

Regimul juridic al mijloacelor de publicitate

Alexandra Zastavnețchi (senior associate Filip & Company) și Ilinca Porojan-Gheajă (associate Filip & Company)

Întâlnite în fiecare localitate mare sau mică, mijloacele de publicitate reprezintă o constantă în societatea actuală, fiind deopotrivă responsabile pentru creșterea sau menținerea vadului comercial al operatorilor economici, dar și pentru neajunsurile peisagistice ori funcționale ale zonelor urbane. În legislația noastră, mijloacele de publicitate sunt reglementate în principal de Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate („Legea 185/2013”), dar și de alte acte normative. În cele ce urmează ne propunem să realizăm o scurtă trecere în revistă a principalelor aspecte relevante din perspectiva regimului juridic aplicabil mijloacelor de publicitate.

Noțiuni introductive

Mijloacele de publicitate reprezintă ansamblul de elemente constructive folosite în scopul prezentării unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesionale ori a unui eveniment, legea oferind o clasificare amplă a acestor mijloace (suporturi publicitare, mesh-uri, ecrane publicitare etc.). Potrivit Legii 185/2013, autoritățile administrației publice locale ale municipiilor și orașelor, dar și ale comunelor cu monumente înscrise în Lista patrimoniului mondial UNESCO aprobă prin hotărâre a consiliului local regulamentul local de publicitate. Rolul acestui regulament este de a stabili zonele și locurile în care este permisă amplasarea de mijloace de publicitate, precum și de a stabili categoriile de mijloace de publicitate admise în aceste zone. În cazul comunelor care nu au monumente înscrise în Lista patrimoniului mondial UNESCO, autoritățile locale pot adopta astfel de regulamente de publicitate ori pot controla această activitate direct în baza Legii 185/2013.

Regulamentele locale de publicitate vor delimita două zone, în corelare cu documentațiile de urbanism aprobate:

(i) zonele de publicitate restrânsă – zone cu restricții speciale precum zone construite protejate, zone de protecție a monumentelor istorice, zone de protecție ale obiectivelor cu valoare arhitecturală și



Alexandra Zastavnețchi
(senior associate Filip & Company)

(ii) zonele de publicitate lărgită – zone în care pot fi amplasate toate categoriile de mijloace de publicitate. În cadrul zonelor de publicitate restrânsă pot fi delimitate spații în care este interzisă amplasarea mijloacelor de publicitate, cu excepția firmelor, care vor fi avizate de către arhitectul-șef și/sau persoana cu atribuții de urbanism din cadrul unității administrativ-teritoriale. Totodată, indiferent de tipul de zonă de publicitate, legea instituie anumite locații în care amplasarea mijloacelor de publicitate este interzisă, precum în ariile naturale protejate de interes național și internațional, cu excepția intravilanului incluse în acestea, în spații verzi cu caracter ornamental sau cu valoare deosebită sau în incinta și pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcașurilor de cult, troițelor, scuarurilor, parcurilor și grădinilor publice.

Amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate

Mijloacele de publicitate pot fi amplasate atât pe domeniul public sau privat al statului și al unităților administrativ-teritoriale,



Ilinca Porojan-Gheajă
(associate Filip & Company)

cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, cu acordul acestora. În ceea ce privește procedura de autorizare, amplasarea și executarea lucrărilor privind mijloacele de publicitate sunt realizate în baza unor documente diferite, în funcție de tipul mijlocului de publicitate și/sau al construcției-suport:

- i) avizul – pentru amplasarea mijloacelor de publicitate temporară, având structuri fără fundație;
- ii) autorizația de construire pentru construcții provizorii - în acest caz, emitentul autorizației va preciza durata de autorizare a suportului construcției mijlocului de publicitate, aceasta putând fi prelungită în condițiile legii. La expirarea duratei, amplasamentul trebuie readus la starea inițială, inclusiv prin înierbare sau asfaltare, sub sancțiunea unei amenzi contravenționale de până la 20.000 lei și posibilitatea autorităților publice de a dispune desființarea pe cale administrativă, fără autorizație de desființare, a suportului mijlocului publicitar;
- iii) autorizația de construire eliberată pentru organizarea de șantier – în cazul mijloacelor de publicitate amplasate pe schelele montate pe fațadele construcțiilor noi, aflate în



diferite faze de execuție, sau ale celor existente, aflate în reparație, ori pe elementele de împrejmuire a șantierului, inclusiv pe utilajele folosite la lucrările de construcție; și iv) autorizația de construire – în situația în care construcția-suport are fundație și caracter permanent.

Obligațiile proprietarilor construcțiilor-suport

Legea 185/2013 prevede o serie de obligații în sarcina proprietarilor construcțiilor-suport. Astfel, în situația în care proprietarul construcției-suport pentru mijloace de publicitate nu are contracte de publicitate în derulare, acesta va afișa materiale privind propria activitate sau materiale privind campanii educaționale, umanitare, sociale, culturale de interes public. Mai mult, proprietarul construcției-suport pentru mijloacele de publicitate are obligația afișării permanente de materiale publicitare, sub sancțiunea desființării acesteia, atunci când autoritatea constată lipsa afișării materialelor publicitare pe o perioadă mai mare de 60 zile.

În ceea ce privește obligația de menținere a siguranței și funcționalității construcțiilor-suport pentru panouri publicitare, Legea 185/2013 prevede anumite perioade la expirarea cărora trebuie realizate o serie de verificări.

Cu titlu de exemplu menționăm că în cazul amplasării panourilor publicitare, a ecranelor și publicității luminoase pe clădiri verificarea construcției se realizează prin reexpertizarea tehnică, la fiecare 10 ani de la data emiterii autorizației de construire pentru amplasarea structurii publicitare, sau ca urmare a acțiunilor factorilor de risc naturali/antropici asupra construcției/elementului constructiv care susține structura publicitară.

Reguli speciale referitoare la locul amplasării mijloacelor de publicitate

O serie de considerații suplimentare trebuie avute în vedere în cazul anumitor amplasamente, după cum urmează:

Amplasarea pe un teren

Amplasarea construcției-suport a mijlocului de publicitate poate ridica anumite probleme legate de drepturile ce pot fi securizate pe terenul respectiv.

Ca regulă, numai un drept real (precum dreptul de proprietate sau dreptul de suprafață) conferă titularului posibilitatea de a edifica construcții pe un teren. Prin excepție, în cazul construcțiilor cu caracter provizoriu, autorizația de construire va putea fi emisă și în baza unui contract de locațiune sau comodat. Pentru considerații suplimentare în acest sens, vă rugăm să consultați articolul "Construirea pe terenuri închiriate, o alternativă viabilă", publicat pe www.arenaconstruct.ro

Având în vedere că legea prevede eliberarea de autorizații pentru construcții provizorii pentru anumite astfel de structuri, considerăm că ar fi suficientă încheierea unui contract de închiriere, cu mențiunea că acesta va viza fie însuși suportul publicitar, caz în care autorizația de construire va fi emisă pe numele proprietarului terenului, fie terenul în sine, caz în care contractul va include acordul proprietarului de amplasare a mijlocului de publicitate, autorizația fiind emisă în acest caz pe numele locatarului.

Totodată, în cazul panourilor publicitare, persoana interesată trebuie să acorde atenție deosebită amplasării efective a acestora, întrucât legea prevede că proiecția la sol a panourilor publicitare trebuie să fie în totalitate în limitele proprietății pe care au fost autorizate.

În zona drumurilor publice

Amplasarea de mijloace de publicitate în zona drumurilor publice atrage incidența OG 43/1997 privind regimul drumurilor.

Potrivit legii, este interzisă amplasarea pe drumurile publice, pe lucrările de artă aferente acestora sau în zona drumului a oricăror panouri, inscripții, pancarte, gravuri, afișe sau alte mijloace de publicitate sau reclamă, fără acordul prealabil și autorizația de amplasare și/sau de acces la zona drumului public, emise de administratorul drumului respectiv. Astfel, pe lângă autorizația de construire, persoana interesată va trebui să

obțină și acordul prealabil și autorizația de amplasare și/sau de acces în zona drumului public, emise de administratorul drumului. Totodată, dată fiind importanța arterelor de circulație, deținătorii cu orice titlu ai panourilor publicitare, sunt obligați ca în termen de 60 de zile de la primirea înștiințării să execute, pe cheltuiala lor și fără nicio despăgubire din partea administratorului drumului, demolarea, mutarea sau modificarea acestora, dacă acest lucru este impus de construirea, modernizarea, modificarea, întreținerea sau exploatarea drumului public, precum și de asigurarea condițiilor pentru siguranța circulației.

Condominii

În cazul mijloacelor de publicitate amplasate pe condominii, devin incidente prevederile art. 39 din Legea 196/2018 privind înființarea, organizarea și funcționarea asociațiilor de proprietari și administrarea condominiilor care prevăd că orice amplasare de mijloace publicitare pe fațada și/sau pe terasa/învelitoare a imobilului, se face cu acordul a două treimi din proprietarii membri ai asociației de proprietari, al tuturor proprietarilor direct afectați și pe baza autorizației de construire.

Pentru o analiză mai amplă asupra situațiilor când acordul asociației de proprietari este necesar, vă rugăm să consultați articolul "Acordul asociației de proprietari în cadrul condominiilor – când este necesar?", publicat pe www.arenaconstruct.ro ■