

## **Expunere de motive**

Prezenta inițiativă legislativă vizează modificarea și completarea Legii nr. 185/2013 privind "amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate". Astfel, în privința amplasării mijloacelor de publicitate, pentru claritatea textului, este necesară o definire mai clară a acestuia, pentru a nu se confunda spațiile ornamentale cu cele virane. Totodată, trebuie menționat faptul că Legea fundamentală a României nu permite îngrădirea dreptului proprietarului unui imobil de a dispune de bunul său cum dorește. Acest lucru se poate impune la stat dar nu la clădirile private. În cel mai bun caz poate fi stabilit un regulament, dar sa interzici amplasarea unor reclame pe o suprafață vitrată privată, ține de încălcarea dreptului la proprietate privată.

În ceea ce privește verificarea construcției cu privire la respectarea cerințelor esențiale de calitate se realizează prin reexpertizare tehnică, la fiecare 20 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. Termenul de 10 ani pentru expertizarea unei clădiri este un termen aleatoriu, care doar ajută experții să prospere în detrimentul proprietarilor unei clădiri, devreme ce în același articol este specificat clar că aceasta va fi reexpertizată „ca urmare a acțiunilor factorilor de risc naturali/antropici asupra construcției/elementului constructiv care susține structura publicitară.”

Un lucru important de știut este acela că în întreaga lume occidentală, la New York, Londra, Dublin, Madrid, Hong Kong, Sydney etc. panourile publicitare sunt așezate în zone foarte vizibile, și mai ales în zona intersecțiilor semaforizate, dacă ele nu reprezintă un risc pentru traficul rutier. Dimpotrivă, aceste mijloace reprezintă un mobilier urban necesar într-o lume modernă, cu un comerț modern, cu promoții care trebuie cunoscute de către public. Inițiatorul crede că această limitare este neconformă principiilor europene ale comerțului și reprezintă o îngrădire a drepturilor consumatorului, dar și ale firmelor din domeniul publicității.

Îmi exprim speranța că această inițiativă legislativă va găsi susținători indiferent de doctrina politică, drept pentru care vă supun această propunere legislativă spre dezbateră și adoptare.

*Inițiator:*

**Băișanu Ștefan-Alexandru,**

**Deputat ALDE**