

REGULAMENT DE ORGANIZARE ȘI DESFĂȘURARE A ACTIVITĂȚII DE PUBLICITATE, RECLAMĂ ȘI AFIȘAJ

ÎN MUNICIPIUL ALBA IULIA

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, armonios, sigur și sănătos, pentru protecția valorilor mediului natural și antropic, pentru preservarea calității peisajului și a cerințelor privind asigurarea calității în construcții.

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 Alba Iulia, 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:

a) **afiș** - mijloc de transmitere a mesajelor publicitare, culturale, comerciale, politice, de instructaj și altele asemenea, imprimat pe suport hârtie sau pe folie sintetică și expus public;

b) **acord temporar** - act tehnic cu caracter obligatoriu, emis de structura de specialitate a administrației publice locale, în urma unei proceduri de analiză a proiectului tehnic și a oportunității din punct de vedere urbanistic, pentru amplasarea mijloacelor de publicitate temporară, având structuri fără fundație;

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

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

e) **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.

f) **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;

g) **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;

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

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

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

k) **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;

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

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

- **panou tip city light** – panou de tip casetă luminoasă, de dimensiuni mici și iluminare din interior;

- **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;

- **panou tip unipol** – structură de rezistență care se amplasează pe suport propriu – un singur stâlp de susținere din țeavă metalică- la o înălțime față de sol mai mare de 5m;

- **tv screen** – panou publicitar electronic pentru transmiterea de mesaje publicitare prin afișarea spotului publicitar în format video

n) **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;

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

p) **publicitate** - totalitatea modalităților și instrumentelor specifice utilizate pentru a facilita cunoașterea și aprecierea de către consumatori a anumitor produse, servicii sau pentru a informa publicul asupra unor evenimente, a destinației unor spații, lansări de produse, deschideri de magazine și altele asemenea, precum și orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste având ca scop promovarea vânzării de bunuri și servicii, de drepturi și obligații;

q) **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;

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

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

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

t) **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;"

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

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

v) **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 agenți economici, și profilul transversal al străzii permite circulația fluentă atât pietonal cât și rutier;

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

y) **sticlă sablată** – sticlă cu aspect înghețat;

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

Cap. II

Aprobarea executării/ dezafectării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate

Art. 4 (1) Aprobarea amplasării, executării, menținerii și desființării mijloacelor de publicitate pe clădiri sau pe suporturi proprii se realizează numai în baza autorizației de construire/desființare, emisă în condițiile legislației în vigoare, respectiv Legea nr. 50/1991 și Legea nr. 185/2013.

(2) Amplasarea mijloacelor de publicitate pe schele sau pe împrejurimi de șantier este permisă numai:

a) dacă acestea sunt autorizate odată cu organizarea de șantier; sau

b) ulterior, pe durata de valabilitate a autorizației de organizare de șantier, fără a depăși aceasta

(3) Autorizația de construire pentru amplasarea mijloacelor de publicitate se solicită de către titularul dreptului real sau al dreptului de folosință legal constituit asupra imobilului, cu acordul proprietarului, după caz. Deținătorii mijloacelor publicitare și proprietarii imobilelor au obligația de a prezenta organelor de control documentele care au stat la baza amplasării acestora.

(4) Nu se admite autorizarea amplasării mijloacelor de publicitate în situațiile în care:

a) imobilul suport este realizat fără autorizație de construire, iar această situație afectează legalitatea intervenției propuse;

b) intervențiile propuse sunt dependente de construcții neautorizate sau de modificări realizate fără respectarea legii;

Autorizarea se poate realiza numai dacă situația juridică și tehnică a imobilului permite intervenția, în condițiile legii.

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

(1) Certificatul de urbanism reprezintă actul de informare emis în condițiile Legii nr. 50/1991, prin care solicitantului i se aduc la cunoștință regimul juridic, economic și tehnic al imobilului, precum și condițiile necesare autorizării.

Se eliberează în baza unei documentații care va cuprinde:

a) cerere tip completată;

b) plan de încadrare în zonă și plan de situație;

c) dovada achitării taxei;

A. În cazul solicitărilor privind amplasarea mijloacelor de publicitate, în vederea analizării impactului urbanistic și a integrării în contextul construit, autoritatea administrației publice locale poate solicita suplimentar:

- a) grafică propusă a mijlocului publicitar;
- b) simulare fotografică și/sau desfășurată stradală;
- c) detalii privind dimensiunile, materialele și modul de amplasare;
- d) relația cu alte mijloace publicitare existente.

Documentele prevăzute la punctul (A) nu modifică conținutul legal al certificatului de urbanism, ci reprezintă informații necesare pentru evaluarea conformității cu regulamentul local.

(2) **Autorizația de construire** – reprezintă actul administrativ emis în condițiile Legii nr. 50/1991, care permite amplasarea mijloacelor de publicitate. Se eliberează solicitantului, titular al unui drept real sau al unui drept de folosință legal constituit asupra imobilului, în baza unei documentații întocmite conform prevederilor legale, care va cuprinde în principal:

- a) cerere tip completată;
- b) documentul care atestă dreptul asupra imobilului;
- c) certificatul de urbanism, aflat în termen de valabilitate;
- d) avizele și acordurile stabilite prin certificatul de urbanism;
- e) documentația tehnică (DTAC), întocmită conform legii, care va conține, după caz:
 - memoriu tehnic;
 - detalii de execuție și prindere;
 - reprezentări grafice, simulări fotografice sau desfășurate stradale, necesare evaluării integrării în contextul urban;
- f) dovada achitării taxei pentru emiterea autorizației de construire.

(A) În cazul mijloacelor de publicitate, documentația tehnică va evidenția în mod obligatoriu:

- dimensiunile, materialele și sistemul de prindere;
- modul de amplasare pe clădire sau la sol;
- relația cu fațada și cu alte mijloace publicitare existente;

(B) Beneficiarul are obligația de a depune declarația de impunere în vederea stabilirii taxei de afișaj, în condițiile legislației fiscale aplicabile.

(3) **Acordul pentru publicitate temporară** reprezintă actul administrativ emis de autoritatea administrației publice locale, care permite amplasarea mijloacelor de publicitate utilizate în cadrul unor campanii de promovare pe termen limitat, în condițiile Legii nr. 185/2013 și ale prezentului regulament.

Acesta se aplică pentru mijloace publicitare fără caracter permanent, precum:

- panouri mobile, afișe, postere;
- mesh-uri temporare, standuri, sisteme tip „easy change”;
- alte structuri utilizate în cadrul unor evenimente sau campanii de promovare.

Acordul se eliberează pentru activități temporare (festivaluri, târguri, expoziții, lansări de produse, evenimente culturale, sportive, comerciale etc.), pe durata strict necesară desfășurării acestora.

(A) În vederea emiterii acordului, solicitantul va depune o documentație care va cuprinde:

- a) cerere tip completată;
- b) elemente grafice ale mijlocului publicitar și, după caz, simulări privind amplasarea acestuia, necesare evaluării integrării în spațiul urban;
- c) acordul proprietarului imobilului sau al terenului, după caz;
- d) documente privind dreptul de utilizare a amplasamentului;
- e) acordul de funcționare, în situațiile în care acesta este necesar potrivit reglementărilor specifice;
- f) dovada achitării taxelor aferente, respectiv taxa pentru publicitate și, după caz, taxa de ocupare a domeniului public.

(B) Perioada de valabilitate a acordului pentru publicitate temporară este limitată și se stabilește în funcție de durata evenimentului sau a campaniei, fără a depăși limitele prevăzute de legislația în vigoare.

Art. 6 (1) La expirarea termenului de funcționare aprobat pentru mijlocul de publicitate, în lipsa prelungirii acestuia, proprietarul construcției-suport și, după caz, proprietarul imobilului au obligația de a desființa mijlocul publicitar și de a readuce amplasamentul la starea inițială, pe cheltuială proprie.

(2) În cazul neîndeplinirii obligațiilor prevăzute la alin. (1), autoritatea administrației publice locale notifică în prealabil proprietarul, acordând un termen de conformare de 30 de zile.

(3) În situația în care obligațiile nu sunt îndeplinite în termenul prevăzut la alin. (2), primarul dispune desființarea pe cale administrativă a mijlocului de publicitate, fără emiterea unei autorizații de desființare, în condițiile Legii nr. 185/2013 și ale legislației în vigoare.

(4) Cheltuielile aferente desființării sunt suportate de proprietar și se recuperează în condițiile legii.

Art. 7 (1) Pentru mijloacele de publicitate fără fundație, utilizate în cadrul unor campanii de promovare sau activități temporare cu durată de maximum 30 de zile, autoritatea administrației publice locale emite acorduri pentru publicitate temporară, în condițiile Legii nr. 185/2013 și ale prezentului regulament.

(2) Acordul pentru publicitate temporară se emite la cererea solicitantului și este valabil pentru perioada aprobată, fără a depăși 30 de zile.

(3) Acordul poate fi prelungit o singură dată, pentru o perioadă cel mult egală cu cea inițial aprobată.

Cap. III

Stabilirea zonelor de publicitate

Art. 8 (1) În municipiul Alba Iulia, în cadrul teritoriului administrativ, sunt delimitate următoarele zone de publicitate:

- a) zone de publicitate restrânsă - anexa
 - zona de publicitate restrânsă 1 – **ZPR1 – Cetatea Alba Carolina**
 - zona de publicitate restrânsă 2 – **ZPR2** – delimitată conform Anexei 1
- b) zona de publicitate lărgită - **ZPL** – tot teritoriul administrativ al municipiului Alba Iulia, cu excepția zonelor de publicitate restrânsă delimitate potrivit art. 8 alin. (1) lit. a

Cap. IV

Reguli generale privind amplasarea tuturor categoriilor de mijloace de publicitate

Art. 9 – Principii generale (1) Amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul municipiului Alba Iulia este permisă pe domeniul public, pe domeniul privat al municipiului, precum și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, numai cu respectarea prezentului regulament, a documentațiilor de urbanism aprobate, a legislației privind autorizarea executării lucrărilor de construcții și a reglementărilor speciale incidente.

(2) Mijloacele de publicitate se amplasează astfel încât să respecte:

- a) caracterul arhitectural și urbanistic al zonei;
- b) protejarea valorii ambientale și a imaginii urbane;
- c) siguranța circulației pietonale și rutiere;
- d) integritatea construcțiilor și a spațiului public;
- e) dreptul la vizibilitate, lumină naturală și confort vizual al utilizatorilor spațiilor construite.

(3) Amplasarea mijloacelor de publicitate se realizează diferențiat, în funcție de:

- a) categoria mijlocului de publicitate;
- b) modul de amplasare – pe clădiri, la sol, pe mobilier urban sau pe alte suporturi autorizate;
- c) zona de publicitate în care este situat amplasamentul – ZPR1, ZPR2 sau ZPL.

(4) Prevederile generale ale prezentului capitol se completează cu regulile specifice aplicabile fiecărei categorii de mijloace de publicitate și cu regulile speciale aferente zonelor de publicitate restrânsă și lărgită.

Art. 10 – Interdicții generale. Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate:

- a) pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților publice, cu excepția firmelor sau însemnelor care indică activitatea desfășurată în interiorul acestora;
- b) pe clădirile în care își desfășoară activitatea unități de învățământ, instituții de cultură sau alte instituții similare, cu excepția mijloacelor care anunță activități proprii ori evenimente aprobate de instituția respectivă și de forul tutelar, după caz;
- c) pe monumente istorice, pe clădiri aflate în ansambluri construite protejate, pe obiecte de artă monumentală și monumente de for public, cu excepția situațiilor avizate conform legislației privind protejarea monumentelor istorice;
- d) pe clădiri situate în zone construite protejate sau în unități teritoriale de referință cu caracter specific, dacă prin natura, forma, dimensiunea ori amplasarea acestora se afectează caracterul arhitectural al imobilului sau al zonei, cu excepția situațiilor avizate conform legislației privind protejarea monumentelor istorice;

- e) pe clădiri aflate în stare de deteriorare, până la reabilitarea fațadelor și a elementelor decorative, cu excepția plaselor de protecție sau a mesh-urilor admise expres de prezentul regulament pe durata lucrărilor de consolidare ori restaurare;
- f) pe fațade cu elemente decorative, ancadramente, reliefuri, modenaturi, registre compoziționale sau alte detalii arhitecturale care ar fi afectate sau acoperite prin amplasare, cu excepția firmelor autorizate potrivit regulilor speciale;
- g) în incinta și pe împrejurimile cimitirelor, lăcașurilor de cult, troițelor, scuarurilor, parcurilor și grădinilor publice;
- h) pe spațiile verzi înscrise în registrul local al spațiilor verzi;
- i) în locurile de joacă și în zonele de odihnă din ansamblurile de locuințe colective;
- j) pe partea carosabilă a drumurilor, indiferent de categoria acestora;
- k) în intersecții, sensuri giratorii și în zonele în care amplasarea mijloacelor de publicitate poate afecta desfășurarea în siguranță a circulației rutiere sau pietonale, precum și la o distanță mai mică de 150 m față de intersecții, în condițiile reglementărilor privind regimul drumurilor, cu excepția amplasamentelor pentru panouri publicitare stabilite expres prin anexă la prezentul regulament, pe baza documentației tehnice și numai cu avizul autorităților competente în domeniul circulației rutiere;;
- l) pe parapete, pe pereții pasajelor rutiere subterane sau supraterrane, sub poduri ori pe lucrări de artă și geniu civil;
- m) pe stâlpii de susținere ai indicatoarelor rutiere, pe semnele de circulație și pe elementele de semnalizare rutieră;
- n) pe elemente de separare între carosabil și trotuar ori pe benzi, parapete și elemente metalice de protecție a drumurilor;
- o) pe arbori;
- p) pe împrejurimi, cu excepțiile expres prevăzute de regulament;
- q) la mai puțin de 50,00 m față de intersecțiile semaforizate, măsurat de la limita intersecției/semafor, cu excepția firmelor aferente activităților desfășurate în imobil și a amplasamentelor expres stabilite prin anexă la prezentul regulament, destinate mijloacelor publicitare amplasate pe domeniul public, numai cu respectarea Legii nr. 185/2013, a reglementărilor privind circulația rutieră și cu avizul autorității competente.

Prin excepțiile prevăzute la lit. k) și q), nu se instituie derogări de la legislația națională aplicabilă, ci se reglementează exclusiv amplasamentele identificate de autoritatea administrației publice locale prin anexă la prezentul regulament, supuse avizării autorităților competente și procedurilor legale de atribuire.

Art. 11 – Reguli comune privind protejarea fațadelor, suprafețelor vitrate și a imaginii urbane. (1) Mijloacele de publicitate se vor integra în arhitectura clădirii și în caracterul zonei în care sunt amplasate, fără a distorsiona imaginea urbană și fără a afecta unitatea compozițională a fațadelor.

(2) Se interzice amplasarea oricărui mijloc publicitar, la interior sau la exterior, care obturează integral vizibilitatea în interiorul unui spațiu, dacă acesta este amplasat la mai puțin de 30 cm de suprafața vitrată.

(3) Se interzice acoperirea suprafețelor vitrate ale clădirilor cu materiale publicitare de orice fel, inclusiv colant, grafică pictată sau alte sisteme de afișaj aplicate direct pe geam.

(4) Prin excepție de la alin. (3), în interiorul spațiului în care se desfășoară activitatea pot fi amplasate sisteme de afișare tip panou, rame click sau alte sisteme similare, suspendate ori montate în interior, cu condiția să nu obtureze integral vizibilitatea în interiorul spațiului.

(5) În cazurile în care, potrivit legislației specifice activității sau naturii funcțiunii, este necesară limitarea vizibilității către interior, aceasta se poate realiza prin sticlă sablată, folie cu aspect de sticlă sablată montată la interior sau ecran translucid, în condițiile prevăzute de prezentul regulament.

(6) Se interzice inscripționarea de texte sau imagini publicitare direct pe geamuri, ziduri, trotuare, alei, stâlpi, împrejurimi sau pe alte elemente ale spațiului public ori privat, prin vopsire, lipire sau alte metode grafice, cu excepția mijloacelor autorizate conform prezentului regulament.

Art. 12 – Reguli comune privind iluminarea și publicitatea digitale. (1) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate cu lumină pulsatorie, intermitentă sau cu efecte dinamice care pot afecta siguranța circulației, confortul vizual ori imaginea urbană.

(2) Mijloacele de publicitate luminoase sau iluminate vor utiliza o intensitate luminoasă constantă, reglată astfel încât să nu provoace disconfort vizual, să nu afecteze locuințele învecinate și să nu perturbe siguranța circulației rutiere sau pietonale.

(3) În intervalul nocturn, respectiv între orele 22:00 – 06:00, intensitatea luminoasă a mijloacelor de publicitate luminoase sau digitale se va reduce automat la maximum 60% din capacitatea nominală de funcționare.

În cazul în care mijlocul publicitar nu permite reglarea automată a intensității luminoase, funcționarea acestuia pe timpul nopții este interzisă.

(4) Mijloacele de publicitate digitale și ecranele LED vor fi prevăzute cu sisteme automate de reglare a luminozității în funcție de lumina ambientală.

(5) Amplasarea ecranelor publicitare LED cu caracter comercial este permisă numai în zona de publicitate lărgită – ZPL, cu respectarea regulilor aplicabile panourilor publicitare din această zonă, a condițiilor privind siguranța circulației și a prevederilor privind protecția imaginii urbane.

(6) În zonele de publicitate restrânsă ZPR1 și ZPR2 este interzisă amplasarea ecranelor publicitare LED și a mijloacelor de publicitate digitale cu caracter exclusiv comercial, precum și a oricăror sisteme cu lumină pulsatorie, intermitentă sau cu efecte dinamice, inclusiv în interiorul spațiilor dacă acestea sunt vizibile din exterior.

(7) Prin excepție de la alin. (6), se admite amplasarea unor panouri digitale de informare urbană, de dimensiuni reduse, integrate în mobilierul urban sau independent, exclusiv la inițiativa și în administrarea autorității administrației publice locale, cu respectarea cumulativă a următoarelor condiții:

- a) au rol predominant informativ, cultural, turistic sau de orientare urbană;
- b) sunt integrate arhitectural și nu afectează caracterul zonei protejate;
- c) nu utilizează lumină pulsatorie, intermitentă sau animații agresive;
- d) respectă condițiile privind luminanța și reducerea intensității luminoase pe timp de noapte;
- e) dimensiunea maximă a suprafeței active de afișaj nu va depăși 3,00 mp/față;
- f) amplasarea se realizează în baza unei documentații aprobate de autoritatea administrației publice locale și, după caz, cu avizele prevăzute de legislația specifică privind protejarea patrimoniului construit.

Art. 13 – Reguli comune privind amplasarea pe domeniul public și în raport cu circulația.

(1) Amplasarea mijloacelor de publicitate se va face fără afectarea circulației pietonale, rutiere și a accesului autovehiculelor de intervenție.

(2) Mijloacele de publicitate amplasate la sol sau pe suporturi proprii se vor amplasa astfel încât proiecția lor la sol să se afle integral în interiorul suprafeței pentru care există drept de folosință legal constituit.

(3) Amplasarea pe domeniul public a mijloacelor de publicitate se poate face numai în condițiile existenței unui drept legal de ocupare a domeniului public și, după caz, a contractului de închiriere sau concesiune.

(4) Pe domeniul public sau privat al municipiului Alba Iulia – carosabil, trotuar, locuri de parcare marcate sau alte suprafețe similare – se interzice amplasarea ori expunerea vehiculelor în scop publicitar.

(5) Amplasarea mijloacelor de publicitate nu trebuie să împiedice accesul la imobile, la dotările edilitare, la mobilierul urban și la elementele de semnalizare rutieră.

Art. 14 – Reguli comune privind condițiile tehnice de executare. (1) Mijloacele de publicitate se vor realiza și monta cu respectarea cerințelor privind calitatea în construcții, stabilitatea, siguranța în exploatare și protecția utilizatorilor spațiului public.

(2) Sistemele de prindere sau susținere nu trebuie să afecteze structura de rezistență a clădirilor și nu trebuie să constituie surse de risc pentru persoane sau bunuri.

(3) Elementele de fundare sau ancorare necesare pentru stabilitatea mijloacelor de publicitate amplasate la sol se execută îngropat, până la nivelul solului ori al trotuarului amenajat.

(4) Alimentarea cu energie electrică a mijloacelor de publicitate luminoase se va realiza, de regulă, prin rețele subterane. Cablajele aeriene sunt interzise, cu excepția situațiilor temporare justificate de lucrări aflate în perioada de garanție de bună execuție, în condițiile prevăzute de regulament.

(5) Mijloacele de publicitate amplasate pe proprietăți private vor avea asigurată alimentarea cu energie electrică în baza unui contract legal cu furnizorul de energie, fiind interzisă racordarea la rețeaua de iluminat public a municipiului.

(6) Mijloacele de publicitate trebuie întreținute permanent într-o stare tehnică și estetică corespunzătoare pe întreaga durată a menținerii în amplasament.

Art. 15 – Reguli de trimitere la reglementările specifice. (1) Condițiile specifice de amplasare pentru firme, vitrine, panouri publicitare, panouri mobile, mijloace publicitare direcționale, mesh-uri, publicitate temporară, afișaj și publicitate pe vehicule se stabilesc în secțiunile următoare ale prezentului regulament.

(2) În cazul în care pentru aceeași amplasare sunt incidente atât reguli generale, cât și reguli specifice categoriei de mijloc publicitar sau zonei de publicitate, se aplică prevederea cea mai restrictivă.

(3) În zonele de publicitate restrânsă ZPR1 și ZPR2, regulile speciale prevăzute pentru aceste zone prevalează față de regulile generale.

REGULI SPECIFICE PENTRU CATEGORIILE DE MIJLOACE DE PUBLICITATE

Secțiunea I

Reguli generale privind amplasarea firmelor

Art. 16 -Firme, reglementări de ordin general: (1) Firma reprezintă elementul de identificare vizuală a unei activități economice sau instituționale și se amplasează exclusiv în legătură directă cu spațiul în care aceasta se desfășoară. Firma nu constituie mijloc de publicitate generală și nu poate fi utilizată pentru promovarea altor activități, produse sau servicii fără legătură directă cu locația respectivă.

(2) Amplasarea firmelor se realizează cu respectarea următoarelor reguli generale:

- a) se amplasează exclusiv pe porțiunea de fațadă aferentă spațiului în care se desfășoară activitatea;
- b) nu pot fi amplasate pe alte fațade, pe imobile învecinate sau la distanță față de locația activității;
- c) se amplasează, de regulă, deasupra accesului sau în dreptul vitrinei principale;
- d) se încadrează în limitele spațiului ocupat și se aliniază cu compoziția fațadei;
- e) se poziționează simetric față de golurile de acces sau vitrine;
- f) respectă caracterul arhitectural al clădirii și al zonei.

(3) Dimensiunile firmelor vor respecta următoarele condiții:

- a) suprafața firmei nu va depăși 20% din suprafața fațadei aferente spațiului;
- b) înălțimea firmei nu va depăși registrul arhitectural în care este amplasată, iar în lipsa acestuia va fi de maximum 0,80 m;
- c) lungimea firmei nu va depăși lățimea spațiului ocupat;
- d) în cazul existenței unui atic sau parapet continuu, firma se va înscrie integral în acest registru, fără depășirea limitelor acestuia;

e) pentru firmele perpendiculare pe fațadă dimensiunea maximă este de 1,00 m x 1,00 m.

(4) Numărul firmelor admise se stabilește astfel:

- a) pentru fiecare spațiu se admite o singură firmă principală;
- b) pentru imobilele de colț se pot amplasa firme pe fiecare fațadă aferentă;
- c) se poate admite o firmă secundară la nivelul parterului doar dacă există o firmă amplasată la partea superioară a fațadei;
- d) este interzisă multiplicarea firmelor pe aceeași fațadă în scop decorativ sau publicitar;
- e) pentru spațiile fără acces direct la fațadă se admit doar plăci inscripționate cu suprafața maximă de 1200 cm².

(5) Poziționarea și montajul firmelor se vor realiza astfel:

- a) firmele se amplasează paralel cu fațada, la o distanță maximă de 15 cm;
- b) firmele perpendiculare se amplasează la minimum 2,50 m de la nivelul trotuarului;
- c) se admite o singură firmă perpendiculară pentru fiecare spațiu;
- d) este interzisă amplasarea pe acoperișuri sau peste limita superioară a fațadei;
- e) este interzisă amplasarea în afara conturului arhitectural al clădirii.

(6) Se interzice amplasarea firmelor pe următoarele elemente:

- a) balcoane, logii sau console;
- b) ancadrame, cornișe, pilaștri sau alte elemente decorative;
- c) ferestre, uși sau porți de acces;
- d) suprafețe vitrate, prin aplicare directă;
- e) orice element arhitectural care ar fi afectat vizual sau structural.

(7) Firmele vor respecta următoarele cerințe privind materialele și designul:

- a) vor fi realizate din materiale rigide și durabile;
- b) se admit litere volumetrice, simboluri grafice independente sau panouri rigide;
- c) se interzice utilizarea materialelor flexibile sau degradabile (pânză, poliplan, carton);
- d) paleta cromatică va fi limitată la maximum 3 culori dominante;
- e) se interzic culorile fluorescente sau reflectorizante;
- f) designul trebuie să fie proporțional cu dimensiunea fațadei și integrat arhitectural;
- g) standardele de brand nu pot justifica derogări de la prevederile prezentului regulament.

(8) Iluminarea firmelor se realizează în următoarele condiții:

- a) firmele pot fi iluminate exterior sau pot fi luminoase;
- b) iluminarea trebuie să fie constantă, fără efecte dinamice;
- c) se interzic luminile pulsatorii, intermitente sau schimbările de culoare;
- d) intensitatea luminoasă nu trebuie să afecteze locuințele învecinate sau circulația;
- e) pe timp de noapte, iluminarea se va reduce sau întrerupe, după caz.

(9) Corelarea cu fațada și frontul stradal este obligatorie:

- a) firmele vor respecta axele și ritmul compozițional al fațadei;
- b) pe același front stradal se vor alinia la aceeași cotă;
- c) în cazul mai multor operatori, firmele se vor standardiza;
- d) se va evita fragmentarea vizuală a fațadei.

(10) Situații speciale:

- a) pentru clădirile în reabilitare, firmele se demontează și se reamplasează doar după finalizarea lucrărilor, pe baza unui studiu de fațadă;
- b) pentru incinte împrejmuite, firmele se pot amplasa în interiorul incintei sau în consolă, fără a afecta circulația;
- c) pentru activități unde vizibilitatea în interior trebuie limitată, se admite utilizarea sticlei sablate sau a ecranelor translucide, conform regulamentului.

(11) Obligațiile deținătorilor de firme:

- a) să asigure întreținerea și integritatea firmei pe toată durata utilizării;
- b) să evite degradarea vizuală a acesteia;
- c) să asigure stabilitatea și siguranța sistemului de prindere;
- d) la desființare, să readucă fațada la starea inițială, inclusiv prin refinisare locală.

Art. 17 – FIRME pentru activități de comerț en detail, alimentație publică și servicii cu acces public. (1) Prevederile prezentului articol se aplică firmelor aferente următoarelor activități:

- a) comerț en detail (magazine, spații comerciale);
- b) unități de alimentație publică (restaurante, baruri, cafenele, patiserii etc.);
- c) servicii cu acces public (salon, farmacie, bancă, servicii diverse).

(2) Firmele aferente acestor activități vor fi concepute ca **elemente de semnalistică integrate în fațadă**, fiind interzisă utilizarea acestora ca suport publicitar suplimentar sau agresiv vizual.

Reguli de compoziție și tipologie

(3) Firmele vor fi realizate obligatoriu sub una dintre următoarele forme:

- a) litere volumetrice independente;
- b) simboluri grafice (logo/siglă) montate individual;
- c) panouri rigide integrate în registrul arhitectural al clădirii, doar în situațiile justificate de configurația fațadei.

(4) Este interzisă realizarea firmelor:

- a) pe suporturi textile, poliplan sau materiale flexibile;
- b) sub formă de bannere, mesh-uri sau structuri provizorii;
- c) ca elemente supradimensionate care depășesc proporțiile fațadei.

Reguli privind conținutul firmei

(5) Firma poate conține exclusiv:

- a) denumirea operatorului economic;
- b) logo-ul sau sigla acestuia;
- c) elemente grafice asociate identității vizuale.

(6) În vederea protejării imaginii urbane, nu se recomandă includerea în firmă a:

- a) mesajelor publicitare;
- b) listelor de produse;
- c) promoțiilor sau ofertelor comerciale;
- d) brandurilor terțe (ex: cafea, bere, produse etc.), cu excepția situațiilor reglementate distinct.

Reguli privind cromatica

(7) Culorile firmelor vor respecta următoarele:

- a) se vor limita la maximum 3 culori dominante;
- b) vor fi compatibile cu arhitectura clădirii și cromatica fațadei;

- c) se vor evita contrastele excesive și culorile stridente;
- d) se interzic culorile fluorescente sau reflectorizante.

(8) Pentru unitățile de alimentație publică și comerț, cromatica firmelor va fi corelată cu: paleta de culori admisă pentru mobilier și terase, conform HCL nr. 311/2024, modificată prin HCL nr. 115/2025.

Reguli privind iluminarea

(9) Firmele vor fi:

- a) iluminate exterior sau luminoase;
- b) cu lumină constantă, uniformă.

(10) Se interzice:

- a) iluminarea intermitentă sau pulsatorie;
- b) utilizarea LED-urilor dinamice;
- c) schimbarea culorilor sau animațiile.

(11) Intensitatea luminoasă va fi:

- a) redusă pe timp de noapte;
- b) adaptată astfel încât să nu creeze disconfort vizual.

Corelarea cu activitățile de pe domeniul public

(12) În cazul unităților care desfășoară activități pe domeniul public (terase, comerț de întâmpinare):

- a) firmele vor fi corelate vizual cu amenajările exterioare;
- b) nu vor intra în competiție vizuală cu mobilierul urban;
- c) vor respecta caracterul unitar al ansamblului.

(13) Elementele de semnalistică aferente teraselor (meniuri, pupitre, inscripții) nu constituie firme și se supun exclusiv prevederilor regulamentului privind ocuparea domeniului public.

Interdicții specifice (foarte important)

(14) Se interzice:

- a) amplasarea pe fațadă, alături de firmă, a altor reclame ale unor branduri (bere, cafea, produse etc.);
- b) utilizarea elementelor de tip „brand umbrella” (umbrele inscripționate agresiv) ca substitut de firmă;
- c) amplasarea de casete luminoase multiple sau repetate;
- d) montarea de elemente publicitare suplimentare pe lângă firmă (stickere, bannere, afișe);
- e) extinderea vizuală a firmei în afara spațiului propriu (ex: pe vitrinele altor spații).

Corelarea cu vitrinele

(15) În cazul în care firma este integrată în vitrină:

- a) aceasta nu va ocupa mai mult de 30% din suprafața vitrată;
- b) nu va obtura vizibilitatea în interior;
- c) va respecta principiile de transparență ale vitrinei.

Obligații suplimentare pentru operatori

(16) Operatorii economici au obligația:

- a) să asigure coerența vizuală între firmă și amenajarea spațiului exterior;
- b) să evite aglomerarea vizuală a fațadei;
- c) să respecte toate reglementările privind ocuparea domeniului public în cazul activităților conexe (terase, comerț de întâmpinare etc.).

Art. 18 – FIRME pentru servicii profesionale, activități manufacturiere și instituții publice.

(1) Prevederile prezentului articol se aplică următoarelor categorii de activități:

- a) servicii profesionale (avocați, notari, medici, arhitecți, consultanță etc.);
- b) activități manufacturiere sau servicii fără expunere comercială directă;
- c) instituții publice sau de interes public (administrație, educație, cultură, sănătate etc.).

A. Servicii profesionale și activități manufacturiere

(2) Pentru activitățile prevăzute la alin. (1) lit. a) și b), firmele se realizează exclusiv sub formă de:

- a) plăci inscripționate;
- b) panouri plane de dimensiuni reduse;
- c) elemente discrete de semnalistică integrate în zona accesului.

(3) Este interzisă utilizarea pentru aceste activități a:

- a) firmelor volumetrice de mari dimensiuni;
- b) firmelor luminoase cu impact vizual ridicat;
- c) oricăror elemente suplimentare cu caracter publicitar.

(4) Dimensiunile și amplasarea firmelor vor respecta următoarele condiții:

- a) suprafața maximă a unei firme este de 1200 cm²;
- b) amplasarea se face în vecinătatea accesului în clădire sau în interiorul acestuia;
- c) înălțimea de montaj va fi cuprinsă între 1,40 m și 2,20 m față de nivelul trotuarului;
- d) este interzisă amplasarea pe întreaga fațadă sau în poziții dominante.

(5) În cazul în care într-un imobil funcționează mai multe activități de acest tip:

- a) firmele se vor grupa într-un ansamblu unitar („pachet de firme”);
- b) vor avea aceleași dimensiuni și același tip de suport;
- c) vor fi aliniate și dispuse ordonat;
- d) este interzisă amplasarea individuală dezordonată pe fațadă.

(6) Pentru profesiile libere se aplică următoarele reguli suplimentare:

- a) grafica și conținutul firmelor vor avea caracter sobru și informativ;
- b) se recomandă utilizarea unor formate standard stabilite de organizațiile profesionale;
- c) textul va fi limitat la denumirea activității și datele esențiale;
- d) se interzice utilizarea elementelor grafice sau cromatice agresive.

B. Instituții publice și de interes public

(7) Pentru instituțiile prevăzute la alin. (1) lit. c), firmele se realizează sub formă de:

- a) panouri sau plăci inscripționate;
- b) elemente gravate;
- c) litere aplicate direct pe fațadă;
- d) sisteme de semnalistică integrate arhitectural.

(8) Dimensiunile firmelor vor respecta următoarele:

- a) suprafața maximă este de 6000 cm²;
- b) dimensiunea se va adapta proporțional cu dimensiunea și caracterul clădirii;
- c) amplasarea nu va afecta elementele arhitecturale ale fațadei.

(9) Instituțiile care dispun de formate standardizate:

- a) vor utiliza aceste formate;
- b) le vor adapta, dacă este necesar, pentru integrarea în arhitectura clădirii;
- c) nu vor utiliza formate care generează discontinuități vizuale în fațadă.

(10) În cazul instituțiilor care ocupă integral un imobil, se admite inscripționarea denumirii la partea superioară a fațadei, în următoarele condiții:

- a) amplasarea se face la ultimul nivel, de regulă sub cornișă;
- b) se utilizează litere independente, fără suport comun;
- c) elementele pot fi luminoase sau iluminate arhitectural;
- d) designul va fi adaptat stilului clădirii și va avea caracter sobru;
- e) nu vor fi acoperite elemente decorative sau de modenatură;
- f) se vor respecta proporțiile arhitecturale ale fațadei;
- g) amplasarea va fi axată pe fațada spațiului în folosință.

(11) Amplasarea firmelor prevăzute la alin. (10) se realizează:

- a) în baza unei documentații tehnice;
- b) cu prezentarea unui fotomontaj în desfășurată stradală;
- c) cu avizul favorabil al CTATU.

(12) Dimensiunea maximă a acestor inscripționări se stabilește prin avizul Arhitectului-Șef, în funcție de:

- a) caracteristicile arhitecturale ale clădirii;
- b) integrarea în frontul construit;
- c) impactul vizual asupra zonei.

Art. 19 – VITRINE / EXPOZOARE

(1) Vitrinele și expozoarele reprezintă elemente esențiale ale fațadelor comerciale și vor fi tratate ca parte integrantă a arhitecturii clădirii, contribuind la calitatea imaginii urbane.

(2) Vitrinele vor fi realizate din sticlă transparentă, incoloră, fiind obligatorie menținerea vizibilității din spațiul public către interiorul spațiului comercial.

(3) Este interzisă acoperirea suprafețelor vitrate cu materiale publicitare, colant, grafică sau alte sisteme de afișaj aplicate direct pe sticlă, cu excepția situațiilor expres reglementate de prezentul regulament.

(4) Firma poate fi integrată în vitrină doar în situațiile în care amplasarea acesteia pe fațadă nu este posibilă, cu respectarea următoarelor condiții:

- a) nu va depăși 30% din suprafața vitrată;
- b) nu va obtura vizibilitatea în interior;
- c) va avea caracter discret și integrat.

(5) Pentru spațiile comerciale cu mai multe vitrine:

- a) se va păstra unitatea compozițională a fațadei;
- b) intervențiile vor fi coordonate unitar;
- c) se interzice tratarea diferită și necorelată a vitrinelor.

(6) Pentru activitățile în care vizibilitatea către interior trebuie limitată:

- a) se admite utilizarea sticlei sablate sau a foliilor cu aspect similar;
- b) se pot utiliza ecrane translucide amplasate la minimum 30 cm față de suprafața vitrată;
- c) soluțiile utilizate nu vor avea caracter publicitar.

(7) Pentru activitățile cu caracter sensibil (ex. servicii funerare):

- a) este obligatorie obturarea vizibilității din spațiul public;
- b) este interzisă expunerea în vitrină a produselor specifice;
- c) accesul va fi astfel configurat încât să nu permită vizibilitatea directă în interior.

(8) Este interzisă utilizarea vitrinelor pentru:

- a) depozitarea de produse, ambalaje sau echipamente;

- b) amplasarea de afișe, bannere sau alte elemente publicitare neautorizate;
- c) expunerea neorganizată sau inestetică a mărfurilor, care afectează imaginea urbană.

Art. 20 – Reguli privind amplasarea firmelor în zonele de publicitate restrânsă (ZPR1 și ZPR2)

A. Zona de publicitate restrânsă 1 – ZPR1 (Cetatea Alba Carolina)

(1) În zona ZPR1, firmele se vor amplasa exclusiv în una dintre următoarele variante:

a) **perpendicular pe fațadă**, în consolă, cu respectarea cumulativă a următoarelor condiții:

- dimensiune maximă: 0,50 mp;
- ieșire maximă în consolă: 0,70 m;
- înălțime minimă de amplasare: 2,50 m de la nivelul trotuarului;
- sistemul de prindere va fi adaptat stilului arhitectural al clădirii;

sau

b) **în planul fațadei**, sub formă de litere independente, cu respectarea cumulativă a următoarelor condiții:

- fără suport continuu;
- amplasare axată pe fațada spațiului în folosință;
- poziționare simetrică în raport cu limitele spațiului;
- integrare în compoziția arhitecturală fără acoperirea elementelor decorative.

(2) Firmele vor fi realizate astfel încât:

- a) să nu contrasteze cu stilul arhitectural al clădirii;
- b) să nu afecteze modernitatea sau elementele decorative;
- c) să respecte proporțiile fațadei.

(3) Amplasarea firmelor se va face numai în baza unei documentații tehnice care va include obligatoriu:

- a) memoriu tehnic;
- b) simulare fotografică;
- c) desfășurată stradală cu integrarea propunerii în context;
- d) avizul CTATU.

(4) Este interzisă utilizarea:

- a) firmelor cu lumină pulsatorie sau intermitentă;
- b) firmelor cu iluminare dinamică, inclusiv în interiorul spațiilor dacă sunt vizibile din exterior;
- c) oricăror elemente publicitare suplimentare pe fațadă (branduri comerciale, reclame etc.).

(5) Elementele de protecție a vitrinelor și teraselor (copertine, umbrele, marchize, parasolare):

- a) vor avea culori neutre (alb, crem, bej, gri);
- b) nu vor conține inscripții publicitare;
- c) vor respecta prevederile HCL nr. 311/2024, cu modificările ulterioare.

B. Zona de publicitate restrânsă 2 – ZPR2

(6) În zona ZPR2, firmele se vor amplasa exclusiv în una dintre următoarele variante:

a) **perpendicular pe fațadă**, în consolă, cu respectarea cumulativă a următoarelor condiții:

- dimensiune maximă: 1,00 mp;

- ieșire maximă: 1,00 m;
- înălțime minimă: 2,50 m;
- integrare în arhitectura clădirii;

sau

b) **în planul fațadei**, în registrul destinat semnalisticii, cu respectarea următoarelor:

- nu depășesc limitele elementelor constructive suport;
- sunt integrate în compoziția fațadei;
- respectă caracterul arhitectural al imobilului.

(7) Forma, dimensiunea și amplasarea firmelor vor fi stabilite prin:

- a) documentație tehnică întocmită de arhitect;
- b) simulare fotografică în context;
- c) aviz CTATU.

(8) Se interzice utilizarea:

- a) firmelor cu lumină pulsatorie sau intermitentă;
- b) elementelor de semnalistică agresive vizual sau disproporționate;

(9) Pentru clădirile cu arhitectură modernă, se admite amplasarea firmelor și în zona luminatorului vitrinei, cu respectarea cumulativă a următoarelor condiții:

- a) integrarea în compoziția arhitecturală;
- b) corelarea cu firmele existente pe clădirile învecinate;
- c) respectarea proporțiilor fațadei.

Secțiunea a II a

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

Art. 21 (1) Amplasarea panourilor publicitare, a ecranelor și a mijloacelor de publicitate luminoasă pe domeniul public sau privat se realizează exclusiv în baza autorizației de construire, emisă conform legislației în vigoare, și, după caz, în baza unui contract valabil încheiat cu proprietarul sau administratorul imobilului ori al terenului.

(2) Mijloacele de publicitate prevăzute la alin. (1) sunt considerate construcții cu caracter provizoriu, durata maximă de autorizare fiind:

- a) de maximum 5 ani pentru amplasamentele situate pe proprietăți private;
- b) egală cu durata contractului de închiriere sau concesiune pentru amplasamentele situate pe domeniul public.

(3) La expirarea termenului de autorizare, proprietarul construcției-suport este obligat să desființeze mijlocul publicitar și să readucă amplasamentul la starea inițială, pe cheltuială proprie.

(4) În cazul nerespectării obligațiilor prevăzute la alin. (3), autoritatea administrației publice locale notifică în prealabil proprietarul construcției-suport și, după caz, proprietarul imobilului/terenului, acordând un termen de conformare de 30 de zile. În situația în care obligațiile nu sunt îndeplinite în termenul stabilit, primarul dispune, prin dispoziție, desființarea pe cale administrativă a construcției-suport și aducerea amplasamentului la starea inițială, fără emiterea unei autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor judecătorești, în condițiile Legii nr. 185/2013 și ale legislației în vigoare. Cheltuielile aferente desființării se suportă de către proprietarul construcției-suport și se recuperează în condițiile legii.

Art. 22 (1) Amplasarea panourilor publicitare pe clădiri se va realiza astfel încât:

- a) să nu afecteze structura de rezistență și funcționarea construcției;

b) să nu genereze riscuri pentru siguranța utilizatorilor spațiului public;

c) să respecte compoziția arhitecturală a fațadei și caracterul zonei.

(2) Panourile amplasate pe fațade sau calcane se vor dispune într-un plan paralel cu acestea și se vor încadra între elementele arhitecturale definitorii, fără a acoperi detalii de fațadă sau registre compoziționale.

(3) În cazul amplasării mai multor panouri pe aceeași clădire, acestea vor fi tratate unitar din punct de vedere al dimensiunilor, poziționării și compoziției, în baza unei documentații tehnice avizate de CTATU.

(4) Amplasarea pe calcane este preferată în raport cu fațadele principale, cu condiția să nu afecteze percepția ansamblului construit sau clădirile învecinate.

Art. 23 (1) Amplasarea panourilor publicitare pe acoperișurile sau terasele clădirilor este permisă în condițiile respectării proporțiilor construcției, după cum urmează:

a) înălțimea maximă de 3,00 m pentru clădirile cu înălțime mai mică de 15,00 m;

b) maximum 1/5 din înălțimea clădirii, fără a depăși 6,00 m, pentru clădirile cu înălțime mai mare de 15,00 m.

(2) Aceste amplasamente vor respecta aceleași condiții tehnice și urbanistice aplicabile panourilor publicitare amplasate la sol.

Art. 24 (1) Amplasarea panourilor publicitare la sol se va realiza astfel încât să nu afecteze circulația pietonală sau rutieră și să nu împiedice accesul la proprietăți sau la intervențiile de urgență.

(2) Panourile vor fi amplasate integral în interiorul suprafeței pentru care există drept de folosință legal constituit.

(3) Distanțele minime între panouri vor fi:

a) minimum 25,00 m pentru panouri cu suprafața de până la 2,20 mp, măsurate între axele acestora;

b) minimum 40,00 m în intravilan;

c) minimum 50,00 m în extravilan.

(4) Amplasarea se va realiza în afara curbilor cu vizibilitate redusă și în condiții care să nu perturbe siguranța circulației.

Art. 25 (1) Mijloacele de publicitate vor fi realizate și exploatate cu respectarea cerințelor privind calitatea în construcții, stabilitatea, siguranța și protecția utilizatorilor.

(2) Elementele de fundare sau ancorare se vor executa îngropat, până la nivelul solului sau al trotuarului.

(3) Alimentarea cu energie electrică a mijloacelor publicitare luminoase se va realiza, de regulă, prin rețele subterane, fiind interzise cablajele aeriene, cu excepția situațiilor temporare justificate tehnic.

(4) Este interzisă racordarea mijloacelor publicitare la rețeaua de iluminat public a municipiului.

(5) Mijloacele de publicitate trebuie întreținute permanent într-o stare tehnică și estetică corespunzătoare, fără a produce degradarea imaginii urbane.

Art. 26 (1) Publicitatea luminoasă și ecranele publicitare se vor amplasa astfel încât să nu afecteze siguranța circulației și confortul vizual al utilizatorilor.

(2) Intensitatea luminoasă trebuie reglată astfel încât să nu producă disconfort pentru locuințele învecinate sau pentru participanții la trafic.

(3) Amplasarea ecranelor publicitare este permisă numai în zona de publicitate lărgită (ZPL), cu respectarea prevederilor specifice acestei zone.

(4) Amplasarea mijloacelor publicitare luminoase se va face, după caz, cu avizul autorităților competente în domeniul circulației rutiere.

Art. 27 (1) Amplasarea panourilor publicitare se va realiza diferențiat în funcție de zonele de publicitate, după cum urmează:

a) în zona ZPR1 –se admit numai panouri la sol de mici dimensiuni, cu suprafața maximă de 2,20 mp/față, exclusiv în amplasamente aprobate și cu respectarea avizelor specifice zonei protejate;

b) în zona ZPR2 – se admite un singur panou pe amplasament, cu dimensiuni maxime de 4,00 x 3,00 m;

c) în zona ZPL – se admit panouri publicitare cu suprafața maximă de 36 mp pe arterele principale, cu respectarea condițiilor de amplasare și a caracterului zonei.

(2) În cazul amplasării mai multor panouri pe aceeași clădire, acestea vor fi tratate unitar și vor fi supuse avizării CTATU.

Art. 28 (1) Amplasamentele situate pe domeniul public, destinate montării mijloacelor de publicitate, se atribuie prin licitație publică organizată în condițiile legii.

(2) Condițiile tehnice, economice și de exploatare a acestor amplasamente se stabilesc prin caietul de sarcini aferent procedurii de atribuire.

(3) Operatorii de publicitate au obligația de a inscripționa mijloacele publicitare cu datele de identificare și de a asigura întreținerea acestora pe întreaga durată de utilizare.

Secțiunea a III a

Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare mobile

Art. 29 (1) Amplasarea mijloacelor publicitare mobile portante (de tip trepied, panou pliant sau alte structuri similare) este permisă exclusiv ca formă de publicitate temporară, în condițiile Legii nr. 185/2013 și ale prezentului regulament.

(2) Mijloacele prevăzute la alin. (1) se pot amplasa numai cu respectarea cumulativă a următoarelor condiții:

- a) sunt amplasate exclusiv în dreptul spațiului în care se desfășoară activitatea promovată;
- b) nu afectează circulația pietonală și nu reduc lățimea liberă de circulație sub 1,50 m;
- c) trotuarul/spațiul pietonal are o lățime minimă de 2,00 m;
- d) nu afectează vizibilitatea rutieră sau accesul la imobile;
- e) sunt amplasate numai pe durata programului de funcționare al activității;

(3) Dimensiunile maxime admise sunt:

- 0,60 m x 0,90 m;
- este permis un singur mijloc publicitar mobil pentru fiecare spațiu.

(4) În cazul în care într-un imobil funcționează mai multe activități:

- se admite un singur panou publicitar mobil;
- acesta va include informații privind toate activitățile desfășurate.

(5) Amplasarea mijloacelor publicitare mobile este interzisă:

- a) pe arterele, zonele sau spațiile publice stabilite prin hotărâre a autorității locale;
- b) în zonele de publicitate restrânsă ZPR1 și ZPR2;
- c) în apropierea intersecțiilor, trecerilor de pietoni și zonelor cu vizibilitate redusă;

(6) Amplasarea mijloacelor publicitare mobile se realizează numai în baza acordului emis de serviciul de specialitate din cadrul Primăriei municipiului Alba Iulia, precum și cu respectarea regimului de ocupare a domeniului public.

(7) Nerespectarea prevederilor prezentului articol atrage:

- a) aplicarea sancțiunilor contravenționale;
- b) ridicarea mijloacelor publicitare amplasate nelegal de către autoritatea administrației publice locale.

(8) Recuperarea mijloacelor ridicate se face în termen de 30 de zile de la data comunicării măsurii, după achitarea taxelor și sancțiunilor aferente.

(9) În cazul în care mijloacele publicitare nu sunt revendicate în termenul prevăzut la alin. (8), acestea se valorifică sau se elimină, în condițiile legii.

Secțiunea a IV a

Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

Art. 30 (1) Utilizarea mobilierului urban ca suport pentru publicitate este permisă numai pentru elementele special concepute și autorizate în acest scop, cu respectarea prevederilor Legea nr. 185/2013 și ale prezentului regulament.

(2) Pot fi utilizate ca suport publicitar exclusiv următoarele tipuri de mobilier urban:

- a) adăposturile destinate publicului și stațiile de transport public;
- b) coloanele port-afiș;

Alte elemente de mobilier urban nu pot fi utilizate ca suport publicitar, cu excepția celor autorizate expres în acest sens.

(3) Adăposturile destinate publicului și stațiile de transport public pot fi utilizate pentru publicitate numai:

- a) prin panourile integrate în structura acestora;
- b) dacă aceste panouri au fost autorizate odată cu amplasarea mobilierului;
- c) în condițiile contractelor de concesiune/administrare, după caz;
- d) cu respectarea reglementărilor urbanistice și a normelor privind siguranța circulației.

(4) Este interzisă:

- a) amplasarea de mijloace publicitare suplimentare pe aceste structuri;
- b) modificarea sau extinderea neautorizată a suprafețelor publicitare;
- c) aplicarea de afișe sau alte materiale în afara panourilor destinate acestui scop.

(5) Coloanele port-afiș sunt destinate exclusiv afișajului de interes public, respectiv:

- a) evenimente culturale;
- b) manifestări sportive;
- c) activități artistice, educaționale sau sociale;

Publicitatea cu caracter comercial este permisă numai în măsura în care aceasta este asociată direct evenimentelor menționate.

(6) Este interzisă:

- a) suprapunerea afișelor în perioada de valabilitate a acestora;
- b) deteriorarea sau acoperirea materialelor existente;
- c) utilizarea altor suporturi decât cele special destinate afișajului.

(7) Întreținerea, curățarea și gestionarea panourilor și coloanelor port-afiș revine administratorului acestora, în condițiile stabilite de autoritatea administrației publice locale.

Secțiunea a V a

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

Art. 31 – Principii generale

(1) Utilizarea stâlpilor de iluminat public sau a altor suporturi similare pentru amplasarea mijloacelor de publicitate se face exclusiv în condițiile prezentului regulament, cu respectarea siguranței circulației și a calității imaginii urbane.

(2) Mijloacele de publicitate amplasate pe stâlpi vor avea caracter **unitar, temporar și neintruziv**, fără a afecta percepția spațiului public și fără a crea poluare vizuală.

Art. 32 – Bannere publicitare

(1) În vederea protejării imaginii urbane, a caracterului arhitectural al zonelor construite și a siguranței circulației, amplasarea bannerelor publicitare este, ca regulă generală, **neadmisă**, cu excepția situațiilor prevăzute la alin. (2), în condițiile Legii nr. 185/2013 și ale prezentului regulament.

(2) Prin excepție de la alin. (1), se admite amplasarea bannerelor temporare, numai dacă sunt îndeplinite cumulativ următoarele condiții:

- a) au caracter evenimential, cultural, sportiv sau instituțional;
- b) promovează evenimente de interes public sau local;
- c) sunt amplasate pe o perioadă determinată, de maximum 30 de zile;
- d) sunt autorizate în baza acordului pentru publicitate temporară;
- e) sunt amplasate exclusiv în locațiile stabilite de autoritatea administrației publice locale.

(3) Amplasarea bannerelor cu caracter exclusiv comercial nu este admisă, cu excepția cazurilor în care acestea fac parte integrantă din promovarea unui eveniment autorizat, fără a avea un caracter dominant în raport cu mesajul principal.

(4) Bannerele se pot amplasa numai în următoarele condiții:

- a) pe stâlpi special destinați sau pe stâlpi de iluminat public, în amplasamentele aprobate;

b) în afara intersecțiilor, sensurilor giratorii și a zonelor cu vizibilitate redusă, cu respectarea avizelor autorităților competente în domeniul circulației;

c) fără a afecta gabaritul circulației pietonale și rutiere.

(5) Dimensiunile bannerelor vor fi standardizate la nivelul municipiului, după cum urmează:

- maximum 0,80 x 1,20 m pentru bannere montate pe stâlpi;
- alte dimensiuni pot fi aprobate punctual pentru proiecte de interes public major, în baza avizului Arhitectului-Şef.

(6) În zona de publicitate restrânsă ZPR1 este interzisă amplasarea bannerelor, cu excepția celor aferente evenimentelor organizate de autoritățile publice, fără conținut publicitar comercial.

(7) În zona de publicitate restrânsă ZPR2, bannerele sunt admise exclusiv pentru evenimente și numai în amplasamentele aprobate, cu respectarea caracterului arhitectural al zonei și a regulilor de integrare urbană.

Art. 33 – Mijloace publicitare direcționale pe stâlpi

(1) Este permisă amplasarea de mijloace publicitare direcționale pe stâlpii de iluminat public, în următoarele condiții:

- a) nu folosesc lumină dinamică sau intermitentă;
- b) au dimensiuni maxime de 0,80 x 1,20 m;
- c) sunt amplasate la o înălțime minimă de 4,00 m;
- d) pe un stâlp se pot monta maximum două elemente, unitare ca dimensiune și design;
- e) proiecția la sol se situează în afara carosabilului.

(2) Mijloacele publicitare direcționale vor avea caracter **informativ**, indicând localizarea unei activități sau a unui obiectiv, fără a genera impact vizual agresiv.

(3) În zona ZPR1 este interzisă amplasarea acestora, cu excepția celor cu rol de informare turistică sau pentru evenimente publice, fără conținut comercial.

Art. 34 – Stâlpi suport pentru publicitate direcțională (tip totem)

(1) Se pot amplasa stâlpi metalici independenți, utilizați ca suport pentru mijloace publicitare direcționale, în următoarele condiții:

- a) sunt amplasați în proximitatea spațiului în care se desfășoară activitatea;
- b) nu afectează circulația pietonală sau rutieră;
- c) respectă profilul transversal al străzii;
- d) sunt autorizați conform legislației în vigoare.

(2) Dimensiunea maximă a elementului publicitar montat pe astfel de suporturi este de 0,80 x 1,00 m.

(3) Amplasarea acestora se face numai după:

- a) obținerea autorizației de construire;
- b) depunerea declarației fiscale;
- c) stabilirea taxelor aferente.

Art. 35 – Condiții administrative

(1) Amplasarea mijloacelor de publicitate pe stâlpi se realizează numai în baza:

- a) autorizației de construire sau acordului pentru publicitate temporară, după caz;
- b) unui contract încheiat cu administratorul stâlpului sau al domeniului public.

(2) Autoritatea publică locală poate stabili, prin hotărâre, **zone dedicate amplasării bannerelor și mijloacelor direcționale**, precum și modele unitare de design.

Secțiunea a VI a

Reguli generale privind amplasarea mesh-urilor

Art.36 (1) În zona de publicitate lărgită – ZPL, se admite amplasarea mijloacelor publicitare de tip mesh, inclusiv sisteme tip „easy change”, pe calcanele și fațadele clădirilor, cu respectarea cumulativă a următoarelor condiții:

- a) nu afectează elementele arhitecturale ale clădirii și nu acoperă detalii decorative sau registre compoziționale;
- b) nu obturează suprafețele vitrate și nu afectează iluminarea naturală a spațiilor interioare;
- c) sunt realizate din materiale adecvate din punct de vedere tehnic și estetic;
- d) sunt amplasate pentru o perioadă determinată, de maximum 3 luni;
- e) respectă regulile aplicabile mijloacelor de publicitate din zona ZPL.

(2) Amplasarea mesh-urilor se realizează în baza autorizației de construire sau, după caz, a acordului pentru publicitate temporară, în condițiile legii.

(3) În zonele de publicitate restrânsă ZPR1 și ZPR2, precum și pe clădirile clasate ca monument istoric sau situate în zone construite protejate, nu se admite amplasarea mesh-urilor cu caracter publicitar.

(4) Prin excepție de la alin. (3), se admite utilizarea plaselor de protecție pe durata lucrărilor de consolidare, restaurare sau intervenție asupra fațadelor, în următoarele condiții:

- a) acestea au rol principal de protecție a domeniului public;
- b) sunt amplasate pe durata executării lucrărilor, fără a depăși termenul autorizat, dar nu mai mult de 12 luni;
- c) reproduc imaginea fațadei clădirii după finalizarea lucrărilor, contribuind la integrarea vizuală în context;
- d) pot conține elemente de identitate vizuală sau mesaje de interes public ori comercial, într-o proporție limitată, care nu va depăși 25% din suprafața totală a plasei și nu va avea caracter dominant.

(5) În cazul imobilelor clasate ca monument istoric sau situate în zone construite protejate, amplasarea plaselor de protecție se realizează numai cu respectarea legislației specifice în domeniul protejării patrimoniului construit și în baza avizelor emise de autoritățile competente.

Secțiunea a VII a

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

Art. 37 (1) În vederea protejării imaginii urbane și a siguranței spațiului public, amplasarea mijloacelor publicitare de tip prismă este interzisă pe domeniul public și privat al municipiului Alba Iulia.

(2) Prin excepție, pe proprietăți private, amplasarea acestora este permisă numai:

- a) în zona de publicitate largită (ZPL);
- b) cu respectarea prevederilor Legea nr. 185/2013;
- c) în baza acordului emis de autoritatea administrației publice locale;
- d) fără afectarea siguranței circulației și a imaginii urbane.

Art. 38 (1) Amplasarea proiectelor publicitare speciale la sol, altele decât cele prevăzute la art. 37, este permisă în condițiile prezentului regulament.

(2) Proiectele publicitare speciale reprezintă structuri temporare, cu caracter individual și atipic, destinate promovării unor produse, servicii sau evenimente.

(3) Amplasarea acestora se realizează numai:

- a) în baza unei documentații tehnice întocmite de un specialist cu drept de semnătură;
- b) cu avizul Comisiei Tehnice de Amenajare a Teritoriului și Urbanism (CTATU);
- c) în baza acordului emis de autoritatea administrației publice locale;
- d) cu respectarea condițiilor privind ocuparea legală a domeniului public sau privat.

(4) Proiectele publicitare speciale trebuie să respecte următoarele condiții:

- a) să nu afecteze circulația pietonală sau rutieră;
- b) să nu pună în pericol siguranța utilizatorilor;
- c) să fie integrate în contextul urban și să nu genereze poluare vizuală;
- d) să fie amplasate pentru o perioadă determinată;

(5) La expirarea perioadei aprobate, beneficiarul are obligația de a desființa structura și de a readuce amplasamentul la starea inițială.

Secțiunea a VIII a

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

Art. 39 (1) În vederea asigurării informării publicului, a libertăţii de exprimare şi a menţinerii unui cadru urban organizat, autoritatea administraţiei publice locale va asigura amplasarea de panouri special destinate afişajului publicitar şi anunţurilor de mică publicitate.

(2) Panourile prevăzute la alin. (1) vor fi amplasate în zone cu vizibilitate şi vor fi întreţinute periodic de către serviciile de specialitate ale administraţiei publice locale.

(3) Afişajul publicitar se va realiza exclusiv pe panourile special destinate acestui scop, cu respectarea prevederilor Legea nr. 185/2013 şi ale legislaţiei speciale aplicabile.

(4) Este interzisă:

- a) aplicarea de afişe pe alte suporturi decât cele destinate acestui scop;
- b) acoperirea afişelor existente aflate în perioada de valabilitate;
- c) deteriorarea sau distrugerea materialelor de afişaj existente;

(5) Afişele cu caracter electoral se amplasează în condiţiile legislaţiei electorale în vigoare.

(6) Distribuirea de materiale promoţionale (pliante, flyere etc.) în spaţiul public este permisă:

- a) în condiţiile respectării normelor privind ocuparea domeniului public;
- b) fără afectarea curăţeniei şi ordinii publice;
- c) cu respectarea obligaţiilor privind gestionarea deşeurilor rezultate;

(7) În situaţiile în care distribuirea materialelor promoţionale implică ocuparea domeniului public sau organizarea de activităţi promoţionale, aceasta se realizează în baza acordului emis de autoritatea administraţiei publice locale şi a achitării taxelor aferente.

Secțiunea a IX a

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

Art. 40 (1) Pe raza municipiului Alba Iulia este interzisă utilizarea mijloacelor de publicitate sonore, prin orice tip de echipament sau dispozitiv, în scopul protejării confortului urban și al asigurării ordinii publice.

(2) Vehiculele utilizate în scop publicitar (inscripționate, colantate sau echipate cu panouri publicitare) pot desfășura activități de promovare pe teritoriul municipiului numai în baza acordului pentru publicitate temporară emis de autoritatea administrației publice locale, în condițiile Legii nr. 185/2013.

(3) Utilizarea vehiculelor în scop publicitar se face cu respectarea cumulativă a următoarelor condiții:

- a) este interzisă staționarea vehiculelor în scop publicitar pe domeniul public sau privat al municipiului, inclusiv în parcuri publice sau pe carosabil, în vederea expunerii mesajului publicitar;
- b) circulația în regim de caravană publicitară este permisă exclusiv cu ocazia unor evenimente autorizate și numai în baza unui aviz emis de autoritatea administrației publice locale, pentru o durată limitată;
- c) vehiculele nu trebuie să afecteze siguranța circulației și nu pot fi utilizate ca suport publicitar mobil staționar;
- d) înainte de desfășurarea activității se vor achita taxele legale de publicitate, cu excepția vehiculelor aparținând instituțiilor publice;

(4) Este interzisă utilizarea vehiculelor în scop publicitar într-un mod care:

- a) creează confuzie cu mijloacele de semnalizare rutieră;
- b) afectează vizibilitatea participanților la trafic;
- c) generează disconfort vizual sau poluare vizuală excesivă;

Art. 41 (1) Amplasarea de reclame pe mijloacele de transport public local de călători (autobuze, microbuze etc.) este permisă numai în baza acordului operatorului de transport și cu respectarea prevederilor legale aplicabile.

(2) Publicitatea aplicată pe mijloacele de transport public trebuie să respecte următoarele condiții:

- a) să nu afecteze vizibilitatea călătorilor din interior către exterior;
- b) să nu acopere suprafețele vitrate în proporție mai mare decât limitele admise de legislația în domeniul transportului;
- c) să nu afecteze elementele de siguranță sau semnalizare ale vehiculului;
- d) să fie realizată din materiale conforme, fără a afecta integritatea vehiculului;

(3) Este interzisă aplicarea de publicitate:

- a) pe parbriz și pe suprafețele vitrate frontale;
- b) în mod neuniform sau degradat;
- c) în forme sau culori care pot genera confuzie cu vehiculele de intervenție sau semnalizarea rutieră;

Cap. V Sanctiuni

Art. 42 – Cadru legal

(1) Prevederile prezentului capitol se completează cu dispozițiile legislației naționale incidente, respectiv:

- Legea nr. 185/2013
- Legea nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții
- Ordonanța Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, cu modificările ulterioare

(2) Pentru faptele care constituie contravenții potrivit legislației naționale, se aplică sancțiunile prevăzute de aceasta.

(3) Prezentul regulament stabilește contravenții pentru faptele care nu sunt reglementate distinct prin legislația națională.

Art. 43 – Răspunderea contravențională

(1) Nerespectarea prevederilor prezentului regulament atrage răspunderea contravențională, în condițiile legii.

(2) Sancțiunile se aplică persoanelor fizice sau juridice, în funcție de calitatea acestora în raport cu fapta săvârșită.

Art. 44 – Contravenții și sancțiuni (1) Constituie contravenții următoarele fapte, dacă nu sunt săvârșite în astfel de condiții încât, potrivit legii penale, să constituie infracțiuni:

A. Contravenții minore

(impact redus asupra imaginii urbane)

→ amendă: **1.000 – 2.000 lei**

- a) amplasarea panourilor mobile fără respectarea prevederilor regulamentului;
- b) acoperirea parțială sau totală a suprafețelor vitrate;
- c) amplasarea de afișe peste alte afișe aflate în perioada de valabilitate;

B. Contravenții medii

(impact urban semnificativ)

→ amendă: **2.000 – 4.000 lei**

- d) nerespectarea proiectului aprobat (fotomontaj, amplasare);
- e) nerespectarea acordurilor emise de autoritatea publică;
- f) neindeplinirea măsurilor dispuse de autoritate;
- g) utilizarea de materiale neconforme pentru firme;
- h) inscripționarea reclamelor pe elemente nepermise (copertine, umbrele etc.);
- i) nerespectarea regulilor privind vitrinele, fațadele și imaginea urbană;
- j) utilizarea publicității sonore;
- k) realizarea de publicitate care afectează siguranța circulației;

- l) neîntreținerea și neidentificarea mijloacelor publicitare;
- m) inscripționarea directă pe suporturi neautorizate (ziduri, geamuri etc.);
- n) neaducerea fațadei la starea inițială după desființare;
- o) neprezentarea documentelor justificative;
- p) nerespectarea regimului de iluminare;

C. Contravenții grave

(impact major / afectare zone protejate / domeniu public)

→ amendă: **4.000 – 5.000 lei**

- q) amplasarea de mijloace publicitare fără acordul temporar prevăzut de prezentul regulament, în cazurile în care fapta nu constituie contravenție potrivit legislației naționale;
- r) amplasarea de mesh-uri, bannere sau proiecte speciale fără acordul temporar prevăzut de prezentul regulament, în cazurile în care fapta nu constituie contravenție potrivit legislației naționale;
- s) nerespectarea reglementărilor privind zonele de publicitate restrânsă (ZPR);
- t) amplasarea de publicitate luminoasă neconformă în ZPR;
- u) nerespectarea obligației de reautorizare;
- v) utilizarea domeniului public fără drept;

Art. 45 – Sancțiuni complementare (1) Pe lângă sancțiunea contravențională, se pot dispune următoarele măsuri:

- a) desființarea mijlocului publicitar;
- b) aducerea amplasamentului la starea inițială;
- c) suspendarea dreptului de amplasare pe o perioadă de maximum 12 luni, în cazul repetării contravenției;

(2) Măsurile prevăzute la alin. (1) se aplică indiferent de plata amenzii.

Art. 46 – Plata amenzii (1) Contravenientul poate achita, în termen de 15 zile de la comunicare, jumătate din cuantumul amenzii aplicate, în condițiile legii.

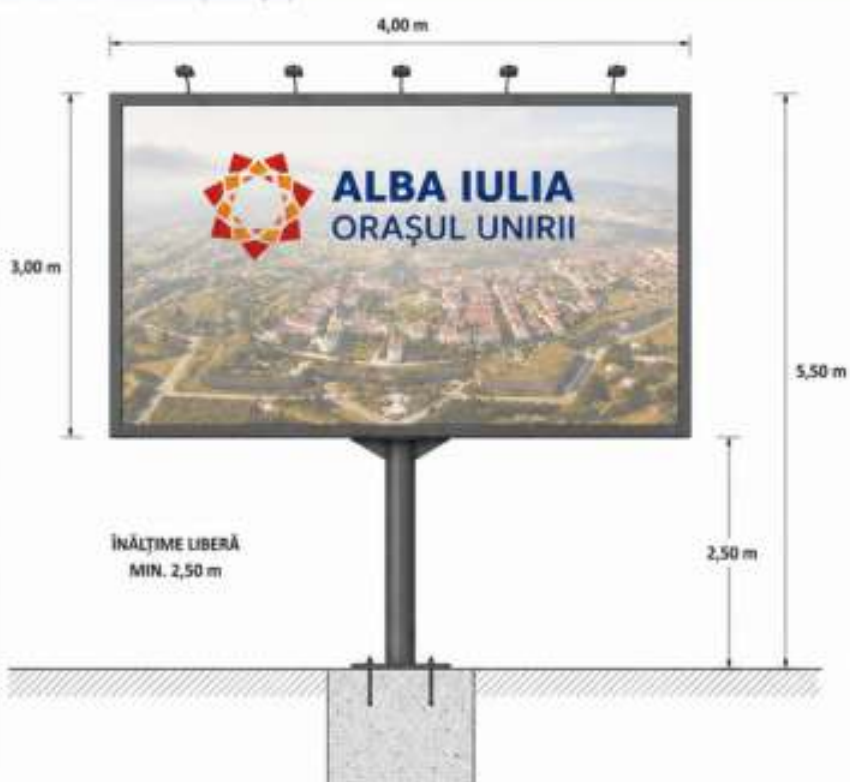
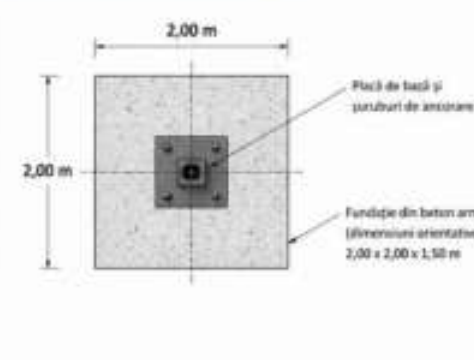
(2) Prevederile alin. (1) nu se aplică în cazurile în care fapta constă în executarea de lucrări fără autorizație de construire/desființare sau cu nerespectarea acesteia, în condițiile legii.

Art. 47 – Constatarea contravențiilor. Contravențiile se constată și se sancționează de către:

- Poliția Locală Alba Iulia
- persoanele împuternicite de primar

Art. 48 – Dispoziții tranzitorii. Odată cu intrarea în vigoare a prezentului regulament, toate mijloacele de publicitate existente pe raza municipiului Alba Iulia trebuie să dețină autorizație valabilă și să respecte prevederile prezentului regulament. Mijloacele de publicitate amplasate fără autorizație, cu autorizație expirată sau care nu se încadrează în prevederile prezentului regulament vor fi desființate de îndată, în condițiile legii.

ANEXĂ LA REGULAMENT – MODELE DE MIJLOACE PUBLICITARE ADMISE

MP-01	PANOU PUBLICITAR CLASIC – 1 FAȚĂ DIMENSIUNE PANOU: 4,00 m x 3,00 m Conform Regulamentului de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în Municipiul Alba Iulia	PRIMĂRIA MUNICIPIULUI ALBA IULIA
1. VEDERE FRONTALĂ (ELEVATIE) 		CARACTERISTICI PRINCIPALE • Tip: panou publicitar clasic • Amplasare: la sol • Număr fețe: una • Dimensiune panou: 4,00 m x 3,00 m • Suprafață afișaj: 12,00 mp • Înălțime totală: max. 5,50 m • Înălțime liberă: min. 2,50 m • Structură: metalică • Fundație: beton armat CONDIȚII DE AMPLASARE • Amplasarea se face numai în baza autorizației de construire. • Se respectă distanțele minime conform regulamentului. • Amplasarea se face exclusiv pe teren cu drept legal de folosință. • Nu se permite afectarea circulației pietonale sau rutiere. • Amplasarea pe domeniul public se face doar prin concesiune/licitare publică.
2. PLAN FUNDAȚIE (VEDERE DE SUS) 	3. VEDERE 3D (PERSPECTIVĂ) 	ILUMINARE • Iluminarea se va realiza cu lumină constantă. • Este interzisă utilizarea luminii pulsatorii sau intermitente. • Intensitatea luminoasă nu va afecta circulația sau locuințele din zonă. • Alimentarea electrică se va realiza prin rețele subterane. OBLIGAȚII • Întreținerea permanentă a panoului. • Descrierea datelor de identificare. • Desființarea la expirarea autorizației. • Readucerea terenului la starea inițială.
4. MATERIALE ȘI FINISAJE • Cadru metalic din profile de oțel zincat, vopsit în câmp electrostatic. • Săge metalice rectangulare/zincate, vopsite în câmp electrostatic. • Panou realizat din tablă, policarbonat sau material compozit, la protecție UV. • Fundație din beton armat clasa C25/30, cu armătură conform calculului de rezistență. • Suruburi și ancore zincate anticoroziv.	5. REGIM JURIDIC • Construcție provizorie. • Durata maximă de autorizare: – max. 5 ani (proprietate privată) – conform contractului (domeniu public)	6. DATE GENERALE • Panoul se va întreține în stare bună. • Nu se vor depăși dimensiunile și parametrii aprobați. • Orice modificare necesită reevaluare și autorizare.
NOTĂ IMPORTANTĂ: Prezentul model are caracter orientativ și stabilește dimensiunile și principiile de amplasare acceptate de autoritatea administrației publice locale. Orice propunere va fi însoțită de documentație tehnică întocmită conform legii. Format planșă: A4		

MP-02

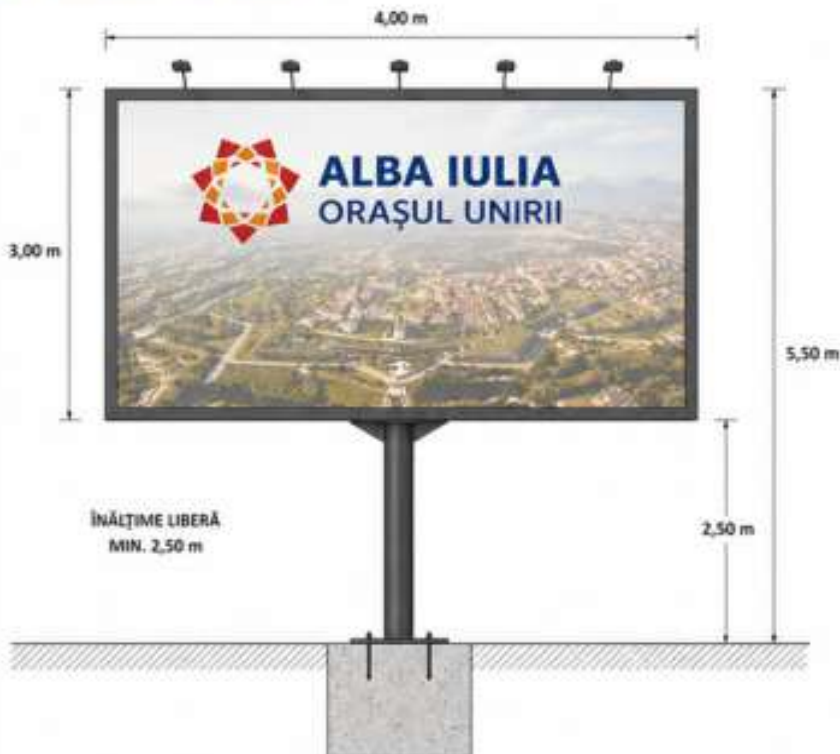
PANOU PUBLICITAR CLASIC – 2 FEȚE (DUBLU)

DIMENSIUNI PANOU: 4,00 m x 3,00 m (fiecare față)

Conform Regulamentului de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în Municipiul Alba Iulia

PRIMĂRIA
MUNICIPIULUI
ALBA IULIA

1. VEDERE FRONTALĂ (ELEVAȚIE)



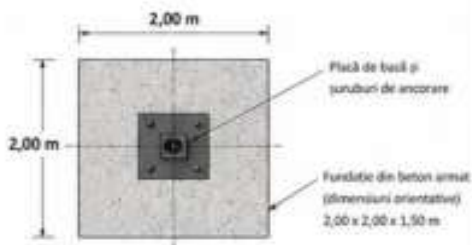
CARACTERISTICI PRINCIPALE

- Tip: panou publicitar clasic – unipol 2 fețe (față/spate)
- Amplasare: la sol
- Număr fețe: două (față/spate)
- Dimensiuni panou (fiecare față): 4,00 m x 3,00 m
- Suprafață afișaj (fiecare față): 12,00 mp
- Suprafață totală afișaj: 24,00 mp
- Înălțime totală: max. 5,50 m
- Înălțime liberă: min. 2,50 m
- Structură: metalică
- Fundație: beton armat

CONDIȚII DE AMPLASARE

- Amplasarea se face numai în baza autorizației de construire.
- Se respectă distanțele minime conform regulamentului.
- Amplasarea se face exclusiv pe teren cu drept legal de folosință.
- Nu se permite afectarea circulației pietonale sau rutiere.
- Amplasarea pe domeniul public se face doar prin concesiune/licitație publică.

2. PLAN FUNDATIE (VEDERE DE SUS)



3. VEDERE 3D (PERSPECTIVĂ)



ILUMINARE

- Iluminarea se va realiza cu lumină constantă.
- Este interzisă utilizarea luminii pulsatorii sau intermitente.
- Intensitatea luminoasă nu va afecta circulația sau locuințele din zonă.
- Alimentarea electrică se va realiza prin rețele subterane.

4. MATERIALE ȘI FINISAJE

- Cadru metalic din profile de oțel zincat, vopsit în câmp electrostatic.
- Șolduri metalice rectangulare zincate, vopsite în câmp electrostatic.
- Pneu realizat din tablă, polycarbonat sau material compozit, cu protecție UV.
- Fundație din beton armat clasa C25/30, cu armătură conform calculului de rezistență.
- Șuruburi și ancore zincate anticoroziv.

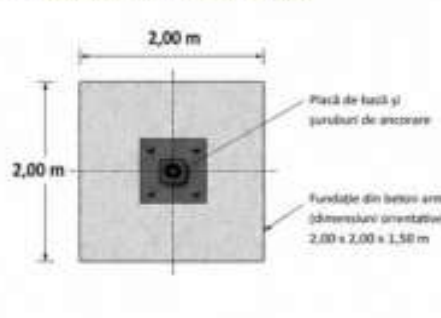
5. REGIM JURIDIC

- Construcție provizorie.
- Durata maximă de autorizare:
 - max. 5 ani (proprietate privată)
 - conform contractului (domeniu public)

NOTĂ IMPORTANTĂ:

Prezentul model are caracter orientativ și stabilește dimensiunile și principiile de amplasare acceptate de autoritatea administrației publice locale. Orice propunere va fi însoțită de documentație tehnică întocmită conform legii.

Format planșă: A4

MP-LED-01	PANOU PUBLICITAR TIP LED – ECRAN DIGITAL DIMENSIUNI PANOU: 4,00 m x 3,00 m (fiecare față) Conform Regulamentului de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în Municipiul Alba Iulia	PRIMĂRIA MUNICIPIULUI ALBA IULIA
i PANOU DISPONIBIL ÎN VARIANTA: 1 FAȚĂ SAU 2 FEȚE (DUBLU – FAȚĂ/SPATE) Atât varianta cu 1 față, cât și varianta cu 2 fețe respectă aceleași dimensiuni și principii de amplasare.		CARACTERISTICI PRINCIPALE - Tip: panou publicitar LED – unipol disponibil în varianta 1 față sau 2 fețe (față/spate) - Amplasare: la sol - Număr fețe: 1 sau 2 (față/spate) - Dimensiuni panou (fiecare față): 4,00 m x 3,00 m - Suprafață afișaj (fiecare față): 12,00 mp - Înălțime totală: max. 5,50 m - Înălțime liberă: min. 2,50 m - Structură: metalică - Fundație: beton armat
1. VEDERE FRONTALĂ (ELEVATIE) 		CONDIȚII DE AMPLASARE - Amplasarea se face numai în baza autorizației de construire. - Se respectă distanțele minime conform regulamentului. - Amplasarea se face exclusiv pe teren cu drept legal de folosință. - Nu se permite afectarea circulației pietonale sau rutiere. - Amplasarea pe domeniul public se face doar prin concesiune/licitație publică.
2. PLAN FUNDATIE (VEDERE DE SUS) 	3. VEDERE 3D (PERSPECTIVĂ) 	ILUMINARE - Iluminarea se va realiza cu lumină constantă. - Este interzisă utilizarea luminii pulsatorii sau intermitente. - Intensitatea luminoasă nu va afecta circulația sau locuințele din zonă. - Alimentarea electrică se va realiza prin rețele subterane.
4. MATERIALE ȘI FINISAJE - Cadru metalic din profile de oțel zincat, vopsit în câmp electrostatic. - Săliș metalic circular/rectangular zincat, vopsit în câmp electrostatic. - ECRAN LED cu module protejate IP65. - Fundație din beton armat clasa C25/30, cu armătură conform calculului de rezistență. - Șuruburi și ancore zincate anti-rugină.	5. REGIM JURIDIC - Construcție provizorie. - Durata maximă de autorizare: – max. 5 ani (proprietate privată) – conform contractului (domeniu public)	OBLIGAȚII - Panoul se va întreține permanent. - Descrierea datelor de identificare. - Desființarea la expirarea autorizației. - Orice modificare necesită reevaluare și autorizare.
NOTĂ IMPORTANTĂ: Prezentul model are caracter orientativ și stabilește dimensiunile și principiile de amplasare acceptate de autoritatea administrației publice locale. Orice propunere va fi însoțită de documentație tehnică întocmită conform legii.		

Format planșă: A4

MP-03 UNIPOL MARE

PANOU PUBLICITAR TIP UNIPOL MARE – 1 FAȚĂ SAU 2 FEȚE

DIMENSIUNI STANDARD DISPONIBILE:

8,00 m x 4,00 m | 10,00 m x 4,00 m | 12,00 m x 4,00 m

Conform Regulamentului de organizare și desfășurare a activității de publicitate, reclamă și afișaj în Municipiul Alba Iulia

PRIMĂRIA
MUNICIPIULUI
ALBA IULIA



PANOU DISPONIBIL ÎN VARIANTA: 1 FAȚĂ SAU 2 FEȚE (DUBLU – FAȚĂ/SPATE)

Construcție tip unipol, amplasare la sol, vizibilitate de la distanță mare.

1. VEDERE FRONTALĂ (ELEVATIE) – EXEMPLU 10,00 m x 4,00 m



CARACTERISTICI PRINCIPALE

- Tip: panou publicitar unipol
- Disponibil în varianta 1 față sau 2 fețe (față/spate)
- Amplasare: la sol
- Număr fețe: 1 sau 2 (față/spate)
- Dimensiuni standard disponibile (fiecăr față):
8,00 m x 4,00 m / 10,00 m x 4,00 m / 12,00 m x 4,00 m
- Suprafață afișaj (exemplu 10x4 m – fiecare față): 40,00 mp
- Înălțime totală: max. 9,00 m*
- Înălțime liberă: min. 5,00 m
- Structură: metalică
- Fundație: beton armat

CONDIȚII DE AMPLASARE

- Amplasarea se face numai în baza autorizației de construire.
- Se respectă distanțele minime conform regulamentului.
- Amplasarea se face exclusiv pe teren cu drept legal de folosință.
- Nu se permite afectarea circulației pietonale sau rutiere.
- Amplasarea pe domeniul public se face doar prin concesionare/licitație publică.

ILUMINARE

- Iluminarea se va realiza cu proiectoare LED amplasate integrat în partea inferioară a panoului.
- Este interzisă utilizarea luminilor pulsatorii sau intermitente.
- Intensitatea luminoasă nu va afecta circulația sau locuințele din zonă.
- Alimentarea electrică se va realiza prin rețele subterane.

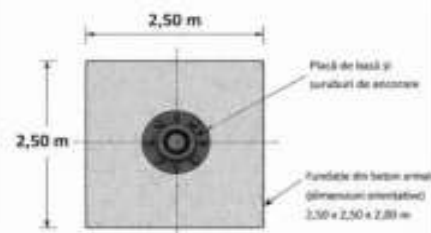
OBLIGAȚII

- Întreținerea permanentă a panoului.
- Descrierea datelor de identificare.
- Desfășurarea la expirarea autorizației.
- Orice modificare necesită reevaluare și autorizare.

6. DATE GENERALE

- Panoul se va întreține în stare bună.
- Nu se vor depăși dimensiunile și parametrii aprobați.
- Orice modificare necesită reevaluare și autorizare.

2. PLAN FUNDATIE (VEDERE DE SUS)



3. VEDERE 3D (PERSPECTIVĂ)



4. MATERIALE ȘI FINISAJE

- Cadru metalic din profil de oțel zincat, vopsit în cîmp electrostatic.
- Sîc metalic simula/tubular din oțel, vopsit în cîmp electrostatic.
- Platformă și pasarelă de întreținere cu balustradă de siguranță.
- Tabla de închidere spate (în varianta 2 fețe).
- Fundație din beton armat clasa C25/30, cu armătură conform calculului de rezistență.
- Suruburi și ancore zincate electrolitice.

5. REGIM JURIDIC

- Construcție provizorie.
- Durata maximă de autorizare:
– max. 5 ani (proprietate privată)
– conform contractului (domeniul public)

NOTĂ IMPORTANTĂ:

Prezentul model are caracter orientativ și stabilește dimensiunile și principiile de amplasare acceptate de autoritatea administrației publice locale. Orice propunere va fi însoțită de documentație tehnică întocmită conform legii.

Format planșă: A4

MP-04 STEAG PUBLICITAR (TIP DRAPEL / TIP LACRIMĂ)		PRIMĂRIA MUNICIPIULUI ALBA IULIA
STEAGURI DISPONIBILE ÎN 2 TIPURI: TIP A – DRAPEL / TIP B – LACRIMĂ Amplasare: la sol, pe domeniul privat sau public (cu acord/autorizație).		
1. VEDERE GENERALĂ (ELEVATIE) TIP A – DRAPEL (DREPTUNGIULAR) Dimensiuni pânză: max. 1,00 m x 3,00 m TIP B – LACRIMĂ (FEATHER FLAG) Lățime maximă: 1,20 m		CARACTERISTICI PRINCIPALE - Tip: steag publicitar (drapel / lacrimă) - Amplasare: la sol / pe suport existent - Număr maxim: 1 – 3 bucăți per amplasament - Înălțime maximă: - tip drapel: 6,00 m - tip lacrimă: 4,00 m - Dimensiuni pânză: - tip drapel: max. 1,00 x 3,00 m - tip lacrimă: lățime max. 1,20 m - Structură: catarg metalic / fibră de sticlă - Material pânză: textil / poliplan / material sintetic - Culori și mesaje conform reglementărilor municipiului
2. SISTEME DE FIXARE (SECȚIUNE) A. CATARG FIXAT ÎN FUNDATIE (permanent) B. SUPORT MOBIL LESTAT (temporar) C. PRINDERE PE STĂLP EXISTENT (cu aviz) <i>Este interzisă ancorarea improvizată sau fixarea directă pe mobilier urban neautorizat.</i>		CONDIȚII DE AMPLASARE - Nu mai în dreptul spațiului care face obiectul activității. - Nu afectează circulația pietonală. - Nu se amplasează în intersecții sau zone cu vizibilitate redusă. - Nu se amplasează în ZPR1 (interdicție totală). - În ZPR2 – doar cu aviz CTATU și design controlat. - Pe domeniul public – doar cu acord și taxă conform regulamentului.
3. PLAN FUNDATIE (PENTRU VARIANTA FIXĂ)		4. EXEMPLE DE AMPLASARE AMPLASARE INDIVIDUALĂ AMPLASARE ÎN GRUP (max. 3 bucăți) <i>Steagurile se amplasează ordonat, fără a obtura vizibilitatea și accesul.</i>
5. MATERIALE ȘI FINISAJE - Catarg: oțel galvanizat / aluminiu / fibră de sticlă. - Pânză: material textil rezistent UV sau poliplan. - Prinderi și accesorii: inox / oțel zincat. - Culori: conforme regulamentului. - Finisaj catarg: vopsea în câmp electrolitic.		ILUMINARE - Nu sunt admise steaguri iluminate. - Este interzisă integrarea de LED, iluminare interioară sau exterioară. - Steagurile se utilizează doar în condiții de vizibilitate naturală.
6. ÎNTREȚINERE - Steagurile trebuie menținute curate, intacte și bine întinse. - Este interzisă utilizarea steagurilor deteriorate sau decolorate. - La vânt puternic sau condiții meteo extreme, steagurile vor fi coborâte de pe suport.		INTERDICȚII SPECIFICE - Utilizarea excesivă (peste 3 bucăți / locație) - Amplasarea în serie pe domeniul public (efect de gard publicitar) - Utilizarea culorilor fluorescente - Degradarea sau ruperea materialului - Folosirea ca substitut de firmă - Ancorarea improvizată sau fixarea pe elemente neautorizate (copaci, stâlpi, mobilier urban etc.)
NOTĂ IMPORTANTĂ: Steagul publicitar nu constituie element principal de identificare (firmă) și nu poate substitui firma. Se respectă prevederile prezentului regulament și ale legislației în vigoare.		REGIM JURIDIC - Publicitate temporară sau permanentă, în funcție de amplasare. - Necesită acord/autorizație conform regulamentului și legislației în vigoare. - Durată maximă (pentru temporar): 30 zile. - Taxă: conform hotărârii Consiliului Local.

Format planșă: A4

MP-05 MESH / PLASĂ FAȚADĂ

MESH / PLASĂ FAȚADĂ

Support flexibil din material textil microperforat (mesh) utilizat pentru afișaj publicitar amplasat pe fațada clădirilor aflate în construcție, reabilitare sau pe schele.

PRIMĂRIA
MUNICIPIULUI
ALBA IULIA



MESH / PLASĂ FAȚADĂ DISPONIBIL:

Numai pe durata lucrărilor de construcție / reabilitare.

1. VEDERE FRONTALĂ – EXEMPLU DE AMPLASARE

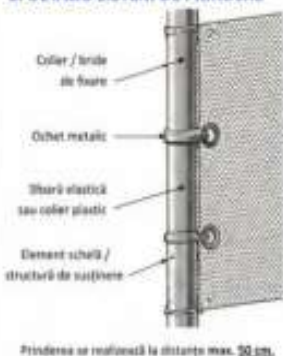


- Mesh-ul acoperă integral suprafața fațadei/ schelei.
- Se fixează la partea superioară, laterală și inferioară.

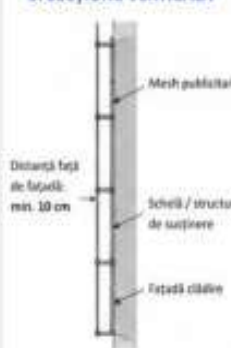
5. CONDIȚII DE AMPLASARE

- Se amplasează numai pe durata lucrărilor de construcție, reabilitare, renovare sau termoizolare.
- Este interzisă utilizarea pe clădirile finalizate.
- Mesh-ul se va integra în cromatica urbană și nu va depăși conturul fațadei/schelei.
- Este interzisă acoperirea elementelor arhitecturale valoroase.
- Amplasarea se face numai pe baza autorizației de construire.
- Se respectă distanțele minime conform regulamentului.
- La finalizarea lucrărilor, materialul se îndepărtează în max. 15 zile.

2. DETALIU SISTEM DE PRINDERE



3. SECȚIUNE VERTICALĂ



4. MATERIAL ȘI CARACTERISTICI

- Material: textil microperforat (mesh) din polyester cu tratament UV.
- Greutate material: 110 – 160 g/mp.
- Grad de transparență: 30 – 50% (asigură trecerea luminii și a aerului).
- Rezistență la vânt, ploaie și raze UV.
- Print digital de mare rezoluție.
- Sistem de prindere sigur, fără deteriorarea fațadei.
- Rezistență la vânt: min. clasa 3.

6. INTERDICȚII

- ❌ Material deteriorat, rupt sau decolorat.
- ❌ Depășirea conturului fațadei/schelei.
- ❌ Fixarea pe elemente decorative ale clădirii.
- ❌ Iluminarea agresivă, intermitentă sau cu efecte speciale.
- ❌ Păstrarea mesh-ului după finalizarea lucrărilor.

7. ILUMINARE

- Iluminarea este permisă doar prin proiectoare de la exterior, orientate uniform.
- Este interzisă iluminarea din interior.
- Se interzic luminile intermitente sau cu schimbare de culoare.

8. EXEMPLE DE AMPLASARE



AMPLASARE CORECTĂ



- Mesh acoperă integral schele.
- Mesaj integrat estetic.



AMPLASARE INCORRECTĂ



- Acoperire parțială.
- Fixare improvizată.



AMPLASARE INCORRECTĂ



- Depășește conturul clădirii.
- Impact vizual negativ.

9. REGIM JURIDIC

- Necesită autorizație de construire / acord de amplasare.
- Durata amplasării: max. durata lucrărilor + 15 zile pentru demontare.
- Se plătește taxa conform HCL.
- Orice modificare necesită reautorizare.

10. NOTĂ IMPORTANTĂ

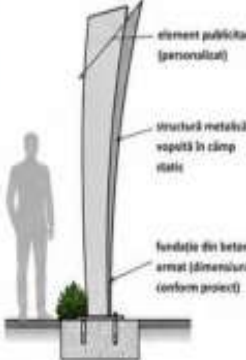
Mesh-ul este un suport temporar de publicitate și nu constituie element permanent de identitate vizuală. Este permis doar în scop informativ și de promovare pe durata execuției lucrărilor.



NOTĂ:

Prezentul model are caracter orientativ și stabilește dimensiunile și principiile de amplasare acceptate de autoritatea administrației publice locale. Orice propunere va fi însoțită de documentație tehnică întocmită conform legii.

Format planșă: A4

MP-06 PROIECT PUBLICITAR SPECIAL	PROIECT PUBLICITAR SPECIAL Structură sau instalație publicitară de dimensiuni, formă și design neobișnuite, integrată în spațiul construit sau amenajat, cu impact vizual semnificativ.	PRIMĂRIA MUNICIPIULUI ALBA IULIA
PROIECT PUBLICITAR SPECIAL DISPONIBIL: Nu mai în baza unui proiect avizat de către Comisia Tehnică de Amenajare a Teritoriului și Urbanism (CTATU) și aprobat prin Autorizație de Construire.		5. CONDIȚII DE AMPLASARE - Amplasarea se face numai în zonele permise: ZPL și ZCR conform Regulamentului. - Nu se amplasează în ZPR1 (interdicție totală). - În ZPR2 amplasarea este permisă doar cu avizul Ministerului Culturii și al CTATU. - Se respectă distanțele minime față de limitele de proprietate, circulații și alte obiective. - Nu afectează elementele de patrimoniu, aleile pietonale și vizibilitățile importante. - Proiectul trebuie să fie integrat în contextul urban și în conceptul arhitectural al zonei.
1. EXEMPLE DE PROIECTE PUBLICITARE SPECIALE  ecran LED integrat în arhitectură  element volumetric cu iluminare integrată  totem / pylon de mari dimensiuni cu design arhitectural	2. SCHEMA DE PRINCIPIU 	6. INTERDICȚII - Se interzice utilizarea formelor agresive, stridente sau care generează disconfort vizual. - Se interzice amplasarea în zona monumentelor istorice și a siturilor arheologice. - Se interzice utilizarea luminilor pulsatorii, intermitente sau dinamice agresive. - Se interzice montarea pe clădiri fără acordul proprietarului și autorizație.
3. CARACTERISTICI - Poate fi realizat în diverse forme: volumetric, sculptural, digital, interactiv. - Materiale de calitate superioară: metal, sticlă, compozit, aluminiu, materiale durabile și rezistente la intemperii. - Finisaje de înaltă calitate, vopsite în câmp electrostatic sau tratate anticoroziv. - poate include elemente de iluminare arhitecturală (LED), integrate discret. - Mesajul publicitar va fi clar delimitat și proporțional cu întregul ansamblu.	4. DIMENSIUNI ORIENTATIVE Înălțime maximă: 12,00 m* * în funcție de amplasament și aviz Lățime maximă: 6,00 m* * în funcție de proiect Suprafață totală afișaj publicitar: max. 30,00 mp* * în funcție de amplasament	8. ILUMINARE - Iluminarea este permisă numai prin surse LED. - Luminile vor fi orientate astfel încât să nu producă disconfort vizual și poluare luminoasă. - Intensitatea luminoasă se va adapta condițiilor de mediu.
7. EXEMPLE DE AMPLASARE AMPLASARE CORECTĂ  - Amplasare în spații publice largi. - Integrat în peisajul urban. - Respectă distanțele și aliniamentele. - Design arhitectural de calitate. AMPLASARE INCORRECTĂ  - Amplasare haotică. - Dimensiuni neadecvate. - Obstrucționarea circulației. - Impact vizual negativ. AMPLASARE INCORRECTĂ  - Iluminare agresivă. - Efecte luminoase intermitente. - Design strident, neintegrat.	11. ÎNTREȚINERE ȘI SIGURANȚĂ - Întreținerea se face permanent de către deținător. - Se asigură siguranța structurii și a instalațiilor electrice. - Orice deteriorare va fi remediată imediat.	
9. AVIZE ȘI APROBĂRI NECESARE - Aviz CTATU - Aviz Comisia de Circulație - Aviz/ Acord proprietar teren / clădire - Autorizație de Construire	10. REGIM JURIDIC - Necesită Autorizație de Construire. - Dreptul de amplasare se stabilește prin licitație publică conform regulamentului. - Durata autorizației: max. 5 ani (cu posibilitate de prelungire). - Se plătește taxa conform HCL în vigoare.	
NOTĂ IMPORTANTĂ: Prezentul model are caracter orientativ. Proiectele publicitare speciale se vor realiza individual, în baza unei documentații tehnice complete și a avizelor specifice, cu respectarea legislației în vigoare și a prezentului regulament. Format planșă: A4		

MP-07 PANOU MOBIL (TIP TREPIED)

PANOU MOBIL (TIP TREPIED)

Support publicitar mobil, cu una sau două fețe de afișaj, amplasat temporar la sol, de tip trepied, destinat promovării activității desfășurate în locația respectivă.

PRIMĂRIA
MUNICIPIULUI
ALBA IULIA



DISPONIBIL ÎN VARIANTA: 1 FAȚĂ SAU 2 FEȚE (FAȚĂ/SPATE)

Panoul mobil nu poate fi amplasat decât în dreptul spațiului în care se desfășoară activitatea comercială/prestarea de servicii.

1. VEDERE GENERALĂ (ELEVATIE)

VARIANTA 1 FAȚĂ



VARIANTA 2 FEȚE (FAȚĂ/SPATE)



2. VEDERE LATERALĂ (PROFIL)



5. CARACTERISTICI PRINCIPALE

- Tip: panou mobil (trepied)
- Număr fețe: 1 sau 2 (față/spate)
- Înălțime maximă: 1,20 m
- Lățime maximă afișaj: 0,70 m
- Grosime maximă (profil): 0,06 m
- Structură: metalică / aluminiu
- Material panou: PVC, compozit, tablă vopsită, plexiglas
- Mobil, ușor de mutat
- Stabilitate asigurată prin greutate proprie și lanț limitator

6. CONDIȚII DE AMPLASARE

- Se amplasează numai în dreptul spațiului/activității care face obiectul promovării.
- Se amplasează pe domeniul privat sau cu acord/taxă pe domeniul public.
- Nu se amplasează pe trotuare cu lățime mai mică de 1,50 m.
- Nu blochează accesul, intrările în clădiri sau traseele pentru persoane cu dizabilități.
- Se respectă distanțele minime față de trecerile de pietoni, intersecții, semafoare și alte obiective conform regulamentului.
- În ZPR1 – interdicție totală.
- În ZPR2 – doar cu aviz CTATU, în condițiile regulamentului.
- Număr maxim admis: 1 buc. / acces (excepțional 2 buc. doar la frontaje lungi, cu aviz).

3. DETALII CONSTRUCȚIE



4. DETALIU BAZĂ (PICIOR)



10. EXEMPLE DE AMPLASARE

AMPLASARE CORECTĂ



În dreptul locului, pe domeniul privat.



Pe domeniul public, cu acord și taxă, fără a bloca circulația.



Pe trotuar cu lățime suficientă, fără a bloca accesul.

AMPLASARE INCORRECTĂ



Blochează circulația pietonilor.



Amplasare în serie (fără aviz publicitar).



Amplasat în fața intrării/activității.

7. INTERDICȚII

- ❌ Amplasarea în afara locației/activității.
- ❌ Amplasarea în serie sau grupuri.
- ❌ Blocarea circulației pietonilor.
- ❌ Fixarea de stâlpi, copaci, mobilier urban.
- ❌ Utilizarea de mijloc de iluminare.
- ❌ Afișarea de conținut indecent, discriminator sau care generează disconfort vizual.
- ❌ Lăsarea panoului pe timp de noapte în afara intervalului de funcționare a activității.

8. ILUMINARE

- Iluminarea panourilor mobile nu este permisă.
- Nu se admit surse de lumină, LED-uri sau elemente luminoase integrate.

11. MATERIALE ȘI FINISAJE

- Cadru metalic sau aluminiu vopsit în culoare electrolitic.
- Panou față din material compozit, PVC, tablă vopsită sau plexiglas.
- Inscrupționare: print digital / autocollant / rețetă de calitate, rezistentă la UV și intemperii.
- Elemente de înălțare și lanț din oțel zincat.

12. OBSERVAȚII



- Panoul mobil este un element de promovare auxiliară, care nu poate înlocui forma comercială.
- Afișajul trebuie să fie îngrijit, curat și în stare bună de întreținere.
- La încetarea activității panoul se îndepărtează imediat.



NOTĂ IMPORTANTĂ:

Prezentul model are caracter orientativ și stabilește dimensiunile și principiile de amplasare acceptate de autoritatea administrației publice locale. Orice propunere va fi însoțită de documentație tehnică întocmită conform legii.

Format planșă: A4

MP-08 SEMNALISTICĂ DIRECȚIONALĂ / TOTEM MIC

SEMNALISTICĂ DIRECȚIONALĂ / TOTEM MIC

Elemente de semnalizare și orientare realizate sub formă de totem sau panou direcțional, destinate informării privind locația, accesul, serviciile sau direcțiile către o activitate.

PRIMĂRIA
MUNICIPIULUI
ALBA IULIA



DISPONIBIL ÎN VARIANTE:

A. TOTEM MIC | B. PANOU DIRECȚIONAL PE SUPORT | C. PANOU DIRECȚIONAL PE FAȚADĂ

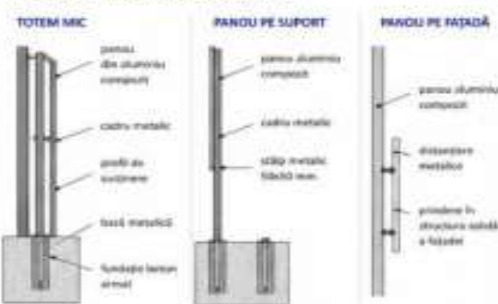
1. VARIANTE DE SEMNALISTICĂ



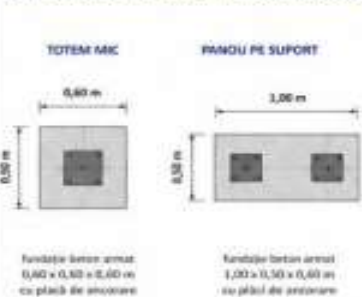
2. CARACTERISTICI PRINCIPALE

- Tipuri: totem mic / panou pe suport / panou pe fațadă
- Rol: orientare, informare, dirijare către servicii sau acces
- Înălțime maximă totem: 2,20 m
- Dimensiuni maxime panou la sol: 1,20 x 1,50 m
- Dimensiuni maxime panou pe fațadă: 1,20 x 0,60 m
- Grosime maximă element panou / totem: 80 mm
- Materiale: metal, aluminiu, compozit, sticlă securizată, PVC, cu finisaje de calitate
- Culori: neutre, integrate în contextul urban
- Mesajele sunt informative, fără conținut publicitar
- Iluminare: permisă doar prin LED-uri integrate (fără efecte dinamice)

3. SECȚIUNE / DETALIU CONSTRUCTIE



4. PLAN FUNDATIE (PENTRU VARIANTELE LA SOL)



5. CONDIȚII DE AMPLASARE

- Se amplasează exclusiv în incinta care face obiectul activității.
- Nu se amplasează pe domeniul public fără acord și taxă.
- Nu se amplasează în ZPR1 (interdicție totală).
- În ZPR2 – doar cu aviz CTATU și respectarea condițiilor regulamentului.
- Nu obturează circulația pietonală, vizibilitatea sau accesul.
- Se respectă distanțele minime față de domeniul public și proprietăți învecinate.

6. EXEMPLE DE AMPLASARE



AMPLASARE INCORRECTĂ



7. INTERDICȚII

- Se interzice utilizarea în scop publicitar sau promoțional.
- Se interzic dimensiunile și înălțimile care depășesc limitele admise.
- Se interzic culorile stridente, fluorescențele sau efectele luminoase dinamice.
- Se interzice amplasarea în serie pe domeniul public.
- Se interzice fluxarea pe stâlpi, copaci, mobilier urban sau alte elemente reutilizate.
- Se interzice acoperirea elementelor decorative ale clădirilor.

8. ILUMINARE



- Este permisă doar iluminarea prin LED-uri integrate în structură.
- Lumina va fi orientată discret, fără poluare luminoasă.
- Nu sunt permise efecte dinamice, pulsatorii sau intermitente.

9. MATERIALE ȘI FINISAJE

- Structuri: metal vopsit în câmp electrolitic / aluminiu.
- Perouri: aluminiu compozit, PVC de înaltă calitate, sticlă securizată, acril.
- Inscripționare: pictă digital / gravură / litere decupate.
- Finisaje: mate sau satenate, rezistente la UV și intemperii.
- Culori recomandate: gri antracit, negru, alb, argintiu, verde închis, tonuri naturale.

10. REGIM JURIDIC

- Necesită acord/autorizație (după caz).
- Pe domeniul public – doar cu acord și taxă.
- Durata amplasării: pe perioada funcționării activității la locația respectivă.
- Se ridică/îndepărtează la solicitarea autorității locale.
- Orice modificare necesită reautorizare.

ZONE DE PROTECȚIE

- ZPR1 – interdicție totală**
- ZPR2 – permis doar cu aviz CTATU + Ministerul Culturii**
- ZPL – permis**



NOTĂ IMPORTANTĂ:

Prezentul model are caracter orientativ și stabilește dimensiunile și principiile de amplasare acceptate de autoritatea administrației publice locale. Orice propunere va fi însoțită de documentație tehnică însoțită conform legii.

Format planșă: A4

MP-09

**FIRME
(MIJLOACE DE IDENTIFICARE)**

FIRME – MIJLOACE DE IDENTIFICARE

Elemente permanente de identificare a sediului unei persoane fizice sau juridice, care indică denumirea, marca, sigla sau profilul activității desfășurate.

**PRIMĂRIA
MUNICIPIULUI
ALBA IULIA**

DEFINIȚIE:

Firma este mijlocul de identificare prin care se semnalizează prezența și activitatea unei persoane fizice sau juridice la sediul / punctul de lucru.

2. PRINCIPII GENERALE

- Firma trebuie integrată arhitectural în clădire și în fațada străzii.
- Dimensiunile și designul vor fi proporționale cu spațiul pe care îl deservesc.
- Se va respecta caracterul zonei și specificul clădirii.
- Nu se admite poluarea vizuală prin amplasarea excesivă sau agresivă.

1. TIPURI DE FIRME ADMISE

A. FIRMA LITERĂ VOLUMETRICĂ
(aplicată pe fațadă)



vedere frontală secțiune

max. 0,30 m

(lungime maximă frontală)

B. FIRMA PÂNDE PLAN
(aplicată pe fațadă)



vedere frontală secțiune

max. 0,60 m

max. L = 80% din dezvoltarea spațiului

C. FIRMA PERPENDICULARĂ
(pe cornișă)



vedere laterală secțiune

max. 0,80 m max. 0,20 m

max. L = 80% din dezvoltarea spațiului

D. FIRMA PE MARQUIZĂ / COPERȚINĂ



vedere frontală

max. 0,20 m

max. L = 80% din dezvoltarea spațiului

E. FIRMA PE GLAȚ / BANDEAU



vedere frontală

max. 0,30 m

max. L = 80% din dezvoltarea spațiului

3. DIMENSIUNI ȘI AMPLASARE

TIP FIRMA	ALĂZIME MAX.	PROIECȚIE MAX.	LUNGIME MAX.	COMENTARII
A. Literă volumetrică	0,30 m	0,03 – 0,05 m	80% din dezvoltarea spațiului	Fără direct pe fațadă
B. Pânză plan	0,60 m	0,05 m	80% din dezvoltarea spațiului	Fără elemente volumetrice deosebite
C. Perpendiculară	0,80 m	1,00 m	—	Amplasată la max. 2,30 m de la sol
D. Pe marquiză	0,30 m	—	80% din dezvoltarea spațiului	Integrată în marquiză
E. Pe glaz / bandeau	0,30 m	—	80% din dezvoltarea spațiului	Amplasare permisă pe dezvoltare

Notă: Toate dimensiunile sunt maxime admise și se stabilesc în funcție de specificul clădirii și al zonei.

4. MATERIALE ȘI FINISAJE ADMISE

- Litere volumetrice: metal, aluminiu, PVC, materiale compozite, plexiglas.
- Pânzuri: metal, aluminiu compozit, lemn tratat, sticlă, materiale compozite.
- Culorile și finisajul se vor integra în cromatica fațadei și în caracterul arhitectural al clădirii.
- Se interzic culorile strălucitoare, fluorescente sau reflectorizante.
- Suprafața firmei poate fi iluminată doar cu lumini statice, discrete, nepoluante.
- Nu se permite iluminarea interioară, strălucitoare sau cu efecte dinamice.

5. CONDIȚII DE AMPLASARE

- Firma se amplasează numai pe clădirea / spațiul în care se desfășoară activitatea.
- O singură firmă principală pentru fiecare fațadă / dezvoltare.
- Suplimentar se poate admite o firmă perpendiculară (pe cornișă).
- Nu se permite amplasarea firmei deasupra etajului 1 (de la parter).
- Nu se permite acoperirea elementelor arhitecturale valoroase.
- Nu se permite amplasarea pe balcon, parapet sau pe acoperiș.
- Se va evita accesul pentru înfrățirea și îndolăgarea firmei.

6. EXEMPLE DE AMPLASARE



✓ Proporțională cu spațiul și integrată în fațadă



✓ Perpendiculară amplasată în locașul corect



✓ Firmă direct, culoare vizibilă



✗ Dimensiuni excesive, neproporționale



✗ Amplasare în serie / grupuri pe aceeași fațadă



✗ Sumare agresivă, culori strălucitoare

7. INTERDICȚII

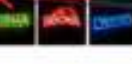
- Se interzice utilizarea de forme și dimensiuni care depășesc limitele admise.
- Se interzice amplasarea în număr excesiv pe aceeași fațadă.
- Se interzice utilizarea culorilor strălucitoare, fluorescente sau reflectorizante.
- Se interzice iluminarea interioară, strălucitoare sau cu efecte dinamice.
- Se interzice acoperirea ornaamentelor, timplicilor, ferestrelor sau elementelor de profiluri.
- Se interzice montarea pe balcon, parapet sau în locuri nepermise structural.

8. ILUMINARE

Iluminat static, indirect, cu surse ascunse



Iluminat fluorescent, strălucitor sau cu efecte dinamice



10. MATERIALE ȘI FINISAJE

- METAL / ALUMINIU: Surubii, tratat anticoroziv, finisaj mat / luciu.
- PVC / COMPOZIT: Ușor, rezistent, pentru pânzuri plane.
- PLEXIGLAS / STICĂ: Pentru litere și pânzuri, rezistent la zgârieturi.
- LEMN TRATAT: Doar în culori naturale, protecție UV și antivermizi.

11. ZONE DE PROTECȚIE



ZPR1 – interdicție totală
ZPR2 – permis doar cu avizul CTATU și Ministerul Culturii
ZPL – permis

În zonele protejate, dimensiunile, materialele și culorile se stabilesc prin acte specifice și trebuie să respecte caracterul arhitectural al zonei.

12. NOTĂ IMPORTANTĂ

Firma este mijlocul principal de identificare. Ea trebuie să fie discretă, elegantă și integrată armonios în clădire și în spațiul urban. Publicitatea se realizează doar prin mijloace prevăzute în prezentul regulament.

NOTĂ: Prezentul model are caracter orientativ și stabilește dimensiunile și principiile de amplasare acceptate de administrația administrației publice locale. Orice propunere va fi însoțită de documentație tehnică întocmită conform legii.

Format planșă: A4

ALBA IULIA

REGULAMENT DE ORGANIZARE ȘI DESFĂȘURARE A ACTIVITĂȚII DE PUBLICITATE, RECLAMĂ ȘI AFIȘAJ

47 / 49

MP-10 VITRINE ȘI EXPOZOARE		VITRINE ȘI EXPOZOARE REGULI DE AMENAJARE ȘI UTILIZARE Vitrina face parte din arhitectura fațadei și contribuie la calitatea spațiului urban. Se urmărește transparența, coerența vizuală și integrarea în context.		PRIMĂRIA MUNICIPIULUI ALBA IULIA	
1. VEDERE FAȚADĂ – EXEMPLU CONFORM  - Firmă amplasată corect, integrată în fațadă - Transparență minimă recomandată: 80-90% - Interior vizibil, produse expuse ordonat și elegant - Vitrină curată, fără colanți sau aglomerări - Materiale de calitate, întreținere corespunzătoare		2. EXEMPLE NECONFORME – INTERZIS  INTERZIS – OBSTRUCȚIE TOTALĂ A TRANSPARENTEI  INTERZIS – SUPRAÎNCĂRCARE VIZUALĂ  INTERZIS – ASPECT NEÎNCADRATE, FUNCȚIE INCORESPUNZĂTOARE			
3. REGULI DE UTILIZARE ✓ ESTE PERMIS: - exponerea produselor și serviciilor proprii - sisteme interioare de prezentare discrete - elemente temporare (sezoniere, promoții) - holi subțiri pe perete, în condiții speciale ✗ ESTE INTERZIS: - colanți integrați a vitrinei - aplicarea de publicitate direct pe geam - depozitarea de obiecte, ambalaje, materiale vizibile din exterior - afișajul necontrolat, aglomerat		4. SITUAȚII SPECIALE A. ACTIVITĂȚI SENSIBILE (ex. servicii funerare) ✓ PERMIS: - sticlă subțilă - ecran translucid  ✗ INTERZIS: - exponerea produselor sau accesoriilor B. IMPOSIBILITATE AMPLASARE FIRMĂ PE FAȚADĂ ✓ PERMIS: - firmă în vitrină (max. 30% din suprafața vitrinei) - poziționare discretă, neagresivă 		5. PROPORȚII RECOMANDATE Transparență vizuală minimă: 70%  min. 70% TRANSPARENTĂ max. 30% ELEMENTE DE IDENTIFICARE (firmă în vitrină, logo, text etc.) Elementele de identificare în vitrină nu pot depăși 30% din suprafața vitrină.	
6. MATERIALE ȘI FINISAJE ✓ RECOMANDATE: - sticlă clară de calitate - holi subțiri pe perete (unde este justificat) - sisteme interioare demontabile - care subțiri metalice sau din aluminiu  ✗ INTERZISE: - autocollant integral - mesh, banner, materiale adese - elemente stilizate, culori neon - materiale imprimate		7. INTEGRARE URBANĂ ✓ SE RECOMANDĂ: - corelarea vitrinei cu firma și fațada - unitate de ritm și culoare în ansamblu - compatibilitate cu arhitectura clădirii - menținerea liniilor arhitecturale  ✗ SE EVITĂ: - fragmentarea fațadei prin grafici stridente - competiție vizuală cu vecinătăți - lumini agresive sau colorate - elemente supra-dimensionale 			
8. RECOMANDĂRI GENERALE		9. REGIM JURIDIC - Vitrina este considerată element arhitectural al fațadei. - Orice intervenție necesită acordul/autorizația cîrmii regulamentului local și legislației în vigoare. - Se vor respecta prevederile RLU, PUG și prezentul regulament. - Nerespectarea regulilor se sancționează conform legii.			
NOTĂ IMPORTANTĂ: Vitrina nu este suport publicitar, ci element arhitectural al fațadei. Orice intervenție trebuie să respecte principiile de transparență, integrare urbană și calitate arhitecturală. Format planșă: A4					

MP-11
TOTEM LED DE INFORMARE URBANĂ

TOTEM LED DE INFORMARE URBANĂ – 75" CU FAȚĂ DUBLĂ
Mobilier urban digital pentru informare publică, culturală, turistică și comercială.
Permis în ZPR1 și ZPR2 pe domeniul public, cu respectarea condițiilor de amplasare.
MODEL CU CARACTER INFORMATIV DE PREZENTARE.

PRIMĂRIA
MUNICIPIULUI
ALBA IULIA

1. EXEMPLU DE AMPLASARE PE DOMENIUL PUBLIC

AMPLASARE CORECTĂ:

- Nu înconjură circulația pietonală
- Integrat în mobilierul urban
- Mesaje de interes public, turistic, cultural și comercial
- Amplasare la inițiativa și în administrarea administrației publice locale
- Pe domeniul public

2. DIMENSIUNI ȘI SPECIFICAȚII TEHNICE

MODEL RECOMANDAT (exemplu generic)
Totem outdoor 75 inch cu față dublă

- Screen Size: 75 inch X 2
- Display Area (mm): 919 (W) x 1610 (H)
- Display dimensions (mm): 2350 (H) x 1130 (W) x 270 (D)
- Panel Technology: Industrial A Grade LED Panel
- Resolution: 2160 x 3840 Pixel
- Luminosity: 3000 cd/m²
- Full double (2 screens)
- Structure material: Steel
- Anti-theft protection system
- Vandal proof and robust integrated
- System of monitoring and maintenance by distance

3. REGULI DE AMPLASARE

CONDIȚII OBLIGATORII:

- Amplasare pe domeniul public
- Nu reduce lățimea utilă a trotuarului sub 1,50 m
- Distanță minimă față de aliniament: 0,50 m
- Nu blochează accese, rampe, accesibilitate sau vizibilitatea la intersecții
- Nu se amplasează în zonele verzi sau în imediata vecinătate a monumentelor istorice fără aviz

4. ZONE PERMISE – PERMIS ÎN ZPR1 ȘI ZPR2
ZPR1 – ZONA DE PUBLICITATE RESTRĂNSĂ 1

PERMIS
ZPR2 – ZONA DE PUBLICITATE RESTRĂNSĂ 2

PERMIS
În ZPR1 și ZPR2 este permisă amplasarea de totem LED pentru informare publică, mesaje culturale, turistice și publicitate comercială, în regim integrat și echilibrat.

5. CONDIȚII TEHNICE DE FUNCȚIONARE
 Reglare automată a intensității luminoase în funcție de lumina ambientală.
 Reducerea intensității la maximum 60% între orele 22:00 – 06:00.
 Fără surse de căldură, incendiu sau surse agresive.
 Temperatură de operare: -30°C – +50°C.
 Grad de protecție minim: IP65.
 Sistem de monitorizare și administrare centralizată.

6. CONȚINUT PERMIS / INTERZIS
CONȚINUT PERMIS:

- Informații de interes public (evenimente, transport, anunțuri oficiale)
- Informații culturale și turistice
- Wayfinding și orientare urbană
- Publicitate comercială (permisă)
- Campanii publice ale autorităților locale

CONȚINUT INTERZIS:

- Conținut cu caracter electoral
- Mesaje ofensatoare sau discriminatoare
- Conținut care afectează siguranța rutieră
- Anunțuri de natură agresivă

7. DETALII CONSTRUCTIVE

- Structură metalică rezistentă la vandalism
- Screen LED 75" Industrial, față dublă
- Sistem securitate anti-reflexe
- Sistem de ventilație și răcire integrat
- Sistem de acces încuiat
- Socla fixată la fundație (ancorare în beton)

8. ANCORARE PE DOMENIUL PUBLIC

Punct de ancorare metalice în beton

min. 0,50 m față de aliniament

min. 1,50 m față de trotuar

9. ILUMINARE NOCTURNĂ

- Luminositate maximă: 3000 cd/m² (sau conform fișei tehnice)
- Luminositate noaptea (22:00 – 06:00): max. 60% din capacitatea maximă

Conform Art. 12 din Regulamentul privind publicitatea în Municipiul Alba Iulia.

NOTĂ IMPORTANTĂ
Acest tip de totem LED este mobilier urban de informare publică și nu are caracter publicitar predominant.
Exploatarea se face exclusiv de către administrația publică locală.

AVIZE NECESARE

- ✓ Acordul Primăriei Municipiului Alba Iulia
- ✓ Aviz Comisia de urbanism și amenajarea teritoriului
- ✓ Aviz, după caz, de la Direcția Județeană pentru Cultură (doar în cazul monumentelor istorice)

FORMAT PLANȘĂ: A3
Scara: 1:50