Publicitatea stradală în București

# Piața de publicitate stradală în București

* Singura instituție care deține o situație centralizată a publicității stradale din București este BRAT-ul, însă datele se referă doar la operatorii auditați, adică maxim 75% din piață. Potrivit BRAT, în București sunt aproximativ 5000 de reclame stradale: aprox. 1850 – sectorul 1, câte aproximativ 700 în sectoarele 2, 3 și 6 și aprox 500 în sectoarele 4 și 5[[1]](#footnote-1). O estimare anterioară a IPP și ProDoMo oferă cifre mai mari[[2]](#footnote-2).
* Cei mai mari jucători din piață sunt: EUROMEDIA GROUP, PHOENIX MEDIA, GETICA OOH, DEFI ROMANIA, UNIVERSAL SOLUTION. Piața de outdoor este estimată la 30 milioane de euro[[3]](#footnote-3)
* Un studiu IPP și ProDoMo din 2015 arată că 2/3 din suprafețele publicitare din București nu sunt raportate / monitorizate. Suprafața totală materialelor publicitare tip outdoor din Capitală se situează între 10 și 30 de ha, iar cifrele arată că există un panou pentru fiecare 100 de locuitori. Tendința care se observă (2014 comparativ cu 2013) este scăderea numărului de panouri concomitent cu creșterea suprafeței acestora[[4]](#footnote-4).
* Până în jurul anului 2000, Primăria Capitalei a încheiat contracte și a emis autorizații pentru panourile publicitare. Din acei ani datează contracte importante cu firme care fac astăzi parte din grupul Euromedia: contractele pentru 208 stații RATB (semnate în 1998, prelungite până în 2018, la un tarif de 40 euro/față panou) și un contract din 1999 cu Administrația Străzilor (valabil până în 2015, la valoarea de 3 USD / lună / panou; nu se știe dacă acest contract a fost prelungit)[[5]](#footnote-5).
* Ulterior, Primăria Capitalei a emis autorizații doar pentru zonele protejate, iar primăriile de sector pentru restul situațiilor. Chiar și așa, nu există practici coerente nici în privința regulamentelor pentru publicitatea stradală (unele primării de sector au, altele nu), nici în privința stabilirii sumelor care se încasează, nici în privința controlului.
* De altfel, suprapunerea de atribuții în domeniul controlului este una din marile probleme în domeniu. Legea 185/2013 este aplicată neunitar la nivelul sectoarelor, unele dintre ele asumându-și rolul de a sancționa, iar altele pasând această responsabilitate către Poliția Locală a Municipiului București. Nivelul amenzilor aplicate și modul în care se realizează verificările în teren nu sunt de natură să descurajeze publicitatea stradală amplasată ilegal. De exemplu, în cazul clădirilor monument istoric din Piața Națiunile Unite (Palatul Adriatica si Palatul Agricola Fonciera), au fost amplasate mijloace publicitare (mesh-uri) deși au existat anterior sancțiuni contravenționale pentru acest lucru. Amenda aplicată de Poliția Locală în acest caz a fost de 2000 de lei[[6]](#footnote-6).
* În acest context, concluzia formulată de Ordinul Arhitecților din România rezumă foarte bine situația actuală: Autorităţile locale au pierdut orice control asupra publicității stradale din București.[[7]](#footnote-7)

# Regulamentul de publicitate stradală

* Ultimul regulament adoptat de CGMB datează din anul 2011 și nu mai este aplicabil deoarece cadrul legislativ s-a schimbat în 2013 și în 2017. (Oricum, chiar și după standardele regulamentului din 2011, multe dintre panourile din centru ar trebui desființate).
* Prin legea 185/2013, termenul acordat autorităților administrației publice pentru adoptarea unor noi regulamente a fost stabilit pentru 1 octombrie 2015. Primăria Capitalei nu a respectat acest termen. Nici grupul de lucru format în 2013, nici cel din 2016 nu au reușit să rezolve problema[[8]](#footnote-8).
* În iulie 2017 a fost publicată legea 154/2017 prin care este modificată legea 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate. Potrivit acestei noi legi,
	+ *în termen de 180 de zile de la publicarea prezentei legi, autorităţile administraţiei publice locale vor asigura elaborarea ori, după caz, actualizarea regulamentelor locale privind amplasarea mijloacelor de publicitate, identificarea amplasamentelor aflate pe domeniul public şi privat al statului şi al autorităţii locale pe care se pot amplasa mijloace de publicitate, precum şi aducerea acestora la cunoştinţa publicului.*
	+ *în vederea asigurării respectării prevederilor regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate cu situaţia de fapt din teren,* *autorităţile administraţiei publice locale, în termen de 90 de zile de la adoptarea acestuia, vor identifica şi vor notifica proprietarii de mijloace de publicitate a căror amplasare nu mai corespunde cu noile reglementări*.
	+ *În termen de 90 de zile de la încheierea procedurilor prevăzute la art. II (actualizarea regulamentelor), concomitent cu acţiunile prevăzute la art. IV (notificările proprietarilor), se pot demara procedurile de închiriere/concesiune/taxare pentru ocuparea temporară a domeniului public sau aducerea ca aport într-o asociere în participaţie a amplasamentelor identificate pe domeniul public sau privat al statului ori al unităţii administrativ-teritoriale.*
	+ *În termen de 30 de zile de la notificarea emisă conform art. IV alin. (1) lit. a) şi b) autorităţile administraţiei publice locale vor dispune demolarea mijloacelor de publicitate amplasate contrar prevederilor regulamentului local de publicitate pe cheltuiala proprietarului, cu emiterea autorizaţiei de desfiinţare şi fără sesizarea instanţelorjudecătoreşti.[[9]](#footnote-9)*
* Deocamdată termenul de 180 de zile nu este depășit, dar faptul că nu a existat o dezbatere publică ridică semne de întrebare atât cu privire la respectarea termenului, cât și cu privire la dezbaterea reală a unui astfel de proiect.
* La începutul anului 2017, Gabriela Firea declara că este deja finalizat un draft al regulamentului, acesta urmând a fi discutat cu operatorii economici și apoi să fie supus dezbaterii publice. ”Lucrăm la trei proiecte care vor schimba fața Bucureștiului”, declara Gabriela Firea, referindu-se la acest regulament, la Planul Urbanistic General și la Legea Capitalei[[10]](#footnote-10). Până în prezent niciunul dintre aceste proiecte nu a fost deblocat.

# Compania Municipală Publicitate și Afișaj SA

* Argumentele înființării ei au fost: ”dinamica continuă a fenomenului de afișaj stradal” care ar face ”imposibilă ținerea în control a amplasării ilegale de panouri” și ”valorificarea eficientă a amplasamentelor din domeniu public”, ceea ce ar determina ”creșterea veniturilor la buget, sumele estimate fiind între 10 și 30 de milioane de euro” [[11]](#footnote-11).
* În bugetul Companiei aprobat în CGMB în luna septembrie, este estimat un venit de 5,2 milioane de lei pentru 2018 și un profit de doar 0,62 milioane lei, în condițiile în care cheltuielile cu salariile sunt estimate la 84% din total, restul fiind cheltuieli cu bunuri și servicii[[12]](#footnote-12).
* Profitul estimat pe 2018 este cu mult sub ceea ce Primăria a încasat în 2015 și 2016 din afișaj stradal (1,7 milioane lei). De asemenea, este mult sub ceea ce au încasat primăriile de sector din aceeași activitate. De exemplu, în 2016, Primăria Sectorului 1 a încasat la bugetul local, din taxa de publicitate, 2,6 milioane lei, iar Primăria Sectorului 6 a încasat aprox 3 milioane lei[[13]](#footnote-13). Ca o comparație, Metrorex a obținut, tot în 2016, încasări din publicitate în valoare de 4,8 milioane lei.[[14]](#footnote-14)
* Problemele pe care le ridică înființarea și funcționarea Companiei sunt:
	+ Care va fi activitatea de bază a Companiei (și a celor aproape 40 de angajați) de vreme ce responsabilitatea avizării nu poate fi transferată către Companie, iar responsabilitatea organizării de licitații nu necesită un număr atât de mare de personal.
	+ Care este beneficiul pentru municipalitate în condițiile în care profitul efectiv va fi mai mic decât sumele încasate până acum din publicitate stradală, iar pârghiile de coerciție și de intervenție în cazul panourilor amplasate ilegal nu sunt încă definite.
	+ Cum vor fi corelate și integrate responsabilitățile Companiei în viitorul Regulament și care vor fi pârghiile de coerciție sau de intervenție în cazul panourilor amplasate ilegal.
1. <http://www.hotnews.ro/stiri-administratie_locala-21631196-fotogalerie-bucurestiul-sufocat-publicitatea-stradala-situatia-scapat-sub-control-nimeni-nu-stie-cine-bani-conditii-siguranta-isi-face-reclama-strazile-pietele-din-capitala.htm> [↑](#footnote-ref-1)
2. <http://www.ipp.ro/wp-content/uploads/2015/09/Studiu-OOH-City-Capture.pdf> [↑](#footnote-ref-2)
3. <http://www.forbes.ro/raportul-media-fact-book-piata-de-media-crescut-cu-10-2016-atingand-366-milioane-de-euro-72419> [↑](#footnote-ref-3)
4. <http://www.ipp.ro/wp-content/uploads/2015/09/Studiu-OOH-City-Capture.pdf> [↑](#footnote-ref-4)
5. <http://www.gandul.info/politica/maruntisul-pe-care-marile-firme-de-panotaj-din-romania-il-intorc-statului-cine-a-primit-reteaua-publica-de-publicitate-exploatata-electoral-din-marile-orase-13374000?fb_comment_id=573353186104338_592235100882813#fa30718d23715> [↑](#footnote-ref-5)
6. <http://www.hotnews.ro/stiri-administratie_locala-21858431-amenzi-risca-firmele-publicitate-care-intind-mesh-uri-cladiri-istorice-primaria-jos-palatul-societatii-adriatica-cateva-zile-apar-loc.htm> [↑](#footnote-ref-6)
7. <https://www.oar-bucuresti.ro/documente/Raportul-pentru-Bucuresti-2016.pdf> [↑](#footnote-ref-7)
8. <https://www.oar-bucuresti.ro/anunturi/2016/03/01/a/> [↑](#footnote-ref-8)
9. <https://legeaz.net/monitorul-oficial-511-2017/lege-154-2017-modificare-completare-lege-amplasare-autorizare-mijloace-publicitate> [↑](#footnote-ref-9)
10. <https://www.romaniatv.net/un-nou-regulament-de-publicitate-in-bucuresti-lucram-la-3-proiecte-care-vor-schimba-fata-capitalei_341950.html#n> [↑](#footnote-ref-10)
11. din raportul de specialitate și din expunerea de motive ce au stat la baza hotărârii CGMB de înființare a Companiei <http://www4.pmb.ro/wwwt/institutii/CGMB/sedinte/ordinea_de_zi/db/28_20170228.pdf> [↑](#footnote-ref-11)
12. din hotărârea CGMB de aprobare a bugetului de venituri și cheltuieli a Companiei <http://www4.pmb.ro/wwwt/institutii/CGMB/sedinte/ordinea_de_zi/db/42_20170928.pdf> [↑](#footnote-ref-12)
13. <http://www.hotnews.ro/stiri-administratie_locala-21631196-fotogalerie-bucurestiul-sufocat-publicitatea-stradala-situatia-scapat-sub-control-nimeni-nu-stie-cine-bani-conditii-siguranta-isi-face-reclama-strazile-pietele-din-capitala.htm> [↑](#footnote-ref-13)
14. <http://www.zf.ro/business-international/metrorex-a-incasat-4-8-milioane-de-lei-din-activitatile-de-publicitate-in-2016-16237585> [↑](#footnote-ref-14)