



PROIECT

HOTĂRÂRE

privind aprobarea Regulamentului local de publicitate

Având în vedere Referatul de aprobare înregistrat cu nr. 11951/12.03.2025 și Raportul Direcției generale Arhitect-șef, Direcția urbanism, amenajarea teritoriului, cadastru și administrativ, Serviciul urbanism, amenajarea teritoriului, cadastru și fond funciar nr. 11952/12.03.2025,

În conformitate cu prevederile Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, republicată, ale H.G. nr. 518/2023 pentru aprobarea documentației de urbanism „Reactualizarea Planului urbanistic general al municipiului Suceava, județul Suceava”, ale O.U.G. nr. 57/2019 privind Codului Administrativ, cu modificările și completările ulterioare, ale Legii nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, republicată, ale Legii nr. 148/2000 privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare, ale Legii nr. 227/2015 privind Codul Fiscal, cu modificările și completările ulterioare, ale O.G. nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, cu modificările și completările ulterioare, ale O.G. nr. 43/1997 privind regimul drumurilor, republicată, ale Legii nr. 287/2009 privind Codul Civil, republicată, ale Legii nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică cu completările ulterioare, republicată și ale Legii nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public, cu modificările și completările ulterioare,

În baza dispozițiilor art. 129, alin. (2), lit. b), alin. (4), lit. e), art. 136, art. 139, alin. (1) și art. 196, alin. (1), lit. a) din O.U.G. nr. 57/2019 privind Codul Administrativ,

HOTĂRĂȘTE:

Art. 1. Se aprobă **Regulamentul local de publicitate** privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate în municipiul Suceava, conform Anexei, care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

Art. 2. Începând cu data prezentei hotărâri se abrogă prevederile H.C.L. nr. 26/27.02.2014.

Art. 3. Primarul Municipiului Suceava, prin aparatul de specialitate va aduce la îndeplinire prevederile prezentei hotărâri.

INIȚIATOR,

PRIMAR,

Ec. VASILE RÎMBU



AVIZAT,

SECREȚAR GENERAL AL MUNICIPIULUI,
Jrs. IOAN CIUTAC

VIZAT
Direcția juridică și acte administrative,
Director executiv,

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized, overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

REFERAT DE APROBARE
privind aprobarea Regulamentului local de publicitate

Conform prevederilor Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, republicată, autoritățile administrației publice locale și centrale trebuie să elaboreze Regulamente locale de publicitate. Astfel a fost întocmit prezentul Regulament local de publicitate privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate în municipiul Suceava.

Regulamentul local de publicitate stabilește care sunt zonele de publicitate restransă și care sunt zonele de publicitate lărgită, care sunt categoriile de mijloace de publicitate admise pentru fiecare dintre aceste zone, regulile generale privind stabilirea și amplasarea mijloacelor de publicitate în teritoriul administrativ al municipiului Suceava.

În vederea punerii în aplicare a prevederilor Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, republicată, primarul Municipiului Suceava, în aria sa de competență, prin direcția specializată privind amenajarea teritoriului și urbanismul, are următoarele obligații :

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

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

În acest sens, în baza Dispoziției de primar nr. 3622/ 27.11.2024 a fost constituit Grupul de lucru care a elaborat Regulamentul local de publicitate, în următoarea componență:

1. Ioan Lungu - Arhitect Șef - Primăria Municipiului Suceava
2. Ovidiu Doroftei - Director executiv Poliția Locală Suceava
3. Cerasela Manuela Bejenar - Director executiv Direcția Urbanism, Amenajarea Teritoriului, Cadastru și Administrativ - Primăria Municipiului Suceava
4. Camelia Damian - Director executiv Direcția Patrimoniu – Primăria Municipiului Suceava
5. Daniel Bogdan Șincari – Comisar șef de poliție Poliția municipiului Suceava – Biroul rutie
6. Elena Hison - Arhitect
7. Andreea Roxana Manole - Arhitect
8. Corina Monica Roncea - Arhitect
9. Daniela Sorina Sfeciș - Direcția Județeană pentru Cultură Suceava
10. Vasile Hapciuc – Agenția pentru Protecția Mediului Suceava

Față de cele mai sus arătate, vă propun spre dezbateri și aprobare Proiectul de Hotărâre privind aprobarea Regulamentului local de publicitate, în forma prezentată.

PRIMARUL MUNICIPIULUI SUCEAVA,
Ec. VASILE RÎMBU



PRIMĂRIA MUNICIPIULUI SUCEAVA

Direcția generală Arhitect-șef

Direcția urbanism, amenajarea teritoriului, cadastru și administrativ

Serviciul urbanism, amenajarea teritoriului, cadastru și fond funciar

Nr. 11952 din 12.03.2025

A P R O B,

PRIMAR,

Ec. VASILE RÎMBU



RAPORTUL DIRECȚIEI DE SPECIALITATE

Direcția generală Arhitect-șef, Direcția urbanism, amenajarea teritoriului, cadastru și administrativ, Serviciul urbanism, amenajarea teritoriului, cadastru și fond funciar din cadrul Primăriei municipiului Suceava, înaintează spre deliberare în Consiliul Local al municipiului Suceava proiectul de hotărâre privind aprobarea Regulamentului local de publicitate privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate în municipiul Suceava.

Legalitatea proiectului este susținută de prevederile legislației în vigoare, și anume: Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, republicată, H.G. nr. 518/2023 pentru aprobarea documentației de urbanism „Reactualizarea Planului urbanistic general al municipiului Suceava, județul Suceava”, O.U.G. nr. 57/2019 privind Codul Administrativ, cu modificările și completările ulterioare, Legea nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, republicată, Legea nr. 148/2000 privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare, Legea nr. 227/2015 privind Codul Fiscal, cu modificările și completările ulterioare, O.G. nr. 2/2001, privind regimul juridic al contravențiilor, cu modificările și completările ulterioare, O.G. nr. 43/1997 privind regimul drumurilor, republicată, Legea nr. 287/2009 privind Codul Civil, republicată, Legea nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică cu completările ulterioare, republicată și Legea nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public, cu modificările și completările ulterioare.

Arhitect-șef,
Ioan Lungu

Director executiv,
Cerasela Manuela Bejenar

Șef serviciu,
Xenia Vodă

PRIMĂRIA MUNICIPIULUI SUCEAVA
Nr. 1853 din 12.03.2025

NOTĂ DE FUNDAMENTARE

Conform prevederilor Legii nr. 185 din 25 iunie 2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, republicată considerăm oportună aprobarea proiectului de hotărâre în forma prezentată alăturat.

Precizăm că oportunitatea acestui proiect de hotărâre este motivată de asigurarea condițiilor pentru un cadru construit coerent și armonios, pentru protecția valorilor mediului natural și antropic, pentru preservarea calității peisajului și a cerințelor privind asigurarea calității în construcții pe raza teritorial administrativă a Municipiului Suceava.

PRIMARUL MUNICIPIULUI SUCEAVA,
Ec. VASILE RÎMBU



Regulament Local de Publicitate
supus procedurii de transparenta decizionala.

REGULAMENT LOCAL DE PUBLICITATE

Cap. I – Dispoziții generale

Art. 1 Prezentul regulament stabilește cadrul legal care stă la baza exercitării activității de amplasare a mijloacelor de publicitate, reclamă și afișaj, în vederea asigurării condițiilor pentru un cadru construit coerent și armonios, pentru protecția valorilor mediului natural și antropic, pentru preservarea calității peisajului și a cerințelor privind asigurarea calității în construcții, fiind elaborat în conformitate cu:

- Legea nr. 185 din 25.06.2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, republicată;
- H.G. nr. 518 din 26.05.2023 pentru aprobarea documentației de urbanism „Reactualizarea Planului urbanistic general al municipiului Suceava, județul Suceava”;
- Codul Administrativ aprobat prin Ordonanța 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, cu modificările și completările ulterioare;
- Legea nr. 50 din 29.07.1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- Legea nr. 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, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordonanța Guvernului nr. 43 din 28.08.1997 privind regimul drumurilor, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- Legea nr. 287 din 17.07.2009 privind Codul Civil, republicată.

Art. 2 Prevederile prezentului regulament se aplică posesorilor de firme, operatorilor de publicitate, precum și executanților de astfel de lucrări ce își desfășoară activitatea pe domeniul public și/sau privat al municipiului Suceava, precum și beneficiarilor reclamei și a proprietarilor de imobile pe care sunt amplasate mijloace publicitare.

Art. 3 Definirea unor termeni utilizați pe parcursul prezentului regulament:

- 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. (Ordonanța 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* - suport pentru mesajul publicitar confecționat din folie sintetică sau din material textil, în mod obișnuit cu formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice;
- 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 regulă, 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,

Definirea 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) *clădire aflată în stare de deteriorare* - clădire care prezintă deteriorări ale fațadelor și/sau ale elementelor decorative ale acestora, de natura crăpăturilor, exfolierilor, desprinderilor, dezvelirilor de pe suportul constructiv;

9) *culoare neutră* – culori greu de remarcat întrucât nu trezesc emoții, idei sau senzații. Sunt neutre griurile în toate tonalitățile sale, bejurile și diferitele nuanțe de maron și brun;

10) *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;

11) *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;

12) *firmă* - orice inscripție, formă sau imagine atașată unei clădiri, cu referire la un operator economic sau la o activitate care se desfășoară în interiorul clădirii;

13) *incintă* - suprafața de teren înconjurată din toate părțile de construcții, de amenajări sau împrejmuiuri;

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

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

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

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

- 18) *non culoare* – albul, negrul și toată gama griurilor pe care o poate forma amestecul celor două culori;
 - 19) *panou publicitar mobil* - panou publicitar de dimensiuni reduse, amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate;
 - 20) *panou publicitar*- structură provizorie folosită pentru afișarea unui mesaj publicitar;
 - 21) *panou tip city light* - panou de tip casetă luminoasă, de dimensiuni mici și iluminare din interior cu tuburi de neon;
 - 22) *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;
 - 23) *panou tip unipol* - structură de rezistență care se amplasează pe suport propriu - un singur stâlp de susținere din țeava metalică - la o înălțime față de sol mai mare de 5 m;
 - 24) *tv screen* - panou publicitar electronic pentru transmiterea de mesaje publicitare prin afișarea spotului publicitar în format video;
 - 25) *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);
 - 26) *proiect publicitar special* - construcție provizorie atipică, creată special în scopul promovării unui produs, a unui serviciu sau eveniment și care nu are în alcătuirea sa elemente de fundație și/sau structuri publicitare clasice;
 - 27) *promovare* - ansamblu de activități și mijloace folosite pentru a difuza un produs sau serviciu pe piață;
 - 28) *publicitate* - totalitatea modalităților și instrumentelor specifice utilizate pentru a facilita cunoașterea și aprecierea de către consumatori a anumitor produse, servicii sau pentru a informa publicul asupra unor evenimente, a destinației unor spații, lansări de produse, deschideri de magazine și altele asemenea, precum și orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artisanale sau liber-profesionale având ca scop promovarea vânzării de bunuri și servicii, de drepturi și obligații;
 - 29) *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) ;
 - 30) *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;
 - 31) *publicitate pe vehicule* - publicitate realizată prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau vopsirea vehiculelor în scopuri publicitare;
 - 32) *publicitate stradală (outdoor)* - publicitate efectuată în spații deschise, în exteriorul clădirilor;
 - 33) *publicitate temporară* - publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestații culturale sau sportive, precum și pentru acțiuni de promovare de produse sau activități (pentru o perioadă de 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 pliante, 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);
- 34) *reclamă publicitară* - activitate prin care o persoană fizică sau juridică promovează un brand, marcă,

serviciu, informație utilă, activitate, produs, idee, folosind mijloace de promovare cunoscute în scopul de a convinge, a face cunoscut sau a atenționa publicul larg;

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

36) *sistem publicitar* – structură (poate fi o construcție provizorie sau o confecție dintr-un material nealterabil) ce servește drept suport pentru mesajele publicitare;

37) *structură de publicitate autoportantă* - cadru suport amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate, pe care sunt dispuse fețe realizate din materiale ușoare de tip mesh, plasă fină, pânză și altele asemenea, pe care se află imprimare reclame și mesaje publicitare;

38) *totem publicitar*- structură constructivă sub formă de coloană inscripționată cu texte și elemente grafice prin care o persoană fizică/juridică își identifică activitatea, amplasată în dreptul spațiului și numai pe perioada în care își desfășoară activitatea, fără a perturba activitatea altor operatori economici și profilul transversal al străzii permite circulația fluentă atât pietonal cât și rutier;

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;

39) *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. Este utilizat ca suport publicitar mobil. A fost construit, transformat sau decorat în special în scopuri publicitare și servește în primul rând pentru a transmite imaginea către consumator;

40) *suprafață vitrată* - element constructiv care permite luminarea naturală a unui spațiu interior dar și comunicarea vizuală exterior/interior;

41) *sticlă sablată* - sticlă cu aspect înghețat;

42) *prisma* - element constructiv mărginit de fețe plane, egale și paralele care formează cele două baze, iar celelalte, în formă de paralelogram formează fețele laterale;

43) *zona drumului public* - cuprinde: ampriza, zonele de siguranță și zonele de protecție (Ordonanța nr. 43 din 1997 privind regimul drumurilor, art. 14);

44) *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 (Ordonanța Guvernului nr. 43 din 1997 privind regimul drumurilor, art. 16);

45) *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 (Ordonanța Guvernului nr. 43 din 1997 privind regimul drumurilor, art. 17).

Cap. II - Aprobarea executării/dezafectării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate

Art. 4 (1) Aprobarea amplasării, executării lucrărilor, menținerii mijloacelor de publicitate, respectiv desființării acestora, pe fațadele clădirilor sau ale celor care au un sistem propriu de susținere în raport cu pământul se poate realiza numai în condițiile emiterii autorizației de construire, respectiv de desființare.

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

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

(4) Proprietarii imobilelor care și-au dat acordul pentru amplasarea mijloacelor de publicitate sunt obligați, în condițiile alin. (1), să solicite executantului construcției suportului publicitar autorizația de construire. Deținătorii mijloacelor publicitare/proprietarii imobilelor pe care sunt amplasate mijloace publicitare (persoane fizice/juridice) au obligația de a prezenta organelor de control, polițiștilor locali din cadrul Poliției locale Suceava, documentele care au stat la baza amplasării mijloacelor publicitare - autorizația de construire/act doveditor pentru dreptul de folosință al imobilului.

(5) Nu se eliberează autorizație de construire pentru amplasarea de mijloace publicitare pe imobile cu construcții neautorizate și/sau construcții la care au fost făcute intervenții neautorizate.

Art. 5 Actele și conținutul cadru al documentației pentru avizare/autorizare:

(1) **Certificatul de urbanism** - este actul de informare, prin care solicitantului i se fac cunoscute condițiile necesare autorizării, inclusiv lista avizelor și acordurilor. Se eliberează solicitantului (persoană fizică sau persoană juridică) în baza unei documentații compuse din:

- cerere tip completată care va cuprinde atât elementele de identificare a imobilului pentru care se solicită certificatul de urbanism, respectiv localitatea, număr cadastral și număr de carte funciară, unde este cazul cât și elementele care definesc scopul solicitării;
- plan de situație la scara 1:500 sau plan de încadrare în zonă, pe care va fi marcat vizibil amplasamentul propus;
- se recomandă ca cererea să conțină un plan cu 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.);
- documentul de plată a taxei pentru eliberarea certificatului de urbanism (copie).

(2) **Autorizația de construire** - este actul administrativ care permite amplasarea mijloacelor de publicitate. Se eliberează solicitantului (de regulă deținătorului unui titlu asupra imobilului, teren sau construcție), în baza unei documentații compuse din:

- cerere tip completată cu elementele de identificare ale beneficiarului, cu precizarea scopului solicitării actului;
- act doveditor pentru dreptul de folosință al imobilului;
- certificat de urbanism (copie) aflat în termen de valabilitate;
- documentația tehnică întocmită conform legii cu conținut simplificat (care trebuie să conțină: memoriu tehnic, detalii de prindere, foto/desfășurată stradală/întreaga fațadă a imobilului, simulare fotografică înainte și după amplasare sau desfășurată stradală/întreaga fațadă cu simularea fotografică, din care să rezulte culorile folosite, dimensiunile, materialele din care se

va executa, precum și poziționarea mijlocului publicitar, inclusiv în raport cu alte mijloace publicitare existente pe același suport și în vecinătate) - 2 ex.;

- documentele, avizele și acordurile solicitate prin certificatul de urbanism;
- documentul de plată a taxei pentru eliberarea autorizației de construire;
- dovada depunerii declarației de impunere pentru stabilirea taxei de afișaj în scop de reclamă și publicitate, cu excepția operatorilor de publicitate.

(3) **Avizul pentru publicitate temporară** este actul care permite amplasarea sistemelor publicitare (panouri publicitare mobile, afișe, postere, mesh-uri, standuri publicitare etc) folosite ca mesaj în cadrul unor campanii publicitare pentru activitățile de promovare pe termen scurt, care se desfășoară pe domeniul public sau privat (festivaluri, târguri, expoziții, lansări de produse, distribuiri de mostre și tipărituri, manifestări cu ocazia unor evenimente speciale cu caracter social, politic, cultural - distractiv, comercial, turistic, sportiv etc) strict pe perioada campaniilor. Se eliberează solicitantului (persoană fizică sau persoană juridică) în baza unei documentații compuse din:

- cerere tip completată cu elementele de identificare ale beneficiarului, cu precizarea scopului solicitării actului;
- grafica reclamei, precum și desfășurată stradală cu simulare fotografică, din care să rezulte culorile folosite, dimensiunile, materialele din care se va executa, precum și poziționarea mijlocului publicitar, inclusiv în raport cu alte mijloace publicitare existente pe același suport și în vecinătate;
- acordul proprietarului imobilului pe care va fi amplasat sistemul publicitar;
- documentele de plată pentru emiterea avizului de publicitate temporară: taxa de reclamă (cu excepția operatorilor de publicitate) și taxa de ocupare a domeniului public în situația în care activitatea de promovare se desfășoară pe domeniul public sau privat al municipiului Suceava.

Art. 6 (1) În cazul expirării termenului de autorizare provizorie a construcției publicitare, conform prevederilor art. 4 alin. (2), iar acest termen nu a fost prelungit, proprietarul suportului publicitar și cel al imobilului, pe care este amplasată construcția-suport, sunt obligați, sub sancțiunea legii, să desființeze construcția suport pentru mijlocul de publicitate și să aducă imobilul la starea inițială, pe cheltuiala proprie.

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

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

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

Art. 7 (1) Pentru amplasarea mijloacelor de publicitate care nu necesită fundații (temporară), utilizate în cadrul unor campanii publicitare și/sau activități de promovare ce nu depășesc 30 de zile, care se desfășoară pe domeniul public sau privat al statului ori al unității administrativ-teritoriale sau pe proprietatea privată a persoanelor fizice și juridice, în condițiile prezentei legi, autoritatea administrației publice locale emite acordul pentru publicitate temporară, la cererea solicitanților, în condițiile legii și ale prezentului regulament.

(2) Perioada de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară prevăzută la art. 5 alin. (3) 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.

(3) La expirarea perioadei de aprobare a amplasării mijlocului de publicitate temporară, solicitantul are obligația de a desființa construcția și de a aduce amplasamentul pe care a fost montată aceasta la starea lui inițială; în caz contrar primarul Municipiului Suceava va proceda potrivit prevederilor art. 6 alin. (2) din prezentul regulament local.

Cap. III – Reguli generale stabilirea zonelor de publicitate

Art. 8 Se stabilesc două tipuri de zone de publicitate astfel:

1. Zona de publicitate restrânsă, denumită ZPR cuprinde:

- a) Zonele de protecție a zonei centrale asupra căreia s-a instituit un regim de protecție prin P.U.G., evidențiate în planșa A.3.1 – Reglementări urbanistice zone contruite protejate (H.G. nr. 518 din 26.05.2023 pentru aprobarea documentației de urbanism „Reactualizarea Planului urbanistic general al municipiului Suceava, județul Suceava);
- b) Zonele de protecție ale monumentelor istorice asupra cărora s-a instituit un regim de protecție prin P.U.G., evidențiate în planșa A.3.1 – Reglementări urbanistice zone contruite protejate (H.G. nr. 518 din 26.05.2023 pentru aprobarea documentației de urbanism „Reactualizarea Planului urbanistic general al municipiului Suceava, județul Suceava);
- c) Zonele drumului public care cuprind ampriza, zonele de siguranță și zonele de protecție, (definite conform prevederilor Ordonanței Guvernului nr. 43 din 28.08.1997 privind regimul drumurilor, republicată) aferente următoarelor străzi precum și a intersecțiilor care se găsesc în lungul acestora:

- B-dul Sofia Vicoveanca – intrarea/ieșirea dinspre/spre municipiul Falticeni pe DN 2/E 85;
- B-dul 1 Decembrie 1918;
- B-dul 1 Mai;
- Str. Ștefan cel Mare;
- Str. Ana Ipatescu;
- Calea Unirii;
- Str. 22 Decembrie intrarea/ieșirea dinspre/spre municipiul Dorohoi DN 29A;
- Calea Burdujeni;
- Str. Cuza Vodă intrarea/ieșirea dinspre/spre municipiul Botoșani DN 29/E 58;
- Str. Grigore Alexandru Ghica intrarea/ieșirea dinspre/spre municipiul Siret DN 2/E 85;
- B-dul Academician Vasile Grecu;
- Calea Obcinilor;
- B-dul George Enescu ;
- Str. Mărăști;
- Str. Mihai Eminescu;
- Str. Vasile Alecsandri;
- Str. Petru Rareș;

- Str. Cernăuți;
- Str. Mircea Șeptilici;
- Str. Nicolae Labiș;
- Str. Traian Vuia;
- Str. Nicolae Bălcescu.

2. Zona de publicitate lărgită, denumită ZPL cuprinde teritoriul administrativ al municipiului Suceava (intravilan și extravilan) cu excepția zonei de publicitate restrânsă A

Cap. IV - Reguli generale privind amplasarea tuturor categoriilor de mijloace de publicitate

Art. 9 (1) Publicitatea este permisă atât pe domeniul public sau privat al unității administrativ-teritoriale Suceava, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, cu respectarea prevederilor legale în vigoare, inclusiv a prezentului Regulament.

(2) În scopul asigurării siguranței cetățenilor și integrității bunurilor, operatorii de publicitate vor realiza mijloace publicitare cu materiale și sisteme constructive care respectă prevederile legale privind calitatea în construcții.

Art. 10 (1) **Amplasarea mijloacelor de publicitate este interzisă în următoarele situații:**

a) pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților publice, cu excepția mijloacelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul sediilor;

b) pe clădirile în care își desfășoară activitatea unități de învățământ, cultură sau alte asemenea - cu excepția unor evenimente publice organizate sau dacă reclama are legătură cu obiectul de activitate al instituției respective și cu acordul forului tutelar;

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

d) pe clădirile monument și cele propuse spre clasare conform H.G. nr. 518 din 26.05.2023 pentru aprobarea documentației de urbanism „Reactualizarea Planului urbanistic general al municipiului Suceava, județul Suceava, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii și a mesh-urilor amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/ restaurare în condițiile prezentului regulament;

e) pe fațadele clădirilor sau la partea superioară a clădirilor situate în zone construite protejate;

f) pe clădirile aflate în lista cu inventarul clădirilor care necesită lucrări de intervenție pentru reabilitarea structural-arhitecturală a anvelopei clădirilor conform Legii nr. 153/05.07.2011 privind măsuri de creștere a calității arhitectural-ambientale a clădirilor. Se vor putea amplasa mijloace de publicitate, în condițiile prezentului regulament, numai după reabilitarea și refacerea imobilului. Sunt permise mesh-urile amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare în condițiile prezentului regulament;

g) pe fațadele cu sau fără ferestre, ale clădirilor, dacă acestea sunt prevăzute cu elemente/materiale decorative/încrustații decorative/forme stilizate în vederea obținerii unui efect decorativ, astfel că prin amplasarea mijlocului publicitar se distorsionează imaginea urbană a clădirii, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii;

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

i) pe spațiile verzi cu caracter ornamental sau zone bogat plantate;

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

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

l) în zonele în care a fost restricționată sau interzisă publicitatea prin prezentul Regulament;

m) în interiorul intersecțiilor și al sensurilor giratorii la o distanță mai mică de 50 m, calculată de la

intrarea, respectiv ieșirea din intersecție/sensul giratoriu, în spațiul destinat circulației autovehiculelor și semnalizării rutiere, în zone în care desfășurarea în condiții normale a traficului ar putea fi perturbată;

- n) pe parapetii și/sau pereții pasajelor rutiere subterane și supraterane ori sub poduri;
- o) pe stâlpii proprii elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație, pe semnele de circulație;
- p) pe lucrările de artă/geniu civil care traversează drumul sau ape de suprafață, pe portale cu semnalizare rutieră sau în soluții independente autoportante în traversarea drumului;
- q) pe elementele care delimitează trotuarul/zona pietonală, de carosabil;
- r) pe benzile metalice de delimitare, precum și pe benzile laterale de protecție ale sensurilor de circulație a drumurilor;
- s) pe arbori;
- t) pe împrejurimile imobilelor.

(2) Se interzice amplasarea, interior sau exterior, a oricărui mijloc publicitar care obturează integral vizibilitatea în interiorul unui spațiu, la mai puțin de 15 cm de la suprafața sticlei.

(3) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate cu lumină pulsatorie/intermitentă și a ecranelor publicitare. Pentru mijloacele publicitare luminoase, cu iluminare constantă ca intensitate, pe timpul nopții intensitatea luminii se va regla astfel încât aceasta să nu deranjeze, sau funcționarea acesteia va fi întreruptă.

(3.1) Prin derogare de la alin. (3) se pot amplasa ecrane publicitare numai în zona de publicitate lărgită ZPL. Amplasarea acestora se va face în baza aceluiași reguli ca pentru panourile publicitare de pe zona ZPL. Pe timpul nopții intensitatea luminii acestor ecrane publicitare se va regla astfel încât aceasta să nu deranjeze sau funcționarea acesteia va fi întreruptă.

(4) Se interzice inscripționarea de texte publicitare direct pe împrejurimi, geamuri, zidurile imobilelor, stâlpilor de orice fel, trotuarelor sau aleilor prin diverse metode grafice.

(5) În toate zonele din municipiul Suceava se interzice acoperirea cu orice mijloc de publicitate (material colant, grafică pictată sau orice alte mijloace publicitare de afișaj) a suprafețelor vitrate ale clădirilor. Acestea se pot realiza doar în interiorul spațiului în care se desfășoară activitatea pe sisteme de afișare de tip panou, care pot fi suspendate de elementele structurale ale spațiilor comerciale sau cu rame cu sistem click, fără a obtura integral vizibilitatea în interiorul spațiului.

(6) În municipiul Suceava, pe domeniul public sau privat al municipiului - carosabil, trotuar, locuri de parcare marcate etc se interzice amplasarea/expunerea de autoturisme în scop publicitar.

Reguli specifice pentru categoriile de mijloace de publicitate

Secțiunea I

Reguli generale privind amplasarea firmelor

Art. 11

• FIRME

Reglementări de ordin general

1) firmele se amplasează numai pe porțiunea de fațadă din care face parte spațiul în care se desfășoară activitatea, de regulă deasupra accesului - încadrată simetric, fără a depăși suprafața stratului suport de prindere.

2) pentru imobilele care au spații comerciale la parter și unde, prin sistemul constructiv există un atic sau parapet continuu/registru plin peste parter, amplasarea firmelor se va face strict pe această zonă.

Înălțimea mijloacelor publicitare propuse va fi aceeași (formă, elemente de consolă, dimensiunea consolei, intensitate luminoasă).

2.1) pentru spațiile situate la parter de bloc, pe același tronson de fațadă, firmele se vor standardiza și se vor amplasa în mod unitar, încadrate simetric și fără a depăși suprafața stratului suport de prindere.

2.2) pentru imobilele noi construite care au spații comerciale la parter, forma și dimensiunile semnalisticii vor fi autorizate în cadrul serviciului de urbanism în baza unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în colaborare cu un designer atestat.

3) pentru activități ce nu ocupă spații adiacente fațadei, la parterul imobilelor, pot fi dispuse doar firme sub forma unor plăci gravate/inscripționate, cu suprafața maximă de 1200 cmp, în zona accesului în clădire. În cazul în care într-un imobil se desfășoară în asemenea condiții mai multe activități, firmele se vor grupa într-un pachet și standardiza.

4) pentru o activitate se va putea amplasa o singură firmă. Prin excepție, în cazul imobilelor de colț se pot amplasa firme pe fațadele aferente ambelor străzi. În situațiile în care e posibilă dispunerea firmei în partea superioară a fațadei, o a doua firmă poate fi dispusă la nivelul parterului.

5) firmele se vor dispune într-un plan paralel cu fațada, distanțat de aceasta cu maximum 15 cm. Firmele dispuse perpendicular pe fațadă nu vor depăși dimensiunea de 1m (lățime) x 1m (înălțime) și se vor amplasa la o înălțime minimă de 2.50 m de la nivelul trotuarului.

6) firmele vor fi corelate cu arhitectura fațadelor, ce poate impune restricții importante privind poziția, dimensiunile și designul acestora. Vor avea dimensiuni adaptate spațiului disponibil pe fațadă. Nu vor putea altera sau intra în contradicție cu detaliile/expresia arhitecturală a clădirii. Se interzice amplasarea acestora pe elemente proeminente ale fațadelor (balcoane, logii, console, pilaștri, ancadramente, cornișe profilate etc), pe porțile de acces în imobile, pe ferestre.

7) ca elemente importante în definirea imaginii urbane, firmele vor avea un design de bună calitate și vor fi realizate obligatoriu, din materiale rigide; nu se acceptă firme din materiale fără durabilitate (pânză, poliplan, carton).

8) în cazul clădirilor prevăzute cu o incintă împrejmuită, firmele pot fi amplasate în aliniamentul stradal sau perpendicular față de aceasta, în consolă, ancorate de clădire sau susținute de un suport amplasat în spatele împrejuririi.

9) în situația în care clădirea intră în proces de reabilitare a fațadei, reamplasarea semnalisticii se va face după finalizarea lucrărilor de reabilitare, în baza unui studiu de fațadă, parte integrantă din documentația tehnică de autorizare a lucrărilor de reabilitare sau avizat/autorizat în cadrul serviciului de urbanism în baza unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în colaborare cu un designer. În caz contrar, pentru semnalistica reamplasată fără respectarea condițiilor menționate, primarul va dispune desființarea, pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate pe care această semnalistica este amplasată, fără a se emite autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor de judecată.

10) în situația în care agenții economici, persoane fizice sau juridice, doresc sau sunt obligați prin legislația specifică activității, să fie împiedicată vizualizarea prin suprafețele vitrate, a activităților care se desfășoară în locația respectivă, se acceptă folosirea sticlei sablate sau acoperirea sticlei cu folie imitație de sticlă sablată.

11) firmele/mijloace semnalistică tip "Totem", având dimensiunile maxim 2,00x1,00mp, se pot amplasa numai în zona/dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității, doar pe trotuarele care depășesc 2 m lățime, fără a perturba activitatea altor operatori economici și profilul transversal al străzii permite circulația fluentă atât pietonal cât și rutier și nu vor folosi în alcătuirea lor lumina dinamică sau intermitentă. Amplasarea acestor firme se va face numai după obținerea autorizației de construire și

depunerea declarației fiscale pentru taxă amplasare totem publicitar și stabilirea taxei pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate. Prin excepție, în afara zonelor de publicitate restrânsă – ZPR se pot amplasa firme/mijloace semnalistică tip “Totem” cu dimensiuni mai mari, în urma obținerii unui aviz favorabil în Comisia Operativă de Urbanism și avizul favorabil al Arhitectului Șef.

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

Reglementări specifice

pentru activitățile de comerț en detail, de alimentație publică, pentru serviciile cu acces public:

13) firmele vor fi alcătuite din text/litere și simboluri grafice (nonfigurative - logouri, sigle) independente, montate individual pe fațadele clădirilor. Prin excepție, în situațiile în care arhitectura clădirilor include elemente constructive dedicate firmelor, cu o anumită specificitate, acestea se vor utiliza ca atare.

14) standarde de marcă (brand) nu pot constitui pretexte pentru nerespectarea prezentului regulament,

pentru activitățile serviciilor profesionale, serviciilor manufacturiere:

15) pentru această categorie de activități, pot fi dispuse doar firme sub forma unor plăci inscripționate. În cazul în care într-un imobil se desfășoară în asemenea condiții mai multe activități, firmele se vor grupa într-un pachet și standardiza.

16) acestea se vor dispune în vecinătatea accesului - în clădire sau în spațiile ocupate de aceste activități.

17) în cazul profesiilor liberale, se recomandă ca grafica/designul și conținutul textului să fie standardizate prin grija asociațiilor profesionale, cu respectarea prevederilor prezentului Regulament.

pentru firme aferente instituțiilor publice sau de interes public:

18) firmele instituțiilor vor fi inscripționate/gravate pe panouri/plăci cu suprafața maximă de 6000 cmp.

19) instituțiile care dispun de formate standarde (în general cele ale administrației publice, de învățământ etc) le vor utiliza ca atare.

20) suplimentar, în cazul instituțiilor care dispun de un întreg imobil, este admisibilă/recomandată inscripționarea titlaturii acestora în partea superioară a fațadei, la ultimul nivel, de regulă sub cornișă, prin litere amplasate independent (fără suport comun), luminoase sau iluminate arhitectural, al căror design să nu contrasteze cu elementele stilistice din arhitectura imobilului (formă, culori etc) și proporțiile elementelor arhitecturale, axate pe fațada spațiului în folosință, simetric față de limita acestui spațiu, care să nu acopere elementele de modernă, elementele decorative ale fațadei iar în documentația de autorizare se va prezenta un fotomontaj cu desfășurata stradală în care va fi inclusă propunerea în contextul existent, având dimensiunea maximă avizată în cadrul ședințelor serviciului de urbanism, în raport cu caracteristicile arhitecturale ale clădirii.

• VITRINE

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

22) în golul fațadei destinat vitrinei, se poate include și firma, în situațiile în care amplasarea acesteia pe fațadă este inadecvată din cauza caracteristicilor arhitecturale.

23) la clădirile cu mai multe vitrine, intervențiile asupra acestora vor urmări conservarea/refacerea unității expresiei arhitecturale.

24) sticla vitrinelor va fi de tip transparent, incolor, cu excepția acelor prevăzute prin lege a fi opace.

25) pentru vitrinele aferente unor spații în interiorul cărora vederea din spațiul public nu este dezirabilă, se va amplasa un ecran translucid la minimum 30 cm de la suprafața sticlei iar interspațiul rezultat se va utiliza pentru expunere sau se va amenaja (cu plante, flori etc) în funcție de specificul activității.

26) vitrinele aferente serviciilor funerare de orice natură (firme de pompe funebre, comerț cu produse și materiale specifice etc) vor fi în mod obligatoriu dublate de ecrane translucide iar ușile de acces vor fi astfel realizate încât vederea în interior din spațiul public să fie complet împiedicată. Expunerea oricăror elemente - obiecte, materiale, coroane etc, legate de specificul acestor activități e interzisă. Manevrarea acestora se va face exclusiv în locuri închise - încăperi, ganguri, incinte, fără posibilitatea de a fi observate din spațiul public, de către colocatari sau de pe parcelele învecinate.

Reguli privind amplasarea firmelor în zonele de publicitate restrânsă:

Art. 12 (1) în zona de publicitate restrânsă - ZPR, firmele vor fi amplasate astfel:

- perpendicular pe fațadă, cu sistem de prindere în consolă în concordanță cu stilul arhitectural al clădirii; ieșite în consolă max. 0.70 m și fără a depăși suprafața de 0.50 mp, la o înălțime de minim 2,50 m de la cota trotuarului;

- în planul fațadei: litere amplasate independent (fără suport comun), luminoase sau iluminate arhitectural, al căror design să nu contrasteze cu elementele stilistice din arhitectura imobilului (formă, culori, etc) axate pe fațada spațiului în folosință, simetric față de limita acestui spațiu, care să nu acopere elementele de modernură, elementele decorative ale fațadei iar în documentația de autorizare se va prezenta un fotomontaj cu desfășurata stradală în care va fi inclusă propunerea în contextul existent.

(2) Forma și dimensiunea firmelor/semnalisticii vor fi autorizate în cadrul serviciului de urbanism în baza unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în colaborare cu un designer.

(3) Sunt interzise firmele luminoase cu lumină pulsatorie, atât în interiorul spațiului (cu vizibilitate din exterior), cât și în exteriorul spațiului.

(4) Copertinele, umbrelele, marchizele, parasolarele sau alte asemenea structuri amplasate pentru protecția vitrinelor și teraselor din această zonă vor fi în non culori sau în culori neutre asociate cromaticii fațadei/elementelor componente ale fațadei. Inscripționarea firmei/numelui operatorului economic se poate face pe șorțul copertinelor/umbrelelor/marchizelor, într-un dreptunghi cu dimensiunile maxime de 20x50 cm. Se interzice inscripționarea numelor de brand sau utilizarea unor culori intense asociate diverselor branduri.

(5) Pe fațadele imobilelor din această zonă se interzice amplasarea, alături de firme/semnalistică și a altor mijloace de afișaj/reclame ale unor branduri (mărci de cafea, bere, etc).

Secțiunea a II-a

Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase pe clădiri și la sol

Art. 13 (1) Amplasarea panourilor publicitare atât pe domeniul public, cât și privat se va face numai după obținerea autorizației de construire, emisă conform prevederilor legale în vigoare și în baza unui

contract de închiriere valabil încheiat cu proprietarul/administratorul imobilului.

(2) Lucrările de amplasare a panourilor publicitare, sunt lucrări de construcții cu caracter provizoriu; durata maximă de existență/termenul de autorizare a panourilor publicitare amplasate pe domeniul privat este de 5 ani. Acest termen decurge de la data amplasării panoului publicitar (comunicată în prealabil; în caz contrar se consideră ziua următoare datei de emitere a autorizației). După expirarea acestui termen, se poate solicita reautorizarea pe același amplasament, pe o perioadă maxim egală cu perioada inițială, în condițiile respectării prevederilor Regulamentului în vigoare la data solicitării.

(3) Durata de existență/termenul de autorizare a panourilor publicitare amplasate pe domeniul public este identică cu perioada de valabilitate a contractului de închiriere/concesiune.

(4) În cazul expirării termenului de autorizare provizorie a construcției publicitare iar dacă acest termen nu a fost prelungit, proprietarul suportului publicitar și cel al imobilului pe care este amplasată construcția-suport sunt obligați, sub sancțiunea legii, să desființeze construcția-suport pentru mijlocul de publicitate și să aducă imobilul la starea inițială, pe cheltuială proprie.

(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 de zile primarul va dispune desființarea construcției-suport pentru mijlocul de publicitate provizoriu, pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate pe care aceste construcții provizorii sunt amplasate, fără a se emite autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor de judecată.

(6) Pe întreaga perioadă de valabilitate a autorizării construcțiilor-suport pentru mijloacele de publicitate, indiferent de regimul de proprietate al imobilelor sau terenurilor pe care acestea sunt amplasate, proprietarul construcției-suport are obligația afișării permanente de materiale publicitare. În situația în care proprietarul construcției-suport pentru mijloace de publicitate nu are contracte de publicitate în derulare va amenaja obligatoriu suprafețele de expunere:

- cu materiale privind propria activitate în acest caz datorând taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate;
- cu materiale privind campanii educaționale, umanitare, sociale, culturale de interes public sau cu conținut informativ privind monumente istorice sau zone de interes turistic din municipiul Suceava, materiale ce se vor realiza de către operatorii de publicitate prin efort propriu, conținutul informativ al acestora va fi pus la dispoziție de către Primăria municipiului Suceava - în acest caz nu se datorează taxa pentru afișaj. În situația în care Primăria municipiului Suceava solicită afișarea acestor materiale pentru o perioadă de cel puțin 3 luni de zile, fără întrerupere, atunci va suporta costul acestora din bugetul propriu.

(7) Când se va constata lipsa afișării materialelor publicitare pe o perioadă mai mare de 60 de zile consecutive se va solicita proprietarului mijlocului de publicitate desființarea construcției-suport pentru mijlocul de publicitate. Dacă acesta nu este desființat se va dispune desființarea construcției-suport pentru mijlocul de publicitate provizoriu, pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate a terenului pe care aceste construcții provizorii sunt amplasate, fără a se emite autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor de judecată.

(8) Atunci când pe fațada sau calcanul unei clădiri pot fi amplasate mai multe panouri publicitare, cu excepția firmelor, se va studia în mod unitar posibilitatea de amplasare a acestora, ca tip, dimensiune și încadrare simetrică, pe fațada sau calcanul clădirii. Forma și dimensiunea acestora vor fi autorizate în cadrul serviciului de urbanism, în baza unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în colaborare cu un designer.

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

(10) Mijloacele publicitare luminoase trebuie să respecte condițiile tehnice referitoare la luminozitate pentru a nu exista riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate, fiind necesar și un aviz de la poliția rutieră.

Art. 14 (1) în situația amplasării pe terasele sau acoperișurile construcțiilor, panourile publicitare vor avea următoarele înălțimi:

- a) cel mult 3.00 m, dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mică de 15.00 m;
- b) cel mult 1/5 din înălțimea fațadei dar nu mai mult de 6.00 m, dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mare de 15.00 m.

(2) Amplasarea panourilor publicitare pe terasele sau acoperișurile construcțiilor se va face în baza aceluiași reguli ca pentru panourile publicitare amplasate pe sol.

Art. 15 (1) Panourile publicitare amplasate pe sol vor fi montate astfel încât să nu împiedice circulația rutieră și/sau pietonală, ori accesul pietonal și/sau al autovehiculelor de intervenție pe proprietăți.

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

(3) Mijloacele publicitare amplasate pe fațadele/calcanale clădirilor se vor amplasa într-un plan paralel cu fațada/calcanul și vor respecta încadrarea între elementele arhitecturale definitorii ale imobilului, fără acoperirea mai multor elemente. Acestea vor fi autorizate în cadrul serviciului de urbanism, în baza unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în colaborare cu un designer.

Art. 16 (1) Amplasarea sistemelor publicitare se va face cu protejarea spațiilor verzi amenajate ca atare și a arborilor de aliniament stradal.

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

(3) Panourile publicitare pot fi luminoase sau iluminate cu sursă proprie de lumină. Alimentarea cu energie electrică a acestora se va face cu fir postat subteran, fiind interzise cablajele aeriene de la stâlpii de iluminat public, cu excepția situațiilor în care zona domeniului public care este afectată de lucrările de rețele electrice, se află în perioada de garanție de bună execuție pentru reabilitare/modernizare/consolidare. Doar în aceste situații se acceptă provizoriu, până la expirarea perioadei de garanție de bună execuție, cablajele aeriene.

(4) Panourile publicitare amplasate pe proprietăți private vor avea asigurată energia electrică necesară iluminatului pe bază de contract cu un furnizor de energie electrică. Este interzisă racordarea la rețeaua de iluminat public a Municipiului Suceava.

Art. 17 Amplasarea sistemelor publicitare se va face, în următoarele condiții:

(1) la o distanță de cel puțin 25.00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri), pentru panourile publicitare cu suprafața maximă de 2,20mp;

(2) la o distanță de cel puțin 40.00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri), pe toate sectoarele de drum din intravilan;

(3) în zona de publicitate restrânsă - ZPR - se pot amplasa numai panouri publicitare la sol, cu suprafața maximă de 2,20mp/față.

(4) în zona de publicitate largită - ZPL - pe străzile de categoria I, II și III se pot amplasa panouri publicitare cu suprafața maximă de 36 mp. Atunci când pe fațada sau calcanul unei clădiri pot fi amplasate mai multe mijloace de publicitate, cu excepția firmelor, se va studia în mod unitar posibilitatea de amplasare a acestora, ca tip, dimensiune și încadrare simetrică, pe fațada/calcanul clădirii. Forma și dimensiunea acestora vor fi autorizate în cadrul serviciului de urbanism, în baza unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în colaborare cu un designer.

(5) la minimum 2,50m înălțime de la sol, pentru panourile publicitare cu suprafața mai mare de

2,20mp/față,

(6) cu distanța de minimum 50,00 m/pe sens între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan;

(7) în afara curbilor cu vizibilitate redusă;

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

Art. 18 (1) Amplasamentele aflate în proprietatea sau în administrarea unității administrativ-teritoriale Suceava - domeniu public, destinate montării mijloacelor de publicitate vor fi închiriate/concesionate prin licitație publică organizată în condițiile legii.

(2) Licitările pentru amplasamentele prevăzute la alin. (1) se organizează pe zone de publicitate sau/și tipuri de mijloace de publicitate, stabilite în conformitate cu regulamentul local de publicitate.

(3) Prețul de pornire a licitațiilor publice pentru închirierea terenurilor destinate amplasării de sisteme publicitare luminoase sau iluminate va include taxa de ocupare a domeniului public (stabilită prin H.C.L.). Asigurarea energiei electrice necesare funcționării sistemelor publicitare luminoase sau iluminate va fi reglementată prin caietul de sarcini elaborat în vederea organizării licitației publice.

(4) Amplasarea panourilor publicitare, pe domeniul public, sunt lucrări de construcții cu caracter provizoriu. Durata de existență a panourilor publicitare amplasate pe domeniul public este identică cu perioadă valabilității contractului de închiriere/concesiune.

Art. 19 Pe zonele verzi cu destinația de scuaruri sau parcuri predate în întreținere și amenajare operatorilor economici, se pot amplasa panouri informative – conform prevederilor H.C.L. nr. 284 din 26 noiembrie 2020 - prin care sunt furnizate informații cu privire la persoana fizică/persoana juridică care întreține zona respectivă, fără plata taxelor aferente (ocupare domeniu public și taxă afișaj).

Art. 20 (1) în scopul asigurării siguranței cetățenilor și integrității bunurilor, operatorii de publicitate vor realiza mijloacele publicitare cu materiale și sisteme constructive ce respectă prevederile legale privind calitatea în construcții.

(2) Operatorii de publicitate au obligația să asigure identificarea panourilor publicitare prin inscripționarea acestora cu informații privind denumirea operatorului, codul de identificare fiscală a acestuia și numărul autorizației de construire.

(3) Deținătorii mijloacelor de publicitate sunt obligați să asigure întreținerea și repararea pe întreaga perioadă de menținere în amplasament a acestora. Materialele din care se vor executa aceste sisteme vor fi de bună calitate, rezistente la intemperii și vor avea un aspect estetic, care nu va afecta imaginea urbană a zonei în care se amplasează.

Secțiunea a III-a

Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare mobile

Art. 21 (1) Se pot amplasa mijloace publicitare mobile portante (trepiede etc), având ca scop promovarea comercială, comunicarea de tarife sau acțiuni promoționale, specifice activității desfășurate de beneficiarul publicității, pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,00 m, numai în dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității fără a perturba traficul rutier și/sau pietonal și numai pe durata programului zilnic de funcționare a acestuia, în următoarele condiții:

a) dimensiunile maxime ale panoului vor fi de 0,50 m x 0,90 m;

b) se poate amplasa un singur mijloc publicitar mobil;

(2) în cazul în care într-un imobil se desfășoară în asemenea condiții mai multe activități, se va

amplasa un singur mijloc publicitar portant, pe care se vor inscripționa toate activitățile care se desfășoară în imobil.

(3) Este interzisă amplasarea panourilor mobile portante (trepede, steaguri tip lacrima etc) în zona carosabilă și pietonală aferentă străzilor din municipiul Suceava. Nerespectarea interdicției atrage pe lângă aplicarea sancțiunilor contravenționale și alte măsuri, respectiv, ridicarea acestora de către Primăria Municipiului Suceava. Recuperarea acestor mijloace se poate face, după achitarea amenzii contravenționale, în cel mult 30 de zile de la ridicare. În caz de neridicare în acest interval, aceste mijloace se vor casa.

(4) Amplasarea panourilor mobile pliante se face după obținerea avizului emis de serviciul de specialitate din cadrul Primăriei Municipiului Suceava.

Secțiunea a IV a

Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

Art. 22 (1) Pot fi utilizate ca suport publicitar următoarele tipuri de mobilier urban: adăposturile destinate publicului/stațiile de autobuz și coloanele port-afiș, cu respectarea prevederilor Regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate.

(2) Adăposturile destinate publicului și stațiile de autobuz pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panourile care fac parte din componența acestora și care au fost autorizate împreună cu acestea, în conformitate cu legislația în vigoare la data autorizării.

(3) Coloanele port afiș vor putea fi utilizate numai pentru afișe și/sau anunțuri de spectacole și manifestări cultural, sportive etc. Este interzisă suprapunerea de afișe în cazul în care valabilitatea nu a fost depășită.

Secțiunea a V-a

Reguli generale privind publicitatea pe stâlpi (indicatoare publicitare direcționale, steaguri publicitare)

Art. 23 (1) Este permisă amplasarea de mijloace publicitare direcționale pe stâlpii de iluminat public, amplasați în afara intersecțiilor sau al sensurilor giratorii, dacă pe aceștia nu sunt montate semnalizări rutiere, în următoarele condiții:

- nu folosesc lumină dinamică;
- vor avea dimensiunile de până la 0.80x1.20 m
- înălțimea de amplasare este de minimum 4.00 m;
- pe un stâlp se pot monta maxim două mijloace publicitare direcționale, unitare ca dimensiune;
- proiecția la sol a mijloacelor publicitare se va situa în afara gabaritului carosabilului;

(2) în ZPR se interzice amplasarea acestor tipuri de mijloace publicitare, cu excepția celor cu scop de informare și promovare a turismului sau a unor evenimente publice organizate de/împreună cu autoritățile publice locale, fără să conțină un branding/cobranding.

(3) Se pot amplasa stâlpi din țevă metalică - suport pentru mijloace publicitare direcționale cu dimensiunile de 0.80x1.00 m numai în apropierea spațiului destinat activității care face obiectul publicității, fără a perturba activitatea altor operatori economici și profilul transversal al străzii permite circulația fluentă atât pietonal cât și rutier. Amplasarea acestor stâlpi se va face numai după obținerea autorizației de construire și depunerea declarației fiscale pentru taxă amplasare stâlp (totem) publicitar și stabilirea taxei

pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate.

(4) Mijloacele publicitare direcționale se amplasează numai după obținerea autorizației de construire, emisă conform prevederilor legale în vigoare și în baza unui contract de închiriere valabil încheiat cu administratorul stâlpului.

Secțiunea a VI-a

Reguli generale privind amplasarea mesh-urilor

Art.24 (1) Se pot amplasa mijloace publicitare de tip mesh-uri numai pe calcanele și fațadele clădirilor situate în zonele de publicitate lărgită - ZPL, fără elemente decorative/încrustații decorative/forme stilizate în vederea obținerii unui efect decorativ, fără a obtura spațiile vitrate, pe o perioadă de maxim 3 luni; Amplasarea acestora se va face în baza aceluiași reguli ca pentru celelalte mijloace publicitare de pe zona ZPL;

(2) Pe clădirile situate în zona de publicitate restrânsă - ZPR, inclusiv pe monumentele istorice - se poate amplasa plasă de protecție numai în situația în care aceasta constituie protecție către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare, dar nu mai mult de un an calendaristic și numai dacă reproduc imaginea construcției după consolidare/restaurare, eventualele texte de publicitate comercială vor ocupa cel mult 25% din suprafața totală a acesteia;

(3) Amplasarea acestor mijloace publicitare se face în baza Avizului pentru publicitate temporară.

Secțiunea a VII-a

Reguli generale privind publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale amplasate la sol

Art. 25 (1) Pe domeniul public sau privat al municipiului Suceava se interzice amplasarea prismelor publicitare.

(2) Pe domeniul/proprietate privată a persoanelor fizice sau juridice se pot amplasa mijloace publicitare tip prisma numai pe cele situate în zona de publicitate lărgită – ZPL și numai după obținerea acordului emis de serviciul de specialitate din cadrul Primăriei municipiului Suceava.

Art. 26 Este permisă amplasarea de mijloace publicitare tip proiecte publicitare speciale amplasate la sol, altele decât prismele publicitare, avizate/autorizate în cadrul serviciului de urbanism în baza unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în colaborare cu un designer.

Secțiunea a VIII-a

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

Art. 27 (1) În vederea asigurării eficienței informării a cetățenilor, a libertății de expresie și esteticii urbane, autoritățile administrației publice locale vor instala în amplasamente cu vizibilitate, în condițiile regulamentului local de publicitate, panouri speciale destinate afișelor publicitare și anunțurilor de mică publicitate.

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

(3) Amplasarea afișelor colante, inclusiv afișele electorale, se va face doar pe panourile speciale destinate acestora. Toate afișele vor fi avizate de către serviciul de specialitate din cadrul Primăriei municipiului Suceava.

(4) 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.

(5) Amplasarea afișelor, distribuirea de mostre și tipărituri (pliante, flyere, etc) prin intermediul difuzorilor volanți (persoane fizice/juridice, organizatorii evenimentului, beneficiarii afișelor – mostrelor - tipăriturilor) se va desfășura pe baza solicitării înregistrate la Primăria Municipiului Suceava și a dovezii achitării taxelor aferente.

SECȚIUNEA a IX-a

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

Art. 28 (1) Pe raza municipiului Suceava se interzice utilizarea și/sau realizarea de reclame sonore prin orice mijloace.

(2) Vehiculele special echipate în scop de publicitate (care sunt adaptate realizării de reclamă și publicitate), prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau inscripționarea cu texte publicitare ori altele asemenea vor putea fi autorizate să circule pe teritoriul localității cu condiția obținerii avizului pentru publicitate temporară, în următoarele condiții:

- nu se permite staționarea pe drumurile publice sau în locurile vizibile dinspre acestea;
- circulația convoaielor este permisă numai cu ocazia manifestărilor speciale, în baza avizului emis de autoritățile administrației publice, cu durata de valabilitate de o zi;
- înainte de a fi puse în circulație aceste tipuri de vehicule, se vor achita taxele de publicitate, excepție de la aceste taxe făcând vehiculele aparținând serviciilor aflate în subordinea Consiliului Local.

Art. 29 Se pot amplasa reclame realizate din materiale autocolante și/sau vopsite pe mijloacele de transport public local de călători: tramvaie, autobuze, microbuze cu condiția ca prin aceasta să nu fie afectată vizibilitatea călătorilor înspre exteriorul mijlocului de transport, cu acordul TPL Suceava.

Art. 30.

Tipuri de mijloace publicitare permise pe zone de publicitate și documentul care se emite:

Tipuri de mijloace publicitare	Zonele de publicitate restrânsă A	Zona de publicitate lărgită B	Aviz / AC (autorizație de construire)
FIRME Se vor amplasa în conformitate cu articolele 18, 19, 20, 21 din Legea 185/ 2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate cu modificările și completările ulterioare, și	- (1) Firmele se amplasează pe fațadele clădirilor sau în locuri special amenajate, după cum urmează: a) pe clădirile de locuit având spații cu altă destinație la parter sau mezanin, se amplasează numai pe porțiunea de fațadă corespunzătoare acestor spații sau pe parapetul plin și continuu al primului etaj, unde este cazul, cu acordul proprietarilor; b) firmele în consolă se amplasează la o înălțime minimă de 2,50 m de la nivelul trotuarului. Față de planul vertical al fațadei, firmele vor putea ieși în consolă maximum 1,20 m, dar păstrând o distanță de minimum 1,00 m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de limita interioară a plantației de aliniament; c) copertinele pe care se inscripționează o firmă vor fi amplasate la minimum 2,50 m înălțime față de nivelul trotuarului și vor ieși din planul fațadei maximum 1,50 m; ele		AC

anume:	vor păstra o distanță de minimum 1,00 m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de limita interioară a plantației de aliniament; d) în cazul amplasării firmelor pe aticul clădirilor de locuințe colective sau pe parapetul plin al etajului I, după caz, firmele nu vor depăși dimensiunile elementelor constructive-suport; e) în cazul apartamentelor în care se derulează activități cu caracter temporar situate în clădiri de locuințe colective, firmele aferente se amplasează la parterul clădirii, cu acordul proprietarilor afectați. (2) În situația prevăzută la alin. (1) lit. e), firmele se amplasează astfel: a) în zona scării de acces corespunzătoare, dacă apartamentul este situat la alte niveluri decât la parter sau demisol; b) fără a depăși limita spațiului respectiv, dacă apartamentul este amplasat la parter sau demisol. - (1) Amplasarea firmelor și copertinelor inscripționate se autorizează în condițiile art. 4 din Lege: „(1) Aprobarea amplasării, executării lucrărilor, menținerii mijloacelor de publicitate, respectiv desființării acestora, pe fațadele clădirilor sau ale celor care au un sistem propriu de susținere în raport cu pământul se poate realiza numai în condițiile emiterii autorizației de construire, respectiv de desființare. (2) În autorizația de construire, emitentul autorizației va preciza caracterul provizoriu al construcției, precum și durata de autorizare a suportului construcției mijlocului de publicitate. (3) Mijloacele de publicitate amplasate pe schelele montate pe fațadele construcțiilor noi, aflate în diferite faze de execuție, sau ale celor existente, aflate în reparație, ori pe elementele de împrejmuire a șantierului, inclusiv pe utilajele folosite la lucrările de construcție, se autorizează odată cu autorizarea organizării de șantier și este valabilă pe toată durata existenței acesteia. (4) Proprietarii imobilelor care și-au dat acordul pentru amplasarea mijloacelor de publicitate sunt obligați, în condițiile alin. (1) din prezentul art., să solicite executantului construcției suportului publicitar autorizația de construire.” (2) Prin excepție de la prevederile alin. (1), autorizația de construire nu este necesară în cazul firmelor inscripționate pe vitrinele și ușile de acces, în condițiile prezentei legi. (3) Firmele inscripționate pe vitrinele/ușile de acces se pot amplasa în baza avizului emis de autoritățile administrației publice. (4) Amplasarea materialelor publicitare prevăzute la alin. (3) se va face după achitarea taxelor de publicitate prevăzute de legislația în vigoare. - (1) Pe fațada spațiilor comerciale de la parterul imobilelor de locuit se pot amplasa, alături de firme și alte mijloace de publicitate, cu acordul proprietarilor și cu respectarea prevederilor referitoare la autorizarea și executarea firmelor. (2) Publicitatea amplasată pe fațada unui spațiu comercial se va diferenția față de firmă prin culoare, formă sau dimensiune. - (1) În cazul firmelor iluminate, reflectoarele se vor	
----------------------	---	--

	amplasa astfel încât să asigure o iluminare uniformă, care să pună în valoare clădirea și care să nu deranjeze traficul auto și pietonal, reflectoarele fiind mascate de elemente ale construcției sau firmei. (2) Firmele iluminate vor fi amplasate la minimum 3,00 m de la nivelul solului. (3) Firmele iluminate amplasate la mai puțin de 30 m de semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora și nici lumină intermitentă. Beneficiarul răspunde de rezistența și de stabilitatea acestor mijloace de publicitate.	
PANOURI PUBLICITARE, ECRANE ȘI PUBLICITATE LUMINOASĂ Se vor amplasa în conformitate cu articolele 22, 23, 24, 25, 26, din Legea 185/ 2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate cu modificările și completările ulterioare, si anume:	Sunt permise doar pentru evenimente de interes public (promovarea unor evenimente culturale; promovare de proiecte europene și alte proiecte promovate de instituțiile publice)	AC -(1) Este interzisă amplasarea oricărui mijloc de publicitate pe stâlpii de telecomunicații din lemn și/sau pe cei special destinați susținerii semafoarelor. (2) Este permisă amplasarea de mijloace publicitare pe stâlpii de iluminat, pe stâlpii special construiți pentru susținerea de cabluri de alimentare electrică a rețelei de transport în comun și/sau pe alți stâlpi ce permit amplasarea de mijloace publicitare, numai cu avizul autorității administrației publice locale și avizul deținătorului/ proprietarului sau administratorului stâlpului. - Pot fi amplasate panouri publicitare și publicitate luminoasă pe fațade, pe terase ori acoperișuri ale clădirilor, astfel încât sistemele lor de prindere să nu constituie o sursă de accidente și să nu afecteze structura de rezistență și funcționarea optimă a clădirilor. (1¹) Pot fi amplasate ecrane publicitare, care să fie dotate cu sisteme care să permită modificarea intensității luminilor, pe calcane, pe fațade, pe terase ori acoperișuri ale clădirilor, astfel încât sistemele lor de prindere să nu constituie o sursă de accidente și să nu afecteze structura de rezistență și funcționarea optimă a clădirilor și de asemenea, prin intensitatea luminii și frecvența succedării imaginilor derulate, să nu existe riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate, în acest sens fiind obligatoriu avizul emis de poliția rutieră (conf. Art. 23 Legea 185/2013 privind amplasarea și autorizarea

mijloacelor de publicitate cu modificările și completările ulterioare).

(1²) Proprietarii ecranelor publicitare amplasate potrivit alin. (1¹) sunt obligați ca, pe timp de noapte, să reducă intensitatea luminii acestor mijloace de publicitate cu 35%.

(2) Amplasarea **panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase pe clădiri** se autorizează **numai în baza unei expertize tehnice** elaborate în condițiile legii de către experți tehnici atestați, precum și a documentației tehnice pentru autorizare, verificată de **verificatori de proiecte atestați pentru cerințele esențiale de calitate "rezistență mecanică și stabilitate", "siguranță în exploatare" și "securitate la incendiu"**, prevăzute de legislația în vigoare privind calitatea în construcții. (conf. Art. 23 Legea 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate cu modificările și completările ulterioare).

(3) Verificarea construcției cu privire la respectarea cerințelor esențiale de calitate prevăzute la alin. (2) 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. (Se va face aceasta mențiune în Autorizația de construire și în Certificatul de urbansim)

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

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

		(2) Conținutul și modul de transmitere a informațiilor vor fi stabilite prin protocol încheiat între proprietarii ecranelor publicitare și autoritățile administrației publice locale, respectiv alte instituții abilitate ale statului. - În situația amplasării pe terasele sau acoperișurile construcțiilor, panourile publicitare, ecranele și publicitatea luminoasă vor avea următoarele înălțimi: a) cel mult 3,00 m, dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mică de 15,00 m; b) cel mult 1/5 din înălțimea fațadei, dar nu mai mult de 6,00 m, dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mare de 15,00 m. - (1) Pe stâlpii de iluminat public pe care nu sunt amplasate semnalizări rutiere și indicatoare de circulație se pot amplasa panouri peste cota minimă de +4,00 m de la sol. (2) Pe un stâlp se pot amplasa maximum două mijloace publicitare, obligatoriu de aceeași dimensiune și simetric așezate de o parte și de alta a stâlpului, iar proiecția la sol a fiecărui mijloc de publicitate se va situa în afara gabaritului carosabilului. - (1) Panourile publicitare amplasate pe sol vor fi montate astfel încât să nu împiedice circulația rutieră și/sau pietonală, ori accesul pietonal și/sau al autovehiculelor de intervenție pe proprietăți, cu respectarea prevederilor prezentei legi. (1¹) Ecranele publicitare amplasate pe sol trebuie să respecte condițiile tehnice referitoare la luminozitate și frecvența succedării imaginilor derulate pentru a nu exista riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate, fiind necesare un aviz de la poliția rutieră și respectarea condițiilor tehnice prevăzute la art. 23 alin. (1¹) și (1²) din Legea 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate cu	
--	--	--	--

		modificările și completările ulterioare. (2) Panourile publicitare, indiferent de tipul de proprietate pe care au fost montate, vor fi amplasate astfel încât proiecția la sol a acestora să fie în totalitate în interiorul proprietății pe care au fost autorizate. - (1) Pe străzile de categoria I, II și III, conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, se pot amplasa panouri publicitare cu respectarea legii și a regulamentului local de publicitate. (2) Panourile de mici dimensiuni, respectiv cu suprafață maximă de 2,20 mp se amplasează la o distanță de cel puțin 25,00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri). (3) Panourile de mari dimensiuni, respectiv cu suprafața maximă de 36,00 mp, se amplasează la o distanță de cel puțin 40,00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri). (4) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1)-(3) mijloacele de publicitate amplasate în interiorul incintelor centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale, astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare. - (1) Se interzice montarea pe trotuare și spații pietonale cu lățimea mai mică de 2,25 m, precum și pe zonele verzi dintre trotuar sau spațiu pietonal și carosabil a panourilor publicitare cu structură proprie și elemente de susținere care necesită fundație. (2) Realizarea elementelor de fundare/ancorare necesare asigurării stabilității panoului de reclamă publicitară se execută obligatoriu îngropat, respectiv sub cota suprafeței solului/trotuarului, până la nivelul solului. - De-a lungul drumurilor de interes național, județean, precum și a arterelor de centură,	
--	--	--	--

		conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, în cadrul zonei de protecție a acestora se pot amplasa panouri publicitare, în următoarele condiții: a) la minimum 2,50 m înălțime de la sol, pentru panourile cu suprafața utilă mai mare de 2,50 mp per față; b) cu distanța de minimum 30,00 m între două panouri publicitare pe sectoarele de drum din intravilan; c) cu distanța de minimum 50,00 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan; d) la minimum 50,00 m față de intersecțiile cu drumurile laterale cu mai mult de 4 benzi de circulație; e) în afara curbilor cu vizibilitate redusă; f) la minimum 50,00 m față de intersecțiile semaforizate. – Dispozițiile de mai sus, se completează cu prevederile instituite în aceeași materie de Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 195/2002 privind circulația pe drumurile publice, republicată, cu modificările și completările ulterioare, și de Ordonanța Guvernului nr. 43/1997 privind regimul drumurilor, republicată, cu modificările și completările ulterioare. În conformitate cu Ordinul nr. 571/ 1997 pentru aprobarea Normelor tehnice privind proiectarea și amplasarea construcțiilor, instalațiilor și panourilor publicitare în zona drumurilor, pe poduri, pasaje, viaducte și tuneluri rutiere: ✓ Este interzisă instalarea de panouri publicitare, care, prin formă, culori sau conținut, pot fi confundate cu indicatoarele de semnalizare rutieră. ✓ În localități, panourile publicitare se amplasează astfel: - la distanța de minimum 4,0 m față de marginea îmbrăcămînții rutiere - în cazul în care nu există trotuar; - la distanța de minimum 1,0 m față de limita dinspre drum a spațiului verde de pe trotuar, fără a împiedica circulația	
--	--	---	--

		pietonilor;- la o distanță de minimum 25 m unul față de celălalt. ✓ Dimensiunile panourilor instalate în cadrul zonei de protecție sunt: - maximum 8,0 x 4,0 m - în afara localităților; - maximum 4,0 x 3,0 m - în localități. ✓ Panourile publicitare care depășesc dimensiunile de mai sus pot fi instalate numai în afara zonei de protecție a drumului. ✓ Se interzice utilizarea materialelor retroreflectorizante la execuția panourilor publicitare. Înscrierile de pe panoul publicitar se vor realiza cu litere având înălțimea de minimum 200 mm. Beneficiarul răspunde de rezistența și de stabilitatea acestor panouri. ✓ Pentru identificare, la partea inferioară dinspre drum a panoului publicitar se vor înscrie, cu litere având înălțimea de minimum 25 mm, denumirea titularului și numărul autorizației emise de administratorul drumului. În conformitate cu Art. 27 din Ordonanța Guvernului nr. <u>43/1997</u> privind regimul drumurilor, republicată, cu modificările și completările ulterioare: Se interzice amplasarea panourilor publicitare la o distanță: a) în localitate, mai mică de 150 m, calculată de la intrarea, respectiv ieșirea din intersecție; b) în afara localității, mai mică de 250 m, calculată de la intrarea, respectiv ieșirea din intersecție. Se interzice obturarea vizibilității indicatoarelor rutiere prin amplasarea construcțiilor, instalațiilor, panourilor publicitare, plantațiilor rutiere și a oricăror alte obstacole. - (1) Panourile și ecranele publicitare amplasate pe sol în intravilanul localităților vor putea avea suprafețe diferite dar nu mai mult de 4,0 x 3,0 m. (2) În extravilanul localităților pot fi amplasate panouri publicitare pe zona de protecție a drumurilor publice, având dimensiunea de 10,00 x 4,00 m.	
--	--	---	--

PANOURI PUBLICITARE MOBILE Se vor amplasa in conformitate cu articolul 33, din Legea 185/ 2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate cu modificările și completările ulterioare, si anume:	NU	- Pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,00 m se pot amplasa panouri publicitare mobile pliante, având ca scop promovarea comercială, comunicarea de tarife sau acțiuni promoționale, specifice activității desfășurate de beneficiarul publicității, în următoarele condiții: a)dimensiunile maxime ale panoului vor fi de 0,50 m x 0,90 m; b)amplasarea panoului este permisă numai în dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității și numai pe durata programului zilnic de funcționare a acestuia. Beneficiarul răspunde de rezistența și de stabilitatea acestor panouri.	Aviz
MOBILIER URBAN CA SUPT PUBLICITAR (adăposturile destinate publicului/stațiile de autobuz, chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale, coloanele port-afiș, cabinele telefonice) Se vor amplasa in conformitate cu articolul 34, din Legea 185/ 2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate cu modificările și completările ulterioare, si anume:	NU	- (1)Pot fi utilizate ca suport publicitar următoarele tipuri de mobilier urban: adăposturile destinate publicului/stațiile de autobuz, chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale, coloanele port-afiș, cabinele telefonice și altele asemenea, cu respectarea prevederilor Regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate. (2)Adăposturile destinate publicului și stațiile de autobuz pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panourile amplasate pe acestea sau care fac parte din componența acestora. (2¹)Sunt exceptate de la prevederile prezentei secțiuni suporturile/panourile publicitare care sunt incluse în adăposturile destinate publicului și stațiile de autobuz și fac parte integrantă din acestea și care au fost autorizate împreună cu acestea, în conformitate cu legislația în vigoare la data autorizării. (3)Chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale pot fi utilizate ca suport de publicitate, dacă sistemul constructiv al chioșcurilor respective permite o astfel de utilizare; dacă publicitatea se face prin colantare, suprafața totală de publicitate poate fi egală cu	AC

		suprafața chioșcului. (4)Se pot instala panouri pe acoperișul adăposturilor destinate publicului, stațiilor de autobuz și al chioșcurilor, dacă sistemul constructiv permite susținerea unor elemente suplimentare care să nu pună în pericol siguranța cetățenilor. (5)Coloanele port-afiș vor putea fi utilizate numai pentru afișe și/sau anunțuri de spectacole și manifestări culturale; este interzisă suprapunerea de afișe de spectacol în cazul în care termenul la care acestea vor avea loc nu a fost depășit.	
BANNERE ȘI STEAGURI PUBLICITARE Se vor amplasa în conformitate cu articolele 35, 36, 37, din Legea 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate cu modificările și completările ulterioare, si anume:	Sunt permise doar pentru evenimente de interes public (promovarea unor evenimente culturale; promovare de proiecte europene și alte proiecte promovate de instituțiile publice)	- Amplasarea de bannere care conțin anunțuri privind promovarea de evenimente culturale, economice, științifice, activități comerciale și altele de această natură se avizează pe baza documentației privind rezistența elementelor de susținere, precum și cu acordul proprietarului elementelor de susținere utilizate în acest scop. - La amplasarea bannerelor se vor avea în vedere următoarele: a)nu este permisă amplasarea bannerelor în intersecții, în zone în care împiedică vizibilitatea rutieră sau perspectiva asupra monumentelor istorice ori naturale sau în locuri unde există deja amplasate panouri publicitare; b)este interzisă amplasarea pe domeniul public a suporturilor/stâlpilor în scopul exclusiv de susținere a bannerelor; c)bannerele montate perpendicular pe axul drumului vor fi instalate la o înălțime minimă de 5,00 m față de sol, astfel încât să nu afecteze vizibilitatea rutieră și imaginea urbană; d)bannerele vor fi amplasate astfel încât distanța între acestea să fie de minimum 50,00 m; e)bannerele se vor monta numai pe artere cu maximum 2 benzi pe sensul de mers (maximum 15,00 m deschidere între stâlpi); f)bannerele vor avea dimensiuni maxime de 7,00 m la bază, 1,5 m în	AC

		înălțime și vor avea sistem de prindere din materiale ușoare și rezistente; g)se interzice amplasarea a mai mult de un banner pe aceiași stâlpi de susținere; h)este permisă amplasarea bannerelor pe o durată de cel mult două luni calendaristice, după care autorizarea se poate prelungi o singură dată; i)nu este permisă amplasarea bannerelor care obturează panourile publicitare amplasate în zonă sau vizibilitatea asupra acestora; j)amplasarea bannerelor se face în baza unui aviz emis de autoritatea administrației publice locale conform regulamentului local de publicitate și cu avizul/acordul scris al deținătorului stâlpului; k)la finalul perioadei prevăzute în avizul de amplasare, deținătorul avizului este obligat, sub sancțiunea interzicerii pe viitor a folosirii acestui mijloc de publicitate, să demonteze atât bannerul respectiv, cât și elementele de susținere ale acestuia. - (1) Steagurile publicitare montate pe catarg și pe stâlpi, la înălțimea minimă de 2,50 m de la cota terenului amenajat, se amplasează numai în locuri în care nu împiedică vizibilitatea circulației rutiere. (2)Pe un catarg sau stâlp se pot amplasa maximum două steaguri obligatoriu la aceeași înălțime față de sol, de aceeași dimensiune și montate echilibrat pe ambele laturi ale catargului/stâlpului, în același plan. (3)Durata de menținere a steagurilor publicitare va fi de maximum 90 de zile calendaristice, cu posibilitatea prelungirii acestei perioade cu încă o perioadă de 90 de zile. (3¹)Amplasarea steagurilor publicitare se face în aceleași condiții ca și în cazul bannerelor. (3²)Suprafața fiecărui steag este mai mică sau egală cu 2,50 mp, iar baza acestuia nu va putea depăși suprafața de 0,80 m. (4)Sunt	
--	--	--	--

		exceptate de la prevederile alin. (1)-(32) steagurile publicitare amplasate în incintele centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare, cu condiția să nu afecteze vizibilitatea circulației rutiere. Beneficiarul răspunde de rezistența și de stabilitatea acestor mijloace de publicitate.	
MESH-URI Se vor amplasa în conformitate cu articolul 38, din Legea 185/ 2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate cu modificările și completările ulterioare, si anume:	Sunt permise doar în situația în care acestea constituie protecție către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare. Acestea vor face publicitate sau vor avea inscripționată pe mesh imaginea clădirii la care se execută lucrările de restaurare/consolidare.	- (1)Este permisă amplasarea de mesh-uri și mesh-uri digitale în următoarele situații: a)pe construcții, inclusiv monumente istorice și/sau amplasate în zone în care este interzisă publicitatea, în situația în care acestea constituie protecție către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare; b)pe calcanele construcțiilor. (2)Se pot amplasa mesh-uri și mesh-uri digitale pe fațadele clădirilor de locuit, ale clădirilor cu funcțiuni comerciale și de birouri, dar numai cu acordul proprietarilor clădirilor respective. Beneficiarul răspunde de rezistența și de stabilitatea acestor mijloace de publicitate.	AC
INDICATOARE PUBLICITARE DIRECȚIONALE Se vor amplasa în conformitate cu articolul 39, din Legea 185/ 2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate cu modificările și completările ulterioare, si anume:	- (1)Este permisă amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale și a casetelor pe stâlpii de iluminat public, dacă pe aceștia nu sunt montate semnalizări rutiere, în următoarele condiții: a)suprafața indicatorului publicitar direcțional sau a casetei este mai mică sau egală cu 1,50 mp; b)înălțimea de amplasare este de minimum 3,00 m; c)pe un stâlp se pot monta maximum două suporturi, dar obligatoriu de același tip, în același plan și simetric amplasate pe stâlp. (2)Amplasarea de stâlpi-suport pentru indicatoarele publicitare direcționale și a casetelor publicitare se va realiza în baza avizului emis de autoritățile publice locale și în concordanță cu regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate. Beneficiarul răspunde de rezistența și de stabilitatea acestor mijloace de publicitate.		AC
PUBLICITATE TEMPORARĂ ȘI PROIECTE	Sunt permise doar pentru evenimente de interes public	- (1) Orice persoană fizică sau juridică poate beneficia de dreptul la publicitate temporară, în	Aviz/ AC

PUBLICITARE SPECIALE Se vor amplasa in conformitate cu articolele 40, 41, 42, 43 din Legea 185/ 2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate cu modificările și completările ulterioare, si anume:	(promovarea unor evenimente culturale; promovare de proiecte europene și alte proiecte promovate de instituțiile publice)	condițiile prezentei legi, a regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate, a contractelor pe care administrația publică locală le are în derulare și a hotărârilor consiliului local a municipiului Suceava. (2)Amplasarea mijloacelor de publicitate temporară se va stabili în baza avizului sau a autorizației de construire emise de autoritățile publice locale, în concordanță cu regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate. - În vederea obținerii avizului pentru publicitate temporară, menționat la art. 6 din Legea 185/ 2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate cu modificările și completările ulterioare: “În cazul amplasării mijloacelor de publicitate temporare pe pământ, care nu necesită fundații, în cadrul unor campanii publicitare și/sau activități de promovare ce nu depășesc 30 de zile și care se desfășoară pe domeniul public sau privat al statului și/sau al unităților administrativ-teritoriale ori pe proprietatea privată a persoanelor fizice și/sau juridice, în condițiile prezentei legi, autoritatea administrației publice locale poate aproba, la cererea solicitanților, amplasarea unor astfel de mijloace de publicitate temporară.”, 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.

(1) Amplasamentele destinate pentru amplasarea mijloacelor de publicitate temporară și pentru proiectele publicitare speciale sunt: Piața 22 Decembrie, zona limitrofa a Platoului Cetății de Scaun, zona Primăriei municipiului Suceava, zona limitrofa Consiliul Județean Suceava, Platoul aferent Shopping City Suceava, Platoul aferent Iulius Mall, Platoul aferent Metro Cash & Carry, Platoul aferent Galleria Mall, Platoul aferent Selgros Cash & Carry, Zona Bisericii Sf. Andrei din Cartier Burdujeni, Zona intersecției Calea Unirii cu Calea Burdujeni.

(2) În situația în care la încheierea perioadei de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară, în conformitate cu prevederile art. 7 din Legea 185/ 2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate cu modificările și completările ulterioare, există mai multe solicitări de amplasare de mijloace de publicitate temporară, autoritatea administrației publice locale va atribui amplasamentul primei solicitări primite în ordine cronologică la registratura autorității administrației publice locale, conform regulamentului local de publicitate.

(3) În cazul solicitării schimbării locațiilor în alte amplasamente decât cele stabilite inițial, se va obține avizul pentru publicitate temporară al autorității administrației publice locale.

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

- (1) Structurile publicitare autoportante și proiectele

		publicitare speciale se avizează cu respectarea prevederilor privind publicitatea temporară prevăzute în prezenta lege. (2)Executarea și amplasarea structurilor publicitare autoportante și a proiectelor publicitare speciale se face în baza unei documentații tehnice întocmite de un arhitect . Beneficiarul răspunde de rezistența și de stabilitatea acestor mijloace de publicitate.	
AFIȘE PUBLICITARE ȘI ANUNȚURI DE MICĂ PUBLICITATE Se vor amplasa in conformitate cu articolele 44, 45 din Legea 185/ 2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate cu modificările și completările ulterioare, si anume:	Sunt permise doar pentru evenimente de interes public (promovarea unor evenimente culturale; promovare de proiecte europene și alte proiecte promovate de instituțiile publice)	- (1) În vederea asigurării eficienței informări a cetățenilor, a libertății de expresie și esteticii urbane, autoritățile administrației publice locale au obligația de a instala în amplasamente cu vizibilitate, în condițiile regulamentului local de publicitate, panouri speciale destinate afișelor publicitare pentru spectacole publice, teatre, concerte și altele asemenea și a anunțurilor de mică publicitate. (2)Panourile prevăzute la alin. (1) vor fi curățate săptămânal prin grija compartimentelor de specialitate din cadrul administrației publice locale. (3) Primăria municipiului Suceava, prin Direcția Domeniului Public, asigură curățirea panourilor cu anunțuri de mică publicitate în vederea actualizării anunțurilor, în fiecare zi de luni a săptămânii. (4)Autoritatea administrației publice locale poate stabili și încasa taxa de afișaj de la persoanele fizice și/sau juridice care afișează mesaje pe aceste sisteme de afișaj public. - 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.	AC
PUBLICITATE PE VEHICULE PUBLICITARE ȘI PE MIJLOACE DE	(1) Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate , prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau inscripționarea cu texte publicitare ori altele asemenea, vor putea fi autorizate să circule pe teritoriul localității cu condiția obținerii avizului pentru publicitate temporară , pe o		Aviz

TRANSPORT ÎN COMUN Se vor amplasa în conformitate cu articolele 46, 47 din Legea 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate cu modificările și completările ulterioare, si anume:	durată determinată și pe un traseu stabilit de autoritatea administrației publice locale, conform prevederilor conținute în avizul pentru publicitate temporară. (2)Staționarea vehiculelor publicitare pe drumurile publice sau în locurile vizibile dinspre acestea este interzisă. (3)Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate nu vor circula în convoi mai mare de două mașini și cu o viteză mai mare decât jumătate din viteza admisibilă pe tronsonul de stradă. (4) Circulația convoaielor este permisă numai cu ocazia manifestărilor speciale, în baza avizului emis de autoritățile administrației publice, cu durata de valabilitate de o zi. - Este permisă utilizarea ca suport pentru afișe/reclame publicitare a mijloacelor de transport în comun, cum ar fi autobuze, microbuze, cu condiția ca prin aceasta să nu fie afectată vizibilitatea călătorilor înspre exteriorul mijlocului de transport. - Se va solicita Avizul poliției rutiere.	
--	--	--

Art. 31 Zone destinate afișelor stradale:

1. FOST MAGAZIN „PREMIER” (CARTIER OBCINI) – STR. STAȚIUNII
2. MAGAZIN „MOTO VELO” (STAȚIE AUTOBUZ INTRARE OBCINI) – CALEA OBCINILOR
3. MAGAZIN „MOBILA” (STAȚIE AUTOBUZ) – B-DUL GEORGE ENESCU
4. BLOC „CURCUBEU” (STAȚIE AUTOBUZ) – B-DUL GEORGE ENESCU
5. FOST MAGAZIN „PREMIER” - STR. MĂRĂȘEȘTI
6. PARCUL DIN FAȚA CLINICII „MPO”- STR. MĂRĂȘTI
7. CARTIER ZAMCA - STR. ION NECULCE
8. PARCUL DIN FAȚA FARMACIEI DE LA BLOCUL T1 – BULEVARDUL 1 DECEMBRIE 1918
9. PARCUL PIAȚA GEORGE ENESCU – STR. UNIVERSITĂȚII
10. PARCUL UNIVERSITĂȚII „ȘTEFAN CEL MARE SUCEAVA” – STR. UNIVERSITĂȚII
11. PARCUL DIN FAȚA POLICLINICII JUDEȚENE SUCEAVA – STR. ȘTEFAN CEL MARE
12. FOSTUL CONSULAT AL UCRAINEI – STR. MIHAI VITEAZUL
13. COLEGIUL NAȚIONAL „PETRU RAREȘ” - STR. MIHAI VITEAZUL
14. PALATUL DE JUSTIȚIE – STR. ȘTEFAN CEL MARE
15. PARCUL TRANDAFIRILOR (NUMIT 3 BARBOȘI) – STR. TRANDAFIRILOR
16. FOSTA COFETĂRIE „AȘCHIUȚĂ” (STAȚIE AUTOBUZ DENUMITĂ „BANCĂ”) - STR. ANA IPĂTESCU
17. PARCHETUL DE PE LÂNGĂ JUDECĂTORIA SUCEAVA – STR. ȘTEFAN CEL MARE
18. PARCUL CENTRAL (BIBLIOTECA BUCOVINEI „I.G. SBIERA”) – STR. MITROPOLIEI
19. FOSTA BANCĂ „BANC POST” / ROMTELEKOM S.A. - STR. MESERIAȘILOR
20. MAGAZIN STIHL (CENTRU) – STR. CURTEA DOMNEASCĂ
21. PIAȚA CENTRALĂ (PARCARE) – STR. PETRU RAREȘ
22. PARC - STR. CURTEA DOMNEASCĂ
23. STAȚIE AUTOBUZ „22 DECEMBRIE” CU PLECARE IȚCANI – STR. ANA IPĂTESCU
24. CENTRUL CULTURAL BUCOVINA (PATINOAR) – STR. UNIVERSITĂȚII
25. COLEGIUL TEHNIC „PETRU MUȘAT” (2 BUC.) – CALEA UNIRII

- 26. COMPLEX COMERCIAL BAZAR – CALEA UNIRII
- 27. STAȚIE AUTOBUZ „ORIZONT (2 BUC. STÂNGA – DREAPTA) – CALEA UNIRII
- 28. MAGAZIN „TORINO” (STAȚIE AUTO) – CALEA BURDUJENI
- 29. GARA BURDUJENI (ÎN FAȚA GĂRII) – STR. NICOLAE IORGA
- 30. GARA IȚCANI – STR. GĂRII

Cap. V

Sancțiuni

Art. 32 Sancțiunile prevăzute în prezentul regulament vin în completarea celor referitoare la nerespectarea legislației în vigoare privind autorizarea construcțiilor, urbanismul și amenajarea teritoriului - Legea nr. 50/1991- republicată și actualizată, privind autorizarea lucrărilor de construcții și unele măsuri pentru realizarea locuințelor, precum și cu cele ale Legii nr. 154/2017 pentru modificarea și completarea Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate.

Art. 33 Nerespectarea prezentului regulament atrage după sine răspunderea contravențională. Sancțiunile se pot aplica atât persoanelor juridice cât și fizice, după calitatea celei care contravine normelor prezentului Regulament.

Art. 34 în condițiile prezentului Regulament constituie contravenții și se sancționează, următoarele fapte:

- a) amplasarea trepiedelor fără respectarea prevederilor art. 22 - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei;
- b) acoperirea cu orice mijloc de publicitate a suprafețelor vitrate ale clădirilor - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei;
- c) inscripționarea reclamelor pe copertinele, umbrelele, marchizele, parasolarele sau alte asemenea structuri amplasate pentru protecția clădirilor și teraselor în zona ZPR, în afara suprafeței franjurate - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei;
- d) nerespectarea proiectului pentru amplasarea semnalisticii/mijloacelor publicitare conform fotomontajului aprobat - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2000 lei;
- e) nerespectarea acordului emis de autoritățile publice locale - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei;
- f) neîndeplinirea, la termenul stabilit, a măsurilor dispuse - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei;
- g) nerespectarea obligației de a folosi materiale rigide pentru semnalistică firmă - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei;
- h) amplasarea afișelor publicitare peste alte afișe aflate în perioada de valabilitate - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei;
- i) amplasarea de mijloace de publicitate (proiecte speciale, bannere publicitare, mesh-uri publicitare, steaguri publicitare etc), amplasarea/expunerea de mașini în scop publicitar, fără a deține acordul emis de serviciul de specialitate din cadrul Primăriei municipiului Suceava - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei;
- j) nerespectarea prevederilor art. 10 și art. 11 - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei;
- k) amplasarea și utilizarea/realizarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei;
- l) amplasarea mijloacelor de publicitate care prin formă, conținut, dimensiuni și culori în combinații specifice pot fi confundate cu mijloace de semnalizare rutieră sau împiedică vizibilitatea acestora, precum și a indicatoarelor de orientare și informare - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei;

- m) neîntreținerea, neasigurarea identificării prin inscripționarea cu informații privind numărul autorizației de construire, a sistemelor publicitare, - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei;
- n) nedecorarea suprafețelor de expunere în perioada lipsei contractelor de publicitate - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei;
- o) inscripționarea firmelor, reclamelor, textelor publicitare direct pe împrejurimi, geamuri, zidurile imobilelor, stâlpilor de orice fel, trotuarelor sau aleilor prin diverse metode grafice - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei;
- p) neaducerea fațadei la starea inițială și nerespectarea obligației de a demonta mijlocul publicitar în situația firmelor care își încetează activitatea cu amendă de la 1000 și 2500 lei;
- q) nerealizarea obturării vederii din spațiul public în interiorul spațiilor aferente serviciilor funerare - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei;
- r) nesolicitarea reautorizării panourilor publicitare după expirarea duratei de existență/perioadei de autorizare - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei;
- s) neprezentarea documentelor care au stat la baza amplasării mijloacelor publicitare de către deținătorul mijloacelor de publicitate iar în cazul în care nu poate fi identificat se va solicita proprietarului imobilului acordul pentru amplasarea construcției suportului publicitar - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei;
- ș) nerespectarea obligației de a regla intensitatea luminii în intervalul orar 20 - 08 - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei;
- t) nerespectarea prevederilor art. 23, art. 24, art. 27, respectiv art. 29 - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei;
- ț) nerespectarea prevederilor art. 25 - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei - pentru fiecare mijloc publicitar/stâlp;
- u) nerespectarea prevederilor art. 28 de către persoanele fizice/juridice/organizatorii evenimentului/beneficiarii afișelor-mostrelor-tipăriturilor - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei;
- v) amplasarea mijloacelor publicitare cu lumină pulsatorie, în interiorul spațiului (cu vizibilitate din exterior) sau/și în exteriorul spațiului, în zonele de publicitate restrânsă ZPR - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei.

Art. 35 Amenzile contravenționale pot fi achitate și prin intermediul instrumentelor de plată electronică, așa cum acestea sunt prezentate pe site-ul Primăriei municipiului Suceava - www.primariasv.ro.

Art. 36 Contravențiunile se constată și se sancționează de către Poliția locală Suceava și împuterniciți ai Primarului municipiului Suceava.

Model cerere tip pentru emitere aviz de publicitate temporară

Către,

Primarul Municipiului Suceava

C E R E R E

pentru emiterea Avizului pentru publicitate temporară

Subsemnatul, _____ C.N.P. _____ cu domiciliul/sediul în județul _____, municipiul/oraș/comuna _____, sat _____, sectorul _____, cod poștal _____, strada _____, nr. _____, bloc _____, scara _____, apart. _____, telefon/ fax _____, email _____, în calitate de reprezentant al _____, C.U.I. _____ solicit emiterea AVIZULUI PENTRU PUBLICITATE TEMPORARĂ în scopul:

_____ pentru imobilul – terenul și/ sau construcții, situat în municipiul Suceava, strada _____, nr. _____, bloc _____, scara _____, apart. _____, Nr. C.F. _____, Nr. Cad. _____, începând cu data de _____ până la data _____.

Anexez următoarele:

Data,

Semnătura,

Model pentru aviz de publicitate temporară

**DIRECȚIA URBANISM, AMENAJAREA TERITORIULUI, CADASTRU
ȘI FOND FUNCİAR
AVIZ PENTRU PUBLICITATE TEMPORARĂ**

Nr. _____ din _____

Ca urmare a cererii adresate
de _____,
având C.N.P./ C.U.I. _____, cu domiciliul/ sediul în județul _____,
municipiul/ oraș/ comuna _____, sat _____,
sectorul _____, cod poștal _____, strada _____, nr. _____,
bloc _____, scara _____, apart. _____ telefon/ fax _____,
email _____, înregistrată cu nr. _____ din data _____,
în conformitate cu H.C.L. nr. _____ din _____ se

Avizează favorabil

Pentru imobilul - terenul și/ sau construcții, situat în municipiul Suceava, strada _____,
nr. _____, bloc _____, scara _____, apart. _____, Nr. C.F. _____, Nr.
Cad. _____.

Publicitatea începe în data de _____ până la data de _____.

Beneficiarul publicității este _____ cu domiciliul/ sediul în județul _____,
municipiul/ oraș/ comuna _____,
sat _____, sectorul _____, cod
poștal _____, strada _____, nr. _____,
bloc _____, scara _____, apart. _____.

PRIMAR,

.....

Arhitect Șef,

.....

*Se prelungește valabilitatea
Avizului pentru publicitate temporară
conform articolului nr. 7 din Regulamentul local de publicitate*

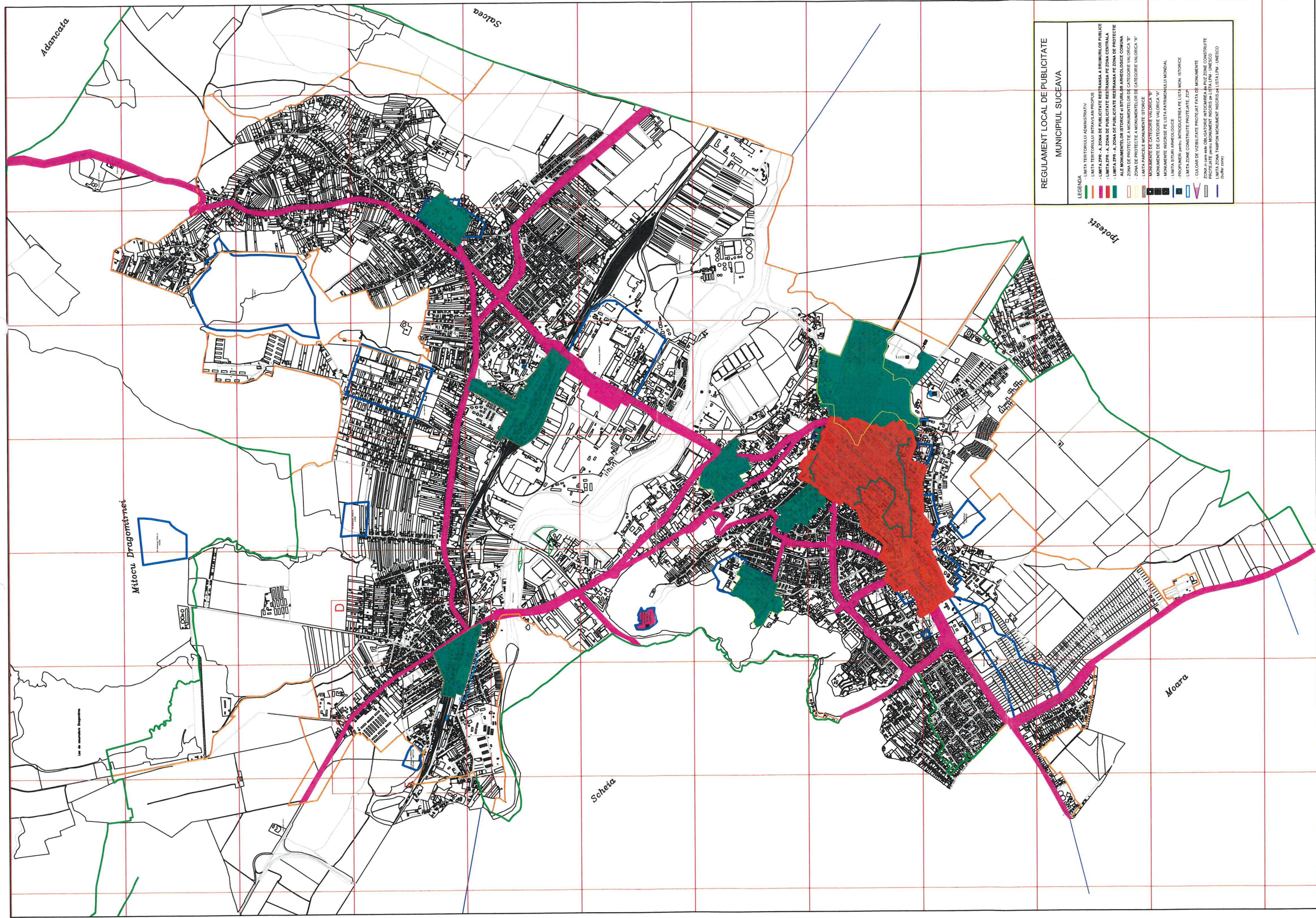
De la data de _____ până la data de _____

PRIMAR,

.....

Arhitect Șef,

.....



REGULAMENT LOCAL DE PUBLICITATE
MUNICIPIUL SUCEAVA

LEGENDA	
- LIMITA TERITORIULUI ADMINISTRATIV	
- LIMITA ZPP - A. ZONA DE PUBLICITATE RESTRICTIVĂ A ORĂȘILOR PUBLICE	
- LIMITA ZPP - A. ZONA DE PUBLICITATE RESTRICTIVĂ PE ZONA CENTRALĂ	
- LIMITA ZPP - A. ZONA DE PUBLICITATE RESTRICTIVĂ PE ZONA DE PROTECȚIE	
- ALE MONUMENTELOR ISTORICE ȘI SITURILOR ARHEOLOGICE COMUNA	
- ZONA DE PROTECȚIE A MONUMENTELOR DE CATEGORIE VALORICĂ "B"	
- ZONA DE PROTECȚIE A MONUMENTELOR DE CATEGORIE VALORICĂ "A"	
- LIMITA PARCELE MONUMENTE ISTORICE	
- MONUMENTE DE CATEGORIE VALORICĂ "B"	
- MONUMENTE DE CATEGORIE VALORICĂ "A"	
- MONUMENTE INSCRISE PE LISTA PATRIMONIULUI MONDIAL	
- LIMITA SITURILOR ARHEOLOGICE	
- PROPUNERI pentru INTRODUCEREA PE LISTA MON. ISTORICE	
- LIMITA ZONE CONSTRUITE PROTEJATE, ZCP	
- CULOARE DE VIZIBILITATE PROTEJATE FAȚA DE MONUMENTE	
- ZONA în care sunt obligatorii înlocuirea și rețineri zone construite	
- PROTEJATE pentru monument înscris pe LISTA PN - UNESCO	
- LIMITA ZONA TAMPON MONUMENT INSCRIS pe LISTA PN - UNESCO	
(buffer zone)	



MUNICIPIUL SUCEAVA

B-dul 1 Mai nr. 5A, cod: 720224

www.primariasv.ro, primsv@primariasv.ro

Tel: 0230-212696, Fax: 0230-520593

Direcția generală Arhitect-șef

Nr. 31314 / 23.06.2025

APROB,
PRIMAR,

Ec. VASILE RÎMBU



Raportul informării și consultării publicului referitor la
îndeplinirea procedurii de transparență decizională privind proiectul de hotărâre
pentru aprobarea Regulamentului local de publicitate

În conformitate cu prevederile art. 11 din Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, republicată a fost elaborat Regulamentul local de publicitate, ulterior fiind întocmit proiectul de hotărâre ce se supune spre aprobare Consiliului Local al municipiului Suceava.

Potrivit prevederilor art. 7 din Legea nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică, republicată, prin anunțul înregistrat sub nr. 11955/12.03.2025, Primăria municipiului Suceava a deschis procedura de transparență decizională a procesului de elaborare a proiectului de hotărâre pentru aprobarea Regulamentului local de publicitate, privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate în municipiul Suceava.

Anunțul a fost publicat pe site-ul Primăriei municipiului Suceava, într-un ziar de interes local, pe aplicația mobilă Suceava City App, pe pagina oficială de Facebook și pe panoul de afișaj din holul de la parterul instituției (proces-verbal de afișaj nr. 11956/12.03.2025).

Cu respectarea termenelor legale, prin anunțul în cauză s-a stabilit perioada de 13.03.2025-24.03.2025 ca fiind intervalul de timp în care s-au putut transmite propuneri, sugestii, opinii cu valoare de recomandare privind proiectul de hotărâre supus procedurii de transparență decizională, perioadă în care s-au înregistrat propunerile de modificare a acestuia sub numerele: 12748/17.03.2025, 14006/21.03.2025, 14040/21.03.2025 și 14041/21.03.2025 din partea următorilor petenți: BURAC IONUȚ AUREL – PFA, S.C. COMPANY R&V S.R.L., S.C. MELANY S.R.L., S.C. STIL MEDIA S.R.L., S.C. ORMEDIA S.R.L.

Ca urmare a celor precizate anterior, propunerile la care am făcut referire au fost consemnate în „Registrul de transparență decizională” conform prevederilor Normelor metodologice de aplicare a Legii nr. 52/2003 și vor fi transmise împreună cu proiectul de hotărâre, spre dezbateră în ședința publică a Consiliul Local al municipiului Suceava în vederea adoptării unei decizii administrative.

Față de cele prezentate, procedura privind elaborarea proiectului de hotărâre pentru aprobarea Regulamentului local de publicitate privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate în municipiul Suceava s-a realizat în conformitate cu prevederile legale.

De asemenea, acestea au fost centralizate, analizate și integrate cu respectarea prevederilor legale în domeniu conform centralizatorului cu propunerile de modificare a Regulamentului local de publicitate în varianta revizuită a Regulamentului local de publicitate, după cum urmează:

Nr. crt.	Nr. articol	Textul inițial	Textul modificat, după analiza propunerilor, sugestiilor și opiniilor la etapa de transparență publică	Argumentarea modificării
1.	Art. 2	Prevederile prezentului regulament se aplică posesorilor de firme, operatorilor de publicitate, precum și executanților de astfel de lucrări ce își desfășoară activitatea pe domeniul public și/sau privat al municipiului Suceava, precum și beneficiarilor reclamei și a proprietarilor de imobile pe care sunt amplasate mijloace publicitare.	Prevederile prezentului regulament se aplică posesorilor de firme, operatorilor de publicitate, executanților de lucrări ce își desfășoară activitatea pe domeniul public și/sau privat al municipiului Suceava sau pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, a beneficiarilor materialelor de promovare, informare sau publicitate, precum și a proprietarilor de imobile pe care sunt amplasate mijloace publicitare.	Reformularea, pentru claritate, a publicului țintă cărui se adresează regulamentul și completarea cu toate categoriile de folosință sau proprietate.
2.	Art. 3	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 regulă, 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	6) construcție publicitară – o structură fizică realizată special pentru a afișa un mesaj publicitar; 9) desfășurată stradală – este o reprezentare grafică în plan bidimensional a fațadelor clădirilor de-a lungul unei străzi. 11) 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, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate. ; 18) mijloace de publicitate cu lumina pulsatorie/intermitentă – suport publicitar care folosește efecte luminoase, clipire, pulsații, schimbări rapide de culoare sau intensitate; 21) prisma - dispozitiv publicitar tridimensional, de regulă rotativ, format din fețe triunghiulare sau trapezoidale, care afișează mai multe mesaje succesive pe aceeași suprafață; 22) parc industrial - zonă delimitată în care se desfășoară activități economice, de cercetare științifică, de producție industrială și servicii, de valorificare a cercetării științifice și/sau de dezvoltare tehnologică; 23) parc comercial – un tip de centru comercial care găzduiește mai multe magazine și unități comerciale; 24) eliminare / renumerotare	Eliminarea definițiilor care se regăsesc în alte surse legislative aflate în vigoare, a referințelor redundante sau a terminologiilor echivalente Eliminarea unor termeni deschiși interpretării subiective Inserarea definiției unor termeni care se regăsesc în proiect și au nevoie de explicații

	nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, republicată – Anexa nr.1, Definirea 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/DESFÎNȚARE» 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; 9) culoare neutră – culori greu de remarcat întrucât nu trezesc emoții, idei sau senzații. Sunt neutre griurile în toate tonalitățile sale, bejurile și diferitele nuanțe de maron și brun; 11) 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,	25) eliminare / renumerotare 29) eliminare / renumerotare (Renumerotare) 33) publicitate temporară - publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestații culturale sau sportive, precum și pentru acțiuni de promovare de produse sau activități; (Renumerotare) 38) totem publicitar - o structură verticală de mari dimensiuni, luminoasă sau nu, amplasată în spații publice (interioare sau exterioare), folosită pentru a afișa mesaje publicitare, informații promoționale sau elemente de identitate vizuală ale unei companii, brand sau instituție în nume propriu; (Renumerotare) 39) vehicul publicitar - mijloc de transport utilizat ca suport pentru mesaje promoționale sau publicitare. Acesta poate avea ca scop principal fie transportul efectiv al unui mesaj publicitar, fie comunicarea acestuia într-un mod mobil și vizibil în spațiul public;
--	--	---

		panouri mobile/tabele pentru mesaje scrise sau inscripționate („people stopper” sau „A board”) etc 18) non culoare – albul, negrul și toată gama griurilor pe care o poate forma amestecul celor două culori; 21) panou tip city light - panou de tip casetă luminoasă, de dimensiuni mici și iluminare din interior cu tuburi de neon; 22) 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; 23) panou tip unipol - structură de rezistență care se amplasează pe suport propriu - un singur stâlp de susținere din țeava metalică - la o înălțime față de sol mai mare de 5 m; 24) tv screen - panou publicitar electronic pentru transmiterea de mesaje publicitare prin afișarea spotului publicitar în format video; 25) 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); 29) 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) ; 33) publicitate temporară - publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestări culturale sau sportive, precum și pentru acțiuni de promovare de produse sau activități (pentru o perioadă de 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 pliante, 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) 38) totem publicitar- structură constructivă sub formă de coloană inscripționată cu texte și elemente grafice prin care o persoană fizică/juridică își identifică activitatea, amplasată în dreptul spațiului și numai pe perioada în care își desfășoară activitatea, fără a perturba activitatea altor operatori economici și profilul transversal
--	--	---

		al străzii permite circulația fluentă atât pietonal cât și rutier; 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;		
3.	Art. 4 (3)	(3) Mijloacele de publicitate amplasate pe schelele montate pe fațadele construcțiilor noi, aflate în diferite faze de execuție sau execuție sau ale celor existente, aflate în reparații, ori pe elementele de înțepănire a șantierului, inclusiv pe utilajele folosite la lucrările de construcție se autorizează odată cu autorizarea organizării de șantier.	(3) Mijloacele de publicitate amplasate pe schelele montate pe fațadele construcțiilor noi, aflate în diferite faze de execuție sau ale celor existente, aflate în reparații, ori pe elementele de înțepănire a șantierului, inclusiv pe utilajele folosite la lucrările de construcție se autorizează odată cu autorizarea organizării de șantier. Valabilitatea perioadei de amplasare este egală cu durata de execuție a lucrărilor mai sus menționate.	Clarificarea duratei de amplasare a mijloacelor vizate.

	și este valabilă pe toată durata existenței acesteia.			
4. Art. 5 (2), (3)	(2) [...] - dovada depunerii declarației de impunere pentru stabilirea taxei de afișaj în scop de reclamă și publicitate, cu excepția operatorilor de publicitate. (3) [...] - documentele de plată pentru emiterea avizului de publicitate temporară: taxa de reclamă (cu excepția operatorilor de publicitate) și taxa de ocupare a domeniului public în situația în care activitatea de promovare se desfășoară pe domeniul public sau privat al municipiului Suceava	Eliminare		Plata taxelor este distinctă de documentația tehnică care trebuie prezentată
5. Art. 6, (4)	(4) Sistemele de ancoraj ale mijloacelor de publicitate amplasate pe construcții existente sunt supuse inspecțiilor obligatorii privind urmărirea comportării în timp a construcțiilor pentru care, periodic, dar nu mai puțin de o dată la 2 ani, un specialist tehnic atestat ca expert pentru cerința rezistență mecanică și stabilitate va întocmi un raport tehnic de inspecție care, prin grija proprietarului, va fi comunicat Inspectoratului Județean în construcții Suceava 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	Eliminare		Există deja această prevedere în SECȚIUNEA 3: Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase pe clădiri și la sol

	parțială a unor bunuri ori alte consecințe deosebite de grave care, potrivit dispozițiilor art. 35 din Legea nr. 10/1995 privind calitatea în construcții, republicată, pot constitui infracțiuni.		
6. Art. 7 (1)	(1) Pentru amplasarea mijloacelor de publicitate care nu necesită fundații (temporară), utilizate în cadrul unor campanii publicitare și/sau activități de promovare ce nu depășesc 30 de zile, care se desfășoară pe domeniul public sau privat al statului ori al unității administrativ-teritoriale sau pe proprietatea privată a persoanelor fizice și juridice, în condițiile prezentei legi, autoritatea administrației publice locale emite pentru publicitate temporară, la cererea solicitanților, în condițiile legii și ale prezentului regulament.	(1) Pentru amplasarea mijloacelor de publicitate temporare care nu necesită fundații, utilizate în cadrul unor campanii publicitare și/sau activități de promovare ce nu depășesc 30 de zile, care se desfășoară pe domeniul public sau pe domeniul privat al municipiului Suceava ori pe proprietatea privată a persoanelor fizice și juridice, autoritatea administrației publice locale emite avizul pentru publicitate temporară, la cererea solicitanților, în condițiile legii și ale prezentului regulament.	Reformulare pentru adaptarea textului de lege la specificul local
7. Art. 8	Art. 8 Se stabilesc două tipuri de zone de publicitate astfel: 1. Zona de publicitate restrânsă, denumită ZPR cuprinde: a) Zonele de protecție a zonei centrale asupra căreia s-a instituit un regim de protecție prin P.U.G., evidențiate în planșa A.3.1 – Reglementări urbanistice zone construite protejate (H.G. nr. 518 din 26.05.2023 pentru aprobarea documentației de urbanism „Reactualizarea Planului urbanistic general al municipiului Suceava, județul Suceava); b) Zonele de protecție ale monumentelor istorice asupra cărora s-a instituit un regim de protecție prin P.U.G., evidențiate în	Art. 8 Se stabilesc două tipuri de zone de publicitate astfel: (1) Zona de publicitate restrânsă, denumită ZPR sau Zona A, conform Anexei nr. 1 care cuprinde: a) Zonele de protecție a zonei centrale asupra căreia s-a instituit un regim de protecție conform H.G. nr. 518 din 26.05.2023 pentru aprobarea documentației de urbanism „Reactualizarea Planului urbanistic general al municipiului Suceava, județul Suceava, evidențiate în planșa A.3.1 – Reglementări urbanistice zone construite protejate; b) Zonele de protecție ale monumentelor istorice asupra cărora s-a instituit un regim de protecție conform H.G. nr. 518 din 26.05.2023 pentru aprobarea documentației de urbanism „Reactualizarea Planului urbanistic general al municipiului Suceava, județul Suceava, evidențiate în planșa A.3.1 – Reglementări urbanistice zone construite protejate; c) Zonele drumului public care cuprind secțiuni din ampriza, zone de siguranță, zone de protecție sau alte zone adiacente străzilor și	Definirea unui teritoriu aferent unei zone de publicitate nu se poate face în mod precis și fără risc de interpretare textual. Se reformulează articolul astfel încât trimiterea să fie către partea desenată. Se revizuieste partea desenată – Anexa 1 prin

	planșa A.3.1 – Reglementări urbanistice zone contruite protejate (H.G. nr. 518 din 26.05.2023 pentru aprobarea documentației de urbanism „Reactualizarea Planului urbanistic general al municipiului Suceava, județul Suceava); c) Zonele drumului public care cuprind ampriza, zonele de siguranță și zonele de protecție, (definite conform prevederilor Ordonanței Guvernului nr. 43 din 28.08.1997 privind regimul drumurilor, republicată) aferente următoarelor străzi precum și a intersecțiilor care se găsesc în lungul acestora: • B-dul Sofia Vicoveanca – intrarea/ieșirea dinspre/spre municipiul Falticeni pe DN 2/E 85; • B-dul 1 Decembrie 1918; • B-dul 1 Mai; • Str. Ștefan cel Mare; • Str. Ana Ipatescu; • Calea Unirii; • Str. 22 Decembrie intrarea/ieșirea dinspre/spre municipiul Dorohoi DN 29A; • Calea Burdujeni; • Str. Cuza Vodă intrarea/ieșirea dinspre/spre municipiul Botoșani DN 29/E 58; • Str. Grigore Alexandru Ghica intrarea/ieșirea dinspre/spre municipiul Siret DN 2/E 85; • B-dul Academician Vasile Grecu; • Calea Obcinilor; • B-dul George Enescu ; • Str. Mărăști;	intersecțiilor desemnate și delimitate conform Anexei nr. 1.	restrângerea Zoneri de Publicitate Restrânse, pentru a permite amplasarea de mijloace publicitare în zonele de intrare/ieșire din oraș și delimitarea rezonabilă a secțiunilor aferente drumurilor.
--	--	--	---

	• Str. Mihai Eminescu; • Str. Vasile Alecsandri; • Str. Petru Rareș; • Str. Cernăuți; • Str. Mircea Șepilici; • Str. Nicolae Labiș; • Str. Traian Vuia; • Str. Nicolae Bălcescu.		
8. Art. 9 (1)	(1) Publicitatea este permisă atât pe domeniul public sau privat al unității administrativ-teritoriale Suceava, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, cu respectarea prevederilor legale în vigoare, inclusiv a prezentului Regulament.	(1) Publicitatea este permisă atât pe domeniul public sau privat al unității administrativ-teritoriale Suceava, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, cu acordul acestora și cu respectarea prevederilor legale în vigoare.	Acordul persoanelor fizice sau juridice este necesar. Eliminare formulare redundantă.
9. Art. 10	Art. 10 (1) Amplasarea mijloacelor de publicitate este interzisă în următoarele situații: a) pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților publice, cu excepția mijloacelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul sediliilor; b) pe clădirile în care își desfășoară activitatea unități de învățământ, cultură sau alte asemenea - cu excepția unor evenimente publice organizate sau dacă reclama are legătură cu obiectul de activitate al instituției respective și cu acordul forului tutelar; c) pe obiectele de artă monumentală și monumentele de for public; d) pe clădirile monument și cele propuse spre clasare conform H.G. nr. 518 din 26.05.2023 pentru aprobarea	Art. 10 (1) Amplasarea mijloacelor de publicitate este interzisă în următoarele situații: a) în arile naturale protejate de interes național și internațional, cu excepția intravilanelor incluse în acestea; b) în spații verzi cu caracter ornamental sau cu valoare deosebită; c) în locurile de joacă sau locurile de odihnă situate în zona blocurilor de locuințe colective; d) pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților administrației publice locale și centrale, precum și ale instituțiilor publice, cu excepția afișajelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul sediliilor; e) pe arbori; f) pe zona carosabilă a străzilor și a drumurilor, indiferent de categoria acestora; g) pe obiectele de artă monumentală și monumentele de for public; h) pe monumentele istorice, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii și a mesh-urilor amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare în condițiile prezentului regulament; i) pe clădirile aflate în stare avansată de deteriorare, în situația în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de	La alin (1) se preiau integral restricțiile conform formularea și ordinea prezentată în Legea nr. 185, la care se adaugă elementele de diferențiere introduse de regulament (2) Mărirea distanței la 30 cm conform practicilor din domeniu (3) Reformulare pentru eliminarea unei

	documentației de urbanism „Reactualizarea Planului urbanistic general al municipiului Suceava, județul Suceava, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii și a mesh-urilor amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/ restaurare în condițiile prezentului regulament; e) pe fațadele clădirilor sau la partea superioară a clădirilor situate în zone construite protejate; f) pe clădirile aflate în lista cu inventarul clădirilor care necesită lucrări de intervenție pentru reabilitarea structural-arhitecturală a anvelopei clădirilor conform Legii nr. 153/05.07.2011 privind măsuri de creștere a calității arhitectural-ambientale a clădirilor. Se vor putea amplasa mijloace de publicitate, în condițiile prezentului regulament, numai după reabilitarea și refacerea imobilului. Sunt permise mesh-urile amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare în condițiile prezentului regulament; g) pe fațadele cu sau fără ferestre, ale clădirilor, dacă acestea sunt prevăzute cu elemente/materiale decorative/incrustații decorative/forme stilizate în vederea obținerii unui efect decorativ, astfel că prin amplasarea mijlocului publicitar se distorsionează imaginea urbană a clădirii, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii;	rezistență și/sau stabilitatea și integritatea elementelor constructive și decorative ale anvelopei clădirii; j) în incinta și pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcașurilor de cult, troițelor, scuarurilor, parcurilor și grădinilor publice; k) în interiorul intersecțiilor și al sensurilor giratorii la o distanță mai mică de 50 m, calculată de la intrarea, respectiv ieșirea din intersecție/sensul giratoriu, 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 supraterrane ori sub poduri; m) pe semnele de circulație, inclusiv pe stâlpii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație, pe stâlpii de alimentare cu energie electrică, pe stâlpii de iluminat public, pe stâlpii de susținere a elementelor de transport public, pe stâlpii de telecomunicații sau orice alt tip de stâlpi amplasați în localități sau de-a lungul arterelor de circulație; 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) pe lucrările de artă care traversează drumul, pe portale cu semnalizare rutieră sau în soluții independente autoportante în traversarea drumului. p) pe clădirile în care își desfășoară activitatea unități de învățământ, cultură sau alte asemenea - cu excepția celor care se amplasează pentru evenimente publice organizate sau dacă materialul de comunicare are legătură cu obiectul de activitate al instituției respective și cu acordul forului tutelar; q) pe clădirile monument și cele propuse spre clasare conform H.G. nr. 518 din 26.05.2023 pentru aprobarea documentației de urbanism „Reactualizarea Planului urbanistic general al municipiului Suceava, județul Suceava, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii și a mesh-urilor amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/	neconcordanțe. Limitarea prevederii la mijloace luminoase pulsatorii, întrucât ecranele publicitare sunt tratate în mod distinct la capitolul relevant. (5) eliminare paragraf întrucât există deja reglementare la alte capitole (6) renumerotare și clarificare aplicabilitate pentru vehicule publicitare, definite în preambulul regulamentului, introducere excepții pentru evenimente
--	--	--	---

	h) în incinta și pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcașurilor de cult, troițelor, scuarurilor, parcurilor și grădinilor publice; i) pe spațiile verzi cu caracter ornamental sau zone bogat plantate; j) în locurile de joacă sau locurile de odihnă situate în zona blocurilor de locuințe colective; k) pe zona carosabilă a străzilor și a drumurilor, indiferent de categoria acestora; l) în zonele în care a fost restricționată sau interzisă publicitatea prin prezentul Regulament; m) în interiorul intersecțiilor și al sensurilor giratorii la o distanță mai mică de 50 m, calculată de la intrarea, respectiv ieșirea din intersecție/sensul giratoriu, în spațiul destinat circulației autovehiculelor și semnalizării rutiere, în zone în care desfășurarea în condiții normale a traficului ar putea fi perturbată; n) pe parapetii și/sau pereții pasajelor rutiere subterane și supraterane ori sub poduri; o) pe stâlpii proprii elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație, pe semnele de circulație; p) pe lucrările de artă/geniu civil care traversează drumul sau ape de suprafață, pe portale cu semnalizare rutieră sau în soluții independente autoportante în traversarea	restaurare în condițiile prezentului regulament; r) pe fațadele clădirilor situate în zone construite protejate; s) pe clădirile aflate în lista cu inventarul clădirilor care necesită lucrări de intervenție pentru reabilitarea structural-arhitecturală a anvelopei clădirilor conform Legii nr. 153/05.07.2011 privind măsuri de creștere a calității arhitectural-ambientale a clădirilor. Se vor putea amplasa mijloace de publicitate, în condițiile prezentului regulament, numai după reabilitarea și refacerea imobilului. Sunt permise mesh-urile amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare în condițiile prezentului regulament; ș) pe elementele care delimitează trotuarul/zona pietonală de carosabil; t) pe benzile metalice de delimitare, precum și pe benzile laterale de protecție ale sensurilor de circulație a drumurilor; t) pe împrejurimile imobilelor. (2) Se interzice amplasarea, interior sau exterior, a oricărui mijloc publicitar care obturează vizibilitatea suprafețelor vitrate, la mai puțin de 30 cm de la suprafața sticlei. (3) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate cu lumină pulsatorie/intermitentă. Pentru alte mijloacele publicitare luminoase, pe timpul nopții intensitatea luminii se va regla astfel încât aceasta să nu deranjeze. Dacă acest lucru nu este posibil, funcționarea acestora va fi întreruptă pe timpul nopții. (5) Pe domeniul public sau domeniul privat al municipiului Suceava - carosabil, trotuar, locuri de parcare marcate etc se interzice amplasarea/expunerea de vehicule publicitare, cu excepția situațiilor în care aceste vehicule fac parte integrantă dintr-un eveniment socio-cultural care se desfășoară cu respectarea prevederilor legale.
--	--	---

		drumului; q) pe elementele care delimitează trotuarul/zona pietonală, de carosabil; r) pe benzile metalice de delimitare, precum și pe benzile laterale de protecție ale sensurilor de circulație a drumurilor; s) pe arbori; t) pe împrejmuirile imobilelor. (2) Se interzice amplasarea, interior sau exterior, a oricărui mijloc publicitar care obținează integral vizibilitatea în interiorul unui spațiu, la mai puțin de 15 cm de la suprafața sticlei. (3) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate cu lumină pulsatorie/intermitentă și a ecranelor publicitare. Pentru mijloacele publicitare luminoase, cu iluminare constantă ca intensitate, pe timpul nopții intensitatea luminii se va regla astfel încât aceasta să nu deranjeze, sau funcționarea acesteia va fi întreruptă. (3.1) Prin derogare de la alin. (3) se pot amplasa ecrane publicitare numai în zona de publicitate lărgită ZPL. Amplasarea acestora se va face în baza aceluiași reguli ca pentru panourile publicitare de pe zona ZPL. Pe timpul nopții intensitatea luminii acestor ecrane publicitare se va regla astfel încât aceasta să nu deranjeze sau funcționarea acesteia va fi întreruptă. (5) În toate zonele din municipiul Suceava se interzice acoperirea cu orice	
--	--	--	--

	mijloc de publicitate (material colant, grafică pictată sau orice alte mijloace publicitare de afişaj) a suprafeţelor vitrate ale clădirilor. Acestea se pot realiza doar în interiorul spaţiului în care se desfăşoară activitatea pe sisteme de afişare de tip panou, care pot fi suspendate de elementele structurale ale spaţiilor comerciale sau cu rame cu sistem click, fără a obtura integral vizibilitatea în interiorul spaţiului. (6) În municipiul Suceava, pe domeniul public sau privat al municipiului - carosabil, trotuar, locuri de parcare marcate etc se interzice amplasarea/expunerea de autoturisme în scop publicitar.		
10. Art. 11	Art. 11 FIRME Reglementări de ordin general 1) firmele se amplasează numai pe porţiunea de faţadă din care face parte spaţiul în care se desfăşoară activitatea, de regulă deasupra accesului - încadrată simetric, fără a depăşi suprafaţa stratului suport de prindere. 2) pentru imobilele care au spaţii comerciale la parter şi unde, prin sistemul constructiv există un atic sau parapet continuu/registru plin peste parter, amplasarea firmelor se va face strict pe această zonă. Înălţimea mijloacelor publicitare propuse va fi aceeaşi (formă, elemente de consolă, dimensiunea consolei, intensitate luminoasă). 2.1) pentru spaţiile situate la parter de	Art. 11 (1) Firmele se amplasează pe faţadele clădirilor sau în locuri special amenajate, după cum urmează: a) pe clădirile de locuit având spaţii cu altă destinaţie la parter sau mezanin, se amplasează numai pe porţiunea de faţadă corespunzătoare acestor spaţii sau pe parapetul plin şi continuu al primului etaj, unde este cazul, cu acordul proprietarilor. Încadrarea se va face simetric, fără a depăşi suprafaţa stratului suport de prindere; b) firmele în consolă se amplasează la o înălţime minimă de 2,50 m de la nivelul trotuarului. Faţă de planul vertical al faţadei, firmele vor putea ieşi în consolă maximum 1,20 m, dar păstrând o distanţă de minimum 1,00 m faţă de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau faţă de limita interioară a plantaţiei de aliniament; c) copertinele pe care se inscripţionează o firmă vor fi amplasate la minimum 2,50 m înălţime faţă de nivelul trotuarului şi vor ieşi din planul faţadei maximum 1,50 m; ele vor păstra o distanţă de minimum 1,00 m faţă de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau faţă de limita interioară a plantaţiei de	În proiectul de regulament reglementarea firmelor este divizată între Art. 11 şi secţiunea relevantă din tabelul aferent Art. 30, existând clauze şi prevederi duplicate. Se transferă paragrafele aferente firmelor de la Art 30 în SECŢIUNEA I: Reguli generale privind

	bloc, pe același tronson de fațadă, firmele se vor standardiza și se vor amplasa în mod unitar, încadrate simetric și fără a depăși suprafața stratului suport de prindere. 2.2) pentru imobilele noi construite care au spații comerciale la parter, forma și dimensiunile semnalisticii vor fi autorizate în cadrul serviciului de urbanism în baza unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în colaborare cu un designer atestat. 3) pentru activități ce nu ocupă spații adiacente fațadei, la parterul imobilelor, pot fi dispuse doar firme sub forma unor plăci gravate/inscripționate, cu suprafața maximă de 1200 cmp, în zona accesului în clădire. În cazul în care într-un imobil se desfășoară în asemenea condiții mai multe activități, firmele se vor grupa într-un pachet și standardiza. 4) pentru o activitate se va putea amplasa o singură firmă. Prin excepție, în cazul imobilelor de colț se pot amplasa firme pe fațadele aferente ambelor străzi. În situațiile în care e posibilă dispunerea firmei în partea superioară a fațadei, o a doua firmă poate fi dispusă la nivelul parterului. 5) firmele se vor dispune într-un plan paralel cu fațada, distanțat de aceasta cu maximum 15 cm. Firmele dispuse perpendicular pe fațadă nu vor depăși dimensiunea de 1m (lățime) x 1m (înălțime) și se vor amplasa la o înălțime minimă de 2.50 m de la nivelul trotuarului.	aliniameni; d) în cazul amplasării firmelor pe aticul clădirilor de locuințe colective sau pe parapetul plin al etajului I, după caz, firmele nu vor depăși dimensiunile elementelor constructive-suport; e) în cazul apartamentelor în care se derulează activități cu caracter temporar situate în clădiri de locuințe colective, firmele aferente se amplasează la parterul clădirii, cu acordul proprietarilor afectați. În această situație, amplasamentul va fi: 1. în zona scării de acces corespunzătoare, dacă apartamentul este situat la alte niveluri decât la parter sau demisol; 2. fără a depăși limita spațiului respectiv, dacă apartamentul este amplasat la parter sau demisol. (2) Firmele se amplasează numai la nivelul parterului, în zona de fațadă efectiv aferentă spațiilor ocupate de activitatea respectivă. Prin excepție, pentru instituțiile publice sau de interes public și societățile comerciale care ocupă un întreg imobil, se pot dispune firme în partea superioară a fațadei, în zona / deasupra ultimului nivel. (3) Pentru imobilele care au spații comerciale la parter și unde, prin sistemul constructiv există un atic sau parapet continuu/registru plin peste parter, amplasarea firmelor se va face strict pe această zona. Înălțimea mijloacelor publicitare propuse va fi aceeași (formă, elemente de consolă, dimensiunea consolei, intensitate luminoasă). (4) Pentru imobilele noi construite care au spații comerciale la parter, forma și dimensiunile semnalisticii vor fi autorizate în cadrul serviciului de urbanism în baza unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în colaborare cu un designer. (5) Pentru activități ce nu ocupă spații adiacente fațadei, la parterul imobilelor, pot fi dispuse doar firme sub forma unor plăci gravate/inscripționate, cu suprafața maximă de 1200 cmp, în zona accesului în clădire. În cazul în care într-un imobil se desfășoară în asemenea condiții mai multe activități, firmele se vor grupa pe un singur panou care va avea un design unitar (culoare text, culoare fundal, dimensiune font etc.). (6) Pentru o activitate se va putea amplasa o singură firmă. Prin	amplasarea firmelor, respectiv divizarea reglementărilor în trei articole, 11, 12 în funcție de conținut, respectiv reguli generale, reguli specifice. De asemenea, vitrinele sunt reglementate într-o secțiune separată.
--	--	---	---

	6) firmele vor fi corelate cu arhitectura faadelor, ce poate impune restricții importante privind poziția, dimensiunile și designul acestora. Vor avea dimensiuni adaptate spațiului disponibil pe fațadă. Nu vor putea altera sau intra în contradicție cu detaliile/expresia arhitecturală a clădirii. Se interzice amplasarea acestora pe elemente proeminente ale faadelor (balcoane, logii, console, pilaștri, ancadrame, cornișe profilate etc), pe porțile de acces în imobile, pe ferestre. 7) ca elemente importante în definirea imaginii urbane, firmele vor avea un design de bună calitate și vor fi realizate obligatoriu, din materiale rigide; nu se acceptă firme din materiale fără durabilitate (pânză, poliplan, carton). 8) în cazul clădirilor prevăzute cu o incintă împrejmuită, firmele pot fi amplasate în aliniamentul stradal sau perpendicular față de aceasta, în consolă, ancorate de clădire sau susținute de un suport amplasat în spatele împrejurării. 9) în situația în care clădirea intră în proces de reabilitare a fațadei, reamplasarea semnalisticii se va face după finalizarea lucrărilor de reabilitare, în baza unui studiu de fațadă, parte integrantă din documentația tehnică de autorizare a lucrărilor de reabilitare sau avizat/autorizat în cadrul serviciului de urbanism în baza unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în colaborare cu un designer. În caz contrar, pentru	excepție, în cazul imobilelor de colț se pot amplasa firme pe fațadele aferente ambelor străzi. În situațiile în care e posibilă dispunerea firmei în partea superioară a fațadei (începând cu nivelul 1 de deasupra solului), o a doua firmă poate fi dispusă la nivelul parterului. (7) Firmele se vor dispune într-un plan paralel cu fațada, distanțat de aceasta cu maximum 15 cm. Firmele dispuse perpendicular pe fațadă nu vor depăși dimensiunea de 1m (lățime) x 1m (înălțime) și se vor amplasa la o înălțime minimă de 2.50 m de la nivelul trotuarului. (8) Firmele vor fi corelate cu arhitectura faadelor, ce poate impune restricții importante privind poziția, dimensiunile și designul acestora. Vor avea dimensiuni adaptate spațiului disponibil pe fațadă. Nu vor putea altera sau intra în contradicție cu detaliile/expresia arhitecturală a clădirii. Se interzice amplasarea acestora pe elemente proeminente ale faadelor (balcoane, logii, console, pilaștri, ancadrame, cornișe profilate etc.), pe porțile de acces în imobile, pe ferestre. (9) Ca elemente importante în definirea imaginii urbane, firmele vor avea un design de bună calitate și vor fi realizate obligatoriu, din materiale rigide; nu se acceptă firme din materiale fără durabilitate (pânză, poliplan, carton etc.). (10) În cazul clădirilor prevăzute cu o incintă împrejmuită, firmele pot fi amplasate în aliniamentul stradal sau perpendicular față de aceasta, în consolă, ancorate de clădire sau susținute de un suport amplasat în spatele împrejurării. (11) În situația în care clădirea intră în proces de reabilitare a fațadei, reamplasarea semnalisticii se va face după finalizarea lucrărilor de reabilitare, în baza unui studiu de fațadă, parte integrantă din documentația tehnică de autorizare a lucrărilor de reabilitare sau avizat/autorizat în cadrul serviciului de urbanism în baza unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în colaborare cu un designer. În caz contrar, pentru semnalistică reamplasată fără respectarea condițiilor menționate, primarul va dispune desființarea, pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate pe care această semnalistică este amplasată, fără a
--	---	---

	semnalistica reamplasată fără respectarea condițiilor menționate, primarul va dispune desființarea, pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate pe care această semnalistica este amplasată, fără a se emite autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor de judecată. 10) în situația în care agenții economici, persoane fizice sau juridice, doresc sau sunt obligați prin legislația specifică activității, să fie împiedicată vizualizarea prin suprafețele vitrate, a activităților care se desfășoară în locația respectivă, se acceptă folosirea sticlei sablate sau acoperirea sticlei cu folie imitație de sticlă sablată. (13) Firmele/mijloace semnalistice tip "Totem", având proiecția în suprafață proiectată de maxim 2,00 mp, se pot amplasa numai în zona/dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității, doar pe trotuarele care depășesc 2 m lățime sau în afara trotuarelor, fără a perturba activitatea altor operatori economici și profilul transversal al străzii permite circulația fluentă atât pietonal cât și rutier și nu vor folosi în alcătuirea lor lumina dinamică sau intermitentă. Prin excepție, în Zona B - ZPL se pot amplasa firme/mijloace semnalistice tip "Totem" cu dimensiuni mai mari, în urma obținerii unui aviz favorabil în Comisia Operativă de Urbanism și avizul favorabil al Arhitectului Șef. (14) 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 re-zugrăvirea locală și readucerea la aspectul inițial. (15) Pe fațada spațiilor comerciale de la parterul imobilelor de locuit se pot amplasa, alături de firme și alte mijloace de publicitate, cu acordul proprietarilor și cu respectarea prevederilor referitoare la autorizarea și executarea firmelor. Publicitatea amplasată pe fațada unui spațiu comercial se va diferenția față de firmă prin culoare, formă sau dimensiune. (16) În cazul firmelor iluminate, reflectoarele se vor amplasa astfel încât să asigure o iluminare uniformă, care să pună în valoare clădirea și care să nu deranjeze traficul auto și pietonal, reflectoarele fiind mascate de elemente ale construcției sau firmei. Amplasarea va fi la minimum 3,00 m de la nivelul solului. (17) Firmele iluminate amplasate la mai puțin de 30 m de	se emite autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor de judecată. (12) În situația în care agenții economici, persoane fizice sau juridice, doresc sau sunt obligați prin legislația specifică activității, să fie împiedicată vizualizarea prin suprafețele vitrate, a activităților care se desfășoară în locația respectivă, se acceptă folosirea sticlei sablate sau acoperirea sticlei cu folie imitație de sticlă sablată. (13) Firmele/mijloace semnalistice tip "Totem", având proiecția în suprafață proiectată de maxim 2,00 mp, se pot amplasa numai în zona/dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității, doar pe trotuarele care depășesc 2 m lățime sau în afara trotuarelor, fără a perturba activitatea altor operatori economici și profilul transversal al străzii permite circulația fluentă atât pietonal cât și rutier și nu vor folosi în alcătuirea lor lumina dinamică sau intermitentă. Prin excepție, în Zona B - ZPL se pot amplasa firme/mijloace semnalistice tip "Totem" cu dimensiuni mai mari, în urma obținerii unui aviz favorabil în Comisia Operativă de Urbanism și avizul favorabil al Arhitectului Șef. (14) 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 re-zugrăvirea locală și readucerea la aspectul inițial. (15) Pe fațada spațiilor comerciale de la parterul imobilelor de locuit se pot amplasa, alături de firme și alte mijloace de publicitate, cu acordul proprietarilor și cu respectarea prevederilor referitoare la autorizarea și executarea firmelor. Publicitatea amplasată pe fațada unui spațiu comercial se va diferenția față de firmă prin culoare, formă sau dimensiune. (16) În cazul firmelor iluminate, reflectoarele se vor amplasa astfel încât să asigure o iluminare uniformă, care să pună în valoare clădirea și care să nu deranjeze traficul auto și pietonal, reflectoarele fiind mascate de elemente ale construcției sau firmei. Amplasarea va fi la minimum 3,00 m de la nivelul solului. (17) Firmele iluminate amplasate la mai puțin de 30 m de
--	---	---

	semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora și nici lumină intermitentă. (18) Beneficiarul răspunde de rezistența și de stabilitatea acestor mijloace de publicitate. Art. 12 Reguli specifice pentru amplasarea firmelor (1) Pentru activitățile de comerț en detail, de alimentație publică, pentru serviciile cu acces public: a) firmele vor fi alcătuite din text/litere și simboluri grafice (nonfigurative - logouri, sigle) independente, montate individual pe fațadele clădirilor. Prin excepție, în situațiile în care arhitectura clădirilor include elemente constructive dedicate firmelor, cu o anumită specificitate, acestea se vor utiliza ca atare; b) standarde de marcă (brand) nu pot constitui pretexte pentru nerespectarea prevederilor prezentului regulament; (2) pentru activitățile serviciilor profesionale, serviciilor manufacturiere: a) pentru această categorie de activități, pot fi dispuse doar firme sub forma unor plăci inscripționate. În cazul în care într-un imobil se desfășoară în asemenea condiții mai multe activități, firmele se vor grupa pe un singur panou care va avea un design unitar (culoare text, culoare fundal, dimensiune font etc.); b) firmele se vor dispune în vecinătatea accesului în clădire sau în spațiile ocupate de aceste activități; c) în cazul profesiilor liberale se recomandă ca grafica/designul și conținutul textului să fie standardizate prin grija asociațiilor profesionale, cu respectarea prevederilor prezentului regulament. (3) pentru firme aferente instituțiilor publice sau de interes public: a) firmele instituțiilor vor fi inscripționate/gravate pe panouri/plăci cu suprafața maximă de 6000 cmp; b) instituțiile care dispun de formate standardizate ale firmelor (în general cele ale administrației publice, de învățământ etc.) le vor utiliza ca atare; c) suplimentar, în cazul instituțiilor care dispun de un întreg imobil, este admisibilă/recomandată inscripționarea titlaturii acestora în partea superioară a fațadei, la ultimul nivel, de regulă sub cornișă, prin litere amplasate independent (fără suport comun),	“Totem” cu dimensiuni mai mari, în urma obținerii unui aviz favorabil în Comisia Operativă de Urbanism și avizul favorabil al Arhitectului Șef. 12) La montarea/demontarea firmelor, proprietarii acestora au obligația să aducă fațada clădirii la starea inițială, prin înlăturarea amprentelor firmelor și reparații ale zonei de montare, inclusiv rezugrăvirea locală și readucerea la aspectul inițial. Reglementări specifice pentru activitățile de comerț en detail, de alimentație publică, pentru serviciile cu acces public: 13) firmele vor fi alcătuite din text/litere și simboluri grafice (nonfigurative - logouri, sigle) independente, montate individual pe fațadele clădirilor. Prin excepție, în situațiile în care arhitectura clădirilor include elemente constructive dedicate firmelor, cu o anumită specificitate, acestea se vor utiliza ca atare. 14) standarde de marcă (brand) nu pot constitui pretexte pentru nerespectarea prezentului regulament, pentru activitățile serviciilor profesionale, serviciilor manufacturiere: 15) pentru această categorie de activități, pot fi dispuse doar firme sub forma unor plăci inscripționate. În cazul în care într-un imobil se desfășoară în asemenea condiții mai multe activități, firmele se vor grupa într-un pachet și standardiza.
--	---	---

16) acestea se vor dispune în vecinătatea accesului - în clădire sau în spațiile ocupate de aceste activități. 17) în cazul profesiorilor liberele, se recomandă ca grafica/designul și conținutul textului să fie standardizate prin grija asociațiilor profesionale, cu respectarea prevederilor prezentului Regulament. pentru firme aferente instituțiilor publice sau de interes public: 18) firmele instituțiilor vor fi inscripționate/gravate pe panouri/plăci cu suprafața maximă de 6000 cmp. 19) instituțiile care dispun de formate standardizate (în general cele ale administrației publice, de învățământ etc) le vor utiliza ca atare. 20) suplimentar, în cazul instituțiilor care dispun de un întreg imobil, este admisibilă/recomandată inscripționarea titlaturii acestora în partea superioară a fațadei, la ultimul nivel, de regulă sub cornișă, prin litere amplasate independent (fără suport comun), luminoase sau iluminate arhitectural, al căror design să nu contrasteze cu elementele stilistice din arhitectura imobilului (formă, culori etc) și proporțiile elementelor arhitecturale, axate pe fațada spațiului în folosință, simetric față de limita acestui spațiu, care să nu acopere elementele de modernatură, elementele decorative ale fațadei iar în documentația de autorizare se va prezenta un fotomontaj cu desfășurata stradală în care va fi inclusă propunerea în contextul	luminoase sau iluminate arhitectural, al căror design să nu contrasteze cu elementele stilistice din arhitectura imobilului (formă, culori etc) și proporțiile elementelor arhitecturale, axate pe fațada spațiului în folosință, simetric față de limita acestui spațiu, care să nu acopere elementele de modernatură, elementele decorative ale fațadei iar în documentația de autorizare se va prezenta un fotomontaj cu desfășurata stradală în care va fi inclusă propunerea în contextul existent, având dimensiunea maximă avizată în cadrul ședințelor serviciului de urbanism, în raport cu caracteristicile arhitecturale ale clădirii.	

	existent, având dimensiunea maximă avizată în cadrul ședințelor serviciului de urbanism, în raport cu caracteristicile arhitecturale ale clădirii. • VITRINE 21) ca elemente importante în definirea imaginii urbane, vitrinele vor beneficia de un design adaptat arhitecturii imobilelor. 22) în golul fațadei destinat vitrinei, se poate include și firma, în situațiile în care amplasarea acesteia pe fațadă este inadecvată din cauza caracteristicilor arhitecturale. 23) la clădirile cu mai multe vitrine, intervențiile asupra acestora vor urmări conservarea/refacerea unității expresiei arhitecturale. 24) sticla vitrinelor va fi de tip transparent, incolor, cu excepția acelor prevăzute prin lege a fi opace. 25) pentru vitrinele aferente unor spații în interiorul cărora vederea din spațiul public nu este dezirabilă, se va amplasa un ecran translucid la minimum 30 cm de la suprafața sticlei iar interspațiul rezultat se va utiliza pentru expunere sau se va amenaja (cu plante, flori etc) în funcție de specificul activității. 26) vitrinele aferente serviciilor funerare de orice natură (firme de pompe funebre, comerț cu produse și materiale specifice etc) vor fi în mod obligatoriu dublate de ecrane translucide iar ușile de acces vor fi astfel realizate încât vederea în interior din spațiul public să fie complet	
--	--	--

	împiedică. Expunerea oricăror elemente - obiecte, materiale, coroane etc, legate de specificul acestor activități e interzisă. Manevrarea acestora se va face exclusiv în locuri închise - încăperi, ganguri, incinte, fără posibilitatea de a fi observate din spațiul public, de către colocationari sau de pe parcelele învecinate.		
11. Art. 12 (2) (3)	(2) Forma și dimensiunea firmelor/semnalisticii vor fi autorizate în cadrul serviciului de urbanism în baza unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în colaborare cu un designer. (3) Sunt interzise firmele luminoase cu lumină pulsatorie, atât în interiorul spațiului (cu vizibilitate din exterior), cât și în exteriorul spațiului.	Renumotare în Art. 13 Eliminare alin (2) și (3)	Reglementări redundante, pot fi eliminate pentru simplificarea reglementului Necesitatea autorizării rezultă din prevederile Art. 30, mijloacele cu lumini pulsatorii sunt reglementate prin Art. 10
12. Inserare Art. nou		SECȚIUNEA 2: Reguli generale privind publicitatea efectuată prin intermediul vitrinelor Art. 14 (1) Ca elemente importante în definirea imaginii urbane, vitrinele vor beneficia de un design adaptat arhitecturii imobilelor. (2) În golul fațadei destinat vitrinei, se poate include și firma, în situațiile în care amplasarea acesteia pe fațadă este inadecvată din cauza caracteristicilor arhitecturale. (3) La clădirile cu mai multe vitrine, intervențiile asupra acestora vor urmări conservarea/refacerea unității expresiei arhitecturale. Sticla vitrinelor va fi de tip transparent, incolor, cu excepția acelor prevăzute prin lege a fi opace. (4) Pentru vitrinele aferente unor spații în interiorul cărora vederea din spațiul public nu este dezirabilă, se va amplasa un ecran translucid la minimum 30 cm de la suprafața sticlei iar interspațiul	Separarea informațiilor referitoare la vitrine din Art. 11 și inserarea ca articol distinct.

		rezultat se va utiliza pentru expunere sau se va amenaja (cu plante, flori etc) în funcție de specificul activității. (5) Vitrinele aferente serviciilor funerare de orice natură (firme de pompe funebre, comerț cu produse și materiale specifice etc.) vor fi în mod obligatoriu dublate de ecrane transclucide iar ușile de acces vor fi astfel realizate încât vederea în interior din spațiul public să fie complet împiedicată. Expunerea oricăror elemente, obiecte, materiale, coroane etc., legate de specificul acestor activități e interzisă. Manevrarea acestora se va face exclusiv în locuri închise - încăperi, ganguri, incinte, fără posibilitatea de a fi observate din spațiul public, de către coloctari sau de pe parcelele învecinate.	
13. Art. 13 (1) (2) (3) (8) (10)	(1) Amplasarea panourilor publicitare atât pe domeniul public, cât și privat se va face numai după obținerea autorizației de construire, emisă conform prevederilor legale în vigoare și în baza unui contract de închiriere valabil încheiat cu proprietarul/administratorul imobilului. (2) Lucrările de amplasare a panourilor publicitare, sunt lucrări de construcții cu caracter provizoriu; durata maximă de existență/termenul de autorizare a panourilor publicitare amplasate pe domeniul public/privat al Municipiului Suceava este durată contractului de concesiune / închiriere. Acest termen decurge de la data amplasării panoului publicitar (comunicată în prealabil; în caz contrar se consideră ziua următoare datei de emitere a autorizației). După expirarea acestui termen, se poate solicita reautorizarea pe același amplasament, pe o perioadă maxim egală cu perioada inițială, în condițiile respectării prevederilor Regulamentului în vigoare la data solicitării, altfel beneficiarul va dispune imediat desființarea panourilor. (8) Pentru mijloacele publicitare luminoase este necesară obținerea avizului Biroului Rutier, pentru respectarea condițiilor tehnice referitoare la luminozitate pentru a nu exista riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate.	Art. 15 (1) Amplasarea panourilor publicitare atât pe domeniul public, cât și pe domeniul privat sau pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice se va face numai după obținerea autorizației de construire, emisă conform prevederilor legale în vigoare și în baza unui contract de închiriere valabil încheiat cu proprietarul/administratorul imobilului. (2) Lucrările de amplasare a panourilor publicitare, sunt lucrări de construcții cu caracter provizoriu; durata maximă de existență/termenul de autorizare a panourilor publicitare amplasate pe domeniul public/privat al Municipiului Suceava este durată contractului de concesiune / închiriere. Acest termen decurge de la data amplasării panoului publicitar (comunicată în prealabil; în caz contrar se consideră ziua următoare datei de emitere a autorizației). După expirarea acestui termen, se poate solicita reautorizarea pe același amplasament, pe o perioadă maxim egală cu perioada inițială, în condițiile respectării prevederilor Regulamentului în vigoare la data solicitării, altfel beneficiarul va dispune imediat desființarea panourilor. (8) Pentru mijloacele publicitare luminoase este necesară obținerea avizului Biroului Rutier, pentru respectarea condițiilor tehnice referitoare la luminozitate pentru a nu exista riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate.	(1) completarea formelor de proprietate sau folosință (2) Pentru simplificarea administrativă și evitarea riscului de neconcordanțe, stabilirea limitelor se poate realiza prin durată concesiune sau închiriere, nefiind necesară stabilirea unui termen distinct. (3) Nu mai este necesar – se poate elimina (10) Reformulare pentru claritate Inserare aliniat nou pentru a

	cu perioada inițială, în condițiile respectării prevederilor Regulamentului în vigoare la data solicitării. (10) Mijloacele publicitare luminoase trebuie să respecte condițiile tehnice referitoare la luminozitate pentru a nu exista riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate, fiind necesar și un aviz de la poliția rutieră.	(10) Prin excepție de la alin (7) panourile de informare aferente proiectelor cu finanțare vor respecta dimensiunile și specificațiile prevăzute în manualele de identitate vizuală publicate de instituțiile finanțatoare sau de prevederile contractelor de finanțare, după caz.	reglementa situația afișajului în cadrul proiectelor cu finanțare nerambursabilă.
14. Art. 14	(2) Amplasarea panourilor publicitare pe terasele sau acoperișurile construcțiilor se va face în baza aceluiași reguli ca pentru panourile publicitare amplasate pe sol.	Eliminare	Regulamentul nu prezintă reguli diferențiate în funcție de sistemul constructiv al panourilor, prin urmare prevederea este redundantă
15. Art. 17	Art. 17 Amplasarea sistemelor publicitare se va face, în următoarele condiții: (1) la o distanță de cel puțin 25.00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri), pentru panourile publicitare cu suprafața maximă de 2,20mp; (2) la o distanță de cel puțin 40.00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri), pe toate sectoarele de drum din intravilan; (3) în zona de publicitate restrânsă - ZPR - se pot amplasa numai panouri publicitare la sol, cu suprafața maximă de 2,20mp/față. (4) în zona de publicitate largită - ZPL - pe străzile de categoria I, II și III se pot amplasa panouri publicitare cu suprafața	Art. 16 (1) Este interzisă amplasarea oricărui mijloc de publicitate pe stâlpii de telecomunicații din lemn și/sau pe cei special destinați susținerii semafoarelor. (2) Este permisă amplasarea de mijloace publicitare pe stâlpii de iluminat, pe stâlpii special construiți pentru susținerea de cabluri de alimentare electrică a rețelei de transport în comun și/sau pe alți stâlpi ce permit amplasarea de mijloace publicitare, numai cu avizul autorității administrației publice locale și avizul deținătorului/proprietarului sau administratorului stâlpului. Art. 17 (1) Pot fi amplasate panouri publicitare și publicitate luminoasă pe fațade, pe terase ori acoperișuri ale clădirilor, astfel încât sistemele lor de prindere să nu constituie o sursă de accidente și să nu afecteze structura de rezistență și funcționarea optimă a clădirilor. (2) Pot fi amplasate ecrane publicitare doar în Zona B de publicitate largită ZPL, pe calcane, pe fațade, pe terase ori acoperișuri ale clădirilor. Acestea vor fi dotate cu sisteme care să permită modificarea intensității luminilor, iar sistemele lor de	Se centralizează, în mai multe articole, prevederile incluse în formă tabelară la Art. 30, în coroborare cu prevederile din Legea 185/2013 Se elimină prevederile restrictive cu privire la forma constructivă a panourilor în Zona de Publicitate Restrânsă

	maximă de 36 mp. Atunci când pe fațada sau calcanul unei clădiri pot fi amplasate mai multe mijloace de publicitate, cu excepția firmelor, se va studia în mod unitar posibilitatea de amplasare a acestora, ca tip, dimensiune și încadrare simetrică, pe fațada/calcanul clădirii. Forma și dimensiunea acestora vor fi autorizate în cadrul serviciului de urbanism, în baza unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în colaborare cu un designer. (5) la minimum 2,50m înălțime de la sol, pentru panourile publicitare cu suprafața mai mare de 2,20mp/față, (6) cu distanța de minimum 50,00 m/pe sens între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan; (7) în afara curbilor cu vizibilitate redusă; (8) sunt exceptate de la prevederile alin. (1) mijloacele de publicitate amplasate în interiorul incintelor centrelor comerciale, supermarketurilor, hipermarketurilor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale, astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare.	prindere trebuie să nu constituie o sursă de accidente și să nu afecteze structura de rezistență și funcționarea optimă a clădirilor. De asemenea, prin intensitatea luminii și frecvența succedării imaginilor derulate, trebuie evitat riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate, în acest sens fiind obligatoriu avizul emis de poliția rutieră. (3) Proprietarii ecranelor publicitare amplasate potrivit alin. (2) sunt obligați ca, pe timp de noapte, să reducă intensitatea luminii acestor mijloace de publicitate cu minim 35%. (4) Amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase pe clădiri se autorizează numai în baza unei expertize tehnice elaborate în condițiile legii de către experți tehnici atestați, precum și a documentației tehnice pentru autorizare, verificată de verificatori de proiecte atestați pentru cerințele esențiale de calitate „rezistență mecanică și stabilitate”, „siguranță în exploatare” și „securitate la incendiu”, prevăzute de legislația în vigoare privind calitatea în construcții. (5) Verificarea construcției cu privire la respectarea cerințelor esențiale de calitate prevăzute la alin. (4) se realizează prin reexpertizare tehnică, la fiecare 10 ani de la data emiterii autorizației de construire pentru amplasarea structurii publicitare, sau ca urmare a acțiunilor factorilor de risc naturali/ antropici asupra construcției/elementului constructiv care susține structura publicitară. (6) Panourile publicitare amplasate pe calcanele sau fațadele clădirilor nu vor depăși limitele acestora. Art. 18 (1) Proprietarii ecranelor publicitare au obligația transmiterii de informații de interes public și local, precum și informații de interes pentru populație în cazul unor situații de urgență. (2) Conținutul și modul de transmitere a informațiilor vor fi stabilite prin protocol încheiat între proprietarii ecranelor publicitare și autoritățile administrației publice locale, respectiv alte instituții abilitate ale statului. Art. 19 În situația amplasării pe terasele sau acoperișurile construcțiilor, panourile publicitare, ecranele și publicitatea
--	---	--

		luminoasă vor avea următoarele înălțimi: a) cel mult 3,00 m, dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mică de 15,00 m; b) cel mult 1/5 din înălțimea fațadei, dar nu mai mult de 6,00 m, dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mare de 15,00 m. Art. 20 (1) Pe stâlpii de iluminat public pe care nu sunt amplasate semnalizări rutiere și indicatoare de circulație se pot amplasa panouri peste cota minimă de +4,00 m de la sol. (2) Pe un stâlp se pot amplasa maximum două mijloace publicitare, obligatoriu de aceeași dimensiune și simetric așezate de o parte și de alta a stâlpului, iar proiecția la sol a fiecărui mijloc de publicitate se va situa în afara gabaritului carosabilului. Art. 21 (1) Panourile publicitare amplasate pe sol vor fi montate astfel încât să nu împiedice circulația rutieră și/sau pietonală ori accesul pietonal și/sau al autovehiculelor de intervenție pe proprietăți. (2) Panourile publicitare, indiferent de tipul de proprietate pe care au fost montate, vor fi amplasate astfel încât proiecția la sol a acestora să fie în totalitate în interiorul proprietății pe care au fost autorizate. (3) Mijloacele publicitare amplasate pe fațadele/calcanale clădirilor se vor amplasa într-un plan paralel cu fațada/calcanul și vor respecta încadrarea între elementele arhitecturale definitorii ale imobilului, fără acoperirea mai multor elemente. Acestea vor fi autorizate în cadrul serviciului de urbanism, în baza unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în colaborare cu un designer. Art. 22 (1) Panourile de mici dimensiuni, respectiv cu suprafață maximă de 2,20 mp, se amplasează la o distanță de cel puțin 25,00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri). (2) Panourile de mari dimensiuni, respectiv cu suprafață maximă de 36,00 mp, se amplasează la o distanță de cel puțin 40,00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri). (3) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1)-(2) mijloacele de publicitate amplasate în interiorul incintelor centrelor comerciale, supermarketurilor, hipermarketurilor, parcurilor comerciale,
--	--	--

			parcurilor industriale, astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare. Art. 23 (1) Se interzice montarea pe trotuare și spații pietonale cu lățimea mai mică de 2,25 m, precum și pe zonele verzi dintre trotuar sau spațiu pietonal și carosabil a panourilor publicitare cu structură proprie și elemente de susținere care necesită fundație. (2) Realizarea elementelor de fundare/ancorare necesare asigurării stabilității panoului de reclamă publicitară se execută obligatoriu îngropat, respectiv sub cota suprafeței solului/ trotuarului, până la nivelul solului. Art. 24 De-a lungul drumurilor de interes național, județean, precum și a arterelor de centură, conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, în cadrul zonei de protecție a acestora se pot amplasa panouri publicitare, în următoarele condiții: a) la minimum 2,50 m înălțime de la sol, pentru panourile cu suprafața utilă mai mare de 2,50 mp per față; b) cu distanța de minimum 30,00 m între două panouri publicitare pe sectoarele de drum din intravilan; c) cu distanța de minimum 50,00 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan; d) la minimum 50,00 m față de intersecțiile cu drumurile laterale cu mai mult de 4 benzi de circulație; e) în afara curbelor cu vizibilitate redusă, stabilite conform H.G. nr. 85/2003 privind circulația pe drumurile publice; f) la minimum 50,00 m față de intersecțiile semaforizate. Art. 25 (1) Panourile publicitare amplasate în intravilanul localităților vor putea avea suprafețe diferite în funcție de prevederile prezentului regulament local de publicitate, după cum urmează: - Maxim 2,2 mp / față în Zona A - ZPR; - Maxim 36 mp în Zona B - ZPL. (2) În extravilanul localităților pot fi amplasate panouri publicitare pe zona de protecție a drumurilor publice, având dimensiunea de 10,00 x 4,00 m.
16. Art. 21 (1)	(1) Se pot amplasa mijloace publicitare	(1) Pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,00 m	(1) Simplificare

(4)	mobile portante (trepiede etc), având ca scop promovarea comercială, comunicarea de tarife sau acțiuni promoționale, specifice activității desfășurate de beneficiarul publicității, pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,00 m, numai în dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității și numai pe durata programului zilnic de funcționare a acestuia; a) dimensiunile maxime ale panoului vor fi de 0,50 m x 0,90 m; b) se poate amplasa un singur mijloc publicitar mobil; (4) Amplasarea panourilor mobile pliante se face după obținerea avizului emis de serviciul de specialitate din cadrul Primăriei Municipiului Suceava.	se pot amplasa panouri publicitare mobile pliante, având ca scop promovarea comercială, comunicarea de tarife sau acțiuni promoționale, specifice activității desfășurate de beneficiarul publicității, în următoarele condiții: a) dimensiunile maxime ale panoului vor fi de 0,50 m x 0,90 m; b) amplasarea panoului este permisă numai în dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității și numai pe durata programului zilnic de funcționare a acestuia. (4) se elimină	formulării prin eliminarea definiției care se regăsește deja în preambulul regulamentului. Corelare cu informațiile din tabelul aferent art. 30 în corelare cu prevederile legii 185 / 2013 (4) Prevedere redundantă, propusă pentru eliminare
17. Art. 22	(1) Pot fi utilizate ca suport publicitar următoarele tipuri de mobilier urban: adăposturile destinate publicului/stațiile de autobuz și coloanele port-afiş, cu respectarea prevederilor Regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate.	(1) Pot fi utilizate ca suport publicitar următoarele tipuri de mobilier urban: adăposturile destinate publicului/stațiile de autobuz, chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale, coloanele port-afiş, cabinele telefonice și altele asemenea, cu respectarea prevederilor prezentului regulament local privind amplasarea mijloacelor de publicitate. [...] (4) Chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale pot fi utilizate ca suport de publicitate, dacă sistemul constructiv al chioșcurilor respective permite o astfel de utilizare; dacă publicitatea se face prin colantare, suprafața totală de publicitate poate fi egală cu suprafața chioșcului. (5) Se pot instala panouri pe acoperișul adăposturilor destinate publicului, stațiilor de autobuz și al chioșcurilor, dacă sistemul constructiv permite susținerea unor elemente suplimentare care să	Se completează (1) cu categoriile de mobilier urban. Se introduc (4) și (5) conform prevederilor relocate din Art. 30 în corelare cu prevederile legii 185 / 2013

			nu pună în pericol siguranța cetățenilor.	
18. Art. 23	(1) Este permisă amplasarea de mijloace publicitare direcționale pe stâlpi de iluminat public, amplasați în afara intersecțiilor sau al sensurilor giratorii, dacă pe aceștia nu sunt montate semnalizări rutiere, în următoarele condiții: - nu folosesc lumină dinamică; - vor avea dimensiunile de până la 0.80x1.20 m - înălțimea de amplasare este de minimum 4.00 m; - pe un stâlp se pot monta maxim două mijloace publicitare direcționale, unitare ca dimensiune; - proiecția la sol a mijloacelor publicitare se va situa în afara gabaritului carosabilului; (2) în ZPR se interzice amplasarea acestor tipuri de mijloace publicitare, cu excepția celor cu scop de informare și promovare a turismului sau a unor evenimente publice organizate de/împreună cu autoritățile publice locale, fără să conțină un branding/cobranding. (3) Se pot amplasa stâlpi din țevă metalică - suport pentru mijloace publicitare direcționale cu dimensiunile de 0.80x1.00 m numai în apropierea spațiului destinat activității care face obiectul publicității, fără a perturba activitatea altor operatori economici și profilul transversal al străzii permite circulația fluentă atât pietonal cât și rutier. Amplasarea acestor stâlpi se va face numai după obținerea	Art. 32 Se interzice amplasarea de bannere pe teritoriul administrativ al municipiului Suceava. Art. 33 (1) Steagurile publicitare montate pe catarg și pe stâlpi, la înălțimea minimă de 2,50 m de la cota terenului amenajat, se amplasează numai în locuri în care nu împiedică vizibilitatea circulației rutiere. (2) Pe un catarg sau stâlp se pot amplasa maximum două steaguri obligatoriu la aceeași înălțime față de sol, de aceeași dimensiune și montate echilibrat pe ambele laturi ale catargului/stâlpului, în același plan. (3) Durata de menținere a steagurilor publicitare va fi de maximum 90 de zile calendaristice, cu posibilitatea prelungirii acestei perioade cu încă o perioadă de 90 de zile. (4) Amplasarea steagurilor publicitare se face în următoarele condiții: a) nu este permisă amplasarea steagurilor în intersecții, în zone în care împiedică vizibilitatea rutieră sau perspectiva asupra monumentelor istorice ori naturale sau în locuri unde există deja amplasate panouri publicitare; b) este interzisă amplasarea pe domeniul public a suporturilor/stâlpilor în scopul exclusiv de susținere a steagurilor; c) steagurile 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) steagurile vor fi amplasate astfel încât distanța între acestea să fie de minimum 50,00 m; e) steagurile se vor monta numai pe artere cu maximum 2 benzi pe sensul de mers (maximum 15,00 m deschidere între stâlpi); f) steagurile vor avea dimensiuni maxime de 7,00 m la bază, 1,5 m în înălțime și vor avea sistem de prindere din materiale ușoare și rezistente; g) se interzice amplasarea a mai mult de un steag pe aceiași stâlpi de susținere; h) este permisă amplasarea steagurilor pe o durată de cel mult două luni calendaristice, după care autorizarea se poate prelungi o	Bunele practici în domeniu clasează bannerele ca fiind mijloace depășite de publicitate prin faptul că nu sunt eficiente în atragerea atenției și au un impact estetic negativ. Se introduc reglementările legate de steaguri publicitare din tabelul aferent Art. 30. Mijloacele publicitare direcționale constituie o formă de aglomerare severă a peisajului urban, iar bunele practici în domeniu sunt de limitare a acestora.	

	autorizației de construire și depunerea declarației fiscale pentru taxă amplasare stâlp (totem) publicitar și stabilirea taxei pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate. (4) Mijloacele publicitare direcționale se amplasează numai după obținerea autorizației de construire, emisă conform prevederilor legale în vigoare și în baza unui contract de închiriere valabil încheiat cu administratorul stâlpului.	singură dată; i) nu este permisă amplasarea steagurilor care obținerează panourile publicitare amplasate în zonă sau vizibilitatea asupra acestora; j) amplasarea steagurilor se face în baza unui aviz emis de autoritatea administrației publice locale conform regulamentului local de publicitate și cu avizul/acordul scris al deținătorului stâlpului; k) la finalul perioadei prevăzute în avizul de amplasare, deținătorul avizului este obligat, sub sancțiunea interdicției pe viitor a folosirii acestui mijloc de publicitate, să demonteze atât steagul respectiv, cât și elementele de susținere ale acestuia. (5) Suprafața fiecărui steag este mai mică sau egală cu 2,50 mp, iar baza acestuia nu va putea depăși suprafața de 0,80 m. (6) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1) - (5) steagurile publicitare amplasate în incintele centrelor comerciale, supermarketelor, hipermarketelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare, cu condiția să nu afecteze vizibilitatea circulației rutiere. Art. 34 (1) Se interzice amplasarea de mijloace publicitare direcționale pe teritoriul administrativ al municipiului Suceava, cu excepția celor cu scop de informare și promovare a turismului sau a unor evenimente publice organizate de/împreună cu autoritățile publice locale, fără să conțină un branding/cobranding.	
19. Art. 24 (3)	(3) Amplasarea acestor mijloace publicitare se face în baza Avizului pentru publicitate temporară.	Necesarul privind autorizarea sau avizarea fiecărui mijloc de publicitate este deja reglementat în corpul regulamentului. Eliminarea informației duplicate.	
20. Introducere articol		Art. 36 (1) Orice persoană fizică sau juridică poate beneficia de dreptul la publicitate temporară, în condițiile Legii nr. 185/2013, a	Se introduc reglementările

		prezentului regulament local privind amplasarea mijloacelor de publicitate, a contractelor pe care administrația publică locală le are în derulare și a hotărârilor Consiliului Local a Municipiului Suceava. (2) Amplasarea mijloacelor de publicitate temporară se va stabili în baza avizului sau a autorizației de construire emise de autoritățile publice locale, în concordanță cu regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate. (3) În cazul amplasării mijloacelor de publicitate temporare pe pământ, care nu necesită fundații, în cadrul unor campanii publicitare și/sau activități de promovare ce nu depășesc 30 de zile și care se desfășoară pe domeniul public sau privat al statului și/sau al unităților administrativ-teritoriale ori pe proprietatea privată a persoanelor fizice și/sau juridice, în condițiile prezentei legi, autoritatea administrației publice locale poate aproba, la cererea solicitanților, amplasarea unor astfel de mijloace de publicitate temporară. Mijloacele de publicitate temporară trebuie să îndeplinească următoarele condiții: a) să fie folosite ca purtător de mesaj în cadrul unor activități de promovare cu durată determinată și precizată în mod explicit în cererea de emiteră a avizului, depusă de solicitant; b) să poată fi montate/demontate în/din toate amplasamentele aprobate prin avizul pentru publicitate temporară, în cel mult 48 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. (4) În cazul solicitării schimbării locațiilor în alte amplasamente decât cele stabilite inițial, se va obține avizul pentru publicitate temporară al autorității administrației publice locale. (5) Schimbarea locațiilor prevăzute la alin. (3) se va face numai în situația în care locațiile inițial avizate nu mai pot fi puse la dispoziția contractantului ca urmare a executării unor lucrări de interes public, cu respectarea regulamentului local de publicitate. (6) Beneficiarul răspunde de rezistența și de stabilitatea acestor	legate de publicitate temporară din tabelul aferent Art. 30.
--	--	---	--

			mijloace de publicitate.					
21. Art. 27 (2)	(2) Panourile prevăzute la alin. (1) vor fi curățate periodic prin grija compartimentelor de specialitate din cadrul administrației publice locale. (3) Amplasarea afișelor colante, inclusiv afișele electorale, se va face doar pe panourile speciale destinate acestora. Toate afișele vor fi avizate de către serviciul de specialitate din cadrul Primăriei municipiului Suceava.		(2) Autoritatea administrației publice locale poate stabili și încasa taxa de afișaj de la persoanele fizice și/sau juridice care afișează mesaje pe aceste sisteme de afișaj public.				(2) reprezintă o reglementare în afara scopului prezentului regulament (3) Publicitatea electorală implică regulamente specifice comunicate de BEC. Se preia prevederea din cf. Legea 185/2013	
22. Art 28 (2)	(2) Vehiculele special echipate în scop de publicitate (care sunt adaptate realizării de reclamă și publicitate), prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau inscripționarea cu texte publicitate ori altele asemenea vor putea fi autorizate să circule pe teritoriul localității cu condiția obținerii avizului pentru publicitate temporară, în următoarele condiții: - nu se permite staționarea pe drumurile publice sau în locurile vizibile dinspre acestea; - circulația convoaanelor este permisă numai cu ocazia manifestărilor speciale, în baza avizului emis de autoritățile administrației publice, cu durata de valabilitate de o zi;		(2) Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau inscripționarea cu texte publicitate ori altele asemenea, vor putea fi autorizate să circule pe teritoriul localității cu condiția obținerii avizului pentru publicitate temporară, pe o durată determinată și pe un traseu stabilit de autoritatea administrației publice locale, conform prevederilor conținute în avizul pentru publicitate temporară. (3) Staționarea vehiculelor publicitate pe drumurile publice sau în locurile vizibile dinspre acestea este interzisă. (4) Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate nu vor circula în convoi mai mare de două mașini, cu excepția manifestărilor speciale, în baza avizului emis de autoritățile administrației publice, cu durata de valabilitate de o zi și a avizului Serviciului poliției rutiere.				Completeare conform Art. 30 în corelare cu Legea 185/2013	
23. Art. 30	Tipuri de mijloace publicitate permise pe zone de publicitate și documentul care se emite:	Tipuri de mijloace publicitate	Zona A publicitate restrânsă - ZPR	Zona B publicitate lărgită -	Aviz / AC (autorizație de	Prevederile din Art. 30, în corelare cu Legea 185 /		

Tabelul în formă integrală

		Da, conform Art. 13 din regulament	ZPL	construire)	2013 sunt relocalate în secțiunile aferente fiecărui mijloc de publicitate, cu eliminarea prevederilor duplicate.
Firme		Da, conform Art. 13 din regulament	Da	AC	
Panouri publicitare, ecrane și publicitate luminoasă		Da, conform Art. 25 (1) din regulament	Da	AC	
Panouri publicitare mobile		Nu	Da, conform Art. 30 din regulament	Aviz	Se elimină restricția de conținut pentru panourile
Mobilier urban ca suport publicitar		Da, exclusiv pentru următoarele categorii: - adăposturile destinate publicului - stațiile de autobuz - coloanele port-afiș	Da	AC	publicitate în Zona de Publicitate Restrânsă, care este în contradicție cu prevederile generale legate de obligativitatea contractării de publicitate cf. Art. 15
Bannere și steaguri publicitare		Da Sunt permise doar pentru evenimente de interes public (promovarea unor evenimente turistice sau culturale; promovare de proiecte europene și alte inițiative ale instituțiilor publice)	Da	AC	
Mesh-uri		Da Sunt permise doar în situația în care acestea constituie protecție	Da	AC	

		Publicitate pe vehicule publicitare și pe mijloace de transport în comun	Da	Da	Aviz	
24. Art. 31	Zone destinate afişelor stradale: 1. FOST MAGAZIN „PREMIER” (CARTIER OBCINI) – STR. STAȚIUNII 2. MAGAZIN „MOTO VELO” (STAȚIE AUTOBUZ INTRARE OBCINI) – CALEA OBCINILOR 3. MAGAZIN „MOBILA” (STAȚIE AUTOBUZ) – B-DUL GEORGE ENESCU 4. BLOC „CURCUBEU” (STAȚIE AUTOBUZ) – B-DUL GEORGE ENESCU 5. FOST MAGAZIN „PREMIER” - STR. MĂRĂȘEȘTI 6. PARCUL DIN FAȚA CLINICII „MPO”- STR. MĂRĂȘTI 7. CARTIER ZAMCA - STR. ION NECULCE 8. PARCUL DIN FAȚA FARMACIEI DE LA BLOCUL T1 – BULEVARDUL 1 DECEMBRIE 1918 9. PARCUL PIAȚA GEORGE ENESCU – STR. UNIVERSITĂȚII 10. PARCUL UNIVERSITĂȚII „ȘTEFAN CEL MARE SUCEAVA” – STR. UNIVERSITĂȚII 11. PARCUL DIN FAȚA POLICLINICII JUDEȚENE SUCEAVA – STR. ȘTEFAN CEL MARE	Amplasamente pentru mijloace de publicitate : (1) Spații publice stradale precum trotuare, alei pietonale, marginea drumurilor, intersecții semaforizate sau nesemaforizate. (2) Stații de transport public, inclusiv stații de autobuz și adăposturi pentru pasageri. (3) Clădiri și fațade: fațade ale clădirilor comerciale, administrative sau rezidențiale, acoperișuri, pereți laterali, geamuri și vitrine. (4) Stâlpi de iluminat sau cu altă funcțiune (5) Mijloace de transport: autobuze, taxiuri, biciclete sau trofinete publice. (6) Spații comerciale și centre urbane: piețe și zone aglomerate, parcuri, centre comerciale, zone de agrement. (7) Mobilier urban: coșuri de gunoi, bănci, ceasuri stradale, automate de bilete, chioscuri de informații.	Desemnarea nespecifică a zonelor destinate afişelor stradale produce riscul de interpretare eronată a regulamentului. Se înlocuiește articolul cu timpurile de amplasamente pentru mijloacele de publicitate, conform specificațiilor indicate în Legea 185 / 2013, Art. 8 (2)			

	12. FOSTUL CONSULAT AL UCRAINEI – STR. MIHAI VITEAZUL 13. COLEGIUL NAȚIONAL „PETRU RAREȘ” - STR. MIHAI VITEAZUL 14. PALATUL DE JUSTIȚIE – STR. ȘTEFAN CEL MARE 15. PARCUL TRANDAFIRILOR (NUMIT 3 BARBOȘI) – STR. TRANDAFIRILOR 16. FOSTA COFETĂRIE „AȘCHIUȚĂ” (STAȚIE AUTOBUZ DENUMITĂ „BANCĂ”) - STR. ANA IPĂTESCU 17. PARCHETUL DE PE LÂNGĂ JUDECĂTORIA SUCEAVA – STR. ȘTEFAN CEL MARE 18. PARCUL CENTRAL (BIBLIOTECA BUCOVINEI „I.G. SBIERA”) – STR. MITROPOLIEI 19. FOSTA BANCĂ „BANC POST” / ROMTELEKOM S.A. - STR. MESERIAȘILOR 20. MAGAZIN STIHL (CENTRU) – STR. CURTEA DOMNEASCĂ 21. PIAȚA CENTRALĂ (PARCARE) – STR. PETRU RAREȘ 22. PARC - STR. CURTEA DOMNEASCĂ 23. STAȚIE AUTOBUZ „22 DECEMBRIE” CU PLECARĂ ÎȚCANI – STR. ANA IPĂTESCU 24. CENTRUL CULTURAL BUCOVINA (PATINOAR) – STR. UNIVERSITĂȚII 25. COLEGIUL TEHNIC „PETRU	
--	--	--

		MUȘAT” (2 BUC.) – CALEA UNIRII 26. COMPLEX COMERCIAL BAZAR – CALEA UNIRII 27. STAȚIE AUTOBUZ „ORIZONT (2 BUC. STÂNGA – DREAPTĂ) – CALEA UNIRII 28. MAGAZIN „TORINO” (STAȚIE AUTO) – CALEA BURDUJENI 29. GARA BURDUJENI (ÎN FAȚA GĂRII) – STR. NICOLAE IORGA 30. GARA IȚCANI – STR. GĂRII		
25. Art. 32		Sancțiunile prevăzute în prezentul regulament vin în completarea celor referitoare la nerespectarea legislației în vigoare privind autorizarea construcțiilor, urbanismul și amenajarea teritoriului - Legea nr. 50/1991 - republicată și actualizată, privind autorizarea lucrărilor de construcții și unele măsuri pentru realizarea locuințelor, precum și cu cele ale Legii nr. 154/2017 pentru modificarea și completarea Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate.	Nerespectarea prevederilor prezentului regulament atrage după sine răspunderea contravențională și se sancționează conform Legii nr. 50/1991 privind autorizarea lucrărilor de construcții, și Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, republicată.	Reformulare pentru simplificare
26. Art. 33		Nerespectarea prezentului regulament atrage după sine răspunderea contravențională. Sancțiunile se pot aplica atât persoanelor juridice cât și fizice, după calitatea celei care contravine normelor prezentului Regulament.	Sancțiunile contravenționale se pot aplica atât persoanelor juridice cât și celor fizice.	Reformulare pentru simplificare.
27. Art. 34		în condițiile prezentului Regulament constituie contravenții și se sancționează, următoarele fapte: a) amplasarea trepidelor fără respectarea prevederilor art. 22 - cu	Eliminare	Prevederile sunt existente deja în Legea 154 / 2017, nu este necesară reluarea în cadrul

	amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei; b) acoperirea cu orice mijloc de publicitate a suprafețelor vitrate ale clădirilor - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei; c) inscripționarea reclamelor pe copertinele, umbrelele, marchizele, parasolarele sau alte asemenea structuri amplasate pentru protecția clădirilor și teraselor în zona ZPR, în afara suprafeței franjurate - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei; d) nerespectarea proiectului pentru amplasarea semnalisticii/mijloacelor publicitare conform fotomontajului aprobat - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2000 lei; e) nerespectarea acordului emis de autoritățile publice locale - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei; f) neîndeplinirea, la termenul stabilit, a măsurilor dispuse - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei; g) nerespectarea obligației de a folosi materiale rigide pentru semnalistică firmă - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei; h) amplasarea afișelor publicitare peste alte afișe aflate în perioada de valabilitate - cu amendă cuprinsă între 500 și 1000 lei; i) amplasarea de mijloace de publicitate (proiecte speciale, bannere publicitare, mesh-uri publicitare, steaguri publicitare etc), amplasarea/expunerea de mașini în scop publicitar, fără a deține	regulamentului
--	---	----------------

	acordul emis de serviciul de specialitate din cadrul Primăriei municipiului Suceava - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei; j) nerespectarea prevederilor art. 10 și art. 11 - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei; k) amplasarea și utilizarea/realizarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei; l) amplasarea mijloacelor de publicitate care prin formă, conținut, dimensiuni și culori în combinații specifice pot fi confundate cu mijloace de semnalizare rutieră sau împiedică vizibilitatea acestora, precum și a indicatoarelor de orientare și informare - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei; m) neîntreținerea, neasigurarea identificării prin inscripționarea cu informații privind numărul autorizației de construire, a sistemelor publicitare, - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei; n) nedecorarea suprafețelor de expunere în perioada lipsei contractelor de publicitate - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei; o) inscripționarea firmelor, reclamelor, textelor publicitare direct pe împrejurimi, geamuri, zidurile imobilelor, stâlpilor de orice fel, trotuarelor sau aleilor prin diverse metode grafice - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei; p) neaducerea fațadei la starea inițială	
--	---	--

		și nerespectarea obligației de a demonta mijlocul publicitar în situația firmelor care își încetează activitatea cu amendă de la 1000 și 2500 lei; q) nerealizarea obținerii vederii din spațiul public în interiorul spațiilor aferente serviciilor funerare - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei; r) nesolicitarea reautorizării panourilor publicitare după expirarea duratei de existență/perioadei de autorizare - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei; s) neprezentarea documentelor care au stat la baza amplasării mijloacelor publicitare de către deținătorul mijloacelor de publicitate iar în cazul în care nu poate fi identificat se va solicita proprietarului imobilului acordul pentru amplasarea construcției suportului publicitar - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei; ș) nerespectarea obligației de a regla intensitatea luminii în intervalul orar 20 - 08 - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei; t) nerespectarea prevederilor art. 23, art. 24, art. 27, respectiv art. 29 - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei; ț) nerespectarea prevederilor art. 25 - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei - pentru fiecare mijloc publicitar/stâlp; u) nerespectarea prevederilor art. 28 de către persoanele fizice/juridice/organizatorii evenimentului/beneficiarii afișelor-mostrelor-tipăriturilor - cu amendă	
--	--	---	--

	cuprinsă între 1000 și 2500 lei; v) amplasarea mijloacelor publicitare cu lumină pulsatorie, în interiorul spațiului (cu vizibilitate din exterior) sau/și în exteriorul spațiului, în zonele de publicitate restrânsă ZPR - cu amendă cuprinsă între 1000 și 2500 lei.	
--	---	--

Precizăm că propunerile, centralizatorul și varianta revizuită a Regulamentului local de publicitate menționate anterior vor fi transmise împreună cu proiectul de hotărâre spre dezbateră în ședința publică a Consiliul Local al Municipiului Suceava, în vederea adoptării unei decizii administrative.

Arhitect-șef,

Ioan Lungu

Director executiv,

Cerasela Manuela Bejenar

Șef serviciu,

Xenia Vodă

Întocmit,

Adriana Corina Covașă



MUNICIPIUL SUCEAVA

B-dul 1 Mai nr. 5A, cod: 720224

www.primariasv.ro, primsv@primariasv.ro

Tel: 0230-212696, Fax: 0230-520593

Direcția generală Arhitect-șef

Direcția urbanism, amenajarea teritoriului, cadastru și administrativ

Serviciul urbanism, amenajarea teritoriului, cadastru și fond funciar

AR

Nr. 12748 / 12.03.2025

Către,

Burac Ionuț Aurel – PFA

Mun. Suceava, str. Mirăușilor, nr.72,

cam.1, jud. Suceava

Urmare adresei dvs. înregistrate la Primăria municipiului Suceava sub nr. 12748/17.03.2025 prin care ați transmis în perioada de transparență decizională a proiectului de Hotărâre privind aprobarea Regulamentului local de publicitate, propunerea dvs. de modificare a acestuia, vă comunicăm următoarele:

În conformitate cu prevederile art. 11 din Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, republicată s-a inițiat elaborarea Regulamentului local de publicitate.

Cu respectarea prevederilor art. 11, alin. (2) din legea susmenționată, s-a emis Dispoziția de Primar nr. 3622/27.11.2024 prin care a fost constituit grupul de lucru în vederea realizării activităților prevăzute pentru elaborarea regulamentului în cauză.

Propunerile privind regulamentul local de publicitate, elaborate de grupul de lucru au fost supuse consultării operatorilor economici din domeniul publicității, așa cum prevede alin. (4) al art. 11, din același act normativ, membrii grupului de lucru și operatorii economici din domeniul publicității întrunindu-se în ședința din data de 10.01.2025, la sediul Primăriei municipiului Suceava. În urma dezbaterilor, Regulamentul local de publicitate a fost însoțit de către persoanele prezente în forma prezentată, fapt consemnat în procesul-verbal de ședință înregistrat sub nr.1033/10.01.2025.

Potrivit prevederilor art. 11, alin. (5) din Legea 185/2013, „Regulamentele locale de publicitate elaborate în conformitate cu prevederile alin. (1)-(4), inclusiv delimitarea zonelor de publicitate lărgită și, respectiv, a zonelor de publicitate restrânsă, amplasamentele și categoriile de mijloace de publicitate admise pentru fiecare dintre zone vor fi avizate de către comisiile tehnice de amenajare a teritoriului și de urbanism constituite în conformitate cu prevederile Legii nr. 350/2001 privind amenajarea teritoriului și urbanismul, cu modificările și completările ulterioare, aflate, după caz, în coordonarea președinților consiliilor județene sau a primarilor, respectiv a primarului general al municipiului București.”

Ca urmare, în ședința Comisiei tehnice de Amenajarea Teritoriului și Urbanism, a cărei componență a fost aprobată prin H.C.L. nr. 307/23.12.2024, Regulamentul local de publicitate a primit aviz favorabil, fapt consemnat în procesul-verbal de ședință, înregistrat sub nr. 7141/13.02.2025.

Ulterior, conform prevederilor art. 37, alin. (2) din Legea nr. 350/2001 privind amenajarea teritoriului și urbanismul,

“Comisia tehnică de amenajare a teritoriului și urbanism de la nivelul consiliilor județene și al municipiilor fundamentează din punct de vedere tehnic emiterea avizului arhitectului-șef.”

și ținând cont de avizul Comisiei tehnice de Amenajarea Teritoriului și Urbanism amintit mai sus, a fost emis Avizul Arhitect-Şef favorabil, cu nr. 01/20.02.2025.

De asemenea, în conformitate cu prevederile art. 11, alin. (6) din Legea nr. 185/2013, *“După obținerea avizului menționat la alin. (5), regulamentul local de publicitate, inclusiv stabilirea zonelor de publicitate restrânsă și, respectiv, a zonelor de publicitate lărgită, amplasamentele și categoriile de mijloace de publicitate admise pentru fiecare dintre zone se supune spre aprobare consiliului local”*

Urmare celor menționate mai sus și potrivit prevederilor art. 7 din Legea nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică, republicată, prin anunțul înregistrat sub nr. 11955/12.03.2025, Primăria municipiului Suceava a deschis procedura de transparență decizională a procesului de elaborare a proiectului de hotărâre pentru aprobarea Regulamentului local de publicitate privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate în municipiul Suceava.

Anunțul a fost publicat pe site-ul Primăriei municipiului Suceava, într-un ziar de interes local, pe aplicația mobilă Suceava City App, pe pagina oficială de Facebook și pe panoul de afișaj din holul de la parterul instituției (proces-verbal de afișaj nr. 11956/12.03.2025).

Cu respectarea termenelor legale, prin anunțul în cauză s-a stabilit perioada de 13.03.2025-24.03.2025 ca fiind intervalul de timp în care se pot transmite propuneri, sugestii, opinii cu valoare de recomandare privind proiectul de hotărâre supus procedurii de transparență decizională.

Cu respectarea termenelor legale, prin anunțul în cauză s-a stabilit perioada de 13.03.2025-24.03.2025 ca fiind intervalul de timp în care se pot transmite propuneri, sugestii, opinii cu valoare de recomandare privind proiectul de hotărâre supus procedurii de transparență decizională.

Precizăm că propunerea transmisă de dumneavoastră, cât și celelalte propuneri, sugestii, opinii primite referitoare la actul normativ susmenționat, au fost consemnate conform prevederilor Normelor metodologice de aplicare a Legii nr. 52/2003 și vor fi transmise împreună cu proiectul de hotărâre, spre dezbateră în ședința publică a Consiliul Local al municipiului Suceava în vederea adoptării unei decizii administrative.

**VICEPRIMARUL MUNICIPIULUI SUCEAVA,
IOAN – DAN CUȘNIR**

Arhitect șef,
Ioan Lungu



Director executiv,
Cerasela Manuela Bejenar

Șef serviciu,
Xenia Vodă

Întocmit,
Adriana Corina Covașă



MUNICIPIUL SUCEAVA
B-dul 1 Mai nr. 5A, cod: 720224
www.primariasv.ro, primsv@primariasv.ro
Tel: 0230-212696, Fax: 0230-520593

Direcția generală Arhitect-șef
Direcția urbanism, amenajarea teritoriului, cadastru și administrativ
Serviciul urbanism, amenajarea teritoriului, cadastru și fond funciar

AR

Nr. *14006 / 27.03.2025*

Către,

S.C. MELANY S.R.L.
Mun. Suceava, str. Bistriței, nr. 20,
jud. Suceava

Urmare adresei dvs. înregistrate la Primăria municipiului Suceava sub nr. 14006/21.03.2025 prin care ați transmis în perioada de transparență decizională a proiectului de Hotărâre privind aprobarea Regulamentului local de publicitate, propunerea dvs. de modificare a acestuia, vă comunicăm următoarele:

În conformitate cu prevederile art. 11 din Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, republicată s-a inițiat elaborarea Regulamentului local de publicitate.

Cu respectarea prevederilor art. 11, alin. (2) din legea susmenționată, s-a emis Dispoziția de Primar nr. 3622/27.11.2024 prin care a fost constituit grupul de lucru în vederea realizării activităților prevăzute pentru elaborarea regulamentului în cauză.

Propunerile privind regulamentul local de publicitate, elaborate de grupul de lucru au fost supuse consultării operatorilor economici din domeniul publicității, așa cum prevede alin. (4) al art. 11, din același act normativ, membrii grupului de lucru și operatorii economici din domeniul publicității întrunindu-se în ședința din data de 10.01.2025, la sediul Primăriei municipiului Suceava. În urma dezbaterilor, Regulamentul local de publicitate a fost însoțit de către persoanele prezente în forma prezentată, fapt consemnat în procesul-verbal de ședință înregistrat sub nr.1033/10.01.2025.

Potrivit prevederilor art. 11, alin. (5) din Legea 185/2013,
„Regulamentele locale de publicitate elaborate în conformitate cu prevederile alin. (1)-(4), inclusiv delimitarea zonelor de publicitate lărgită și, respectiv, a zonelor de publicitate restrânsă, amplasamentele și categoriile de mijloace de publicitate admise pentru fiecare dintre zone vor fi avizate de către comisiile tehnice de amenajare a teritoriului și de urbanism constituite în conformitate cu prevederile Legii nr. 350/2001 privind amenajarea teritoriului și urbanismul, cu modificările și completările ulterioare, aflate, după caz, în coordonarea președinților consiliilor județene sau a primarilor, respectiv a primarului general al municipiului București.”

Ca urmare, în ședința Comisiei tehnice de Amenajarea Teritoriului și Urbanism, a cărei componență a fost aprobată prin H.C.L. nr. 307/23.12.2024, Regulamentul local de publicitate a primit aviz favorabil, fapt consemnat în procesul-verbal de ședință, înregistrat sub nr. 7141/13.02.2025.

Ulterior, conform prevederilor art. 37, alin. (2) din Legea nr. 350/2001 privind amenajarea teritoriului și urbanismul,

“Comisia tehnică de amenajare a teritoriului și urbanism de la nivelul consiliilor județene și al municipiilor fundamentează din punct de vedere tehnic emiterea avizului arhitectului-șef.”

și ținând cont de avizul Comisiei tehnice de Amenajarea Teritoriului și Urbanism amintit mai sus, a fost emis Avizul Arhitect-Şef favorabil, cu nr. 01/20.02.2025.

De asemenea, în conformitate cu prevederile art. 11, alin. (6) din Legea nr. 185/2013, *“După obținerea avizului menționat la alin. (5), regulamentul local de publicitate, inclusiv stabilirea zonelor de publicitate restrânsă și, respectiv, a zonelor de publicitate lărgită, amplasamentele și categoriile de mijloace de publicitate admise pentru fiecare dintre zone se supune spre aprobare consiliului local”*

Urmare celor menționate mai sus și potrivit prevederilor art. 7 din Legea nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică, republicată, prin anunțul înregistrat sub nr. 11955/12.03.2025, Primăria municipiului Suceava a deschis procedura de transparență decizională a procesului de elaborare a proiectului de hotărâre pentru aprobarea Regulamentului local de publicitate privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate în municipiul Suceava.

Anunțul a fost publicat pe site-ul Primăriei municipiului Suceava, într-un ziar de interes local, pe aplicația mobilă Suceava City App, pe pagina oficială de Facebook și pe panoul de afișaj din holul de la parterul instituției (proces-verbal de afișaj nr. 11956/12.03.2025).

Cu respectarea termenelor legale, prin anunțul în cauză s-a stabilit perioada de 13.03.2025-24.03.2025 ca fiind intervalul de timp în care se pot transmite propuneri, sugestii, opinii cu valoare de recomandare privind proiectul de hotărâre supus procedurii de transparență decizională.

Precizăm că propunerea transmisă de dumneavoastră, cât și celelalte propuneri, sugestii, opinii primite referitoare la actul normativ susmenționat, au fost consemnate conform prevederilor Normelor metodologice de aplicare a Legii nr. 52/2003 și vor fi transmise împreună cu proiectul de hotărâre, spre dezbatere în ședința publică a Consiliul Local al municipiului Suceava în vederea adoptării unei decizii administrative.

**VICEPRIMARUL MUNICIPIULUI SUCEAVA,
IOAN – DAN CUȘNIR**

Arhitect șef,
Ioan Lungu

Șef serviciu,
Xenia Vodă



Director executiv,
Cerasela Manuela Bejenar

Întocmit,
Adriana Corina Covașă



MUNICIPIUL SUCEAVA

B-dul 1 Mai nr. 5A, cod: 720224

www.primariasv.ro, primsv@primariasv.ro

Tel: 0230-212696, Fax: 0230-520593

Direcția generală Arhitect-șef

Direcția urbanism, amenajarea teritoriului, cadastru și administrativ

Serviciul urbanism, amenajarea teritoriului, cadastru și fond funciar

AR

Nr. 14040 / 27.03.2025
14041

Către,

1. S.C. STIL MEDIA S.R.L – mun. Suceava, str. Mărăști, nr. 18, tronson 2, bl. 3, et. 1, ap. 3
- 2.S.C. COMPANY R&V S.R.L. - mun. Suceava, str. Mărășești, nr. 44b, bl. 3A, sc. A, ap. 2
3. S.C. MELANY S.R.L. – mun. Suceava, str. Bistriței, nr. 20
4. S.C. ORMEDIA S.R.L. – mun. Suceava, str. Gheorghe Doja, nr. 125A, sc. A, ap. 3
5. BURAC IONUȚ AUREL – PFA – mun. Suceava, str. Mirăușilor, nr. 72, cam. 1

Urmare adreselor dvs. înregistrate la Primăria municipiului Suceava sub nr. 14040/21.03.2025 și 14041/21.03.2025 prin care ați transmis în perioada de transparență decizională a proiectului de Hotărâre privind aprobarea Regulamentului local de publicitate, propunerea dvs. de modificare a acestuia, vă comunicăm următoarele:

În conformitate cu prevederile art. 11 din Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, republicată s-a inițiat elaborarea Regulamentului local de publicitate.

Cu respectarea prevederilor art. 11, alin. (2) din legea susmenționată, s-a emis Dispoziția de Primar nr. 3622/27.11.2024 prin care a fost constituit grupul de lucru în vederea realizării activităților prevăzute pentru elaborarea regulamentului în cauză.

Propunerile privind regulamentul local de publicitate, elaborate de grupul de lucru au fost supuse consultării operatorilor economici din domeniul publicității, așa cum prevede alin. (4) al art. 11, din același act normativ, membrii grupului de lucru și operatorii economici din domeniul publicității întrunindu-se în ședința din data de 10.01.2025, la sediul Primăriei municipiului Suceava. În urma dezbatelor, Regulamentul local de publicitate a fost însușit de către persoanele prezente în forma prezentată, fapt consemnat în procesul-verbal de ședință înregistrat sub nr.1033/10.01.2025.

Potrivit prevederilor art. 11, alin. (5) din Legea 185/2013, „Regulamentele locale de publicitate elaborate în conformitate cu prevederile alin. (1)-(4), inclusiv delimitarea zonelor de publicitate lărgită și, respectiv, a zonelor de publicitate restrânsă, amplasamentele și categoriile de mijloace de publicitate admise pentru fiecare dintre zone vor fi avizate de către comisiile tehnice de amenajare a teritoriului și de urbanism constituite în conformitate cu prevederile Legii nr. 350/2001 privind amenajarea teritoriului și urbanismul, cu modificările și completările ulterioare, aflate, după caz, în coordonarea președinților consiliilor județene sau a primarilor, respectiv a primarului general al municipiului București.”

Ca urmare, în ședința Comisiei tehnice de Amenajarea Teritoriului și Urbanism, a cărei componență a fost aprobată prin H.C.L. nr. 307/23.12.2024, Regulamentul local de publicitate a primit aviz favorabil, fapt consemnat în procesul-verbal de ședință, înregistrat sub nr. 7141/13.02.2025.

Ulterior, conform prevederilor art. 37, alin. (2) din Legea nr. 350/2001 privind amenajarea teritoriului și urbanismul,

“Comisia tehnică de amenajare a teritoriului și urbanism de la nivelul consiliilor județene și al municipiilor fundamentează din punct de vedere tehnic emiterea avizului arhitectului-șef.” și ținând cont de avizul Comisiei tehnice de Amenajarea Teritoriului și Urbanism amintit mai sus, a fost emis Avizul Arhitect-Șef favorabil, cu nr. 01/20.02.2025.

De asemenea, în conformitate cu prevederile art. 11, alin. (6) din Legea nr. 185/2013, *“După obținerea avizului menționat la alin. (5), regulamentul local de publicitate, inclusiv stabilirea zonelor de publicitate restrânsă și, respectiv, a zonelor de publicitate lărgită, amplasamentele și categoriile de mijloace de publicitate admise pentru fiecare dintre zone se supune spre aprobare consiliului local”*

Urmare celor menționate mai sus și potrivit prevederilor art. 7 din Legea nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică, republicată, prin anunțul înregistrat sub nr. 11955/12.03.2025, Primăria municipiului Suceava a deschis procedura de transparență decizională a procesului de elaborare a proiectului de hotărâre pentru aprobarea Regulamentului local de publicitate privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate în municipiul Suceava.

Anunțul a fost publicat pe site-ul Primăriei municipiului Suceava, într-un ziar de interes local, pe aplicația mobilă Suceava City App, pe pagina oficială de Facebook și pe panoul de afișaj din holul de la parterul instituției (proces-verbal de afișaj nr. 11956/12.03.2025).

Cu respectarea termenelor legale, prin anunțul în cauză s-a stabilit perioada de 13.03.2025-24.03.2025 ca fiind intervalul de timp în care se pot transmite propuneri, sugestii, opinii cu valoare de recomandare privind proiectul de hotărâre supus procedurii de transparență decizională.

Precizăm că propunerea transmisă de dumneavoastră, cât și celelalte propuneri, sugestii, opinii primite referitoare la actul normativ susmenționat, au fost consemnate conform prevederilor Normelor metodologice de aplicare a Legii nr. 52/2003 și vor fi transmise împreună cu proiectul de hotărâre, spre dezbateră în ședința publică a Consiliul Local al municipiului Suceava în vederea adoptării unei decizii administrative.

**VICEPRIMARUL MUNICIPIULUI SUCEAVA,
IOAN – DAN CUȘNIR**



Arhitect șef,
Ioan Lungu

Șef serviciu,
Xenia Vodă

Director executiv,
Cerasela Manuela Bejenar

Întocmit,
Adriana Corina Covașă

Formular pentru colectarea de propuneri, sugestii, opinii cu valoare de recomandare

Prin **REGULAMENTUL LOCAL DE PUBLICITATE**

Catre, Primaria Municipiului Suceava

Nume persoană fizică autorizată: BURAC IONUT – AUREL PFA

Localitate: Suceava

Adresă: strada Mirautilor, Cam.1, nr. 72

E-mail, telefon: ionutburac@gmail.com, 0743133888



*** Domeniul de activitate al firmei: Inchirierea si subinchirierea bnurilor imobiliare**

Obiectul propunerii

Propun modificarea capitolului 4, articolul 10, litera T, din regulamentul local de publicitate propus.

Proiectele de constructie pe domeniul privat inaintat de beneficiar care au autorizatie de constructie avizata spre neschimbare unde este posibila amplasarea de panouri si afise publicitare prin proiectul de autorizatie depus, agreeat si aprobat de Primaria Municipiului Suceava, sa nu fie impactata sau mai exact noul regulament sa nu anuleze aceste initiative de constructii aprobate si finalizate cu scopul de a inlesni publicitatea.

Motivatia si justificarea propunerii

In continutul Legii nr. 185 din 2013 privind amplasarea si autorizarea mijloacelor de publicitate nu se regaseste ca fiind interzisa **amplasarea mijloacelor de publicitate pe imprejmuirile imobilelor**.

Data fiind initiativa Primariei Municipiului Suceava, privind oportunitatea acestui proiect din nota de fundamentare si referatul de aprobare reiese ca se conformeaza prevederilor Legii 185/25.06.2013.

Asadar propun eliminarea aliniatului litera T din capitolul 4, art. 10, acesta neaflandu-se in concordanta cu nota de fundamentare si referatul de aprobare.

Impactul viitoarei reglementari

Prin aceasta initiativa cu o viziune diferita fata de conformitatea prevederilor Legii 185/2013 se pot aduce prejudicii cu efecte semnificative asupra mediului economic local deoarece este ingradita posibilitatea operatorilor economici de a comunica cu clientii prin intermediul mijloacelor de publicitate utilizate pana acum.

In cazul unor proiecte autorizate de Primaria Municipiului Suceava pe domeniul privat in care a fost inclusa si prezenta unor mijloace de publicitate autorizata de catre primarie, noul regulament poate intra in contradictie cu activitatea respectiva ceea ce ar putea genera litigii pe aceasta speta si inevitabil pierderi uriase pentru ambele parti (contracte si angajamente valide pentru inchirierea spatiului publicitar, investitii majore in logistica destinata publicitatii conform

Alina Borde
18.05.2023

Ionut Burac
an.



NR: 12748
DATA: 17/03/2025
COD: EFE2

autorizațiilor de construcții, imprecizibilitatea unor decizii prin schimbarea regulamentului aduce o notă defaimatoare instituției).

Concluzie și solicitare

Consider că aprobarea acestui nou regulament ar aduce beneficii estetice considerabile și poate contribui la impactul vizual al orașului Suceava dar în același timp acesta ar putea include în interiorul sau conținutul ideilor exprimate mai sus și ar crea un dezechilibru între nevoia de promovare și protejarea spațiului urban.

Totodată aceste noi schimbări prevăzute în prezentul regulament nu ar trebui să se aplice situațiilor anterioare adoptărilor sale deoarece acest lucru poate duce la nesiguranță, neîncredere și contestații în instanță.

Mai exact o schimbare a regulamentului trebuie să fie transparentă și aplicată doar pentru viitor nu pentru situații aflate în desfășurare, autorizate de Primăria Municipiului Suceava conform Legilor și solicitărilor urbanistice aflate în vigoare la momentul autorizării.

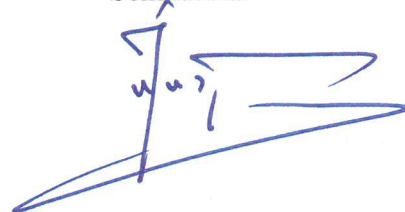
Menționez că toate sugestiile transmise pentru textul de act normativ vor fi făcute publice, fiind parte dintr-un proces dedicat transparenței decizionale. Doriți ca numele dvs. să fie asociat cu aceste propuneri sau doriți ca propunerile înaintate să fie anonime? Datele de contact nu sunt făcute publice.

☒ ***Doresc să fie menționat numele organizației – BURAC IONUT – AUREL PFA***

☐ ***Doresc să fie anonime.***

Data: 17.03.2025

Semnatura:



16/5

Către



NR: 14006

DATA: 21/03/2025

COD: 10386

UAT mun. Suceava prin Primar

Consiliu local al Municipiului Suceava



Stimate domnule primar,

Stimați domni consilieri locali

Analizând regulamentul de publicitate în forma elaborată și pusă în discuție în ședința din data de 10.01.2025 în raport cu legislația din România în incidentă în cauză, subscrisa SC MELANY SRL, cu sediul în mun. Suceava, str. Bistritei, nr. 20, jud. Suceava, în calitate de operator economic local, formulez

PROPUNERI DE MODIFICARE ȘI COMPLETARE

ale proiectului Regulamentului de publicitate, după cum urmează:

1. Așa cum se statuează încă din alineatul 1 al Regulamentului acesta stabilește cadrul legal care stă la baza exercitării activității de amplasare a mijloacelor de publicitate, reclamă și afișaj, în vederea asigurării condițiilor pentru un cadru construit corect și armonios.(....)

Principiul neretroactivității legii civile este prevăzut de art. 6 – Aplicarea în timp a legii civile din capitolul II – Aplicarea legii civile din Codul civil, după cum urmează: „(1) Legea civilă este aplicabilă cât timp este în vigoare. Aceasta nu are putere retroactivă”.

Din interpretarea acestor dispoziții legale rezultă că dispozițiile prezentului regulament se aplică doar situațiilor apărute ulterior intrării acestuia în vigoare, cele anterioare rămânând supuse dispozițiilor legale în vigoare la momentul emiterii autorizației de construire.

În acest sens, considerăm că se impune ca în cuprinsul regulamentului să se prevadă punctual:

1. Situația juridică a mijloacelor de publicitate autorizate anterior intrării în vigoare a Legii 185/2013 și pentru care există contracte în derulare
2. Situația juridică a mijloacelor de publicitate autorizate ulterior intrării în vigoare a Legii 185/2013 și pentru care există contracte în derulare
3. Situația juridică a mijloacelor de publicitate care vor fi autorizate din momentul intrării în vigoare a prezentului regulament.

Potrivit principiului neretroactivității legii civile, legea în vigoare la momentul emiterii autorizației de construire este legea care cârmuiește situația juridică a construcției pe tot parcursul existenței acesteia.

Este inadmisibil ca pentru o construcție autorizată în raport de dispozițiile legale în vigoare la momentul emiterii autorizației de construire, să se solicite eliberarea unei noi autorizații de construire în raport de intrarea în vigoare a unei alte legi care ar cuprinde alte condiții sau condiții noi de autorizare.

2. În ceea ce privește durata contractelor, propunem ca durata acestora să fie cel puțin 5 ani cel mult zece ani, având în vedere că amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate este o procedură complexă și costisitoare.

În ceea ce privește contractele în derulare, acestea să poată fi prelungite prin acordul părților, fără a fi necesară reautorizarea, însă sub condiția ca, înainte de expirarea duratei contractului, să se efectueze o expertiză tehnică de specialitate din care să rezulte că mijloacele de publicitate îndeplinesc toate condițiile de la momentul autorizării.

În plus, reprezintă un avantaj pentru bugetul local ca operatorii economici să încheie contracte pe o perioadă îndelungată de timp, acest lucru asigurând plata taxelor în mod recurent, fără riscuri privind neplata. Operatorii economici cu care există deja contracte în derulare respectă deja obligațiile impuse, nemaîmpunându-se niciun fel de efort din partea Consiliului Local în vederea asigurării respectării obligațiilor fiscale asumate. Încheierea unor contracte pe o perioadă scurtă de timp presupune o serie de negocieri, birocrație privind încheierea unor noi contracte și implicit, riscuri privind respectarea obligațiilor mai sus amintite. Acest aspect nu exclude ipoteza încetării contractelor prin acordul părților, asigurându-se prin aceasta posibilitatea unor noi operatori economici de a accede la promovarea propriilor servicii.

3. Prejudiciul cauzat bugetului local, cât și operatorilor economici.

Astfel, chiriile datorate de operatorii economici bugetului local sunt sume mari, deloc derizorii, care ar avea un impact negativ major asupra bugetului local. Contractele anterior încheiate au avut în vedere o serie de indicatori economici, fiind negociate sumele în conformitate cu vizibilitatea oferită. Regulamentul nu oferă soluții concrete pentru aceste situații, fiind lacunar în multe privințe.

Din punctul nostru de vedere s-ar impune și estimarea/evaluarea acestui impact pentru a se stabili exact prejudiciul suferit. În condițiile impuse de noul regulament de

publicitate, trebuie să se aibă în vedere faptul că operatorii economici vor solicita despăgubiri pentru încetarea contractelor înainte de termen și pentru prejudiciul suferit, urmare a beneficiului nerealizat.

Or, un contract este acordul între două sau mai multe persoane cu intenția de a constitui, modifica sau stinge un raport juridic. La baza încheierii unui contract stau o serie de drepturi și obligații corelative, ce trebuie îndeplinite de ambele părți. Reiterăm faptul că principiul bunei-credințe este reglementat de art. 1170 din Codul civil și prevede faptul că *„părțile trebuie să acționeze cu bună-credință atât la negocierea și încheierea contractului, cât și pe tot timpul executării sale. Ele nu pot înlătura sau limita această obligație”*. După cum se poate remarca acest principiu este, de fapt, o obligație pe care legiuitorul a instituit-o în sarcina părților ce doresc a încheia un contract. Art. 1183 alin. (4) din Codul civil prevede și sancțiunea aplicabilă în situația nerespectării principiului bunei-credințe după cum urmează: *„Partea care inițiază, continuă sau rupe negocierile contrar bunei-credințe răspunde pentru prejudiciul cauzat celeilalte părți. Pentru stabilirea acestui prejudiciu se va ține seamă de cheltuielile angajate în vederea negocierilor, de renunțarea de către cealaltă parte la alte oferte și de orice împrejurări asemănătoare”*.

Mai mult decât atât, interzicerea amplasării de panouri publicitare în zonele centrale și instituirea obligativității de a le amplasa în zone periferice derogă de la scopul „publicității”, respectiv vânzare, promovarea public căruia îi sunt destinate mesajele publicitare devenind drastic mai restrâns ceea ce ar cauza prejudicii materiale grave operatorilor economici, ba chiar falimentarea acestora.

Trebuie să remarcăm faptul că publicitatea reprezintă unul dintre sectoarele de activitate cu cea mai mare dezvoltare. Or, restricționarea acestui sector reprezintă o limitare abuzivă a drepturilor consumatorilor la informare.

De asemenea, măsura una este mult prea drastică. Interzicerea amplasării panourilor publicitate în zonele centrare reprezintă practic un abuz privind dreptul operatorilor economici de promovare și implicit, de reclamă.

În plus, în situația apariției unor societăți comerciale noi, care doresc promovarea și alocă bugete semnificative acesteia, unde ar exista folosul practic și interesul comerciantului dacă afacerea/serviciile sale nu sunt promovate la vedere, în atenția consumatorului? Or, cel mai mare procent al consumatorilor se regăsește tocmai în aceste zone, zonele periferice fiind mult mai greu de accesat și, în principal, de observat. Așadar, dreptul de a se promova al operatorilor economici ar fi încălcat, nemaieexistând o reală posibilitate de vizibilitate a acestora.

4. Este încălcat dreptul de proprietate privată, protejat de legislația națională, cât și de Convenția Europeană a Drepturilor Omului prin restricțiile excesive asupra dreptului de utilizare a proprietății private

În concret, regulamentul impune limitări stricte asupra amplasării mijloacelor de publicitate pe proprietăți private, cum ar fi limitarea amplasării mesh-urilor doar în anumite zone sau interzicerea prismelor publicitare pe proprietăți private în zona ZPR. Acest lucru poate fi interpretat ca o încălcare a dreptului de proprietate prevăzut de art. 44 din Constituția României și de Codul Civil.

5. Condiții discriminatorii între zone

Regulamentul creează două tipuri de zone (ZPR și ZPL) și aplică reguli diferite fără o justificare clară privind necesitatea acestor diferențe. De exemplu, amplasarea ecranelor publicitare este permisă doar în ZPL, ceea ce poate constitui o discriminare între agenții economici care activează în cele două zone.

De asemenea, trebuie să avem în vedere și faptul că prin *OG nr. 43/1997 privind regimul juridic al drumurilor* se reglementa faptul că „în zona drumului public este interzisă amplasarea de construcții, panouri publicitare sau instalații care periclitează siguranța circulației” (art. 47).

6. Obligația de a folosi materiale rigide pentru firme și semnalistică

Art. 11 alin. 7 impune utilizarea exclusivă a materialelor rigide pentru semnalistică, excluzând alte materiale moderne, de exemplu, poliplanuri sau materiale reciclabile. Această limitare nu este justificată în legislația națională, fiind o măsură discriminatorie și restrictivă.

7. Impunerea designului și cromaticii publicitare

Regulamentul limitează designul publicitar, impunând “culori neutre” sau “non-culori” în zonele de publicitate restrânsă (ZPR), fără a prezenta o justificare tehnică sau legală. Aceste restricții nu sunt susținute de Legea nr. 185/2013, fiind o ingerință nejustificată în activitatea comercială a agenților economici.

Or, și cu privire la acest aspect se constată un abuz. Operatorii economici folosesc elemente distinctive privind marca pe care o promovează, drepturile conferite de marcă fiind

reglementate de Legea 84/ 1998, exstând sancțiuni pentru utilizarea unei mărci care nu respectă forma înregistrată la OSIM. Prin urmare, nu poate fi acceptată ipoteza impunerii unor culori neutre/non-culori cu privire la modalitatea de realizare a publicității, operatorii economici fiind îndreptățiți să utilizeze semnele distinctive ale propriei mărci în vederea realizării promovării serviciilor pe care le oferă. De asemenea, tocmai acesta este scopul promovării, consumatorii recunoscând o anumită formă pe care o asociază cu un brand, acesta fiind scopul publicității în sine. Schimbarea oricărui element presupune inducerea în eroare a consumatorilor și nerealizarea interesului avut în vedere de operatorul economic în momentul încheierii unui contract ce drept scop publicitatea societății sale.

8. Impunerea de taxe fără o bază legală clară

Regulamentul prevede taxe suplimentare pentru ocuparea domeniului public și emiterea avizelor, fără a detalia baza legală sau modul de calcul al acestor taxe. Conform Codului Fiscal, orice taxă trebuie să fie justificată printr-o hotărâre a Consiliului Local, iar cuantumul să fie proporțional.

Considerăm că acesta formă a regulamentului de publicitate este extrem de restrictivă, impunând condiții extrem de dure pentru o ramură a industriei deja dezvoltată și productivă, fără a oferi însă o alternativă la toate măsurile dispuse și fără a include situații concrete ce pot apărea. Forma propusă este lacunară, abordând superficial o serie de aspecte care nu sunt suficiente în raport cu situațiile de fapt constatate la nivel local.

Aceste puncte reflectă conflicte cu legislația națională, restricții nejustificate și posibilități de abuz în aplicarea regulamentului. O revizuire care să aducă prevederile în

acord cu legislația în vigoare este imperios necesară, iar în aceste condiții vă solicităm să
analizați în detaliu criticile și propunerile mai sus-menționate.

Vă asigurăm de întreaga noastră disponibilitate!

SC MELANY SRL



Boduanic
Elisabeta
per ar Gemanaru

UNIUNEA NAȚIONALĂ A BAROURILOR DIN ROMÂNIA



BAROUL SUCEAVA ÎMPUTERNICIRE AVOCAȚIALĂ

Serie: SV 0397830

Cabinet de avocat
Benedicta Radu

Forma de exercitare a profesiei

Domnul/doamna avocat Benedicta Radu
se împuternicește de către clientul Bodnaru Blaise SEMNUL SU

în baza contractului de asistență juridică nr. 72 din 21.03.2025 să exercite
următoarele activități: redactare, arstula în n. fizice

și să asiste/să reprezinte clientul în fața MAI cu Suceva Consiliul local Suceva
..... Primarul cu Suceva

Data 21.03.2025

CLIENT/REPREZENTANT*

..... [semnatura]

BAROUL
SUCEAVA

Atest identitatea părților, conținutul și data contractului de
asistență juridică în baza căruia s-a eliberat împuternicirea
FORMA DE EXERCITARE A PROFESIEI**

..... [semnatura și ștampila]

*Semnătura nu este necesară în situația în care forma de
exercitare a profesiei de avocat atestă identitatea părților, a
conținutului și data contractului de asistență juridică în baza
căruia s-a eliberat împuternicirea.

**Semnătura avocatului și aplicarea ștampilei nu sunt
necesare în situația în care prezenta împuternicire avocațională
este semnată de către client sau de reprezentantul acestuia.



COD: 1040E

STIL MEDIA S.R.L.**Municipiul Suceava, Str. Mărăști, Nr. 18, Tronson 2, Bl. 3, Et. 1, Ap. 3, Jud. Suceava****Număr de ordine în Registrul Comerțului: J33/741/2003****Cod Unic de Înregistrare: 15693304****S.C. COMPANY R&V S.R.L.****Municipiul Suceava, Str Marasesti nr 44b, Bl 3A, Sc A, Ap 2, Jud Suceava****Numar de ordine in Registrul Comertului :J33/1453/2006****Cod Unic de Inregistrare : 19220570****E-mail:laur.rvcompany@gmail.com ;telefon: 0755.048.049****S.C. MELANY S.R.L.****Municipiul Suceava, Str Bistritei nr 20, Jud Suceava****Numar de ordine in Registrul Comertului :J33/421/2002****Cod Unic de Inregistrare : 14814211****S.C. ORMEDIA S.R.L.****Municipiul Suceava, Str Gheorghe Doja nr 125A, Sc A, Ap 3, Jud Suceava****Numar de ordine in Registrul Comertului :J33/271/2011****Cod Unic de Inregistrare : 28174279****E-mail: office@ormedia.ro ; telefon:0722.700.800****P.F.A. BURAC IONUT AUREL****Municipiul Suceava, Str Mirautilor nr 72 Carpatis, Cam 1, Jud Suceava****Numar de ordine in Registrul Comertului :F33/764/2023****Telefon: 0743.133.888**

Către:

CONSILIUL LOCAL AL MUNICIPIULUI SUCEAVA**PRIMĂRIA MUNICIPIULUI SUCEAVA****Municipiul Suceava, B-dul 1 Mai, nr. 5A, jud. Suceava**

**Ref.: Observații și propuneri referitoare la proiectul Regulamentului local de
publicitate urmare a întâlnirii din data de 10.01.2025**

Stimați Membri ai Consiliului Local,
Stimate Domnule Primar,

Subscrisa, STIL MEDIA S.R.L., persoană juridică română cu sediul social în Mun. Suceava, Str. Mărăști, Nr. 18, Tronson 2, Bl. 3, Et. 1, Ap. 3, Jud. Suceava, având număr de ordine în registrul comerțului J33/741/2003, Cod Unic de Înregistrare 15693304, reprezentată legal prin administrator Monica-Elena PRISĂCARU,

Subscrisa, S.C. COMPANY R&V S.R.L., persoană juridică română cu sediul social în Mun. Suceava, Str. Mărăsești, Nr. 44B, T, Bl. 3A, Ap. 2, Jud. Suceava, având număr de ordine în registrul comerțului J33/1453/2006, Cod Unic de Înregistrare 19220570, reprezentată legal prin administrator SALVAR Roxana Gabriela,

Subscrisa, MELANY S.R.L., persoană juridică română cu sediul social în Mun. Suceava, Str. Bistritei, Nr. 20, Jud. Suceava, având număr de ordine în registrul comerțului J33/421/2002, Cod Unic de Înregistrare 14814211, reprezentată legal prin administrator BODNARIUC Elisabeta,

Subscrisa, ORMEDIA S.R.L., persoană juridică română cu sediul social în Mun. Suceava, Str. Gheorghe Doja, Nr. 125A, Sc.A, Ap. 3, Jud. Suceava, având număr de ordine în registrul comerțului J33/271/2011, Cod Unic de Înregistrare 28174279, reprezentată legal prin administrator RUSU Ovidiu,

Subscrisa, P.F.A. BURAC IONUT AUREL persoană juridică română cu sediul social în Mun. Suceava, Str. Mirautilor, Nr. 72 Carpatis, Cam 1, Jud. Suceava, având număr de ordine în registrul comerțului F33/764/2023, reprezentată legal prin administrator BURAC Ionut Aurel

Având în vedere:

- Calitatea de operatori economici local ce desfășoară activități în domeniul publicității,
- Propunerea de Regulament local de publicitate și dezbateră la care am fost invitați și am participat în data de 10.01.2025,

Prin prezenta, formulăm următoarele:

OBSERVAȚII ȘI PROPUNERI DE AMENDAMENTE

Urmare a analizei propunerii de regulament și urmare a discuțiilor avute în cadrul întâlnirii din data de 10 ianuarie 2025, apreciem că situația expusă impune o serie de clarificări și amendamente a acestuia, chestiunile ridicate fiind deopotrivă necesare atât din punctul de vedere al municipalității cât și al operatorilor economici.

1. Situația panourilor publicitare existente

Pe raza municipiului Suceava există **panouri publicitare amplasate legal atat pe domeniul public cat si privat**, în baza unor autorizații de construire valabile, emise anterior intrării în vigoare a prezentului regulament, și care respectă toate condițiile legale aplicabile la momentul autorizării. Lipsa unor **dispoziții tranzitorii** în regulament care să statueze în mod expres protejarea acestor panouri afectează în mod direct **drepturile dobândite legal** de proprietari și utilizatori. Astfel, este necesar să fie incluse prevederi clare care să asigure continuitatea drepturilor dobândite, în vederea evitării unor situații ce pot conduce la **incertitudine juridică și litigii**. Din acest considerent, aceste noi schimbări prevăzute de prezentul regulament nu ar trebui să se aplice situațiilor anterioare adoptării sale deoarece acest lucru nu ar fi just -proiectele au fost autorizate conform legislației în vigoare la momentul solicitării.

Mai exact, o schimbare a regulamentului trebuie să fie transparentă și aplicată doar pentru viitor nu și pentru situațiile aflate în desfășurare, autorizate de PRIMARIA MUNICIPIULUI SUCEAVA, conform legilor și solicitărilor urbanistice aflate în vigoare la momentul autorizării.

2. Impactul economic și prejudicierea bugetului local

Operatorii locali din domeniul publicității au demonstrat **responsabilitate și continuitate**, achitând la zi toate taxele, chiriile și obligațiile financiare aferente activităților desfășurate. Spre deosebire de aceștia, procedurile de atribuire anterioare au permis accesul unor firme fără nicio legătură cu Municipiul și Județul Suceava, care au licitat valori nerealiste de mari, fără să-și onoreze ulterior obligațiile, **prejudiciind grav și iremediabil bugetul local**.

În acest context, solicităm introducerea unor măsuri suplimentare care să ofere **prioritate și predictibilitate** operatorilor locali, cu un istoric verificat al plății taxelor și al respectării obligațiilor contractuale.

3. Contractele în derulare

Operatorii actuali dețin **contracte active pe termen mediu și lung**, iar Regulamentul, în forma actuală, nu include **o perioadă de tranziție** rezonabilă, care să le permită respectarea obligațiilor contractuale. Nerespectarea acestor contracte va genera **prejudicii semnificative** operatorilor economici locali, afectând nu doar activitatea și reputația acestora, ci, indirect, și veniturile la bugetul local pe care aceste companii le generează.

4. Necesitatea sprijinirii operatorilor economici locali prin prelungirea contractelor de închiriere și stabilirea unei durate adecvate

Pentru a sprijini dezvoltarea economică locală și a asigura continuitatea activității operatorilor economici din domeniul publicității, apreciem necesară prelungirea valabilității contractelor existente și stabilirea unei perioade de reautorizare de minimum 5 – 10 ani.

Panourile publicitare implică investiții semnificative în construcție, întreținere și modernizare. O durată mai lungă a contractelor și o reautorizare periodică la 5 ani ar oferi operatorilor economici timpul necesar pentru a amortiza aceste investiții și pentru a reinvesti în calitatea infrastructurii publicitare.

Companiile locale care gestionează panourile publicitare oferă o platformă vitală pentru micii operatori economici din Suceava, facilitându-le promovarea într-un mod accesibil și contribuind la consolidarea comunității locale. Limitarea duratei contractelor ar descuraja aceste inițiative și ar favoriza companii externe, mai puțin conectate la nevoile locale.

Asigurarea unei stabilități contractuale contribuie la predictibilitate și transparență în relațiile dintre administrația publică locală și operatorii economici. Aceasta descurajează eventualele litigii și menține un mediu de afaceri atractiv pentru investiții locale.

Prin consolidarea relațiilor cu operatorii locali, municipiul își poate asigura un parteneriat pe termen lung pentru proiecte de interes public, cum ar fi campaniile de promovare culturală, turistică sau educațională.

5. Zonele de excludere propuse

Regulamentul propune zone de protecție ce includ toate căile principale de acces din municipiu. Această restricție va reduce semnificativ vizibilitatea mesajelor publicitare și va face imposibilă, din punct de vedere economic, amplasarea panourilor în zone secundare, caracterizate de trafic redus.

În plus, deși stabilirea zonelor de protecție în intravilan necesită studii de circulație și documentații de urbanism și amenajare a teritoriului, avizate de administratorul drumului, **regulamentul local de publicitate omite orice referire la existența unor astfel de studii sau avize.**

Din punct de vedere economic, atractivitatea promovării unor mesaje publicitare outdoor este detetrminată în principal de următoarele aspecte:

- **Locația amplasării** – aceasta trebuie să fie una cât mai dens circulată astfel încât să poată fi promovată cât mai eficient grupului țintă de clienți,

În Ordonanța nr. 43/1997 privind regimul drumurilor, la care se face referire la punctul c):
"c) Zonele de protecție a drumului public, denumită ZPDP (definite conform prevederilor Ordonanței Guvernului nr. 43 din 28.08.1997 privind regimul drumurilor, cu modificările și completările ulterioare) aferente următoarelor străzi precum și a intersecțiilor care se regăsesc de-a lungul acestora", **nu este stabilita zona de protecție.**

La art. 19 se menționează: (3) Zonele de siguranță și de protecție în intravilan se stabilesc prin studii de circulație și prin documentațiile de urbanism și amenajarea teritoriului.

Ori, în cazul de fata nu au prezentat niciun fel de studiu /documentatie care sa argumenteze necesitatea includerii acestor drumuri in zona restransă:

Cap. III – Reguli generale Stabilirea zonelor de publicitate

Art.8. Se stabilesc două tipuri de zone de publicitate astfel:

1. Zona de publicitate restrânsă - A, denumită ZPR cuprinde:

- a) Zonele de protecție a zonei centrale asupra căreia s-a instituit un regim de protecție prin P.U.G., evidențiate în planșa A.3.1 – Reglementări urbanistice zone contruite protejate (H.G. nr. 518 din 26.05.2023 pentru

aprobarea documentației de urbanism „Reactualizarea Planului urbanistic general al municipiului Suceava, județul Suceava);

b) Zonele de protecție ale monumentelor istorice asupra cărora s-a instituit un regim de protecție prin P.U.G., evidențiate în planșa A.1.6. – Plan de sinteze zone construite protejate (H.G. nr. 518 din 26.05.2023 pentru aprobarea documentației de urbanism „Reactualizarea Planului urbanistic general al municipiului Suceava, județul Suceava);

c) Zonele de protecție a drumului public, denumită ZPDP (definite conform prevederilor Ordonanței Guvernului nr. 43 din 28.08.1997 privind regimul drumurilor, cu modificările și completările ulterioare) aferente următoarelor străzi precum și a intersecțiilor care se regăsesc de-a lungul acestora:

- B-dul Sofia Vicoveanca – intrarea/ieșirea dinspre/spre municipiul Falticeni pe DN 2/E 85;
- B-dul 1 Decembrie 1918;
- B-dul 1 Mai;
- Str. Ștefan cel Mare;
- Str. Ana Ipatescu;
- Calea Unirii;
- Str. 22 Decembrie intrarea/ieșirea dinspre/spre municipiul Dorohoi DN 29A;
- Calea Burdujeni;
- Str. Cuza Vodă intrarea/ieșirea dinspre/spre municipiul Botoșani DN 29/E 58;
- Str. Grigore Alexandru Ghica intrarea/ieșirea dinspre/spre municipiul Siret DN 2/E 85;
- Str. Humorului – intrarea/ieșirea dinspre/spre municipiul Gura Humorului DN 17/E 58;
- Str. Aviatorului – intrarea/ieșirea dinspre/spre municipiul Gura Humorului DN 17/E 85;
- B-dul Academician Vasile Grecu;
- Calea Obcinilor;
- B-dul George Enescu ;
- Str. Mărăști;
- Str. Mihai Eminescu;
- Str. Vasile Alecsandri;
- Str. Petru Rareș;
- Str. Cernăuți;
- Str. Mircea Șeptilici;
- Str. Nicolae Labiș;
- Str. Traian Vuia;
- Str. Nicolae Bălcescu.

Potrivit prevederilor Ordonanței nr. 43/1997 privind regimul drumurilor:

Art. 17. - (1) Zonele de protecție sunt suprafețele de teren situate de o parte și de alta a zonelor de siguranță, necesare protecției și dezvoltării viitoare a drumului. Limitele zonelor de protecție sunt prevăzute în anexa nr. 1.

(2) Zonele de protecție rămân în gospodărirea persoanelor juridice sau fizice care le au în administrare sau în proprietate, cu obligația ca acestea, prin activitatea lor, să nu aducă prejudicii drumului sau derulării în siguranță a traficului prin:

- a) neasigurarea scurgerii apelor în mod corespunzător;
- b) executarea de construcții, împrejmuiri sau plantații care să provoace înzăpezirea drumului sau să împiedice vizibilitatea pe drum;
- c) executarea unor lucrări care periclitează stabilitatea drumului, siguranța circulației sau modifică regimul apelor subterane sau de suprafață.

d) lucrări de defrișare de păduri de pe versanții împăduriți adiacenți drumului; pentru astfel de lucrări, administratorul domeniului silvic va solicita acordul administratorului drumului.

Art. 18. - (1) Deținătorii terenurilor din vecinătatea drumurilor publice sunt obligați ca în perioada 1 noiembrie- 31 martie a fiecărui an să permită instalarea pe aceste terenuri a panourilor de apărare a drumului contra înzăpezirii, fără a percepe vreo chirie.

(2) Realizarea prevederilor alin. (1) trebuie să nu împiedice executarea lucrărilor agricole și să nu producă degradări culturilor de pe aceste terenuri.

Art. 19. - (1) Zona străzilor include partea carosabilă, acostamentele, șanțurile, rigolele, trotuarele, spațiile verzi care separă sensurile de circulație, piste pentru cicliști, suprafețele adiacente pentru

parcaje, staționări sau opriri, precum și suprafețele de teren necesare amplasării anexelor acestora. Pe sectoarele de străzi fără canalizare se va asigura scurgerea apelor prin șanțuri sau rigole amenajate.

(2) Consiliile locale vor asigura, în intravilan, condițiile de deplasare a pietonilor și cicliștilor, prin amenajări de trotuare și piste.

(3) Zonele de siguranță și de protecție în intravilan se stabilesc prin studii de circulație și prin documentațiile de urbanism și amenajarea teritoriului, cu avizul administratorului drumului.

(4) Pentru dezvoltarea capacității de circulație a drumurilor publice în traversarea localităților rurale, distanța dintre axa drumului și gardurile sau construcțiile situate de o parte și de alta a drumurilor va fi de minimum 13 m pentru drumurile naționale, de minimum 12 m pentru drumurile județene și de minimum 10 m pentru drumurile comunale.

(5) Asigurarea distanțelor minime, stabilite conform prevederilor alin. (4), constituie prescripție tehnică imperativă pentru organele administrației publice locale cu competențe în activitatea de urbanism, amenajarea teritoriului și autorizarea lucrărilor de construcții, cu consultarea administratorului drumului.

(6) Extinderea intravilanului localității în lungul drumului național, cu excepția sectoarelor de drum aflate între indicatoarele rutiere de intrare/ieșire în/din localitate, se poate face numai cu condiția realizării de drumuri colectoare paralele cu drumul național, care să preia traficul generat de obiectivele locale și care să debușeze în drumul național numai în intersecții amenajate conform normativelor tehnice în vigoare. Drumurile colectoare vor fi prevăzute cu facilități și pentru traficul pietonal, pentru bicicliști, inclusiv pentru persoanele cu handicap locomotor.

În această manieră de excludere a zonelor de interes se elimină atractivitatea zonelor de amplasament.

În acest context preocuparea principală ar fi fost de a atribui un cadru unitar designului structurilor panourilor publicitare și nu eliminarea acestora din zonele de trafic intens.

Ținem să precizăm că nu au fost argumentate în niciun fel aspectele care să aducă atingere interesului public prin amplasarea acestora în strazile intens circulate, nici sub aspect urbanistic, al siguranței rutiere sau de altă natură.

Amplasarea publicității stradale în zonele urbane reprezintă o caracteristică a oricărui oraș european și civilizat.

- Prețul chiriei

La nivelul anului 2007, prețul lunar al chiriei pentru un panou era de 10,9 lei/mp, respectiv 16,35 lei/lunar (aprox. 4,5 EURO)

În anul 2011 prețul a fost 350 ron/lunar (83 E),

În anul 2023 631 ron/lunar (128 E),

În anul 2024 costul lunar al chiriei pentru 1,5 mp a ajuns la 711 ron (143 Euro)!

Ori, acest cost reprezintă un pret foarte mare raportat la pretul chirii din alte municipii resedinta de judet din țară.

6. Finanțări nerambursabile din fonduri europene

O parte dintre panourile publicitare existente fac obiectul unor **finanțări nerambursabile din fonduri europene** și sunt în perioadă de monitorizare. Demontarea acestora înainte de termen ar însemna nerespectarea obligațiilor asumate față de finanțatori și **restituirea integrală a sumelor primite**, inclusiv a accesoriilor aferente. Această situație ar crea **prejudicii injuste** operatorilor care au acționat cu bună-credință, în conformitate cu legislația aplicabilă la momentul depunerii cererilor de finanțare.

7. Respectarea și păstrarea noilor reglementări în limitele și dispozițiile actelor normative cu caracter general

Astfel cum am indicat mai sus, prezentul Regulament trebuie să mențină cel puțin limitele de legalitate impuse de prevederile legale incidente în mod cumulativ pentru a nu afecta legalitatea unui act normativ local. În acest sens indicăm mai jos aceste acte normative:

- **Legea nr. 185/2013** privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate;
- **Ordinul nr. 1668/2023** pentru aprobarea reglementării tehnice "Norme tehnice privind condițiile de proiectare și amplasare a construcțiilor, instalațiilor și a mijloacelor de publicitate în zona drumurilor de interes național, pe poduri, pasaje, viaducte, în tuneluri rutiere, precum și amenajarea căilor de acces la drumurile de interes național, cu excepția sectoarelor de drumuri naționale situate în intravilanul municipiilor/reședințelor de județ care sunt în administrarea consiliilor locale";
- **Normele tehnice** privind condițiile de proiectare și amplasare a construcțiilor, instalațiilor și a mijloacelor de publicitate în zona drumurilor de interes național, pe poduri, pasaje, viaducte, în tuneluri rutiere, precum și amenajarea căilor de acces la drumurile de interes național, cu excepția sectoarelor de drumuri naționale situate în intravilanul municipiilor/reședințelor de județ care sunt în administrarea consiliilor locale, din 14.09.2023;
- **Ordonanța nr. 43/1997** privind regimul drumurilor;
- **Hotărârea nr. 518/2023** pentru aprobarea documentației de urbanism "Reactualizarea Planului urbanistic general al municipiului Suceava, județul Suceava";

Concluzie:

În considerarea punctelor mai sus învederate solicităm punctual revizuirea și inserarea următoarelor puncte:

- Clarificarea și reglementarea panourilor existente care au fost amplasate legal în temeiul parcurgerii tuturor etapelor de autorizare, amplasare și construcție în considerarea faptului că acestea nu pot fi ignorate și desființate pentru ca ulterior aceeași procedură să fie urmată pentru același rezultat de fapt – o eventuală dispoziție de demolare, pentru ca ulterior parcurgerii aceluiași proceduri să fie reamplasate!

- Evitarea pe cale de consecință a unei situații în care desi proprietarii acestor panouri sunt plătitori la zi și respectă prevederile contractuale actuale să nu mai achite aceste taxe până la încheierea unor noi contracte în considerarea unei perioade relative lungi de la momentul adoptării noului regulament, parcurgerea procedurilor de achiziție publică și intrarea în vigoare a unor noi contracte – cu consecința lipsei de eficiență economică atât pentru proprietarii acestora cât și pentru municipalitate;
 - Reglementarea acestei perioade tranzitorii prin acte de dispoziție care să nu afecteze atât operatorii economici cât și bugetul public;
 - Sprijinirea operatorilor economici locali prin prelungirea contractelor de închiriere și stabilirea unei durate adecvate. Este total inefficient din punct de vedere economic încheierea unor contracte de publicitate/închiriere cu perioade scurte de timp – sub 5 ani – raportat la valoarea investiției cât și a eventualelor beneficii în considerarea faptului că nu există o permanență și continuitate a publicității, aceasta depinzând în mod esențial de derularea unor campanii publicitare a clienților nostri care sunt pe perioade determinate de timp și relativ scurte.
- Astfel, apreciem esențial ca durata noilor contracte să fie de minim 5 – 10 ani pentru a asigura o predictibilitate a modalității de utilizare a acestei infrastructuri și realizarea unui plan de afaceri corespunzător.
- Acceptarea zonelor de interes în considerarea importanței acestui tip de business care vizează amplasarea panourilor publicitare în proximitatea arterelor de circulație cu trafic intens. Este lipsit de interes pentru beneficiarii reclamelor amplasarea panourilor în zonele periferice sau cu trafic redus. Astăzi orice campanie publicitară pornește de la analiza monitorizării traficului, a amplasamentului locației în zonă de vizibilitate, a numărului de personae care o pot vizualiza astfel încât investiția publicitară în panouri să fie eficientă. O amplasare periferică nu satisface cerințele beneficiarilor nostri.
 - Dispunerea unor prețuri de referință aferente taxelor de publicitate și închiriere rezonabile, creșterea exponențială mai sus menționată având ca principal efect lipsa de predictibilitate a investiției și lipsa de atractivitate a investiției pentru beneficiarii reclamelor. Costul chiriei și taxelor de publicitate a ajuns la un plafon la care costul acestui tip de reclamă per total determină clienții să apeleze la alte tipuri de promovare, pe alte canale de comunicare.
 - Reglementarea situației acelor operatori economici care au amplasat panouri prin intermediul unei finanțări europene și care trebuie să mențină în perioada de monitorizare și sustenabilitate a proiectelor panourile amplasate prin intermediul acestei finanțări.

Propuneri suplimentare:

În completarea celor menționate, solicităm efectuarea unei **analize detaliate** a proiectului de regulament pentru a identifica **impactul asupra operatorilor economici locali**, precum și includerea unor **măsuri de protecție și susținere** a acestora.

Adoptarea prezentului regulament, fără ajustările necesare, riscă să creeze **instabilitate economică și juridică**, afectând atât operatorii locali de publicitate, cât și micii întreprinzători și bugetul municipiului. Este esențial ca acest regulament să asigure **continuitatea drepturilor dobândite legal** și să sprijine dezvoltarea mediului economic local într-un cadru echitabil și predictibil.

Vă stăm la dispoziție și ne exprimăm întreaga noastră deschidere pentru a colabora în vederea identificării celor mai bune soluții, care să asigure un echilibru just între obiectivele de dezvoltare durabilă trasate pentru Municipiul Suceava și respectarea drepturilor și intereselor legitime ale comunității locale, inclusiv ale operatorilor economici.

Cu deosebită considerație,

STIL MEDIA S.R.L.

Administrator,

Monica-Elena PRISĂCARU



COMPANY R&V S.R.L.

Administrator,

SALVAR Roxana Gabriela



MELANY S.R.L.

Administrator,

BODNARIUC Elisabeta



ORMEDIA S.R.L.

Administrator,

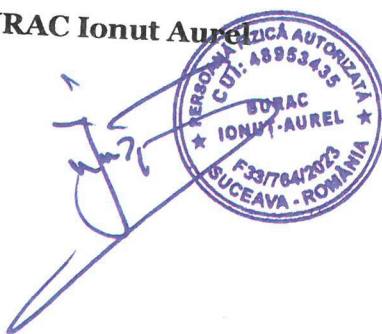
RUSU Ovidiu



P.F.A. BURAC IONUT AUREL

Administrator,

BURAC Ionut Aurel



Propuneri privind modificarea Proiectului de Regulament local de publicitate

STIL MEDIA S.R.L.

Municipiul Suceava, Str. Mărăști, Nr. 18, Tronson 2, Bl. 3, Et. 1, Ap. 3, Jud. Suceava
Număr de ordine în Registrul Comerțului: J33/741/2003
Cod Unic de Înregistrare: 15693304
E-mail: monica@vivafm.ro; telefon: 0722.568.215

S.C. COMPANY R&V S.R.L.

Municipiul Suceava, Str. Marasesti nr 44b, Bl 3A, Sc A, Ap 2, Jud Suceava
Număr de ordine în Registrul Comerțului :J33/1453/2006
Cod Unic de Înregistrare : 19220570
E-mail: laur.rvcompany@gmail.com ;telefon: 0755.048.049

S.C. MELANY S.R.L.

Municipiul Suceava, Str Bistritei nr 20, Jud Suceava
Număr de ordine în Registrul Comerțului :J33/421/2002
Cod Unic de Înregistrare : 14814211

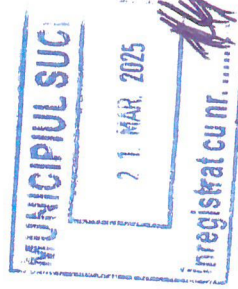
S.C. ORMEDIA S.R.L.

Municipiul Suceava, Str Gheorghe Doja nr 125A, Sc A, Ap 3, Jud Suceava
Număr de ordine în Registrul Comerțului :J33/271/2011
Cod Unic de Înregistrare : 28174279
E-mail: office@ormedia.ro ; telefon: 0722.700.800

P.F.A. BURAC IONUT AUREL

Municipiul Suceava, Str Mirautilor nr 72 Carpatis, Cam 1, Jud Suceava
Număr de ordine în Registrul Comerțului :F33/764/2023
Telefon: 0743.133.888

- Calitate: operatori economici locali ce desfășoară activități în domeniul publicității
- Propunerea modificării proiectului de hotărâre aprobare Regulament local de publicitate



d-na Covasea
24.03.2025

Urmare a analizei propunerii de Regulament și urmare a discuțiilor avute în cadrul întâlnirii din data de 10 ianuarie 2025, apreciem că situația expusă impune o serie de clarificări și amendamente a acestuia, chestiunile ridicate fiind deopotrivă necesare atât din punctul de vedere al municipalității cât și al operatorilor economici.

De asemenea, atașăm și lista de observații și propuneri la proiect.

Nr. crt.	Nr. articol	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/sugestie/opinie	Argumentarea propunerii/sugestiei/opinie
1.	Art. 8, pct. 1, lit. c)	c) Zonele drumului public care cuprind ampriza, zonele de siguranță și zonele de protecție, (definite conform prevederilor Ordonanței Guvernului nr. 43 din 28.08.1997 privind regimul drumurilor, republicată) aferte următoarelor străzi precum și a intersecțiilor care se găsesc în lungul acestora: ☐ B-dul Sofia Vicoveanca – intrarea/ieșirea dinspre/spre municipiul Falticeni pe DN 2/E 85; ☐ B-dul 1 Decembrie 1918; ☐ B-dul 1 Mai; ☐ Str. Ștefan cel Mare; ☐ Str. Ana Ipatescu; ☐ Calea Unirii; ☐ Str. 22 Decembrie intrarea/ieșirea dinspre/spre municipiul Dorohoi DN 29A; ☐ Calea Burdujeni; ☐ Str. Cuza Vodă intrarea/ieșirea dinspre/spre municipiul Botoșani DN 29/E 58; ☐ Str. Grigore Alexandru Ghica intrarea/ieșirea dinspre/spre municipiul Siret DN 2/E 85; ☐ B-dul Academician Vasile Grecu; ☐ Calea Obcinilor;	Reanalizarea încadrării acestor artere de circulație și eliminarea lor.	Această restricție va reduce semnificativ vizibilitatea mesajelor publicitare și va face imposibilă, din punct de vedere economic, amplasarea panourilor în zone secundare, caracterizate de trafic redus. În plus, deși stabilirea zonelor de protecție în intravilan necesită studii de circulație și documentații de urbanism și amenajare a teritoriului, avizate de administratorul drumului, regulamentul local de publicitate omite orice referire la existența unor astfel de studii sau avize. În această manieră de excludere a zonelor de interes se elimină atractivitatea zonelor de amplasament. Preocuparea principală ar fi fost de a atribui un cadru unitar designului structurilor panourilor publicitare și nu eliminarea acestora din zonele de trafic intens. Ținem să precizăm că nu au fost argumentate în niciun fel aspectele care să aducă atingere interesului public prin amplasarea acestora în strazile intens circulate, nici sub aspect urbanistic, al siguranței rutiere sau de altă natură.

	☐ B-dul George Enescu ; ☐ Str. Mărăști; ☐ Str. Mihai Eminescu; ☐ Str. Vasile Alecsandri; ☐ Str. Petru Rareș; ☐ Str. Cernăuți; ☐ Str. Mircea Șepilici; ☐ Str. Nicolae Labiș; ☐ Str. Traian Vuia; ☐ Str. Nicolae Bălcescu.		Amplasarea publicității stradale în zonele urbane reprezintă o caracteristică a oricărui oraș european și civilizat. Amplasarea panourilor publicitare pe arterele de circulație secundare și/sau periferice vine în contradicție cu argumentele și scopul pentru care operatorii economici ar fi interesați de publicarea reclamelor lor pe acestea, având un număr limitat și o vizibilitate restrânsă.	
2. Art. 10, alin. (1),	Amplasarea mijloacelor de publicitate este interzisă în următoarele situații: m) în interiorul intersecțiilor și al sensurilor giratorii la o distanță mai mică de 50 m, calculată de la intrarea, respectiv ieșirea din intersecție/sensul giratoriu, în spațiul destinat circulației autovehiculelor și semnălizării rutiere, în zone în care desfășurarea în condiții normale a traficului ar putea fi perturbată; t) pe împrejurimile imobilelor.	Eliminarea acestor limitări și corelarea lor cu prevederile legale în materie: art. 17 – 19 din Ordonanței nr. 43/1997 <i>privind regimul drumurilor</i>	Analiza oportunitate și legalitate privind amplasarea fiecărui panou publicitar face obiectul unei proceduri de autorizare laborioase care trebuie să aibă în vedere particularitățile și elementele de legalitate aferente fiecărei locații. Restricționarea acestui tip de promovare „ <i>adăugând la lege</i> ” sau creînd premisele unei restricții mai limitative nu este în acord cu scopul Legii publicității, scopul direct al operatorilor economici și indirect al consumatorilor de a avea acces la reclame fără a le fi adusă atingere elementelor de siguranță rutieră și aranjament urbanistic.	
3. Art. 10, alin. (3),	Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate cu lumină pulsatorie/intermitentă și a ecranelor publicitare. Pentru mijloacele publicitare luminoase, cu iluminare constantă ca intensitate, pe timpul nopții intensitatea luminii se va deranjeze, sau funcționarea acesteia va fi întreruptă.	Reformularea alineatului (3): Pentru mijloacele publicitare luminoase, cu iluminare constantă ca intensitate, pe timpul nopții intensitatea luminii se va regla astfel încât aceasta să nu deranjeze, sau funcționarea acesteia va fi întreruptă.	Argumentele sunt aceleași cu cele expuse la punctele 1 și 2.	
4. Art. 10, alin. (7)	Inserare nou alineat	Panouri publicitare amplasate cu respectarea prevederilor legale la data intrării în vigoare a prezentului Regulament local de publicitate, în baza unor autorizații de construire valabile,	Necesitatea asigurării unor măsuri tranzitorii referitoare la panourile publicitare amplasate legal.	

			emise anterior intrării în vigoare a prezentului regulament, și care respectă toate condițiile legale aplicabile la momentul autorizării își păstrează valabilitatea pentru încă o perioadă de 5 ani.	
5. Art. 13, alin. (2)	Lucrările de amplasare a panourilor publicitare, sunt lucrări de construcții cu caracter provizoriu; durata maximă de existență/termenul de autorizare a panourilor publicitare amplasate pe domeniul privat este de 5 ani. Acest termen decurge de la data amplasării panoului publicitar (comunicată în prealabil; în caz contrar se consideră ziua următoare datei de emitere a autorizației). După expirarea acestui termen, se poate solicita reautorizarea pe același amplasament, pe o perioadă maxim egală cu perioada inițială, în condițiile respectării prevederilor Regulamentului în vigoare la data solicitării.	Reformulare: Lucrările de amplasare a panourilor publicitare, sunt lucrări de construcții cu caracter provizoriu; durata maximă de existență/termenul de autorizare a panourilor publicitare amplasate pe domeniul privat este egală cu durata contractului de închiriere/concesiu. Acest termen decurge de la data amplasării panoului publicitar (comunicată în prealabil; în caz contrar se consideră ziua următoare datei de emitere a autorizației). După expirarea acestui termen, se poate solicita reautorizarea pe același amplasament, pe o perioadă maxim egală cu perioada inițială, în condițiile respectării prevederilor inițiale Regulamentului.		
6. Art. 17, Alin. (3) și (4)	(3) în zona de publicitate restrânsă - ZPR - se pot amplasa numai panouri publicitare la sol, cu suprafața maximă de 2,20mp/față. (4) în zona de publicitate largită - ZPL - pe străzile de categoria I, II și III se pot amplasa panouri publicitare cu suprafața maximă de 36 mp. Atunci când pe fațada sau calcanul unei clădiri pot fi amplasate mai multe mijloace de publicitate, cu excepția firmelor, se va studia în mod unitar posibilitatea de amplasare a acestora, ca tip, dimensiune și încadrare simetrică, pe fațada/calcanul clădirii. Forma și dimensiunea acestora vor fi	(3) Eliminare (4) în zonele de publicitate restrânsă - ZPR și de publicitate largită - ZPL - pe străzile de categoria I, II și III se pot amplasa panouri publicitare cu suprafața maximă de 36 mp. Atunci când pe fațada sau calcanul unei clădiri pot fi amplasate mai multe mijloace de publicitate, cu excepția firmelor, se va studia în mod unitar posibilitatea de amplasare a acestora, ca tip, dimensiune și încadrare simetrică, pe fațada/calcanul clădirii. Forma și dimensiunea acestora vor fi		
		Se asigură un cadru unitar de promovare a formatului și dimensiunilor panourilor. De asemenea, piața de profil are un standard de utilizare a acestui tip de promovare în ceea ce privește dimensiunile panourilor.		
		Asigurarea unei stabilități contractuale contribuie la predictibilitate și transparență în relațiile dintre administrația publică locală și operatorii economici și o predictibilitate privind amortizarea unei investiții în acest domeniu de activitate. Prin consolidarea relațiilor cu operatorii locali, municipiul își poate asigura un parteneriat pe termen lung pentru proiecte de interes public și are o predictibilitate privind o sursă de venit pe termen mediu.		

	dimensiunea acestora vor fi autorizate în cadrul serviciului de urbanism, în baza unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în colaborare cu un designer.	Se respectă dimensiunile utilizate de către operatorii din piața de profil respectiv standardul de utilizare a acestui tip de promovare în ceea ce privește dimensiunile panourilor.
7. Art. 30 Panouri alin. (2)	☐ Dimensiunile panourilor instalate în cadrul zonei de protecție sunt: - maximum 8,0 x 4,0 m - în afara localităților; - maximum 4,0 x 3,0 m - în localități. ☐ Dimensiunile panourilor instalate în cadrul zonei de protecție sunt: - maximum 8,0 x 4,0 m - în afara localităților; - maximum 5,0 x 4,0 m - în localități.	

STIL MEDIA S.R.L.
Administrator,

Monica-Elena PRISĂCARU



COMPANY R&V S.R.L.
Administrator,

SALVAR Roxana Gabriela



MELANY S.R.L.
Administrator,

BODNARIUC Elisabeta



ORMEDIA S.R.L.
Administrator,

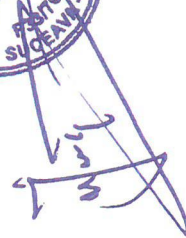
RUSU Ovidiu



P.F.A. BURAC IONUT AUREL
Administrator



BURAC Ionut Aurel



Regulament Local de Publicitate
amendat, modificat si completat ca urmare a
indeplinirii procedurii de transparenta decizionala, ce
va fi supus votului in sedinta de consiliul local.

REGULAMENT LOCAL DE PUBLICITATE

CAPITOLUL I: Dispoziții generale

Art. 1 Prezentul regulament stabilește cadrul legal care stă la baza exercitării activității de amplasare a mijloacelor de publicitate, reclamă și afișaj, în vederea asigurării condițiilor pentru un cadru construit coerent și armonios, pentru protecția valorilor mediului natural și antropic, pentru preservarea calității peisajului și a cerințelor privind asigurarea calității în construcții, fiind elaborat în conformitate cu:

1. Legea nr. 185 din 25.06.2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, republicată;
2. H.G. nr. 518 din 26.05.2023 pentru aprobarea documentației de urbanism „Reactualizarea Planului urbanistic general al municipiului Suceava, județul Suceava”;
3. Codul Administrativ aprobat prin Ordonanța 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, cu modificările și completările ulterioare;
4. Legea nr. 50 din 29.07.1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
5. Legea nr. 148 din 26.07.2000 privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare;
6. Legea nr. 227 din 08.09.2015 privind Codul Fiscal, cu modificările și completările ulterioare;
7. Ordonanța Guvernului nr. 2 din 12.07.2001 privind regimul juridic al contravențiilor, cu modificările și completările ulterioare;
8. Ordonanța Guvernului nr. 43 din 28.08.1997 privind regimul drumurilor, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
9. Legea nr. 287 din 17.07.2009 privind Codul Civil, republicată.

Art. 2 Prevederile prezentului regulament se aplică posesorilor de firme, operatorilor de publicitate, executanților de lucrări ce își desfășoară activitatea pe domeniul public și/sau privat al municipiului Suceava sau pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, a beneficiarilor materialelor de promovare, informare sau publicitate, precum și a proprietarilor de imobile pe care sunt amplasate mijloace publicitare.

Art. 3 Definirea unor termeni utilizați pe parcursul prezentului regulament:

- 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 elementele constructive ale drumului: parte carosabilă, trotuare, piste pentru cicliști, acostamente, șanțuri, rigole, taluzuri, șanțuri de gardă, ziduri de sprijin și alte lucrări de artă;
- 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* - suport pentru mesajul publicitar confecționat din folie sintetică sau din material textil, în mod obișnuit cu formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice;
- 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) *construcție publicitară* - o structură fizică realizată special pentru a afișa un mesaj publicitar;

- 7) *copertină* - 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 numele firmei/operatorului comercial;
- 8) *clădire aflată în stare de deteriorare* - clădire care prezintă deteriorări ale fațadelor și/sau ale elementelor decorative ale acestora, de natura crăpăturilor, exfolierilor, desprinderilor, dezvelirilor de pe suportul constructiv;
- 9) *desfășurată stradală* – este o reprezentare grafică în plan bidimensional a fațadelor clădirilor de-a lungul unei străzi.
- 10) *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;
- 11) *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, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate.;
- 12) *firmă* - orice inscripție, formă sau imagine atașată unei clădiri, cu referire la un operator economic sau la o activitate care se desfășoară în interiorul clădirii;
- 13) *incintă* - suprafața de teren înconjurată din toate părțile de construcții, de amenajări sau împrejurimi;
- 14) *indicator publicitar direcțional (panou direcțional)* - înscris, formă ori imagine care indică o direcție, proximitatea unui obiectiv sau a unei clădiri unde se desfășoară o anumită activitate. În aceeași categorie se includ bannerul vertical, caseta luminoasă, tăblița indicatoare, toate de mici dimensiuni, fixate prin prinderi speciale pe clădiri, stâlpi și altele asemenea;
- 15) *mesh* - suport pentru mesajul publicitar confecționat din material sintetic perforat, cum ar fi plasa fină, de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri;
- 16) *mesh digital* - suport publicitar de mari dimensiuni expus pe suprafața exterioară a unui imobil și care folosește modul electronic de afișare a reclamei;
- 17) *mijloace de publicitate* - ansamblu de elemente constructive (suporturi publicitare, mesh-uri, ecrane publicitare) folosite în scopul prezentării unei activități comerciale, industriale, artisanale sau liber-profesioniste ori a unui eveniment;
- 18) *mijloace de publicitate cu lumina pulsatorie/intermitentă* – suport publicitar care folosește efecte luminoase, clipire, pulsații, schimbări rapide de culoare sau intensitate;
- 19) *panou publicitar mobil* - panou publicitar de dimensiuni reduse, amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate;
- 20) *panou publicitar*- structură provizorie folosită pentru afișarea unui mesaj publicitar;
- 21) *prisma* - dispozitiv publicitar tridimensional, de regulă rotativ, format din fețe triunghiulare sau trapezoidale, care afișează mai multe mesaje succesive pe aceeași suprafață;
- 22) *parc industrial* - zonă delimitată în care se desfășoară activități economice, de cercetare științifică, de producție industrială și servicii, de valorificare a cercetării științifice și/sau de dezvoltare tehnologică;
- 23) *parc comercial* – un tip de centru comercial care găzduiește mai multe magazine și unități comerciale;
- 24) *proiect publicitar special* - construcție provizorie atipică, creată special în scopul promovării unui produs, a unui serviciu sau eveniment și care nu are în alcătuirea sa elemente de fundație și/sau structuri publicitare clasice;
- 25) *promovare* - ansamblu de activități și mijloace folosite pentru a difuza un produs sau serviciu pe piață;
- 26) *publicitate* - totalitatea modalităților și instrumentelor specifice utilizate pentru a facilita cunoașterea și aprecierea de către consumatori a anumitor produse, servicii sau pentru a informa publicul asupra unor evenimente, a destinației unor spații, lansări de produse, deschideri de magazine și altele asemenea, precum

- și orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artisanale sau liber-profesioniste având ca scop promovarea vânzării de bunuri și servicii, de drepturi și obligații;
- 27) *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;
- 28) *publicitate pe vehicule* - publicitate realizată prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau vopsirea vehiculelor în scopuri publicitare;
- 29) *publicitate stradală (outdoor)* - publicitate efectuată în spații deschise, în exteriorul clădirilor;
- 30) *publicitate temporară* - publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestații culturale sau sportive, precum și pentru acțiuni de promovare de produse sau activități;
- 31) *reclamă publicitară* - activitate prin care o persoană fizică sau juridică promovează un brand, marcă, serviciu, informație utilă, activitate, produs, idee, folosind mijloace de promovare cunoscute în scopul de a convinge, a face cunoscut sau a atenționa publicul larg;
- 32) *steag publicitar* - piesă de stofă, pânză sau material plastic atașată la un suport lance, catarg sau stâlp, purtând culori, embleme, simboluri sau mesaje publicitare;
- 33) *sistem publicitar* - structură (poate fi o construcție provizorie sau o confecție dintr-un material nealterabil) ce servește drept suport pentru mesajele publicitare;
- 34) *sticlă sablată* - sticlă cu aspect înghețat;
- 35) *structură de publicitate autoportantă* - cadru suport amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate, pe care sunt dispuse fețe realizate din materiale ușoare de tip mesh, plasă fină, pânză și altele asemenea, pe care se află imprimare reclame și mesaje publicitare;
- 36) *suprafață vitrată* - element constructiv care permite luminarea naturală a unui spațiu interior dar și comunicarea vizuală exterior/interior;
- 37) *totem publicitar* - o structură verticală de mari dimensiuni, luminoasă sau nu, amplasată în spații publice (interioare sau exterioare), folosită pentru a afișa mesaje publicitare, informații promoționale sau elemente de identitate vizuală ale unei companii, brand sau instituție în nume propriu;
- 38) *vehicul publicitar* - mijloc de transport utilizat ca suport pentru mesaje promoționale sau publicitare. Acesta poate avea ca scop principal fie transportul efectiv al unui mesaj publicitar, fie comunicarea acestuia într-un mod mobil și vizibil în spațiul public;
- 39) *zona drumului public* - cuprinde: ampriza, zonele de siguranță și zonele de protecție;
- 40) *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;
- 41) *zonele de siguranță ale drumului* - suprafețele de teren situate de o parte și de cealaltă a amprizei drumului, destinate exclusiv semnalizării rutiere, plantăției 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.

CAPITOLUL II: Aprobarea executării/dezafectării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate

- Art. 4** (1) Aprobarea amplasării, executării lucrărilor, menținerii mijloacelor de publicitate, respectiv desființării acestora, pe fațadele clădirilor sau ale celor care au un sistem propriu de susținere în raport cu pământul se poate realiza numai în condițiile emiterii autorizației de construire, respectiv de desființare.
- (2) În autorizația de construire, emitentul autorizației va preciza caracterul provizoriu al construcției, precum și durata de autorizare a suportului construcției mijlocului de publicitate.

(3) Mijloacele de publicitate amplasate pe schelele montate pe fațadele construcțiilor noi, aflate în diferite faze de execuție sau ale celor existente, aflate în reparații, ori pe elementele de împrejmuire a șantierului, inclusiv pe utilajele folosite la lucrările de construcție se autorizează odată cu autorizarea organizării de șantier. Valabilitatea perioadei de amplasare este egală cu durata de execuție a lucrărilor mai sus menționate.

(4) Proprietarii imobilelor care și-au dat acordul pentru amplasarea mijloacelor de publicitate sunt obligați, în condițiile alin. (1), să solicite executantului construcției suportului publicitar autorizația de construire. Deținătorii mijloacelor publicitare/proprietarii imobilelor pe care sunt amplasate mijloace publicitare (persoane fizice/juridice) au obligația de a prezenta organelor de control, polițiștilor locali din cadrul Poliției locale Suceava, documentele care au stat la baza amplasării mijloacelor publicitare - autorizația de construire/act doveditor pentru dreptul de folosință al imobilului.

(5) Nu se eliberează autorizație de construire pentru amplasarea de mijloace publicitare pe imobile cu construcții neautorizate și/sau construcții la care au fost făcute intervenții neautorizate.

Art. 5 Actele și conținutul cadru al documentației pentru avizare/autorizare

(1) Certificatul de urbanism - este actul de informare prin care solicitantului i se fac cunoscute condițiile necesare autorizării, inclusiv lista avizelor și acordurilor. Se eliberează solicitantului (persoană fizică sau persoană juridică) în baza unei documentații compuse din:

1. cerere tip completată care va cuprinde atât elementele de identificare a imobilului pentru care se solicită certificatul de urbanism, respectiv localitatea, număr cadastral și număr de carte funciară, unde este cazul cât și elementele care definesc scopul solicitării;

2. plan de situație la scara 1:500 sau plan de încadrare în zonă, pe care va fi marcat vizibil amplasamentul propus;

3. se recomandă ca cererea să conțină un plan cu 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.) ;

4. documentul de plată a taxei pentru eliberarea certificatului de urbanism (copie).

(2) Autorizația de construire - este actul administrativ care permite amplasarea mijloacelor de publicitate. Se eliberează solicitantului (de regulă deținătorului unui titlu asupra imobilului, teren sau construcție, în baza unei documentații compuse din:

1. cerere tip completată cu elementele de identificare ale beneficiarului, cu precizarea scopului solicitării actului;

2. act doveditor pentru dreptul de folosință al imobilului;

3. certificat de urbanism (copie) aflat în termen de valabilitate;

4. documentația tehnică întocmită conform legii cu conținut simplificat (care trebuie să conțină: memorii tehnic, detalii de prindere, foto/desfășurată stradală/întreaga fațadă a imobilului, simulare fotografică înainte și după amplasare sau desfășurată stradală/întreaga fațadă cu simularea fotografică, din care să rezulte culorile folosite, dimensiunile, materialele din care se va executa, precum și poziționarea mijlocului publicitar, inclusiv în raport cu alte mijloace publicitare existente pe același tip de suport în vecinătate) în două exemplare;

5. documentele, avizele și acordurile solicitate prin certificatul de urbanism;

6. documentul de plată a taxei pentru eliberarea autorizației de construire.

(3) Avizul pentru publicitate temporară este actul care permite amplasarea sistemelor publicitare folosite ca

mesaj în cadrul unor campanii publicitare pentru activitățile de promovare pe termen scurt, care se desfășoară pe domeniul public sau domeniul privat al municipiului Suceava (festivaluri, târguri, expoziții, lansări de produse, distribuire de mostre și tipărituri, manifestări cu ocazia unor evenimente speciale cu caracter social, politic, cultural - distractiv, comercial, turistic, sportiv etc.) strict pe perioada campaniilor. Se eliberează solicitantului (persoană fizică sau persoană juridică) în baza unei documentații compuse din:

1. cerere tip completată cu elementele de identificare ale beneficiarului, cu precizarea scopului solicitării actului;
2. grafica reclamei, precum și desfășurata stradală cu simulare fotografică, din care să rezulte culorile folosite, dimensiunile, materialele din care se va executa, precum și poziționarea mijlocului publicitar, inclusiv în raport cu alte mijloace publicitare existente pe același tip de suport în vecinătate;
3. acordul proprietarului imobilului pe care va fi amplasat sistemul publicitar.

Art. 6 (1) În cazul expirării termenului de autorizare provizorie a construcției publicitare, conform prevederilor art. 4 alin. (2) iar acest termen nu a fost prelungit, proprietarul suportului publicitar și cel al imobilului, pe care este amplasată construcția-suport, sunt obligați, sub sancțiunea legii, să desființeze construcția suport pentru mijlocul de publicitate și să aducă imobilul la starea inițială, pe cheltuiala proprie.

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

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

Art. 7 (1) Pentru amplasarea mijloacelor de publicitate temporare care nu necesită fundații, utilizate în cadrul unor campanii publicitare și/sau activități de promovare ce nu depășesc 30 de zile, care se desfășoară pe domeniul public sau pe domeniul privat al municipiului Suceava ori pe proprietatea privată a persoanelor fizice și juridice, autoritatea administrației publice locale emite avizul pentru publicitate temporară, la cererea solicitanților, în condițiile legii și ale prezentului regulament.

(2) Perioada de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară prevăzută la art. 5 alin. (3) 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.

(3) La expirarea perioadei de aprobare a amplasării mijlocului de publicitate temporară, solicitantul are obligația de a desființa construcția și de a aduce amplasamentul pe care a fost montată aceasta la starea lui inițială; în caz contrar primarul Municipiului Suceava va proceda potrivit prevederilor art. 6 alin. (2) din prezentul regulament local.

CAPITOLUL III: Reguli generale privind stabilirea zonelor de publicitate

Art. 8 Se stabilesc două tipuri de zone de publicitate astfel:

- (1) Zona de publicitate restrânsă, denumită ZPR sau Zona A, conform Anexei nr. 1 care cuprinde:
 - a) Zonele de protecție a zonei centrale asupra căreia s-a instituit un regim de protecție conform H.G. nr. 518 din 26.05.2023 pentru aprobarea documentației de urbanism „Reactualizarea Planului urbanistic general al municipiului Suceava, județul Suceava, evidențiate în planșa A.3.1 – Reglementări urbanistice zone construite protejate;
 - b) Zonele de protecție ale monumentelor istorice asupra cărora s-a instituit un regim de protecție conform H.G. nr. 518 din 26.05.2023 pentru aprobarea documentației de urbanism „Reactualizarea Planului urbanistic general al municipiului Suceava, județul Suceava, evidențiate în planșa A.3.1 – Reglementări

urbanistice zone construite protejate;

c) Zonele drumului public care cuprind secțiuni din ampriza, zone de siguranță, zone de protecție sau alte zone adiacente străzilor și intersecțiilor desemnate și delimitate conform Anexei nr. 1.

(2) Zona de publicitate lărgită, denumită ZPL sau Zona B cuprinde teritoriul administrativ al municipiului Suceava (intravilan și extravilan) cu excepția zonei de publicitate restrânsă.

CAPITOLUL IV: Reguli generale privind amplasarea tuturor categoriilor de mijloace de publicitate

Art. 9 (1) Publicitatea este permisă atât pe domeniul public sau privat al unității administrativ-teritoriale Suceava, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, cu acordul acestora și cu respectarea prevederilor legale în vigoare.

(2) În scopul asigurării siguranței cetățenilor și integrității bunurilor, operatorii de publicitate vor realiza mijloace publicitare cu materiale și sisteme constructive care respectă prevederile legale privind calitatea în construcții.

Art. 10 (1) **Amplasarea mijloacelor de publicitate este interzisă în următoarele situații:**

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

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

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

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

e) pe arbori;

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

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

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

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

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

k) în interiorul intersecțiilor și al sensurilor giratorii la o distanță mai mică de 50 m, calculată de la intrarea, respectiv ieșirea din intersecție/sensul giratoriu, 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 sau de circulație, pe stâlpii de alimentare cu energie electrică, pe stâlpii de iluminat public, pe stâlpii de susținere a elementelor de transport public, pe stâlpii de telecomunicații sau orice alt tip de stâlpi amplasați în localități sau de-a lungul arterelor de circulație;

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

- p) pe clădirile în care își desfășoară activitatea unități de învățământ, cultură sau alte asemenea - cu excepția celor care se amplasează pentru evenimente publice organizate sau dacă materialul de comunicare are legătură cu obiectul de activitate al instituției respective și cu acordul forului tutelar;
- q) pe clădirile monument și cele propuse spre clasare conform H.G. nr. 518 din 26.05.2023 pentru aprobarea documentației de urbanism „Reactualizarea Planului urbanistic general al municipiului Suceava, județul Suceava, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii și a mesh-urilor amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/ restaurare în condițiile prezentului regulament;
- r) pe fațadele clădirilor situate în zone construite protejate;
- s) pe clădirile aflate în lista cu inventarul clădirilor care necesită lucrări de intervenție pentru reabilitarea structural-arhitecturală a anvelopei clădirilor conform Legii nr. 153/05.07.2011 privind măsuri de creștere a calității arhitectural-ambientale a clădirilor. Se vor putea amplasa mijloace de publicitate, în condițiile prezentului regulament, numai după reabilitarea și refacerea imobilului. Sunt permise mesh-urile amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare în condițiile prezentului regulament;
- ș) pe elementele care delimitează trotuarul/zona pietonală de carosabil;
- t) pe benzile metalice de delimitare, precum și pe benzile laterale de protecție ale sensurilor de circulație a drumurilor;
- ț) pe împrejurimile imobilelor.

(2) Se interzice amplasarea, interior sau exterior, a oricărui mijloc publicitar care obturează vizibilitatea suprafețelor vitrate, la mai puțin de 30 cm de la suprafața sticlei.

(3) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate cu lumină pulsatorie/intermitentă. Pentru alte mijloacele publicitare luminoase, pe timpul nopții intensitatea luminii se va regla astfel încât aceasta să nu deranjeze. Dacă acest lucru nu este posibil, funcționarea acestora va fi întreruptă pe timpul nopții.

(4) Se interzice inscripționarea de texte publicitare direct pe împrejurimi, geamuri, zidurile imobilelor, stâlpi, trotuare sau alei prin diverse metode grafice.

(5) Pe domeniul public sau domeniul privat al municipiului Suceava - carosabil, trotuar, locuri de parcare marcate etc se interzice amplasarea/expunerea de vehicule publicitare, cu excepția situațiilor în care aceste vehicule fac parte integrantă dintr-un eveniment socio-cultural care se desfășoară cu respectarea prevederilor legale.

CAPITOLUL V: Reguli specifice pentru categoriile de mijloace de publicitate

SECȚIUNEA 1: Reguli generale privind amplasarea firmelor

Art. 11 (1) Firmele se amplasează pe fațadele clădirilor sau în locuri special amenajate, după cum urmează:

- a) pe clădirile de locuit având spații cu altă destinație la parter sau mezanin, se amplasează numai pe porțiunea de fațadă corespunzătoare acestor spații sau pe parapetul plin și continuu al primului etaj, unde este cazul, cu acordul proprietarilor. Încadrarea se va face simetric, fără a depăși suprafața stratului suport de prindere;
- b) firmele în consolă se amplasează la o înălțime minimă de 2,50 m de la nivelul trotuarului. Față de planul vertical al fațadei, firmele vor putea ieși în consolă maximum 1,20 m, dar păstrând o distanță de minimum 1,00 m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de limita interioară a plantației de aliniament;
- c) copertinele pe care se inscripționează o firmă vor fi amplasate la minimum 2,50 m înălțime față de nivelul trotuarului și vor ieși din planul fațadei maximum 1,50 m; ele vor păstra o distanță de minimum 1,00 m față de planul vertical ce trece prin bordura carosabilului sau față de limita interioară a plantației de

aliniament;

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

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

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

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

(2) Firmele se amplasează numai la nivelul parterului, în zona de fațadă efectiv aferentă spațiilor ocupate de activitatea respectivă. Prin excepție, pentru instituțiile publice sau de interes public și societățile comerciale care ocupă un întreg imobil, se pot dispune firme în partea superioară a fațadei, în zona / deasupra ultimului nivel.

(3) Pentru imobilele care au spații comerciale la parter și unde, prin sistemul constructiv există un atic sau parapet continuu/registru plin peste parter, amplasarea firmelor se va face strict pe această zonă. Înălțimea mijloacelor publicitare propuse va fi aceeași (formă, elemente de consolă, dimensiunea consolei, intensitate luminoasă).

(4) Pentru imobilele noi construite care au spații comerciale la parter, forma și dimensiunile semnalisticii vor fi autorizate în cadrul serviciului de urbanism în baza unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în colaborare cu un designer.

(5) Pentru activități ce nu ocupă spații adiacente fațadei, la parterul imobilelor, pot fi dispuse doar firme sub forma unor plăci gravate/inscripționate, cu suprafața maximă de 1200 cmp, în zona accesului în clădire. În cazul în care într-un imobil se desfășoară în asemenea condiții mai multe activități, firmele se vor grupa pe un singur panou care va avea un design unitar (culoare text, culoare fundal, dimensiune font etc.).

(6) Pentru o activitate se va putea amplasa o singură firmă. Prin excepție, în cazul imobilelor de colț se pot amplasa firme pe fațadele aferente ambelor străzi. În situațiile în care e posibilă dispunerea firmei în partea superioară a fațadei (începând cu nivelul 1 de deasupra solului), o a doua firmă poate fi dispusă la nivelul parterului.

(7) Firmele se vor dispune într-un plan paralel cu fațada, distanțat de aceasta cu maximum 15 cm. Firmele dispuse perpendicular pe fațadă nu vor depăși dimensiunea de 1m (lățime) x 1m (înălțime) și se vor amplasa la o înălțime minimă de 2.50 m de la nivelul trotuarului.

(8) Firmele vor fi corelate cu arhitectura fațadelor, ce poate impune restricții importante privind poziția, dimensiunile și designul acestora. Vor avea dimensiuni adaptate spațiului disponibil pe fațadă. Nu vor putea altera sau intra în contradicție cu detaliile/expresia arhitecturală a clădirii. Se interzice amplasarea acestora pe elemente proeminente ale fațadelor (balcoane, logii, console, pilaștri, ancadrame, cornișe profilate etc.), pe porțile de acces în imobile, pe ferestre.

(9) Ca elemente importante în definirea imaginii urbane, firmele vor avea un design de bună calitate și vor fi realizate obligatoriu, din materiale rigide; nu se acceptă firme din materiale fără durabilitate (pânză, poliplan, carton etc.).

(10) În cazul clădirilor prevăzute cu o incintă împrejmuită, firmele pot fi amplasate în aliniamentul stradal sau perpendicular față de aceasta, în consolă, ancorate de clădire sau susținute de un suport amplasat în spatele împrejuririi.

(11) În situația în care clădirea intră în proces de reabilitare a fațadei, reamplasarea semnalisticii se va face după finalizarea lucrărilor de reabilitare, în baza unui studiu de fațadă, parte integrantă din documentația tehnică de autorizare a lucrărilor de reabilitare sau avizat/autorizat în cadrul serviciului de urbanism în baza

unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în colaborare cu un designer. În caz contrar, pentru semnalistică reamplasată fără respectarea condițiilor menționate, primarul va dispune desființarea, pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate pe care această semnalistică este amplasată, fără a se emite autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor de judecată.

(12) În situația în care agenții economici, persoane fizice sau juridice, doresc sau sunt obligați prin legislația specifică activității, să fie împiedicată vizualizarea prin suprafețele vitrate, a activităților care se desfășoară în locația respectivă, se acceptă folosirea sticlei sablate sau acoperirea sticlei cu folie imitație de sticlă sablată.

(13) Firmele/mijloace semnalistică tip "Totem", având proiecția în suprafață proiectată de maxim 2,00 mp, se pot amplasa numai în zona/dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității, doar pe trotuarele care depășesc 2 m lățime sau în afara trotuarelor, fără a perturba activitatea altor operatori economici și profilul transversal al străzii permite circulația fluentă atât pietonal cât și rutier și nu vor folosi în alcătuirea lor lumina dinamică sau intermitentă. Prin excepție, în Zona B - ZPL se pot amplasa firme/mijloace semnalistică tip "Totem" cu dimensiuni mai mari, în urma obținerii unui aviz favorabil în Comisia Operativă de Urbanism și avizul favorabil al Arhitectului Șef.

(14) 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 re-zugrăvirea locală și readucerea la aspectul inițial.

(15) Pe fațada spațiilor comerciale de la parterul imobilelor de locuit se pot amplasa, alături de firme și alte mijloace de publicitate, cu acordul proprietarilor și cu respectarea prevederilor referitoare la autorizarea și executarea firmelor. Publicitatea amplasată pe fațada unui spațiu comercial se va diferenția față de firmă prin culoare, formă sau dimensiune.

(16) În cazul firmelor iluminate, reflectoarele se vor amplasa astfel încât să asigure o iluminare uniformă, care să pună în valoare clădirea și care să nu deranjeze traficul auto și pietonal, reflectoarele fiind mascate de elemente ale construcției sau firmei. Amplasarea va fi la minimum 3,00 m de la nivelul solului.

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

(18) Beneficiarul răspunde de rezistența și de stabilitatea acestor mijloace de publicitate.

Art. 12 Reguli specifice pentru amplasarea firmelor

(1) Pentru activitățile de comerț en detail, de alimentație publică, pentru serviciile cu acces public:

a) firmele vor fi alcătuite din text/litere și simboluri grafice (nonfigurative - logouri, sigle) independente, montate individual pe fațadele clădirilor. Prin excepție, în situațiile în care arhitectura clădirilor include elemente constructive dedicate firmelor, cu o anumită specificitate, acestea se vor utiliza ca atare;

b) standarde de marcă (brand) nu pot constitui pretexte pentru nerespectarea prevederilor prezentului regulament;

(2) pentru activitățile serviciilor profesionale, serviciilor manufacturiere:

a) pentru această categorie de activități, pot fi dispuse doar firme sub forma unor plăci inscripționate. În cazul în care într-un imobil se desfășoară în asemenea condiții mai multe activități, firmele se vor grupa pe un singur panou care va avea un design unitar (culoare text, culoare fundal, dimensiune font etc.);

b) firmele se vor dispune în vecinătatea accesului în clădire sau în spațiile ocupate de aceste activități;

c) în cazul profesiilor liberale se recomandă ca grafica/designul și conținutul textului să fie standardizate prin grija asociațiilor profesionale, cu respectarea prevederilor prezentului regulament.

(3) pentru firme aferente instituțiilor publice sau de interes public:

a) firmele instituțiilor vor fi inscripționate/gravate pe panouri/plăci cu suprafața maximă de 6000 cmp;

b) instituțiile care dispun de formate standardizate ale firmelor (în general cele ale administrației publice, de învățământ etc.) le vor utiliza ca atare;

c) suplimentar, în cazul instituțiilor care dispun de un întreg imobil, este admisibilă/recomandată inscripționarea titlaturii acestora în partea superioară a fațadei, la ultimul nivel, de regulă sub cornișă, prin litere amplasate independent (fără suport comun), luminoase sau iluminate arhitectural, al căror design să nu contrasteze cu elementele stilistice din arhitectura imobilului (formă, culori etc) și proporțiile elementelor arhitecturale, axate pe fațada spațiului în folosință, simetric față de limita acestui spațiu, care să nu acopere elementele de modernură, elementele decorative ale fațadei iar în documentația de autorizare se va prezenta un fotomontaj cu desfășurata stradală în care va fi inclusă propunerea în contextul existent, având dimensiunea maximă avizată în cadrul ședințelor serviciului de urbanism, în raport cu caracteristicile arhitecturale ale clădirii.

Art. 13 Reguli privind amplasarea firmelor în zonele de publicitate restrânsă

(1) În Zona A de publicitate restrânsă - ZPR, firmele vor fi amplasate astfel:

a) perpendicular pe fațadă, cu sistem de prindere în consolă în concordanță cu stilul arhitectural al clădirii; ieșite în consolă max. 0.70 m și fără a depăși suprafața de 0.50 mp, la o înălțime de minim 2,50 m de la cota trotuarului;

b) în planul fațadei: litere amplasate independent (fără suport comun), luminoase sau iluminate arhitectural, al căror design să nu contrasteze cu elementele stilistice din arhitectura imobilului (formă, culori, etc) axate pe fațada spațiului în folosință, simetric față de limita acestui spațiu, care să nu acopere elementele de modernură, elementele decorative ale fațadei iar în documentația de autorizare se va prezenta un fotomontaj cu desfășurata stradală în care va fi inclusă propunerea în contextul existent.

(3) Copertinele, umbrelele, marchizele, parasolarele sau alte asemenea structuri amplasate pentru protecția vitrinelor și teraselor din această zonă vor fi în non culori sau în culori neutre asociate cromaticii fațadei/elementelor componente ale fațadei. Inscripționarea firmei/numelui operatorului economic se poate face pe șorțul copertinelor/umbrelelor/marchizelor, într-un dreptunghi cu dimensiunile maxime de 20x50 cm. Se interzice inscripționarea numelor de brand sau utilizarea unor culori intense asociate diverselor branduri.

(4) Pe fațadele imobilelor din această zonă se interzice amplasarea, alături de firme/semnalistică și a altor mijloace de afișaj/reclame ale unor branduri (mărci de cafea, bere etc).

SECȚIUNEA 2: Reguli generale privind publicitatea efectuată prin intermediul vitrinelor

Art. 14 (1) Ca elemente importante în definirea imaginii urbane, vitrinele vor beneficia de un design adaptat arhitecturii imobilelor.

(2) În golul fațadei destinat vitrinei, se poate include și firma, în situațiile în care amplasarea acesteia pe fațadă este inadecvată din cauza caracteristicilor arhitecturale.

(3) La clădirile cu mai multe vitrine, intervențiile asupra acestora vor urmări conservarea/refacerea unității expresiei arhitecturale. Sticla vitrinelor va fi de tip transparent, incolor, cu excepția aceloră prevăzute prin lege a fi opace.

(4) Pentru vitrinele aferente unor spații în interiorul cărora vederea din spațiul public nu este dezirabilă, se va amplasa un ecran translucid la minimum 30 cm de la suprafața sticlei iar interspațiul rezultat se va utiliza pentru expunere sau se va amenaja (cu plante, flori etc) în funcție de specificul activității.

(5) Vitrinele aferente serviciilor funerare de orice natură (firme de pompe funebre, comerț cu produse și materiale specifice etc.) vor fi în mod obligatoriu dublate de ecrane translucide iar ușile de acces vor fi astfel realizate încât vederea în interior din spațiul public să fie complet împiedicată. Expunerea oricăror elemente, obiecte, materiale, coroane etc., legate de specificul acestor activități e interzisă. Manevrarea acestora se va face exclusiv în locuri închise - încăperi, ganguri, incinte, fără posibilitatea de a fi observate din spațiul public, de către locatari sau de pe parcelele învecinate.

SECȚIUNEA 3: Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase pe clădiri și la sol

Art. 15 (1) Amplasarea panourilor publicitare atât pe domeniul public, cât și pe domeniul privat sau pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice se va face numai după obținerea autorizației de construire, emisă conform prevederilor legale în vigoare și în baza unui contract de închiriere valabil încheiat cu proprietarul/administratorul imobilului.

(2) Lucrările de amplasare a panourilor publicitare, sunt lucrări de construcții cu caracter provizoriu; durata maximă de existență/termenul de autorizare a panourilor publicitare amplasate pe domeniul public/privat al Municipiului Suceava este durata contractului de concesiune / închiriere. Acest termen decurge de la data amplasării panoului publicitar (comunicată în prealabil; în caz contrar se consideră ziua următoare datei de emitere a autorizației). După expirarea acestui termen, se poate solicita reautorizarea pe același amplasament, pe o perioadă maxim egală cu perioada inițială, în condițiile respectării prevederilor Regulamentului în vigoare la data solicitării, altfel beneficiarul va dispune imediat desființarea panourilor.

(3) În cazul expirării termenului de autorizare provizorie a construcției publicitare iar dacă acest termen nu a fost prelungit, proprietarul suportului publicitar și cel al imobilului pe care este amplasată construcția-suport sunt obligați, sub sancțiunea legii, să desființeze construcția-suport pentru mijlocul de publicitate și să aducă imobilul la starea inițială, pe cheltuială proprie.

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

(5) Pe întreaga perioadă de valabilitate a autorizării construcțiilor-suport pentru mijloacele de publicitate, indiferent de regimul de proprietate al imobilelor sau terenurilor pe care acestea sunt amplasate, proprietarul construcției-suport are obligația afișării permanente de materiale publicitare. În situația în care proprietarul construcției-suport pentru mijloace de publicitate nu are contracte de publicitate în derulare va amenaja obligatoriu suprafețele de expunere:

- cu materiale privind propria activitate în acest caz datorând taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate;

- cu materiale privind campanii educaționale, umanitare, sociale, culturale de interes public sau cu conținut informativ privind monumente istorice sau zone de interes turistic din municipiul Suceava, materiale ce se vor realiza de către operatorii de publicitate prin efort propriu, conținutul informativ al acestora va fi pus la dispoziție de către Primăria municipiului Suceava - în acest caz nu se datorează taxa pentru afișaj. În situația în care Primăria municipiului Suceava solicită afișarea acestor materiale pentru o perioadă mai mare de 3 luni de zile, fără întrerupere, atunci va suporta costul acestora din bugetul propriu.

(6) Când se va constata lipsa afișării materialelor publicitare pe o perioadă mai mare de 60 de zile consecutive se va solicita proprietarului mijlocului de publicitate desființarea construcției-suport pentru mijlocul de publicitate. Dacă acesta nu este desființat se va dispune desființarea construcției-suport pentru mijlocul de publicitate provizoriu, pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate a terenului pe care aceste construcții provizorii sunt amplasate, fără a se emite autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor de judecată.

(7) Atunci când pe fațada sau calcanul unei clădiri pot fi amplasate mai multe panouri publicitare, cu excepția firmelor, se va studia în mod unitar posibilitatea de amplasare a acestora, ca tip, dimensiune și încadrare simetrică, pe fațada sau calcanul clădirii. Forma și dimensiunea acestora vor fi autorizate în cadrul serviciului de urbanism, în baza unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în

colaborare cu un designer.

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

(9) Pentru mijloacele publicitare luminoase este necesară obținerea avizului Biroului Rutier, pentru respectarea condițiilor tehnice referitoare la luminozitate pentru a nu exista riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate.

(10) Prin excepție de la alin (7) panourile de informare aferente proiectelor cu finanțare vor respecta dimensiunile și specificațiile prevăzute în manualele de identitate vizuală publicate de instituțiile finanțatoare sau de prevederile contractelor de finanțare, după caz.

Art. 16 (1) Este interzisă amplasarea oricărui mijloc de publicitate pe stâlpii de telecomunicații din lemn și/sau pe cei special destinați susținerii semafoarelor.

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

Art. 17 (1) Pot fi amplasate panouri publicitare și publicitate luminoasă pe fațade, pe terase ori acoperișuri ale clădirilor, astfel încât sistemele lor de prindere să nu constituie o sursă de accidente și să nu afecteze structura de rezistență și funcționarea optimă a clădirilor.

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

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

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

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

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

Art. 18 (1) Proprietarii ecranelor publicitare au obligația transmiterii de informații de interes public și local, precum și informații de interes pentru populație în cazul unor situații de urgență.

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

Art. 19 În situația amplasării pe terasele sau acoperișurile construcțiilor, panourile publicitare, ecranele și publicitatea luminoasă vor avea următoarele înălțimi:

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

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

înălțimea mai mare de 15,00 m.

Art. 20 (1) Pe stâlpii de iluminat public pe care nu sunt amplasate semnalizări rutiere și indicatoare de circulație se pot amplasa panouri peste cota minimă de +4,00 m de la sol.

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

Art. 21 (1) Panourile publicitare amplasate pe sol vor fi montate astfel încât să nu împiedice circulația rutieră și/sau pietonală ori accesul pietonal și/sau al autovehiculelor de intervenție pe proprietăți.

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

(3) Mijloacele publicitare amplasate pe fațadele/calcanale clădirilor se vor amplasa într-un plan paralel cu fațada/calcanul și vor respecta încadrarea între elementele arhitecturale definitorii ale imobilului, fără acoperirea mai multor elemente. Acestea vor fi autorizate în cadrul serviciului de urbanism, în baza unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în colaborare cu un designer.

Art. 22 (1) Panourile de mici dimensiuni, respectiv cu suprafață maximă de 2,20 mp, se amplasează la o distanță de cel puțin 25,00 m pe sens între panouri (succesiune/cascadă pe sens de panouri).

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

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

Art. 23 (1) Se interzice montarea pe trotuare și spații pietonale cu lățimea mai mică de 2,25 m, precum și pe zonele verzi dintre trotuar sau spațiu pietonal și carosabil a panourilor publicitare cu structură proprie și elemente de susținere care necesită fundație.

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

Art. 24 De-a lungul drumurilor de interes național, județean, precum și a arterelor de centură, conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, în cadrul zonei de protecție a acestora se pot amplasa panouri publicitare, în următoarele condiții:

- a) la minimum 2,50 m înălțime de la sol, pentru panourile cu suprafața utilă mai mare de 2,50 mp per față;
- b) cu distanța de minimum 30,00 m între două panouri publicitare pe sectoarele de drum din intravilan;
- c) cu distanța de minimum 50,00 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan;
- d) la minimum 50,00 m față de intersecțiile cu drumurile laterale cu mai mult de 4 benzi de circulație;
- e) în afara curbilor cu vizibilitate redusă, stabilite conform H.G. nr. 85/2003 privind circulația pe drumurile publice;

f) la minimum 50,00 m față de intersecțiile semaforizate.

Art. 25 (1) Panourile publicitare amplasate în intravilanul localităților vor putea avea suprafețe diferite în funcție de prevederile prezentului regulament local de publicitate, după cum urmează:

- Maxim 2,2 mp / față în Zona A - ZPR;
- Maxim 36 mp în Zona B - ZPL.

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

Art. 26 (1) Amplasarea sistemelor publicitare se va face cu protejarea spațiilor verzi amenajate ca atare și a arborilor de aliniament stradal.

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

(3) Panourile publicitare pot fi luminoase sau iluminate cu sursă proprie de lumină. Alimentarea cu energie electrică a acestora se va face cu fir postat subteran, fiind interzise cablajele aeriene de la stâlpii de iluminat public, cu excepția situațiilor în care zona domeniului public care este afectată de lucrările de rețele electrice, se află în perioada de garanție de bună execuție pentru reabilitare/modernizare/consolidare. Doar în aceste situații se acceptă provizoriu, până la expirarea perioadei de garanție de bună execuție, cablajele aeriene.

(4) Panourile publicitare amplasate pe proprietăți private vor avea asigurată energia electrică necesară iluminatului pe bază de contract cu un furnizor de energie electrică. Este interzisă racordarea la rețeaua de iluminat public a Municipiului Suceava.

Art. 27 (1) Amplasamentele aflate în proprietatea sau în administrarea unității administrativ-teritoriale Suceava - domeniu public, destinate montării mijloacelor de publicitate vor fi închiriate/concesionate prin licitație publică organizată în condițiile legii.

(2) Licitațiile pentru amplasamentele prevăzute la alin. (1) se organizează pe zone de publicitate sau/și tipuri de mijloace de publicitate, stabilite în conformitate cu regulamentul local de publicitate.

(3) Prețul de pornire a licitațiilor publice pentru închirierea terenurilor destinate amplasării de sisteme publicitare luminoase sau iluminate va include taxa de ocupare a domeniului public (stabilită prin H.C.L.). Asigurarea energiei electrice necesare funcționării sistemelor publicitare luminoase sau iluminate va fi reglementată prin caietul de sarcini elaborat în vederea organizării licitației publice.

(4) Amplasarea panourilor publicitare, pe domeniul public, sunt lucrări de construcții cu caracter provizoriu. Durata de existență a panourilor publicitare amplasate pe domeniul public este identică cu perioadă valabilități contractului de închiriere/concesiune.

Art. 28 Pe zonele verzi cu destinația de scuaruri sau parcuri predate în întreținere și amenajare operatorilor economici, se pot amplasa panouri informative – conform prevederilor H.C.L. nr. 284 din 26 noiembrie 2020 - prin care sunt furnizate informații cu privire la persoana fizică/persoana juridică care întreține zona respectivă, fără plata taxelor aferente (ocupare domeniu public și taxă afișaj).

Art. 29 (1) în scopul asigurării siguranței cetățenilor și integrității bunurilor, operatorii de publicitate vor realiza mijloacele publicitare cu materiale și sisteme constructive ce respectă prevederile legale privind calitatea în construcții.

(2) Operatorii de publicitate au obligația să asigure identificarea panourilor publicitare prin inscripționarea acestora cu informații privind denumirea operatorului, codul de identificare fiscală a acestuia și numărul autorizației de construire.

(3) Deținătorii mijloacelor de publicitate sunt obligați să asigure întreținerea și repararea pe întreaga perioadă de menținere în amplasament a acestora. Materialele din care se vor executa aceste sisteme vor fi de bună calitate, rezistente la intemperii și vor avea un aspect estetic, care nu va afecta imaginea urbană a zonei în care se amplasează.

SECȚIUNEA 4: Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare mobile

Art. 30 (1) Pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,00 m se pot amplasa panouri publicitare mobile pliante, având ca scop promovarea comercială, comunicarea de tarife sau acțiuni promoționale, specifice activității desfășurate de beneficiarul publicității, în următoarele condiții:

a) dimensiunile maxime ale panoului vor fi de 0,50 m x 0,90 m;

b) amplasarea panoului este permisă numai în dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității și numai pe durata programului zilnic de funcționare a acestuia.

(2) în cazul în care într-un imobil se desfășoară în asemenea condiții mai multe activități, se va amplasa un

singur mijloc publicitar portant, pe care se vor inscripționa toate activitățile care se desfășoară în imobil.

(3) Este interzisă amplasarea panourilor mobile portante (trepede, steaguri tip lacrimă etc.) în zona carosabilă și pietonală aferentă străzilor din municipiul Suceava. Nerespectarea interdicției atrage pe lângă aplicarea sancțiunilor contravenționale și alte măsuri, respectiv, ridicarea acestora de către Primăria Municipiului Suceava. Recuperarea acestor mijloace se poate face, după achitarea amenzii contravenționale, în cel mult 30 de zile de la ridicare. În caz de neridicare în acest interval, aceste mijloace se vor casa.

SECȚIUNEA 5: Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

Art. 31 (1) Pot fi utilizate ca suport publicitar următoarele tipuri de mobilier urban: adăposturile destinate publicului/stațiile de autobuz, chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale, coloanele port-afiș, cabinele telefonice și altele asemenea, cu respectarea prevederilor prezentului regulament local privind amplasarea mijloacelor de publicitate.

(2) Adăposturile destinate publicului și stațiile de autobuz pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panourile care fac parte din componența acestora și care au fost autorizate împreună cu acestea, în conformitate cu legislația în vigoare la data autorizării.

(3) Coloanele port afiș vor putea fi utilizate numai pentru afișe și/sau anunțuri de spectacole și manifestări cultural, sportive etc. Este interzisă suprapunerea de afișe în cazul în care valabilitatea nu a fost depășită.

(4) Chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale pot fi utilizate ca suport de publicitate, dacă sistemul constructiv al chioșcurilor respective permite o astfel de utilizare; dacă publicitatea se face prin colantare, suprafața totală de publicitate poate fi egală cu suprafața chioșcului.

(5) Se pot instala panouri pe acoperișul adăposturilor destinate publicului, stațiilor de autobuz și al chioșcurilor, dacă sistemul constructiv permite susținerea unor elemente suplimentare care să nu pună în pericol siguranța cetățenilor.

SECȚIUNEA 6: Reguli generale privind publicitatea pe stâlpi (indicatoare publicitare direcționale, steaguri publicitare)

Art. 32 Se interzice amplasarea de bannere pe teritoriul administrativ al municipiului Suceava.

Art. 33 (1) Steagurile publicitare montate pe catarg și pe stâlpi, la înălțimea minimă de 2,50 m de la cota terenului amenajat, se amplasează numai în locuri în care nu împiedică vizibilitatea circulației rutiere.

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

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

(4) Amplasarea steagurilor publicitare se face în următoarele condiții:

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

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

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

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

- f) steagurile vor avea dimensiuni maxime de 7,00 m la bază, 1,5 m în înălțime și vor avea sistem de prindere din materiale ușoare și rezistente;
- g) se interzice amplasarea a mai mult de un steag pe aceiași stâlpi de susținere;
- h) este permisă amplasarea steagurilor pe o durată de cel mult două luni calendaristice, după care autorizarea se poate prelungi o singură dată;
- i) nu este permisă amplasarea steagurilor care obturează panourile publicitare amplasate în zonă sau vizibilitatea asupra acestora;
- j) amplasarea steagurilor se face în baza unui aviz emis de autoritatea administrației publice locale conform regulamentului local de publicitate și cu avizul/acordul scris al deținătorului stâlpului;
- k) la finalul perioadei prevăzute în avizul de amplasare, deținătorul avizului este obligat, sub sancțiunea interzicerii pe viitor a folosirii acestui mijloc de publicitate, să demonteze atât steagul respectiv, cât și elementele de susținere ale acestuia.

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

(6) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1) - (5) steagurile publicitare amplasate în incintele centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcurilor comerciale, parcurilor industriale astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare, cu condiția să nu afecteze vizibilitatea circulației rutiere.

Art. 34 (1) Se interzice amplasarea de mijloace publicitare direcționale pe teritoriul administrativ al municipiului Suceava, cu excepția celor cu scop de informare și promovare a turismului sau a unor evenimente publice organizate de/împreună cu autoritățile publice locale, fără să conțină un branding/cobranding.

SECȚIUNEA 7: Reguli generale privind amplasarea mesh-urilor

Art. 35 (1) Este permisă amplasarea de mesh-uri și mesh-uri digitale în următoarele situații:

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

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

(3) Pe clădirile situate în Zona A de publicitate restrânsă - ZPR, inclusiv pe monumentele istorice - se poate amplasa plasă de protecție numai în situația în care aceasta constituie protecție către vecinătăți pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare, dar nu mai mult decât durata de executare a lucrărilor și numai dacă reproduc imaginea construcției după consolidare/restaurare, eventualele texte de publicitate comercială vor ocupa cel mult 25% din suprafața totală a acesteia;

SECȚIUNEA 8: Reguli generale privind publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale amplasate la sol

Art. 36 (1) Orice persoană fizică sau juridică poate beneficia de dreptul la publicitate temporară, în condițiile Legii nr. 185/2013, a prezentului regulament local privind amplasarea mijloacelor de publicitate, a contractelor pe care administrația publică locală le are în derulare și a hotărârilor Consiliului Local al Municipiului Suceava.

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

(3) În cazul amplasării mijloacelor de publicitate temporare pe pământ, care nu necesită fundații, în cadrul

unor campanii publicitare și/sau activități de promovare ce nu depășesc 30 de zile și care se desfășoară pe domeniul public sau privat al statului și/sau al unităților administrativ-teritoriale ori pe proprietatea privată a persoanelor fizice și/sau juridice, în condițiile prezentei legi, autoritatea administrației publice locale poate aproba, la cererea solicitanților, amplasarea unor astfel de mijloace de publicitate temporară. Mijloacele de publicitate temporară 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 48 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.

(4) În cazul solicitării schimbării locațiilor în alte amplasamente decât cele stabilite inițial, se va obține avizul pentru publicitate temporară al autorității administrației publice locale.

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

(6) Beneficiarul răspunde de rezistența și de stabilitatea acestor mijloace de publicitate.

Art. 37 (1) Pe domeniul public sau privat al municipiului Suceava se interzice amplasarea prismelor publicitare.

(2) Pe domeniul public sau privat al Municipiului Suceava / proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice se pot amplasa mijloace publicitare tip prisma numai pe cele situate în Zona B de publicitate lărgită – ZPL și numai după obținerea acordului emis de serviciul de specialitate din cadrul Primăriei municipiului Suceava.

Art. 38 Este permisă amplasarea de mijloace publicitare tip proiecte publicitare speciale amplasate la sol, altele decât prismele publicitare, avizate/autorizate în cadrul serviciului de urbanism în baza unei documentații tehnice întocmită de un arhitect, eventual în colaborare cu un designer.

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

Art. 39 (1) În vederea asigurării eficienței informării a cetățenilor, a libertății de expresie și esteticii urbane, autoritățile administrației publice locale au obligația de a instala în amplasamente cu vizibilitate, în condițiile regulamentului local de publicitate, panouri speciale destinate afișelor publicitare pentru spectacole publice, teatre, concerte și altele asemenea și a anunțurilor de mică publicitate.

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

(3) 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.

(4) Amplasarea afișelor, distribuirea de mostre și tipărituri (pliante, flyere etc.) prin intermediul difuzorilor volanți (persoane fizice/juridice, organizatorii evenimentului, beneficiarii afișelor/ mostrelor/ tipăriturilor) se va desfășura pe baza solicitării înregistrate la Primăria municipiului Suceava și a dovezii achitării taxelor aferente.

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

Art. 40 (1) Pe raza municipiului Suceava se interzice utilizarea și/sau realizarea de reclame sonore prin

orice mijloace.

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

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

(4) Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate nu vor circula în convoi mai mare de două mașini, cu excepția manifestărilor speciale, în baza avizului emis de autoritățile administrației publice, cu durata de valabilitate de o zi și a avizului Serviciului poliției rutiere.

(5) Înainte de a fi puse în circulație aceste tipuri de vehicule, se vor achita taxele de publicitate, excepție de la aceste taxe făcând vehiculele aparținând serviciilor aflate în subordinea Consiliului Local al Municipiului Suceava.

Art. 41 Se pot amplasa reclame realizate din materiale autocolante și/sau vopsite pe mijloacele de transport public local de călători: tramvaie, autobuze, microbuze cu condiția ca prin aceasta să nu fie afectată vizibilitatea călătorilor înspre exteriorul mijlocului de transport, cu acordul TPL Suceava.

CAPITOLUL VI: Tipologia mijloacelor publicitare și a amplasamentelor pentru publicitate

Art. 42. Tipuri de mijloace publicitare permise pe zone de publicitate și documentul care se emite:

Tipuri de mijloace publicitare	Zona A publicitate restrânsă - ZPR	Zona B publicitate lărgită - ZPL	Aviz / AC (autorizație de construire)
Firme	Da, conform Art. 13 din regulament	Da	AC
Panouri publicitare, ecrane și publicitate luminoasă	Da, conform Art. 25 (1) din regulament	Da	AC
Panouri publicitare mobile	Nu	Da, conform Art. 30 din regulament	Aviz
Mobilier urban ca suport publicitar	Da, exclusiv pentru următoarele categorii: - adăposturile destinate publicului - stațiile de autobuz - coloanele port-afiș	Da	AC
Bannere și steaguri publicitare	Da Sunt permise doar pentru evenimente de interes public (promovarea unor evenimente turistice sau culturale; promovare de proiecte europene și alte inițiative ale instituțiilor publice)	Da	AC
Mesh-uri	Da Sunt permise doar în situația în care acestea constituie protecție către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare. Acestea vor face publicitate sau vor avea inscripționată pe mesh imaginea clădirii la care se execută lucrările de restaurare/ consolidare.	Da	AC

Indicatoare publicitare direcționale	Nu	Nu	-
Publicitate temporară și proiecte publicitare speciale	Da Sunt permise doar pentru evenimente de interes public (promovarea unor evenimente turistice sau culturale; promovare de proiecte europene și alte inițiative ale instituțiilor publice)	Da	Aviz / AC
Afișe publicitare și anunțuri de mica publicitate	Da Sunt permise doar pentru evenimente de interes public (promovarea unor evenimente culturale; promovare de proiecte europene și alte proiecte promovate de instituțiile publice)	Da	AC
Publicitate pe vehicule publicitare și pe mijloace de transport în comun	Da	Da	Aviz

Art. 43 Amplasamente pentru mijloace de publicitate

- (1) Spații publice stradale precum trotuare, alei pietonale, marginea drumurilor, intersecții semaforizate sau nesemaforizate.
- (2) Stații de transport public, inclusiv stații de autobuz și adăposturi pentru pasageri.
- (3) Clădiri și fațade: fațade ale clădirilor comerciale, administrative sau rezidențiale, acoperișuri, pereți laterali, geamuri și vitrine.
- (4) Stâlpi de iluminat sau cu altă funcțiune
- (5) Mijloace de transport: autobuze, taxiuri, biciclete sau trotinete publice.
- (6) Spații comerciale și centre urbane: piețe și zone aglomerate, parări, centre comerciale, zone de agrement.
- (7) Mobilier urban: coșuri de gunoi, bănci, ceasuri stradale, automate de bilete, chioșcuri de informații.

Cap. VI Sancțiuni

Art. 44 Nerespectarea prevederilor prezentului regulament atrage după sine răspunderea contravențională și se sancționează conform Legii nr. 50/1991 privind autorizarea lucrărilor de construcții, republicată, cu modificările și completările ulterioare și Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, republicată.

Art. 45 Sancțiunile contravenționale se pot aplica atât persoanelor juridice cât și celor fizice.

Art. 46 Amenzile contravenționale pot fi achitate la casieria Primăriei municipiului Suceava și prin intermediul instrumentelor de plată electronică, așa cum acestea sunt prezentate pe site-ul instituției - www.primariasv.ro.

Art. 47 Contravențiile se constată și se sancționează de către polițiștii din cadrul Poliției locale Suceava și împuterniciți ai Primarului municipiului Suceava.

Model cerere tip pentru emitere aviz de publicitate temporară

Către,

Primarul Municipiului Suceava

C E R E R E

pentru emiterea Avizului pentru publicitate temporară

Subsemnatul, _____ C.N.P. _____ cu domiciliul/sediul în județul _____, municipiul/oraș/comuna _____, sat _____, sectorul _____, cod poștal _____, strada _____, nr. _____, bloc _____, scara _____, apart. _____, telefon/ fax _____, email _____, în calitate de reprezentant al _____, C.U.I. _____ solicit emiterea

AVIZULUI PENTRU PUBLICITATE TEMPORARĂ în scopul:

_____ pentru imobilul – terenul și/ sau construcții, situat în municipiul Suceava, strada _____, nr. _____, bloc _____, scara _____, apart. _____, Nr. C.F. _____, Nr. Cad. _____, începând cu data de _____ până la data _____.

Anexez următoarele:

Taxa pentru eliberarea avizului pentru publicitate temporara, in suma delei, a fost achitata cu ordinul de plata/mandat postal/chitanta nr. /

Data,

Semnătura,

Model pentru aviz de publicitate temporară

**DIRECȚIA URBANISM, AMENAJAREA TERITORIULUI, CADASTRU
ȘI FOND FUNCİAR
AVIZ PENTRU PUBLICITATE TEMPORARĂ**

Nr. _____ din _____

Ca urmare a cererii adresate
de _____,
având C.N.P./ C.U.I. _____, cu domiciliul/ sediul în județul _____,
municipiul/ oraș/ comuna _____, sat _____,
sectorul _____, cod poștal _____, strada _____, nr. _____,
bloc _____, scara _____, apart. _____ telefon/ fax _____,
email _____, înregistrată cu nr. _____ din data _____,
în conformitate cu H.C.L. nr. _____ din _____ se

Avizează favorabil

în scopul:

Pentru imobilul - terenul și/ sau construcții, situat în municipiul Suceava, strada _____,
nr. _____, bloc _____, scara _____, apart. _____, Nr. C.F. _____, Nr.
Cad. _____.

Valabilitatea prezentului aviz este conditionata de plata taxei de afisaj in scop de reclama si
publicitate in cuantum de _____ lei.

Publicitatea începe în data de _____ până la data de _____.

Beneficiarul publicității este _____ cu domiciliul/ sediul în județul
_____, municipiul/ oraș/ comuna _____,
sat _____, sectorul _____, cod
poștal _____, strada _____, nr. _____,
bloc _____, scara _____, apart. _____.

PRIMAR,

.....

Arhitect Șef,

.....

***Se prelungește valabilitatea
Avizului pentru publicitate temporară
conform articolului nr. 7 din Regulamentul local de publicitate***

De la data de _____ până la data de _____

PRIMAR,

.....

Arhitect Șef,

.....

