indicatoarelor directionale.

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

(2) Se interzice publicitatea pe vehicule publicitare și pe mijloace de transport în comun.

(3) Se interzice acoperirea cu orice mijloc de publicitate (material colant, alucobond, grafică pictată sau orice alte mijloace publicitare de afișaj) a suprafețelor vitrate ale clădirilor.

(4) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică.

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

(6) 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 în acord cu arhitectura/ fațada clădirii, pe fațada sau calcanul clădirii.

(7) În situația în care agenții economici, persoane fizice sau juridice, sunt obligați prin legislația specifică, să limiteze vizibilitatea activităților desfășurate în interior (ex. unele activități de jocuri de noroc, conform HG nr. 111/2016 pentru aprobarea Normelor metodologice de punere în aplicare a OUG nr. 77/2009 privind organizarea și exploatarea jocurilor de noroc, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 246/2010, cu modificările și completările ulterioare) se va avea în vedere acoperirea suprafețelor vitrate cu panouri obturante, amplasate în interiorul unității, retrase față de suprafața vitrată, poziționate la fața interioară a zidului.

(8) Panourile obturante menționate la alin. (6) pot fi realizate din: sticlă mată, sablată sau lăcuită, țesături/structuri metalice, riflaje din lemn, hârtie/carton, materiale textile, policarbonat, rășină, plută etc., în culori neutre și deschise, fără culori stridente și/sau modele.

(7)¹ Panourile vor fi utilizate strict cu scopul de a împiedica vizualizarea activităților desfășurate în locația respectivă și nu vor fi utilizate ca suport pentru imagini, înscrisuri sau simboluri care să sugereze activitatea desfășurată.

(9) Este permisă inscripționarea denumirii societății/ firmei pe fațadă sau pe panourile obturante doar în condițiile respectării prevederilor prezentului regulament.

(10) În cazul vitrinelor aferente serviciilor funerare (firme de pompe funebre, comerț cu produse și materiale specifice, etc.), acestea vor fi amenajate într-un mod discret, astfel încât vederea în interior, din spațiul public, să fie redusă.

(9)¹ Expunerea oricăror elemente - obiecte, materiale, coroane, etc., legate de specificul acestor activități e interzisă pe fațadă, scări de acces și pe domeniul public.

(9)² Manevrarea acestora se va face exclusiv în locuri închise - încăperi, ganguri, incinte, fără posibilitatea de a fi observate din spațiul public, de către colcatari sau de pe parcelele învecinate.

(11) În cazul în care activitatea desfășurată necesită limitări temporare ale vizibilității spre spațiul interior, sunt acceptate elemente mobile obturante, poziționate decalat față de suprafața vitrată, care să permită atât închiderea, cât și deschiderea vitrinei către spațiul public.

(12) Se interzice amplasarea mijloacelor publicitare care au conținut indecent și/sau care promovează consumul de substanțe interzise minorilor prin legislația națională și prin directivele Uniunii Europene în apropierea unităților de învățământ și de cult, la mai puțin de 200 m de acestea.

(13) Sunt interzise mijloacele de publicitate care prin poziționare, formă, dimensiune, materiale, culori afectează sau deteriorează sau compromit elementele decorative ale fațadei.

(14) În scopul asigurării siguranței cetățenilor și integrității bunurilor, operatorii de publicitate vor realiza construcția suport a mijloacelor de publicitate cu material și sisteme constructive care respectă prevederile legale privind calitatea în construcții.

(15) 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.

(16) Operatorii de publicitate au obligația de a nu promova sau transmite mesaje care:

- prejudiciază respectul pentru demnitatea umană și morala publică;
- includ discriminări bazate pe rasă, sex, limbă, origine, origine socială, identitate etnică sau naționalitate;
- atentează la convingerile religioase sau politice;
- aduc prejudicii imaginii, onoarei, demnității și vieții particulare a persoanelor;
- exploatează superstițiile, credulitatea sau frica persoanelor;
- prejudiciază securitatea persoanelor sau incită la violență;
- încurajează un comportament care prejudiciază mediul înconjurător.

ART. 19 Dreptul de vecinătate

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

ZONA DE PUBLICITATE RESTRÂNSĂ (ZPR)

CAPITOLUL V
REGULI PENTRU CATEGORIILE DE MIJLOACE DE PUBLICITATE
ADMISE ÎN ZONA DE PUBLICITATE RESTRÂNSĂ

ART. 20 Tipuri de mijloace de publicitate

(1) În cadrul zonelor de publicitate restrânsă se admit următoarele tipuri de mijloace de publicitate:

- a) Firme (Secțiunile 1 și 2);
- b) Echipamente mobile de informare: portative meniu, panouri mobile/ tabele pentru mesaje scrise sau inscripționate (Secțiunea 3);
- c) Publicitate pe mobilierul urban (Secțiunea 4);
- d) Steaguri publicitare pentru evenimente naționale și locale (Secțiunea 5);
- e) Publicitate pe mesh-urile și împrejmirile aferente șantierelor (Secțiunea 6);
- f) Panouride informare turistică (Secțiunea 7)
- g) Publicitate temporară și proiectele publicitare speciale (Secțiunea 8);
- h) Panouri/ structuri destinate amplasării afișelor publicitare și anunțurilor de mică publicitate (Secțiunea 9);

(2) Sunt interzise orice alte mijloace de publicitate care nu pot fi asimilate celor menționate la alin 1.

(3) În ZPR, pe sistemele de umbrire este interzisă inscripționarea oricărei forme de publicitate cu excepția firmelor.

Secțiunea 1
Reguli privind amplasarea și aspectul firmelor

ART. 21 Reguli generale

(1) Amplasarea firmelor de către agenții economici se va permite numai la sediul și/sau punctul de lucru declarat conform prevederilor legale.

(2) Amplasarea firmelor, indiferent de poziția acestora - pe fațadă, în vitrină etc. - se face după obținerea autorizației de construire în conformitate cu prevederile prezentului regulament și ale Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții.

(3) La montarea/demontarea firmelor, proprietarii acestora au obligația să aducă fațada clădirii la starea inițială, prin înlăturarea amprentelor firmelor și reparații ale zonei de montare, inclusiv zugrăvirea locală și readucerea la aspectul inițial, pe cheltuială proprie.

(4) În termen de 30 de zile de la încetarea activității proprietarul spațiului sau chiriașul au obligația de a desființa firma care nu mai face obiectul activității și aducerea fațadei/ elementului suport la starea inițială.

(5) Firmele se amplasează pe fațadele clădirilor sau în locuri special amenajate. În situațiile în care arhitectura clădirilor include elemente constructive dedicate firmelor, cu o anumită specificitate, acestea se vor utiliza ca atare.

(6) Firmele, ca elemente importante în definirea imaginii urbane, vor avea un design de bună calitate și vor fi realizate obligatoriu din materiale durabile ce nu sunt supuse deteriorării sub acțiunea factorilor externi, condițiilor meteorologice etc.

(7) Firmele vor fi corelate cu arhitectura fațadelor, respectiv:

a) din perspectivă compozițională, materiale, forme, culori;

b) nu vor putea altera/ acoperi/ intra în contradicție cu detaliile și expresia arhitecturală a clădirii.

c) vor avea dimensiuni adaptate spațiului disponibil pe fațadă și în limitele maxime admise, conform prevederilor prezentului regulament.

(8) Se interzice amplasarea firmelor pe elemente proeminente ale fațadelor (balcoane, logii, console, ancadramente, cornișe profilate etc.), pe porțile de acces în imobile, pe ferestre, pe împrejmuiri.

(9) Se interzice amplasarea (fixarea) firmelor peste alte elemente constructive fără durabilitate.

(10) Standardele de marcă (brand) nu pot constitui pretexte pentru nerespectarea prezentului regulament.

(11) În cazul în care clădirea este utilizată de către un singur operator, se permit maximum două firme pe fiecare fațadă la stradă, indiferent de elementele suport prezentate la art. 24.

ART. 22 Aspecte privind firmele luminoase conform Masterplanului de iluminat pentru Centrul Istoric al Municipiului Brașov²:

(1) Se recomandă ca firmele luminoase să utilizeze surse cu lumină caldă, cu o temperatură de culoare corelată de maxim 3000K (CCT);

(2) Valorile maxime permise pentru luminația semnelor (Ls) este de 800 cd/mp (valoare preluată din ghidul CIE 150:2017);

(3) Firmele luminoase pot încorpora surse de lumină: exterioare, interioare sau expuse. Sursele nu trebuie să fie vizibile direct, pentru cele exterioare se recomandă utilizarea unor accesorii de obturare a luminii ce poate fi emisă în afara panourilor;

(4) Pentru a reduce suprafața luminoasă, este preferabilă utilizarea literelor volumetrice, în special cele de tip siluetă/ halou sau cele de tip neon.

(5) Nu este recomandată utilizarea: literelor volumetrice cu lumina emisă în lateral, panourilor cu surse exterioare în console, casetelor luminoase, panourilor cu lumină ascendentă.

(6) Pentru panourile cu surse de lumină exterioare sunt preferabile cele cu o distribuție luminoasă descendentă.

(7) Pentru reducerea consumului energiei electrice se recomandă stingerea firmelor luminoase odată ce programul de lucru din spațiile interioare s-a încheiat.

(8) Pentru a evita utilizarea culorilor contrastante, extrem de variate și pentru a crea un mediu vizual armonios și unitar, în zone restrânse, se poate adopta o singură culoare monocromă, precum

² Masterplanul de iluminat pentru Centrul Istoric al Municipiului Brașov, Proiectul HUB-IN, ABMEE și HEBLU

sepia, pentru toate firmele luminoase sau se pot alege culori de o nuanță asemănătoare finisajului fațadelor pe care urmează să se amplaseze

ART. 23 Aspecte generale de design pentru firmele propuse

(1) Se va evita utilizarea fundalurilor cu mai multe culori vii. Se recomandă soluții cât mai puțin invazive, respectiv utilizarea unui fundal neutru sau a literelor aplicate pe fațadă în spațiul dedicat.

(2) Se va avea în vedere punerea în valoare a textului/ logo-ului etc. prin asigurarea unui contrast între fundal și conținutul firmei.

(3) Spațiul liber recomandat, neocupat de elemente grafice, va fi de minimum 30% din suprafața destinată firmei.

(4) Se recomandă menținerea marginilor libere, neocupate de elemente grafice, a căror proporție recomandată este de 1/6 din latura mică a cadranelor aferente firmei.

(5) Se va evita fragmentarea firmei.

(6) Se recomandă utilizarea a maximum două tipuri de literă (fonturi).

(7) Nu se recomandă deformarea textului.

(8) Se recomandă existența unui element grafic principal mare (ex. denumirea firmei/ un logo) și, dacă este necesar, prezentarea unor informații suplimentare prin utilizarea unor elemente grafice mici, cu o diferențiere sesizabilă între elementul principal și cele mici.

(9) Un raport recomandat între înălțimea textului secundar și cel aferent denumirii firmei este de 1/3.

ART. 24 Categoriile de elemente suport pentru firme

(1) În zona de publicitate restrânsă, categoriile de elemente suport pentru inscripționarea/ poziționarea firmelor sunt următoarele:

- a) Elemente suport perpendiculare pe fațadă.
- b) Elemente suport paralele cu planul fațadei.
- c) Vitrine. Suprafețe vitrate.
- d) Copertine
- e) Sisteme de umbrire pentru terase
- f) Fațadă. Calcane. (ex. stencil, pictură murală etc.)

ART. 25 Reguli privind elementele suport utilizate pentru inscripționarea firmelor perpendiculare pe fațadă

(1) Se admite amplasarea unei singure firme perpendiculare pe fațadă pentru fiecare amplasament/operator comercial.

(2) În cazul operatorilor cu front la mai multe străzi, cum este cazul clădirilor de colț, se acceptă amplasarea unei firme pe fiecare fațadă la stradă.

(3) În cazul mai multor operatori comerciali în cadrul aceleiași clădiri, se va avea în vedere ca firmele să aibă dimensiuni unitare, elemente de design similare sau compatibile, iar amplasarea lor se va face ordonat în raport cu elementele specifice ale fațadei.

(4) Amplasarea firmei pe fațadă nu va depăși zona de front dedicată spațiului comercial sau profesional în care se desfășoară activitatea.

(5) Amplasarea la nivelurile superioare poate fi acceptată în mod excepțional prin demonstrarea contribuției calitative la ansamblul fațadei, cu utilizarea parapetului etajului superior sau a aticului și numai cu acordul proprietarilor.

(6) Amplasarea firmei pe fațadă se va realiza fără să afecteze elementele decorative existente (brâie, cornișe, ancadramente, panouri decorative etc.).

(7) În vederea susținerii unei imagini coerente la nivelul întregii zone, o imagine mai puțin stridentă, generatoare de poluare luminoasă, este încurajată utilizarea panourilor/ firmelor suspendate simple în locul casetelor luminoase.

(8) Se recomandă grafisme care figurează simbolic activitatea, efecte de transparență și decupaj.

(9) Sunt interzise materiale care se degradează ușor sau care sunt greu lizibile precum: polistiren, carton, oglindă etc. Se recomandă utilizarea materialelor durabile și de calitate: metal (cupru, bronz, aluminiu etc.), aliaje, ardezie etc.

(10) Inscricția va conține doar informații utile, pentru o lecturare cât mai facilă. Vor fi excluse informațiile care pot deprecia calitatea mesajului transmis (de ex. detalii ca: adresă, nr. telefon, e-mail, produse comercializate/ elemente grafice în culori stridente etc.). În acest sens se va lua în considerare și utilizarea unui logo/ a unei pictograme pentru transmiterea informațiilor necesare.

(11) În cazul firmelor luminoase/ iluminate, în cadrul proiectului de autorizare, se vor prezenta argumentele potrivit cărora acestea nu generează/ amplifică poluarea luminoasă a zonei (alte obiecte luminoase/ iluminate existente deja pe fațadă sau în vecinătate etc.).

(12) Se va prezenta, în cadrul proiectului de autorizare, modul de rezolvare a alimentării cu energie a casetei. Acesta nu va fi vizibil pe fațadă.

(13) Se interzice iluminarea întregii casete. Se vor ilumina doar elementele de signalectică (ex. litere, simboluri, logo etc.).

(14) Pentru firmele luminoase, modul de iluminare va fi discret, moderat. Se recomandă utilizarea soluțiilor de iluminare tip halou (backlight).

(15) Firmele luminoase amplasate la mai puțin de 50 m de semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora și lumina intermitentă.

(16) Firma nu va depăși o ieșire în consolă de maximum 700 mm, păstrând cumulat:

- a) o distanță de minimum 1,00 m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de aliniamentul arborilor (dacă aceștia există).
- b) un culoar liber de obstacole verticale, de min. 3,5 m lățime, necesar circulației autospecialelor, în zona străzilor pietonale.

(17) Înălțimea minimă față de cota amenajată a pietonalului este 2,50 m.

(18) Pentru firmele luminoase, înălțimea minimă față de cota amenajată a pietonalului este de 3,00 m.

(19) Dimensiunile maxime admise sunt:

- Înălțime: 700 mm
- Lățime: 700 mm
- Grosime: 150 mm.

(20) Dimensiunile firmei se vor înscrie în limitele maxime admise, dar și în spațiul disponibil pe fațadă, care poate reduce aceste dimensiunile menționate la alin. (19).

ART. 26 Reguli privind elementele suport utilizate pentru firmele paralele cu planul fațadei

(1) Se admite amplasarea unei singure firme pe fațadă pentru fiecare amplasament/ operator comercial.

(2) În cazul clădirilor de colț, se acceptă amplasarea unei firme pe fiecare fațadă la stradă.

(3) Amplasarea firmei se va realiza în zona dedicată în cadrul fațadei.

(4) În cazul lipsei unei zone dedicate, firma se va amplasa în corelare cu elementele componente ale fațadei: goluri, vitrine, căi de acces, elemente decorative, alte mijloace publicitare etc.

(5) În cazul utilizării întregii clădiri de către un singur operator (de ex. un hotel), firma se poate amplasa și la nivelurile superioare, în corelare cu arhitectura fațadei.

(6) Instituțiile publice care dispun de formate standardizate (învățământ, administrație publică) le vor utiliza ca atare, iar inscripționarea/ poziționarea titlaturii se poate realiza și la nivelurile superioare ale clădirii.

(7) Amplasarea firmei pe fațadă nu va depăși zona de front dedicată spațiului comercial/ profesional în care se desfășoară activitatea.

(8) Amplasarea la nivelurile superioare poate fi acceptată în mod excepțional prin demonstrarea contribuției calitative la ansamblul fațadei, cu utilizarea parapetului etajului superior, a aticului sau calcanului și numai cu acordul proprietarilor.

(9) Amplasarea firmei pe fațadă se va realiza fără să compromită/să acopere elementele decorative existente pe fațadă (brâie, cornișe, ancadramente, panouri decorative etc.).

(10) Este recomandată utilizarea literelor volumetrice sau a literelor aplicate din materiale durabile și de calitate precum: metal (cupru, bronz etc.), aliaje etc.

(11) În cazul firmelor luminoase/ iluminate, în cadrul proiectului de autorizare, se vor prezenta argumentele potrivit cărora acestea nu generează/ amplifică poluarea luminoasă a zonei (alte obiecte luminoase/ iluminate existente deja pe fațadă sau în vecinătate etc.).

(12) Se va prezenta, în cadrul proiectului de autorizare, modul de rezolvare a alimentării cu energie a casetei. Acesta nu va fi vizibil pe fațadă.

(13) Se interzice iluminarea întregii casete. Se vor ilumina doar elementele de signalistică (ex. litere, simboluri, logo etc.).

(14) Pentru firmele luminoase, modul de iluminare va fi discret, moderat. Se recomandă utilizarea soluțiilor de iluminare tip halou (backlight).

(15) Firmele luminoase amplasate la mai puțin de 50 m de semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora și lumina intermitentă.

(16) Înălțimea firmei pe fațadă nu va depăși $\frac{1}{4}$ din înălțimea vitrinei.

(17) Grosimea firmelor poziționate paralel cu fațada va fi de maximum 150 mm.

(18) Dimensiunile firmei se vor înscrie în limitele maxime admise, dar și în spațiul disponibil pe fațadă, care poate reduce aceste dimensiuni.

ART. 27 Reguli privind inscripționarea firmelor pe vitrină și suprafețe vitrate

(1) Acoperirea suprafețelor vitrate este interzisă.

(2) Este permisă inscripționarea pe interiorul suprafețelor vitrate aferente spațiului comercial/ profesional într-un procent de maximum 10% din suprafața vitrată.

(3) Tipurile de inscripționări/ aplicări admise alături de firmă, în acest procent maxim de 10%, sunt cele cu rol informativ precum: restricții, reguli sau recomandări privind utilizarea spațiului respectiv sau elementele de semnalizare .

(4) Se vor evita elemente de design agresive (culori stridente, lumini puternice sau intermitente etc.). O comunicare clară și vizibilă poate să fie realizată și în culori neutre, autocolante de dimensiuni reduse, într-o singură culoare.

(5) Tehnici admise de inscripționare pe spațiul vitrat în limitele stabilite la aliniatul (2) sunt: colantare/ lipire elemente volumetrice, vopsire/ pictare, gravare, sablare.

(6) În cazul în care se optează pentru inscripționarea firmei pe panouri/ elemente suspendate/ flotante amplasate în interiorul unității, acestea trebuie să fie retrase față de suprafața vitrată cu minimum jumătate din adâncimea vitrinei (D), dar nu mai puțin de 150 mm.

(7) Se va avea în vedere ca suprafața cumulată a panourilor/ elemente suspendate/ flotante amplasate în interiorul unității să se limiteze la maximum 20% din suprafața vitrată.

(8) În cazul activităților care necesită o vizibilitate limitată (ex. unele activități de jocuri de noroc, conform HG nr. 111/2016) este permisă inscripționarea denumirii societății/ firmei pe fațadă sau pe panourile obturante doar în condițiile respectării prevederilor prezentului regulament. Pe panourile obturante nu sunt admise imagini, înscrisuri sau simboluri care să sugereze activitatea desfășurată, cu excepția inscripționării denumirii societății/ firmei.

(9) În cazul în care activitatea desfășurată necesită limitări temporare ale vizibilității spre spațiul interior, pot fi acceptate elemente mobile obturante, poziționate decalat față de suprafața vitrată, care să permită atât închiderea, cât și deschiderea vitrinei către spațiul public.

ART. 28 Reguli privind amplasarea si inscripționarea firmelor pe copertine

(1) Copertinele nu vor acoperi elemente de decor ale fațadei și se vor amplasa corelat cu spațiul vitrat pe care îl umbresc.

(2) Inscripționarea firmelor se poate realiza numai pe copertinele amplasate la parterul clădirilor.

(3) Copertinele nu vor depăși lățimea golurilor din fațadă (vitrina, ușa, fereastra).

(4) Copertinele nu vor ieși din planul fațadei cu mai mult de 1,20 m, păstrând:

a) o distanță de minimum 1,00 m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de aliniamentul arborilor (dacă aceștia există).

b) un culoar liber de obstacole verticale, de min. 3,5 m lățime, necesar circulației autospecialelor – în zona străzilor pietonale.

(5) Copertina se va poziționa la o înălțime liberă minimă față de cota amenajată a pietonalului de 2,5m.

(6) Înălțimea șorțului copertinelor nu va depăși 300 mm.

(7) Inscripționarea firmei/ numelui operatorului comercial se poate face pe șorțul copertinei, într-un dreptunghi cu dimensiunile maxime de 200 x 500 mm. Este interzisă inscripționarea numelor de brand sau utilizarea unor culori intense asociate diverselor branduri.

(8) Nu sunt permise copertine masive care necesită cutii voluminoase pentru ascundere și care afectează astfel arhitectura clădirii.

(9) Copertinele trebuie să se integreze în zona de front comercial și să se articuleze cât mai discret cu spațiul vitrat pe care îl umbresc.

(10) Este recomandată utilizarea unei culori neutre, asociată cromaticii fațadei/ elementelor componente ale fațadei.

ART. 29 Reguli privind amplasarea si inscripționarea firmelor pe sistemele de umbrire ale teraselor

(1) Pentru sistemele de umbrire ale teraselor se vor respecta cerințele din „Ghidul de amplasare a teraselor sezoniere în centrul istoric al Brașovului”, ghid realizat în cadrul proiectului Horizon2020 HUB-IN, autori BAAB Birou de Arhitectură.

(2) Inscripționarea firmei/numelui operatorului comercial se poate face pe șorțul sistemului de umbrire, într-un dreptunghi cu dimensiunile maxime de 200 x 500 mm.

(3) Este interzisă inscripționarea numelor de brand sau utilizarea unor culori intense asociate diverselor branduri.

ART. 30 Reguli privind firmele inscripționate pe fațade

(1) Se admite inscripționarea firmelor pe fațade în măsura în care, pentru amplasamentul ales, există o referință istorică cu privire la acest mod de reprezentare.

(2) Se admite amplasarea unei singure firme inscripționate pe fațadă pentru fiecare amplasament/ operator comercial.

(3) Inscripționarea firmei se va realiza în zona dedicată în cadrul fațadei.

(4) În cazul lipsei unei zone dedicate, firma se va amplasa în corelare cu elementele componente ale fațadei: goluri, vitrine, căi de acces, elemente decorative, alte mijloace publicitare etc.

(5) Inscripționarea firmei pe fațadă nu va depăși zona de front dedicată spațiului comercial/ profesional în care se desfășoară activitatea.

(6) Inscripționarea firmei pe fațadă se va realiza fără să compromită/să acopere elementele decorative existente pe fațadă (brâie, cornișe, ancadramente etc.).

(7) Înălțimea firmei inscripționate pe fațadă nu va depăși $\frac{1}{4}$ din înălțimea vitrinei.

(8) Tehnici acceptate de inscripționare: stencil, pictarea manuală, sgraffito etc.

(9) Se admite inscripționarea firmelor pe calcane în măsura în care, pentru amplasamentul ales, există o referință istorică cu privire la acest mod de reprezentare.

ART. 31 Reguli privind firmele în situația existenței mai multor operatori/ clădire

(1) În cazul în care într-o clădire se desfășoară mai multe activități, firmele se vor grupa ordonat pe panouri din materiale de calitate, în zona accesului în clădire, prin adoptarea unei soluții armonizate, unitare, care să ia în considerare atât arhitectura clădirii, cât și vecinătățile.

(2) Materiale recomandate pentru panourile grupate: metale (aluminu, cupru etc.), aliaje (alamă, bronz etc.), sticlă, ardezie, granit, acrilic etc..

ART. 32 Reguli privind amplasarea firmelor pe clădirile de locuit

(1) Pe clădirile de locuit având spații cu altă destinație la parter sau mezanin, firmele 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 sau al asociațiilor de proprietari în formă autentică.

(2) Pe clădirile de locuit având spații comerciale sau cu altă destinație, situate la parter sau mezanin, firmele se vor amplasa în mod unitar prin adoptarea unor soluții armonizate pentru toate spațiile.

(3) În cazul operatorilor care derulează activități economice/ servicii/ comerciale în clădiri de locuințe colective (unități locative), firmele aferente se amplasează la parterul clădirii, cu acordul proprietarilor afectați și al asociației de proprietari, conform legislației, având următoarele posibilități:

- a) în zona de acces în clădire, dacă spațiul este situat la alte niveluri decât la parter sau demisol;
- b) cu încadrare corespunzătoare pe fațada spațiului în care își desfășoară activitatea, dacă spațiul este amplasat la parter sau demisol.

(4) Este interzisă amplasarea firmelor pe aticul clădirilor ce cuprind locuințe colective (unități locative).

Secțiunea 2

Reguli privind vitrinele, spațiile vitrate și mobilier urban

ART. 33 Reguli privind vitrina și suprafețele vitrate

(1) Ca elemente importante în definirea imaginii urbane, vitrinele vor beneficia de un design adaptat arhitecturii imobilelor.

(2) Nu este permisă repetarea exagerată a mesajelor/ inscripțiilor, în sensul în care mesajul principal nu va fi perceptibil.

(3) Nu este permisă acoperirea integrală, chiar și temporară, cu anunțuri de tipul reducerilor de prețuri și nu numai.

(4) Dacă trebuie comunicate anumite restricții sau recomandări, se vor evita elemente de design agresive (culori stridente, lumini puternice sau intermitente etc.) sau elemente de semnalizare în serie de tipul „open/ deschis”.

O comunicare clară și vizibilă poate să fie realizată și în culori neutre, autocolante de dimensiuni reduse, într-o singură culoare.

(5) În situația în care se dorește obturarea spațiilor vitrate/ vitrinelor, aceasta se poate realiza de la fața interioară a zidurilor către interior. Spațiul generat între suprafața exterioară vitrată și suprafața interioară obturantă se va amenaja decorativ.

ART. 34 Recomandări privind iluminatul spațiilor comerciale conform Masterplanului de iluminat pentru Centrul Istoric al Municipiului Brașov³

Pentru a limita efectele negative ale iluminatului spațiilor comerciale și pentru a asigura un mediu luminos exterior echilibrat s-au conceput următoarele recomandări și parametri tehnici:

(6) Se recomandă ca iluminatul interior al spațiilor comerciale din zonele istorice ale orașului să utilizeze surse cu lumină caldă, preferabil cu o temperatură de culoare corelată de maxim 3000K (CCT);

(7) Lumina emisă din interior să se limiteze în spațiul public la maxim 2 metri în fața vitrinelor/ fațadelor, iar în interiorul acestei zone, iluminanța maximă să nu depășească 30 de lux;

(8) Corpurile de iluminat din vitrine să fie dimabile, orientate către spațiul interior, cu o distribuție descendentă, iar sursele de lumină să nu fie vizibile direct de către observatorii din spațiul

³ Masterplanul de iluminat pentru Centrul Istoric al Municipiului Brașov³, Proiectul HUB-IN, ABMEE și HEBLU

public. Se recomandă utilizarea unor corpuri de iluminat orientabile, cu accesorii pentru limitarea efectului de orbire;

(9) Stingerea iluminatului din spațiul interior și diminuarea/ stingerea iluminatului din vitrine, odată ce programul de lucru s-a încheiat.

ART. 35 Reguli privind vitrinele tip casetă, fixate pe fațadă, pentru expunere produse/ meniu

(1) Amplasarea vitrinelor sau a panourilor pentru meniu pe fațadă se va face după analiza necesității lor și pe baza unei argumentări riguroase.

(2) Se va utiliza un singur obiect pentru prezentare tip vitrină/ panou meniu pentru un amplasament/ operator comercial.

(3) Vitrinele amplasate pe fațade nu trebuie să acopere sau să concureze cu arhitectura clădirii.

(4) Se recomandă ca vitrina să conțină doar inscripții/ text relevante pentru activitate și mai puțin imagini cu produse sau obiecte spre vânzare.

(5) Sunt interzise vitrinele care obturează/ îngreunează accesul în pasaje.

(6) Dimensiunile maxime pentru vitrinele/ panourile pentru meniu amplasate pe fațade sunt: 700 mm (L) x 1 m (H) cm și o adâncime de 100 cm.

(7) Iluminatul vitrinelor se va realiza discret, din interior, fără a poza cabluri electrice pe fațade.

Secțiunea 3

Reguli privind echipamentele mobile de informare

ART. 36 Reguli privind echipamentele mobile de informare

(1) Pentru echipamentele mobile de informare a clienților precum: portative pentru meniu, panouri mobile/ tabele pentru mesaje scrise sau inscripționate etc. se vor respecta cerințele din „Ghidul de amplasare a teraselor sezoniere în centrul istoric al Brașovului”, ghid realizat în cadrul proiectului Horizon2020 HUB-IN, autori BAAB Birou de Arhitectură.

(2) Tipurile de echipamente mobile permise sunt: portative pentru meniu și tabele pentru mesaje scrise („people stopper”).

(3) Pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,00 m se pot amplasa panouri publicitare mobile pliante (trepiede etc.), 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 0,70 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, fără a perturba activitatea altor agenți economici sau circulația fluentă atât pietonală cât și rutieră.

(4) Se va folosi un singur portativ pentru meniu, amplasat la intrarea în unitatea de alimentație publică sau adiacent terasei și/sau o singură tabelă pentru mesaje cu dimensiuni maxime de 50x70cm (ex.mesaje scrise cu cretă sau inscripționate etc.).

(5) Portativul va fi metalic, de culoare neagră și nu va purta inscripții comerciale de niciun fel

pentru a evita eterogenitatea vizuală și publicitatea mascată în spațiul public.

(6) Amplasarea de echipamente mobile de informare ale clienților pe trotuare sau spații pietonale este permisă numai cu asigurarea unui culoar liber de obstacole de minimum 1,50m.

(7) Amplasarea echipamentelor este permisă numai în dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității și numai pe durata programului zilnic de funcționare al acestuia.

(8) Suprafața de teren atribuită pentru amplasarea unui astfel de echipament mobil pe terenuri aparținând domeniului public va fi de minimum 1mp.

Secțiunea 4

Reguli privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

ART. 37 Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

Pot fi utilizate ca suport publicitar, pentru publicitatea temporară, numai elementele de mobilier urban care au fost prevăzute și autorizate cu suprafețe dedicate: adăposturile destinate publicului/stațiile de autobuz, chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale, coloanele port-afiș și altele asemenea.

Secțiunea 5

Reguli privind steagurile publicitare

ART. 38 Dispoziții generale privind amplasarea steagurilor publicitare

(1) Steagurile publicitare sunt interzise, cu excepția celor utilizate în scopul promovării unor manifestări/evenimente publice de interes european/ național/ local.

(2) Steagurile publicitare montate pe catargul existent, la înălțimea minimă de 2,50 m de la cota terenului amenajat, se amplasează numai în locuri în care nu împiedică vizibilitatea circulației rutiere.

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

(4) Durata de menținere a steagurilor publicitare va fi de maximum 30 de zile calendaristice, cu posibilitatea prelungirii acestei perioade cu încă o perioadă de 30 de zile.

(5) Amplasarea steagurilor publicitare se face în baza avizului pentru publicitate temporară emis de Primăria Municipiului Brașov, conform prevederilor prezentului regulament.

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

Secțiunea 6

Reguli privind mesh-urile și împrejuririle de șantier

ART. 39 Dispoziții generale privind mesh-urile și împrejuririle de șantier

(1) Este permisă amplasarea de mesh-uri doar în situația în care acestea constituie protecție către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de șantier.

(2) Amplasarea mesh-urilor, în zona de publicitate restrânsă, în oricare alte situații decât cea menționată la alin. (1) este interzisă.

(3) Proprietarii au obligația să asigure buna întreținere a mesh-urilor, în vederea îndeplinirii pe toată durata șantierului a condițiilor de protecție și siguranță, conform normelor în vigoare.

(4) Referitor la aspect, pe mesh se acceptă doar reprezentarea imaginii obiectivului vizat de lucrări și sunt admise eventuale texte de publicitate comercială ce vor ocupa cel mult 10% din suprafața fațadei la stradă. În cazul unei construcții de colț, cu două fronturi stradale, se admit texte de publicitate comercială în pondere de cel mult 10% pe fiecare dintre fațade.

(5) Pe împrejmuirile de șantier sunt interzise textele/ imaginile de publicitate comercială. Se acceptă în schimb tratarea decorativă/ interactivă a acestora (de ex. prin prezentarea de informații de interes public privind proiectul/ lucrarea, modalități interactive de consultare a publicului, materiale privind campanii educaționale, umanitare, sociale, culturale de interes public sau texte și imagini care să se înscrie armonios în context).

(6) Publicitatea amplasată pe mesh-urile aferente schelelor montate pe fațadele construcțiilor noi, aflate în diferite faze de execuție, sau ale celor existente, aflate în reparație, inclusiv pe utilajele folosite la lucrările de construcție, se autorizează simultan sau ulterior organizării de șantier și este valabilă pe toată durata existenței acestuia.

Secțiunea 7

Reguli generale privind amplasarea panourilor de informare turistică

ART. 40 Dispoziții generale privind panourile de informare turistică

(1) Pentru panourile de informare turistică direcționale amplasate pe terenuri aflate în domeniul public, se va avea în vedere realizarea unui proiect unitar inițiat de Primăria Municipiului Brașov, cu respectarea prevederilor prezentului regulament și care va cuprinde atât identificarea amplasamentelor favorabile la nivelul ZPR, cât și design-ul acestora.

(2) Panourile de informare turistică amplasate pe terenurile aflate în proprietatea privată a persoanelor fizice și/sau juridice se vor realiza cu respectarea prevederilor prezentului regulament, în baza unei autorizații de construire.

Secțiunea 8

Publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale

ART. 41 Publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale

(1) Orice persoană fizică sau juridică poate beneficia de dreptul la publicitate temporară, în condițiile prezentului regulament.

(2) Harta amplasamentelor posibile pentru publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale este prezentată în anexa 2.

(3) Pentru alte propuneri de amplasamente care nu sunt cuprinse în anexa 2 se vor analiza punctual în cadrul departamentelor de specialitate.

(4) Amplasarea mijloacelor de publicitate temporară este permisă numai în baza avizului pentru publicitate temporară sau a autorizației de construire, în cazurile excepționale în care este necesară

asigurarea stabilității prin elemente de fundare pentru amplasarea structurilor publicitare autoportante și a proiectelor publicitare speciale și este obligatorie o documentație tehnică întocmită de specialiști în domeniile arhitecturii și structurii de rezistență, emise de Primăria Municipiului Brașov.

(5) În situația în care la încheierea perioadei de valabilitate a avizului pentru publicitatea temporară, există mai multe solicitări de amplasare a mijloacelor de publicitate temporară, Primăria Municipiului Brașov va atribui amplasamentul în ordinea cronologică a înregistrărilor existente.

(6) În cazul solicitării schimbării locațiilor în alte amplasamente decât cele solicitate inițial, se va obține un nou aviz pentru publicitatea temporară, în conformitate cu prezentul regulament. Noul aviz nu va depăși termenul de valabilitate al precedentului aviz, însă cu posibilitatea prelungirii în conformitate cu prezentul regulament.

(7) Schimbarea locațiilor prevăzute la alin. (6) se poate face numai în situația în care locațiile inițial avizate nu mai pot fi puse la dispoziția terților.

(8) Structurile publicitare autoportante și proiectele publicitare speciale se avizează în baza unei documentații tehnice întocmite de un specialist în domeniu cu respectarea prevederilor privind publicitatea temporară, prevăzute în prezentul Regulament.

(9) În vederea obținerii avizului pentru publicitate temporară, mijloacele de publicitate trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

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

b) să poată fi montate/demontate în/din toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate temporară, în cel mult 72 de ore;

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

ART. 42 Dispoziții generale privind publicitatea electorală

(1) Primarii sunt obligați să asigure amplasarea de panouri electorale în locuri speciale, conform legislației specifice.

(2) Lista locurilor destinate afișajului electoral este prezentat în anexa nr. 4.

(3) Modificarea listei propuse pentru amplasarea panourilor electorale se poate realiza de către primar prin dispoziție, până la începerea campaniei electorale.

(4) Panourile electorale se pot amplasa în zone frecventate de cetățeni, fără stânjenirea circulației pe drumurile publice și a celorlalte activități desfășurate în zona respectivă.

(5) Pe un panou electoral fiecare candidat poate aplica un singur afiș electoral.

(6) Un afiș electoral amplasat în locurile prevăzute la alin. (2) nu poate depăși dimensiunile de 500 mm o latură și 350 mm cealaltă latură, iar cel prin care se convoacă o reuniune electorală, 400 mm o latură și 250 mm cealaltă latură.

(7) În alte locuri decât cele stabilite conform alin. (2) și (3), afișajul electoral este interzis.

(8) Se pot instala pe domeniul public amenajări provizorii în scopul distribuirii de materiale de propagandă electorală, dacă prin amplasarea lor nu stânenesc circulația pe drumurile publice și celelalte activități desfășurate în zona respectivă nu se instituie restricții de circulație rutieră sau pietonală, în baza unui aviz de publicitate temporară, conform prevederilor prezentului regulament.

(9) Amenajările menționate la alin. (8), inclusiv amplasarea de corturi electorale, se poate

realiza numai pe perioada campaniilor și precampaniilor electorale timp de 30 de zile cu posibilitatea prelungirii o singură dată, la cererea solicitantului, pentru o perioadă cel mult egală cu cea aprobată inițial.

(10) Suprafața maximă de teren ocupată de amenajări, inclusiv corturi electorale, nu va depăși 9,0 mp (3 x3 m), pentru care Primăria Municipiului Brașov va încasa o taxă de ocupare a domeniului public.

Secțiunea 9

Reguli privind amplasarea afișelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate

ART. 43 Dispoziții generale privind amplasarea afișelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate

(1) În vederea asigurării eficientei informării a cetățenilor, a libertății de expresie și esteticii urbane, Primăria Municipiului Brașov va instala în amplasamente cu vizibilitate, în condițiile prezentului regulament, panouri/ structuri speciale destinate instituțiilor de cultură, sport etc. pentru afișe publicitare aferente spectacolelor, concertelor, stagiunilor și altora asemenea și pentru anunțuri de mică publicitate.

(2) Harta amplasamentelor posibile este prezentată în anexa nr. 3 a prezentului regulament.

(3) Panourile/ structurile prevăzute la alin. (1) vor fi întreținute cu periodicitate de către proprietarul panoului.

(4) Dimensiunile panourilor se vor înscrie într-o suprafață maximă de 2,20 m.

(5) 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.

(6) Amplasarea afișelor se va desfășura în baza unui aviz de publicitate temporară emis în acest sens de către Primăria Municipiului Brașov.

(7) Primăria Municipiului Brașov va încasa taxa de afișaj de la persoanele fizice și/sau juridice care afișează mesaje pe aceste sisteme de afișaj public.

(8) Pentru panourile/ structurile destinate amplasării afișelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate amplasate pe terenuri aflate în domeniul public, se va avea în vedere realizarea unui proiect unitar inițiat de Primăria Municipiului Brașov.

ZONA DE PUBLICITATE LĂRGITĂ (ZPL)

CAPITOLUL VI
REGULI PENTRU CATEGORIILE DE MIJLOACE DE PUBLICITATE
ADMISE ÎN ZONA DE PUBLICITATE LĂRGITĂ (ZPL)

ART. 44 Tipuri de mijloace de publicitate

- (1) În cadrul zonelor de publicitate lărgită se admit următoarele tipuri de mijloace de publicitate:
- a) Firme (Secțiunile 1 și 2);
 - b) Panouri publicitare, totemuri, ecrane și publicitate luminoasă (Secțiunea 3);
 - c) Echipamente mobile de informare a clienților: portative meniu, panouri mobile/ tabele pentru mesaje scrise sau inscripționate (Secțiunea 4);
 - d) Publicitate pe mobilierul urban (Secțiunea 5);
 - e) Bannere și steaguri publicitare (Secțiunea 6);
 - f) Publicitate pe mesh-urile și împrejmuirile aferente șantierelor (Secțiunea 7);
 - g) Indicatoare publicitare direcționale și a panourilor de informare turistică (Secțiunea 8);
 - h) Publicitate temporară și proiecte publicitare speciale (Secțiunea 9);
 - i) Panouri/ structuri destinate amplasării afișelor publicitare și anunțurilor de mică publicitate (Secțiunea 10);
- (2) Sunt interzise orice alte mijloace de publicitate care nu pot fi asimilate celor menționate la alin. (1).

Secțiunea 1
Reguli privind amplasarea și aspectul firmelor

ART. 45 Reguli generale

- (1) Amplasarea firmelor de către agenții economici se va permite numai la sediul și/sau punctul de lucru declarat conform prevederilor legale.
- (2) Amplasarea firmelor, indiferent de poziția acestora - pe fațadă, în vitrină etc. - se face după obținerea autorizației de construire în conformitate cu prevederile prezentului regulament și ale Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții.
- (3) La montarea/ demontarea firmelor, proprietarii acestora au obligația să aducă fațada clădirii la starea inițială, prin înlăturarea amprentelor firmelor și reparații ale zonei de montare, inclusiv zugrăvirea locală și readucerea la aspectul inițial, pe cheltuială proprie.
- (4) În termen de 30 de zile de la încetarea activității proprietarul spațiului sau chiriașul au obligația de a desființa firma care nu mai face obiectul activității și aducerea fațadei/ elementului suport la starea inițială.

(5) Firmele se amplasează pe fațadele clădirilor sau în locuri special amenajate. În situațiile în care arhitectura clădirilor include elemente constructive dedicate firmelor, cu o anumită specificitate, acestea se vor utiliza ca atare.

(6) Firmele, ca elemente importante în definirea imaginii urbane, vor avea un design de bună calitate și vor fi realizate obligatoriu din materiale durabile ce nu sunt supuse deteriorării sub acțiunea factorilor externi, condițiilor meteorologice etc.

(7) Firmele vor fi corelate cu arhitectura fațadelor, respectiv:

a) din perspectivă compozițională, materiale, forme, culori;

b) nu vor putea altera/ acoperi/ intra în contradicție cu detaliile și expresia arhitecturală a clădirii.

c) vor avea dimensiuni adaptate spațiului disponibil pe fațadă și în limitele maxime admise, prevederilor prezentului regulament.

(8) Se interzice amplasarea firmelor pe porțile de acces în imobile, pe ferestre, pe împrejmuiri.

(9) Se interzice amplasarea (fixarea) firmelor peste alte elemente constructive fără durabilitate.

(10) Standardele de marcă (brand) nu pot constitui pretexte pentru nerespectarea prezentului regulament.

(11) În cazul în care clădirea este utilizată de către un singur operator, se permit maximum două firme pe fiecare fațadă la stradă, indiferent de elementele suport.

ART. 46 Aspecte generale de design pentru firmele propuse

(1) Se va evita utilizarea fundalurilor cu mai multe culori vii. Se recomandă soluții cât mai puțin invazive, respectiv utilizarea unui fundal neutru sau a literelor aplicate pe fațadă în spațiul dedicat.

(2) Se va avea în vedere punerea în valoare a textului/ logo-ului etc. prin asigurarea unui contrast între fundal și conținutul firmei.

(3) Spațiul liber recomandat, neocupat de elemente grafice, va fi de minimum 30% din suprafața destinată firmei.

(4) Se recomandă menținerea marginilor libere, neocupate de elemente grafice, a căror proporție recomandată este de 1/6 din latura mică a cadranelor aferente firmei.

(5) Se va evita fragmentarea firmei.

(6) Se recomandă utilizarea a maximum două tipuri de literă (fonturi).

(7) Nu se recomandă deformarea textului.

(8) Se recomandă existența unui element grafic principal mare (ex. denumirea firmei/ un logo) și, dacă este necesar, prezentarea unor informații suplimentare prin utilizarea unor elemente grafice mici, cu o diferențiere sesizabilă între elementul principal și cele mici.

(9) Un raport recomandat între înălțimea textului secundar și cel aferent denumirii firmei este de 1/3.

Art. 47 Aspecte privind firmele luminoase conform Masterplanului de iluminat pentru Centrul Istoric al Municipiului Braşov⁴:

(1) Se recomandă ca firmele luminoase să utilizeze surse cu lumină caldă, cu o temperatură de culoare corelată de maxim 3000K (CCT);

(2) Valorile maxime permise pentru luminaţia semnelor (Ls) este de 800 cd/mp (valoare preluată din ghidul CIE 150:2017).

(3) Firmele luminoase pot încorpora surse de lumină: exterioare, interioare sau expuse. Sursele nu trebuie să fie vizibile direct, pentru cele exterioare se recomandă utilizarea unor accesorii de obturare a luminii ce poate fi emisă în afara panourilor;

(4) Pentru a reduce suprafaţa luminoasă, este preferabilă utilizarea literelor volumetrice, în special cele de tip siluetă/ halou sau cele de tip neon.

(5) Nu este recomandată utilizarea: literelor volumetrice cu lumina emisă în lateral, panourilor cu surse exterioare în console, casetelor luminoase, panourilor cu lumină ascendentă.

(6) Pentru panourile cu surse de lumină exterioare sunt preferabile cele cu o distribuţie luminoasă descendentă.

(7) Pentru reducerea consumului energiei electrice se recomandă stingerea firmelor luminoase odată ce programul de lucru din spaţiile interioare s-a încheiat.

(8) Pentru a evita utilizarea culorilor contrastante, extrem de variate şi pentru a crea un mediu vizual armonios şi unitar, în zone restrânse, se poate adopta o singură culoare monocromă, precum sepia, pentru toate firmele luminoase sau se pot alege culori de o nuanţă asemănătoare finisajului faţadelor pe care urmează să se amplaseze.

ART. 48 Categoriile de elemente suport pentru firme

(1) În zona de publicitate lărgită, categoriile de elemente suport pentru inscripţionarea/ poziţionarea firmelor sunt următoarele:

- a) Elemente suport perpendiculare pe faţadă.
- b) Elemente suport paralele cu planul faţadei.
- c) Vitrine. Suprafeţe vitrate.
- d) Copertine.
- g) Sisteme de umbrire pentru terase
- e) Faţadă. Calcan. (ex. stencil, pictură murală etc.)
- f) Ultimul nivel al clădirii/ zona aticului/ pe acoperiş.

ART. 49 Reguli privind elementele suport utilizate pentru inscripţionarea firmelor perpendiculare pe faţadă

(1) Se admite amplasarea unei singure firme perpendiculare pe faţadă pentru fiecare amplasament/operator comercial.

(2) În cazul clădirilor de colţ se acceptă amplasarea unei firme pe fiecare faţadă la stradă.

⁴ Masterplanului de iluminat pentru Centrul Istoric al Municipiului Braşov⁴, Proiectul HUB-IN, ABMEE şi HEBLU

(3) În cazul mai multor operatori comerciali în cadrul aceleiași clădiri, se va avea în vedere ca firmele să aibă dimensiuni unitare, elemente de design similare sau compatibile, iar amplasarea lor se va face ordonat în raport cu elementele specifice ale fațadei.

(4) Amplasarea firmei pe fațadă nu va depăși zona de front dedicată spațiului comercial/profesional în care se desfășoară activitatea.

(5) Amplasarea la nivelurile superioare poate fi acceptată în corelare cu arhitectura fațadei și prin demonstrarea contribuției calitative la ansamblul fațadei și numai cu acordul proprietarilor.

(6) Amplasarea firmei pe fațadă se va realiza fără să afecteze elementele decorative existente, în corelare cu arhitectura fațadelor.

(7) În vederea susținerii unei imagini coerente la nivelul întregii zone, o imagine mai puțin stridentă, generatoare de poluare luminoasă, este încurajată utilizarea panourilor/ firmelor suspendate simple în locul casetelor luminoase.

(8) Se recomandă grafisme care figurează simbolic activitatea, efecte de transparentă și decupaj

(9) Sunt interzise materiale care se degradează ușor sau care sunt greu lizibile precum: polistiren, carton, oglindă etc. Se recomandă utilizarea materialelor durabile și de calitate: metal (cupru, bronz, aluminiu etc.), aliaje, ardezie etc.

(10) Inscripția va conține doar informații utile, pentru o lecturare cât mai facilă. Vor fi excluse informațiile care pot deprecia calitatea mesajului transmis (de ex. detalii ca: adresă, nr. telefon, e-mail, produse comercializate/ elemente grafice în culori stridente etc.). În acest sens se va lua în considerare și utilizarea unui logo/ a unei pictograme pentru transmiterea informațiilor necesare.

(11) În cazul firmelor luminoase/ iluminate, în cadrul proiectului de autorizare, se vor prezenta argumentele potrivit cărora acestea nu generează/ amplifică poluarea luminoasă a zonei (alte obiecte luminoase/ iluminate existente deja pe fațadă sau în vecinătate etc.).

(12) Se va prezenta, în cadrul proiectului de autorizare, modul de rezolvare a alimentării cu energie a casetei. Acesta nu va fi vizibil pe fațadă.

(13) Se interzice iluminarea întregii casete. Se vor ilumina doar elementele de signalectică (ex. litere, simboluri, logo etc.).

(14) Pentru firmele luminoase, modul de iluminare va fi discret, moderat. Se recomandă utilizarea soluțiilor de iluminare tip halou (backlight).

(15) Firma nu va depăși o ieșire în consolă de maximum 700 mm, păstrând cumulat:

a) o distanță de minimum 1,00 m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de aliniamentul arborilor (dacă aceștia există).

b) un culoar liber de obstacole verticale, de min. 3,5 m lățime, necesar circulației autospecialelor, în zona străzilor pietonale.

(16) Se va menține o înălțime liberă de minimum 3,00 m față de cota amenajată a pietonalului.

(17) Firmele luminoase amplasate la mai puțin de 50 m de semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora și nici lumina intermitentă.

(18) Dimensiunile maxime admise pentru firme sunt:

- Înălțime: 700 mm
- Lățime: 700 mm
- Grosime: 150 mm.

(19) Dimensiunile firmei se vor înscrie în limitele maxime admise, dar și în spațiul disponibil pe fațadă, care poate reduce aceste dimensiunile menționate la alin. (18).

ART. 50 Reguli privind elementele suport utilizate pentru firmele paralele cu planul fațadei

(1) Se admite amplasarea unei singure firme pe fațadă pentru fiecare amplasament/ operator comercial.

(2) În cazul clădirilor de colț se acceptă amplasarea unei firme pe fiecare fațadă la stradă.

(3) Amplasarea firmei se va realiza în zona dedicată în cadrul fațadei.

(4) În cazul lipsei unei zone dedicate, firma se va amplasa în corelare cu elementele componente ale fațadei: goluri, vitrine, căi de acces, elemente decorative, alte mijloace publicitare etc.

(5) Amplasarea la nivelurile superioare poate fi acceptată în corelare cu arhitectura fațadei și prin demonstrarea contribuției calitative la ansamblul fațadei și numai cu acordul proprietarilor.

(6) Instituțiile publice care dispun de formate standardizate (învățământ, administrație publică) le vor utiliza ca atare, iar inscripționarea/ poziționarea titlaturii se poate realiza și la nivelurile superioare ale clădirii.

(7) Amplasarea firmei pe fațadă nu va depăși zona de front dedicată spațiului comercial/ profesional în care se desfășoară activitatea.

(8) Amplasarea firmei pe fațadă se va realiza fără să compromită/să acopere elementele decorative existente pe fațadă.

(9) Este recomandată utilizarea literelor volumetrice sau a literelor aplicate din materiale durabile și de calitate precum: metal (cupru, bronz etc.), aliaje etc.

(10) În cazul firmelor luminoase/ iluminate, în cadrul proiectului de autorizare, se vor prezenta argumentele potrivit cărora acestea nu generează/ amplifică poluarea luminoasă a zonei (alte obiecte luminoase/ iluminate existente deja pe fațadă sau în vecinătate etc.).

(11) Se va prezenta, în cadrul proiectului de autorizare, modul de rezolvare a alimentării cu energie a casetei. Acesta nu va fi vizibil pe fațadă.

(12) Se interzice iluminarea întregii casete. Se vor ilumina doar elementele de signalectică (ex. litere, simboluri, logo etc.).

(13) Pentru firmele luminoase, modul de iluminare va fi discret, moderat. Se recomandă utilizarea soluțiilor de iluminare tip halou (backlight).

(14) Înălțimea firmei pe fațadă nu va depăși $\frac{1}{4}$ din înălțimea vitrinei sau a parterului, conform prevederilor din ghid.

(15) Grosimea firmelor poziționate paralel cu fațada va fi de maximum 150 mm.

(16) Dimensiunile firmei se vor înscrie în limitele maxime admise, dar și în spațiul disponibil pe fațadă, care poate reduce aceste dimensiuni.

ART. 51 Reguli privind poziționarea firmei în zona ultimului nivel/ zona aticului/ pe acoperiș

(1) Amplasarea firmei zona ultimului nivel/ zona aticului/ pe acoperiș poate fi acceptată prin demonstrarea contribuției calitative la ansamblul fațadei și numai cu acordul proprietarilor, în cazul în care aceasta nu este utilizată de către un singur operator (de ex. un hotel).

(2) Instituțiile publice care dispun de formate standardizate (învățământ, administrație publică) le vor utiliza ca atare, iar poziționarea titlaturii se poate realiza și la nivelurile superioare ale clădirii.

(3) Amplasarea firmei pe fațadă se va realiza fără să afecteze elementele decorative existente, în corelare cu arhitectura fațadelor.

(4) Este recomandată utilizarea literelor volumetrice sau a literelor aplicate din materiale durabile și de calitate precum: metal (cupru, bronz etc.), aliaje etc.

(5) În cazul firmelor luminoase/ iluminate, în cadrul proiectului de autorizare, se vor prezenta argumentele potrivit cărora acestea nu generează/ amplifică poluarea luminoasă a zonei (alte obiecte luminoase/ iluminate existente deja pe fațadă sau în vecinătate etc.).

(6) În cazul firmelor luminoase/ iluminate, se va prezenta, în cadrul proiectului de autorizare, modul de rezolvare a alimentării cu energie a firmei. Acesta nu va fi vizibil pe fațadă.

(7) Este interzisă iluminarea întregii case. Se vor ilumina doar elementele de signalectică (ex. litere, simboluri, logo etc.).

(8) Pentru firmele luminoase, modul de iluminare va fi discret, moderat. Se recomandă utilizarea soluțiilor de iluminare tip halou (backlight).

(9) Firmele, inclusiv elementele suport aferente acestora, nu vor depăși înălțimea de 3,00m.

ART. 52 Reguli privind inscripționarea firmelor pe vitrină și suprafețe vitrate

(1) Acoperirea suprafețelor vitrate este interzisă.

(2) Este permisă inscripționarea pe interiorul suprafețelor vitrate aferente spațiului comercial/ profesional într-un procent de maximum 10% din suprafața vitrată.

(3) Tipurile de inscripționări/ aplicări admise alături de firmă, în acest procent maxim de 10%, sunt cele cu rol informativ precum: restricții, reguli sau recomandări privind utilizarea spațiului respectiv sau elementele de semnalizare .

(4) Se vor evita elemente de design agresive (culori stridente, lumini puternice sau intermitente etc.). O comunicare clară și vizibilă poate să fie realizată și în culori neutre, autocolante de dimensiuni reduse, într-o singură culoare.

(5) Tehnici admise de inscripționare pe spațiul vitrat în limitele stabilite la alineatul (2) sunt: colantare/ lipire elemente volumetrice, vopsire/ pictare, gravare, sablare.

(6) În cazul în care se optează pentru inscripționarea firmei pe panouri/ elemente suspendate/ flotante amplasate în interiorul unității, acestea trebuie să fie retrase față de suprafața vitrată cu minimum jumătate din adâncimea vitrinei (D), dar nu mai puțin de 150 mm.

(7) Se va avea în vedere ca suprafața cumulată a panourilor/ elemente suspendate/ flotante amplasate în interiorul unității să se limiteze la maximum 20% din suprafața vitrată.

(8) În cazul activităților care necesită o vizibilitate limitată (ex. unele activități de jocuri de noroc, conform HG nr. 111/2016) este permisă inscripționarea denumirii societății/ firmei pe fațadă sau pe panourile obturante doar în condițiile respectării prevederilor prezentului regulament. Pe panourile obturante nu sunt admise imagini, înscrisuri sau simboluri care să sugereze activitatea desfășurată, cu excepția inscripționării denumirii societății/ firmei.

ART. 53 Reguli privind amplasarea și inscripționarea firmelor pe copertine

(1) Copertinele nu vor acoperi elemente de decor ale fațadei și se vor amplasa corelat cu spațiul vitrat pe care îl umbresc.

(2) Inscripționarea firmelor se va realiza numai pe copertinele amplasate la parterul clădirilor.

(3) Copertinele nu vor depăși lățimea golurilor din fațadă (vitrina, ușa, fereastra).

(4) Copertinele nu vor ieși din planul fațadei cu mai mult de 1,50m , păstrând:

- a) distanță de minimum 1,00 m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de aliniamentul arborilor (dacă aceștia există).
 - b) un culoar liber de obstacole verticale, de min. 3,5 m lățime, necesar circulației autospecialelor – în zona străzilor pietonale.
- (5) Copertina se va poziționa la o înălțime minimă liberă față de cota amenajată a pietonalului de 3,00 m.
- (6) Înălțimea șorțului copertinelor nu va depăși 300 mm.
- (7) Inscripționarea firmei/numelui operatorului comercial se poate face pe șorțul copertinei, într-un dreptunghi cu dimensiunile maxime de 200 x 500 mm. Este interzisă inscripționarea numelor de brand sau utilizarea unor culori intense asociate diverselor branduri.
- (8) Nu se recomandă copertine masive care necesită cutii voluminoase pentru ascundere și care afectează astfel arhitectura clădirii.
- (9) Copertinele trebuie să se integreze în zona de front comercial și să se articuleze cât mai discret cu spațiul vitrat pe care îl umbresc.
- (10) Se vor utiliza culori în acord cu paleta cromatică a fațadei/ elementelor componente ale fațadei.

ART. 54 Reguli privind amplasarea și inscripționarea firmelor pe sistemele de umbrire ale teraselor

- (1) Pentru sistemele de umbrire ale teraselor se vor respecta cerințele din „Ghidul de amplasare a teraselor sezoniere în centrul istoric al Brașovului”, ghid realizat în cadrul proiectului Horizon2020 HUB-IN, autori BAAB Birou de Arhitectură.
- (2) Inscripționarea firmei/numelui operatorului comercial se poate face pe șorțul sistemului de umbrire, într-un dreptunghi cu dimensiunile maxime de 200 x 500 mm.
- (3) Este interzisă inscripționarea numelor de brand sau utilizarea unor culori intense asociate diverselor branduri.

ART. 55 Reguli privind firmele inscripționate pe fațade

- (1) Se admite amplasarea unei singure firme inscripționate pe fațadă pentru fiecare amplasament/ operator comercial.
- (2) Inscripționarea firmei se va realiza în zona dedicată în cadrul fațadei.
- (3) În cazul lipsei unei zone dedicate, firma se va amplasa în corelare cu elementele componente ale fațadei: goluri, vitrine, căi de acces, elemente decorative, alte mijloace publicitare etc.
- (4) Inscripționarea firmei pe fațadă nu va depăși zona de front dedicată spațiului comercial/ profesional în care se desfășoară activitatea.
- (5) Inscripționarea firmei pe fațadă se va realiza fără să compromită/să acopere elementele decorative existente pe fațadă.
- (6) Înălțimea firmei inscripționate pe fațadă nu va depăși $\frac{1}{4}$ din înălțimea vitrinei sau a parterului.
- (7) Tehnici acceptate de inscripționare: stencil, pictarea manuală, sgraffito etc.
- (8) Se admite inscripționarea firmelor pe calcane în măsura în care, pentru amplasamentul ales, se demonstrează contribuția calitativă asupra clădirii sau ansamblului de clădiri.

ART. 56 Reguli privind firmele în situația existenței mai multor operatori/ clădire

(1) În cazul în care într-o clădire se desfășoară mai multe activități, firmele se vor grupa ordonat pe panouri din materiale de calitate, în zona accesului în clădire, prin adoptarea unei soluții armonizate, unitare, care să ia în considerare atât arhitectura clădirii, cât și vecinătățile.

(2) Materiale recomandate pentru panourile grupate: metale (aluminiu, cupru etc.), aliaje (alamă, bronz etc.), sticlă, ardezie, granit, acrilic etc..

ART. 57 Reguli privind amplasarea firmelor pe clădirile de locuit

(1) Pe clădirile de locuit având spații cu altă destinație la parter sau mezanin, firmele 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 sau al asociațiilor de proprietari în formă autentică.

(2) Pe clădirile de locuit având spații comerciale sau cu altă destinație, situate la parter sau mezanin, firmele se vor amplasa în mod unitar prin adoptarea unor soluții armonizate pentru toate spațiile.

(3) În cazul operatorilor care derulează activități economice/ servicii/ comerciale în clădiri de locuințe colective (unități locative), firmele aferente se amplasează la parterul clădirii, cu acordul notarial al proprietarilor afectați și al asociației de proprietari, conform legislației, având următoarele posibilități:

- a) în zona de acces în clădire, dacă spațiul este situat la alte niveluri decât la parter sau demisol;
- b) cu încadrare corespunzătoare pe fațada spațiului în care își desfășoară activitatea, dacă spațiul este amplasat la parter sau demisol.

Secțiunea 2

Reguli privind vitrinele, spațiile vitrate și obiecte de mobilier

ART. 58 Reguli privind vitrina și suprafețele vitrate

(1) Ca elemente importante în definirea imaginii urbane, vitrinele vor beneficia de un design adaptat arhitecturii imobilelor.

(2) Nu este permisă repetarea exagerată a mesajelor/ inscripțiilor, în sensul în care mesajul principal nu va fi perceptibil.

(3) Nu este permisă acoperirea integrală, chiar și temporară, cu anunțuri de tipul reducerilor de prețuri și nu numai.

(4) Dacă trebuie comunicate anumite restricții sau recomandări, se vor evita elemente de design agresive (culori stridente, lumini puternice sau intermitente etc.) sau elemente de semnalizare în serie de tipul „open/ deschis”. O comunicare clară și vizibilă poate să fie realizată și în culori neutre, autocolante de dimensiuni reduse, într-o singură culoare.

(5) În situația în care se dorește obturarea spațiilor vitrate/ vitrinelor, aceasta se poate realiza de la fața interioară a zidurilor către interior. Spațiul generat între suprafața exterioară vitrată și suprafața interioară obturantă se va amenaja decorativ.

ART. 59 Recomandări privind iluminatul spațiilor comerciale conform Masterplanului de iluminat pentru Centrul Istoric al Municipiului Brașov⁵

Pentru a limita efectele negative ale iluminatului spațiilor comerciale și pentru a asigura un mediu luminos exterior echilibrat s-au conceput următoarele recomandări și parametri tehnici:

(1) Se recomandă ca iluminatul interior al spațiilor comerciale să utilizeze surse cu lumină caldă, preferabil cu o temperatură de culoare corelată de maxim 3000K (CCT);

(2) Lumina emisă din interior să se limiteze în spațiul public la maxim 2 metri în fața vitrinelor/ fațadelor, iar în interiorul acestei zone, iluminanța maximă să nu depășească 30 de lux;

(3) Corpurile de iluminat din vitrine să fie dimabile, orientate către spațiul interior, cu o distribuție descendentă, iar sursele de lumină să nu fie vizibile direct de către observatorii din spațiul public. Se recomandă utilizarea unor corpuri de iluminat orientabile, cu accesorii pentru limitarea efectului de orbire;

(4) Stingerea iluminatului din spațiul interior și dimarea/ stingerea iluminatului din vitrine, odată ce programul de lucru s-a încheiat;

ART. 60 Reguli privind vitrinele tip casetă, fixate pe fațadă, pentru expunere produse/ meniu

(5) Amplasarea vitrinelor sau a panourilor pentru meniu pe fațadă se va face după analiza necesității lor și pe baza unei argumentări riguroase.

(6) Se va utiliza un singur obiect pentru prezentare tip vitrină/ panou meniu pentru un amplasament/ operator comercial.

(7) Vitrinele amplasate pe fațade nu trebuie să acopere sau să concureze cu arhitectura clădirii.

(8) Se recomandă ca vitrina să conțină doar inscripții/ text relevante pentru activitate și mai puțin imagini cu produse sau obiecte spre vânzare.

(9) Sunt interzise vitrinele care obturează/ îngreunează accesul în pasaje.

(10) Dimensiunile maxime pentru vitrinele/ panourile pentru meniu amplasate pe fațade sunt: 700 mm (L) x 1 m (H) cm și o adâncime de 100 cm.

(11) Iluminatul vitrinelor se va realiza discret, din interior, fără a poza cabluri electrice pe fațade.

⁵ Masterplan de iluminat pentru Centrul Istoric al Municipiului Brașov⁵, Proiectul HUB-IN, ABMEE și HEBLU

Secțiunea 3

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

ART. 61 Amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase pe construcții

(1) Amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase pe fațade este permisă în măsura în care, prin poziționare și dimensionare nu contribuie la deprecierea calității arhitecturale a clădirii sau ansamblului de clădiri.

(2) În cazul ecranelor și publicității luminoase, în cadrul proiectului de autorizare, se vor prezenta argumentele potrivit cărora acestea nu generează/ amplifică poluarea luminoasă a zonei (alte obiecte luminoase/ iluminate existente deja pe fațadă sau în vecinătate etc.).

(3) Pe clădirile de locuire sunt permise doar panouri publicitare pe calcane, pe fațade, pe terasele ori acoperișurile clădirii fără acoperirea suprafețelor vitrate.

(4) În cazul clădirilor de locuire este interzisă amplasarea ecranelor publicitare și a publicității luminoase.

(5) Pot fi amplasate panouri publicitare, ecrane publicitare și publicitate luminoasă pe fațadele, pe terasele ori acoperișurile clădirilor cu alte funcțiuni decât cea de locuire.

(6) Ecranele și publicitatea luminoasă vor fi dotate cu sisteme care să permită modificarea intensității luminilor și se va avea în vedere ca intensitatea luminii și frecvența succedării imaginilor derulate să nu perturbe funcțiunea de locuire și circulația rutieră în zona în care sunt amplasate, în acest sens fiind obligatoriu avizul emis de poliția rutieră.

(7) Se va prezenta, în cadrul proiectului de autorizare, modul de rezolvare a alimentării cu energie electrică pentru ecranele și publicitatea luminoasă. Acesta nu va fi vizibil pe fațadă.

(8) Funcționarea ecranelor și publicității luminoase poate fi controlată în intervalul de funcționare apus – ora 00.00 prin reducerea cu 50% a intensității luminoase și va fi întreruptă între orele 00.00 – 05.00, în vederea diminuării poluării luminoase.

(9) Sistemele de prindere ale panourilor publicitare, ecranelor publicitare și publicității luminoase nu se vor constitui ca surse de accidente și nu vor afecta structura de rezistență și funcționarea optimă a clădirilor;

(10) Amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase pe clădiri se autorizează numai în baza unei expertize tehnice asupra construcției, 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“, „igienă, sănătate și mediu“, economia de energie și izolare termică prevăzute de legislația în vigoare privind calitatea în construcții

(11) Verificarea construcției cu privire la respectarea cerințelor esențiale de calitate prevăzute la alin. (10) 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.

(12) 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 rezistenței mecanice și stabilitate, va întocmi un raport tehnic de inspecție care, prin grija proprietarului, va fi comunicat Inspectoratului Județean în Construcții Brașov în a cărei arie teritorială este situată construcția, din care să rezulte faptul că menținerea utilizării acestora nu prezintă un grad de pericol public datorat factorilor de risc naturali, fenomene meteorologice periculoase, seisme și altele, care să poată genera consecințe grave: pierderi de vieți omenești, vătămare gravă a integrității corporale ori a sănătății uneia sau mai multor persoane, distrugerea totală sau parțială a unor bunuri ori alte consecințe deosebit de grave care, potrivit dispozițiilor art. 35 din Legea nr. 10/1995 privind calitatea în construcții, republicată, pot constitui infracțiuni.

(13) Pe clădirile cu înălțimea mai mare de 15 m, în situația amplasării mai multor panouri, a ecranelor și publicității luminoase, acestea vor fi realizate unitar, astfel încât înălțimile cumulate ale panourilor să nu depășească $\frac{1}{2}$ din înălțimea clădirii.

(14) În situația amplasării pe terasele sau acoperișurile construcțiilor, panourile publicitare, ecranele și publicitatea luminoasă nu vor depăși înălțimea de 3 m.

ART. 62 Amplasarea panourilor publicitare, totemurilor, ecranelor și publicității luminoase pe sol

(3) Panourile publicitare, ecranele și totemurile 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.

(4) Este interzisă amplasarea panourilor publicitare, totemurilor și ecranelor pe spațiile verzi.

(5) Realizarea elementelor de fundare/ancorare necesare asigurării stabilității panoului de reclamă publicitară, totemului sau ecranului se execută obligatoriu îngropat, respectiv sub cota terenului natural sau cota terenului amenajat, după caz.

(6) În cazul ecranelor publicitare, totemurilor luminoase sau digitale, în cadrul proiectului de autorizare, se vor prezenta argumentele potrivit cărora acestea nu generează/ amplifică poluarea luminoasă a zonei (alte obiecte luminoase/ iluminate existente deja în vecinătate etc.).

(7) Ecranele publicitare și publicitatea luminoasă amplasate pe sol, dotate cu sisteme care să permită modificarea intensității luminilor, trebuie să respecte condițiile tehnice referitoare la luminozitate și frecvența succedării imaginilor derulate pentru a nu exista riscul perturbării circulației rutiere și a funcțiunii de locuire în zona în care sunt amplasate, fiind necesar un aviz de la poliția rutieră

(8) Panourile publicitare, ecranele, totemurile și publicitatea luminoasă, 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.

(9) Suprafața de teren ocupată de panourile publicitare ecranele, totemurile și publicitatea luminoasă amplasate la sol, va fi determinată prin următorul calcul: $S_{\text{teren}} = (L \times l)$ mp, în care L este lungimea proiecției pe teren a panoului sau totemului, $l = 1,0$ m ($2 \times 0,50$ m de o parte și de alta a axului proiecției pe teren).

ART. 63 Amplasarea panourilor publicitare, totemurilor, ecranelor și publicității luminoase raportat la drumurile publice din Municipiului Brașov

(1) La amplasarea mijloacelor de publicitate în zona drumului/ străzii, inclusiv în interiorul incintelor centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale, astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare, se vor respecta prevederile O.U.G. nr. 195/2002 privind circulația pe drumurile publice și O.G. nr. 43/1997, republicată, privind regimul drumurilor.

(2) Amplasarea mijloacelor de publicitate în interiorul incintelor centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare, se va realiza cu condiția autorizării unui proiect unitar privind modul de amplasare și dimensionare a tuturor mijloacelor de publicitate din incintă.

(3) Amplasarea mijloacelor de publicitate se realizează:

- a) cu asigurarea desfășurării fluente și în condiții de siguranță a traficului rutier și cu respectarea retragerilor impuse de administratorul drumului public;
- b) cu respectarea documentațiilor de urbanism și de amenajare a teritoriului și a studiilor de fezabilitate, avizate de administratorul drumului public.

(4) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate sau reclamă și a construcțiilor, în curbe și în intersecțiile la nivel ale căilor de comunicație, în ampriză și în zonele de siguranță, precum și pe suprafețele de teren destinate asigurării vizibilității în curbe și în intersecții.

(5) Este interzisă amplasarea pe drumurile publice, pe lucrările de artă aferente acestora sau în zona drumului a oricăror panouri, inscripții, pancarte, gravuri, afișe sau alte mijloace de publicitate sau reclamă, fără acordul prealabil și autorizația de amplasare și/sau de acces la zona drumului public, emise de administratorul drumului respectiv.

(6) Mijloacele de publicitate sau reclamă existente sau în curs de execuție, pentru care nu s-au obținut acordul prealabil și autorizația administratorului drumului de amplasare și/sau de acces la zona drumului public, se vor desființa de către deținători, pe cheltuiala acestora, în termenul stabilit de administratorul drumului, respectiv de la data la care administratorul drumului a notificat că a luat la cunoștință de amplasarea lor.

(7) Se interzice obturarea vizibilității indicatoarelor rutiere prin amplasarea panourilor publicitare, totemurilor, ecranelor și publicității luminoase.

(8) În intravilan, 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, respectiv:

- a) Panourile de mici dimensiuni, respectiv cu suprafață maximă de 2,20 mp, se amplasează la o distanță de cel puțin 30,00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri).
- b) Panourile de mari dimensiuni, respectiv cu suprafața maximă de 36,00 mp, se amplasează la o distanță de cel puțin 100,00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri).
- c) Sunt exceptate de la prevederile de mai sus mijloacele de publicitate amplasate în interiorul incintelor centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale, astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare.

(9) În extravilan, panourile publicitare, ecranele și publicitatea luminoasă sunt:

- a) de mici dimensiuni, respectiv cu suprafață maximă de 2,20 mp, se amplasează la o distanță de cel puțin 50,00 m pe sens între panouri.
- b) de mari dimensiuni, respectiv de 10,00 x 4,00 m, pot fi amplasate panouri publicitare pe zona de protecție a drumurilor publice la o distanță de cel puțin 100,00 m între panouri.

(10) 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, totemurilor, ecranelor și publicității luminoase cu structură proprie și elemente de susținere care necesită fundație.

(11) Amplasarea de panourilor publicitare, totemurilor, ecranelor și publicității luminoase pe trotuare sau spații pietonale este permisă numai cu asigurarea unui culoar liber de obstacole de minimum 1,50 m.

(12) 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 50,00 m față de intersecțiile cu drumurile laterale cu mai mult de 4 benzi de circulație;
- b) în afara curbilor cu vizibilitate redusă;
- c) la minimum 50,00 m față de intersecțiile semaforizate.

(13) În ce privește amplasarea panourilor publicitare, ecranelor și publicității luminoase în raport cu intersecțiile în alte situații decât cele menționate în mod specific la alineatul (13), se vor avea în vedere prevederile Ordonanței Guvernului nr. 43/1997 privind regimul drumurilor, republicată, cu modificările și completările ulterioare, respectiv:

- a) în intravilan, se interzice amplasarea acestora la o distanță mai mică de 150 m, calculată de la intrarea, respectiv ieșirea din intersecție;
- b) în extravilan, se interzice amplasarea acestora la o distanță mai mică de 250 m, calculată de la intrarea, respectiv ieșirea din intersecție.

(14) Panourile publicitare, ecranele și publicitatea luminoasă se vor amplasa la minimum 2,50 m înălțime de la cota amenajată a solului, pentru panourile cu suprafața mai mare de 2,20 mp/față.

(15) Amplasarea sistemelor publicitare (panouri publicitare, totemuri, ecrane și publicitate luminoasă) se va face cu protejarea spațiilor verzi amenajate ca atare și a arborilor de aliniament stradal.

(16) În zona de protecție a drumului sunt permise totemurile pentru afișarea prețurilor carburanților doar cu acordul administratorului drumului, cu respectarea prevederilor privind amplasarea în proximitatea drumurilor și a reglementărilor documentațiilor de urbanism și de amenajare a teritoriului în vigoare.

(17) Se interzice amplasarea în zona de siguranță a drumurilor naționale a mijloacelor de publicitate de tip „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.

ART. 64 Amplasarea panourilor publicitare, totemurilor, ecranelor și publicității luminoase în Poiana Brașov

(1) Este interzisă amplasarea panourilor publicitare, totemurilor, ecranelor și publicității luminoase, prevăzute cu un sistem propriu de susținere în raport cu pământul (ex. fundații), pe domeniul public în Poiana Brașov.

(2) Pe domeniul privat sunt permise panouri publicitare de mici dimensiuni, care să nu depășească ca suprafață 2,20 mp și totemuri care să nu depășească înălțimea de 3 m, cu respectarea prevederilor privind amplasarea în proximitatea drumurilor și a reglementărilor documentațiilor de urbanism și de amenajare a teritoriului în vigoare;

(3) Este permisă amplasarea panourilor publicitare, totemurilor, ecranelor și mijloacelor de publicitate luminoasă autoportante, fără fundație, doar în cadrul unor evenimente sportive, culturale sau altele asemănătoare, pentru nu mai mult de 30 de zile;

(4) În cazul amplasării ecranelor și mijloacelor de publicitate luminoasă autoportante, fără fundație, suplimentar se vor respecta și următoarele:

- a) amplasarea lor nu va afecta spațiile de cazare sau de locuire din vecinătate;
- b) nu vor funcționa în intervalul ora 00.00 – ora anunțată pentru începerea evenimentului.

Secțiunea 4

Reguli privind echipamentele mobile de informare a clienților

ART. 65 Dispoziții generale privind echipamentele mobile de informare

(1) Pe trotuarele și spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,00 m se pot amplasa panouri publicitare mobile pliante („people stoppere”, „A board-uri”, trepiede etc.), 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, fără a perturba activitatea altor agenți economici sau circulația fluentă atât pietonală cât și rutieră.
- c) amplasarea de echipamente mobile de informare ale clienților pe trotuare sau spații pietonale este permisă numai cu asigurarea unui culoar liber de obstacole de minimum 1,50m.

(2) Pentru diverse echipamente de informare ale clienților (portative meniu, panouri pietonale, tabele pentru mesaje scrise etc.) se recomandă urmărirea aceluiași principii și reguli enunțate în „Ghidul de amplasare a teraselor sezoniere în centrul istoric al Brașovului”, ghid realizat în cadrul proiectului Horizon 2020 HUB-IN, autori BAAB Birou de Arhitectură.

(3) Se va folosi un singur portativ pentru meniu, amplasat la intrarea în unitatea de alimentație publică sau adiacent terasei și/sau o singură tabelă pentru mesaje cu dimensiuni maxime de 50x90cm (ex. mesaje scrise cu cretă sau inscripționate etc.).

(4) Amplasarea echipamentelor este permisă numai în dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității și numai pe durata programului zilnic de funcționare al acestuia.

(5) Suprafața de teren atribuită pentru amplasarea unui astfel de echipament mobil pe terenuri aparținând domeniul public va fi de minimum 1mp.

Secțiunea 5

Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

ART. 66 Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

Pot fi utilizate ca suport publicitar, pentru publicitatea temporară, numai elementele de mobilier urban care au fost prevăzute și autorizate cu suprafețe dedicate pentru: adăposturile destinate publicului/stațiile de autobuz, chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale, coloanele port-afiș și altele asemenea.

Secțiunea 6

Reguli privind bannerele și steagurile publicitare

ART. 67 Dispoziții generale privind amplasarea bannerelor

- (1) Bannerele sunt interzise pe teritoriul Municipiului Brașov;
- (2) Sunt exceptate de la alin. (1) bannerele utilizate în cadrul unor evenimente culturale, științifice sau sportive, în următoarele condiții:
 - a) amplasarea este acceptată numai pe suporturi existente, pe baza documentației privind rezistența elementelor de susținere, precum și cu acordul proprietarului elementelor de susținere utilizate în acest scop;
 - b) amplasarea este permisă pe străzi doar pe tronsoanele unde circulația auto a fost închisă;
 - 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 m;
 - e) 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;
 - f) este interzisă amplasarea a mai mult de un banner pe aceeași stâlpi de susținere;
- (3) Amplasarea bannerelor se face în baza avizului de publicitate temporară emis de Primăria Municipiului Brașov.
- (4) La finalul perioadei prevăzute în avizul de publicitate temporară, deținătorul avizului este obligat, sub sancțiunea interzicerii pe viitor a folosirii acestui mijloc de publicitate, să demonteze bannerul.

ART. 68 Dispoziții generale privind amplasarea steagurilor publicitare

- (1) Steagurile publicitare sunt acceptate doar cu scopul promovării unor manifestări/evenimente publice de interes european/ național/ local.
- (2) Steagurile publicitare montate pe catargul existent, la înălțimea minimă de 2,50 m de la cota terenului amenajat, se amplasează numai în locuri în care nu împiedică vizibilitatea circulației rutiere.
- (3) Suprafața fiecărui steag este mai mică sau egală cu 2,50 mp, iar baza acestuia nu va putea depăși suprafața de 0,80 mp.

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

(5) Durata de menținere a steagurilor publicitare va fi de maximum 30 de zile, cu posibilitatea prelungirii acestei perioade cu încă o perioadă de 30 de zile.

(6) Amplasarea steagurilor publicitare se face în baza avizului de publicitate temporară emis de Primăria Municipiului Brașov.

Secțiunea 7

Reguli privind mesh-urile și împrejmirile de șantier

ART. 69 Dispoziții generale privind mesh-urile și împrejmirile de șantier

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

a) în situația în care acestea constituie protecție către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de șantier.

b) pe calcanele construcțiilor sau pe fațade, fără acoperirea suprafețelor vitrate, pe terasele ori acoperișurile clădirilor.

c) pe fațade și calcane, în măsura în care, prin poziționare și dimensionare nu contribuie la deprecierea calității arhitecturale a clădirii sau ansamblului de clădiri.

(2) Amplasarea mesh-urilor și mesh-urilor digitale pe fațadele clădirilor se realizează numai cu acordul proprietarilor clădirilor respective.

(3) Amplasarea mesh-urilor și mesh-urilor digitale este admisă doar dacă sistemele lor de prindere nu constituie o sursă de accidente și nu afectează structura de rezistență și funcționarea optimă a clădirilor.

(4) În cazul clădirilor de locuit:

a) este interzisă amplasarea mesh-urilor digitale;

b) pot fi amplasate mesh-uri pe calcane sau pe fațade, fără acoperirea suprafețelor vitrate, pe terasele ori acoperișurile clădirii.

(5) Pot fi amplasate mesh-uri digitale, care să fie dotate cu sisteme care să permită modificarea intensității luminilor, pe calcane, pe fațade, pe terasele ori acoperișurile clădirilor cu alte funcțiuni decât cea de locuire în următoarele condiții:

a) prin intensitatea luminii și frecvența succedării imaginilor derulate, să nu existe riscul perturbării circulației rutiere și a funcțiunii de locuire în zona în care sunt amplasate;

b) funcționarea acestora va fi întreruptă între orele 00.00 – 5.00;

c) În intervalul de funcționare apus – ora 00.00, intensitatea luminii mesh-urilor digitale poate fi redusă cu 50%, în vederea diminuării poluării luminoase.

(6) În cazul utilizării mesh-urilor digitale, în cadrul proiectului de autorizare, se vor prezenta argumentele potrivit cărora acestea nu generează/ amplifică poluarea luminoasă a zonei (alte obiecte luminoase/ iluminate existente deja pe fațadă sau în vecinătate etc.).

(7) Pe mesh-urile utilizate pe perioada șantierelor, se acceptă doar reprezentarea imaginii obiectivului vizat de lucrări și sunt admise eventuale texte de publicitate comercială ce vor ocupa cel mult 10% din suprafața fațadei la stradă. În cazul unei construcții de colț, cu două fronturi

stradale, se admit texte de publicitate comercială în pondere de cel mult 10% pe fiecare dintre fațade.

(8) Proprietarii au obligația să asigure buna întreținere a mesh-urilor, în vederea îndeplinirii condițiilor de protecție și siguranță, conform normelor în vigoare.

(9) Pe împrejmuirile de șantier sunt interzise textele/ imaginile de publicitate comercială. Se acceptă în schimb tratarea decorativă/ interactivă a acestora (de ex. prin prezentarea de informații de interes public privind proiectul/ lucrarea, modalități interactive de consultare a publicului, materiale privind campanii educaționale, umanitare, sociale, culturale de interes public sau texte și imagini care să se înscrie armonios în context).

(10) Publicitatea amplasată pe mesh-urile aferente schelelor montate pe fațadele construcțiilor noi, aflate în diferite faze de execuție, sau ale celor existente, aflate în reparație, inclusiv pe utilajele folosite la lucrările de construcție, se autorizează simultan sau ulterior organizării de șantier și este valabilă pe toată durata existenței acesteia.

(11) 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 rezistenței mecanice și stabilitate, va întocmi un raport tehnic de inspecție care, prin grija proprietarului, va fi comunicat Inspectoratului Județean în Construcții Brașov în a cărei arie teritorială este situată construcția, din care să rezulte faptul că menținerea utilizării acestora nu prezintă un grad de pericol public datorat factorilor de risc naturali, fenomene meteorologice periculoase, seisme și altele, care să poată genera consecințe grave: pierderi de vieți omenești, vătămare gravă a integrității corporale ori a sănătății uneia sau mai multor persoane, distrugerea totală sau parțială a unor bunuri ori alte consecințe deosebit de grave care, potrivit dispozițiilor art. 35 din Legea nr. 10/1995 privind calitatea în construcții, republicată, pot constitui infracțiuni.

Secțiunea 8

Reguli generale privind amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale și a panourilor de informare turistică

ART. 70 Dispoziții generale privind indicatoarele publicitare direcționale

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

- a) suprafața indicatorului publicitar direcțional este mai mică sau egală cu 1,50 mp;
- b) înălțimea de amplasare este de minimum 3,00 m;
- c) pe un stâlp se poate monta un singur indicator;
- d) prin excepție de la prevederile lit. c), poate fi montat un al doilea indicator direcțional

pentru semnalarea serviciilor de urgență sau a serviciilor necesare în deplasare, cum sunt: stațiile de alimentare cu carburanți, atelierile auto sau de vulcanizare; cel de-al doilea indicator va fi de același tip.

(2) Amplasarea mai multor indicatoare publicitare direcționale pe suporturi noi dedicate, stâlpi-suport sau pe clădiri este permisă numai cu dispunerea grupată unitar, în baza autorizației de construire.

(3) La amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale se vor respecta prevederile O.U.G. nr. 195/2002 privind circulația pe drumurile publice, O.G. nr. 43/1997, republicată, privind regimul drumurilor și reglementările documentațiilor de urbanism și de amenajare a teritoriului în vigoare.

ART. 71 Dispoziții generale privind panourile de informare turistică

(1) Dimensiunile panourilor turistice nu vor depăși suprafața de 2,20 mp, o înălțime de până la 3,5 m și în cazul dispunerii în cascadă sau în succesiune distanța dintre două panouri turistice sau dintre acestea și panouri publicitare sau totemuri va fi de 25,0 m.

(2) Se pot amplasa panouri turistice pe trotuarele sau spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,25 m.

(3) Amplasarea de panourilor turistice pe trotuare sau spații pietonale este permisă numai cu asigurarea unui culoar liber de obstacole de minimum 1,50 m.

ART. 72 Dispoziții specifice pentru Poiana Brașov

(1) Pentru panourile de informare turistică și indicatoarele publicitare direcționale amplasate în Poiana Brașov, pe terenuri aflate în domeniul public, se va avea în vedere realizarea unui proiect unitar inițiat de Primăria Municipiului Brașov, cu respectarea prevederilor prezentului regulament și care va cuprinde atât identificarea amplasamentelor favorabile la nivelul stațiunii, cât și design-ul acestora.

(2) Panourile de informare turistică și indicatoarele publicitare direcționale amplasate în Poiana Brașov, pe terenuri aflate în proprietate privată se vor realiza cu respectarea prevederilor prezentului regulament, în baza unei autorizații de construire.

Secțiunea 9

Publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale

ART. 73 Publicitatea temporară și specială

(1) Orice persoană fizică sau juridică poate beneficia de dreptul la publicitate temporară, în condițiile prezentului Regulament.

(2) Harta amplasamentelor posibile pentru mijloacele de publicitate temporară și proiectele publicitare speciale este prezentată în anexa 2.

(3) Pentru alte propuneri de amplasamente care nu sunt cuprinse în anexa 2 se vor analiza punctual în cadrul departamentelor de specialitate.

(4) Amplasarea mijloacelor de publicitate temporară este permisă numai în baza avizului pentru publicitate temporară sau a autorizației de construire (în cazul excepțional în care este necesară asigurarea stabilității prin elemente de fundare pentru amplasarea structurilor publicitare autoportante și a proiectelor publicitare speciale și este obligatorie o documentație tehnică întocmită de specialiști în domeniile arhitecturii și structurii de rezistență), emise de Primăria Municipiului Brașov.

(5) În situația în care la încheierea perioadei de valabilitate a avizului pentru publicitatea temporară, există mai multe solicitări de amplasare a mijloacelor de publicitate temporară, Primăria Municipiului Brașov va atribui amplasamentul în ordinea cronologică a înregistrărilor existente.

(6) În cazul solicitării schimbării locațiilor în alte amplasamente decât cele solicitate inițial, se va obține un nou aviz pentru publicitatea temporară, în conformitate cu dispozițiile prezentului regulament. Noul aviz nu va depăși termenul de valabilitate al precedentului aviz, însă cu posibilitatea prelungirii prevăzută conform prezentului regulament.

(7) Schimbarea locațiilor prevăzute la alin. (5) se va face numai în situația în care locațiile inițial avizate nu mai pot fi puse la dispoziția terților.

(8) Structurile publicitare autoportante și proiectele publicitare speciale se avizează în baza unei documentații tehnice întocmite de un specialist în domeniu cu respectarea prevederilor privind publicitatea temporară, prevăzute în prezentul regulament.

(9) În vederea obținerii avizului pentru publicitate temporară, mijloacele de publicitate trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

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

b) să poată fi montate/demontate în/din toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate temporară, în cel mult 72 de ore;

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

ART. 74 Dispoziții generale privind publicitatea electorală

(1) Primarii sunt obligați să asigure amplasarea de panouri electorale în locuri speciale, conform legislației specifice. (Din lege simplificat)

(2) Lista locurilor destinate afișajului electoral este prezentat în anexa nr. 4.

(3) Modificarea listei propuse pentru amplasarea panourilor electorale se poate realiza de către primar prin dispoziție, până la începerea campaniei electorale.

(4) Panourile electorale se pot amplasa în zone frecventate de cetățeni, fără stânjenirea circulației pe drumurile publice și a celorlalte activități desfășurate în zona respectivă.

(5) Pe un panou electoral fiecare candidat poate aplica un singur afiș electoral.

(6) Un afiș electoral amplasat în locurile prevăzute la alin. (2) nu poate depăși dimensiunile de 500 mm o latură și 350 mm cealaltă latură, iar cel prin care se convoacă o reuniune electorală, 400 mm o latură și 250 mm cealaltă latură.

(7) În alte locuri decât cele stabilite conform alin. (2) și (3), afișajul electoral este interzis.

(8) Se pot instala pe domeniul public amenajări provizorii în scopul distribuirii de materiale de propagandă electorală, dacă prin amplasarea lor nu stânenesc circulația pe drumurile publice și celelalte activități desfășurate în zona respectivă nu se instituie restricții de circulație rutieră sau pietonală, în baza unui aviz de publicitate temporară, conform prevederilor prezentului regulament

(9) Amenajările menționate la alin. (8), inclusiv amplasarea de corturi electorale, se poate realiza numai pe perioada campaniilor și precampaniilor electorale timp de 30 de zile cu posibilitatea prelungirii o singură dată, la cererea solicitantului, pentru o perioadă cel mult egală cu cea aprobată inițial.

(10) Suprafața maximă de teren ocupată de amenajări, inclusiv corturi electorale, nu va depăși 9,0 mp (3 x3 m), pentru care Primăria Municipiului Brașov va încasa o taxă de ocupare a domeniului public.

Secțiunea 10

Amplasarea afişelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate

ART. 75 Dispoziții generale privind amplasarea afişelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate

(1) În vederea asigurării eficienței informării a cetățenilor, a libertății de expresie și esteticii urbane, Primăria Municipiului Brașov va instala în amplasamente cu vizibilitate, în condițiile prezentului regulament, panouri/ structuri speciale destinate instituțiilor de cultură, sport etc. pentru afişe publicitare aferente spectacolelor, concertelor, stagiunilor și altora asemenea și pentru anunțuri de mică publicitate.

(2) Lista amplasamentelor posibile este prezentată în anexa nr.3 a prezentului regulament;

(3) Panourile/ structurile prevăzute la alin. (1) vor fi întreținute cu periodicitate de către proprietarul panoului.

(4) Dimensiunile panourilor se vor înscrie într-o suprafață maximă de 2,20 m.

(5) Este interzisă amplasarea de afişe publicitare prin aplicarea lor directă pe orice suprafață 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, acțiuni sau campanii aflate în derulare sau care urmează să se deruleze.

(6) Amplasarea afişelor se va desfășura în baza unui aviz de publicitate temporară emis în acest sens de către Primăria Municipiului Brașov.

(7) Primăria Municipiului Brașov va încasa taxa de afişaj de la persoanele fizice și/sau juridice care afişează mesaje pe aceste sisteme de afişaj public.

CAPITOLUL VII

SANCTIUNI

ART. 76 Dispoziții generale privind sancțiunile

(1) Nerespectarea prevederilor prezentului regulament atrage răspunderea contravențională și/sau materială, după caz.

(2) Nerespectarea prevederilor regulamentului se sancționează în conformitatea cu dispozițiile Legii nr. 185/2013, republicată privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, ale Legii nr. 154/2017 pentru modificarea și completarea Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor publicitare, conform Legii nr. 148/2000 privind publicitatea și a Legii nr. 457/2004 - privind publicitatea și sponsorizarea pentru produsele din tutun după cum urmează:

a) nerespectarea de către proprietarul suportului publicitar și/sau de proprietarul imobilului a obligației de a proceda la desființarea construcției – suport pentru mijlocul de publicitate și la

aducerea imobilului la starea inițială, la momentul expirării termenului de autorizare provizorie sau a termenului de prelungire a autorizării, după caz, în conformitate cu dispozițiile art. 5 alin. (2) din Legea nr. 185/2013, republicată, conduce la desființarea pe cale administrativă de către Primarul Municipiului Brașov a construcției - suport pentru mijlocul de publicitate provizoriu, indiferent de categoria de proprietate pe care aceste construcții provizorii sunt amplasate. Această măsură se aplică fără a fi necesară emiterea autorizației de desființare și fără sesizarea instanțelor de judecată, urmând ca în temeiul art. 5 alin. (3) din Legea 185/2013, republicată, proprietarul construcției să suporte cheltuielile ocazionate de acest demers.

Nerespectarea obligației de desființare a suportului publicitar se sancționează cu amendă de minim 200 lei și maxim 2.500 lei.

b) nerespectarea obligației de desființare a suportului publicitar și aducerea imobilului la starea inițială se sancționează cu plata unor despăgubiri în cuantum de 80 lei/zi de întârziere.

c) nerespectarea de către operatorii economici a regulilor privind amplasarea firmelor sau/și tipul de material și/sau dimensiuni, formă permise prin prezentul regulament coroborat cu prevederile Legii nr. 185/2013 republicată, respectiv nerespectarea întru-totul a documentației tehnice astfel cum a fost întocmită și aprobată, conduce la desființarea pe cale administrativă de către Primarul Municipiului Brașov, a firmei/construcției - suport pentru mijlocul de publicitate, indiferent de categoria de proprietate pe care aceste construcții sunt amplasate. Această măsură se aplică fără sesizarea instanțelor de judecată, în caz de neconformare urmând ca autoritățile administrației locale să desființeze prin mijloace proprii construcția, iar operatorii economici să suporte cheltuielile ocazionate de acest demers.

Nerespectarea obligației de desființare a construcției suport se sancționează cu amendă de minim 200 lei și maxim 2.500 lei.

d) nerespectarea dispozițiilor art. 15 din Legea nr. 185/2013, republicată privind amplasarea mijloacelor de publicitate în zone/spații/construcții/locuri interzise, respectiv nerespectarea prevederilor art. 18 din prezentul regulament, se sancționează cu desființarea construcției în aceleași condiții ca cele prevăzute la lit. (a) și cu amendă în cuantum de minim 500 lei și maxim 2.500 lei.

e) nerespectarea dispozițiilor art. 16 din Legea nr. 185/2013, republicată, respectiv art. 19 din prezentul regulament, privind amplasarea mijloacelor de publicitate la o distanță mai mică de 2 m față de limita de proprietate a imobilelor sau terenurilor private ale persoanelor fizice și/sau juridice, fără acordul scris al acestora sau care prin amplasarea lor afectează accesul sau utilizarea fără îngădire a proprietății și/sau estompează vizibilitatea din și înspre proprietate se sancționează cu dezafectarea construcției și cu amendă în cuantum de minim 500 lei și maxim 2.500 lei.

f) nerespectarea dispozițiilor art. 17 alin (2) din Legea nr. 185/2013, republicată, privind obligația operatorilor de publicitate de identificare a panourilor publicitare prin inscripționarea acestora cu informații privind denumirea operatorului, codul de identificare fiscală a acestuia și numărul autorizației de construire se sancționează cu amendă între minim 500 lei și maxim 2.500 lei.

g) pentru nerespectarea regulilor instituite prin art. 33, 35, 37 din regulament privind vitrinele, spațiile vitrate, obiectele de mobilier și mobilierul urban, Primarul Municipiului Brașov va dispune ca în termen de 30 de zile operatorul economic să se conformeze regulilor impuse prin prezentul regulament, iar în caz de neconformare acesta va fi sancționat cu amendă cuprinsă între 1.000 lei și 2.500 lei.

h) nerespectarea dispozițiilor art. 38 din prezentul regulament privind modalitatea de amplasare a steagurilor publicitare, a dimensiunilor, a duratei de menținere se sancționează cu amendă între 500 lei și 2.500 lei.

i) nerespectarea dispozițiilor art. 39 din regulament privind amplasarea în zona de publicitate restrânsă a mesh-urilor exclusiv cu rol de protecție către domeniul public pe perioada efectuării

lucrărilor de șantier și/sau a regulilor de întreținere, condițiilor de protecție și siguranță, înscricționare numai cu reproducerea imaginii obiectivului vizat de lucrări și eventuale texte de publicitate comercială care vor ocupa cel mult 10% din suprafața fațadei la stradă se sancționează cu amendă între 600 lei și 2.500 lei.

j) nerespectarea dispozițiilor art. 69 din regulament privind amplasarea în zona de publicitate lărgită a mesh-urilor/ mesh-urilor digitale, a împrejmuirilor de șantier și/sau a regulilor de întreținere, condițiilor de protecție și siguranță, înscricționare numai cu reproducerea imaginii obiectivului vizat de lucrări și eventuale texte de publicitate comercială care vor ocupa cel mult 10% din suprafața fațadei la stradă, respectiv interdicției de amplasare a meshuri-lor digitale pe clădirile de locuit etc., se sancționează cu amendă între 600 lei și 2.500 lei.

j) amplasarea mijloacelor de publicitate temporară fără obținerea avizului sau autorizației de construire emise conform art. 40 alin. (2) din Legea nr. 185/2013 republicată, în concordanță cu art. 41 alin. (4) și art.73 alin (4) din prezentul regulament, precum și nerespectarea dispozițiilor art. 43 alin. (2) din Legea nr. 185/2013, republicată, privind executarea și amplasarea structurilor publicitare autoportante și proiectele publicitare speciale se sancționează cu amendă între 500 lei și 2.500 lei.

k) orice formă de ocupare a domeniului public al Municipiului Brașov fără întocmirea documentației tehnice necesară pentru avizare și obținerea acordului necesar pentru desfășurarea activității de publicitate, se sancționează cu desființarea sistemului publicitar amplasat fără forme legale pe domeniul public al Municipiului Brașov, cu obligația restabilirii situației anterioare precum și cu obligarea operatorului de publicitate la plata unei amenzi stabilită între minim 1.000 lei și maxim 2.500 lei.

l) nerespectarea obligației referitoare la interdicția de aplicare (inscripționare) a firmelor, reclamelor și textelor publicitare direct pe împrejurimi, zidurile imobilelor, stâlpilor de orice fel sau trotuarelor prin diverse metode grafice, astfel cum este prevăzut în prezentul regulament, se sancționează cu amendă cuprinsă între minim 1.000 lei și maxim 2.500 lei și obligarea operatorului de publicitate la restabilirea situației anterioare, iar în caz de neconformare suportarea cheltuielilor efectuate de Primăria Brașov pentru aducerea imobilului în situația anterioară.

m) încălcarea sub orice formă a dispozițiilor Legii 148/26.06.2000 - privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare și a Legii nr. 457/2004 - privind publicitatea și sponsorizarea pentru produsele din tutun privind conținutul materialelor publicitare și mesajelor publicitare transmise de orice formă de firmă și reclamă, oricare ar fi mijlocul de comunicare ce face posibil transferul informației, se sancționează cu amendă între minim 500 lei și maxim 2.500 lei.

ART. 77 Constatarea contravențiilor

(1) În interiorul Zonei Z.P.R. (Zona de Publicitate Restrânsă) Poliția Locală va efectua controale regulate (minim două pe lună) pentru asigurarea respectării prezentului Regulament.

(2) În interiorul Zonei Z.P.L. (Zona de Publicitate Lărgită) Poliția Locală va efectua controale regulate (la interval nu mai mare de 6 luni) pentru asigurarea respectării prezentului Regulament.

(3) Constatarea contravențiilor și aplicarea sancțiunilor prevăzute în prezentul Regulament se realizează conform Ordoanaței Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, de către:

a) Poliția Locală Brașov;

b) Primarul Municipiului Brașov și împuterniciți ai Primarului.

CAPITOLUL VIII

DISPOZIȚII FINALE

ART. 78 Dispoziții finale și tranzitorii

(1) În vederea asigurării respectării prevederilor prezentului Regulament corelat cu situația de fapt din teren, Primăria Municipiului Brașov, cu sprijinul poliției Locale, va identifica și va notifica proprietarii de mijloace de publicitate a căror amplasare nu corespunde cu reglementările în vigoare, astfel încât se va dispune dezafectarea pentru:

- a) panourile situate pe domeniul public și privat al Municipiului Brașov, 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 fiscal a acestuia;
- b) panourile situate pe proprietatea persoanelor fizice și 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 fiscal a acestuia;

(2) Notificările de dezafectare, transmise titularilor de panouri publicitare până la intrarea în vigoare a prezentului Regulament, produc efectele juridice, inclusiv cu aplicarea sancțiunilor prevăzute la Cap.VIII Sancțiuni, nefiind necesară înaintarea unor notificări repetate de dezafectare.

(3) Mijloacele de publicitate autorizate până la data intrării în vigoare a prezentului Regulament vor fi menținute pe amplasamentele autorizate până la data expirării contractelor de ocupare a locațiilor pe care se află mijloacele de publicitate sau a contractelor de servicii de publicitate, dar nu mai târziu de 3 luni de la data aprobării prezentului regulament.

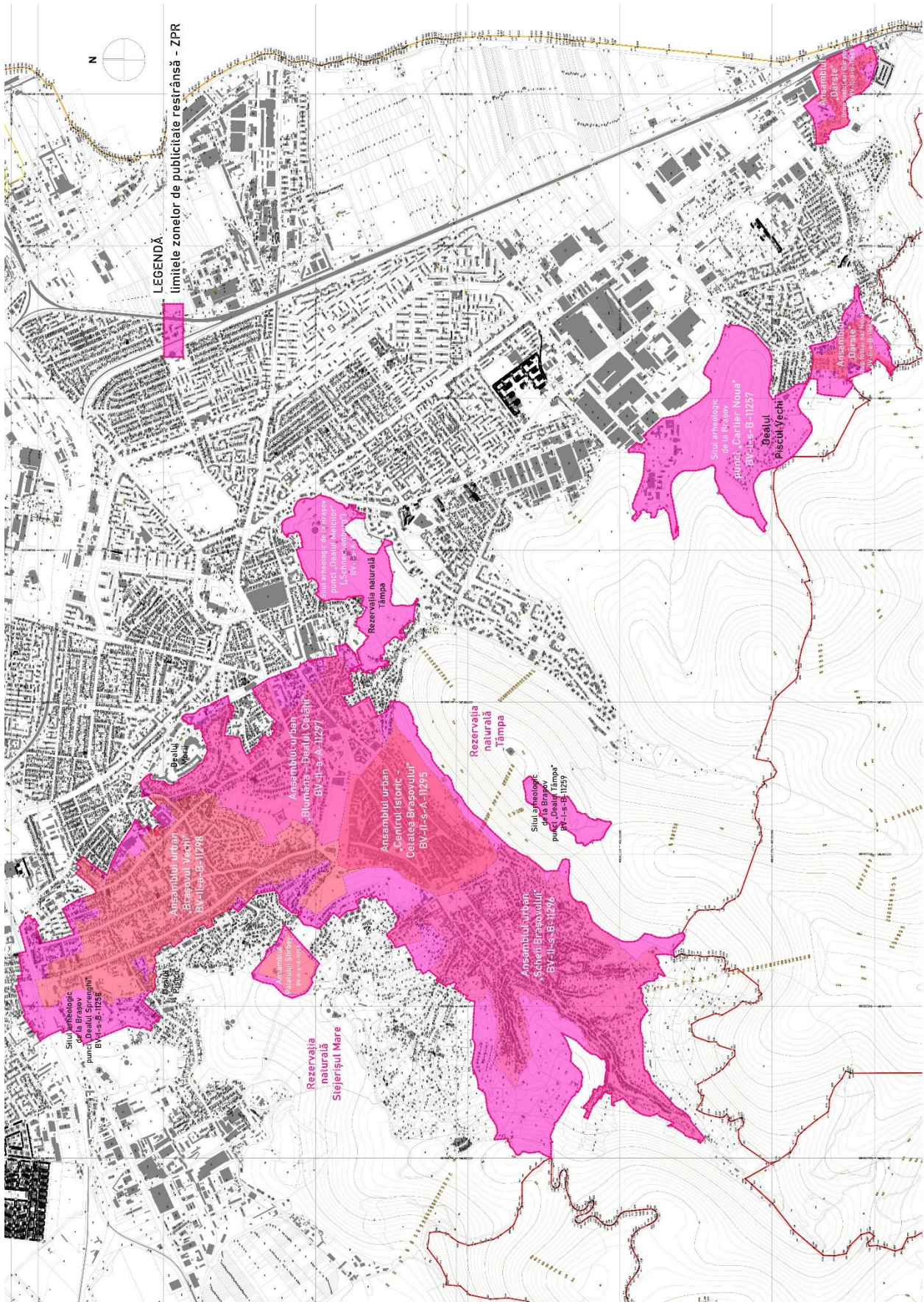
(4) În cazul nerespectării prevederilor de la alin (3), Primăria Municipiului Brașov va dispune sancționarea și dezafectarea mijloacelor de publicitate, în conformitate cu dispozițiile prezentului Regulament.

(5) În conformitate cu dispozițiile art. 4 alin. (1) din O.U.G. nr.2/12.07.2021 privind regimul juridic al contravențiilor, sancțiunile stabilite la art. 76 din prezentul Regulament vor fi aplicate după 30 zile calendaristice de la data publicării prezentului Regulament.

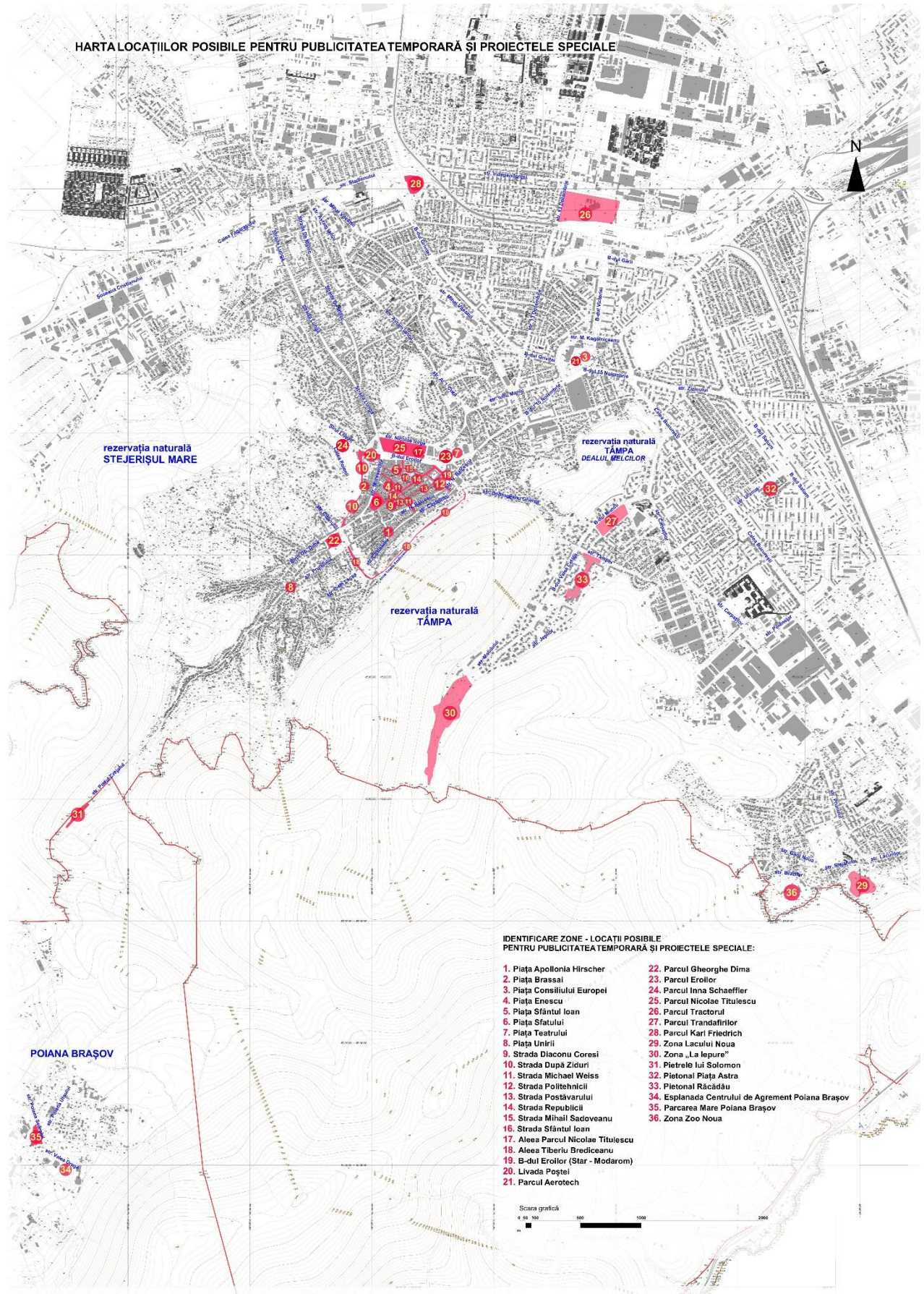
CAPITOLUL IX

ANEXE

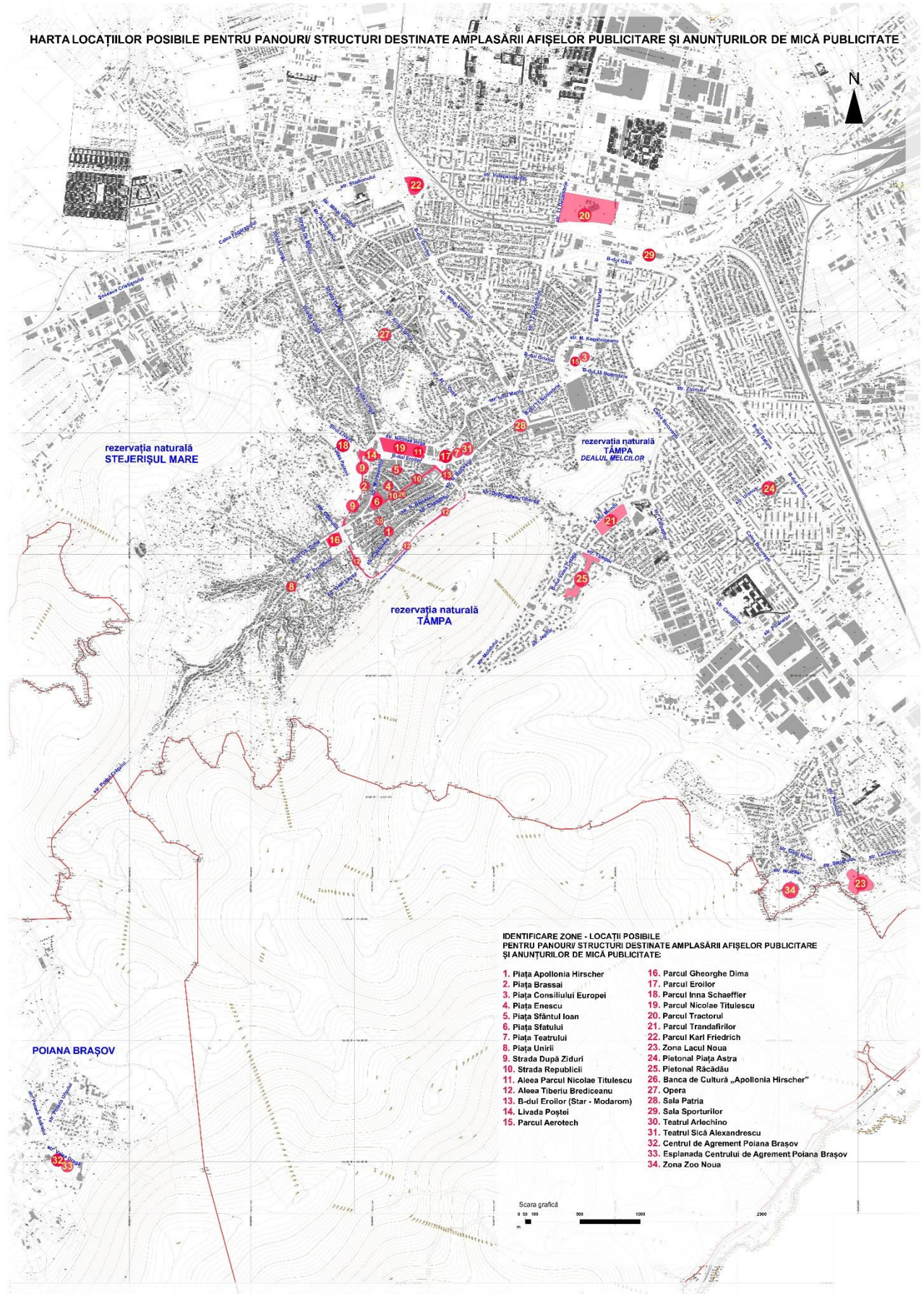
ANEXA 1. Harta zonelor de publicitate restrânsă - ZPR



ANEXA 2. Harta locațiilor posibile pentru publicitatea temporară și proiectele speciale



ANEXA 3. Harta locațiilor posibile panouri/ structuri pentru afișe și mică publicitate



ANEXA 4- Listă locații posibile pentru panouri destinate afișelor electorale

Amplasamentele pentru panouri destinate afișelor electorale în ZPR

Nr. crt.	Zona	Nr. panouri(buc)
1	Promenadă – vis –a – vis Oficiul PTTR 1	8
2	Promenadă – vis –a – vis ARO	10
3	Piața Unirii	8

Amplasamentele pentru panouri destinate afișelor electorale în ZPL

Nr. Crt.	Zona	Nr. panouri (buc)
1.	B-dul M. Kogălniceanu – Primăria Nouă	10
2.	B-dul Gării – Gară CFR	8
3.	B-dul Valea Cetății – la lac	8
4.	B-dul Muncii – Parcul Trandafirilor	8
5.	Cap linie troleibuz 31 – Valea Cetății	8
6.	Valea Cetății - blocuri	8
7.	Str. Brazilor (Noua – la Alimentară)	8
8.	Str. Stejarului - Noua	8
9.	Noua – cartierul nou	4
10.	Str. Hărmanului (Autogara nr.3)	8
11.	Str. Hărmanului (Pasaj Triaj)	8
12.	B-dul Saturn – Complex Saturn	8
13.	B-dul Saturn - Micșunica	8
14.	Str. Carpaților – zona Metrom	8
15.	Str. Zizinului – str. Traian	8
16.	Calea București – Parc Berzei	8
17.	Calea București – B-dul Saturn	8
18.	Str. Stadionului – Complex Bartolomeu	8
19.	Str. Molnar Janos (Bartolomeu Nord)	8
20.	Avangarden 1,2,3	8

21.	13 Decembrie – Griviței	8
22.	13 Decembrie – Str. Independenței	8
23.	Str. Olteț	8
24.	Cartier Stupini - Biserică	8
25.	Poiana Brașov – Parcarea Mare	8

ANEXA 5

Formulare orientative pentru cererile și avizele menționate în regulament.

F1: Model Cerere pentru emiterea avizului de publicitate temporară

F2: Model Cerere pentru prelungirea avizului de publicitate temporară

F3: Model Cerere pentru emiterea Avizului Arhitectului Șef

F4: Model Aviz Arhitect Șef

F5: Model Aviz de publicitate temporară

NOTĂ! Forma lor finală va fi stabilită prin procedurile operaționale interne ale departamentelor din cadrul Primăriei Municipiului Brașov responsabile cu emiterea documentelor menționate.

F1: Model Cerere pentru emiterea avizului de publicitate temporară

CERERE pentru emiterea avizului de publicitate temporară

Subsemnatul¹⁾ _____ CNP |__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|, cu domiciliul²⁾ în județul Brașov, municipiul Brașov, cod poștal _____ strada _____, nr. _____ bloc _____, scara _____, apart. _____, telefon _____, email _____

în calitate de reprezentant al _____, CUI _____

În conformitate cu **LEGEA nr. 185 din 25 iunie 2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate (*republicată*) și Regulamentului de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în zonele de publicitate ale Municipiului Brașov aprobat cu HCL nr. ____ / _____** solicit emiterea Avizului pentru publicitate temporară în scopul:

A. Amplasării mijloacelor de publicitate de tipul:

- Echipamente mobile de informare ³⁾
- bannerelor ³⁾
- steagurilor publicitare ³⁾
- publicității temporare și proiectelor publicitare speciale, în cazul mijloacelor de publicitate (care nu necesită fundații sau soluții de ancorare complexe) ³⁾

B. Amplasarea de afișe publicitare/ colante pe suporturi existente de tipul:

- panourilor pentru afișe publicitare și anunțuri de mică publicitate ⁴⁾
- mobilierului urban, numai cu încadrarea în special spațiile/ suprafețele dedicate afișajului publicitar, conform proiectului autorizat al obiectului de mobilier urban⁴⁾

În cadrul campaniei publicitare și / sau activității de promovare:

care se desfășoară pe domeniul public sau privat al statului / al unității administrativ - teritoriale / pe proprietatea privată a persoanelor fizice și juridice: imobilul ⁵⁾ - terenul și / sau construcțiile. situat în municipiul Brașov, strada _____ nr. CF _____, nr. cadastral _____ sau identificat prin _____

1) **Numele și prenumele solicitantului**

2) **Adresa solicitantului**

3) **Pentru emiterea avizului de publicitate temporară pentru mijloacele de publicitate enunțate la punctul A, se vor anexa următoarele:**

- a) cererea tip, conform Anexei nr. 3 la prezentul regulament;
- b) avizul Direcției Județene de Cultură (în cazul ZPR);
- c) avizul Arhitectului Șef însoțită de o documentația aferentă vizată spre neschimbare;
- d) alte avize/ acorduri în funcție de tipul inserției temporare propuse (ex. racord rețea electrică etc.);
- e) acordul proprietarilor spațiului/ terenului/ locației/ elemente de susținere existente, după caz;
- f) dovada achitării taxei pentru ocuparea domeniului public;

4) **Pentru emiterea avizului de publicitate temporară se vor anexa următoarele:**

- a) cerere tip, conform Anexei nr. 3 la prezentul regulament;
- b) copie a colantei/afișului publicitar;
- c) declarație pe proprie răspundere în ceea ce privește numărul total de colante/afise, suprafața publicitară totală și perioada de expunere.
- d) Taxă afișaj

5) **Date de identificare a imobilului - teren și/sau construcții**

Notă!

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

DECLARAȚII PE PROPRIA RĂSPUNDERE:

Am luat la cunoștință de consecințele privind falsul în declarații prevăzut de art. 326 din Codul Penal; Am luat la cunoștință de lista privind actele necesare (unde este cazul).

MODALITATEA DE PRIMIRE A DOCUMENTELOR SOLICITATE:

- Online - prin accesare servicii electronice, www.brasovcity.ro, sau la e-mail-ul declarat în formular.
- Prin serviciul poștal, la adresa de corespondență declarată în formular.

Direct de la Biroul Ridicări Documente din cadrul Primăriei Municipiului Brașov (camera 1, parter).

Document care conține date cu caracter personal, prelucrate conform prevederilor Regulamentului (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului Uniunii Europene.

Timp estimativ de completare: 10 minute.

Semnătura

L.S.

Data: _____

DECLARAȚII PE PROPRIA RĂSPUNDERE:

Am luat la cunoștință de consecințele privind falsul în declarații prevăzut de art. 326 din Codul Penal; Am luat la cunoștință de lista privind actele necesare (unde este cazul).

MODALITATEA DE PRIMIRE A DOCUMENTELOR SOLICITATE:

- Online - prin accesare servicii electronice, www.brasovcity.ro, sau la e-mail-ul declarat în formular.
- Prin serviciul poștal, la adresa de corespondență declarată în formular.

Direct de la Biroul Ridicări Documente din cadrul Primăriei Municipiului Brașov (camera 1, parter).

Document care conține date cu caracter personal, prelucrate conform prevederilor Regulamentului (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului Uniunii Europene.

Timp estimativ de completare: 10 minute.

Semnătura

L.S.

Data: _____

F3: Model Cerere pentru emiterea Avizului Arhitectului Șef

CERERE pentru emiterea Avizului Arhitectului Șef

Subsemnatul ¹⁾ _____ CNP |__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|__,
cu domiciliul²⁾ în județul Brașov, municipiul Brașov, cod poștal _____ strada _____,
nr. _____ bloc _____, scara _____, apart. _____, telefon _____, email _____

în calitate de reprezentant al _____, CUI _____

În conformitate cu Regulamentul de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în zonele de publicitate ale Municipiului Brașov aprobat cu HCL nr. ____ / _____, solicit emiterea Avizului Arhitectului Șef pentru amplasarea de mijloace de publicitate temporară.

În vederea emiterii avizului, anexez următoarele:

- a) cererea tip
- b) extras de Carte Funciară a imobilului pe care urmează a fi amplasat mijlocul de publicitate, cu altă destinație decât cea de locuire, nu mai vechi de 30 de zile;
- c) plan de încadrare în zonă, la o scară relevantă pentru obiectivul prezentat;
- d) plan de situație, la o scară relevantă pentru obiectivul prezentat, pe care va fi marcat vizibil locul de amplasare a mijlocului de publicitate și cotate față de repere fixe, identificabile;
- e) situația existentă, în cadrul unui documentar fotografic în conformitate cu situația actuală din teren. În situația mijloacelor de publicitate amplasate pe fațadă, documentarul va include, pe lângă fațada vizată și fațadele clădirilor imediat învecinate. Prezentarea fațadelor vizate va cuprinde toate mijloacele publicitare existente, precum alte obiecte/ elemente auxiliare, după caz (corpuri de iluminat, suporturi pentru steaguri, camere de supraveghere, aparate de aer condiționat, accesorii rețele edilitare etc.).
- f) grafica mijloacelor de publicitate propuse, la scară, precum și o simulare fotografică din care să rezulte culorile folosite, dimensiunile și detalierea sistemului de prindere ce va fi folosit. În cazul firmelor/ obiectelor luminoase/ iluminate se vor prezenta argumentele potrivit cărora acestea nu amplifică poluarea luminoasă a zonei (alte obiecte luminoase/ iluminate existente deja pe fațadă sau în vecinătate etc.).
- g) elevații/ secțiuni sau alte piese desenate la o scară relevantă pentru obiectivul prezentat, pe care va fi marcat vizibil locul de amplasare a mijlocului de publicitate și cotate față de repere fixe, identificabile – ex. înălțimea liberă față de cota amenajată a trotuarului
- h) detaliul de execuție a modului de ancorare ca siguranță, verificat la cerința fundamentală rezistență mecanică și stabilitate (Legea nr. 10/1995 privind calitatea în construcții).
- i) avizul Direcției Județene de Cultură, în cazul ZPR; Se va avea în vedere prezentarea documentației complete avizate (parte scrisă + parte desenată).

Notă!

Avizul Arhitectului Șef este valabil pe perioada de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară.

- 1) **Numele și prenumele solicitantului**
2) **Adresa solicitantului**
3) **Date de identificare a imobilului - teren și/sau construcții**
-

DECLARAȚII PE PROPRIA RĂSPUNDERE:

Am luat la cunoștință de consecințele privind falsul în declarații prevăzut de art. 326 din Codul Penal; Am luat la cunoștință de lista privind actele necesare (unde este cazul).

MODALITATEA DE PRIMIRE A DOCUMENTELOR SOLICITATE:

- Online - prin accesare servicii electronice, www.brasovcity.ro, sau la e-mail-ul declarat în formular.
 Prin serviciul poștal, la adresa de corespondență declarată în formular.
 Direct de la Biroul Ridicări Documente din cadrul Primăriei Municipiului Brașov (camera 1, parter).

Document care conține date cu caracter personal, prelucrate conform prevederilor Regulamentului (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului Uniunii Europene.

Timp estimativ de completare: 10 minute.

Semnătura

L.S.

Data: _____

F4: Model Aviz Arhitect Șef

Aviz Arhitect Șef nr. _____ din _____

Ca urmare a cererii adresate de ¹⁾ _____ CNP |__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|, cu domiciliul²⁾ în județul Brașov, municipiul Brașov, cod poștal _____ strada _____, nr. _____ bloc _____, scara _____, apart. _____, telefon _____, email _____

în calitate de reprezentant al _____, CUI _____

în conformitate cu **Regulamentul de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în zonele de publicitate ale Municipiului Brașov aprobat cu HCL nr. ____ / _____**

Se avizează

pe domeniul public sau privat al statului / al unității administrativ - teritoriale / pe proprietatea privată a persoanelor fizice și juridice: imobilul³⁾ - terenul și / sau construcțiile. situat în municipiul Brașov, strada _____ nr. CF _____, nr. cadastral _____ sau identificat prin _____

Avizat
Arhitect Șef

Verificat
Intocmit
Nr. ex.

¹⁾ Numele și prenumele solicitantului

²⁾ Adresa solicitantului

³⁾ Date de identificare a imobilului - teren și/sau construcții

F5: Model Aviz de publicitate temporară

Aviz de publicitate temporară nr. _____ din _____

Ca urmare a cererii adresate de ¹⁾ _____ CNP |__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|, cu domiciliul²⁾ în județul Brașov, municipiul Brașov, cod poștal _____ strada _____, nr. _____ bloc _____, scara _____, apart. _____, telefon _____, email _____

în calitate de reprezentant al _____, CUI _____

în conformitate cu **Regulamentul de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în zonele de publicitate ale Municipiului Brașov aprobat cu HCL nr. ____ / _____**,

Se avizează

pe domeniul public sau privat al statului / al unității administrativ - teritoriale / pe proprietatea privată a persoanelor fizice și juridice: imobilul³⁾ - terenul și / sau construcțiile. situat în municipiul Brașov, strada _____ nr. CF _____, nr. cadastral _____ sau identificat prin _____

Taxa pentru emiterea avizului de publicitate temporară în valoare de lei a fost achitată conform Chitanței nr. din

În conformitate cu LEGEA nr. 185 din 25 iunie 2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate (*republicată*) și Regulamentului de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în zonele de publicitate ale Municipiului Brașov aprobat cu HCL nr. ____ / _____, se prelungește valabilitatea Avizului de publicitate temporară de la data de până la data de După această dată, o nouă prelungire a valabilității nu este posibilă, solicitantul urmând să obțină, în condițiile legii, o altă autorizație de construire/desființare.

Data prelungirii valabilității :

Achitat taxa de : lei, conform Chitanței nr. din..... Transmis solicitantului la data de direct/prin poștă.

Primarul
Municipiului Brașov

Avizat
Verificat
Intocmit
Nr. ex.

¹⁾ Numele și prenumele solicitantului

²⁾ Adresa solicitantului

³⁾ Date de identificare a imobilului - teren și/sau construcții