

## GUVERNUL ROMÂNIEI



## HOTĂRÂRE

### **pentru aprobarea Regulamentului cadru privind amplasarea mijloacelor de publicitate**

În temeiul art. 108 din Constituția României, republicată, și al art.27 din Legea nr.148/2000 privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare,

Guvernul României adoptă prezenta hotărâre.

### **Capitolul I – DISPOZIȚII GENERALE**

**Art. 1.**– Se aprobă *Regulamentul-cadru privind amplasarea mijloacelor de publicitate*, denumit în continuare *Regulament-cadru*.

**Art. 2.**– *Regulamentul-cadru* reprezintă sistemul unitar de norme tehnice și juridice care stă la baza exercitării activității de amplasare a mijloacelor de publicitate în localități, inclusiv pe drumurile publice din România, în vederea asigurării condițiilor pentru un cadru construit coerent, armonios, sigur și sănătos, pentru protecția valorilor mediului natural și antropic, precum și pentru prezervarea calității peisajului.

**Art. 3.** – Prevederile prezentului *Regulament-cadru* se aplică autorităților administrației publice, precum și tuturor persoanelor fizice și juridice implicate în activitatea de publicitate.

**Art. 4.** – În înțelesul prezentului *Regulament-cadru*, termenii și expresiile utilizate se definesc conform Anexei, care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

## **Capitolul II – APROBAREA EXECUTĂRII LUCRĂRILOR PENTRU AMPLASAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE**

**Art. 5.–** (1) Aprobarea executării lucrărilor pentru amplasarea mijloacelor de publicitate se realizează prin autorizația de construire, emisă în condițiile legii.

(2) La emiterea autorizației de construire, emitentul va include obligatoriu precizări privind obligațiile care decurg din caracterul provizoriu și durata de existență limitată a obiectivului autorizat, inclusiv precizări privind termenul de încetare a funcționării acestuia.

(3) Amplasarea de mijloace de publicitate pe schelele montate pe fațadele construcțiilor aflate în curs de execuție a lucrărilor de intervenții, ori pe elementele de împrejmuire a șantierului aferent se face cu condiția autorizării amplasării acestora împreună cu lucrările privind organizarea executării lucrărilor de construcții, sau ulterior, pentru o perioadă mai mică sau cel mult egală cu durata autorizată a organizării de șantier.

**Art. 6. –** (1) În cazul în care, la expirarea termenului de încetare a funcționării mijlocului de publicitate autorizat prevăzut la art. 5 alin. (2), nu a fost obținută prelungirea acestui termen, proprietarul construcției suport de publicitate are obligația desființării mijlocului de publicitate și aducerii imobilului la starea inițială.

(2) În situația în care, în termen de 15 zile de la data expirării termenului de încetare a funcționării mijlocului de publicitate autorizat, prevăzut la art. 5 alin. (2), proprietarul construcției suport de publicitate nu a îndeplinit obligațiile prevăzute la alin. (1), autoritățile administrației publice locale dispun desființarea acestora pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate pe care acestea sunt amplasate, fără emiterea unei autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor judecătorești

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

(4) Procedura prevăzută la alin. (2) poate fi declanșată din oficiu de către autoritatea administrației publice locale sau la solicitarea deținătorului legal al imobilului.

(5) Proprietarii mijloacelor de publicitate au obligația de a lua măsurile necesare pentru întreținerea și repararea acestora, ori de câte ori este necesar.

**Art. 7. –** Pentru amplasarea mijloacelor de publicitate care nu necesită fundații utilizate în cadrul unor campanii publicitare și/sau activități de promovare pe termen scurt, care se desfășoară pe domeniul public sau privat al statului sau al unității administrativ-teritoriale, ori pe proprietatea privată a persoanelor fizice și juridice, în condițiile prezentului Regulament-cadru, autoritatea administrației

publice locale poate emite avize pentru publicitate temporară, la cererea solicitanților.

**Art. 8.** – Perioada de valabilitate a avizului pentru publicitate temporară prevăzută la art. 7 este de maximum 30 de zile și poate fi prelungită o singură dată, la cererea solicitantului, cu o perioadă egală cu cea aprobată inițial.

### **Capitolul III – REGULI GENERALE PRIVIND STABILIREA ZONELOR DE PUBLICITATE**

**Art. 9.** – (1) Autoritățile administrației publice locale din municipii și orașe, precum și comunele cu monumente înscrise în Lista patrimoniului mondial - UNESCO, au obligația de a aproba prin hotărâre a Consiliului Local, respectiv a Consiliului General al Municipiului București, regulamentul local de publicitate, cuprinzând inclusiv delimitarea în cadrul teritoriului administrat, a zonelor de publicitate lărgită și respectiv a zonelor de publicitate restrânsă, în corelare cu documentațiile de urbanism aprobate.

(2) În cadrul regulamentului, pentru fiecare categorie de zona se vor stabili amplasamentele și categoriile de mijloace de publicitate admise.

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

**Art. 10.** – (1) *Zonele de publicitate restrânsă* sunt zone din localitate în care se impun restricții speciale sau/și sunt permise numai anumite categorii de mijloace de publicitate.

(2) Categoriile de mijloace de publicitate premise conform alin. (1) sunt stabilite prin regulamentul local, astfel încât prin dimensiuni, formă sau amplasare să nu altereze caracteristicile arhitecturale și ambientale ale zonei.

(3) Zonele de publicitate restrânsă sunt, dar fără a se limita la acestea: zonele construite protejate stabilite prin documentațiile de urbanism aprobate în condițiile legii, centrele istorice ale localităților precum și zonele de protecție ale monumentelor istorice, monumentelor de for public și/sau monumentelor naturii, zonele de protecție ale obiectivelor cu valoare arhitecturală și/sau ambientală deosebită.

**Art. 11.** – (1) *Zonele de publicitate lărgită* sunt zone în care pot fi amplasate toate categoriile de mijloace de publicitate.

(2) Pentru zonele de publicitate lărgită, autoritățile administrației publice locale au obligația, prin regulamentele locale și prin autorizațiile de construire emise, să asigure coerența imaginii urbane.

**Art. 12.** – (1) În vederea punerii în aplicare a prevederilor prezentului regulament-cadru, primarul /primarul general al municipiului București, în aria sa de competență, prin direcția specializată privind amenajarea teritoriului și urbanismul din aparatul propriu, are următoarele obligații:

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

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

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

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

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

b) 4 specialiști atestați din domeniul arhitecturii, urbanismului și amenajării teritoriului, peisajului recomandați de Ordinul Arhitecților din România și de Registrul Urbaniștilor din România;

c) 1 reprezentant al Direcției Județene pentru Cultură și Patrimoniu Cultural Național;

d) 1 reprezentant al Agenției Județene pentru Protecția Mediului;

e) 1 reprezentant al Poliției Rutiere.

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

(4) Regulamentele locale de publicitate elaborate în conformitate cu prevederile alin.(1) - (3), inclusiv delimitarea zonelor de publicitate lărgită și respectiv a zonelor de publicitate restrânsă, amplasamentele și categoriile de mijloace de publicitate admise pentru fiecare dintre zone vor fi avizate de către Comisiile tehnice de amenajarea teritoriului și urbanism constituite în conformitate cu prevederile Legii nr.350/2001 privind amenajarea teritoriului și urbanismul aflate, după caz, în coordonarea președinților consiliilor județene, sau a primarilor, respectiv a primarului general al municipiului București.

(5) După obținerea avizului menționat la alin.(4), regulamentul local de publicitate, inclusiv zonificarea, amplasamentele și categoriile de mijloace de publicitate admise pentru fiecare dintre zone se supune spre aprobare Consiliului Local/Consiliului General al Municipiului București.

**Art. 13.** – (1) Amplasamentele aflate în proprietate publică sau privată a statului sau a unităților administrativ teritoriale destinate montării mijloacelor de publicitate vor fi atribuite prin licitație publică.

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

(3) Autoritățile administrației publice locale au obligația de a asigura accesul nediscriminatoriu la utilizarea amplasamentelor stabilite prin regulamentul local de publicitate tuturor operatorilor de publicitate.

## **Capitolul IV – REGULI GENERALE PRIVIND AMPLASAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE**

**Art. 14.** – (1) Publicitatea este permisă atât pe domeniul public sau privat al statului și al unității administrativ teritoriale, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, cu respectarea prevederilor legale în vigoare, precum și ale prezentului Regulament-cadru.

(2) Pentru construcțiile suport pentru mijloace de publicitate indiferent de regimul de proprietate al imobilelor pe care sunt amplasate este obligatorie afișarea de materiale publicitare pe întreaga perioadă de menținere în amplasament a acestora.

(3) În situația în care proprietarul construcției suport pentru mijloace de publicitate nu are contracte de publicitate în derulare, va afișa materiale privind propria activitate sau materiale privind campanii educaționale, umanitare, sociale, culturale de interes public.

**Art. 15.** – (1) Amplasarea mijloacelor de publicitate este interzisă în următoarele situații:

- a) pe monumentele naturii;
- b) în parcurile și rezervațiile naturale;
- c) pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților administrației publice locale și centrale, precum și ale instituțiilor publice, cu excepția afișajelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul sediilor;
- d) pe arbori;
- e) pe zona carosabilă a străzilor și a drumurilor, indiferent de categoria acestora;
- f) pe obiectele de artă monumentală și monumentele de for public;
- g) pe monumentele istorice cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii;
- h) pe clădirile aflate în stare avansată de deteriorare, în situația în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de rezistență

și/sau stabilitatea și integritatea elementelor constructive și decorative ale anvelopei clădirii;

- i) în incinta și pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcașurilor de cult, a scuarurilor, parcurilor și grădinilor publice;
- j) în zonele în care a fost restricționată sau interzisă publicitatea prin Regulamentul local privind amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localității,;
- k) în interiorul intersecțiilor și al sensurilor giratorii, în spațiul destinat circulației autovehiculelor și semnalizării rutiere, în zone în care desfășurarea în condiții normale a traficului ar putea fi perturbată;
- l) pe parapetele și/sau pereții pasajelor rutiere subterane și supraterane, ori sub poduri;
- m) pe stâlpii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație.

(2) Se interzice acoperirea cu orice mijloc de publicitate a suprafețelor vitrate ale clădirilor.

(3) Se interzice amplasarea și utilizarea mijloacelor de publicitate sonore care pot tulbura liniștea publică, cu excepția vehiculelor publicitare utilizate în condițiile prezentului Regulament-cadru.

(4) Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate care prin formă, conținut, dimensiuni și culori în combinații specifice, pot fi confundate sau împiedică vizibilitatea mijloacelor de semnalizare rutieră, precum și a indicatoarelor de orientare și informare.

(5) Dacă, în condițiile prezentului regulament-cadru, pe fațada sau calcanul unei clădiri, sunt amplasate mai multe mijloace de publicitate în afară de firme, acestea vor fi realizate în mod unitar, fiind obligatoriu de același tip și dimensiuni, fiind încadrate simetric pe fațada sau calcanul respectiv.

**Art. 16.** – Amplasarea mijloacelor de publicitate la o distanță mai mică de 3m față de limita de proprietate a imobilelor proprietate privată a persoanelor fizice și/sau juridice, se va realiza doar cu acordul proprietarilor acestor imobile și astfel încât să nu afecteze accesul și utilizarea acestora.

**Art. 17.** – (1) În scopul asigurării siguranței cetățenilor și integrității bunurilor, operatorii de publicitate vor realiza mijloacele publicitare cu materiale și sisteme constructive ce respectă prevederile legale privind calitatea în construcții.

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

## **CAP. V – REGULI SPECIFICE PENTRU CATEGORIILE DE MIJLOACE DE PUBLICITATE**

### ***A. Reguli generale privind amplasarea firmelor***

**Art. 18.** – Firmele care se amplasează în zona drumurilor publice se autorizează și se execută cu respectarea prevederilor actelor normative în vigoare, privind regimul drumurilor și circulația pe drumurile publice, ale normelor tehnice privind proiectarea și amplasarea construcțiilor, instalațiilor și panourilor publicitare în zona drumurilor, pe poduri, pasaje, viaducte și tuneluri rutiere, precum și ale legislației ce reglementează domeniul public și regimul proprietății.

**Art. 19.** – (1) Firmele se amplasează pe fațadele clădirilor sau în locuri special amenajate după cum urmează:

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

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

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

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

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

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

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

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

**Art. 20.** – (1) Amplasarea firmelor și copertinelor inscripționate se autorizează în condițiile art. 5.

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

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

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

**Art. 21.** – (1) Pe fațada spațiilor comerciale de la parterul imobilelor de locuit se pot amplasa, alături de firme, și alte mijloace de publicitate cu respectarea prevederilor referitoare la autorizarea și executarea firmelor.

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

**Art. 22.**– (1) În cazul firmelor iluminate, reflectoarele se vor amplasa astfel încât să asigure o iluminare uniformă, care să pună în valoare clădirea și care să nu deranjeze traficul auto și pietonal, reflectoarele fiind mascate de elemente ale construcției sau firmei.

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

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

### ***B. Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare, ecranelor și publicității luminoase***

**Art. 23** -. Este interzisă amplasarea mijloacelor de publicitate luminoase pe suporturile existente care nu au fost destinate publicității, cum sunt: stâlpii de telecomunicații și/sau electricitate, instalațiile de iluminat public, instalațiile de semaforizare.

**Art. 24.** – (1) Pot fi amplasate panouri publicitare, ecrane și publicitate luminoasă pe calcane, pe fațade, pe terase ori acoperișuri ale clădirilor, astfel încât sistemele lor de prindere să nu constituie o sursă de accidente și să nu afecteze structura de rezistență și funcționarea optimă a clădirilor.

(2) Amplasarea panourilor publicitare, ecranelor și publicității luminoase pe clădiri se autorizează numai în baza unei expertize tehnice elaborată în condițiile legii de către experți tehnici atestați, precum și a documentației tehnice pentru autorizare, verificată de verificatori de proiecte atestați pentru cerințele esențiale de calitate „rezistență mecanică și stabilitate”, „siguranța în exploatare” și

„securitate la incendiu” prevăzute de legislația în vigoare privind calitatea în construcții.

(3) Verificarea construcției cu privire la respectarea cerințelor esențiale de calitate prevăzute la alin. (2) se realizează prin reexpertizare tehnică, de regulă la cel mult zece 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.

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

(5) Sunt exceptate de la prevederile prezentului regulament-cadru ecranele publicitare care fac parte integrantă din fațadele clădirilor și care fost autorizate împreună cu acestea, în conformitate cu legislația în vigoare.

**Art. 25.** - (1) Proprietarii ecranelor publicitare au obligația transmiterii de informații de interes public și local, precum și informații de interes pentru populație în cazul unor situații de urgență.

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

**Art. 26.** – În situația amplasării pe terasele sau acoperișurile construcțiilor, panourile publicitare, ecranele și publicitatea luminoasă vor avea următoarele înălțimi:

a) cel mult 3,0 m dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mică de 15,0 m;

b) cel mult 1/5 din înălțimea fațadei, dar nu mai mult de 6,0 m, dacă fațada construcției-suport are înălțimea mai mare de 15,0 m.

**Art. 27.** – (1) Pe stâlpii de iluminat public pe care nu sunt amplasate semnalizări rutiere și indicatoare de circulație, se pot amplasa panouri peste cota minimă de +4,00 m de la sol.

(2) Pe un stâlp se poate amplasa un singur panou, iar proiecția la sol a panoului se va situa în afara gabaritului carosabilului.

**Art. 28.** – (1) Panourile publicitare amplasate pe sol vor fi montate astfel încât să nu împiedice circulația rutieră și/sau pietonală, sau accesul pietonal și/sau al autovehiculelor de intervenție pe proprietăți, cu respectarea prevederilor prezentului Regulament-cadru.

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

**Art. 29.** – (1) Pe străzile de categoria I, II și III, conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, se pot amplasa panouri publicitare, în următoarele condiții:

a) la distanța de minimum 4,0 m față de limita carosabilului în cazul în care nu există trotuar;

b) la distanța de minimum 1,0 m față de limita dinspre carosabil a spațiului verde de pe trotuar, fără a împiedica circulația pietonilor;

c) la minimum 2,50 m înălțime de la sol, pentru panourile cu suprafața utilă mai mare de 2,5 mp per față.

(2) Panourile de mici dimensiuni, respectiv cu suprafața maximă de 2,20 mp se amplasează la o distanță de cel puțin 25,0 m între panouri.

(3) Panourile de mari dimensiuni, respectiv cu suprafața maximă de 12,00 mp, se amplasează la o distanță de cel puțin 50,0 m între panouri.

(4) În situația în care ansamblul de mijloace de publicitate este constituit dintr-o succesiune de panouri publicitare de diferite dimensiuni dispuse în orice combinație, distanța dintre panouri va fi de minimum 50,0 m

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

**Art. 30.** - (1) Se interzice montarea pe trotuare și spații pietonale cu lățimea mai mică de 2,25 m, precum și pe zonele verzi dintre trotuar sau spațiu pietonal și carosabil a panourilor publicitare cu structură proprie și elemente de susținere care necesită fundație.

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

**Art. 31.** – De-a lungul drumurilor de interes național, județean precum și a arterelor de centură, conform clasificării prevăzute de legislația în vigoare privind regimul drumurilor, în cadrul zonei de protecție a acestora se pot amplasa panouri publicitare, în următoarele condiții:

a) la minimum 2,50 m înălțime de la sol, pentru panourile cu suprafața utilă mai mare de 2,5 mp per față;

b) cu distanța de minimum 50,0 m între două panouri publicitare pe sectoarele de drum din intravilan;

c) cu distanța de minimum 100,0 m între două panouri publicitare, pe sectoarele de drum din extravilan;

d) la minimum 100,0 m față de intersecțiile cu drumurile laterale cu mai mult de patru benzi de circulație;

e) în afara curbilor cu vizibilitate redusă;

f) la minimum 100,0 m față de intersecțiile semaforizate.

**Art.32.** – (1) Panourile și ecranele publicitare amplasate pe sol în intravilanul localităților vor avea dimensiunile următoarele: 1,2 x 1,8 m, 3,2 x 2,4 m, respectiv 4,0 x 3,0 m.

(2) În extravilanul localităților, pot fi amplasate panouri publicitare pe zona de protecție a drumurilor publice având dimensiunea de 8,0 x 4,0 m, iar în afara acestora și panouri de 14,0 x 4,0 m

### ***C. Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare mobile***

**Art. 33.** – Pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,25 m se pot amplasa panouri publicitare mobile pliante, având ca scop promovarea comercială, comunicarea de tarife sau acțiuni promoționale, specifice activității desfășurate de beneficiarul publicității, în următoarele condiții:

a) dimensiunile maxime ale panoului vor fi de 0,5 m x 0,9 m;

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

### ***D. Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar:***

**Art. 34.** – (1) Pot fi utilizate ca suport publicitar următoarele tipuri de mobilier urban: *adăposturile destinate publicului / stații de autobuz, chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale, coloanele port-afiș, cabine telefonice* și altele asemenea cu respectarea prevederilor regulamentului local de publicitate.

(2) Adăposturile destinate publicului și stațiile de autobuz pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panouri unitare de maxim 2,2 mp; în cazul în care sunt amplasate mai multe panouri sau panouri cu două fețe utile suprafața totală de publicitate nu va depăși 4,5 mp;

(3) Chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panouri cu suprafața unitară de maxim 2 mp; în cazul în care sunt amplasate mai multe panouri, suprafața totală de publicitate pentru un chioșc nu va depăși 6 mp;

(4) Se interzice instalarea panourilor pe acoperișul adăposturilor destinate publicului, stațiilor de autobuz și al chioșcurilor.

(5) Coloanele port-afiș vor putea fi utilizate numai pentru afișe și/sau anunțuri de spectacole și manifestări culturale; este interzisă suprapunerea de afișe de spectacol în cazul în care termenul la care acestea vor avea loc nu a fost depășit.

### ***E. Reguli generale privind amplasarea bannerelor și steagurilor publicitare***

**Art. 35.** – Amplasarea de bannere care conțin anunțuri privind promovarea de evenimente culturale, economice, științifice și altele de această natură, se avizează pe baza documentației privind rezistența elementelor de susținere precum și cu acordul proprietarului elementelor de susținere utilizate în acest scop.

**Art. 36.** – La amplasarea bannerelor se vor avea în vedere următoarele:

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

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

c) bannerele montate perpendicular pe axul drumului, vor fi instalate la o înălțime minimă de 5,00 m față de sol, astfel încât să nu afecteze vizibilitatea rutieră și imaginea urbană;

d) banerele vor fi amplasate astfel încât distanța între acestea să fie de minimum 100 m; .

e) este permisă amplasarea bannerelor pe o durată de cel mult o lună calendaristică.

**Art. 37.** – (1) Steagurile publicitare montate pe catarg și pe stâlpi, la înălțimea minimă de 2,5 m de la cota terenului amenajat, se amplasează numai în locuri unde nu împiedică vizibilitatea circulației rutiere.

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

(3) Durata de menținere a steagurilor va fi de maxim 30 de zile calendaristice cu posibilitatea prelungirii acestei perioade cu încă o perioadă de 30 de zile.

(4) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1) - (3), steagurile publicitare amplasate în incintele centrelor comerciale, supermagazinelor, hipermagazinelor, parcuri comerciale, parcurilor industriale astfel definite în conformitate cu legislația în vigoare, cu condiția să nu afecteze vizibilitatea circulației rutiere.

### ***F. Reguli generale privind amplasarea mesh-urilor***

**Art. 38.** – (1) Este permisă amplasarea de mesh-uri și mesh-uri digitale, în următoarele situații:

a) pe construcții, inclusiv monumente istorice și/sau amplasate în zone de publicitate restânsă, sau în zone în care este interzisă publicitatea, numai în situația în care acestea constituie protecție către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare / restaurare, dar nu mai mult de un an calendaristic, și numai dacă reproduc imaginea construcției după consolidare / restaurare,

eventualele texte de publicitate comercială vor ocupa cel mult 25% din suprafața totală a acestora;

b) pe calcanele construcțiilor care nu sunt clasate monumente istorice;

(2) Prin excepție de la prevederile art.15 alin. (2), se pot amplasa mesh-uri și mesh-uri digitale în situațiile următoare:

a) pe fațadele clădirilor de locuit din zonele de publicitate lărgită în care regulamentele locale o permit, cu condiția ca acestea să nu acopere ferestrele camerelor de zi, ale dormitoarelor și/sau ale bucătăriilor ;

b) pe fațadele clădirilor cu funcțiuni comerciale și de birouri situate în zonele de publicitate lărgită, dacă regulamentul local o permite.

### ***G. Reguli generale privind amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale***

**Art. 39.**– (1) Este permisă amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale, în afara casetelor și steagurilor, pe stâlpii de iluminat public, dacă pe aceștia nu sunt montate semnalizări rutiere, în următoarele condiții:

a) suprafața indicatorului publicitar direcțional este mai mică de 1,00 mp;

b) înălțimea de amplasare este de minim 4,0 m;

c) pe un stâlp se poate monta un singur indicator publicitar direcțional;

d) prin excepție de la prevederile literei c), poate fi montat un al doilea indicator direcțional pentru semnalarea serviciilor de urgență sau a serviciilor necesare în deplasare cum sunt: stațiile de alimentare cu carburanți, atelierelor auto sau de vulcanizare.

(2) Amplasarea de stâlpi suport pentru indicatoarele publicitare direcționale se va realiza în baza avizului emis de autoritățile publice locale.

### ***H. Reguli generale privind publicitatea temporară și proiectele publicitare speciale***

**Art. 40.** – (1) Orice persoană fizică sau juridică poate beneficia de dreptul la publicitate temporară, în condițiile prezentului Regulament-cadru.

(2) Amplasarea mijloacelor de publicitate temporară se va stabili în baza avizului emis de autoritățile publice locale.

**Art. 41.**– În vederea obținerii avizului pentru publicitate temporară, menționat la art. 7, mijloacele de publicitate trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

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

b) să poată fi montate/demontate în/din toate amplasamentele aprobate prin avizului pentru publicitate temporară, în cel mult 24 ore;

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

**Art. 42.** – În cazul solicitării schimbării locațiilor în alte amplasamente decât cele stabilite inițial, se va obține avizul pentru publicitate temporară al autorității administrației publice locale.

**Art. 43.** – (1) Structurile publicitare autoportante și proiectele publicitare speciale se avizează cu respectarea prevederilor privind publicitatea temporară prevăzute în prezenta hotărâre.

(2) Executarea și amplasarea structurilor publicitare autoportante și a proiectelor publicitare speciale se face în baza unei documentații tehnice întocmite de un arhitect cu drept de semnătură.

### ***1. Reguli generale privind amplasarea afișelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate***

**Art. 44.** – (1) În vederea asigurării eficienței informării a cetățenilor, a libertății de expresie și esteticii urbane, autoritățile administrației publice locale vor instala în amplasamente cu vizibilitate, în condițiile regulamentului local de publicitate, panouri speciale destinate afișelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate.

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

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

**Art. 45.** – Este interzisă amplasarea de afișe publicitare care să acopere alte afișe publicitare postate anterior, aflate în perioada de valabilitate, care fac publicitate unor evenimente/acțiuni/campanii aflate în derulare sau care urmează să se deruleze.

### ***K. Reguli generale privind publicitatea pe vehicule publicitare și pe mijloace de transport în comun***

**Art. 46.** – (1) Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate, prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau inscripționarea cu texte publicitare, sau altele asemenea, vor putea fi autorizate să circule pe teritoriul localității cu condiția obținerii avizului pentru publicitate temporară, pe o durată determinată și pe un traseu stabilit de autoritatea administrației publice locale conform prevederilor conținute în avizul pentru publicitate temporară.

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

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

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

**Art. 47.** – Este permisă utilizarea ca suport pentru afișe/reclame publicitare a mijloacelor de transport în comun (tramvaie, troleibuze, autobuze, microbuze), cu condiția ca prin aceasta să nu fie afectată vizibilitatea călătorilor înspre exteriorul mijlocului de transport.

## **Capitolul VI – SANCTIUNI**

**Art. 48.** – (1) Nerespectarea în tot sau în parte a prevederilor prezentului Regulament-cadru atrage după sine răspunderea materială și contravențională, după caz.

(2) Sancțiunile prevăzute în prezentul act normativ se completează cu cele referitoare la nerespectarea legislației în vigoare privind autorizarea construcțiilor, urbanismul și amenajarea teritoriului.

**Art. 49.** – (1) În condițiile prezentului Regulament constituie contravenții următoarele fapte:

- a) amplasarea mijloacelor de publicitate fără aviz pentru publicitatea temporară ori cu nerespectarea prevederilor acestuia și a documentației tehnice care a stat la baza eliberării avizului, precum și neexecutarea îngropată a fundațiilor/ancorelor necesare asigurării stabilității panourilor situate pe trotuare cu lățime mai mică de 2,25m;
- b) nerespectarea de către primar, respectiv primarul general al municipiului București a obligațiilor stabilite prin prezentul regulament-cadru;
- c) nerespectarea de către primar, respectiv primarul general al municipiului București a obligației de a desființa în termen de 15 zile de la data expirării termenului de încetare a funcționării mijlocului de publicitate pentru care nu s-a obținut o prelungire a acestui termen;
- d) nerespectarea de către proprietarii mijloacelor de publicitate a tipurilor și dimensiunilor mijloacelor de publicitate admise, în conformitate cu prevederile regulamentelor de publicitate
- e) amplasarea stâlpilor pentru indicatoarele publicitare direcționale și a mijloacelor de publicitate temporară fără avizul autorităților publice locale

- sau în alte locații decât cele precizate prin avizul pentru publicitate temporară;
- f) amplasarea panourilor publicitare mobile sau orice alte forme de reclamă, pe spațiile de circulație pietonală cu o lățime mai mică de 2,25 m;
  - g) folosirea fără respectarea prevederilor prezentului regulament a mijloacelor de publicitate sonore, a vehiculelor publicitare sau a mijloacelor de publicitate luminoasă care pot tulbura liniștea publică sau perturba traficul auto și pietonal
  - h) nerespectarea obligației de a elibera/desființa suportul reclamei la expirarea termenului stabilit prin autorizația sau avizul pentru publicitate temporară, sau refuzul de a readuce amplasamentul și mediul înconjurător la starea inițială, inclusiv prin înierbare sau asfaltare pentru mijloacele de publicitate amplasate la nivelul solului;
  - i) nerespectarea obligației de dezafectare și/sau conformare stabilite prin art. 54 lit. a), b), c) și art.56 alin.(1).
  - j) nerespectarea obligațiilor privind întreținerea mijloacelor de publicitate și afișarea permanentă a unor mesaje în cadru;
  - k) nerespectarea obligației de a afișa în mod vizibil elementele de identificare ale panoului publicitar prevăzute de prezentul Regulament-cadru.
  - l) nerespectarea de către autoritatea publică locală a obligațiilor referitoare la delimitarea în cadrul teritoriului administrat, a zonelor de publicitate lărgită și respectiv a zonelor de publicitate restrânsă, precum și regulamentele locale aferente acestora. .
  - m) nerespectarea de către autoritățile administrației publice locale a obligației de a instala panouri speciale destinate afișelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate
  - n) amplasarea afișelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate în alte locații decât pe panourile special destinate acestora;

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

- a) de la 30.000 lei la 50.000 lei, cele prevăzute la lit. a), d);
- b) de la 15.000 lei la 30.000 lei, cele prevăzute la lit. e), f) și h) ;
- c) de la 10.000 lei la 15.000 lei, cele prevăzute la lit. b), c), g), i) și l);
- d) de la 5.000 lei la 10.000 lei, cele prevăzute la lit. j), m).
- e) de la 500 lei la 5000 lei, cea prevăzută la lit. n).

**Art. 50.** – Prevederile prezentei hotărâri referitoare la contravenții se completează cu dispozițiile Ordonanței Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 180/2002, cu modificările și completările ulterioare.

**Art. 51.**– (1) Controlul de stat privind respectarea aplicării prevederilor prezentului Regulament-cadru pentru amplasarea mijloacelor de publicitate precum și nerespectarea de către autoritatea publică locală a obligațiilor ce-i revin în aplicarea prevederilor prezentului Regulament-cadru, se exercită de către Inspectoratul de Stat în Construcții – I.S.C.

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

(3) În aplicarea prevederilor alin. (2), contravențiile prevăzute la art. 49 se constată și se sancționează de către organele de control ale autorităților administrației publice locale ale localităților, potrivit competențelor de emiteră a autorizațiilor de construire sau a avizelor pentru publicitate temporară.

(4) Inspectoratul de Stat în Construcții poate dispune oprirea executării lucrărilor de amplasare a mijloacelor de publicitate, atunci când constată că acestea se realizează cu încălcarea dispozițiilor legale, a cerințelor privind asigurarea calității în construcții, fără proiect tehnic ori pe baza unor autorizații nelegal emise.

(5) Inspectoratul de Stat în Construcții aduce la cunoștință autorității administrației publice locale pe teritoriul căreia s-a efectuat controlul asupra constatărilor și măsurilor dispuse, iar organele de control ale autorității administrației publice locale au obligația să urmărească modul de conformare privind cele dispuse de Inspectoratul de Stat în Construcții.

(6) Procesele-verbale de constatare a contravențiilor, încheiate de organele de control ale administrației publice locale sau, după caz, al poliției locale se înaintează în vederea aplicării sancțiunii, șefului compartimentului care coordonează activitatea de amenajare a teritoriului și de urbanism sau, după caz, primarului localității în a cărei rază s-a săvârșit contravenția.

## **Capitolul VII – DISPOZIȚII TRANZITORII ȘI FINALE**

**Art. 52.**– (1) În termen de 60 zile de la intrarea în vigoare a prezentului Regulament-cadru, autoritățile administrației publice locale vor asigura elaborarea ori, după caz, actualizarea Regulamentelor locale pentru amplasarea mijloacelor de publicitate, identificarea amplasamentelor aflate pe domeniul public și privat al statului și al autorității locale pe care se pot amplasa mijloace de publicitate, precum și aducerii acestora la cunoștința publicului.

(2) În situația în care la data intrării în vigoare a prezentului Regulament-cadru, Regulamentul local pentru amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localității, aflat în vigoare, conține norme mai permissive sau

contradictorii față de cele prevăzute în prezentul Regulament-cadru, autoritățile administrației publice locale au obligația corelării prevederilor regulamentelor existente prin modificarea, completarea și actualizarea acestora în termenul prevăzut la alin.(1).

**Art. 53.** – Până la adoptarea unui Regulament local privind amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localității, ori modificarea și completarea Regulamentului local pentru amplasarea mijloacelor de publicitate existent, autorizarea activității de amplasare a mijloacelor de publicitate se va realiza conform prevederilor prezentului *Regulament-cadru*.

**Art. 54.** În vederea armonizării prevederilor regulamentului local de publicitate cu situația de fapt din teren, autoritățile administrației publice locale în termen de 30 de zile de la adoptarea unui Regulament local privind amplasarea mijloacelor de publicitate pe teritoriul localității vor identifica și notifica proprietarii de mijloace de publicitate a căror amplasare nu mai corespunde cu noile reglementări, astfel:

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

b) pentru panourile situate pe proprietatea persoanelor fizice sau juridice, care nu au fost autorizate, care nu au contracte de închiriere valabile, la data intrării în vigoare a prezentei hotărâri sau care nu au inscripționate informațiile privind denumirea operatorului, Codul de Identificare Fiscală a acestuia și numărul autorizației de construire se va dispune dezafectarea;

c) pentru panourile autorizate în condițiile legii dar a căror amplasare nu mai corespunde prevederilor prezentelor reglementări, se vor dispune măsuri de conformare, indiferent de regimul de proprietate al locației.

**Art. 55.** – În termen de 30 de zile de la încheierea procedurilor menționate la art. 52, concomitent cu acțiunile prevăzute la art. 54, se vor demara procedurile de licitație publică a amplasamentelor identificate pe domeniul public sau privat al statului sau al unității administrativ teritoriale

**Art. 56.**– (1) Mijloacele de publicitate autorizate până la data intrării în vigoare a prezentului Regulament-cadru pot fi menținute pe amplasamentele autorizate până la data expirării contractelor de publicitate în curs, cu respectarea prevederilor art. 54 lit.c., dar nu mai târziu de 1.05.2011.

(2) Contractele existente la data intrării în vigoare a prezentei hotărâri vor fi completate și modificate conform procedurilor acesteia .

**Art.57** - În termen de 5 de zile de la somația de dezafectare emisă conform art.54 lit. a) și b) și de la termenul de conformare stabilit prin art. 54 lit.c) și art.56 alin (1), Inspectoratul de Stat în Construcții și/sau autoritățile administrației publice locale, vor dispune demolarea mijloacelor de publicitate amplasate contrar prevederilor regulamentului local de publicitate pe cheltuiala proprietarului, fără emiterea unei autorizații de desființare și fără sesizarea instanțelor judecătorești.

**Art. 58.** – La data intrării în vigoare a prezentei *hotărâri*, se abrogă prevederile art. 35 - 47 din Hotărârea Guvernului nr. 955/2004 pentru aprobarea reglementărilor-cadru de aplicare a Ordonanței Guvernului nr.71/2002 privind organizarea și funcționarea serviciilor publice de administrare a domeniului public și privat de interes local, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 660 din 22 iulie 2004.

**PRIM-MINISTRU  
EMIL BOC**

**DEFINIȚIA**  
**termenilor și expresiilor utilizate în Regulamentul-cadru**  
**pentru amplasarea mijloacelor de publicitate**

1. *Afiș* – mijloc de transmitere a mesajelor publicitare, culturale, comerciale, politice, de instructaj etc., imprimat pe suport de hârtie sau pe folie sintetică și expus public.
2. *Banner* – suport pentru mesajul publicitar confecționat din folie sintetică sau din material textil, în mod obișnuit cu formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice.
3. *Calcan –fațadă* fără goluri a unei construcții, situată pe limita de proprietate laterală sau posterioară, destinată de regulă să fie acoperit de zidul asemănător al unei clădiri vecine.
4. *Ecran publicitar* – ecran cu LED-uri, LCD sau altele asemănătoare, pe care se rulează grafică, spoturi etc., cu conținut dinamic și de dimensiuni variabile.
5. *Firmă* – orice inscripție, formă sau imagine atașată unei clădiri, cu referire la un agent economic sau la o activitate care se desfășoară în interiorul clădirii.
6. *Incintă* – suprafața de teren înconjurată din toate părțile de construcții, de amenajări sau împrejmuiuri.
7. *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 etc.
8. *Mesh* – suport pentru mesajul publicitar confecționat din material sintetic perforat (ex.: plasă fină), de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri.
9. *Mijloace de publicitate* – ansamblu de elemente constructive folosite în scopul de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesionale sau a unui eveniment.
10. *Panou publicitar mobil* – panou publicitar de dimensiuni reduse, amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate.
11. *Panou publicitar* - structură provizorie folosită pentru afișarea unui mesaj publicitar.
12. *Proiectele publicitare speciale* – construcție provizorie atipică, creată special în scopul promovării unui produs, serviciu sau eveniment și care nu are în alcătuirea sa elemente de fundație și/sau structuri publicitare clasice

13. *Promovare* - ansamblu de activități și mijloace folosite pentru a difuza un produs sau serviciu pe piață.

14. *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 etc. 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.

15. *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.

16. *Publicitate pe vehicule* – publicitate realizată prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau vopsirea vehiculelor în scopuri publicitare.

17. *Publicitate stradală (outdoor)*: publicitate efectuată în spații deschise, în exteriorul clădirilor.

18. *Publicitate temporară* – publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestații culturale sau sportive, precum și pentru acțiuni de promovare de produse sau activități.

19. *Reclamă publicitară* – activitatea și inscripția cu rol de a atenționa sau convinge publicul de calitatea unui serviciu, produs sau idee; termenul mai este folosit și cu semnificația restrânsă de suport folosit în activitatea de reclamă.

20. *Steag publicitar* - piesă de stofă, pânză sau material plastic atașată la un suport lance, catarg sau stâlp, purtând culori, embleme, simboluri sau mesaje publicitare.

21. *Structuri de publicitate autoportante* – 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