



REPUBLICA MOLDOVA  
CONSILIUL MUNICIPAL CHIȘINĂU



00023165

**DECIZIE**

nr. \_\_\_\_\_

din \_\_\_\_\_

Cu privire la aprobarea Regulamentului  
privind plasarea publicității exterioare  
în municipiul Chișinău

Având în vedere nota informativă a Direcției generale arhitectură, urbanism și relații funciare, în temeiul prevederilor Codului funciar al Republicii Moldova, Codului fiscal, Codului contravențional, Codului administrativ, Legii nr. 1227/1997 „Cu privire la publicitate”, Legii nr. 160/2011 „Privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzător”, Legii nr. 163/2010 „Privind autorizarea executării lucrărilor de construcție”, Legii nr. 721/1996 „Privind calitatea în construcții, Legii nr. 835/1996 „Privind principiile urbanismului și amenajării teritoriului”, Legii nr. 588/1995 „Privind mărcile și denumirile de origine ale produselor”, Legii nr. 845/1992 „Cu privire la antreprenoriat și întreprinderi”, Legii nr. 509/1995 „Drumurilor”, Legii nr. 3465/1989 „Cu privire la funcționarea limbilor vorbite pe teritoriul RSS Moldovenești”, Hotărârii Parlamentului Republicii Moldova nr. 1531/1993 „Pentru punerea în aplicare a Legii privind ocrotirea monumentelor”, Hotărârii Guvernului nr. 285/1996 „Cu privire la aprobarea Regulamentului de recepție a construcțiilor și instalațiilor aferente”, Registrului monumentelor de importanță națională și municipală, aprobat de Primăria Municipiului Chișinău în ianuarie 1995, Hotărârii Guvernului nr. 499/2000 despre aprobarea Regulamentului-cadru privind activitatea organelor locale de arhitectură și urbanism, art. 6, alin. (2) pct.1, lit. b) din Legea nr. 136/2016 „Privind statutul municipiului Chișinău”, art. 14 (2) lit.1 din Legea nr. 436/2006 „Privind administrația publică locală”, Consiliul Municipal Chișinău DECIDE:

1. Se aprobă Regulamentul privind plasarea publicității exterioare în municipiul Chișinău (anexa nr. 1).
2. Se abrogă decizia Consiliului Municipal Chișinău nr. 71/15 din 03.05.2007 „Despre aprobarea Regulamentului provizoriu privind autorizarea și amplasarea dispozitivelor de publicitate, a publicității, firmelor (inscripții și imagini exterioare) în municipiul Chișinău”.
3. Se abrogă decizia Consiliului Municipal Chișinău nr. 7/12 din 10.06.2020 „Cu privire la aprobarea modelelor noi de mobilă urbană pentru amplasarea afișelor teatrale și cinematografice în municipiul Chișinău”.
4. Viceprimarul de ramură al municipiului Chișinău va asigura controlul executării prevederilor prezentei decizii.

PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ

SECRETAR INTERIMAR AL CONSILIULUI

Adrian TALMACI

Anexa nr.1  
la decizia Consiliului Municipal Chişinău  
nr. \_\_\_\_\_ din \_\_\_\_\_ 2020

## **REGULAMENTUL privind plasarea publicităţii exterioare în municipiul Chişinău**

Prezentul Regulament stabileşte aplicarea cadrului legal la nivel local şi reprezintă un sistem unitar de norme tehnice şi juridice de procedură care reglementează modul de amplasare a dispozitivelor de publicitate şi emiterea autorizaţiei de plasare a publicităţii exterioare în municipiul Chişinău, cu excepţia oraşelor, satelor (comunelor) din componenţa municipiului.

### **Capitolul I. DISPOZIȚII GENERALE**

1. Prevederile prezentului Regulament se aplică proprietarilor dispozitivelor de publicitate, proprietarilor/gestionarilor de imobile pe care sunt amplasate dispozitive de publicitate, precum şi operatorilor: furnizori şi difuzori de publicitate.

2. Publicitatea exterioară poate fi amplasată pe domeniul public şi privat.

3. Emitentul autorizaţiei de plasare a publicităţii exterioare este autoritatea administraţiei publice locale responsabilă de domeniul urbanism (în continuare Emitent), care exercită şi controlul realizării strategiilor în domeniul publicităţii exterioare, în deplină concordanţă cu reglementările prevăzute în legislaţia în vigoare.

4. Autorizaţia de plasare a publicităţii exterioare (anexa nr. 1) se eliberează în baza autorizaţiei de construire/paşaportului de amplasare a dispozitivului publicitar, conform prevederilor cadrului normativ în construcţii.

5. În înţelesul prezentului Regulament, termenii şi expresiile de mai jos au următoarele semnificaţii:

(1) **autorizaţie de construire** – act permisiv emis de administraţia publică locală, ce are ca obiect dreptul titularului de desfăşurare a lucrărilor de terasament, construire şi/sau exploatare a dispozitivului publicitar cu respectarea certificatului de urbanism pentru proiectare şi a documentaţiei de proiect elaborate şi verificate;

(2) **autorizaţie de plasare a publicităţii** – act permisiv emis de autoritatea administraţiei publice locale, ce are ca obiect dreptul titularului de plasare a publicităţii exterioare;

- (3) **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;
- (4) **certificat de urbanism informativ** - act cu caracter tehnic de reglementare, eliberat solicitantului de către emitent pentru a face cunoștință cu cerințele și elementele ce caracterizează regimul juridic, tehnic, arhitectural și urbanistic a bunului imobiliar/terenului, stabilite de documentația privind planificarea urbană și amenajarea teritoriului;
- (5) **construcții cu caracter provizoriu** - construcții autorizate care, conform documentației de urbanism și de amenajare a teritoriului, au o durată de existență limitată, stabilită de către emitent. Din categoria construcțiilor cu caracter provizoriu fac parte: chioșcuri, gherete, pavilioane, cabine, corpuri și panouri de afișaj, copertine, pergole sau alte obiecte similare;
- (6) **contract de suprafață** - dreptul de suprafață se poate constitui prin act juridic bilateral și trebuie să plătească o redevență în proporția stabilită de consiliul local;
- (7) **dispozitiv publicitar** – sistem de comunicare vizuală pentru plasarea publicității exterioare, cum ar fi afișele, panourile, standurile, instalațiile și construcțiile (situate separat sau suspendate de pereții și de acoperișurile clădirilor), firmele tridimensionale, firmele luminoase, tablourile electromecanice și electronice suspendate, alte mijloace tehnice:
- a) **afiș/banner** - suport pentru mesajul publicitar confecționat din folie sintetică sau din material textil, în mod obișnuit cu formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice;
  - b) **casetă luminoasă/ lightbox**- suport pentru publicitatea exterioară realizat prin corpuri luminoase, afișe sau panouri iluminate din interior;
  - c) **coloană port-afiș** - mijloc de transmitere a mesajelor publicitare, culturale, comerciale, politice, de instructaj și altele asemenea, imprimat pe suport hârtie sau pe folie sintetică ce se expune prin aplicare pe suport independent amplasat special pentru aceste activități;
  - d) **ecran publicitar** - ecran cu LED-uri, LCD, prisma sau altele asemenea, pe care se rulează grafică, spoturi și altele asemenea, cu conținut dinamic și de dimensiuni variabile, fără sunet;
  - e) **firmă** - reprezintă dispozitivul pe care se poate inscripționa numele, marca comercială, obiectul de activitate sau alte texte specifice obiectului de activitate, și care se va amplasa numai la locul de desfășurare al activității;
  - f) **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, tăblița indicatoare, toate de mici dimensiuni, fixate prin prinderi speciale pe clădiri, stâlpi și altele asemenea;

- g) **mesh** - suport confecționat din material sintetic perforat, cum ar fi plasa fină, de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri sau prin fixare/agățare de cel puțin un suport independent;
- h) **mesh digital** - suport publicitar de mari dimensiuni expus pe suprafața exterioară a unui imobil și care folosește modul electronic de afișare a reclamei;
- i) **panou publicitar** - structură provizorie din placă rigidă de metal sau material sintetic dur, de mărimi variate folosită pentru afișarea unui mesaj publicitar;
- j) **panou tip citylight** – panou la sol, de tip casetă luminoasă, iluminate din interior;
- k) **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;
- l) **rooftop** - dispozitiv de publicitate amplasat pe acoperișul, respectiv terasa unei clădiri;
- m) **steag publicitar** - piesă de stofă, pânză sau material plastic atașată la un suport lance, catarg sau stâlp, purtând culori, embleme, simboluri sau mesaje publicitare;
- (8) **consumator de publicitate**- beneficiarul publicității (informației publice)
- (9) **difuzor de publicitate** - persoana care asigură plasarea și difuzarea publicității (informației publice) prin orice mijloc de informare;
- (10) **furnizor de publicitate** - sursa sau obiectul informației publicitare destinată producerii, plasării și expunerii ulterioare;
- (11) **pașaport al amplasării dispozitivului de publicitate** – schema amplasării dispozitivului de publicitate cu ridicarea topografică la scara 1:2000 și 1:500, elaborată și eliberată de emitent, care indică amplasamentul exact al dispozitivului pe imobil (anexa nr.6);
- (12) **producător de publicitate** - persoana care conferă informației publicitare forma necesară expunerii;
- (13) **publicitate** – informație publică despre persoane, mărfuri (lucrări, servicii), idei sau inițiative (informație publică, material publicitar) menită să suscite și să susțină interesul public față de acestea, să contribuie la comercializarea lor și să ridice prestigiul producătorului;
- (14) **publicitate exterioară** (outdoor) - publicitate efectuată în spații deschise, în exteriorul clădirilor;
- (15) **publicitate pe autobuze/troleibuze municipale** - publicitate realizată prin lipirea de afișe, montarea de panouri-buildboard pe roți sau vopsirea vehiculelor în scopuri publicitare;
- (16) **publicitate socială** – publicitate care reprezintă interesele societății și ale statului în propagarea unui mod de viață sănătos, ocrotirea sănătății, protecția mediului înconjurător, păstrarea integrității resurselor energetice, protecția socială a populației și care nu are scop lucrativ și urmărește obiective filantropice și de importanță socială;

- (17) *schiță de proiect* - piese desenate care reflectă ideea creativă a arhitectului privind soluțiile arhitecturale și de amplasare a unei construcții, care ulterior pot fi realizate în documentația de proiect. Schița de proiect este alcătuită din: plan de încadrare, plan general, fațade, soluții cromatice, desfășurata unei porțiuni de front stradal;
- (18) *solicitant* – orice persoană fizică sau juridică, reprezentant al furnizorului, al producătorului sau al difuzorului de publicitate, care intenționează să plaseze publicitate exterioară;
- (19) *vitrină* – spațiu special amenajat pentru expunerea mărfurilor în spatele ferestrei dinspre stradă a unui magazin.

## **Capitolul II.**

### **Aprobarea executării lucrărilor pentru amplasarea dispozitivelor publicitare:**

6. Aprobarea amplasării, executării lucrărilor, menținerii dispozitivelor publicitare, respectiv desființarea acestora, care au un sistem propriu de susținere în raport cu pământul, pe fațadele clădirilor și acoperișuri, se poate realiza numai în condițiile emiterii autorizației de construire și respectiv de desființare.

7. Administrația publică locală prin strategii și concepte, identifică locurile amplasării dispozitivelor de publicitate cu caracter provizoriu care aparțin domeniului public al municipiului Chișinău și atribuie amplasamentele prin licitație publică pentru utilizarea terenului pentru activități de publicitate, organizată în conformitate cu prevederile legale, cu obținerea în prealabil a certificatului de urbanism și a avizelor de amplasament.

8. Amplasarea dispozitivelor publicitare pe fațade sau acoperișuri se face cu:

(1) eliberarea autorizației de construire;

(2) pașaportul amplasării dispozitivului (anexa nr. 5), în cazul în care au fost eliberate astfel de acte permissive pentru organizarea lucrărilor de construire provizorii, în perioada construcției/reconstrucției imobilului.

9. În cazul în care proprietarul clădirii a avizat schița de proiect în timpul construcției/reconstrucției imobilului și pentru amplasarea dispozitivelor publicitare, nu este necesară eliberarea autorizației de construire.

10. Mesh-urile amplasate pe schelele montate pe fațadele construcțiilor noi, aflate în diferite faze de execuție, sau ale celor existente, aflate în reparație, se autorizează odată cu autorizarea organizării de șantier și este valabilă pe toată durata existenței acesteia.

11. Proprietarii/gestionarii imobilelor care și-au dat acordul pentru amplasarea mijloacelor de publicitate sunt obligați să solicite executantului construcției autorizația de construire, până la plasarea publicității exterioare.

12. Nu se emite autorizație de construire pentru amplasarea de mijloace publicitare pe construcții edificate neautorizat sau cu nerespectarea autorizației de construire.

### **CAPITOLUL III.**

#### **Zonele de publicitate**

13. Pe raza municipiului Chișinău sunt delimitate următoarele zone de publicitate, conform anexei nr.3 la prezentul Regulament:

(1)ZUL 1 și ZUL 2 – zone de publicitate ultracentrală – zona istorică a municipiului Chișinău (anexa nr.3).

În cadrul zonelor de publicitate ultracentrale este interzisă amplasarea dispozitivelor de publicitate, cu excepția firmelor și mesu-rilor În aceste spații, forma și dimensiunea firmelor vor fi avizate de către arhitectul șef și/sau persoana cu atribuții de urbanism din cadrul unității administrativ-teritoriale.

(2)ZPR – zonă de publicitate restrânsă. Zona de publicitate restrânsă se instituie în perimetrul străzilor indicate în anexa nr.3.

Se admit următoarele tipuri de dispozitive publicitare în zona ZPR:

- panouri și ecrane publicitare cu dimensiuni de până la 2.5 mp, pe fațade;
- panouri și ecrane publicitare cu dimensiuni de până la 8.0 mp;
- panouri și ecrane publicitare cu dimensiuni de până la 12,0 mp;
- firma;
- mesh;
- mesh digital;
- city light;
- steag publicitar;
- rooftop;
- coloane port-afiș

(3)ZPL – zona de publicitate lărgită reprezintă restul teritoriului administrativ al municipiului Chișinău, pe care se pot amplasa dispozitive de publicitate stabilite de prezentul Regulament de orice tip.

14. Zona de publicitate în perimetrul unei străzi constituie limita liniilor roșii și clădirile amplasate aici.

### **CAPITOLUL IV.**

#### **Secțiunea I. Formele și normele de realizare a publicității exterioare.**

15. Deosebim următoarele forme de dispozitive prin care se realizează activitatea de publicitate exterioară:

(1) dispozitive publicitare, amplasate la sol;

(2) dispozitive amplasate pe imobile: pe perete și pe acoperiș;

- (3) dispozitive amplasate pe construcțiile de susținere a rețelelor edilitare, pe pilonii rețelelor de iluminare și ai rețelelor de contact pentru transportul electric,
- (4) mijloace tehnice atipice care asigură reproducerea publicității pe pavaj și pe suprafața pereților;
- (5) mijloace de publicitate confecționate din materiale moi, întinse peste partea carosabilă a străzilor și eșarfe, amplasate pe pilonii adiacenți carosabilului;
- (6) steaguri publicitare;
- (7) dispozitive publicitare instalate pe pavilioanele stațiilor de transport public, chioșcuri și alte elemente ale mobilierului urban;
- (8) dispozitiv de publicitate – mesh, instalate pe schelele imobilelor în construcție.
- (9) publicitate exterioară realizată prin aplicarea materialelor autocolante pe transportul public, vopsirea parțială sau totală a mijloacelor de transport public cu folosirea elementelor de design și reclamă;

**16. Este interzisă amplasarea dispozitivelor publicitare:**

- (1) amplasarea oricărui dispozitiv publicitar fără acte permisie eliberate de administrația publică locală, conform prevederilor prezentului Regulament;
- (2) pe clădiri și construcții, în lipsa acordului proprietarului/gestionarului imobilului;
- (3) pe monumentele istorice, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii și a mesh-urilor de pe schele amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/ restaurare în condițiile prezentului Regulament;
- (4) pe obiectele de artă monumentală și monumentele de for public;
- (5) alcătuirea imaginilor și mesajelor de publicitate a textelor și imaginilor care contravin normelor legale în vigoare sau care contravin bunelor moravuri;
- (6) obturarea vizibilității indicatoarelor rutiere prin amplasarea panourilor publicitare.
- (7) pe semnele de circulație, inclusiv pe stâlpii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație, pe stâlpii de alimentare cu energie electrică, pe stâlpii de iluminat public, pe stâlpii de susținere a elementelor de transport public, pe stâlpii de telecomunicații sau orice alt tip de stâlpi amplasați în localitate sau de-a lungul arterelor de circulație;
- (8) amplasarea mijloacelor de publicitate care prin formă, conținut, dimensiuni și culori în combinații specifice pot fi confundate cu mijloacele de semnalizare rutieră sau împiedică vizibilitatea acestora, precum și a indicatoarelor de orientare și informare.
- (9) în incinta și pe elementele de împrejmuire a cimitirelor și a lăcașurilor de cult;

- (10) în interiorul scuarurilor, parcurilor și grădinilor publice, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirilor/ chioșcurilor/gheretelor/cât și evenimentele publice amplasate/organizate în aceste spații verzi și a mesh-urilor amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare în condițiile prezentului regulament;
- (11) în locurile de joacă sau locurile de odihnă situate în zona blocurilor de locuințe;
- (12) 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;
- (13) pe arbori;
- (14) în spații verzi cu caracter ornamental sau zone bogat plantate;
- (15) la sol, în spațiul carosabilului străzii;
- (16) la sol, în zona intersecțiilor și racordărilor străzilor cu încălcarea triunghiurilor de vizibilitate în conformitate cu NCM B.01.05, pc. 11,9 și CP D.02.11, p.c. 6.1.10, și 11.2 (anexa nr. 6), în zona de amplasare a semnalizării rutiere, în zona în care fluența și siguranța traficului ar fi perturbată;
- (17) la sol, pe sectoarele de străzi cu declivități longitudinale de peste 6%;
- (18) în zonele în care a fost restricționată sau interzisă publicitatea prin prezentul Regulament;
- (19) la sol, în zona exterioară a curbilor în plan;
- (20) la sol, în zona de până la trecerile de pietoni cu încălcarea triunghiurilor de vizibilitate în conformitate cu NCM B.01.05, pc. 11,9 și CP D.02.11, p.c. 6.1.10, și 11.2 (anexa nr.6). După trecerile de pietoni, pe direcția deplasării, dispozitivele de publicitate vor fi amplasate la cel puțin 10 m de trecere;
- (21) la sol, la o distanță mai mică de 10 m de poduri, pasaje, estacade, viaducte, și nu mai aproape de 5 m de piciorul taluzului;
- (22) pe stâlpii proprii elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație;
- (23) pe clădirile aflate în stare avansată de deteriorare, în situația în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de rezistență;
- (24) acoperirea cu orice mijloc de publicitate a suprafețelor vitrate ale clădirilor;
- (25) amplasarea de reclame, afișe, autocolante, anunțuri, firme pe sticla vitrinelor. Se recomandă doar decorarea artistică la sărbătorile tradiționale;
- (26) inscripționarea reclamelor pe copertine/ parasolare/umbrele sau alte asemenea structuri în zona de publicitate ultracentrală și cea restrânsă. Termenul de limită de aplicare a acestui punct este identic cu cel al perioadei de tranziție.
- (27) amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale;
- (28) la sol, în zona de protecție a comunicațiilor ingineresti;



- (29)** amplasarea și utilizarea mijloacelor de publicitate sonore;
- (30)** amplasarea mijloacelor de publicitate la o distanță mai mică de 2,00 m față de limita de proprietate a imobilelor sau terenurilor private ale persoanelor fizice și/sau juridice, fără acordul scris al proprietarilor, și numai dacă, prin această amplasare, nu se afectează accesul și utilizarea fără îngrădire a proprietății și/sau nu se estompează în niciun fel vizibilitatea din și înspre proprietate;
- (31)** la sol, pe trotuare, piste pietonale și piste pentru bicicliști;
- (32)** instalarea panourilor pe acoperișul adăposturilor destinate publicului, stațiilor de autobuz și al chioșcurilor;
- (33)** staționarea vehiculelor publicitare pe drumurile locale sau în locurile vizibile dinspre acestea.
- (34)** amplasarea panourilor mobile portante (trepiede, pliante, sandwich etc.). Nerespectarea interdicției atrage pe lângă aplicarea sancțiunilor contravenționale și alte măsuri, respectiv, ridicarea acestora de către reprezentanții administrației publice locale.

**17.** Pe întreaga perioadă de valabilitate a autorizării construcțiilor-suport pentru dispozitivele publicitare, indiferent de regimul de proprietate al imobilelor sau terenurilor pe care acestea sunt amplasate, proprietarul construcției-suport are obligația afișării permanente de materiale publicitare.

**18.** În situația în care proprietarul construcției-suport pentru dispozitivele 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.

**19.** Dispozitivele de publicitate 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.

**20.** Pe perioada desfășurării unor evenimente de avengură organizate de administrația publică locală/centrală, sau aceasta are calitate de coorganizator, dispozitivele publicitare se pot amplasa în toate zonele, strict pe perioada desfășurării evenimentului.

**21.** Toate imaginile și textele din publicitatea exterioară, înainte de plasare/sau schimbarea lor, se coordonează cu Agenția Servicii Publice (responsabilă de corectitudinea textului) și persoana cu funcție de răspundere în urbanism, delegată pentru aceasta (responsabil de conținutul imagine).

**22.** Refuzul privind plasarea/schimbarea imaginilor publicității exterioare se argumentează în scris conform prevederilor Codului administrativ.

**23.** Autoritatea publică locală coordonează textul publicitar, fără implicarea solicitantului autorizației de plasare a publicității exterioare, cu Agenția Servicii

Publice în cazul în care se preconizează includerea în publicitate a textului în limba de stat, a denumirii întreprinderii, mărcii comerciale înregistrate, genului de activitate sau prestării de servicii. În celelalte cazuri responsabil de coordonarea imaginilor este solicitantul, încălcarea acestui punct este temei de refuz privind plasarea imaginii.

**24.** Autoritatea publică desemnată pentru autorizarea plasării publicității exterioare, reieșind din dimensiunile și caracteristicile concrete, este în drept de a stabili dacă dispozitivul publicitar este necesar de amplasat conform regulilor de autorizare a lucrărilor de construcție sau regulilor de amplasare a dispozitivelor publicitare pe fațadele imobilelor sau mobilierului urban.

**25.** La expirarea termenului de amplasare a dispozitivului publicitar/mobilierului urban, dacă nu a fost obținută prelungirea acestui termen, proprietarul construcției suport de publicitate are obligația desființării dispozitivului de publicitate cu aducerea terenului/imobilului la starea inițială, în termen de 15 zile lucrătoare.

**26.** În cazul în care, în termen de 15 zile lucrătoare de la data neprezentării expertizei tehnice, proprietarul nu a îndeplinit obligația de desființare, autoritatea publică locală dispune desființarea acestuia pe cale administrativă, indiferent de domeniul de proprietate pe care acesta este amplasat.

**27.** Cheltuielile rezultate ca urmare a acțiunilor de demontare prevăzute la pct. 25 și 26 sunt în sarcina proprietarului dispozitivului de publicitate și vor fi recuperate ulterior de la acesta, în condițiile legii.

**28.** Procedura prevăzută la pct. 27 poate fi declanșată din oficiu de către autoritatea publică locală sau la solicitarea proprietarului imobilului/ terenului pe care este instalat dispozitivul de publicitate.

## **Secțiunea II. Reguli generale privind amplasarea dispozitivelor de publicitate la sol.**

**29.** Amplasarea panourilor publicitare la sol reprezintă lucrări de construcții cu caracter provizoriu și vor respecta prevederile legale privind calitatea în construcții, durata de existență a acestora pe domeniul public sau privat, fiind de maxim 10 ani sau acest termen poate fi prelungit.

**30.** Panourile publicitare amplasate la sol vor fi montate astfel încât să nu împiedice circulația rutieră și/sau pietonală, ori accesul pietonal și/sau al autovehiculelor de intervenție pe proprietăți, cu respectarea prevederilor prezentului Regulament.

**31.** Dispozitivele publicitare la sol sunt proprietatea subiecților economici ce desfășoară activitate de publicitate, pentru starea cărora poartă răspundere conform legislației în vigoare.

**32.** Operatorii de publicitate au obligația să asigure identificarea panourilor de publicitate prin inscripționarea acestora cu informații privind denumirea operatorului, numărul de telefon, numărul autorizației de construire, barcode (copia autorizației de plasare a publicității).

**33.** Dimensiunile de bază ale dispozitivelor de publicitate la sol, amplasate în municipiul Chișinău sunt: 0,7 m x 1 m, 1,2 m x 1,8 m, 2,5 m x 4 m, 3 m x 6

m. Dispozitivele de publicitate pot avea și alte dimensiuni, în funcție de factorii și condițiile ce definesc mediul urban respectiv.

**34.** Distanța între dispozitivele amplasate la aceeași înălțime, pe aceeași axă nu poate fi mai mică de :

- (1) 30 m - pentru dispozitivele cu suprafața de până la 1,0 mp;
- (2) 50 m - pentru dispozitivele cu suprafața de până la 2,5 mp;
- (3) 80 m - pentru dispozitivele cu suprafața de până la 8,0 mp;
- (4) 100 m - pentru dispozitivele cu suprafața de până la 12,0 mp;
- (5) 150 m - pentru dispozitivele cu suprafața de până la 18,0 mp;

**35.** Panoul publicitar la sol poate fi amplasat cu respectarea următoarelor:

- (1) panoul cu suprafața de până la 2,5 mp poate fi amplasat la cel puțin 1,2 m de la marginea părții carosabile a străzii;
- (2) panoul cu suprafața de până la 8 mp poate fi amplasat la cel puțin 2,4 m de la marginea părții carosabile a străzii;
- (3) panoul cu suprafața de până la 18 mp poate fi amplasat la cel puțin 4 m de la marginea părții carosabile a străzii;
- (4) Dacă între carosabil și zona de amplasare a panoului există o barieră fizică (gard ornamental, perete de sprijin, soclu de beton) distanța specificată subpct. (2) și (3) poate fi micșorată de două ori.

**36.** În zona mediană a străzilor și bulevardelor, panoul de publicitate se va amplasa cu respectarea condițiilor prevăzute la subpct. (1) și (2), art. 34 din prezentul Regulament.

**37.** Dispozitivele de publicitate amplasate peste sau deasupra părții carosabile a străzilor vor fi amplasate la cel puțin 4,5 m de la suprafața ei.

**38.** Dispozitivele de publicitate amplasate peste sau deasupra zonelor pietonale vor fi amplasate la cel puțin 3,0 m de la cota terenului amenajat.

**39.** Dispozitivele de publicitate vor fi racordate în mod obligatoriu la rețeaua de iluminare.

**40.** Pentru iluminarea publicității exterioare se face uz de sisteme electrotehnice de producție industrială care corespund cerințelor securității electrotehnice și antiincendiare.

**41.** Dispozitivele de iluminare a mijloacelor de publicitate vor fi amplasate astfel încât să asigure o iluminare uniformă și să nu afecteze traficul auto și pietonal, fiind mascate de elemente ale construcției sau a publicității. Partea cea mai coborâtă a reflectoarelor va fi minim de 3,0 m de la nivelul trotuarului. Lumina instalațiilor de iluminare nu trebuie să fie orientată în geamurile caselor de locuit sau instituțiilor.

**42.** Luminozitatea dispozitivelor de publicitate electronice de tip LED, pe timp de zi sau noapte, trebuie să respecte condițiile pct. 8.8 NCM C.04.02, iluminatul natural și artificial.

43. Proprietarii ecranelor publicitare de tip LED au obligația transmiterii de informații de interes public și local, precum și informații de interes pentru populație în cazul unor situații de urgență, la solicitarea Emitentului în formă scrisă.

44. Corpul panoului de publicitate la sol va fi confecționat din materiale durabile, reciclabile (fier forjat, tablă metalică, profil laminat, diverse plase) care respectă prevederile legale privind calitatea în construcții și vopsit cu folosirea unei culori din următoarea paletă coloristică:

- (1) gri (apropiat de RAL 9007);
- (2) albastru (apropiat de RAL 5007);
- (3) antracit (apropiat de RAL 7016);
- (4) verde (apropiat de RAL 6003).

45. Realizarea elementelor de fundare/ancorare necesare asigurării stabilității panoului de publicitate la sol se execută obligatoriu îngropat, respectiv sub cota suprafeței solului/trotuarului, până la nivelul solului, iar terenul unde s-au efectuat lucrările de amplasare va fi amenajat și salubritat.

46. Se interzice amplasarea panourilor de publicitate peste străzi și drumuri publice, cu excepția amplasării în vecinătatea portalurilor destinate rețelelor ingineresti. În acest caz, solicitantul va obține avizul administratorului rețelei edilitare. Distanța minimă de la panoul de publicitate până la rețeaua edilitară va permite mentenanța acestora, și de cel puțin 10 m. În cazul lucrărilor inițiate la rețelele edilitare, proprietarul dispozitivului publicitar va organiza accesul către acestea până la demontarea dispozitivului publicitar. Pe perioadă lucrărilor, de către proprietarul dispozitivului se va solicita suspendarea actului administrativ, conform prevederilor legislației în vigoare.

47. Dispozitivele de publicitate la sol, amplasate pe domeniul public sau privat, urmează a fi demontate de către proprietarii lor odată cu expirarea termenului de valabilitate al autorizației pentru amplasarea publicității exterioare sau cu retragerea/anularea ei de către Emitent, în termen de 10 zile și să aducă terenul la starea inițială, pe cheltuială proprie, conform autorizației de desființare.

48. Obiect al impunerii cu taxă pentru dispozitivele publicitare la sol îl constituie suprafața feței (fețelor) dispozitivului publicitar pe care se plasează publicitatea exterioară conform datelor din autorizația de plasare a publicității exterioare.

### **Secțiunea III. Reguli generale privind amplasarea dispozitivelor publicitare pe fațade și acoperișuri.**

49. Dispozitivele publicitare amplasate pe fațadele imobilelor vor putea fi autorizate doar după coordonarea și primirea autorizației de construire pentru lucrări de fațadă. Pe suprafața unei fațade pot fi amplasate mai multe dispozitive publicitare.

50. În cazul emiterii unei autorizații de construire/reconstruire a imobilului și coordonarea proiectului cu dispozitive publicitare pe fațadă, Emitentul va elabora și

va elibera doar pașaportul amplasării dispozitivului publicitar, fără a solicita și autorizație de construire asupra dispozitivelor de publicitate.

**51.** Amplasarea dispozitivelor publicitare pe fațade se va realiza de proprietarul imobilului sau delegarea acestui drept prin contract de locațiune altei persoane terțe.

**52.** Firmele se amplasează pe fațadele clădirilor, unde își desfășoară activitatea doar cu acordul proprietarului.

**53.** Firmele anunță o activitate, ele nu pot cuprinde elemente ce constituie reclamă pentru un produs. Conținutul textului poate include doar denumirea firmei, marca comercială înregistrată, genul de activitate și eventuale elemente reglementate prin acte normative ale legislației în vigoare.

**54.** Firmele se amplasează numai la nivelul parterului, în zona de fațadă efectiv aferentă spațiilor ocupate de activitatea respectivă. Prin excepție, pentru instituțiile publice sau de interes public și societățile comerciale care ocupă un întreg imobil, se pot dispune firme în partea superioară a fațadei, în zona/deasupra ultimului nivel.

**55.** Pentru activități ce nu ocupă spații adiacente fațadei, la parterul imobilelor, pot fi dispuse doar firme sub forma unor plăci gravate/inscripționate, în zona accesului în clădire. În cazul în care într-un imobil se desfășoară în asemenea condiții mai multe activități, firmele se vor grupa într-un pachet și standardiza.

**56.** În cazul centrelor comerciale, se va identifica în mod obligatoriu pe fațade un spațiu dedicat amplasării firmelor și altor dispozitive de publicitate cu respectarea prevederilor prezentului Regulament. În cazul în care clădirea nu are prevăzut un astfel de spațiu pe fațade, firmele vor fi amplasate în conformitate cu legea privind autorizarea executării lucrărilor de construire, prin obținerea autorizației de construire.

**57.** Firmele vor fi corelate cu arhitectura fațadelor, se pot impune restricții importante privind poziția, dimensiunile și designul acestora. Vor avea dimensiuni adaptate spațiului disponibil pe fațadă. Nu vor putea altera sau intra în contradicție cu detaliile /expresia arhitecturală a clădirii. Se interzice amplasarea acestora pe elemente proeminente ale fațadelor (balcoane, logii, console, pilaștri, ancadramente, cornișe profilate etc.), pe porțile de acces în imobile, pe ferestre sau vitrine, pe calcane, pe acoperișuri /terase.

**58.** Ca elemente importante în definirea imaginii urbane, soluția de design al dispozitivului publicitar trebuie armonizată cu contextul cromatic al fațadei și vor fi realizate din materiale adecvate, care să nu fie în contradicție cu materialul original al clădirii.

**59.** Se recomandă ca literele și simbolurile grafice (nonfigurative – logo-uri, sigle) să fie decupate și aplicate pe fațadă cu distanțare.

**60.** Pentru o activitate se va putea amplasa o singură firmă. Prin excepție, în cazul imobilelor de colț se pot amplasa firme pe fațadele aferente ambelor străzi.

**61.** Iluminarea firmelor e opțională și condiționată de caracteristicile / condițiile concrete impuse de arhitectura clădirilor. E interzisă folosirea în orice fel a luminii intermitente, pulsatorii etc. în cadrul firmelor sau vitrinelor.

62. 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.

63. Firmele iluminate vor fi amplasate la minimum 3,00 m de la nivelul solului.

64. Standarde de marcă (brand) nu pot constitui pretexte pentru nerespectarea prezentului Regulament.

65. Firmele nu pot fi dispuse pe domeniul public.

66. Pentru serviciile funerare de orice natură (firme de pompe funebre, comerț cu produse și materiale specifice etc.) se pot amplasa pe fațadele imobilelor doar plăci inscripționate. Amplasarea oricărui alt tip /format de firmă este în mod expres interzis.

67. Instituțiile care dispun de formate standardizate (în general cele ale administrației publice, de învățământ etc.) le vor utiliza ca atare.

68. Obiectele expuse în vitrină se vor amplasa la minimum 10 cm de la sticlă. Amplasarea de reclame, afișe, autocolante, anunțuri, firme pe sticla vitrinelor, în exterior sau interior, e interzisă.

69. Dispozitivele de publicitate de tip rooftop vor fi amplasate 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. Pentru fațade cu înălțimea de până la 20 m de la sol, rooftop-ul va avea literele și simbolurile grafice (nonfigurative - logo-uri, sigle) cu înălțimea de 1/6 din înălțimea fațadei, dar nu mai mult de 2 m. Pentru fațade cu înălțimea de peste 20 m de la sol, rooftop-ul va avea literele și simbolurile grafice (nonfigurative - logo-uri, sigle) cu înălțimea de 1/10 din înălțimea fațadei, dar nu mai mult de 6 m.

70. În situația în care, pentru același spațiu, cu impact deosebit din acea zonă, propunerile vor fi supuse avizării Consiliul arhitectural urbanistic.

71. Nu constituie obiect al impunerii cu taxă dispozitivul publicitar-firmă, amplasat la locul desfășurării activității de întreprinzător care este utilizat pentru afișarea denumirii agentului economic, mărcii comerciale și profilului întreprinderii. Celelalte dispozitive publicitare de pe fațada imobilului sunt obiect al impunerii cu taxă. Acest fapt îl stabilește administrația publică locală prin autorizațiile pe care le eliberează, și nu constituie o autorizație specială a administrației publice locale.

#### **Secțiunea IV. Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar și a steagurilor publicitare.**

72. Amplasarea dispozitivelor publicitare pe mobilierul urban se va realiza pe baza unui contract valabil, încheiat cu proprietarul sau administratorul obiectului-mobilier, numai după obținerea autorizației de construire/pașaportului, emis în conformitate cu prevederile prezentului Regulament.

73. Pot fi utilizate ca suport publicitar următoarele tipuri de mobilier urban: stațiile de autobuz/troleibuz, chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități

comerciale, cabinele telefonice și altele asemenea, cu respectarea prevederilor prezentului Regulament.

**74.** Stațiile de autobuz/troleibuz pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru un panou unitar de 1,20 x 1,80 m;

**75.** Chioșcurile cu activități comerciale, cu excepția celor de ziare, pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru un panou unitar de 1,20 x 1,80 m;

**76.** 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.

**77.** Steagurile publicitare montate pe catarg la înălțimea minimă de 2.50 m de la cota terenului amenajat, se amplasează numai la locuri în care nu împiedică vizibilitatea circulației rutiere. Pe catarg se poate amplasa un sigur steag.

**78.** Publicitatea exterioară plasată pe mobilierul urban constituie obiect al impunerii cu taxă a dispozitivului publicitar, conform prevederilor legislației în vigoare, cu excepția dispozitivelor firmă amplasate pe chioșcuri.

#### **Secțiunea V. Reguli generale privind plasarea afișelor publicitare și a anunțurilor de mică publicitate**

**79.** În vederea asigurării informării eficiente a cetățenilor, a libertății de expresie și esteticii urbane, autoritățile administrației publice locale (preturile de sector) au obligația de a instala în amplasamente cu vizibilitate, în condițiile regulamentului local de publicitate, panouri speciale destinate afișelor publicitare pentru spectacole publice, teatre, concerte, campanii electorale și altele asemenea și a anunțurilor de mică publicitate ca panouri tip: coloane port-afiș;

**80.** Panourile prevăzute la art.79 vor fi curățate săptămânal prin grija compartimentelor de specialitate (Întreprinderile municipale de gestionare a fondului locativ create pe lângă fiecare pretură de sector) din cadrul administrației publice locale.

**81.** Ziua din cursul săptămânii în care panourile cu anunțuri de mică publicitate vor fi curățate în vederea actualizării anunțurilor este ziua de vineri sau altă zi stabilită de pretura de sector.

**82.** Este interzisă amplasarea de afișe publicitare prin aplicarea lor directă pe orice suprafață neamenajată în scop publicitar sau care să acopere alte afișe publicitare deja existente, postate anterior, aflate în perioada de valabilitate, care fac publicitate unor evenimente/acțiuni/campanii aflate în derulare sau care urmează să se deruleze.

**83.** În municipiul Chișinău pot fi prevăzute ceasuri digitale/analogice pentru afișarea orei, datei și temperaturii. Achiziționarea, montarea și întreținerea ceasurilor se va realiza prin efort propriu al operatorului de publicitate. Alimentarea cu energie electrică a dispozitivelor publicitare se va face cu fir postat subteran, fiind interzise cablajele aeriene de la stâlpi de iluminat public.

**84.** Nu constituie obiect al impunerii cu taxă dispozitivul port-afiș și celelalte panouri speciale din art. 79.

## **Secțiunea VI. Reguli generale privind publicitatea pe mijloace de transport municipal**

**85.** Este permisă utilizarea ca suport pentru afișe/reclame publicitare a mijloacelor de transport în comun, cum ar fi troleibuze, autobuze, microbuze, cu condiția ca prin aceasta să nu fie afectată vizibilitatea călătorilor înspre exteriorul mijlocului de transport, fără autorizație de plasare a publicității exterioare.

**86.** Plasarea publicității pe mijloacele de transport municipal se efectuează în bază de contracte încheiate între solicitant, Regia transport electric / Parcul urban de autobuze și coordonat cu Inspectoratul General de Poliție.

**87.** Plasarea publicității în interiorul mijlocului de transport nu se coordonează conform pct. 86. Responsabil de conținut și plasare este proprietarul mijlocului de transport.

## **Secțiunea VII. Reguli generale privind amplasarea publicității sociale**

**88.** Publicitatea socială nu are scop comercial și urmărește obiective filantropice și de importanță socială. Difuzarea publicității sociale se consideră activitate de binefacere și se bucură de înlesnirile prevăzute de legislație.

**89.** Publicitatea socială, realizată prin forme ale publicității exterioare se autorizează în condițiile legii și ale prezentului Regulament.

**90.** Consiliul Municipal Chișinău stabilește procentul de scutire a taxei pentru dispozitivele publicitare pe perioada unui an bugetar, odată cu aprobarea bugetului local.

**91.** Publicitatea socială se va plasa pe dispozitivele autorizate de administrația publică locală.

**92.** Pentru obținerea dreptului de plasare a publicității cu caracter social în municipiul Chișinău atât furnizorul de mesaj social, cât și beneficiarul panoului de publicitate pot înainta cerere de scutire a taxei la „Ghișeul Unic”, care va conține:

- solicitarea dreptului de plasare a publicității cu caracter social în municipiul Chișinău, denumirea campaniei sociale, scopul acesteia și perioada pentru anul bugetar în curs;

- denumirea instituției, întreprinderii sau organizației, numele și prenumele conducătorului, adresa, codul fiscal, ștampila și semnătura solicitantului;

- solicitanții vor indica perioada începerii campaniei (cel puțin 30 de zile înainte de începerea campaniei), locul amplasării și numărul autorizației panoului de publicitate unde va fi plasată publicitatea socială.

**93.** Administrația publică locală va lua act de informația prezentată și va informa trimestrial Inspectoratul Fiscal de Stat și Consiliul Concurenței despre solicitările agenților economici posesori de dispozitive publicitare, privind scutirea de „taxa pentru dispozitivele publicitare” cât și măsura de sprijin de stat.

**94.** Beneficiarul panoului de publicitate care a obținut permisiunea privind dreptul de amplasare a publicității cu caracter social în municipiul Chișinău va fi



scutit de taxa locală pentru dispozitivele de publicitate prin procentul acceptat de Consiliul municipal Chișinău la aprobarea bugetului.

## **Secțiunea VII. Procedura de eliberare/retragere a autorizației de plasare a publicității.**

**95.** Pentru obținerea autorizației de plasare a publicității exterioare la sol, anexa nr. 1 la prezentul Regulament, solicitantul va depune prin oficiul „Ghișeul unic” următoarele acte:

- (1) cerere-tip (anexa nr. 2);
- (2) contractul de locațiune a terenului - suprafață/ dreptul de proprietate asupra terenului;
- (3) copia certificatului de urbanism;
- (4) copia autorizației de construire;
- (5) actul de recepție finală;

**96.** Acte necesare pentru obținerea autorizației pe fațade și mobilier urban:

- (1) cerere-tip (anexa nr. 2);
- (2) fotografiile color cu vedere generală (sau a fațadei întregii clădiri) a spațiului (contextului) de plasare solicitat;
- (3) schița proiectului (în formă liberă) cu schema de amplasare, imaginea și/sau textul aferent;
- (4) copia extrasului din registrul de stat al întreprinderilor și organizațiilor pentru persoana juridică, sau copia de pe buletinul de identitate persoană fizică;
- (5) acordul proprietarului/propietarilor, gestionarului imobilului privind plasarea panoului de publicitate exterioară;
- (6) copia certificatului de urbanism (după caz);
- (7) copia autorizației de construire (după caz);
- (8) actul de recepție finală (după caz);
- (9) solicitare pentru elaborare a pașaportului (după caz).

**97.** Autorizația de plasare a publicității exterioare sau refuzul acesteia argumentat se eliberează solicitantului în termen de 10 zile lucrătoare de la data înregistrării cererii la oficiul ”Ghișeul unic”.

**98.** Autorizarea de plasare publicității exterioare se va elibera solicitantului prin oficiul ”Ghișeul unic”, **gratuit**.

**99.** Termenul de valabilitate a autorizației de plasare a publicității exterioare nu poate depăși 12 luni din data emiterii.

**100.** Sistemele de ancoraj ale mijloacelor de publicitate amplasate la sol sau pe construcții existente sunt supuse inspecțiilor obligatorii privind urmărirea comportării în timp a construcțiilor pentru care, periodic, o dată la 2 ani, un specialist tehnic atestat ca expert, va întocmi un raport tehnic de inspecție care, prin grija proprietarului, va fi comunicat emitentului. Neprezentarea expertizei constituie temei de retragere a Autorizației de plasare a publicității exterioare și de eliberare a autorizației de desființare.

101. Temei de retragere a autorizației de plasare a publicității și de emitere a autorizației de desființare sunt nerespectarea prevederilor prezentului Regulament.

## **CAPITOLUL VI.**

### **Condiții, norme și cerințe generale**

102. Încălcările depistate privind nerespectarea prezentului Regulament se fixează în actul de control de către agenții constatatori (reprezentanții direcției, preturilor de sector și poliției) privind respectarea prevederilor prezentului Regulament (anexa nr. 4).

103. Contravenienții se sancționează conform prevederilor Codului contravențional al Republicii Moldova.

## **CAPITOLUL VII.**

### **Reglementări fiscale**

104. Obiectele și subiecții de impozitare, precum și baza impozabilă pentru încasarea taxelor pentru dispozitivele de publicitate sunt reglementate în Titlul VII al Codului fiscal al Republicii Moldova.

105. Cota taxei se stabilește anual prin decizie de către consiliul local al municipiului Chișinău.

106. Responsabilitatea pentru efectuarea în termen a transferului în bugetul municipal Chișinău a taxei pentru dispozitivele publicitare și prezentarea declarațiilor fiscale, conform capitolului 5, Titlul VII din Codul fiscal, revine contribuabilului.

107. Autoritatea publică locală delegată cu drept de emitere a autorizației de plasare a publicității exterioare va transmite trimestrial către Inspectoratul Fiscal de Stat datele privind suprafețele stabilite pentru taxa privind publicitatea conform autorizațiilor de plasare a publicității exterioare eliberate și retrase.

108. Inspectoratul Fiscal va ține cont de datele transmise de administrația publică și de datele prezentate de contribuabili, pentru a calcula corect taxa de dispozitive publicitate.

## **Capitolul VIII.**

### **Dispoziții finale și tranzitorii**

109. Dispozitivele de publicitate care nu întrunesc condițiile și normele stipulate în prezentul Regulament vor fi demontate după expirarea termenului de valabilitate.

110. În perioada de tranziție beneficiarii de dispozitive publicitare la sol, care au autorizații de construire pentru plasarea publicității de tip vechi valabile, vor avea dreptul să se adreseze cu o cerere pentru a obține certificat de urbanism și autorizație de construire a dispozitivului publicitar conform normelor prezentului regulament.

111. În cazul când autoritatea publică locală va accepta eliberarea certificatului de urbanism, autorizația de tip vechi se prelungește cu 6 luni până la obținerea actului

permisiv. Dacă certificatul de urbanism nu a fost obținut în această perioadă, autorizația se anulează și dispozitivul publicitar se demontează.

**112.** În cazul când beneficiarul dispozitivului publicitar va primi refuz în scris despre imposibilitatea acordării certificatului de urbanism, atunci va demonta dispozitivul publicitar în termen de 15 zile.

**113.** Consiliul Municipal Chișinău delegă, în perioada de tranziției, dreptul de stabilire a relațiilor funciare cu beneficiarii de dispozitive publicitare la sol care vor obține actele specificate în art. 111 a prezentului Regulament, Primarului General.

**114.** Beneficiarii de dispozitive vor încheia contract de suprafață cu Primăria Municipiului Chișinău, odată cu primirea certificatului de urbanism.

**115.** Beneficiarii de dispozitive publicitare, după primirea autorizației de construire și semnarea actului de recepție se vor adresa cu cerere la oficiul „Ghișeu Unic” pentru eliberarea autorizației de plasare a publicității exterioare.

**116.** Suplimentar în perioada de tranziție beneficiarii de dispozitive publicitare vor prezenta și un certificat de la Inspectoratul Fiscal de Stat despre lipsa datoriilor la bugetul municipal, segmentul dispozitive publicitare.

**117.** Concepțiile de amplasare pot fi elaborate de administrația publică locală, cât și de persoane fizice și juridice interesate.

(1) Un concept de amplasare a panourilor de publicitate va cuprinde:

- a) schița panoului/panourilor publicitare;
- b) schema de amplasare a panoului/panourilor publicitare;
- c) desfășurate ale fronturilor stradale;
- d) profile de străzi specifice;
- e) fațade ale clădirilor;
- f) vederi tridimensionale de amplasare a dispozitivelor publicitare.

(2) Conceptele de amplasare a panourilor publicitare vor fi prezentate în tehnică grafică la alegerea autorului, cu condiția ca desenele să fie clare, lizibile, însoțite de explicații, note, dimensiuni, detalii. Desenele tehnice vor fi executate în scară, cu prezentarea contextului urban și arhitectural. Desenele vor fi semnate de autor.

**118.** Prezentul Regulament intră în vigoare odată cu adoptarea lui.

**119.** Perioada de tranziție se stabilește pentru 24 luni după aprobarea prezentului Regulament sau acest termen poate fi prelungit.

**120.** Toate litigiile privind respectarea prevederilor prezentului Regulament se soluționează conform legislației în vigoare.

**121.** Regulamentul dat cu privire la publicitatea exterioară nu are efect retroactiv.

SECRETAR INTERIMAR AL CONSILULUI

Adrian TALMACI

Republica Moldova  
Consiliul municipal Chișinău  
Direcția generală arhitectură, urbanism și relații funciare

## AUTORIZAȚIE

de plasare a publicității exterioare

Nr. de înregistrare \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_

eliberată

(denumirea completă a întreprinderii, adresa, tel., contul de decontare)

ale persoanei juridice; pentru persoanele fizice: numele, prenumele, patronimicul,

date din buletinul de identitate, viza de reședință, contul de decontare)

în persoana \_\_\_\_\_

pentru amplasarea \_\_\_\_\_

(denumirea construcției)

ce ocupă suprafața totală, m.p. \_\_\_\_\_ m

(se scrie cu cifre)

(se scrie cu litere)

în următorul loc: \_\_\_\_\_

sectorul \_\_\_\_\_

(or.)

(bd., str., str.-la, blocul, detalii ale locului)

cu textul: \_\_\_\_\_

### Condiții speciale

Termenul de valabilitate al autorizației:

De la „ \_\_\_\_\_ ” 20 \_\_\_\_\_ până la „ \_\_\_\_\_ ” 20 \_\_\_\_\_

Arhitect-șef al municipiului Chișinău \_\_\_\_\_

L.Ș.

(semnătura)

Am luat cunoștință de condițiile Regulamentului \_\_\_\_\_

L.Ș.

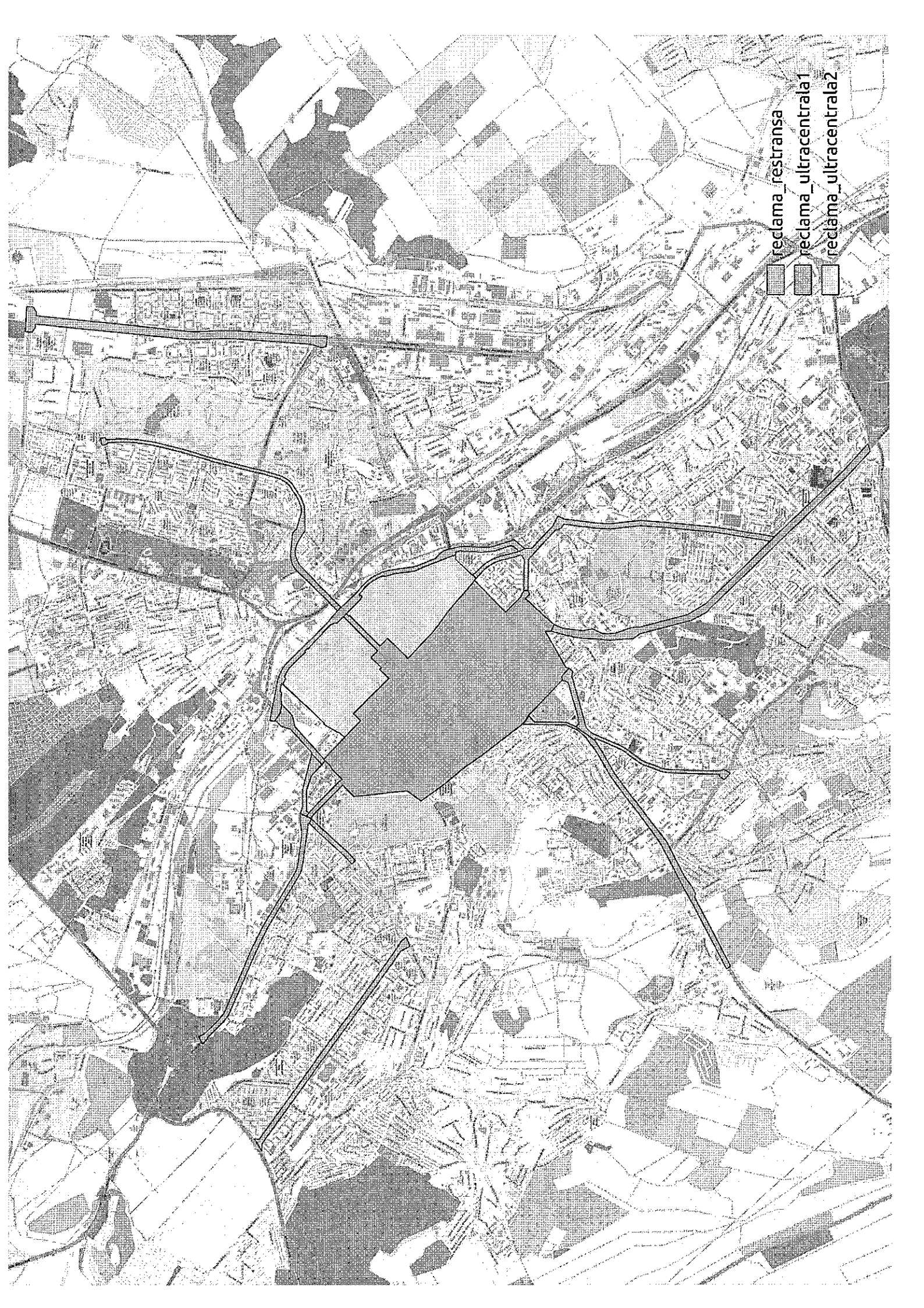
(semnătura solicitantului)

Data eliberării

„ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_

**Nota:** Documentația tehnică și avizele prezentate, vizate spre neschimbare, sunt parte integrantă a prezentei autorizații. Nerespectarea prevederilor autorizației atrage pierderea valabilității acesteia și se va sancționa conform legislației în vigoare.Разрыв страницы





- reclama\_restransa
- reclama\_ultracentrala1
- reclama\_ultracentrala2

**ACT**  
de control privind respectarea prevederilor  
„Regulamentului privind plasarea publicității exterioare în municipiul Chișinău”

” \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_

Direcția generală arhitectură, urbanism și relații funciare, prin împuterniciții săi

..

\_\_\_\_\_  
(numele și prenumele, funcția)

!

\_\_\_\_\_  
(numele și prenumele, funcția)

!

\_\_\_\_\_  
(numele și prenumele, funcția)

care acționează în conformitate cu Regulamentul privind amplasarea și autorizarea  
mijloacelor de publicitate și afișaj în municipiul Chișinău , în prezența

\_\_\_\_\_  
(numele și prenumele, funcția)

ce reprezintă \_\_\_\_\_

(denumirea persoanei juridice sau numele și prenumele persoanei fizice),

denumită în continuare „Titularul Autorizației de amplasare a publicității”.

În urma controlului s-a constatat următoarele:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Titularului Autorizației i-a fost propus:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Din partea Direcției generale arhitectură, urbanism și relații funciare

\_\_\_\_\_  
(numele și prenumele, semnătura)

\_\_\_\_\_  
(numele și prenumele, semnătura)

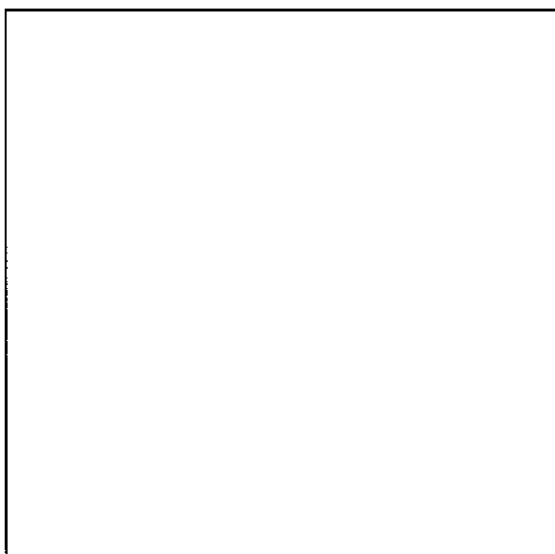
\_\_\_\_\_  
(numele și prenumele, semnătura)

Din partea Titularului Autorizației

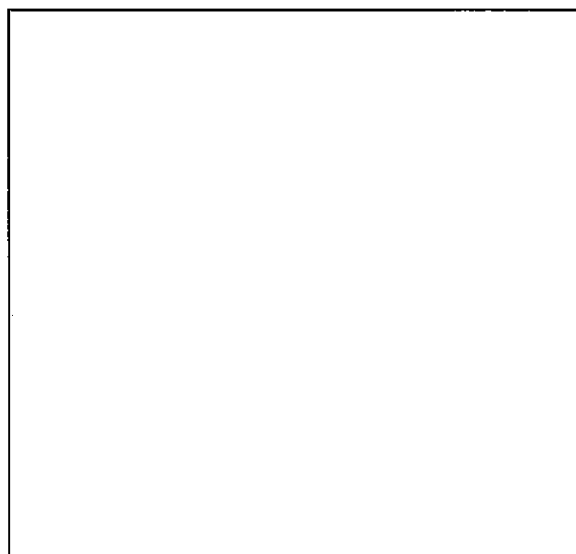
\_\_\_\_\_  
(numele și prenumele, semnătura)

**PAȘAPORTUL  
amplasării dispozitivului de publicitate**

**Aprobat:**  
**Șef al Direcției generale arhitectură,  
urbanism și relații funciare**  
\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
data \_\_\_\_\_ L.Ș.



Scara 1:2000



Scara 1: 500

**Pianșa Nr.** \_\_\_\_\_

**Adresa:** \_\_\_\_\_

**Cererea nr.** \_\_\_\_\_ **din** \_\_\_\_\_

**Proprietarul:** \_\_\_\_\_

**Adresa:** \_\_\_\_\_

**Telefon:** \_\_\_\_\_

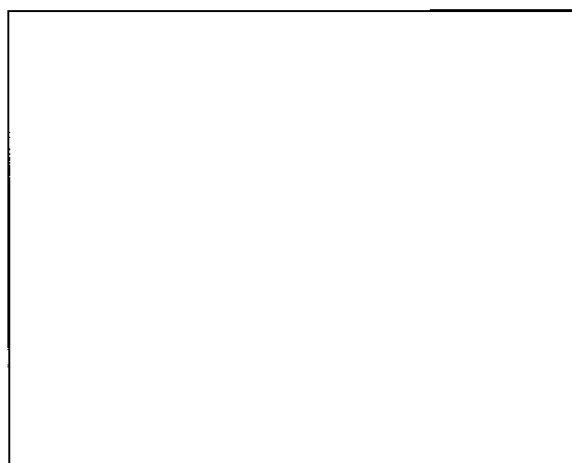
**Tipul dispozitivului publicitar:**  
\_\_\_\_\_

**Parametri :** \_\_\_\_\_

**Șef adjunct al Direcției generale arhitectură  
urbanism și relații funciare**

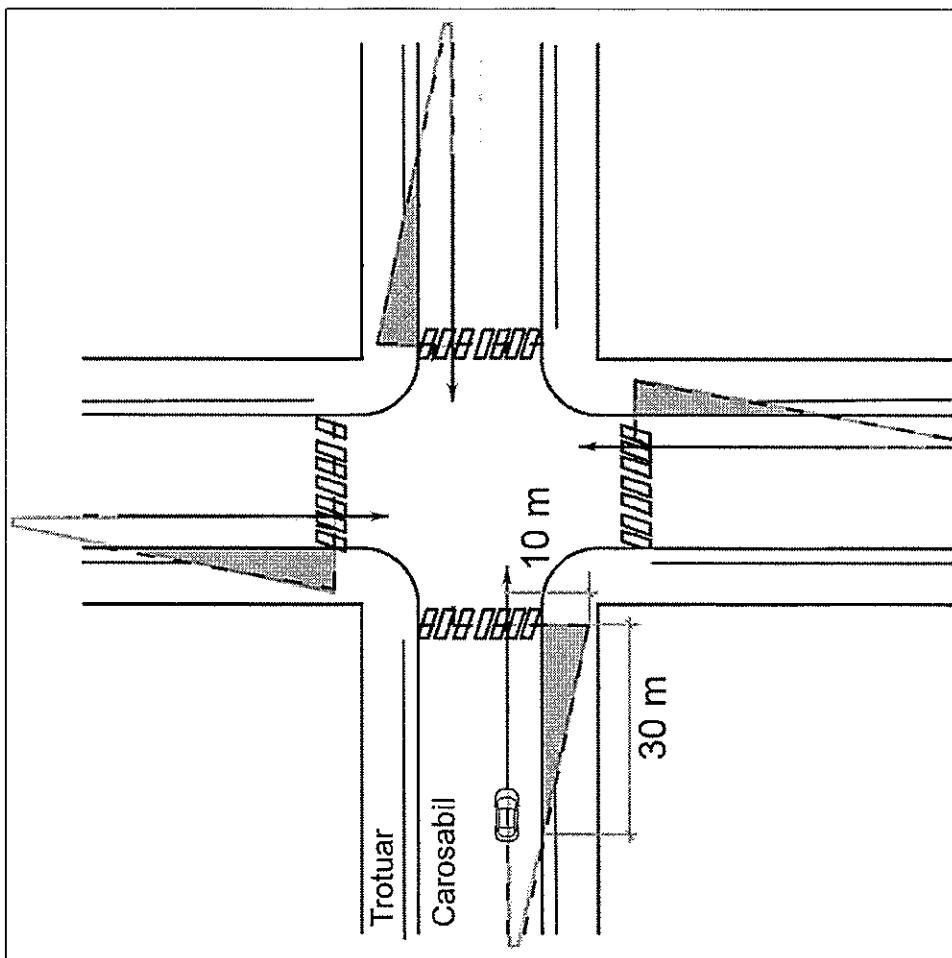
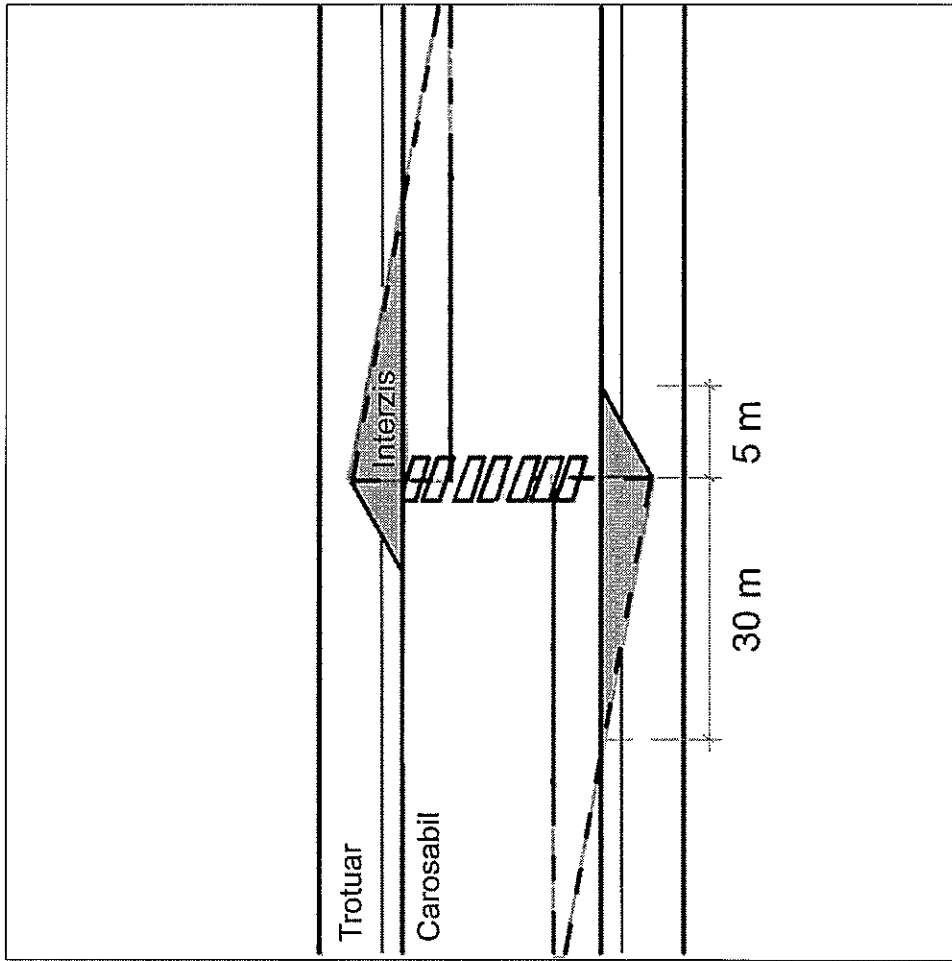
\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_.  
\_\_\_\_\_

**Șef al secției „Publicitate stradală**



**imaginea se anexează**





■ - Interzis

## NOTĂ INFORMATIVĂ

### la Regulamentul privind plasarea publicității exterioare în municipiul Chișinău

Una din direcțiile de activitate a Primăriei municipiului Chișinău în domeniul gestionării patrimoniului municipal și a completării bugetului local cu surse financiare prin taxa locală este reglementarea amplasării mijloacelor de publicitate exterioară în municipiul Chișinău.

Publicitatea exterioară constituie una din modalitățile prin care se promovează mărfurile și serviciile direct în stradă și care, alături de arhitectură, design, lumină, vegetație și căi de comunicație, formează mediul urban. Publicitatea nu este doar un decor urban, ci și un indiciu economic complex. Este o componentă esențială a economiei de piață, o branșă exteriorizată prin panotaj stradal.

O examinare a situației existente demonstrează că bulevardele și străzile centrale sunt supraaglomerate, iar dispozitivele publicitare uneori închid complet vederile orașului. Publicitatea se impune pe străzi tot mai insistent, începând de la marginea bordurii până la acoperișurile clădirilor. Spațiile verzi sunt tot mai mult îngrădite cu panouri publicitare. O mare parte din dispozitivele publicitare sunt nesigure, învechite moral și necesită modernizare. Odată cu apariția a mai multor agenții de publicitate a crescut cererea pentru obținerea unor noi locuri de amplasare a dispozitivelor publicitare. Ca urmare, au apărut probleme de suprapunere vizuală a amplasamentelor, precum și necesitatea de resistemizare a unor noduri publicitare, mai ales, la intersecțiile unor bulevarde/străzi, întru asigurarea securității în trafic, ceea ce este o prioritate.

Din momentul în care a fost aprobat ultimul Regulament și până în prezent situația în domeniul publicității stradale s-a schimbat, au apărut noi tehnologii și noi cerințe față de construcțiile portante și publicitate.

Numărul mare de dispozitive publicitare afectează traficul rutier și lucrările de reparație și construire a rețelelor ingineresti, ceea ce duce la pierderi și la ridicarea costului lucrărilor. Pentru diminuarea influenței acestor și multor alți factori este necesară revizuirea amplasamentelor publicitare având drept bază noi norme și cerințe aprobate de Consiliul municipal Chișinău în concordanță cu așteptările cetățenilor.

Astfel, situația existentă în domeniul publicității exterioare demonstrează necesitatea unei gestionări mai consecvente a procesului de amplasare/autorizare a mijloacelor publicitare.

Reieșind din cele expuse, la moment este necesară elaborarea și aprobarea unui nou Regulament privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate în municipiul Chișinău, care va avea ca scop organizarea și desfășurarea activității de publicitate exterioară în municipiul Chișinău.

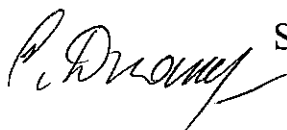
Principalul obiectiv al Regulamentului este nominalizarea unor noi reguli și cerințe atât pentru amplasamentele publicitate cât și pentru firme, stabilirea unor zone de publicitate cu specificarea mijloacelor de publicitate permise în fiecare zonă, revizuirea amplasamentelor publicitare și a firmelor, sistematizarea, favorizarea implementării tehnologiilor moderne în domeniul respectiv.

Ca urmare, Regulamentul privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate în municipiul Chișinău instituie norme, reguli, cerințe, exigențe și restricții pentru proiectarea, perfectarea și coordonarea documentației de proiect pentru autorizarea, construirea, amplasarea (montarea, demontarea) și exploatarea mijloacelor de publicitate.

Astfel, Regulamentul prezent stabilește reguli și cerințe de bază pentru proiectarea, construirea și amplasarea mijloacelor publicitare în corespundere cu normele și standardele europene în domeniu și cu legislația în vigoare.

Reglementarea procesului de autorizare/amplasare a publicității exterioare și a firmelor până la moment se efectuează în conformitate cu prevederile deciziei Consiliului municipal Chișinău nr. 71/15 din 03.05.2007 „Despre aprobarea Regulamentului provizoriu privind autorizarea și amplasarea dispozitivelor de publicitate, a publicității, firmelor (inscripții și imagini exterioare) în municipiul Chișinău.

Șef Direcție



Svetlana Dogotaru



CONSILIUL MUNICIPAL CHIȘINĂU  
Comisia juridică, pentru ordinea publică și activitatea  
administrației publice locale

---

**A V I Z**

din 23.11.2020

asupra proiectului de decizie al Consiliului municipal Chișinău „Cu privire la aprobarea Regulamentului privind plasarea publicității exterioare în municipiul Chișinău”.

**S-a examinat proiectul de decizie nominalizat:**

**S-a votat:** pro 8, contra 0, abținut 0.

**S-a decis:** Se aprobă avizul pozitiv asupra proiectului de decizie al Consiliului municipal Chișinău „Cu privire la aprobarea Regulamentului privind plasarea publicității exterioare în municipiul Chișinău”.

**Președinte**

**Poleacov Victor**

**Secretar**

**Bejenaru Grigore**

## NOTĂ INFORMATIVĂ

La proiectul de decizie „*Cu privire la aprobarea Regulamentului privind plasarea publicității exterioare în municipiul Chișinău*”

### **1. Autorul:**

Proiectul de decizie „*Cu privire la aprobarea Regulamentului privind plasarea publicității exterioare în municipiul Chișinău*” a fost elaborat de Grupul de lucru creată în baza dispoziției Primarului General nr. 133-d din 20.03.2020 „*Cu privire la instituirea Grupului de lucru în vederea elaborării proiectelor de Regulamente privind organizarea și desfășurarea activității de publicitate, reclamă și afișaj în orașul Chișinău*”.

### **2. Condiții ce au impus elaborarea proiectului de decizie și scopul urmărit:**

Proiectul Regulamentului privind plasarea publicității exterioare în municipiul Chișinău instituie norme, reguli, cerințe, exigențe și restricții pentru proiectarea, perfectarea și coordonarea documentației de proiect pentru autorizarea, construirea, amplasarea (montarea, demontarea) și exploatarea mijloacelor de publicitate.

### **3. Principalele prevederi al proiectului:**

Regulamentul prezent stabilește reguli și cerințe de bază pentru proiectarea, construirea și amplasarea mijloacelor publicitare în corespundere cu normele și standardele europene în domeniu și cu legislația în vigoare.

### **4. Fundamentarea economico-financiară**

Adoptarea proiectului de decizie nu va implica cheltuieli financiare suplimentare la moment, dar va diminua considerabil bugetul municipal al municipiului Chișinău.

### **5. Avizarea și consultarea publică**

Prevederile proiectului de decizie corespunde celor trei criterii de calitate: accesibilitate, previzibilitate și claritate. În scopul respectării prevederilor Legii nr. 239/2008 privind transparența în procesul decizional, proiectul de decizie a fost plasat pe pagina web a Primăriei municipiului Chișinău [www.chisinau.md](http://www.chisinau.md), cu respectarea termenelor prevăzute de legislația în vigoare fiind asigurat accesul părților interesate la proiectul prenotat pentru a

putea prezenta sau expedia recomandări pe marginea proiectului. Prin urmare, reieșind din cele expuse, transparența în procesul decizional a fost asigurată.

## **6. Constatări ale expertizei anticorupție**

Proiectul de decizie a fost elaborat cu respectarea prevederilor Legii 100/2017 cu privire la actele normative, a Legii integrității nr. 82/2017, a Metodologiei de efectuare a expertizei anticorupție a proiectelor de acte legislative și normative, aprobată prin Hotărârea Colegiului Centrului nr. 6 din 20 octombrie 2017.

## **7. Constatări ale expertizei juridice.**

Autorul a respectat tehnica elaborării actelor, a asigurat o formă sistemică și coordonată a conținutului reglementărilor juridice care sunt obligatorii la elaborarea proiectelor de decizie.

Svetlana Dogotaru  
șef al Direcției generale arhitectură,  
urbanism și relații funciare



## **RAPORT DE EXPERTIZĂ ANTICORUPȚIE**

**Nr. EDA20/6991 din 04.12.2020**

### **la proiectul de decizie Consiliului municipal Chișinău cu privire la aprobarea Regulamentului privind plasarea publicității exterioare în municipiul Chișinău**

Prezentul raport de expertiză anticorupție a fost întocmit de Centrul Național Anticorupție al Republicii Moldova în baza Legii nr.100/2017 cu privire la actele normative, a Legii nr.1104/2002 cu privire la Centrul Național Anticorupție, a Legii integrității nr.82/2017 și a Metodologiei de efectuare a expertizei anticorupție a proiectelor de acte legislative și normative, aprobată prin Hotărârea Colegiului Centrului nr.6 din 20 octombrie 2017.

#### **I. Analiza riscurilor de corupere a procesului de promovare a proiectului**

##### **I.1. Pertinența autorului, categoriei propuse a actului și a procedurii de promovare a proiectului**

Autor al proiectului de act normativ este Consiliul municipal Chișinău, autor nemijlocit fiind Direcția Generală Arhitectură, Urbanism și Relații Funciare, ceea ce corespunde art.16-18 din Legea nr. 100/2017 cu privire la actele normative.

Categoria actului departamental propus este Decizie, ceea ce corespunde art. 16-18 din Legea nr. 100/2017 cu privire la actele normative.

##### **I.2. Respectarea rigorilor de transparență în procesul decizional la promovarea proiectului**

Potrivit art.8 al Legii nr.239/2008 privind transparența în procesul decizional „*etapele asigurării transparenței procesului de elaborare a deciziilor sunt:*

- a) informarea publicului referitor la inițierea elaborării deciziei;*
- b) punerea la dispoziția părților interesate a proiectului de decizie și a materialelor aferente acestuia;*
- c) consultarea cetățenilor, asociațiilor constituite în corespundere cu legea, altor părți interesate;*
- d) examinarea recomandărilor cetățenilor, asociațiilor constituite în corespundere cu legea, altor părți interesate în procesul de elaborare a proiectelor de decizii;*
- e) informarea publicului referitor la deciziile adoptate".*

Totodată, art.10 din Legea nr.239/2008 stabilește expres că:

*„(1) Autoritatea publică asigură accesul la proiectele de decizii și la materialele aferente acestora prin publicarea obligatorie a lor pe pagina web oficială a autorității publice, prin asigurarea accesului la*

sediul autorității, precum și prin expediere prin poștă sau prin alte mijloace disponibile, la solicitarea persoanei interesate.

(2) Proiectul de decizie și materialele aferente acestuia se plasează pe pagina web oficială a autorității publice responsabile cel puțin pentru perioada recepționării și examinării recomandărilor”.

Se constată că anunțul privind organizarea consultării publice, proiectul și nota informativă la acesta au fost plasate pe pagina web oficială a Primăriei municipiului Chișinău [www.chisinau.md](http://www.chisinau.md) la compartimentul Informații/Transparență decizională/Procesul decizional/Consultare publică cu indicarea părții responsabile de recepționarea recomandărilor și a datelor de contact ale acesteia.

La fel se atestă efectuarea organizării unor dezbateri publice cu privire la proiectul prenotat.

În aceste condiții, se consideră că autorul a respectat prevederile legale privind transparența în procesul decizional.

### **1.3. Scopul anunțat și scopul real al proiectului**

Elaborarea proiectului deciziei Consiliului municipal Chișinău cu privire la aprobarea Regulamentului privind plasarea publicității exterioare în municipiul Chișinău a fost dictată de *„situația existentă în domeniul publicității exterioare care demonstrează necesitatea unei gestionări mai consecvente a procesului de plasare/autorizare a mijloacelor publicitare”*.

Astfel, potrivit autorului *„la moment este necesară elaborarea și aprobarea unui nou Regulament privind plasarea publicității exterioare în municipiul Chișinău care va avea ca scop organizarea și desfășurarea activității de publicitate exterioară în municipiul Chișinău”,* iar principalul obiectiv al Regulamentului fiind *„nominalizarea unor noi reguli și cerințe atât pentru plasamentele publicitare, cât și pentru firme, stabilirea unor zone de publicitate cu specificarea mijloacelor de publicitate permise în fiecare zonă, revizuirea plasamentelor publicitare și a firmelor, sistematizarea, favorizarea implementării tehnologiilor moderne în domeniul respectiv”*.

Proiectul Regulamentului privind plasarea publicității exterioare în municipiul Chișinău conține norme care reglementează aprobarea executării lucrărilor pentru amplasarea dispozitivelor publicitare, zonele de publicitate, norme privind realizarea publicității exterioare și alte norme indispensabile activității de plasare a publicității exterioare în municipiul Chișinău.

### **1.4. Interesul public și interesele private promovate prin proiect**

Proiectul promovează interesul public manifestat prin aprobarea Regulamentului privind plasarea publicității exterioare în municipiul Chișinău care conține norme care reglementează modalitățile de realizare a publicității exterioare în municipiul Chișinău.

Cu toate că proiectul este în interes public, în conținutul acestuia au fost atestate unele norme care pot periclita asigurarea implementării uniforme a prevederilor proiectului, ceea ce va permite aplicarea confuză, discreționară a normelor privind plasarea publicității exterioare în municipiul Chișinău.

Analiza detaliată a acestor aspecte este efectuată în compartimentul III al prezentului raport de expertiză anticorupție.



## I.5. Justificarea soluțiilor proiectului

### I.5.1. Suficiența argumentării din nota informativă.

În conformitate cu art.30 al Legii nr.100/2017 cu privire la actele normative, proiectele de acte normative sunt însoțite de „*nota informativă care cuprinde:*

- a) denumirea sau numele autorului și, după caz, a participanților la elaborarea proiectului actului normativ;*
- b) condițiile ce au impus elaborarea proiectului actului normativ și finalitățile urmărite;*
- c) descrierea gradului de compatibilitate, pentru proiectele care au ca scop armonizarea legislației naționale cu legislația Uniunii Europene;*
- d) principalele prevederi ale proiectului și evidențierea elementelor noi;*
- f) modul de încorporare a actului în cadrul normativ în vigoare”.*

Nota informativă stabilește condițiile ce au impus elaborarea proiectului, evidențiază elementele noi și finalitățile urmărite prin promovarea proiectului.

Examinând conținutul notei informative a proiectului supus expertizei se constată că aceasta întrunește condițiile menționate în art.30 al Legii nr.100/2017 cu privire la actele normative.

### I.5.2. Argumentarea economică-financiară.

Conform art.30 lit.e) al Legii nr.100/2017 cu privire la actele normative, nota informativă trebuie să conțină „*e) fundamentarea economico-financiară”.*

În nota informativă se menționează că „*adoptarea proiectului de decizie nu va implica cheltuieli financiare suplimentare la moment, dar va diminua considerabil bugetul municipal al municipiului Chișinău”.*

## II. Analiza generală a factorilor de risc ale proiectului

### II.1. Limbajul proiectului

Potrivit art.54 al Legii nr.100/2017 cu privire la actele normative „*textul proiectului actului normativ se elaborează [...] cu respectarea următoarelor reguli: [...]*

- a) se expune într-un limbaj simplu, clar și concis [...]*
- c) terminologia utilizată este constantă, uniformă și corespunde celei utilizate în alte acte normative, în legislația Uniunii Europene și în alte instrumente internaționale la care Republica Moldova este parte, cu respectarea prevederilor prezentei legi; [...]*
- e) se interzice folosirea neologismelor dacă există sinonime de largă răspândire, [...]*
- f) se evită folosirea [...] a cuvintelor și expresiilor [...] care nu sînt utilizate sau cu sens ambiguu;*
- g) se evită tautologiile juridice;*
- h) se utilizează, pe cât este posibil, noțiuni monosemantice, [...].”.*

Textul proiectului nu corespunde întru totul tehnicii legislative și normative, regulilor limbajului și expresiei juridice.

Astfel, au fost atestate norme care conțin termeni confuzi, ambigui, nereglementați - operator de publicitate, vehicul publicitar.

Termenii urmează să fie uniformizați în vederea interpretării corecte a sensului acestora.

## **II.2. Coerența legislativă a proiectului**

În textul proiectului au fost identificate norme contradictorii dintre prevederile acestuia cu reglementările conținute în Legea nr.1227/1997 cu privire la publicitate în partea ce ține de asigurarea publicității exterioare.

La fel, în conținutul proiectului au fost atestate unele lacune care vor crea o ambiguitate administrativă la aplicarea uniformă a normelor Regulamentului. Astfel, nu este reglementat clar subiecții asupra cărora se răsfrâng prevederile Regulamentului, nu este stipulat expres cazurile când nu este necesară obținerea autorizației de plasare a publicității exterioare, nu este reglementată uniform procedura de retragere a autorizației de plasare a publicității exterioare.

Analiza detaliată a acestor aspecte este efectuată în compartimentul III al prezentului raport de expertiză anticorupție.

## **II.3. Activitatea agenților publici și a entităților publice reglementată în proiect**

Proiectul reglementează activitatea entităților publice și a agenților publici din cadrul acestora responsabili de implementarea prevederilor Regulamentului.

În proiect au fost atestate norme care induc confuzie în stabilirea procedurilor de exercitare a atribuțiilor acestor entități.

Astfel, se constată ambiguitate administrativă în privința stabilirii subiecților Regulamentului asupra cărora se răsfrâng prevederile Regulamentului, în privința cazurilor când nu este necesară obținerea autorizației de plasare a publicității exterioare, în privința stabilirii formei și dimensiunilor firmei amplasate de agenții economici, în privința stabilirii criteriilor ce afectează structura de rezistență a clădirilor, în rezultatul căreia se va interzice publicitatea pe astfel de construcții, în privința modalității de coordonare a textului și a imaginii publicității exterioare, în privința plasării dispozitivelor de publicitate în cadrul evenimentelor de anvergură, precum și deasupra străzilor, părților carosabile, zonelor pietonale, arterelor de circulație, precum și în privința stabilirii procedurii de retragere a autorizației de plasare a publicității exterioare.

Aceste ambiguități administrative vor permite aplicarea confuză a normelor cu riscul comiterii manifestărilor de corupție.

Analiza detaliată a acestor aspecte este efectuată în compartimentul III al prezentului raport de expertiză anticorupție.

## **II.4. Atingeri ale drepturilor omului care pot fi cauzate la aplicarea proiectului**

Prevederile proiectului nu aduc atingere drepturilor fundamentale ale omului consacrate de Constituția Republicii Moldova, Declarația Universală a Drepturilor Omului și Convenția Europeană a Drepturilor Omului.

### III. Analiza detaliată a factorilor de risc și a riscurilor de corupție ale proiectului

-1-	
<b>Punctul 1 din proiectul Regulamentului -</b> 1. Prevederile prezentului Regulament se aplică proprietarilor dispozitivelor de publicitate, proprietarilor/gestionarilor de imobile pe care sunt amplasate dispozitive de publicitate, precum și operatorilor: furnizori și difuzori de publicitate	
<b>Obiecții:</b> Constatăm că autorul utilizează termenul „operator”, incluzând în această categorie furnizorii și difuzorii de publicitate.  Legea nr.1227/1997 cu privire la publicitate în articolul 5 utilizează termenul „agenți de publicitate” în care intră furnizorii, difuzorii, precum și producătorii de publicitate.  În conținutul proiectului Regulamentului constatăm că sunt definiți furnizorul de publicitate, difuzorul de publicitate, precum și producătorul de publicitate, iar în sensul Regulamentului prin „solicitant” se înțelege orice persoană fizică sau juridică, reprezentant al furnizorului, al producătorului sau al difuzorului de publicitate, care intenționează să plaseze publicitate exterioară.  Astfel, atestăm că în conformitate cu norma punctului 1, prevederile Regulamentului nu se vor extinde asupra producătorilor de publicitate, ceea ce este eronat interpretat.  Ambiguitatea creată va lăsa loc interpretărilor discreționare privind subiecții asupra cărora se răsfrâng prevederile Regulamentului prenotat.	
<b>Recomandări:</b> În vederea excluderii ambiguității, propunem autorului substituirea în tot textul Regulamentului a termenului operator (punctul 1, punctul 32, punctul 83, ș.a.) cu termenul „agent de publicitate”.  La punctul 1 înainte de textul „furnizori și difuzori de publicitate” de completat cu cuvântul „producători”.	
<b>Factori de risc:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● Lacună de drept</li><li>● Utilizarea neuniformă a termenilor</li></ul>	<b>Riscuri de corupție:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● Generale</li></ul>

-2-
<b>Punctul 2 din proiectul Regulamentului -</b> 2. Publicitatea exterioară poate fi amplasată pe domeniul public și privat.
<b>Obiecții:</b> Norma induce confuzie privind interpretarea locului permis pentru amplasarea publicității.  Or, autorul a dorit să evidențieze probabil domeniul public și domeniul privat al autorității publice locale.  Însă, atragem atenția că publicitatea exterioară poate fi amplasată, spre exemplu, și pe bunuri imobile proprietate privată a persoanelor fizice sau juridice.  Astfel, sintagma „pe domeniul public și privat” va lăsa loc interpretărilor privind amplasamentul publicității exterioare doar pe domeniul public sau privat a autorității publice locale, cu limitarea, în unele cazuri, a

publicității exterioare pe bunurile imobile proprietate privată a persoanelor fizice sau juridice.

**Recomandări:**

Punctul 2 urmează să fie expus în altă redacție în vederea acoperirii legale a tuturor amplasamentelor legale ce pot constitui obiecte pe care poate fi plasată publicitatea exterioară.

Astfel, o dată ce Regulamentul privind plasarea publicității exterioare în municipiul Chișinău conține norme generale privind modalitatea plasării publicității exterioare în municipiul Chișinău, norma punctului 2 urmează să prevadă că publicitatea exterioară poate fi amplasată atât pe domeniul public și privat al autorității publice locale, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice.

**Factori de risc:**

- Formulare ambiguă care admite interpretări abuzive
- Lacună de drept

**Riscuri de corupție:**

- Generale

- 3 -

**Punctul 4 din proiectul Regulamentului -**

4. Autorizația de plasare a publicității exterioare (anexa nr.1) se eliberează în baza autorizației de construire/pașaportului de amplasare a dispozitivului publicitar, conform prevederilor cadrului normativ în construcții

**Obiecții:**

În redacția cum este propusă norma se poate interpreta că orice dispozitiv publicitar urmează să fie plasat doar urmare a deținerii autorizației de plasare a publicității exterioare.

Or, nu orice dispozitiv publicitar se încadrează în obligativitatea deținerii acestei autorizații, și, cu atât mai mult, a autorizației de construire. Astfel, autorizația de construire urmează a fi eliberată doar în cazul în care dispozitivul publicitar intră în categoria construcțiilor provizorii, în conformitate cu Legea nr.163/2010 privind autorizarea executării lucrărilor de construcție.

În acest sens, se va putea interpreta că plasarea oricărui dispozitiv publicitar necesită obținerea autorizației de construcție și, ulterior, a autorizației de plasare a publicității exterioare.

Totodată, normele incluse în capitolul I - Dispoziții generale - nu fac referință expresă la faptul că, în unele cazuri de utilizare a dispozitivelor de publicitate, autorizația de plasare a publicității exterioare nu este necesară.

Astfel, potrivit art.16 alin.(4) al Legii nr.1227/1997 cu privire la publicitate - amplasarea publicității exterioare pe clădiri și alte construcții aflate în proprietate privată se coordonează cu organele teritoriale de arhitectură și nu necesită autorizarea specială a autorităților administrației publice locale.

Neinclusiunea unor astfel de norme generale în textul Regulamentului va permite interpretări confuze a normelor aplicabile cu riscul comiterii manifestărilor de corupție.

**Recomandări:**

La punctul 2 urmează să se facă delimitarea clară că dispozitivele publicitare care se încadrează în categoria construcțiilor cu caracter provizoriu necesită eliberarea prealabilă a autorizației de construcție, precum și a autorizației de plasare a publicității exterioare.

Capitolul I - Dispoziții generale - urmează să fie completat cu o prevedere care ar stipula că amplasarea publicității exterioare pe clădiri și alte construcții aflate în proprietate privată se coordonează cu organele

teritoriale de arhitectură și nu necesită autorizarea specială a autorităților administrației publice locale.

**Factori de risc:**

- Lacună de drept

**Riscuri de corupție:**

- Generale

- 4 -

**Punctul 13 din proiectul Regulamentului -**

13. (...) În cadrul zonelor de publicitate ultracentrală este interzisă amplasarea dispozitivelor de publicitate, cu excepția firmelor și mesurilor. În aceste spații, forma și dimensiunile firmelor vor fi avizate de către arhitectul-șef și/sau persoana cu atribuții în urbanism din cadrul unității administrativ-teritoriale.

**Obiecții:**

Norma atribuie competențe arhitectului-șef și/sau persoanei cu atribuții în urbanism din cadrul unității administrativ-teritoriale de a aviza formele și dimensiunile firmelor.

Considerăm că norma urmează să fie corelată cu prevederea art.17 din Legea nr.1227/1997 cu privire la publicitate care stabilește că „în locurile de comerț și de prestări de servicii, folosirea de către agenții activității de întreprinzător în interior și în exterior a elementelor de design și amenajat artistic și arhitectural ce conține emblema firmei, marca comercială ce corespunde profilului întreprinderii nu se consideră publicitate și se efectuează fără autorizarea autorităților publice locale”.

În acest sens, atribuirea competenței arhitectului-șef și/sau a persoanei cu atribuții în urbanism din cadrul unității administrativ-teritoriale de a aviza formele și dimensiunile firmelor poate crește riscurile de corupție în partea ce ține de avizarea pozitivă a acestora în lipsa unor criterii clare, proceduri clare de evaluare și stabilire a acestor forme și dimensiuni.

Normele Regulamentului sunt lacunare în stabilirea formei și dimensiunii firmelor care se vor amplasa de către agenții economici în cadrul zonei de publicitate ultracentrală (ZUL 1 și ZUL 2).

Astfel, arhitectul-șef și/sau persoana cu atribuții în urbanism vor putea interpreta, în dependență de interes și scop, forma și dimensiunea firmei, cu riscul comiterii manifestărilor de corupție.

Atribuirea acestei competențe, deși la o primă vedere ar fi în interes public manifestată prin asigurarea unui „peisaj” arhitecturistic unitar și uniform care să se încadreze armonios arhitecturii locului amplasării firmei, totuși, fără a avea unele criterii clare de stabilire a formei și dimensiunilor firmei, există riscul apariției manifestărilor de corupție.

Mai mult decât atât, normele nu prevăd o procedură de solicitare a avizului respectiv.

**Recomandări:**

Propunem autorului stabilirea modalității de solicitare a avizului respectiv, precum și stabilirea criteriilor prestabilite a formelor și dimensiunilor firmei amplasate de către agenții economici, sediul cărora este amplasat în cadrul zonelor de publicitate ultracentrală.

**Factori de risc:**

- Lacună de drept
- Atribuții extensive de reglementare
- Atribuții care admit derogări și interpretări abuzive
- Cumularea competențelor de a stabili rigori, a controla aplicarea lor și de a sancționa

**Riscuri de corupție:**

- Generale

- Temeiuri neexhaustive/ambigui/subiective pentru refuzul sau inacțiunea entității publice
- Lipsa/ambiguitatea procedurilor administrative
- Atribuții excesive, improprii sau contrare statutului entității publice

**Punctul 16 din proiectul Regulamentului-**

16. Este interzisă amplasarea dispozitivelor publicitare:

(...)

(23) pe clădirile aflate în stare avansată de deteriorare, în situația în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de rezistență

(33) staționarea vehiculelor publicitare pe drumurile locale sau în locurile vizibile dinspre acestea

**Obiecții:**

Norma punctului 16 conține interdicții de amplasare a dispozitivelor publicitare.

Subpunctul 23 stabilește interdicția plasării dispozitivelor publicitare pe clădirile aflate în stare avansată de deteriorare, în situația în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de rezistență.

Constatăm că, de fapt, interdicția este condiționată de stabilirea faptului dacă dispozitivul publicitar afectează structura de rezistență a clădirii.

În aceste condiții, nu este clar cine stabilește și pe ce criterii legale dacă structura de rezistență poate fi afectată și plasarea dispozitivului publicitar constituie pericol public.

Lipsa modalității de stabilire a procedurii de constatare a faptului dacă dispozitivul publicitar afectează structura de rezistență va constitui o pârgă legală de interpretări confuze și discreționare cu riscul comiterii manifestărilor de corupție.

În altă ordine de idei, subpunctul 33 interzice staționarea vehiculelor publicitare pe drumurile locale sau în locurile vizibile dinspre acestea.

Termenul „vehicul publicitar” nu este definit în textul Regulamentului, ceea ce poate complica înțelegerea sensului acestuia.

Or, prin „vehicul publicitar” se va putea interpreta și vehiculul având pe el inscripționarea firmei unui agent economic.

Astfel, nedefinirea termenului va lăsa loc interpretărilor confuze și discreționare cu riscul apariției manifestărilor de corupție.

La fel, prin sintagma „sau în locurile vizibile dinspre acestea” denotă ambiguitate în stabilirea clară a interdicției. Astfel, se va putea interpreta că un mijloc de transport dacă se află pe un drum secundar, în zonă rezidențială cu blocuri, în cazul în care se stabilește că mijlocul de transport este vizibil de pe drumul public principal se va putea considera încălcarea interdicției respective.

Menționăm toate acestea deoarece în baza acestor norme care stabilesc interdicții, agenții publici cu drept de constatare a acestor încălcări vor putea aplica sancțiunile corespunzătoare. Or, nestabilirea clară a faptei de încălcare va crește riscul comiterii manifestărilor de corupție în vederea excluderii răspunderii.

**Recomandări:**

Propunem stabilirea criteriilor și a modalității de constatare a faptului dacă structura de rezistență poate fi

afectată și plasarea dispozitivului publicitar constituie pericol public.

La fel, propunem definirea termenului „vehicul publicitar”.

**Factori de risc:**

- Introducerea termenilor noi care nu au o definiție în legislație sau în proiect
- Formulare ambiguă care admite interpretări abuzive
- Lacună de drept
- Atribuții care admit derogări și interpretări abuzive
- Temeiuri neexhaustive/ambigui/subiective pentru refuzul sau inacțiunea entității publice
- Lipsa/ambiguitatea procedurilor administrative

**Riscuri de corupție:**

- Încurajarea sau facilitarea actelor de:
  - corupere activă
  - corupere pasivă
  - trafic de influență
  - conflict de interese și/sau favoritism
  - influențare necorespunzătoare
- Legalizarea actelor de:
  - abuz de serviciu
  - depășire a atribuțiilor de serviciu

6

**Punctul 20 din proiectul Regulamentului -**

20. Pe perioada desfășurării unor evenimente de anvergură organizate de administrația publică locală/centrală sau aceasta are calitate de coorganizator, dispozitivele publicitare se pot amplasa în toate zonele, strict pe perioada desfășurării evenimentului

**Obiecții:**

Deși la o primă vedere intenția autorului este de a permite plasarea dispozitivelor de publicitate de orice tip în zona în care se desfășoară evenimentul, redacția normei lasă loc de interpretare de amplasare a oricărui dispozitiv publicitar în toate zonele instituite prin Regulamentul prenotat. Astfel, deși evenimentul organizat se desfășoară în zona de publicitate restrânsă (ZPR), interpretarea defavorabilă a normei va permite aplicarea oricărui dispozitiv de publicitate și în zona de publicitate ultracentrală - zona istorică a municipiului Chișinău (ZUL 1 și ZUL 2).

În aceste condiții, interpretarea eronată a sensului normei va permite comiterea manifestărilor de corupție la încadrarea juridică a faptelor și acțiunilor.

**Recomandări:**

Recomandăm autorului substituirea textului „dispozitivele publicitare se pot amplasa în toate zonele, strict pe perioada desfășurării evenimentului” cu textul „dispozitivele publicitare, de orice tip, se pot amplasa în zona în care se desfășoară evenimentul, strict pe perioada desfășurării acestuia”.

**Factori de risc:**

- Atribuții care admit derogări și interpretări abuzive
- Cumularea competențelor de a stabili rigori, a controla aplicarea lor și de a sancționa
- Temeiuri neexhaustive/ambigui/subiective pentru refuzul sau inacțiunea entității publice
- Lipsa/ambiguitatea procedurilor administrative

**Riscuri de corupție:**

- Încurajarea sau facilitarea actelor de:
  - corupere activă
  - corupere pasivă
  - trafic de influență
  - conflict de interese și/sau favoritism
  - influențare necorespunzătoare
- Legalizarea actelor de:
  - abuz de serviciu
  - depășire a atribuțiilor de serviciu

**Punctul 21 și 23 din proiectul Regulamentului -**

21. Toate imaginile și textele din publicitatea exterioară, înainte de plasare/sau schimbarea lor se coordonează cu Agenția Servicii Publice (responsabilă de corectitudinea textului) și persona cu funcție de răspundere în urbanism delegată pentru aceasta (responsabil de conținutul de imagine)

23. Autoritatea publică locală coordonează textul publicitar, fără implicarea solicitantului autorizației de plasare a publicității exterioare, cu Agenția Servicii Publice în cazul în care se preconizează includerea în publicitate a textului în limba de stat, a denumirii întreprinderii, mărcii comerciale înregistrate, genului de activitate sau prestări de servicii. În celelalte cazuri, responsabil de coordonarea imaginilor este solicitantul, încălcarea acestui punct constituind temei de refuz privind plasarea imaginii.

**Obiecții:**

Punctul 21 reglementează două situații - coordonarea textului și coordonarea imaginii publicității.

La punctul 23 norma nu este în conformitate cu prevederea art.16 alin.(5/2) din Legea nr.1227/1997 cu privire la publicitate care prevede că „autoritatea publică locală coordonează textul publicitar, fără implicarea solicitantului de autorizație, cu Agenția Servicii Publice în cazul în care se preconizează includerea în publicitate a textului în limba de stat, altul decât denumirea întreprinderii, mărcii înregistrate sau mărcii comerciale”.

Totodată, textul „În celelalte cazuri responsabil de coordonarea imaginilor este (...)” induce confuzie, or norma anterioară se referă la coordonarea textului și nu a imaginilor. Mai mult decât atât, norma este confuză în privința cazurilor în care responsabil de coordonarea imaginilor este solicitantul, inducând premisa că sunt alte cazuri în care coordonarea imaginilor este efectuată din oficiu de către autoritatea publică locală.

Concomitent, atragem atenția că, pe de o parte, norma punctului 21 prevede obligativitatea coordonării tuturor imaginilor și textelor, iar pe de altă parte, norma punctului 23 (preluată parțial din Legea nr. 1227/1997) instituie obligativitatea coordonării doar a textelor conținute în publicitatea exterioară scrise în limba de stat.

La fel, instituirea normei privind obligativitatea coordonării imaginilor cu responsabilul din urbanism, căruia i se atribuie și funcția de examinare a conținutului imaginii publicității exterioare poate fi considerată ca o ingerință excesivă din partea autorității publice locale, deoarece cadrul legal primar - Legea nr.1227/1997 nu conține vreo prevedere expresă în acest sens.

Totodată, Regulamentul nu face nici o referință la cadrul legal care stabilește criteriile în bază cărora se va determina corectitudinea, calitatea, conformitatea imaginilor publicității exterioare cu respectarea interesului public.

În final, menționăm că norma va crea o ambiguitate administrativă în ceea ce privește modalitatea uniformă de coordonare a textului și a imaginii textului publicitar, ceea ce va duce la instituirea unor atribuții extensive de reglementare, confuzie la aplicare și abuzuri la interpretarea uniformă a normelor.

**Recomandări:**

Normele punctelor 21 și 23 urmează să fie corelate cu norma articolului 16 alin.(5/2) din Legea nr. 1227/1997 cu privire la publicitate.

La fel, a se face claritate la modalitatea coordonării imaginilor din publicitatea exterioară.

**Factori de risc:**

- Concurența normelor de drept

**Riscuri de corupție:**

- Generale



- Lacună de drept
- Cerințe excesive pentru exercitarea drepturilor/Obligații excesive
- Atribuții excesive, improprii sau contrare statutului entității publice
- Atribuții care admit derogări și interpretări abuzive
- Temeiuri neexhaustive/ambigui/subiective pentru refuzul sau inacțiunea entității publice
- Lipsa/ambiguitatea procedurilor administrative

-8-

#### **Punctul 37 și 38 din proiectul Regulamentului -**

37. Dispozitivele de publicitate amplasate peste sau deasupra părții carosabile a străzilor vor fi amplasate la cel puțin 4,5 m de la suprafața ei

38. Dispozitivele de publicitate amplasate peste sau deasupra zonelor pietonale vor fi amplasate la cel puțin 3,0 m de la cota terenului amenajat

#### **Obiecții:**

Normele analizate conțin reguli de amplasare a dispozitivelor de publicitate în anumite situații.

Normele propuse însă urmează să fie analizate în corelare cu norma punctului 16 alin.(7) din proiect care interzice amplasarea dispozitivelor publicitare „pe orice alt tip de stâlp amplasați în localitate sau de-a lungul arterelor de circulație”.

Astfel, pe de o parte, se interzice amplasarea publicității pe stâlpi de-a lungul arterelor de circulație, iar pe de altă parte, se permite amplasarea publicității deasupra părții carosabile a străzilor.

Totodată, normele punctelor 37 și 38 urmează a fi analizate și prin prisma punctului 46 din proiectul Regulamentului care prevede că „Se interzice amplasarea panourilor de publicitate peste străzi și drumuri”.

În acest sens, panoul de publicitate, în opinia noastră, reprezintă doar un mijloc tehnic din categoria dispozitivelor de publicitate, ce reprezintă o structură provizorie din placă rigidă de metal sau material sintetic dur, de mărimi variate folosită pentru afișarea unui mesaj publicitar.

Astfel, norma punctului 46 nu interzice de fapt amplasarea altor dispozitive publicitare peste străzi și drumuri.

La fel, nu este clar ce înseamnă „de-a lungul arterelor de circulație”, or se poate crea confuzie dacă în categoria arterelor de circulație intră și strada și zona pietonală.

Neclaritatea acestor norme va permite interpretarea discreționară a sensului acestora cu posibilitatea comiterii manifestărilor de corupție.

#### **Recomandări:**

Propunem stabilirea clară a modalității amplasării publicității exterioare peste străzi, drumuri, artere de circulație, părți carosabile, zone pietonale în vederea uniformizării termenilor utilizați pentru aplicarea uniformă a normelor.

#### **Factori de risc:**

- Utilizarea neuniformă a termenilor
- Formulare ambiguă care admite interpretări abuzive
- Concurența normelor de drept

#### **Riscuri de corupție:**

- Generale

- Lipsa/ambiguitatea procedurilor administrative

**Punctul 43 din proiectul Regulamentului -**

43. Proprietarii ecranelor publicitare de tip LED au obligația transmiterii de informații de interes public și local, precum și informații de interes pentru populație în cazul unor situații de urgență, la solicitarea emitentului în formă scrisă

**Obiecții:**

Analizând norma constatăm două categorii de informații - informații de interes public și local, precum și informații de interes pentru populație în cazul unor situații de urgență.

Norma este confuză în stabilirea cazurilor de transmitere a informațiilor de interes public și local, deoarece nu se poate ști pe ce criterii această informație este stabilită și necesară a fi transmisă spre cunoaștere de îndată societății.

Or. singurul care va putea decide caracterul informației în acest caz este autoritatea publică locală care, aplicând norma, va obliga agentul economic să transmită informații de interes public și local, calificate esențiale și urgente astfel de autoritatea publică locală.

Suntem convingși de faptul că agenții economici sunt conștienți de necesitatea emiterii unor informații urgente de interes public major și vor întreprinde acțiunile de rigoare în vederea asigurării informării rapide a societății prin mijloacele disponibile cu referire la o situație de urgență, însă, aceștia urmează să poată aplica norma legală fără o interpretare defectuoasă. În redacția propusă, agenții de publicitate vor putea fi constrânși să prezinte informații publice care nu necesită o urgență.

Interpretarea defectuoasă a normei va permite comiterea manifestărilor de corupție în vederea aplicării normei în dependență de interes.

**Recomandări:**

Propunem modificarea normei în sensul stabilirii obligației proprietarilor ecranelor de publicitate de tip LED de a transmite informații de interes public național și local în cazul unor situații de urgență majoră, la cererea autorității publice locale.

Totodată, dat fiind faptul că agenții economici vor putea suporta careva pierderi financiare sau cheltuieli financiare (spre exemplu, energie electrică consumată) autoritatea publică locală urmează să stabilească o procedură de compensare a acestor cheltuieli.

**Factori de risc:**

- Cerințe excesive pentru exercitarea drepturilor/Obligații excesive
- Atribuții care admit derogări și interpretări abuzive
- Temeiuri neexhaustive/ambigui/subiective pentru refuzul sau inacțiunea entității publice
- Lipsa/ambiguitatea procedurilor administrative

**Riscuri de corupție:**

- Generale

**Punctul 70 din proiectul Regulamentului -**

70. În situația în care, pentru același spațiu, cu impact deosebit din acea zonă, propunerile vor fi supuse avizării Consiliului arhitectural urbanistic

**Obiecții:**

În opinia noastră, norma este una confuză și nu este clar despre care „situații” este vorba, despre care „același spațiu” se face referire, ce înseamnă „cu impact deosebit din acea zonă”.

Or, normele precedente se referă la amplasarea publicității pe acoperișuri, pe terase, pe sticla vitrinilor.

În acest sens, nu cunoaștem care va fi aplicabilitatea normei punctului 70.

Interpretarea discreționară va permite confuzii la aplicare.

**Recomandări:**

Modificarea normei punctului 70 care să stabilească clar obiectul de reglementare a normei și subiecții acesteia.

**Factori de risc:**

- Norme irealizabile
- Lipsa/ambiguitatea procedurilor administrative

**Riscuri de corupție:**

- Generale

**Punctul 101 din proiectul Regulamentului -**

101. Temei de retragere a autorizației de plasare a publicității și de emitere a autorizației de desființare sunt nerespectarea prevederilor prezentului Regulament

**Obiecții:**

Norma reglementează temeiul de retragere a autorizației de plasare a publicității.

Cu referire la norma propusă, menționăm că potrivit art.16 alin.(5/1) din Legea nr.1227/1997 cu privire la publicitate „Modul de solicitare, acordare, suspendare și retragere a autorizației pentru plasarea publicității exterioare pentru agenții economici se stabilește de Legea nr.160/2011 privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzător în partea în care nu este reglementată de prezenta lege”.

Astfel, condițiile de retragere urmează să fie stabilite expres de lege, iar autoritatea publică locală nu poate stabili prin actele sale cerințe suplimentare în vederea retragerii autorizației.

Norma poate crea conflicte cu norma legală primară/generală și poate conduce la apariția situațiilor conflictuale de aplicare a normei convenabile cu riscuri inerente de comitere a manifestărilor de corupție.

**Recomandări:**

Norma urmează să fie exclusă sau să fie modificată în sensul stabilirii că procedura de retragere a autorizației pentru plasarea publicității exterioare se efectuează în conformitate cu Legea nr.160/2011 și Legea nr.1227/1997.

**Factori de risc:**

- Concurența normelor de drept
- Atribuții care admit derogări și interpretări abuzive
- Temeiuri neexhaustive/ambigui/subiective pentru refuzul sau inacțiunea entității publice

**Riscuri de corupție:**

- Încurajarea sau facilitarea actelor de:
  - corupere activă
  - corupere pasivă
  - trafic de influență

<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lipsa/ambiguitatea procedurilor administrative</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- conflict de interese și/sau favoritism</li> <li>- influențare necorespunzătoare</li> <li>● Legalizarea actelor de: <ul style="list-style-type: none"> <li>- abuz de serviciu</li> <li>- depășire a atribuțiilor de serviciu</li> </ul> </li> </ul>
--	---

#### **IV. Concluzia expertizei**

Proiectul Regulamentului privind plasarea publicității exterioare în municipiul Chișinău conține norme care reglementează aprobarea executării lucrărilor pentru amplasarea dispozitivelor publicitare, zonele de publicitate, norme privind realizarea publicității exterioare și alte norme indispensabile activității de plasare a publicității exterioare în municipiul Chișinău.

Proiectul respectă interesul public manifestat prin necesitatea aprobării de norme clare care să asigure o reglementare eficientă a publicității exterioare în municipiul Chișinău, care să se încadreze armonios cu aspectul arhitectural și urbanistic al municipiului, care să respecte siguranța publică.

Cu toate acestea, în conținutul proiectului au fost constatate unele ambiguități administrative în privința stabilirii subiecților Regulamentului asupra cărora se răsfrâng prevederile Regulamentului, în privința cazurilor când nu este necesară obținerea autorizației de plasare a publicității exterioare, în privința stabilirii formei și dimensiunilor firmei amplasate de agenții economici, în privința stabilirii criteriilor ce afectează structura de rezistență a clădirilor în rezultatul căreia se va interzice publicitatea pe astfel de construcții, în privința modalității de coordonare a textului și a imaginii publicității exterioare, în privința plasării dispozitivelor de publicitate în cadrul evenimentelor de anvergură, precum și deasupra străzilor, părților carosabile, zonelor pietonale, arterelor de circulație, precum și în privința stabilirii procedurii de retragere a autorizației de plasare a publicității exterioare.

Aceste ambiguități administrative vor permite aplicarea confuză a normelor cu riscul comiterii manifestărilor de corupție.

Propunem autorului reexaminarea normelor analizate în prezentul raport de expertiză anticorupție cu eliminarea caracterului confuz și ambiguu al normelor, ceea ce va permite, în final, eliminarea factorilor de risc generatori de riscuri de corupție.

04.12.2020

Expert al Direcției legislație și expertiză anticorupție:  
*Vadim CURMEI , Inspector principal*

TABELUL DIVERGENTELOR

la proiectul de decizie cu privire la aprobarea Regulamentului privind plasarea publicității exterioare în municipiul Chișinău la Raportul de expertiză anticorupție

Nr. d/o.	Autoritatea publică	Pct. nr.	Conținutul obiecției	Mențiuni	Argumentarea
1.	Centrul Național Anticorupție	Punctul 1 din proiectul Regulamentului	<p><b>Obiecții:</b> Constatăm că autorul utilizează termenul „operator”, incluzând în această categorie furnizorii și difuzorii de publicitate. Legea nr.1227/1997 cu privire la publicitate în articolul 5 utilizează termenul „agenți de publicitate” în care intră furnizorii, difuzorii, precum și producătorii de publicitate. În conținutul proiectului Regulamentului constatăm că sunt definiți furnizorul de publicitate, difuzorul de publicitate, precum și producătorul de publicitate, iar în sensul Regulamentului prin „solicitant” se înțelege orice persoană fizică sau juridică, reprezentant al furnizorului, al producătorului sau al difuzorului de publicitate, care intenționează să plaseze publicitate exterioră. Astfel, atestăm că în conformitate cu norma punctului 1, prevederile Regulamentului nu se vor extinde asupra producătorilor de publicitate, ceea ce este eronat interpretat. Ambiguitatea creată va lăsa loc interpretărilor discreționare privind subiecții asupra cărora se răsfrâng prevederile Regulamentului prenotat.</p> <p><b>Recomandări:</b> În vederea excluderii ambiguității, propunem autorului substituirea în tot textul Regulamentului a termenului operator (punctul 1, punctul 32, punctul 83, ș.a.) cu termenul „agent de publicitate”. La punctul 1 înainte de textul „furnizori și difuzori de publicitate” de completat cu cuvântul „producători”</p>	Se acceptă	<p><b>Punctul 1:</b> cu următorul conținut,....precum si <i>agenților de publicitate</i>: furnizori, difuzori și <i>producători</i> de publicitate.”</p> <p><b>Punctul 32 :</b> „<i>Agențiile de publicitate</i> au obligația să asigure identificarea panourilor de publicitate.....”</p> <p><b>Punctul 83:</b> „.....Achiziționarea, montarea și întreținerea ceasurilor se va realiza prin efort propriu al <i>agentului de publicitate</i>. ” ...</p>

2.	Centrul Național Anticorupție	Punctul 2	<p><b>Obiecții:</b> Norma induce confuzie privind interpretarea locului permis pentru amplasarea publicității. Or, autorul a dorit să evidențieze probabil domeniul public și domeniul privat al autorității publice locale. Însă, atragem atenția că publicitatea exterioară poate fi amplasată, spre exemplu, și pe bunuri imobile proprietate privată a persoanelor fizice sau juridice. Astfel, sintagma „pe domeniul public și privat” va lăsa loc interpretărilor privind amplasamentul publicității exterioare doar pe domeniul public sau privat a autorității publice locale, cu limitarea, în unele cazuri, a 5 publicității exterioare pe bunurile imobile proprietate privată a persoanelor fizice sau juridice.</p> <p><b>Recomandări:</b> Punctul 2 urmează să fie expus în altă redacție în vederea acoperirii legale a tuturor amplasamentelor legale ce pot constitui obiecte pe care poate fi plasată publicitatea exterioară. Astfel, o dată ce Regulamentul privind plasarea publicității exterioare în municipiul Chișinău conține norme generale privind modalitatea plasării publicității exterioare în municipiul Chișinău, norma punctului 2 urmează să prevadă că publicitatea exterioară poate fi amplasată atât pe domeniul public și privat al autorității publice locale, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice.</p>	Se completează textul după cum urmează: „Publicitatea exterioară poate fi amplasată atât pe domeniul public și privat <i>al autorității publice locale, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice.</i> ”	Se completează textul după cum urmează: „Publicitatea exterioară poate fi amplasată atât pe domeniul public și privat <i>al autorității publice locale, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice.</i> ”
3.	Centrul Național Anticorupție	Punctul 4	<p><b>Obiecții:</b> În redacția cum este propusă norma se poate interpreta că orice dispozitiv publicitar urmează să fie plasat doar urmare a deținerii autorizației de plasare a publicității exterioare. Or, nu orice dispozitiv publicitar se încadrează în obligativitatea deținerii acestei autorizații, și, cu atât mai mult, a autorizației de construire. Astfel, autorizația de construire urmează a fi eliberată doar în cazul în care dispozitivul publicitar intră în categoria construcțiilor</p>	<b>Nu se acceptă:</b>	<p><b>Argumente:</b> În redacția cum este propusă norma se înțelege că orice dispozitiv publicitar urmează să fie plasat doar urmare a deținerii autorizației de plasare a publicității exterioare. Autorizația de construire urmează a fi eliberată în toate cazurile de solicitare a autorizației de plasare a dispozitivelor</p>

			<p>provizorii, în conformitate cu Legea nr.163/2010 privind autorizarea executării lucrărilor de construcție. În acest sens, se va putea interpreta că plasarea oricărui dispozitiv publicitar necesită obținerea autorizației de construcție și, ulterior, a autorizației de plasare a publicității exterioare.</p> <p>Totodată, normele incluse în capitolul I - Dispoziții generale - nu fac referință expresă la faptul că, în unele cazuri de utilizare a dispozitivelor de publicitate, autorizația de plasare a publicității exterioare nu este necesară. Astfel, potrivit art.16 alin.(4) al Legii nr.1227/1997 cu privire la publicitate - amplasarea publicității exterioare pe clădiri și alte construcții aflate în proprietate privată se coordonează cu organele teritoriale de arhitectură și nu necesită autorizarea specială a autorităților administrației publice locale. Neîncluderea unor astfel de norme generale în textul Regulamentului va permite interpretări confuze a normelor aplicabile cu riscul comiterii manifestărilor de corupție.</p> <p><b>Recomandări:</b> La punctul 2 urmează să se facă delimitarea clară că dispozitivele publicitare care se încadrează în categoria construcțiilor cu caracter provizoriu necesită eliberarea prealabilă a autorizației de construcție, precum și a autorizației de plasare a publicității exterioare. Capitolul I - Dispoziții generale - urmează să fie completat cu o prevedere care ar stipula că amplasarea publicității exterioare pe clădiri și alte construcții aflate în proprietate privată se coordonează cu organele 6 teritoriale de arhitectură și nu necesită autorizarea specială a autorităților administrației publice locale.</p>	<p><b>Nu se acceptă</b></p>	<p>publicitare la sol.</p> <p>În norma de reguli generale pentru dispozitivele publicitare pe fațade și acoperișuri autorizația de construire va fi eliberată o singură dată cu includerea tuturor dispozitivelor ce pot fi amplasate. Autorizația de construire va stabili gradul de intervenție în structura construcției și va fie eliberată proprietarului/gestionarului clădirii.</p> <p>Pentru plasarea dispozitivului de publicitate se poate adresa orice agent de publicitate și primi autorizația de plasare a dispozitivului deja în baza pașaportului de amplasare fără a i se mai elibera încă odată autorizație de construire.</p> <p>Autorizația de plasare a publicității nu este una cu statut special și poate fi considerată în cazul dispozitivelor amplasate pe fațade ca o coordonare cu autoritățile publice locale, deoarece taxa de publicitate asupra lor nu se răsfrânge (de exemplu : dispozitivul publicitar „firmă” sau dispozitiv „marca comercială” nu sunt supuse taxei și se eliberează cu titlu gratuit).</p>
<p><b>4.</b></p>	<p><b>Centrul Național Anticorupție</b></p>	<p><b>Punctul 13</b></p>	<p><b>Obiești:</b> Norma atribuie competențe arhitectului-șef și/sau persoanei cu atribuții în urbanism din cadrul unității administrativ-teritoriale de a aviza formele și</p>	<p><b>Argumente:</b> Norma atribuie competențe arhitectului-șef și/sau persoanei cu</p>	

	<p>dimensiunile firmelor. Considerăm că norma urmează să fie corelată cu prevederea art.17 din Legea nr.1227/1997 cu privire la publicitate care stabilește că „în locurile de comerț și de prestări de servicii, folosirea de către agenții activității de întreținător în interior și în exterior a elementelor de design și amenajat artistic și arhitectural ce conține emblema firmei, marca comercială ce corespunde profilului întreprinderii nu se consideră publicitate și se efectuează fără autorizarea autorităților publice locale”. În acest sens, atribuirea competenței arhitectului-șef și/sau a persoanei cu atribuții în urbanism din cadrul unității administrativ-teritoriale de a aviza formele și dimensiunile firmelor poate crește riscurile de corupție în partea ce ține de avizarea pozitivă a acestora în lipsa unor criterii clare, proceduri clare de evaluare și stabilire a acestor forme și dimensiuni. Normele Regulamentului sunt lacunare în stabilirea formei și dimensiunii firmelor care se vor amplasa de către agenții economici în cadrul zonei de publicitate ultracentrală (ZUL 1 și ZUL 2). Astfel, arhitectul-șef și/sau persoana cu atribuții în urbanism vor putea interpreta, în dependență de interes și scop, forma și dimensiunea firmei, cu riscul comiterii manifestărilor de corupție. Atribuirea acestei competențe, deși la o primă vedere ar fi în interes public manifestată prin asigurarea unui „peisaj” arhitecturistic unitar și uniform care să se încadreze armonios arhitecturii locului amplasării firmei, totuși, fără a avea unele criterii clare de stabilire a formei și dimensiunilor firmei, există riscul apariției manifestărilor de corupție. Mai mult decât atât, normele nu prevăd o procedură de solicitare a avizului respectiv.</p> <p><b>Recomandări:</b> Propunem autorului stabilirea</p>		<p>atribuții în urbanism din cadrul unității administrativ-teritoriale de a aviza formele și dimensiunile firmelor conform tipului construcției. Atribuirea acestei competențe, este într-adevăr una de interes public ce manifestată prin asigurarea sa un peisaj arhitectural unitar și uniform care să se încadreze armonios arhitecturii locului amplasării firmei.</p> <p>Forme și dimensiuni clare nu pot fi stabilite, deoarece fiecare fațadă are aspect și construcție diferită și chiar statut diferit, cât sunt vizate clădiri istorice de importanță națională sau locală.</p> <p>De exemplu, un dispozitiv publicitar de tip „firmă” poate avea dimensiuni de 1 mp, deoarece atât permite locul pe fațadă și altul poate fi de 5 mp.</p> <p>Procedură de solicitare a avizului este o normă tehnică stabilită în interiorul Direcției generale arhitectură și urbanism la eliberarea actelor permissive și nu face parte acestui Regulament.</p>
--	--	--	---



5.	<p><b>Centrul Național Anticorupție</b></p>	<p><b>Punctul 16:</b> subpct. (23) și subpct. (33)</p>	<p>modalității de solicitare a avizului respectiv, precum și stabilirea criteriilor prestabile a formelor și dimensiunilor firmei amplasate de către agenții economici, sediul cărora este amplasat în cadrul zonelor de publicitate ultracentrală.</p> <p><b>Obiectii:</b> Norma punctului 16 conține interdicții de amplasare a dispozitivelor publicitare. Subpunctul 23 stabilește interdicția plasării dispozitivelor publicitare pe clădirile aflate în stare avansată de deteriorare, în situația în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de rezistență. Constatăm că, de fapt, interdicția este condiționată de stabilirea faptului dacă dispozitivul publicitar afectează structura de rezistență a clădirii. În aceste condiții, nu este clar cine stabilește și pe ce criterii legale dacă structura de rezistență poate fi afectată și plasarea dispozitivului publicitar constituie pericol public. Lipsa modalității de stabilire a procedurii de constatare a faptului dacă dispozitivul publicitar afectează structura de rezistență va constitui o păghie legală de interpretări confuze și discreționare cu riscul comiterii manifestărilor de corupție. În altă ordine de idei, subpunctul 33 interzice staționarea vehiculelor publicitare pe drumurile locale sau în locurile vizibile dinspre acestea. Termenul „vehicul publicitar” nu este definit în textul Regulamentului, ceea ce poate complica înțelegerea sensului acestuia. Or, prin „vehicul publicitar” se va putea interpreta și vehiculul având pe el inscripționarea firmei unui agent economic. Astfel, nedefinirea termenului va lăsa loc interpretărilor confuze și discreționare cu riscul apariției manifestărilor de corupție. La fel, prin sintagma „sau în locurile vizibile dinspre acestea” denotă ambiguitate în stabilirea clară a interdicției. Astfel, se va putea interpreta că un mijloc de transport</p>	<p><b>Se acceptă</b></p>	<p><i>Subpunctele:</i> (23) pe clădirile aflate în stare avansată de deteriorare, în situația în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de rezistență în condițiile legislației cu privire la normele în construcții.”</p> <p>Proiectul Regulamentului se va completa cu noțiunea de <i>vehicul publicitar</i>, pct. 5, după subpunctul 18), după cum urmează:</p> <p>„<i>vehicul publicitar</i> - automobile speciale echipate în scopuri de publicitate, prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau inscripționarea cu texte publicitare ori altele asemenea.”</p> <p>(33) staționarea vehiculelor publicitare în locurile neamenajate pentru parcare.</p>
----	---	--	--	--------------------------	---

			<p>dacă se află pe un drum secundar, în zonă rezidențială cu blocuri, în cazul în care se stabilește că mijlocul de transport este vizibil de pe drumul public principal se va putea considera încălcarea interdicției respective. Menționăm toate acestea deoarece în baza acestor norme care stabilesc interdicții, agenții publici cu drept de constatare a acestor încălcări vor putea aplica sancțiunile corespunzătoare. Or, nestabilirea clară a faptei de încălcare va crește riscul comiterii manifestărilor de corupție în vederea excluderii răspunderii.</p> <p><b>Recomandări:</b> Propunem stabilirea criteriilor și a modalităților de constatare a faptului dacă structura de rezistență poate fi afectată și plasarea dispozitivului publicitar constituie pericol public. La fel, propunem definirea termenului „vehicul publicitar”</p>		
<p><b>6.</b> <b>Centrul Național Anticorupție</b></p>		<p><b>Punctul 20</b></p>	<p><b>Obiecții:</b> Deși la o primă vedere intenția autorului este de a permite plasarea dispozitivelor de publicitate de orice tip în zona în care se desfășoară evenimentul, redacția normei lasă loc de interpretare de amplasare a oricărui dispozitiv publicitar în toate zonele înstitute prin Regulamentul prenotat. Astfel, deși evenimentul organizat se desfășoară în zona de publicitate restrânsă (ZPR), interpretarea defavorabilă a normei va permite aplicarea oricărui dispozitiv de publicitate și în zona de publicitate ultracentrală - zona istorică a municipiului Chișinău (ZUL 1 și ZUL 2). În aceste condiții, interpretarea eronată a sensului normei va permite comiterea manifestărilor de corupție la încadrarea juridică a faptelor și acțiunilor.</p> <p><b>Recomandări:</b> Recomandăm autorului substituirea textului „dispozitivele publicitare se pot amplasa în toate zonele, strict pe perioada desfășurării evenimentului” cu textul „dispozitivele publicitare, de orice tip, se pot amplasa în zona în care se</p>	<p><b>Se acceptă</b></p>	<p>„dispozitivele publicitare, de orice tip, se pot amplasa în zona în care se desfășoară evenimentul, strict pe perioada desfășurării acestuia.”</p>

7.	<p><b>Centrul Național Anticorupție</b></p>	<p><b>Punctul 21 și 23</b></p>	<p>desfășoară evenimentul, strict pe perioada desfășurării acestuia”.</p> <p><b>Obiecții:</b> Punctul 21 reglementează două situații - coordonarea textului și coordonarea imaginii publicității. La punctul 23 norma nu este în conformitate cu prevederea art.16 alin.(5/2) din Legea nr.1227/1997 cu privire la publicitate care prevede că „autoritatea publică locală coordonează textul publicitar, fără implicarea solicitantului de autorizație, cu Agenția Servicii Publice în cazul în care se preconizează includerea în publicitate a textului în limba de stat, altul decât denumirea întreprinderii, mărcii înregistrate sau mărcii comerciale”. Totodată, textul „în celelalte cazuri responsabil de coordonarea imaginilor este (...)” induce confuzie, or norma anterioară se referă la coordonarea textului și nu a imaginilor. Mai mult decât atât, norma este confuză în privința cazurilor în care responsabil de coordonarea imaginilor este solicitantul, inducând premisa că sunt alte cazuri în care coordonarea imaginilor este efectuată din oficiu de către autoritatea publică locală. Concomitent, atragem atenția că, pe de o parte, norma punctului 21 prevede obligativitatea coordonării tuturor imaginilor și textelor, iar pe de altă parte, norma punctului 23 (preluată parțial din Legea nr. 1227/1997) instituie obligativitatea coordonării doar a textelor conținute în publicitatea exterioară scrise în limba de stat. La fel, instituirea normei privind obligativitatea coordonării imaginilor cu responsabilul din urbanism, căruia i se atribuie și funcția de examinare a conținutului imaginii publicității exterioare poate fi considerată ca o ingerință excesivă din partea autorității publice locale, deoarece cadrul legal</p>	<p><b>Nu se acceptă</b></p>	<p><b>Argumente:</b> În pct. 23 este stabilită norma de coordonare a unui text ce corespunde legislației lingvistice din Republica Moldova, în cazul când solicitantul va prezenta un text în altă limbă decât cea română sau un text agramat, Agenția Servicii Publice va obliga administrația publică locală să plătească taxă de traducere sau de corectare a textului. Doar în aceste cazuri se va solicita coordonarea textului cu serviciul abilitat prin implicarea agentului de publicitate.</p> <p>Coordonarea imaginilor cu responsabilul din urbanism, căruia i se atribuie și funcția de examinare a conținutului imaginii publicității exterioare într-adevăr nu este stipulată într-o formă oarecare în cadrul legal. Dar odată cu eliberarea autorizației de plasare a publicității pe un dispozitiv publicitar, administrația publică locală devine parte a procesului de acceptare a publicității cu conținut neonest, neautentic, amoral, sexist, etc.</p>
----	---	--------------------------------	--	-----------------------------	--

8.	Centrul Național Anticorupție	Punctul 37 și 38	<p>primar - Legea nr. 1227/1997 nu conține vreo prevedere expresă în acest sens. Totodată, Regulamentul nu face nici o referință la cadrul legal care stabilește criteriile în bază cărora se va determina corectitudinea, calitatea, conformitatea imaginilor publicității exterioare cu respectarea interesului public. În final, menționăm că norma va crea o ambiguitate administrativă în ceea ce privește modalitatea uniformă de coordonare a textului și a imaginii textului publicitar, ceea ce va duce la instituirea unor atribuții extensive de reglementare, confuzie la aplicare și abuzuri la interpretarea uniformă a normelor.</p> <p><b>Recomandări:</b> Normele punctelor 21 și 23 urmează să fie corelate cu norma articolului 16 alin.(5/2) din Legea nr. 1227/1997 cu privire la publicitate. La fel, a se face claritate la modalitatea coordonării imaginilor din publicitatea exterioară.</p>	Se acceptă	<p><b>Argumente:</b> Pentru a evita neclaritatea acestor norme s-a decis excluderea acestor puncte din proiectul de Regulament, se acceptă norma prestabilită prin care amplasarea dispozitivelor publicitare pe stâlpi este interzisă.</p>
----	-------------------------------	------------------	--	------------	---

			<p>categoria dispozitivelor de publicitate, ce reprezintă o structură provizorie din placă rigidă de metal sau material sintetic dur, de mărimi variate folosită pentru afișarea unui mesaj publicitar. Astfel, norma punctului 46 nu interzice de fapt amplasarea altor dispozitive publicitare peste străzi și drumuri. La fel, nu este clar ce înseamnă „de-a lungul arterelor de circulație”, or se poate crea confuzie dacă în categoria arterelor de circulație intră și strada și zona pietonală. Neclaritatea acestor norme va permite interpretarea discreționară a sensului acestora cu posibilitatea comiterii manifestărilor de corupție.</p> <p><b>Recomandări:</b> Propunem stabilirea clară a modalității amplasării publicității exterioare peste străzi, drumuri, artere de circulație, părți carosabile, zone pietonale în vederea uniformizării termenilor utilizați pentru aplicarea uniformă a normelor.</p>	<p><b>Se acceptă parțial</b></p>	<p><b>Argumente:</b>  textul se va completa după cum urmează:  „Proprietarii ecranelor de publicitate de tip LED au obligația transmiterii de informații de interes public național și local în cazul unor situații de urgență majoră, la cererea autorității publice locale.”</p> <p>Prin această solicitare administrația publică locală are drept de a acorda scutiri la taxa pentru publicitate prin decizia Consiliului municipal Chișinău, această explicație este în Secțiunea VII.</p>
<p><b>9.</b></p>	<p><b>Centrul Național Anticorupție</b></p>	<p><b>Punctul 43</b></p>	<p><b>Obiectii:</b> Analizând norma constatăm două categorii de informații - informații de interes public și local, precum și informații de interes pentru populație în cazul unor situații de urgență. Norma este confuză în stabilirea cazurilor de transmitere a informațiilor de interes public și local, deoarece nu se poate ști pe ce criterii această informație este stabilită și necesară a fi transmisă spre cunoaștere de îndată societății. Or, singurul care va putea decide caracterul informației în acest caz este autoritatea publică locală care, aplicând norma, va obliga agentul economic să transmită informații de interes public și local, calificate esențiale și urgente astfel de autoritatea publică locală. Suntem convinși de faptul că agenții economici sunt conștienți de necesitatea emiterii unor informații urgente de interes public major și vor întreprinde acțiunile de rigoare în vederea asigurării informării rapide a societății prin mijloacele</p>		

			<p>disponibile cu referire la o situație de urgență, însă, aceștia urmează să poată aplica norma legală fără o interpretare defectuoasă. În redacția propusă, agenții de publicitate vor putea fi constrânși să prezinte informații publice care nu necesită o urgență. Interpretarea defectuoasă a normei va permite comiterea manifestărilor de corupție în vederea aplicării normei în dependență de interes.</p> <p><b>Recomandări:</b> Propunem modificarea normei în sensul stabilirii obligației proprietarilor ecranelor de publicitate de tip LED de a transmite informații de interes public național și local în cazul unor situații de urgență majoră, la cererea autorității publice locale. Totodată, dat fiind faptul că agenții economici vor putea suporta careva pierderi financiare sau cheltuieli financiare (spre exemplu, energie electrică consumată) autoritatea publică locală urmează să stabilească o procedură de compensare a acestor cheltuieli.</p>		
10.	<b>Centrul Național Anticorupție</b>	<b>Punctul 70</b>	<p><b>Obiecții:</b> În opinia noastră, norma este una confuză și nu este clar despre care „situații” este vorba, despre care „același spațiu” se face referire, ce înseamnă „cu impact deosebit din acea zonă”. Or, normele precedente se referă la amplasarea publicității pe acoperișuri, pe terase, pe sticla vitrinilor. În acest sens, nu cunoaștem care va fi aplicabilitatea normei punctului 70. Interpretarea discreționară va permite confuzii la aplicare.</p> <p><b>Recomandări:</b> Modificarea normei punctului 70 care să stabilească clar obiectul de reglementare a normei și subiecții acesteia.</p>	<b>Nu se acceptă</b>	<p><b>Argumente:</b> Consiliul arhitectural urbanist este un organ consultativ și poate oferi unele recomandări persoanei cu drept de semnătură pentru un proiect monumental, sau în cazul când sunt multe propuneri, de exemplu când sunt 2 sau 3 coproprietari a unei clădiri și fațada le aparține proporțional ambilor, pentru a evita conflictul de interese și acte de corupție, se va solicita părerea organului respectiv.</p>
11.	<b>Centrul Național Anticorupție</b>	<b>Punctul 101</b>	<p><b>Obiecții:</b> Norma reglementează temeiul de retragere a autorizației de plasare a publicității. Cu referire la norma propusă, menționăm că potrivit art.16 alin.(5/1) din Legea nr.1227/1997 cu privire la</p>	<b>Se acceptă</b>	<p>„Temei de retragere a autorizației de plasare a publicității și de emiteră a autorizației de desființare sunt nerespectarea prevederilor prezentului</p>

			<p>publicitate „Modul de solicitare, acordare, suspendare și retragere a autorizației pentru plasarea publicității exterioare pentru agenții economici se stabilește de Legea nr.160/2011 privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzător în partea în care nu este reglementată de prezenta lege”. Astfel, condițiile de retragere urmează să fie stabilite expres de lege, iar autoritatea publică locală nu poate stabili prin actele sale cerințe suplimentare în vederea retragerii autorizației. Norma poate crea conflicte cu norma legală primară/generală și poate conduce la apariția situațiilor conflictuale de aplicare a normei convenabile cu riscuri inerente de comitere a manifestărilor de corupție.</p> <p><b>Recomandări:</b> Norma urmează să fie exclusă sau să fie modificată în sensul stabilirii că procedura de retragere a autorizației pentru plasarea publicității exterioare se efectuează în conformitate cu Legea nr.160/2011 și Legea nr.1227/1997.</p>		<p>Regulament, precum și prevederile actelor normative în vigoare.”</p>
--	--	--	---	--	---