



DECIZIA
РЕШЕНИЕ

nr. _____
din _____ 2024

Proiect

Cu privire la aprobarea Regulamentului
privind amplasarea publicității exterioare în municipiul Bălți

În conformitate cu art. cu art.8) alin.(3), art.101) alin.(2), (3), art.29) alin.(1), lit. a) din Legea RM nr.436 din 28.12.2006 ”Privind administrația publică locală”, art.3), 18) din Legea RM nr.100 din 22.12.2017 ”Cu privire la actele normative”, Legea RM nr.160 din 22.07.2011 ”Privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzător”, Legea RM nr.62 din 17.03.2022 ”Cu privire la publicitate”, Legea drumurilor nr.509 din 22.06.1995, Legea RM nr.131 din 07.06.2007 ”Privind siguranța traficului rutier” și Hotărârea Guvernului nr.357 din 13.05.2009 ”Cu privire la aprobarea Regulamentului circulației rutiere”, Decizia nr.14/10 din 27.09.2020 ”Cu privire la modificarea deciziei Consiliului municipal Bălți nr. 9/12 din 28.06.2022 „Cu privire la inițierea procedurilor de consultare publică cu societatea civilă în procesul decizional „Cu privire la aprobarea Regulamentului publicității exterioare în municipiul Bălți în redacție nouă”, în scopul asigurării disciplinei în domeniul amplasării dispozitivelor publicitare și publicității exterioare pe teritoriul municipiului Bălți, precum și ținând cont de recomandările primite în cadrul consultărilor publice,-

Consiliul municipal Bălți DECIDE:

1. Se aprobă Regulamentul privind amplasarea publicității exterioare în municipiul Bălți, conform anexei.
2. Se abrogă decizia Consiliului mun. Bălți nr. 7/13 din 30.07.2020 ”Cu privire la aprobarea Regulamentului privind publicitatea exterioară a municipiului Bălți în redacția nouă”.
3. Controlul asupra executării prezentei decizii se pune în sarcina comisiei consultative de specialitate pentru gospodărie municipală, administrarea bunurilor și protecția mediului, pentru drept și disciplină.

Președintele ședinței II
ordinare a Consiliului
municipal Bălți

Contrasemnează:
Secretarul Consiliului
municipal Bălți

Irina Serdiuc

REGULAMENTUL **privind amplasarea publicității exterioare în municipiul Bălți**

1. Dispoziții generale

- 1.1 Prezentul Regulament stabilește aplicarea cadrului legal la nivel local și reprezintă un sistem unitar de norme tehnice și juridice, necesare activităților din domeniul publicității, inclusiv care reglementează modul de autorizare și amplasare a dispozitivelor publicitare de toate tipuri și a publicității exterioare, în municipiul Bălți.
- 1.2 Prevederile prezentului Regulament se aplică persoanelor fizice și juridice care desfășoară activități în domeniul publicității, indiferent de dreptul de proprietate, în scopul asigurării conformării bazei legislative, revitalizării mediului urban și aspectului estetic al străzilor și clădirilor în municipiul Bălți.
- 1.3 Secție Publicitate din cadrul Primăriei mun. Bălți, în limita competenței sale, exercită controlul asupra respectării legislației în domeniul autorizării și amplasării publicității exterioare în municipiul Bălți.
- 1.4 Noțiunile generale utilizate în prezentul Regulament coincid cu noțiunile generale stabilite prin legislație:

autorizație pentru dispozitiv publicitar – act permisiv, emis de autoritatea abilitată, prin care titularul este investit cu o serie de drepturi și obligații privind desfășurarea lucrărilor de terasament, de construcție și/sau de exploatare a dispozitivului publicitar și a unor acțiuni aferente, indispensabile acestor activități;

consumator de publicitate – persoana al cărei interes este suscitată în raport cu obiectul publicității;

dispozitiv publicitar fix – parte a mobilierului urban, reprezentând o construcție fixă, edificată în spații publice, care servește drept suport pentru imaginea publicitară în publicitatea exterioară;

dispozitiv publicitar mobil – elemente de decor mobil, ușor demontabile, amplasate în spații publice, destinate publicității interioare sau publicității exterioare, după caz;

firmă – inscripție amplasată pe imobilul în care își desfășoară activitatea un comerciant sau într-un loc adiacent, special amenajat, având ca obiect denumirea, marca comercială, logotipul/emblema, programul de activitate și/sau genurile de activitate ale comerciantului respectiv și, după caz, elemente de design și aranjament artistic/arhitectural;

furnizor de publicitate – persoana care determină obiectul publicității;

imagine publicitară în publicitatea exterioară – publicitate cu caracter fluctuant, tipărită/afișată pe dispozitivul publicitar, reproducă pe un ecran electronic și/sau proiectată pe diferite suprafețe prin sisteme optice;

indicator publicitar direcțional – înscrisul, forma sau imaginea ce indică o direcție sau proximitatea unui obiectiv ori a unui imobil în care se desfășoară o anumită activitate;

mesaj de interes public – publicitatea ce are ca obiect promovarea unor valori, idei și/sau scopuri de interes public ori comunitar, difuzată în vederea creșterii gradului de conștientizare, schimbării atitudinii și a comportamentului social, prevenirii și contracarării viciilor sociale;

obiect al publicității – persoane fizice și/sau persoane juridice, bunuri materiale și/sau bunuri imateriale, servicii (lucrări), valori și/sau scopuri de interes public ori comunitar, idei, inițiative, campanii, evenimente și/sau mijloacele de individualizare a acestora;

pașaport al dispozitivului publicitar – act ce conține schema de amplasare și alte informații privind dispozitivul publicitar și care constituie temei pentru eliberarea autorizației pentru dispozitiv publicitar;

publicitate – informație difuzată în orice mod și utilizând orice mijloace, adresată unui număr nedeterminat de persoane, în vederea generării și/sau susținerii interesului public față de un obiect al publicității;

publicitate comercială – publicitatea care are ca obiect unul sau mai mulți comercianți și/sau mijloacele de individualizare ale acestuia/acestora, unul sau mai multe produse și/sau mijloacele de individualizare ale acestuia/acestora, de asemenea evenimente/acțiuni (lansări de produse și altele asemenea);

publicitate exterioară (outdoor) – publicitatea difuzată pe dispozitive publicitare amplasate în spațiile publice din exteriorul imobilelor și care este vizibilă în exteriorul imobilelor. Aceasta include și publicitatea difuzată prin intermediul dispozitivelor publicitare amplasate pe/în mijloace de transport;

publicitate exterioară temporară – publicitatea difuzată pe dispozitive publicitare mobile, pe o perioadă de cel mult 30 de zile, cu ocazia unor evenimente, manifestații culturale, sportive etc. și/sau pentru acțiuni de promovare de produse sau activități, care pot fi montate/demontate în cel mult 24 de ore în/din toate locațiile aprobate prin autorizația pentru dispozitiv publicitar;

publicitate interioară – publicitatea difuzată pe dispozitive publicitare mobile în spațiile publice din interiorul imobilelor și care nu este vizibilă în exteriorul imobilelor;

publicitate pe vehicule – publicitatea difuzată prin aplicarea de afișe pe/în vehicule sau prin vopsirea vehiculelor în scop publicitar;

suprafață de afișaj – suprafața dispozitivului publicitar, mobil sau fix, destinată pentru afișarea imaginilor publicitare.

mobilier urban - totalitatea elementelor funcțional-decorative, ușor demontabile, plasate în aer liber. Categoria mobilier urban include: jardiniere, bănci, cișmele decorative, dispozitive publicitare, orologii, pavaie decorative, tomberoane, indicatoare, tablele cu pergolele, pavilioanele stațiilor de transport public, chioșcuri de ziare, wc-uri stradale, coloane port-afiș.

emitent – autoritatea executivă a administrației publice locale;

solicitant (beneficiar) – persoană fizică sau juridică care intenționează să desfășoare activități ce cad sub incidența prezentului regulament;

lucrări de desființare (demontare) – ansamblu de operații efectuate cu ajutorul mecanismelor, mașinilor, precum și manopera, în vederea demolării, totale sau parțiale, a unei construcții/amenajări;

2. Forma realizării publicității exterioare

- 2.1 Publicitatea exterioară este amplasată pe postere, bannere plase de construcții, panouri, standuri, stâlpi, clădiri și construcții (care pot fi amplasate la sol sau pe pereții exteriori, fațade, terase și/sau acoperișuri ale clădirilor), precum și cu utilizarea publicității tridimensionale și iluminatoare, panourilor electromecanice și electronice și echipate cu alte mijloace tehnice.

Se diferențiază următoarele tipuri de construcții și dispozitive prin intermediul cărora se efectuează publicitatea exterioară:

- a) **billboard** - dispozitiv publicitar fix cu una sau mai multe fețe pe stâlp ;
- b) **superboard**- panou publicitar solitar pe stâlpi;
- c) **trivision-billboard** - panou cu prisme triunghiulare;
- d) **scroller** - panou cu suprafețe de afișaj interschimbabil;
- e) **city-light (light-box)** - dispozitiv publicitar pe stâlp mic, cu iluminare;
- f) **casetă** - boxă iluminată din interior sau boxă digitală, cu una sau mai multe fețe, montată pe piloni sau pe pereții clădirilor or construcțiilor;
- g) **panou digital** – LED display;

- h) **stela** – dispozitiv publicitar fix, pe care sunt plasate denumirea, marca comercială, logotipul/emblema, programul de activitate și/sau genurile de activitate ale comerciantului respectiv și, după caz, elemente de design și aranjament artistic/arhitectural;
- i) **banere** - suprafețe cu una sau două fețe, inscripționate cu autocolante sau tipărite în policromie, montate între stâlpii de susținere;
- j) **coloană port-afiș** – mobilier urban poli-funcțional, executat de obicei în formă de cilindru sau într-o varietate de forme volumetrice destinat pentru expunere de publicitate interschimbabilă;
- k) **portal** - dispozitiv publicitar construit deasupra drumurilor publice sprijinit pe ambele părți ale carosabilului (sau în trei puncte - în cazul existenței fâșii despărșitoare de benzi de circulație).
- l) **alte mijloace utilizate în calitate de suporturi publicitare** - copertine, pavilioanele stațiilor de transport public, chioșcuri, bănci, umbrele, orologii (cu întreținerea obligatorie), WC-uri publice, construcții temporare, schele, mijloace de publicitate mobilă-ambulante remorcate sau autopropulsate, dispozitive publicitare nestandarde (baloane gonflabile, aerostate, obiecte publicitare de artă, instalații de proiecție a imaginilor publicitare pe pavaj, pe suprafața pereților, în aer) etc.
- m) **panou adiacent** - dispozitiv publicitar fix cu una sau mai multe fețe partea dorsală a cărui nu este vizibilă. Panoul se amplasează de obicei cu spatele la gard, clădire, zonă verde, construcții.
- n) **ștender** - panou informațional sau publicitar de formatul mic, mobil, fără fundație, care se amplasează pe perioada lucrărilor adiacente locurilor de prestări servicii ale agentului economic.
- o) **curs valutar** – panoul publicitar mobil/amplasat pe fațada clădirii, cu afișarea cursurilor de schimb valutar curent în formă digitală/analogică.
- p) **mesh digital** - suport publicitar de mari dimensiuni expus pe suprafața exterioară a unui imobil și care folosește modul electronic de afișare a reclamei;
- q) **mesh** - suport pentru mesajul publicitar 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;
- r) **proiect publicitar special** – publicitate exterioară atipică temporară, creată special în scopul promovării unui produs, a unui serviciu sau eveniment și care nu are încălțuirea sa elemente de fundație și/sau structuri publicitare clasice;
- s) **rooftop** - mijloc de publicitate amplasat pe acoperișul, respectiv terasa unei clădiri;
- t) **steag publicitar** - piesă de stofă, pânză sau material plastic atașată la un suport lance, catarg sau stâlp, purtând culori, embleme, simboluri sau mesaje publicitare;

3. Concepția de autorizare și amplasare a publicității exterioare

- 3.1. Concepția (principiul conceptual) de amplasare a publicității exterioare constă în armonizarea factorilor economici și celor arhitectonici în scopul asigurării utilității comunicării vizuale în ariile spațiilor publice urbane.
- 3.2. Misiunea concepției este:
 - a) dezvoltarea tehnologică, arhitectonică și estetică a spațiului public informațional;
 - b) favorizarea plasărilor de dispozitive de comunicare vizuală modernă în intenția sporirii gradului de informare al cetățenilor;
 - c) diversificarea arhitectonică continuă a spațiilor publice prin amenajări cu mobilier urban modern cu elemente de comunicare vizuală;
 - d) asigurarea unui flux sigur de venit în bugetul municipal provenit din favorizarea activității de publicitate stradală.
- 3.3. Logistica realizării misiunii:
 - a) responsabilitatea reciprocă a autorităților administrației publice locale și a întreprinzătorilor pentru procesul de eliberare a autorizațiilor și amplasare de dispozitive publicitare;
 - b) corectitudinea în tratarea solicitanților (evitarea tratării lor diferențiate) și respectarea normelor, cerințelor și termenelor de eliberare a autorizațiilor;
 - c) respectarea exigențelor prezentului Regulament de către toate părțile antrenate în

- procesul de autorizare, amplasare și exploatare a dispozitivelor publicitare;
- d) stimularea implementării materialelor și tehnologiilor moderne în dispozitivele publicitare;
 - e) neadmiterea monopolizării sectorului publicității exterioare.
- 3.4 Principiul conceptual de acceptare spre autorizare a unui amplasament de dispozitiv publicitar este potrivirea aspectului arhitectonic al acestui dispozitiv și a dimensiunilor lui mediului urban în care urmează a fi plasat cu condiția respectării exigențelor Legii privind publicitatea și a prezentului Regulament.
- 3.5 Principiul de autorizare definește două componente ale publicității exterioare:
- a) dispozitive publicitare;
 - b) imagini publicitare.

4. Imagini publicitare

- 4.1 Imaginile publicitare constituie varietatea de modalități de reproducere a mesajului publicitar pe diferite suporturi:
- a) imagini tipărite în policromie;
 - b) imagini electronice reproduse pe ecrane digitale;
 - c) imagini executate prin aplicare de pelicule autocolante;
 - d) signs - imagini și inscripționări volumetrice confecționate sau aplicate din diverse materiale (metal, lemn, plastic, piatră, sticlă, becuri electrice, leduri, tuburi cu gaze spectrale etc);
 - e) drapele;
- 4.2 Conținutul imaginilor publicitare difuzate pe dispozitivele publicitare nu se avizează/autorizează de către autoritățile administrației publice locale. Imixtiunea autorităților administrației publice locale în conținutul sau designul publicității exterioare este interzisă.
- 4.3 Responsabilitatea asupra publicității exterioare afișate revine: furnizor de publicitate, producător de publicitate, difuzor de publicitate, distribuitor de publicitate în conformitate cu legislația în vigoare.
- 4.4 Mesajele de interes public se difuzează în conformitate cu legislația în vigoare.
- 4.5 În publicitatea exterioară, se interzice difuzarea unor imagini publicitare care:
- a) prin formă, conținut, dimensiuni și culori în combinații specifice, reproduc imagini ale indicatoarelor rutiere sau imagini ce pot fi confundate cu acestea;
 - b) produc semnale luminescente intermitente, asemănătoare cu cele ale semafoarelor sau ale girofarurilor unităților de transport ale serviciilor de urgență.
- 4.6 În perioada de exploatare a dispozitivului publicitar fix, titularul autorizației pentru dispozitiv publicitar nu are dreptul să mențină dispozitivul publicitar fără imagini afișate. În pauzele dintre campaniile de publicitate, pe suprafața de afișaj pot fi amplasate imagini albe/decorative sau mesaje de interes public.

5. Acte necesare pentru amplasarea dispozitivelor publicitare în municipiului Bălți

- 5.1 Amplasarea dispozitivelor publicitare se efectuează în baza autorizației pentru amplasare și exploatarea dispozitivelor publicitare pe :
- a) terenurile/ imobilele persoanelor fizice și ale persoanelor juridice din proprietate privată;
 - b) terenuri (în urma licitației) și/sau clădiri din sfera publică și privată a municipiului.
- 5.2 Autorizația se eliberează de Primăria municipiului Bălți și este emisă de către Secția publicitate.
- 5.3 Pentru amplasarea și exploatarea fiecărui dispozitiv publicitar, solicitantul depune o cerere (anexa nr.1) însoțită de pașaportul dispozitivului publicitar, în oficiul "Ghișeul Unic".
- 5.4 Pașaportul dispozitivului publicitar este întocmit de către solicitant și trebuie să conțină datele conform modelului (anexa nr.2):
- a) în cazul în care solicitantul este persoană fizică – copia de pe buletinul de identitate și extrasul din Registrul de stat al întreprinzătorilor individuali, iar în cazul în care solicitantul este persoană juridică – extrasul din Registrul de stat al persoanelor juridice;

- b) informații privind locul preconizat pentru amplasarea dispozitivului publicitar, însoțite pe suport topografic actualizat (desfășurata unei porțiuni de front stradal/clădirii), cu indicarea exactă a locului preconizat pentru amplasare, și de fotografia acestuia în color;
 - c) informații privind dispozitivul publicitar, inclusiv dimensiunile, numărul de fețe, suprafața imaginii publicitare și categoria dispozitivului publicitar;
 - d) în cazul dispozitivelor publicitare, ce urmează a fi amplasate pe pereții sau pe acoperișul unor imobile, inclusiv pe pavilioanele stațiilor de transport public sau pe chioșcurile aflate în proprietate privată, se prezintă acordul scris al proprietarului respectivului bun imobil sau al reprezentantului legal al acestuia;
 - e) în cazul amplasării dispozitivelor publicitare pe stâlpi cu rețele electrice și telecomunicație, pentru funcționarea și întreținerea în siguranță a acestora, este necesară coordonarea scrisă cu proprietarii stâlpilor.
 - f) pașaportul se avizează de către Arhitectul-șef al municipiului Bălți, numai în cazul instalării dispozitivelor publicitare fixe, amplasate pe terenurile municipale/din proprietate privată;
- 5.5 Pașaportul dispozitivului publicitar trebuie să fie executat de un specialist în domeniul arhitecturii / designului / publicității / proiectării, pentru afișarea corectă a datelor, în condițiile legii.

6. Procedura de obținere a autorizației de amplasare a dispozitivelor publicitare model nou în municipiul Bălți

- 6.1 Înregistrarea cererilor pentru solicitarea autorizațiilor privind amplasarea dispozitivelor publicitare (indiferent de categorie) se efectuează în următoarea ordine:
- a) Solicitantul, prin intermediul oficiului "Ghișeul unic", depune documentele indicate în p. 5.4 (în două exemplare originale).
 - b) un angajat a oficiului "Ghișeul unic", primește și înregistrează o cererea de solicitare a autorizației pentru dispozitiv publicitar, însoțită de pașaportul dispozitivului publicitar, chiar dacă pașaportul nu conține toate documentele și informațiile prevăzute în p. (5.4);
 - c) eliberează imediat și necondiționat solicitantului certificatul constatator în modul în care a fost depusă cererea;
 - d) Secția publicitate, în termen de 10 zile lucrătoare de la data emiterii certificatului constatator, eliberează o autorizație pentru dispozitiv publicitar sau un răspuns motivat.
- 6.2 Autorizația pentru dispozitiv publicitar se eliberează gratuit, pentru o perioadă de 5 ani.
- 6.3 Autorizația pentru dispozitivul publicitar (anexa nr.3) la fel ca și pașaportul se perfectează în două exemplare originale, dintre care un exemplar rămâne în arhiva oficiului "Ghișeul unic", iar altul se eliberează solicitantului, împreună cu pașaportul dispozitivului publicitar, care este partea componentă a prezentei autorizații.
- 6.4 Autorizațiile se eliberează pe baza principiului - un dispozitiv publicitar - o autorizație. Nu se admite eliberarea unei autorizații pentru două sau mai multe obiecte. Ca excepție se consideră autorizația pentru publicitatea exterioară cu termen de amplasare prescurtat (ofertă temporară, nu mai mult de 30 de zile) pentru dispozitive publicitare cu același conținut și dimensiune.
- 6.5 În cazul în care cererea de solicitare a unei noi autorizații pentru dispozitiv publicitar este depusă cu cel mult 90 de zile și cel puțin 30 de zile calendaristice înainte de expirarea termenului de valabilitate al autorizației în vigoare, titularul acesteia are drept prioritar pentru eliberarea unei noi autorizații pentru aceeași locație.

7. Amplasarea și exploatarea dispozitivului publicitar fix

- 7.1 Dispozitivul publicitar fix se proiectează și se construiește în conformitate cu prevederile Legii 62/2022 privind publicitatea și cerințele prevăzute în pașaport și autorizație.
- 7.2 Dispozitivele publicitare se amplasează pe proprietatea municipală / privată doar după obținerea autorizației pentru dispozitiv publicitar.
- 7.3 Titularul autorizației pentru dispozitiv publicitar este obligat să amplaseze dispozitivul publicitar fix într-un termen de 6 luni din ziua eliberării autorizației.
- 7.4 Realizarea lucrărilor de fundare/ancorare, necesare pentru asigurarea stabilității dispozitivelor publicitare fixe, se execută sub cota suprafeței solului/trotuarului.
- 7.5 Dispozitivele publicitare fixe nu trebuie să creeze obstacole în calea pietonilor, transportului și serviciilor orașenești de salubritate mecanizată.

- 7.6 Dispozitivele publicitare se amplasează astfel încât proiecția la sol a acestuia să fie în totalitate în interiorul proprietății prevăzute în autorizația pentru dispozitiv publicitar.
- 7.7 Montarea și exploatarea dispozitivelor publicitare se efectuează cu condiția respectării normelor tehnicii de securitate, păstrarea patrimoniului public (*clădiri, drumuri, spații verzi etc.*) și a patrimoniului ce aparține terțelor persoane. În circumstanțele cauzării unor eventuale prejudicii patrimoniului public sau patrimoniului terțelor persoane, responsabilitatea o poartă agentul economic care a comis respectivul prejudiciu.
- 7.8 Dispozitivele publicitare fixe (cu excepția celor plasate pe clădiri) trebuie să conțină datele de identificare ale titularului autorizației pentru dispozitiv publicitar.
- 7.9 Dispozitivele publicitare fixe noi nu trebuie să reducă vizibilitatea dispozitivelor amplasate anterior.
- 7.10 Muchia laturii inferioare a dispozitivelor publicitare suspendate deasupra carosabilului se amplasează la înălțimea minimă de 4,25 m de la cota carosabilului.
- 7.11 Pe o stradă se permite amplasarea doar a dispozitivelor publicitare similare după mărime. Distanța dintre același tip de construcții, amplasate perpendicular trotuarelor și carosabilului, nu trebuie să fie mai mică de:
- a) 50 m - pentru dispozitive publicitare cu suprafața mai mică de 12 m²
 - b) 80 m - pentru dispozitive publicitare cu suprafața de la 12 până la 18 m²
 - c) 100 m - pentru dispozitive publicitare cu suprafața mai mare de 18 m².
- 7.12 Distanța minimă dintre carosabil și pilonul dispozitivului publicitar fix este de 0,8 m.
- 7.13 Dacă există posibilitatea tehnică, dispozitivele publicitare fixe pot fi racordate la rețeaua de iluminare la primirea aprobării de la MP, „DCC CU” și pot fi iluminate pe timp de noapte.
- 7.14 Iluminarea imaginii publicitare de pe dispozitivele publicitare fixe se efectuează cu utilaj industrial de iluminat ce corespunde exigențelor de securitate în domeniul electrotehnic și antiincendiar. Lumina proiectoarelor nu-i va orbi pe participanții la trafic și nu va fi orientată în geamurile blocurilor locative.
- 7.15 Sistemele de iluminare ale dispozitivelor de publicitate vor fi amplasate în condiții care să asigure protecția pietonilor.
- 7.16 Dispozitivele publicitare digitale electronice cu leduri urmează să reducă luminozitatea pe timp de noapte pentru evitarea disconfortului cauzat participanților la trafic rutier și locuitorilor caselor apropiate.
- 7.17 Dacă există un concept arhitectural și artistic aprobat pentru aspectul străzilor și zonelor de patrimoniu istoric cu clădiri valoroase din punct de vedere arhitectural, la proiectarea spațiilor comerciale și a locurilor de prestare a serviciilor, la amplasarea dispozitivelor publicitare, se vor respecta cu strictețe normele și regulile aprobate în acest concept.

8. Reconstrucția sau înlocuirea dispozitivului publicitar fix

- 8.1 Dispozitivul publicitar fix poate fi amplasat doar după eliberarea autorizației pentru dispozitiv publicitar, cu excepția cazului reconstrucției sau înlocuirii dispozitivului publicitar. Reconstrucția sau înlocuirea dispozitivului publicitar fix nu necesită eliberarea unei noi autorizații pentru dispozitiv publicitar în cazul în care:
- a) dispozitivul publicitar reconstruit sau cel înlocuit se plasează în locul indicat în autorizația în vigoare;
 - b) se păstrează suprafața de afișare a dispozitivului publicitar reconstruit sau înlocuit.
- 8.2 Reconstrucția sau înlocuirea dispozitivului publicitar fix necesită eliberarea unei noi autorizații pentru dispozitiv publicitar în cazul în care:
- a) dispozitivul publicitar reconstruit sau cel înlocuit este amplasat într-un alt loc decât cel prevăzut în autorizația în vigoare;
 - b) dispozitivul publicitar reconstruit sau cel înlocuit are o suprafață de afișaj mai mare decât suprafața de afișaj a dispozitivului publicitar pentru care a fost eliberată autorizația în vigoare.

9. Anularea autorizației pentru dispozitiv publicitar în cazul dispozitivelor publicitare fixe

- 9.1 Drept temei pentru anularea autorizației pentru dispozitiv publicitar, eliberată pentru amplasarea și exploatarea unui dispozitiv publicitar fix, servesc:
- a) cererea titularului autorizației pentru dispozitiv publicitar privind anularea acesteia (anexa nr.6);
 - b) decizia de radiere a titularului autorizației pentru dispozitiv publicitar din Registrul de stat al întreprinzătorilor individuali sau, după caz, din Registrul de stat al persoanelor juridice;
 - c) neamplasarea dispozitivului publicitar fix într-un termen de 6 luni din ziua eliberării autorizației pentru dispozitiv publicitar;
 - d) efectuarea unor lucrări considerate de utilitate publică în conformitate cu art. 5 din Legea exproprierii pentru cauză de utilitate publică nr. 488/1999. În acest caz, decizia de anulare a autorizației se ia în conformitate cu Legea exproprierii în folosul public;
 - e) necorespunderea dispozitivului publicitar fix uneia dintre următoarele cerințe incluse în autorizația pentru dispozitiv publicitar: categorie, locație, dimensiuni, suprafața imaginii publicitare, numărul de fețe.
- 9.2 În cazurile prevăzute la pct. (9.1) lit. a)–d), decizia de anulare a autorizației pentru dispozitiv publicitar este adoptată de către autoritatea emitentă a autorizației, fără adresare în instanța de judecată. Decizia autorității emitente privind anularea autorizației pentru dispozitiv publicitar poate fi atacată în instanța de judecată.
- 9.3 În cazul prevăzut la pct. (9.1) lit. e), autorizația pentru dispozitiv publicitar este anulată prin hotărâre a instanței de judecată. Hotărârea instanței de judecată privind anularea autorizației se adoptă la cererea autorității emitente a autorizației, după suspendarea valabilității acesteia în conformitate cu art. 10 din Legea nr. 160/2011 privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzător.
- 9.4 Autorizația pentru dispozitiv publicitar eliberată anterior intrării în vigoare legii nr. 62/2022, este valabilă până la expirarea termenului ei de valabilitate.

10. Interdicții privind amplasarea dispozitivelor publicitare fixe

- 10.1 Este interzisă amplasarea dispozitivelor publicitare fixe:
- a) fără autorizație/acte permissive eliberate de administrația publică locală, conform prevederilor prezentului Regulament;
 - b) pe clădiri și structuri fără acordul proprietarului acestora;
 - c) în limitele zonelor de protecție a monumentelor de arhitectură, istorie și cultură, monumentelor de for public, de importanță națională și locală, mormintelor și operelor comemorative de război, respectînd:
 - raza zonei de protecție a monumentului de importanță locală și națională - 100,0 m de la perimetrul terenului aferent acestuia;
 - raza zonei de protecție a monumentului fără terenul aferent - 20,0 m de la suprafața acestuia;
 - d) în incinta și pe elementele de împrejmuire ale cimitirelor și ale lăcașurilor de cult;
 - e) pe imobilele muzeelor;
 - f) pe arbori și/sau prin vătămarea/distrușgerea de arbori sau/și îngrădirea acestora cu dispozitive publicitare;
 - g) pe în interiorul rondurilor cu circulație în sens giratoriu, la o distanță de cel puțin 50 m față de acestea în locuri destinate circulației vehiculelor și indicatoarelor rutiere, în locuri care circulația normal poate fi perturbată;
 - h) pe pilonii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație, cu excepția publicității temporare;
 - i) al căror aspect poate fi confundat cu indicatoarele rutiere și cu alte mijloace de semnalizare rutieră prin formă, conținut, dimensiuni și culori în combinații specifice, precum și a indicatoarelor de orientare și informare;
 - j) pe instalațiile de semaforizare sau astfel încît să fie redusă vizibilitatea semafoarelor;
 - k) amplasarea dispozitivelor publicitare fixe pe suport electronic ce folosesc un fundal alb la afișarea imaginilor pe timp de noapte, sau culorile semaforului amplasate în apropierea acestora;

- l) pe rețele subterane de apă, gaze, telefonie și canalizare;
- m) mai aproape de 50 m de trecerile de pietoni în zonele desemnate de rețeaua rutieră;
- n) pe partea carosabilă a drumurilor publice, indiferent de categoria acestora.
- o) pe tronsoane de drum cu risc sporit de accidente rutiere sau cu o pantă longitudinală mai mare de 6%, zona drumului din interiorul curbelor în plan, precum și la intersecțiile rutiere, în cadrul benzilor de despărțire, pe poduri, viaducte, bariere rutiere;
- p) mai aproape de 100 m de poduri și viaducte;
- q) mai aproape de 300 m de intersecțiile la nivel cu calea ferată;

11. Autorizația pentru dispozitiv publicitar în cazul dispozitivelor publicitare mobile în publicitatea exterioară și dispozitivele publicitare netradiționale

- 11.1 În publicitatea exterioară, dispozitivele publicitare mobile sunt amplasate și exploatate în temeiul autorizației pentru dispozitiv publicitar care este eliberată de către autoritatea administrației publice locale, în temeiul pașaportului dispozitivului publicitar mobil.
- 11.2 Steagurile publicitare se amplasează doar pe teritoriul expozițiilor, al târgurilor, al magazinelor și supermagazinelor, al parcurilor și întreprinderilor industriale, al zonelor de desfășurare a acțiunilor în masă și a celor sportive. Steagurile publicitare se amplasează la înălțimea minimă de 2,5 m de la cota terenului.
- 11.3 Pe trotuare/spațiile pietonale cu lățimea de cel puțin 3,00 m, dispozitivele publicitare mobile orientativ cu dimensiunea de 0,7*1,0 m (până la 1,5 m² în cazul formei nestandarte) pot fi amplasate numai în timpul zilei în apropierea/în fața magazinelor, restaurantelor și alte puncte comerciale corespunzător locului prestării serviciilor. Autorizația de amplasare a acestora se efectuează în conformitate cu capitolele 5,6,7 din prezentul Regulament.
- 11.4 Este permisă amplasarea dispozitivelor publicitare (panou/steag publicitar) pe stâlpii de iluminat, pe stâlpii special amenajați pentru rețelele de contact de alimentare cu energie electrică pentru transportul public și pe alți stâlpi care permit plasarea suporturilor publicitare, cu o mărime maximă 0,5*0,9 m² la înălțimea de 3,5 m de la suprafața carosabilului, cu acordul scris al deținătorului stâlpilor cu excepție:
 - a) raza zonei de protecție a monumentului de importanță locală și națională;
 - b) raza zonei caselor de locuit individuale;Autorizația de amplasare a acestora se efectuează în conformitate cu capitolele 5,6,7 din prezentul Regulament.
- 11.5 Pe o parte a străzii, pe fiecare stâlp se permite amplasarea numai un singur dispozitiv publicitar (panou/steag publicitar).
- 11.6 Indicatoare direcționale publicitare, care se află pe stâlpi trebuie să corespundă p. 11.4, 11.5. În cazul amplasării în proprietate privată, proiecția indicatorului direcțional publicitar trebuie să fie în hotarele acestui teren.
- 11.7 Dispozitivele publicitare netradiționale (baloane gonflabile, aerostate, bannere remorcate de avioane, instalații de proiecție a imaginilor publicitare etc.) sunt exploatate în temeiul unei autorizații eliberate de către autoritatea abilitată.

12. Firma și publicitatea în localurile de comerț și de prestări de servicii

- 12.1 Nu se consideră publicitate exterioară și nu necesită autorizație pentru dispozitiv publicitar:
 - a) firma cu o suprafață de pînă la 1 m²;
 - b) vitrinele localurilor de comerț și de prestări de servicii, amenajate cu mărfuri și iluminate pe timp de noapte.
- 12.2 Amplasarea pe fațadele obiectelor de comerț și prestări servicii, precum și pe teritoriul căruia îi aparțin, firmele cu o suprafață de 1 m² și mai mult, se realizează în conformitate cu prezentul Regulament. Firma trebuie să fie proiectată în același stil ca și aspectul arhitectural al clădirii/complexului, bazat pe conceptul arhitectural și artistic, dacă există.

- 12.3 Firmele amplasate trebuie să fie proiectate, fabricate și instalate în conformitate cu cerințele reglementărilor tehnice, normelor și regulilor în construcție, precum și să nu încalce aspectul arhitectural-artistic extern al orașului și să asigure conformitatea caracteristicilor estetice ale firmei cu aspectului exterior al obiectului pe care sunt amplasate. Firmele de pe fațadele monumentelor de arhitectură se vor amplasa ținând cont de prevederile Legii Republicii Moldova nr. 1530/1998 „Cu privire la protecția monumentelor” și nr. 163/2010 „Cu privire la autorizarea executării lucrărilor de construcție”.
- 12.4 Firma cu o suprafață de 1 m² și mai mult este un dispozitiv publicitar și este calculat pe baza limitelor punctelor extreme a construcției. În suprafața imaginii publicitare, reflectată în pașaportul dispozitivului publicitar, include suprafața calculată în punctele extreme ale dispozitivului publicitar, luând în considerare toate elementele, precum și spațiul dintre ele.
- 12.5 În cazul firmei în formă de litere/forme tridimensionale care:
- a) se instalează direct pe fațada clădirii și spațiul sub care nu este evidențiat color de culoarea principală a fațadei clădirii, limitele dispozitivului publicitar trebuie să fie considerate punctele extreme ale elementelor tridimensionale.
 - b) amplasate pe copertina/construcția proeminentă a clădirii și spațiul sub care nu este evidențiat color față de culoarea principală a fațadei clădirii, limitele dispozitivului publicitar trebuie considerate: lungimea în punctele extreme ale literelor/formelor tridimensionale, iar înălțimea – înălțimea totală a copertinei/construcției proeminente.
- 12.6 Limitele firmelor amplasate pe copertine/construcții proeminente/fațadei clădirii, evidențiate într-o culoare diferită de culoarea principală a fațadei sau de stilul clădirii, care deosebesc acest dispozitiv de aspectul general al clădirii, trebuie să fie luate în considerare limitele evidențierii de culoare, chiar dacă suprafața de publicitate care poartă încărcătura semantică va fi mult mai mică.
- 12.7 Se interzice aplicarea oricăror imagini și inscripții fabricate (*sau tipărite*) din pelicule autocolante prin aplicarea lor pe vitrine, geamuri, uși și pereți cu excepția informației asupra programului de lucru al unității comerciale.
- Excepție este numai pentru proiecte speciale publicitare (promoții) pentru o perioadă de 5 ani sub formă de imagini publicitare realizate din pelicule autocolante, care nu ocupă mai mult de 10% din suprafața vitraliilor și a altor elemente ale fațadei clădirii care nu sînt opace, cu posibilitatea de modificare a conținutului imaginii publicitare fără modificarea dimensiunii, amplasării, indicate în pașaportul dispozitivului publicitar.
- 12.8 Autorizația pentru proiecte speciale publicitare (promoții publicitare) se eliberează pe baza pașaportului proiectului publicitar. Autorizația de amplasare a acestora se efectuează în conformitate cu capitolele 5 și 6 din prezentul Regulament.
- 12.9 Promovarea realizată prin intermediul decorului expus în interiorul vitrinelor nu e considerată publicitate se realizează în mod individual fără autorizații și avize.
- 12.10 Reflectarea ecranelor digitale în vitrinele unităților comerciale, de producție sau prestări servicii, orientate din interior spre exterior, se consideră publicitate exterioară și se autorizează conform prevederilor prezentului Regulament.
- 12.11 Pe pereții exteriori a magazinelor, farmaciilor, altor subdiviziuni comerciale, de producție sau prestări servicii, este interzisă amplasarea neuniformă de bannere, mesh și alte dispozitive publicitare, instalate pe pereți. Toate informațiile suplimentare pentru consumatori trebuie amplasate numai în locuri special indicate în pașaportul dispozitivului publicitar.
- 12.12 În cazul în care într-o clădire desfășoară activitatea mai mulți agenți economici dintre care nu toți au acces direct din stradă, dar care doresc să plaseze firme pe fațada principală, mai multe firme vor fi grupate pe un panou vertical sau orizontal, formând un singur ansamblu în conformitate cu concepția arhitecturală a clădirii. Firmele vor fi grupate după tip, dimensiune și încadrate simetric pe fațada sau pe un dispozitiv separat lângă intrarea principală. Dispozitivele publicitare nu pot fi amplasate în ferestre, pe vitralii și suprafețe

opace. Ansamblu de mărci comerciale poate fi amplasate pe fațada clădirii sau pe un pilon separat în zona clădirii centrului comercial. Firma cu denumirea Centru Comercial poate să difere de la alte firme cu dimensiunea și locul plasării. Firmele spațiilor comerciale în cadrul clădirilor rezidențiale cu mai multe apartamente trebuie să respecte același stil cu aspectul arhitectural al clădirii, complexului, bazat pe conceptul arhitectural și artistic, dacă există.

- 12.13 Toate tipurile de decor și publicitate amplasate pe pereții exteriori a unităților comerciale, de producție sau prestări servicii, care nu dețin documentele corespunzătoare sau nu corespund normelor, vor fi aduse în conformitate cu cerințele prezentului Regulament în termen de 6 luni. La sfârșitul acestei perioade, sunt supuse demontării cu restaurarea obligatorie a fațadelor și a altor elemente din contul agentului economic.
- 12.14 Informațiile publicitare suplimentare privind bunuri și servicii, care nu au legătură cu activitatea principală a stațiilor PECO (benzinăriilor) sunt considerate ca publicitatea exterioară.

13. Publicitatea pe vehicule

- 13.1 Afișarea imaginilor publicitare pe vehiculele se efectuează, în baza autorizației (anexa nr.5) eliberate de autoritatea administrației publice locale pe al cărui teritoriu este înregistrat vehiculul respectiv, la depunerea cererii (anexa nr.4) în oficiul "Ghișeul Unic", cu următoarele documente anexate:
- a) în cazul în care solicitantul este persoană fizică – copia buletinului de identitate și extras din Registrul de stat al întreprinzătorilor individuali, iar în cazul în care solicitantul este persoană juridică – extras din Registrul de stat al persoanelor juridice;
 - b) pașaportul tehnic al vehiculului;
 - c) un contract încheiat cu proprietarul vehiculului;
 - d) avizul prealabil eliberat de poliție;
 - e) macheta publicității exterioare în scară în două exemplare în color, cu sigiliu umed și semnătura titularului imaginii publicitare.
- 13.2 Este interzisă afișarea imaginilor publicitare pe vehicule în următoarele cazuri:
- a) pe suprafețe de sticlă/transparente, fapt ce obstrucționează vederea din interiorul vehiculului;
 - b) pe unitățile de transport ale serviciilor de urgență;
 - c) pe unitățile de transport și utilajele destinate reparației drumurilor;
 - d) în alte cazuri prevăzute de lege în mod direct.

14. Monitorizarea respectării legislației privind publicitatea exterioară

- 14.1 Secția Publicitate din cadrul Primăriei municipiului Bălți, este obligată să efectueze controale și să monitorizeze dispozitivele publicitare amplasate, pentru respectarea datelor indicate în autorizație.
- 14.2 În cazul în care se constată necorespondere cu datele indicate în pașaport, specialiștii Secției Publicitate întocmesc un Act de Control (anexa nr. 7) indicând încălcările Regulamentului și recomandările stricte. Act de Control se transmite titularului autorizației pentru înlăturarea încălcărilor în termen de 5 zile lucrătoare.
- 14.3 Proprietarul este obligat să restabilească construcția dispozitivului publicitar în termen de 5 zile lucrătoare, și să mențină aspectul lui în stare îngrijită.
- 14.4 În cazul în care titularul autorizației nu respectă cerințele prezentului Regulament privind conformitatea datelor indicate în autorizație și a aspectului exterior a dispozitivului publicitar coordonat, specialiștii Secției Publicitate inițiază procedura de retragere a autorizației pentru dispozitivul publicitar respectiv, cu aplicarea sancțiunilor prevăzute de legislație.
- 14.5 După retragerea autorizației proprietarul dispozitivului este obligat să-l demonteze. În cazul în care proprietarul nu demontează dispozitivul, decizia de demolare se adoptă prin instanța de judecată.
- 14.6 Autoritatea administrației publice locale delegă întreprinderilor municipale efectuarea lucrărilor de demontare a construcțiilor publicitare în urma unei hotărâri definitive și irevocabile a instanței de judecată sau conform dispoziției primarului.

- 14.7 În urma demontării forțate, întreprinderea municipală restituie la cererea proprietarului dispozitivul demontat, în baza actului de predare-primire semnat de reprezentantul întreprinderii și de proprietarul dispozitivului.
- 14.8 Cheltuielile pentru demontare suportă proprietarul dispozitivului publicitar.
- 14.9 Administratorii întreprinderilor municipale asigură controlul asupra legalității amplasării publicității, pe obiectele ce se află în gestiunea întreprinderilor municipale în baza contractului încheiat cu privire la amplasarea publicității.
- În cazul depistării dispozitivului publicitar instalat ilegal, întreprinderea municipală efectuează demontarea din contul agentului economic.

15. Reglementări fiscale

- 15.1 Pentru amplasarea publicității și dispozitivelor publicitare se încasează taxele în modul stabilit de Codul Fiscal al RM conform cotelor stabilite în temeiul deciziei Consiliului Municipal Bălți pentru anul curent.
- 15.2 Alte taxe și tarife sunt interzise.
- 15.3 Raportul trimestrial cu privire la autorizațiile eliberate și anulate pentru dispozitive publicitare fixe și publicitatea exterioară, se depun de către Serviciul publicitate în adresa Direcției generale financiar-economice și organului teritorial al Serviciul Fiscal de Stat până la data de 15 a lunii următoare perioadei de gestiune.
- 15.4 Anual, până în data de 31 martie, raportul privind numărul de dispozitive publicitare fixe și suprafața totală de afișaj pe care le deține orice persoană în municipiul Bălți este prezentată Consiliului Concurenței.
- 15.5 Acordarea beneficiilor și scutirea de la taxe pentru amplasarea publicității și dispozitivelor publicitare se realizează prin decizia Consiliului municipiului Bălți, în baza prevederilor art. 295, art. 296 titlul a VII-a din Codul Fiscal.

16. Utilizarea terenurilor proprietate a municipiului Bălți pentru activități de publicitate

- 16.1 Înregistrarea relațiilor funciare pentru dispozitivele publicitare fixe se reglementează de actele legislative și normative în vigoare a Republica Moldova.

17. Dispoziții finale

- 17.1 Toate litigiile, privind respectarea cerințelor prezentului Regulament se soluționează în conformitate cu legislația în vigoare.



DECIZIA
РЕШЕНИЕ
nr. 9/12
din 28.06.2022

Cu privire la inițierea procedurilor de consultare publică cu societatea civilă în procesul decizional „Cu privire la aprobarea Regulamentului publicității exterioare în municipiul Bălți în redacție nouă”

În conformitate cu Legea RM nr. 239 din 13.11.2008 „Privind transparența în procesul decizional”, art.8, art.14, alin. (2), p.z¹) din Legea RM nr. 436 din 28.12.2006 „Privind administrația publică locală”, Legea RM nr. 100 din 22.12.2017 „Cu privire la actele normative”, Hotărârea Guvernului RM nr. 967 din 09.08.2016 „Cu privire la mecanismul de consultare publică cu societatea civilă în procesul decizional”, ținând cont de prevederile Legii RM nr. 62 din 17.03.2022 „Cu privire la publicitate”, în scopul elaborării Regulamentului publicității exterioare nou, întru respectarea disciplinei în domeniul autorizării amplasării publicității exterioare, precum și în scopul asigurării informării ample a populației despre procesul decizional, –

Consiliul municipal Bălți DECIDE:

1. Se inițiază procedurile de consultare publică cu societatea civilă în procesul decizional „Cu privire la aprobarea Regulamentului publicității exterioare în municipiul Bălți în redacție nouă” prin metoda dezbaterilor publice.
2. Se pune în sarcina primarului mun. Bălți asigurarea:
 - 2.1. elaborării în perioada 18.07.2022 – 18.08.2022 a proiectului inițial de decizie prin modalitatea creării grupului de lucru;
 - 2.2. desfășurării procedurilor de consultare publică cu societatea civilă prin metoda dezbaterilor publice în perioada 19.08.2022 – 16.09.2022.
3. Controlul asupra executării prezentei decizii se pune în sarcina comisiilor consultative de specialitate pentru gospodărie municipală, administrarea bunurilor și protecția mediului, pentru drept și disciplină.

Președintele ședinței a IX
ordinare a Consiliului
municipal Bălți

Digitally signed by Craevscaia-Derenova Cristina
Date: 2022.07.01 19:17:55 EEST
Reason: MoldSign Signature
Location: Moldova



Cristina Craevscaia-Derenova

Contrasemnează:
Secretar al Consiliului
municipal Bălți

Digitally signed by Serdiuc Irina
Date: 2022.07.01 20:17:23 EEST
Reason: MoldSign Signature
Location: Moldova



Irina Serdiuc



**DECIZIA
РЕШЕНИЕ**
nr. 14/10
din 27.09.2022

Cu privire la modificarea deciziei Consiliului municipal Bălți nr. 9/12 din 28.06.2022 „Cu privire la inițierea procedurilor de consultare publică cu societatea civilă în procesul decizional „Cu privire la aprobarea Regulamentului publicității exterioare în municipiul Bălți în redacție nouă””

În conformitate cu Legea RM nr. 239 din 13.11.2008 privind transparența în procesul decizional, art.8, art.14, alin.(2), lit.z¹) din Legea RM nr. 436 din 28.12.2006 privind administrația publică locală, Legea RM nr.100 din 22.12.2017 cu privire la actele normative, Hotărârea Guvernului RM nr. 967 din 09.08.2016 „Cu privire la mecanismul de consultare publică cu societatea civilă în procesul decizional”, ținând cont de prevederile Legii RM nr. 62 din 17.03.2022 cu privire la publicitate, în scopul elaborării Regulamentului publicității exterioare nou, întru respectarea disciplinei în domeniul autorizării amplasării publicității exterioare, precum și în scopul asigurării informării ample a populației despre procesul decizional, –

Consiliul municipal Bălți DECIDE:

1. Se modifică decizia Consiliului mun. Bălți nr. 9/12 din 28.06.2022 „Cu privire la inițierea procedurilor de consultare publică cu societatea civilă în procesul decizional „Cu privire la aprobarea Regulamentului publicității exterioare în municipiul Bălți în redacție nouă””, după cum urmează:
 - 1.1. în subpunctul 2.1 al deciziei sintagma „în perioada de la 18.07.2022 pînă la 18.08.2022” se substituie cu sintagma „în perioada de la 10.10.2022 pînă la 28.10.2022”;
 - 1.2. în subpunctul 2.2 al deciziei sintagma „în perioada de la 19.08.2022 pînă la 16.09.2022” se substituie cu sintagma ”în perioada de la 31.10.2022 pînă la 30.11.2022”.
2. Controlul asupra executării prezentei decizii se pune în sarcina comisiilor consultative de specialitate pentru drept și disciplină, pentru gospodărie municipală, administrarea bunurilor și protecția mediului.

Președintele ședinței a XIV
ordinare a Consiliului
municipal Bălți

Digitally signed by Cornieț Nicolai
Date: 2022.09.30 11:05:09 EEST
Reason: MoldSign Signature
Location: Moldova



Nicolai Cornieț

Contrasemnează:
Secretarul Consiliului
municipal Bălți

Digitally signed by Serdiuc Irina
Date: 2022.10.03 13:13:03 EEST
Reason: MoldSign Signature
Location: Moldova



Irina Serdiuc

Nota informativă
la proiectul inițial al Deciziei Consiliului mun. Bălți
"Cu privire la aprobarea Regulamentului privind amplasarea
publicității exterioare în municipiului Bălți în redacție nouă"

1. Denumirea autorului și, după caz, a participanților la elaborarea proiectului
Subdiviziunea structurală Secția Publicitate
2. Condițiile ce au impus elaborarea proiectului de act normativ și finalitățile urmărite
<p>Proiectul de decizie a fost elaborat în conformitate cu următoarele Legi și acte normative:</p> <p>1. Legea RM nr.239/13.11.2008 privind transparența în procesul decizional:</p> <p>Articolul 3. Domeniul de aplicare al prezentei legi</p> <p>(1) Domeniul de aplicare al prezentei legi îl constituie totalitatea raporturilor juridice, stabilite în cadrul procesului decizional, dintre cetățeni, asociații constituite în corespundere cu legea, alte părți interesate, pe de o parte, și autoritățile publice, pe de altă parte.</p> <p>(2) Sub incidența prezentei legi cad următoarele autorități publice care elaborează proiecte de decizii:</p> <p>g) autoritățile administrației publice locale.</p> <p>(4) Autoritățile publice vor consulta cetățenii, asociațiile constituite în corespundere cu legea, alte părți interesate în privința proiectelor de acte normative, administrative care pot avea impact social, economic, de mediu (asupra modului de viață și drepturilor omului, asupra culturii, sănătății și protecției sociale, asupra colectivităților locale, serviciilor publice).</p> <p>Articolul 5. Principiile transparenței procesului decizional - Transparența în procesul decizional se bazează pe următoarele principii:</p> <p>a) informarea, în modul stabilit, a cetățenilor, a asociațiilor constituite în corespundere cu Legea, a altor părți interesate despre inițierea elaborării deciziilor și despre consultarea publică pe marginea proiectelor de decizii respective;</p> <p>b) asigurarea de posibilități egale pentru participarea cetățenilor, asociațiilor constituite în corespundere cu legea, altor părți interesate la procesul decizional.</p> <p>2. Legea RM nr. 436/28.12.2006 privind administrația publică locală:</p> <p>Articolul 3. Principiile de bază ale administrării publice locale</p> <p>(1) Administrarea publică în unitățile administrativ-teritoriale se întemeiază pe principiile autonomiei locale, descentralizării serviciilor publice, eligibilității autorităților publice locale și consultării cetățenilor în probleme locale de interes deosebit.</p> <p>(2) Autoritățile administrației publice locale beneficiază de autonomie decizională, organizațională, gestionară și financiară, au dreptul la inițiativă în tot ceea ce privește administrarea treburilor publice locale, exercitându-și, în condițiile legii, autoritatea în limitele teritoriului administrat.</p> <p>(3) Aplicarea principiilor enunțate în prezentul articol nu poate afecta caracterul unitar și indivizibil al statului.</p> <p>Articolul 8. Consultarea populației</p> <p>(2) În problemele de interes local care preocupă o parte din populația unității administrativ-teritoriale pot fi organizate, cu această parte, diverse forme de consultări, audieri publice și convorbiri, în condițiile legii.</p> <p>(3) Proiectele de decizii ale consiliului local se consultă public, în conformitate cu legea, cu respectarea procedurilor stabilite de către fiecare autoritate reprezentativă și deliberativă a populației unității administrativ - teritoriale de nivelul întâi sau al doilea, după caz.</p> <p>Articolul 14. Competențele de bază ale consiliilor locale</p> <p>(2), litera - z¹) dispune consultarea publică, în conformitate cu legea, a proiectelor de decizii în problemele de interes local care pot avea impact economic, de mediu și social (asupra modului de</p>

viață și drepturilor omului, asupra culturii, sănătății și protecției sociale, asupra colectivităților locale, serviciilor publice), precum și în alte probleme care preocupă populația sau o parte din populația unității administrativ-teritoriale.

3. Legea nr. 982 din 11.05.2000 privind accesul la informație

Articolul 2. Obiectivele prezentei legi

Prezenta lege are drept scop:

- a) crearea cadrului normativ general al accesului la informațiile oficiale;
- b) eficientizarea procesului de informare a populației și a controlului efectuat de către cetățeni asupra activității autorităților publice și a instituțiilor publice;
- c) stimularea formării opiniilor și participării active a populației la procesul de luare a deciziilor în spirit democratic.

4. Legea nr.62 din 17.03.2022 cu privire la publicitate

Articolul 1. Scopul legii

Prezenta lege are drept scop organizarea și dezvoltarea pieței naționale de publicitate în temeiul principiilor și bunelor practici internaționale din domeniu, inclusiv al principiilor concurenței loiale și protecției drepturilor consumatorilor de publicitate.

5. Hotărârea Guvernului nr.967 din 09.08.2016 cu privire la mecanismul de consultare publică cu societatea civilă în procesul decizional

Articolul 15. Autoritățile publice inițiază consultarea publică a proiectului deciziei în scopul informării și recepționării recomandărilor părților interesate.

Articolul 23. Modalitățile de consultare publică sunt selectate de fiecare autoritate publică în parte, fiind utilizate separat sau cumulativ, după cum urmează:

- 3) organizarea dezbaterilor publice.

Finalitatea elaborării noului Regulament publicității exterioare, este respectarea disciplinei în domeniul autorizării amplasării dispozitivelor publicitare fixe și a publicității exterioare.

3. Descrierea gradului de compatibilitate pentru proiectele care au ca scop armonizarea legislației naționale cu legislația Uniunii Europene

Proiectul de decizie este elaborat în conformitate cu legislația în vigoare a Republicii Moldova.

4. Principalele prevederi ale proiectului și evidențierea elementelor noi

Proiectul reprezintă documentul de aprobare a noului Regulament publicității exterioare în municipiul Bălți, elaborat din poziția modificărilor legislative, utilizării definițiilor și procedurilor stabilite prin legislație, și prevede reguli pentru amplasarea dispozitivelor publicitare fixe și a firmelor pe teritoriul municipiului Balti.

5. Fundamentarea economico-financiară

Proiectul nu propune norme care necesită finanțarea din surse bugetare sau extrabugetare.

6. Modul de încorporare a actului normativ în vigoare

Decizia Consiliului mun. Bălți nr.7/13 din 30.07.2020 se propune spre abrogare.

7. Avizarea și consultarea publică a proiectului

S-a aprobat Decizia Consiliului mun. Bălți nr.9/12 din 28.06.2022 "Cu privire la inițierea procedurilor de consultare publică cu societatea civilă în procesul decizional „Cu privire la aprobarea Regulamentului publicității exterioare în municipiul Bălți în redacție nouă”.

Și de asemenea Decizia Consiliului mun. Bălți nr.14/10 din 27.09.2022 "Cu privire la modificarea deciziei Consiliului municipal Bălți nr. 9/12 din 28.06.2022 „Cu privire la inițierea procedurilor de consultare publică cu societatea civilă în procesul decizional „Cu privire la aprobarea Regulamentului publicității exterioare în municipiul Bălți în redacție nouă”. Proiectul inițial al Regulamentului este publicat pe pagina oficială a primăriei mun. Bălți.

8. Constatarea exepertizei anticorupției

Proiectele actelor normative locale se elaborează cu referire la Planul Local Anticorupție.

9. Constatările expertizei de compatibilitate

Proiectul nu se referă la nivelul respectiv de competențe.

10. Constatările expertizei juridice.
Proiectele actelor normative locale se obțin expertiza juridică în subdiviziuni specializate a organului de administrație publică locală.
11. Costatările altor expertize
Proiectul nu se referă la nivelul respectiv de competențe.

Șeful Secției Publicitate



Mateescu Lorina

Примэрия мун. Бэлць
Юридическое Управление
ул. Индепенденций, 1
тел.: (0231) 5-46-34
(0231) 5-46-35



Primăria mun. Bălți
Direcția Juridică
str. Independenței, 1
tel.: (0231) 5-46-34
(0231) 5-46-35

AVIZ

asupra proiectului de Decizie Consiliului municipal Bălți
„Cu privire la aprobarea Regulamentului privind
amplasarea publicității exterioare în municipiul Bălți”

Examinînd proiect al deciziei care a fost elaborat de subdiviziunea de profil a Primăriei municipiului Bălți responsabilă de relații cu publicul, Direcția Juridică a Primăriei mun. Bălți consideră că în corespundere cu art. cu art.8) alin.(3), art.10¹) alin.(2), (3), art.29) alin.(1), lit. a) din Legea RM nr.436 din 28.12.2006 ”Privind administrația publică locală”, art.3), 18) din Legea RM nr.100 din 22.12.2017 ”Cu privire la actele normative”, Legea RM nr.160 din 22.07.2011 ”Privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzător ”, Legea RM nr.62 din 17.03.2022 ”Cu privire la publicitate”, Legea drumurilor nr.509 din 22.06.1995, Legea RM nr.131 din 07.06.2007 ”Privind siguranța traficului rutier” și Hotărârea Guvernului nr.357 din 13.05.2009 ”Cu privire la aprobarea Regulamentului circulației rutiere”, Decizia nr.14/10 din 27.09.2020 ”Cu privire la modificarea deciziei Consiliului municipal Bălți nr. 9/12 din 28.06.2022 „Cu privire la inițierea procedurilor de consultare publică cu societatea civilă în procesul decizional „Cu privire la aprobarea Regulamentului publicității exterioare în municipiul Bălți în redacție nouă”, în scopul asigurării disciplinei în domeniul amplasării dispozitivelor publicitare și publicității exterioare pe teritoriul municipiului Bălți, precum și ținînd cont de recomandările primite în cadrul consultărilor publice, proiectul sus-menționat poate fi examinat și aprobat la ședința Consiliului municipal Bălți.

Șeful Direcției Juridice

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Vitalii BALAN'. The signature is stylized and somewhat cursive.

Vitalii BALAN

18.09.24

СВОД РЕКОМЕНДАЦИЙ

к первоначальному проекту решения Совета мун. Бэлць
«Об утверждении Положения о наружной рекламе в муниципии Бэлць в новой редакции»
и комментарии к рекомендациям представленным (письменно) в рамках второй встречи
публичного консультирования

1	<p>Внести коммерсант – любое физическое или юридическое лицо, осуществляющее коммерческую, промышленную (производственную), ремесленную деятельность или практикующее свободную профессию, а также любое лицо, действующее в коммерческих целях от имени либо в интересах коммерсанта, включая коммерческое общество и индивидуального предпринимателя; идентификационные данные в рекламе: а) в случае физического лица – фамилия и имя; б) в случае юридического лица – полное или сокращенное наименование, установленное учредительным документом и зарегистрированное соответствующим образом; рекламораспространитель – любое лицо, включая средства массовой информации, распространяющее рекламу потребителям рекламы; рекламный дистрибьютор – лицо, распределяющее рекламу рекламодателем в интересах рекламодателя; вневыборный период – период времени, из которого исключается избирательный период, предусмотренный статьей 1 Кодекса о выборах № 1381/1997; рекламопроизводитель – лицо, полностью или</p>	1,4	Ассоциация рекламных агентств Молдовы	Не принимается	Ст.3 Закона № 62 (не перегружать Положение дополнительной терминологией) некоторые из предложенных понятий не являются объектами данного Положения.
---	---	-----	---------------------------------------	----------------	---

	<p>частично приданное рекламе окончательную форму, необходимое для распространения; продукты – любые товар и/или услуга (работа), предназначенные для потребления или использования, включая недвижимое имущество, поставляемую для потребления электроэнергию, тепловую энергию, газ и воду, а также связанные с ними права и обязанности; коммерческая реклама – реклама, предметом которой являются один или несколько коммерсантов и/или его/их средства индивидуализации, один или несколько продуктов и/или его/их средства индивидуализации, а также события/мероприятия (запуск продуктов и тому подобное); политическая реклама – реклама, предметом которой являются один либо несколько субъектов политической рекламы или их деятельность, один либо несколько политических проектов (концепции, инициативы, идеи и так далее) и/или один либо несколько символов (слоганы, рисунки, изображения, голоса и так далее), используемых одним или несколькими субъектами политической рекламы;</p> <p>субъекты политической рекламы – конкуренты на выборах, политические партии, члены политических партий, лица, публично заявившие о своей поддержке политической партии в течение последних трех месяцев, общественно-политические организации, члены общественно-политических организаций, лица, публично заявившие о своей поддержке общественно-политической организации в течение последних трех месяцев, инициативные группы по поддержке кандидатов на выборные должности, инициативные группы по</p>		
--	---	--	--

	инициированию референдума, лица, г рчение последних трех месяцев публично заявившие о своей поддержке одной или нескольких упомянутых инициативных групп, а также их деятельности;				
2	Исключить Паспорт стационарного рекламного устройства должен составляется соответствующим специалистом в области архитектуры/ дизайна/ рекламы/ проектирования, для правильного отображения данных, согласно законодательству.	5.5	Ассоциация рекламных агентств Молдовы	Не принимается	Согласно ст.3 ч (2) Закона РМ №436/2006 «о местном публичном управлении» компетенция APL
3	предлагается формулировка в: Каждое стационарное рекламное устройство (кроме размещенных на зданиях) должно содержать идентификационные данные в рекламе обладателя разрешения на рекламное устройство. заменить на следующее: Каждое стационарное рекламное устройство (кроме размещенных на зданиях) должно содержать идентификационные данные обладателя разрешения на рекламное устройство.»	7.8	Ассоциация рекламных агентств Молдовы	Принимается	
4	Внести: На улице или на одном из ее участков допускается размещение только одинаковых по размеру рекламных устройств. Расстояние между однотипными конструкциями, расположенными перпендикулярно тротуарам и проезжей части, должно быть не менее:	7.11	Ассоциация рекламных агентств Молдовы	Принимается	
5	Исключить т) ближе, чем в 50 м от пешеходных переходов в зонах отведенных улично-дорожной сети; заменить на следующее: т) ближе, чем в 25 метрах перед пешеходным переходом по направлению движения автотранспорта в зонах,	9.1 м)	Ассоциация рекламных агентств Молдовы	Не принимается	Противоречит Закону РМ №509/1995 "Об автомобильных дорогах", Приложение 3, часть V ст.22

	отведенных улично-дорожной сети.				
6	Исключить данную фразу Размещение на фасадах торговых и сервисных подразделений, а также на территории, к которой они принадлежат, вывесок больше 1 м2, выполняется в соответствии с настоящим Положением. Вывеска должна быть разработана в едином стиле с архитектурным обликом здания, комплекса, опираясь на архитектурно-художественную концепцию, если таковая имеется	11.2	Ассоциация рекламных агентств Молдовы	Не принимается	Согласно ст.3 ч (2) Закона РМ №436/2006 «о местном публичном управлении» APL оставляет за собой право на разработку концепции.
7	Исключить. На фасадах торговых центров или многофункциональных коммерческих зданий, где работают несколько коммерческих объектов, ресторанов, аптек, медицинских или спортивных центров, вывески экономических агентов могут размещаться в рамках единой композиции торговых марок, одного размера и стиля. Рекламные устройства не могут размещаться в оконных проемах, на витражах и остекленных поверхностях. Композиция торговых марок может быть размещена на фасаде здания или на отдельном пилоне возле здания, торгового центра. Вывеска с наименованием самого торгового центра или многофункционального здания может отличаться от других вывесок по размеру и месторасположению	11.8	Ассоциация рекламных агентств Молдовы	Не принимается	Согласно ст.3 ч (2) Закона РМ №436/2006 «о местном публичном управлении» компетенция APL
8	предлагается формулировка в: Предоставление льгот и освобождения от сбора за размещение рекламы и рекламных устройств производится по решению Совета мун.Бэлць, исходя из предписаний ст.295,ст.296 VII раздела Налогового Кодекса. заменить на следующее:	13.5	Ассоциация рекламных агентств Молдовы	Не принимается	Согласно ст.3 ч (2) Закона РМ №436/2006 «о местном публичном управлении» компетенция APL, разъяснения норм закона.

	Предоставление льгот и освобождения от сбора за размещение рекламы и рекламных устройств производится по решению Совета мун. Бэлць, исходя из предписаний Налогового Кодекса РМ.				
9	предлагается формулировка в: Право на размещение рекламы предоставляется сроком на 5 лет с момента приобретения права на размещение, без права пролонгации. заменить на следующее: «Право на размещение рекламы предоставляется сроком на 5 лет с момента приобретения права на размещение, с возможностью пролонгации на 1 (один) срок.»	14.2	Ассоциация рекламных агентств Молдовы	Не принимается	Согласно ст.3 ч (2) Закона РМ №436/2006 «о местном публичном управлении» компетенция APL
10	Исключить. Согласование с Инспектором Полиции Бэлць в случае расположения рекламного устройства в зоне муниципальных общественных дорог.	5.2	Ассоциация рекламных агентств Молдовы	Принимается	
11	Исключить данную фразу После принудительного демонтажа соответствующее предприятие обязано вернуть демонтированную конструкцию собственнику, после полной оплаты работ по демонтажу и хранению демонтированной конструкции на основании акта приема-передачи, подписанного представителем предприятия, осуществившего демонтаж, представителем органа местного публичного управления и собственником устройства. В случае отсутствия оплаты за демонтаж и хранение конструкции в течении 3-х месяцев конструкция переходит в собственность предприятия.	12.7	Ассоциация рекламных агентств Молдовы	Принимается	
12	предлагается формулировка в: г) внутри перекрестков с круговым движением на расстоянии не менее 50 м от них в местах, предназначенных для движения автотранспорта и дорожных знаков, в местах где нормальное	9.1	Ассоциация рекламных агентств Молдовы	Не принимается	Противоречит Закону РМ №509/1995 "Об автомобильных дорогах", Приложение 3, часть V ст.22

	движение может быть нарушено; ; ее по тексту «.....» - на тротуарах и пешеходных дорожках, за некоторыми исключениями, не противоречащими настоящему Положению Предлагается изложить дополнение соответственно: г) внутри перекрестков с круговым движением - в пределах разделительных полос; - на дорожных ограждениях; - ближе, чем в 50 метрах от мостов, путепроводов, эстакад, виадуков ближе шести метров от проезжей части; - ближе, чем в 100 метрах от железнодорожных переездов ближе шести метров от проезжей части; - с нарушением видимости дорожных знаков.				
--	--	--	--	--	--

Всего рекомендаций: 12
Всего принятых рекомендаций: 4
Всего отклоненных рекомендаций: 8

Исп. Михайлова Ирина
начальник Службы Рекламы ГУАГЗО



СВОД РЕКОМЕНДАЦИЙ

к первоначальному проекту решения Совета мун. Бэлць

«Об утверждении Положения о наружной рекламе в муниципии Бэлць в новой редакции»

и результаты оценки рекомендаций в рамках публичного консультирования

№ п/п	Предлагаемая редакция	Пункт первоначального текста Положения	Автор рекомендации	Принимается/ не принимается	Примечания/аргументы
1	Внести Настоящее Положение устанавливает применение нормативно-правовой базы на местном уровне и представляет собой единую систему технических и правовых норм, необходимых для деятельности в области рекламы, в том числе регулирующих выдачу разрешений и размещения всех видов рекламных устройств и наружной рекламы в муниципии Бэлць	1.1	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (ААРМ)	Принимается	Вносится формулировка в п.1.1
2	Внести Целью настоящего Положения является организация и развитие местного рынка рекламы на основании принципов и передовой практики в этой области, включая принципы добросовестной конкуренции и защиты прав потребителей рекламы.	Предположитель но 1.2	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (ААРМ)	Не принимается	Не относится к компетенции APL , а компетенции других органов
3	Внести Предметом настоящего Положения является регулирование отношений, возникающих между рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламными дистрибьюторами, рекламораспространителями и потребителями рекламы.	Предположитель но 1.3	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (ААРМ)	Не принимается	Не относится к компетенции APL , а компетенции других органов
4	Внести коммерсант — любое физическое или юридическое лицо, осуществляющее коммерческую, промышленную (производственную), ремесленную деятельность или практикующее свободную профессию, а также	1.4	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (ААРМ)	Не принимается	Ст.3 Закона № 62 (не перегружать Положение дополнительной терминологией)

	любое лицо, действующее в коммерческих целях от имени либо в интересах коммерсанта, включая коммерческое общество и индивидуального предпринимателя; идентификационные данные в рекламе: а) в случае физического лица – фамилия и имя; б) в случае юридического лица – полное или сокращенное наименование, установленное учредительным документом и зарегистрированное соответствующим образом рекламораспространитель – любое лицо, включая средства массовой информации, распространяющее рекламу потребителям рекламы; рекламный дистрибьютор – лицо, распределяющее рекламу рекламодателям в интересах рекламодателя; рекламопроизводитель – лицо, полностью или частично придающее рекламе окончательную форму, необходимую для распространения; продукт – любые товар и/или услуга (работа), предназначенные для потребления или использования, включая недвижимое имущество, поставляемую для потребления электроэнергию, тепловую энергию, газ и воду, а также связанные с ними права и обязанности; коммерческая реклама – реклама, предметом которой являются один или несколько коммерсантов и/или его/их средства индивидуализации, один или несколько продуктов и/или его/их средства индивидуализации, а также события/ мероприятия (запуск продуктов и тому подобное); политическая реклама – реклама, предметом которой являются один либо несколько субъектов политической рекламы или их деятельность, один либо несколько политических проектов				
--	---	--	--	--	--

	(концепции, инициативы, идеи и так далее) и/или один либо несколько символов (слоган, рисунки, изображения, голоса и так далее), используемых одним или несколькими субъектами политической рекламы; субъекты политической рекламы – конкуренты на выборах, политические партии, члены политических партий, лица, публично заявившие о своей поддержке политической партии в течение последних трех месяцев, общественно-политические организации, члены общественно-политических организаций, лица, публично заявившие о своей поддержке общественно-политической организации в течение последних трех месяцев, инициативные группы по поддержке кандидатов на выборные должности, инициативные группы по инициированию референдума, лица, в течение последних трех месяцев публично заявившие о своей поддержке одной или нескольких упомянутых инициативных групп, а также их деятельности;				
5	Внести производитель рекламы - лицо, которое придает рекламной информации форму, необходимую для показа рекламы; рекламный распространитель - лицо, обеспечивающее отображение и экспозицию рекламных изображений на рекламных устройствах;	1.4	Varo-Inform	Не принимается	Ст.3 Закона № 62 (не перегружать Положение дополнительной терминологией)
6	Наружная реклама размещается на плакатах, баннерах, строительных сетках, щитах, стендах, стационарных сооружениях и конструкциях (которые могут быть расположены на земле или на наружных стенах, фасадах, террасах и/или крышах зданий), а также, с использованием трёхмерной и световой рекламы, электромеханических, электронных табло и	2.1.	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Принимается	Вносится формулировка в п.2.1

	оборудованной другими техническими средствами.				
7	Ответственность за отображаемую наружную рекламу несут: рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламный дистрибьютор, рекламораспространитель согласно положениям действующего законодательства.	4.4	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Принимается	Вносится формулировка в п.4.4
8	Сообщения, представляющие общественный интерес, коммерческая реклама, политическая реклама во вневыборный период и в избирательный период размещаются в соответствии положениям действующего законодательства.	4.5	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Не принимается	Ст.10 Закона № 62 Политическая реклама осуществляется в соответствии с положениями Кодекса о выборах, и не является компетенцией данного Положения
9	Размещение рекламных устройств осуществляется на основании разрешения на размещение и эксплуатацию рекламных устройств на: а) землях / строениях физических и юридических лиц, находящихся в частной собственности; б) землях и/или зданиях публичной и частной сферы муниципалитетов.	5.1	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Принимается	Вносится формулировка в п.5.1
10	Исключить Паспорт стационарного рекламного устройства составляется заявителем и должен содержать данные согласно рекомендуемому образцу (приложение 2) :	5.4	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Не принимается	Согласно ст.3 ч (2) Закона РМ №436/2006 «о местном публичном управлении» компетенция APL
11	Заменить b) информацию о предусмотренном месте для размещения стационарного рекламного устройства, сопровождаемую копией топографической карты в масштабе 1:500 с точным указанием предусмотренного для размещения места, и его фотографию;	5.4 b)	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Не принимается	Согласно ст.3 ч (2) Закона РМ №436/2006 «о местном публичном управлении» компетенция APL
12	b) информацию о предусмотренном месте для размещения стационарного рекламного устройства (в результате аукциона) , с приложением актуализированной топографической основы,	5.4 b)	ГУАГЗО	Принимается	Вносится формулировка в п.5.4

	(развертка участка /улицы/ здания) с точным указанием предусмотренного для размещения места, и его фотографию;				
13	Исключить е) согласование с Главным архитектором ГУАГЗО во всех без исключения случаях	5.4 е)	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Не принимается	Согласно ст.3 ч (2) Закона РМ №436/2006 «о местном публичном управлении» компетенция APL
14	е)согласование с Главным архитектором муниципия Бэлць во всех без исключения случаях	5.4 е)	ГУАГЗО	Принимается	Вносится формулировка в п.5.4
15	Паспорт рекламного устройства должен составляется соответствующим специалистом в области архитектуры/дизайна/рекламы/ проектирования, для правильного отображения данных, согласно законодательству.	5.5	ГУАГЗО	Принимается	Вносится формулировка п.5.5
16	Порядок <i>получения</i> разрешения на размещение рекламных устройств <i>нового образца</i> в муниципии Бэлць	6	ГУАГЗО	Принимается	Вносится формулировка в название главы
17	Заменить б) служащий офиса «Единое окно» получает и регистрирует заявление на получение разрешения на рекламное устройство, сопровождаемое паспортом стационарного рекламного устройства, даже если паспорт не содержит все документы и информацию, предусмотренные п. (5.4);	6.1 б)	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Принимается	Вносится формулировка п.6.1 б)
18	Внести с) служащий офиса «Единое окно» получает и регистрирует заявление на получение разрешения на рекламное устройство, сопровождаемое паспортом стационарного рекламного устройства, даже если заявление не содержит необходимую для идентификации заявителя информацию	Предположитель но 6.1 с)	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Не принимается	Противоречит ст.6 ч (14) Закона РМ №160/2011 «о регулировании предпринимательской деятельности путем разрешения»
19	Исключить д) служащий Службы рекламы в течение 10 рабочих дней со дня выдачи констатационной справки, выдает разрешение на рекламное устройство <i>или мотивированный ответ.</i>	6.1 д)	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Не принимается	Противоречит ст.6 ч (8) Закона РМ №160/2011 «о регулировании предпринимательской деятельности путем разрешения»

20	Разрешения выдаются на основании <i>муниципалитета</i> – одно рекламное устройство – одно разрешение. Не допускается выдача одного разрешения на два и более объекта.	6.4	ГУАГЗ(Принимается	Вносится формулировка в п.6.4
21	Внести Если заявление о выдаче нового разрешения на рекламное устройство подано не более чем за 90 дней и не менее чем за 30 календарных дней до истечения срока действия разрешения, его обладатель имеет приоритетное право для выдачи нового разрешения для того же местонахождения.	Предположитель но 6.5	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Принимается	Вносится формулировка п.6.5
22	Внести Продление разрешения: а) после истечения срока эксплуатации рекламного устройства срок действия разрешения может быть продлен; б) владелец разрешения во всех случаях имеет приоритет для продолжения экспозиции рекламного устройства в этом месте; с) намерение продлить разрешение выражается в письменной форме за 30 дней до истечения срока действия разрешения. д) Запрос на продление разрешения подается в офис «Единое окно» местного публичного органа. е) Получая запрос о продлении, офис «Единое окно» обязан выдать заявителю констатационную справку. ф) Новое разрешение, которое продлевает срок экспозиции рекламного устройства выдается в срок 10 дней. г) Между сроком истечения старого разрешения и датой выдачи разрешения на новый срок, в качестве разрешительного акта используется констатационная справка.	Предположитель но 6.5	Varo-Inform	Не принимается	Противоречит ст.32 ч (13) Закона РМ № 62 «о рекламе»
23	Внести Рекламные устройства, размещенные до вступления в силу настоящего Регламента:	Предположитель но 6.6	Varo-Inform	Не принимается	Противоречит ст.32 ч (10) Закона РМ № 62 «о рекламе»

	а) не требуют повторной выдач паспорта, согласований и разрешений, в случае если они соответствуют настоящему Регламенту. Данные разрешения после истечения срока их действия продлеваются в соответствии со ст.6.5 (рекомендация №22). б) те, которые не соответствуют требованиям Регламента, должны пройти процедуру систематизации (глава 12)(рекомендация № 51).				
24	Внести Стационарное рекламное устройство может быть размещено только после выдачи разрешения на рекламное устройство, за исключением случая, предусмотренного частью (11) статьи 32 Закона № 62 О рекламе: Реконструкция или замена стационарного рекламного устройства не требует выдачи нового разрешения на рекламное устройство, если: а) реконструированное или замененное рекламное устройство размещается в указанном в действующем разрешении месте; б) сохраняется площадь отображения реконструированного или замененного рекламного устройства.	Предположитель но 7.1	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Принимается	Вносится отдельной главой 8.Реконструкция или замена стационарного рекламного устройства (Со сдвигом нумерации следующих глав)
25	Внести Реконструкция или замена стационарного рекламного устройства требует выдачи нового разрешения на рекламное устройство, если: а) реконструированное или замененное рекламное устройство размещается в ином месте, чем предусмотрено действующим разрешением; б) реконструированное или замененное рекламное устройство имеет большую площадь отображения, чем площадь отображения рекламного устройства, для которого было выдано действующее разрешение	Предположитель но 8.1	ГУАГЗО	Принимается	Вносится отдельной главой 8.Реконструкция или замена стационарного рекламного устройства (Со сдвигом нумерации следующих глав)
26	Стационарные рекламные устройства размещаются на муниципальной/частной	7.2	Ассоциация рекламных	Принимается	Вносится формулировка п.7.2

	собственности после получения Разрешения на рекламное устройство.		агентств Молдовы (AAPM)		
27	Каждое <i>стационарное</i> рекламное устройство (кроме размещенных на зданиях) должно содержать идентификационные данные в рекламе обладателя разрешения на рекламное устройство.	7.8	ГУАГЗО и Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Принимается	Вносится формулировка в п. 7.8
28	Исключить На тротуарах, в зонах пешеходного потока все устройства устанавливаются с условием обеспечения проходного пространства шириной не менее 2,5 метров для обеспечения пешеходного потока. (как и в случае обустройства террас)	7.9	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Принимается	Сдвиг нумерации следующих пунктов
29	Заменить На улице или на одном из ее участков допускается размещение только одинаковых по размеру рекламных устройств. Расстояние между стационарными рекламными конструкциями, расположенными в зоне автомобильных дорог общего пользования в муниципии Бэлць, должно быть не менее: а) 30 м - для рекламных устройств площадью менее 12 квадратных метров; б) 50 м - для рекламных устройств площадью от 12 до 36 квадратных метров; с) 80 м - для рекламных устройств площадью более 36 квадратных метров;	7.11	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Принимается частично	Вносится формулировка в п. 7.11 а) б) с)
30	Исключить На одной улице <i>или на одном из ее участков</i> допускается размещение только одинаковых по размеру рекламных устройств. Расстояние между однотипными конструкциями, расположенными перпендикулярно тротуарам и проезжей части, должно быть не менее:	7.11	ГУАГЗО	Принимается	Меняется формулировка в п. 7.11
31	Исключить Расстояние между проезжей частью и опорой	7.12	Ассоциация рекламных агентств	Принимается	Меняется формулировка в п. 7.12

	стационарного рекламного устройства составляет 0,8 метра. <i>В случае наличия естественного (дерево) или искусственного (столб освещения) препятствия устройство выравнивается по ним, соблюдая единообразие по формату и стилю.</i>		Молдова (ААРМ)		
32	Исключить При наличии технической возможности стационарные рекламные устройства могут быть подключены к сети уличного освещения и могут быть освещены в ночное время, <i>за исключением случаев, когда нет технической возможности подключения к сети уличного освещения.</i>	7.14	ГУАГЗО	Принимается	Меняется формулировка в п.7.14
33	Внести При наличии утвержденной Архитектурно-художественной концепции внешнего облика улиц и зон исторического наследия с ценной в архитектурном отношении застройкой, при оформлении объектов торговли и мест предоставления продаж, при размещении объектов наружной рекламы должны соблюдаться нормы и правила, утвержденные в этой концепции.	Предположитель но 7.18	Varo-Inform	Принимается	Вносятся формулировка 7.18 Рекомендуемое приложение к Положению
34	Заменить а) заявление обладателя разрешения на рекламное устройство об его аннулировании; б) решение об исключении обладателя разрешения на рекламное устройство из Государственного регистра индивидуальных предпринимателей или по обстоятельствам из Государственного регистра юридических лиц;	8.1 а) б)	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (ААРМ)	Принимается	Вносятся формулировка п.8.1 а) б)
35	Исключить в случае, если владелец в течение 6 месяцев с даты выдачи разрешения не установил рекламное устройство <i>в месте, указанном в Разрешении</i>	8.1 с)	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (ААРМ)	Не принимается	Не противоречит ст.33 Закона РМ № 62 «о рекламе»
36	Внести выполнение работ, считающихся общественно полезными в соответствии со ст. 5 Закона об	8.1 d)	Ассоциация рекламных агентств	Принимается	Вносятся формулировка в п 8.1 d)

	экспроприации для общественно полезных целей №. 488/1999. <i>В этом случае решение об аннулировании разрешения принимается в соответствии с Законом об экспроприации для общественно полезных целей;</i>		Молдова (ААРМ)		
37	Заменить Запрещается размещение стационарных рекламных устройств: а) на зданиях музеев; б) на деревьях и/или путем повреждения/уничтожения деревьев; в) внутри перекрестков с круговым движением; г) на проезжей части автомобильных дорог общего пользования независимо от их категории; д) на памятниках национального или местного значения, а также в их охранных зонах; е) на исторических памятниках, за исключением вывесок и рекламных баннерных сеток mesh, размещенных на время проведения работ по консолидации/реставрации в соответствии с настоящим законом; ж) в помещениях и на элементах ограды кладбищ и культовых сооружений; з) на перекрытиях (покрытиях) подземных пешеходных переходов; и) на опорных столбах элементов дорожной сигнализации или дорожного движения, за исключением временной рекламы; к) внешний вид которых можно спутать с дорожными знаками и другими средствами дорожной сигнализации; л) на светофорах или таким образом, чтобы снизился уровень видимости светофоров и дорожных знаков; м) на подземных сетях водоснабжения, газовых трубопроводах, телефонных проводах и канализационных сетях.	9.1	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (ААРМ) и Varo-Inform	Не принимается	Первая редакция не противоречит законодательству

38	Исключить а) <i>любое рекламное устройство</i> без разрешительных документов, выданных органами местного публичного управления в соответствии с положениями настоящего Положения;	9.1 а)	ГУАГЗ	Принимается	Вносится формулировка в п.9.1а)
39	Исключить е) в пределах охранных зон памятников архитектуры, истории и культуры, общественных памятников республиканского и местного значения, захоронений и воинских мемориалов с соблюдением: • радиус охранной зоны памятника местного и республиканского значения - 100,0 м от периметра прилегающего земельного участка; • радиус охранной зоны памятника без примыкающего к нему земельного участка - 20,0 м от его поверхности, <i>если утвержденным в установленном порядке проектом охранной зоны не предусмотрено иное;</i>	9.1 е)	ГУАГЗО	Принимается	Вносится формулировка в п.9.1е)
40	Исключить На тротуарах/пешеходных площадях шириной не менее 3,00 м допускается размещение перемещаемых рекламных устройств, размером 0,7*1,0 м (до 1,5 м2) размещается только в течение дня рядом/перед магазинами, ресторанами и другими торговыми точками или местами оказания услуг. Разрешение на их размещение осуществляется в соответствии с главами 5,6,7 настоящего Положения.	10.3	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Не принимается	Согласно ст.3 ч (2) Закона РМ №436/2006 «о местном публичном управлении» компетенция APL
41	Внести На тротуарах/пешеходных площадях шириной не менее 3,00 м допускается размещение перемещаемых рекламных устройств, <i>ориентировочным</i> размером 0,7*1,0 м (до 1,5 м2) размещается только в течение дня рядом/перед	10.3	ГУАГЗО	Принимается	Вносится формулировка в п. 10.3

	магазинами, ресторанами и другими торговыми точками или местами оказания <i>соответствующих</i> услуг. Разрешение на их размещение осуществляется в соответствии с главами 5,6,7 настоящего Положения.				
42	Исключить Допускается размещение рекламных устройств (рекламного флага) на опорах освещения, на опорах, специально предназначенных для поддержки кабелей электроснабжения общественного транспорта, и на других опорах, допускающих размещение рекламных опор, размером не более 0,5* 0,9 м2 на высоте 4,25 м от поверхности дороги, за исключением: а) охранной зоны памятников местного и республиканского значения; б) жилой зоны	10.4	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Не принимается	Согласно ст.3 ч (2) Закона РМ №436/2006 «о местном публичном управлении» компетенция APL
43	Заменить б) индивидуальной жилой застройки ;	10.4 б)	ГУАГЗО	Принимается	Вносится формулировка в п. 10.4 б)
44	Заменить 10.4 Размещение и эксплуатация средств распространения звуковой рекламы, за исключением временно размещенных в зонах проведения массовых мероприятий, ярмарок, выставок или спортивных соревнований, запрещаются. 10.5 Реклама с использованием звуковых сетей оповещения пассажиров в общественном транспорте, на станциях, вокзалах и в аэропортах запрещается. Этот запрет не распространяется на сообщения, представляющие общественный интерес, транслируемые на станциях, вокзалах и в аэропортах.	10.6	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Не принимается	Не является объектом Положения
45	Внести Размещение на фасадах торговых и сервисных подразделений, а также на территории, к которой они принадлежат, вывесок с площадью в <i>1м2 и</i>	11.2	ГУАГЗО	Принимается	Вносится формулировка в п. 11.2

	<i>больше</i> , выполняется в соответствии с настоящим Положением. Вывеска должна быть разработана в едином стиле с архитектурным обликом здания, комплекса, опираясь на архитектурно-художественную концепцию, если таковая имеется.				
46	Внести Размещаемые вывески, должны быть безопасны, спроектированы, изготовлены и установлены в соответствии с требованиями технических регламентов, строительных норм и правил, а также не нарушать внешний архитектурно-художественный облик города и обеспечивать соответствие эстетических характеристик вывески внешнему облику и объекта, на котором они размещаются. <i>Вывески на фасадах памятников архитектуры размещаются с учетом положений Закона РМ №1530/1998 «Об охране памятников» и №163/2010 «О разрешении выполнения строительных работ»</i>	11.3	ГУАГЗО	Принимается	Вносится формулировка в п. 11.3
47	Заменить На наружных стенах магазинов, аптек, других коммерческих, производственных или сервисных подразделений запрещается хаотичное размещение баннеров, mesh, других рекламных поверхностей на металлических рамах, прикрепленных к стенам. Вся дополнительная информация для потребителя может размещаться только в местах, специально определенных в <i>паспорте рекламного устройства</i> для ее размещения	11.7	ГУАГЗО	Принимается	Вносится формулировка в п. 11.7
48	Заменить Стационарные рекламные устройства могут быть расположены на межвых стенах, фасадах, террасах и/или крышах зданий. Стационарные рекламные устройства располагаются и эксплуатируются на основании разрешения на рекламное устройство.	Предположитель но 11.7	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (ААРМ)	Не принимается	Не относится к содержанию данной главы Положения

49	Внести На фасадах торговых центров или многофункциональных коммерческих зданий, где работают несколько коммерческих объектов, ресторанов, аптек, медицинских или спортивных центров, вывески экономических агентов могут размещаться в рамках единой композиции торговых марок, одного размера и стиля. <i>Рекламные устройства не могут размещаться в оконных проёмах, на витринах и остекленных поверхностях.</i> Композиция торговых марок может быть размещена на фасаде здания или на отдельном пилоне возле здания, торгового центра. Вывеска с наименованием самого торгового центра или многофункционального здания, может отличаться от других вывесок по размеру и месторасположению. <i>Вывески коммерческих помещений в многоквартирных жилых домах должны быть в едином стиле с архитектурным обликом здания, комплекса, опираясь на архитектурно-художественную концепцию, если таковая имеется.</i>	11.8	ГУАГЗО	Принимается	Вносится формулировка в п. 11.8
50	Заменить Все виды декораций и рекламы, размещенные на внешних стенах коммерческих, производственных или сервисных единиц до вступления в силу настоящего Положения и не имеющие соответствующих документов или не соответствующие предусмотренным требованиям, должны быть приведены в соответствие с требованиями Положения в течение 12 месяцев. По истечению данного периода они подлежат демонтажу с обязательным восстановлением фасадов и других элементов.	11.9	ГУАГЗО	Принимается	Вносится формулировка в п. 11.9
51	Внести 12. СИСТЕМАТИЗАЦИЯ НАРУЖНЫХ РЕКЛАМНЫХ СЕТЕЙ 12.1. Систематизация — это процесс	Предположитель но 12 глава	Varo-Inform	Не принимается	Не соответствует Закону РМ № 62 «о рекламе», Закону РМ №160/2011 «о регулировании предпринимательской

<p>модернизации (обслуживания, восстановления, демонтажа или замены) рекламных устройств, в соответствии с их внешним видом и расположением, согласно Закону о рекламе и настоящему Регламенту.</p> <p>12.2. Экономические агенты, основной деятельностью которых является наружная реклама, получают право на восстановление разрешений, согласно своим паспортам мест на рекламные носители, с возможностью корректировки их характеристик, соответствующих новым нормам и правилам настоящего Регламента. Рекламные устройства, которые на момент их размещения имели разрешения, считаются легальными рекламными устройствами.</p> <p>12.3. Если рекламные устройства (сети устройств), существовали до Регламента, были размещены на законных основаниях, но не соответствуют требованиям, указанным в Законе и настоящем Регламенте (не соблюдается расстояние между ними, не соответствуют размерам, указанные в разрешениях или Регламенте, размещаются в местах недопустимых и т. д.) эти устройства должны быть систематизированы в соответствии с требованиями, изложенными в Регламенте.</p> <p>12.4. Несоответствие существующих устройств по отношению к требованиям регламента подтверждается объективными доказательствами (размеры, расстояния и т. Д.), исключая субъективные аргументы.</p> <p>12.5. Рекламные устройства, которые были изначально размещены в местах, соответствующих положениям настоящего Регламента (независимо от того, существует ли он на момент его утверждения), могут быть восстановлены по желанию владельцев, согласно</p>				<p>деятельности путем разрешения» Согласно ст.77 ч (2) Закона РМ №436/2006 «о местном публичном управлении» сделки по управлению и распоряжению имуществом публичной собственности административно-территориальной единицы с физическими и юридическими лицами частного права совершаются посредством публичного аукциона, организуемого в соответствии с законом, за исключением прямо установленных законом случаев.</p>
---	--	--	--	--

<p>новым правилам и требованиям. В случае разрешения оформляются и выдаются в течение 10 рабочих дней на срок, указанный в Перечне разрешительных актов.</p> <p>12.6. Во всех случаях систематизации рекламных устройств приоритетное право на местоположение принадлежит владельцу первой разрешения, выданной для этого места. В случае отсутствия владельца или его письменного отказа в размещении устройства право размещения принадлежит первому заявителю, подавшему и регистрирующему комплект документов, согласно ст.5.4.</p> <p>12.7. Устройства демонтируются в обратном порядке их разрешения (остается первый, в соответствии с датой разрешения и демонтируются все остальные, размещенные позже).</p> <p>12.8. Если в процессе систематизации хаотичных агломераций рекламных устройств, расстояний между ними, их положение в линии или в случае уменьшения количества устройств, находящихся на перекрестках, демонтаж в соответствии со статьей 12.7 начинается с устройств, размещенных по времени позже (последний размещенный -это первое демонтированное устройство). Процесс продолжается до тех пор, пока перекресток или область полностью не будут соответствовать требованиям регламента.</p> <p>12.9. Систематизация расстояний между рекламными устройствами, расположенными на одной оси, которая из-за повышенной плотности подразумевает необходимость разборки некоторых существующих устройств, осуществляется следующим образом: а. согласно ст. 7.11. берется минимально допустимое расстояние между этими</p>				
---	--	--	--	--

<p>устройствами (и обозначается как коэффициент K1).</p> <p>b. участок дороги (улицы) между двумя перекрестками разделяется на коэффициент K1 из ст.12.9.a (минимальное допустимое расстояние между устройствами) и находится максимальное количество устройств, разрешенных на этой части дороги (улицы)</p> <p>c. если на части дороги (улицы) количество рекламных устройств превышает максимально допустимое количество (ст.12.9 b)) - последние авторизованные устройства (и соответственно размещенные) демонтируются в соответствии с общим правилом ст.12.7. и ст.12.8.</p> <p>d. другие устройства сохраняются или перемещаются в близлежащие места с учетом расстояний, указанных в ст. 7.11.</p> <p>e. каждый случай перемещения рекламных устройств рассматривается отдельно, в зависимости от ситуации подземных сетей, допускающих незначительные отклонения до 5 метров от норм, указанных в статье.7.11.</p> <p>12.10. Порядок систематизации рекламных устройств:</p> <p>a. систематизация происходит после истечения срока действия текущих разрешения рекламных устройств;</p> <p>b. для устройств, которые не соответствуют требованиям настоящего Регламента разрешения не будут продлены, устройства будут демонтированы владельцами в срок 90 рабочих дней.</p> <p>c. устройства, отвечающие требованиям Регламента, будут авторизованы без дополнительного согласования в течение 10 дней (статья 6.1).</p> <p>d. В случаях, указанных в статье 12.9. если</p>				
--	--	--	--	--

<p>устройство должно быть перемещено в другое место, для нового местоположения выдается разрешение, и устройство должно быть перемещено в течение 4 месяцев для рекламных щитов и 8 месяцев для цифровых устройств.</p> <p>e. демонтаж и перемещение осуществляется владельцем рекламного устройства за свой счет.</p> <p>f. если владелец рекламного устройства (ст.12.9.) в течение 8 месяцев после получения разрешения не перемещает его в указанное место, разрешение может быть отозвана.</p> <p>12.11. Все рекламные устройства, ранее размещенные в соответствии с правилами, должны быть приведены в соответствие с требованиями настоящего Регламента в срок 18 месяцев.</p> <p>12.12. Механизм внедрения систематизации рекламных носителей:</p> <p>a. В течение 3 месяцев со дня вступления в силу настоящего Регламента специалисты Службы рекламы проверят все рекламные устройства в мун. Бэлць и составит контрольные акты для каждого устройства в отдельности.</p> <p>b. Устройства, которые соответствуют требованиям Регламента, получат положительное заключение, и разрешения будут продлены.</p> <p>c. Устройства, которые не соответствуют требованиям Регламента, получат отрицательное заключение.</p> <p>d. Устройства с отрицательным заключением делятся на:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. устройства, которые могут быть приведены в состояние соответствия требованиям Регламента; 2. устройства, которые не могут быть приведены в соответствие с требованиями Регламента из-за их неправильного размещения. <p>e. После завершения проверки (12.12.a.) специалист Службы рекламы, за подписью</p>				
--	--	--	--	--

	<p>передает владельцам рекламных устройств копии всех контрольных актов, и по письму уведомляющему об устранении недостатков (для устройств, указанных в статье 12.12.d.1) или о начале процедуры отзыва разрешений (для устройств, указанных в статье 12.12.d.2).</p> <p>f. Рекламные устройства (ст. 12.12.d.1) должны быть адаптированы к требованиям Регламента в течение 4 месяцев с момента получения Акта о контроле (ст. 12.12.a).</p> <p>g. Рекламные устройства (ст. 12.12.d.2) должны быть демонтированы в течение 4 месяцев с момента получения Акта о контроле (ст. 12.12.a).</p> <p>h. Демонтаж осуществляется владельцем рекламного устройства за свой счет при условии восстановления места (газона, асфальта и др.)</p>				
52	<p>Заменить</p> <p>Специалисты Службы рекламы обязаны проводить регулярный осмотр размещенных рекламных устройств на предмет их соответствия данным, указанным в <i>разрешении</i>.</p>	12.1	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Принимается	Вносится формулировка в п 12.1
53	<p>Заменить</p> <p>При выявлении несоответствия объективным данным, указанным в разрешении, специалисты Службы рекламы составляют Акт контроля (Приложение 7) с указанием в нем нарушений Положения и строгими рекомендациями. Акт контроля в течение 3 рабочих дней направляется держателю разрешения на устранение несоответствий.</p>	12.2	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Не принимается	аргумент не соответствует ч3 ст.10 Закона РМ №160/2011 «о регулировании предпринимательской деятельности путем разрешения» (доводится до сведения обладателя документа о Решении о приостановлении действия разрешительного документа)
54	<p>Заменить</p> <p>Владелец обязан в течение 20 рабочих дней восстановить конструкцию рекламного устройства, а также поддерживать его внешний вид в опрятном состоянии.</p>	12.3	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Не принимается	Противоречит ч 5 ст51 Закона РМ № 62 «о рекламе»

55	<p>Исключить</p> <p>После отзыва разрешения владелец устройства обязан его демонтировать. Если собственник не демонтирует устройство, решение о сносе принимается в судебном порядке <i>с применением и иных санкций, предусмотренных законодательством.</i></p>	12.5	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Принимается	Вносится формулировка в п 12.5
56	<p>Заменить</p> <p>Орган местного публичного управления делегирует муниципальным предприятиям выполнение работ по демонтажу рекламных конструкций на основании окончательного и вступившего в силу решения суда или распоряжения примара.</p>	12.6	ГУАГЗО	Принимается	Вносится формулировка в п. 12.6
57	<p>Заменить</p> <p>После принудительного демонтажа соответствующее предприятие может по запросу вернуть демонтированную конструкцию собственнику на основании акта приема-передачи, подписанного представителем предприятия и собственником устройства.</p>	12.7	ГУАГЗО	Принимается	Вносится формулировка в п. 12.7
58	<p>Внести</p> <p>Расходы по демонтажу несет владелец рекламного устройства.</p>	Предположитель но 12.8	ГУАГЗО	Принимается	Вносится формулировка в п. 12.8
59	<p>Внести</p> <p>Предоставление льгот и освобождение от сбора за размещение рекламы и рекламных устройств производится по решению Совета мун Бэлць, исходя из предписаний ст.295, ст.296 VII раздела Налогового Кодекса</p>	Предположитель но 13.5	УМНис	Принимается	Вносится формулировка в п. 13.5
60	<p>Заменить</p> <p>В процессе выдачи разрешения на рекламное устройство орган местного публичного управления в течение трех рабочих дней предоставляет заявителю доступ к информации о местонахождении разрешенных стационарных рекламных устройств, а также доступ к топографическим съемкам и специализированным</p>	14.1.	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (AAPM)	Не принимается	Не относится к содержанию данной главы Положения

	картам.				
61	Заменить Разрешение на рекламное устройство выдается бесплатно на пятилетний период в соответствии с Перечнем разрешительных документов, предусмотренным Законом о регулировании предпринимательской деятельности путем разрешения № 160/2011.	14.2.	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (ААРМ)	Не принимается	Не относится к содержанию данной главы Положения
62	Заменить Право на размещение рекламных устройств на земельных участках публичной собственности предоставляется посредством открытого аукциона, организовывается в соответствии с положениями законодательства	14.1	ГУАГЗО	Принимается	Вносится формулировка в п. 14.1
63	Заменить Право на размещение рекламы предоставляется сроком на 5 лет с момента приобретения права на размещение, без права пролонгации	14.2	ГУАГЗО ЮУ	Принимается	Вносится формулировка в п. 14.2
64	Заменить Список мест для размещения стационарных рекламных устройств будет утверждаться распоряжением примара муниципия Бэлць, по результатам рассмотрения на Земельной комиссии.	14.3	ГУАГЗО	Принимается	Вносится формулировка в п. 14.3
65	Заменить Настоящее Положение вступает в силу со дня вступления в силу Закона № 62 о рекламе и публикуется в соответствии с положениями действующего законодательства	15.1	ГУАГЗО и Ассоциация рекламных агентств Молдовы (ААРМ)	Принимается	Вносится формулировка в п. 15.1
66	Заменить Все споры относительно соблюдения требований настоящего Положения разрешаются в соответствии с действующим законодательством.	15.2	Ассоциация рекламных агентств Молдовы (ААРМ)	Принимается	Вносится формулировка в п. 15.2
67	Высота 4.25 м для безопасной эксплуатации и обслуживания электроконтактной сети может оказаться недостаточной, необходимо согласовать с владельцами сетей и опор.	7.13	Серафимович Юрий муниципальный советник	Принимается	Соответствует ст.36 ч 5 Закона РМ № 62 «о рекламе»

68	Владельцами электрических опор являются в основном электросети и Троллейбусное Управление. Размещение на опорах любого оборудования осуществляется только с разрешения владельца опор и только на основании договора.	10.4	Серафимович Юрий муниципальный советник	Принимается	Вносится формулировка в п. 10.4
69	Прописать механизм размещения рекламы на опорах столбов принадлежащих ТУ, их оформление.	10.4	Дросу Олег юрист ТУ	Принимается	Вносится формулировка
70	Внести Согласование с Инспекторатом Полиции Бэлць в случае расположения рекламного устройства в зоне муниципальных общественных дорог	Предположительно 5.5	УКХ	Не принимается	Противоречит Закону РМ № 62 «о рекламе» ст32 ч 1
71	Внести Подключение к сетям уличного освещения осуществляется только при получении согласования с МП «УКС ЕЗ», в противном случае обладатель разрешения на рекламное устройство обязан предусмотреть подключение к электричеству по отдельно выделенной линии	7.14	УКХ	Принимается частично	Вносится формулировка
72	Внести на опорных столбах элементов дорожной сигнализации или дорожного движения, за исключением временной рекламы, при согласовании с Инспекторатом Полиции Бэлць	9.1 i)	УКХ	Не принимается	Противоречит Закону РМ № 62 «о рекламе» ст35 ч 1 i)
73	Внести Допускается размещение рекламных устройств (рекламного флага) на опорах освещения, на опорах, специально предназначенных для поддержки кабелей электроснабжения общественного транспорта, и на других опорах, допускающих размещение рекламных опор, размером не более 0,5* 0,9 м2 на высоте 4,25 м от поверхности дороги, при наличии согласования с балансодержателем опор за исключением:	10.4	УКХ	Принимается	Вносится формулировка.

74	Внести После принудительного демонтажа соответствующее предприятие может по запросу вернуть демонтированную конструкцию собственнику, <i>после полной оплаты работ по демонтажу и хранению демонтированной конструкции</i> на основании акта приема-передачи, подписанного представителем предприятия, <i>осуществившего демонтаж, представителем органа местного публичного управления и собственником устройства. В случае отсутствия оплаты за демонтаж и хранение конструкции в течении 3-х месяцев, конструкция переходит в собственность предприятия.</i>	12.7	УКХ	Принимается частично	Вносится формулировка.
75	Внести Закон РМ №509/1995 "Об автомобильных дорогах", Закон РМ №131/2007 "О безопасности дорожного движения" Постановление Правительства РМ №357/2009 "Об утверждении правил дорожного движения"	Преамбула проекта решения	Инспекторат Полиции Бэлць	Принимается	Вносится формулировка в преамбулу проекта решения.
76	Заменить название Положения на "Положение о <i>размещении и авторизации</i> наружной рекламы в муниципии Бэлць"	Название проекта	Инспекторат Полиции Бэлць	Не принимается	Проект решения не ограничивается вопросами размещения и авторизации наружной рекламы.
77	Внести Разрешение выдает Примэрия муниципии Бэлць и оформляет Служба рекламы Главного управления архитектуры, градостроительства и земельных отношений муниципии Бэлць, <i>согласованное с</i> а) <i>территориальным органом Генерального Инспектората Полиции;</i> б) <i>администратором автомобильной дороги в случае размещения рекламы в охранный зоне республиканских автомобильных дорог общего пользования;</i> с) <i>органом управления ГП "Железная дорога</i>	5.2	Инспекторат Полиции Бэлць	Принимается частично	Согласно Закону РМ № 62 «о рекламе» ст 32 ч 1 В случае стационарных рекламных устройств разрешение на рекламное устройство выдается: государственным органом-эмитентом, предусмотренным Законом о регулировании предпринимательской деятельности путем разрешения № 160/2011, если стационарное рекламное

	<i>Молдовы" в случае размещения рекла. в полосе отвода железной дороги;</i> д) <i>другими органами публичной власти, если обязанность согласования или получения предварительного заключения прямо предусмотрена законом.</i>				устройство подлежит размещению и эксплуатации в охранный зоне автомобильных дорог общего пользования за чертой населенных пунктов. Вносится формулировка в 5.2
78	Внести Паспорт стационарного рекламного устройства должен содержать проект цветового оформления рекламного носителя, изображения и рекламного сообщения, которые соответствуют характеристикам, предусмотренным настоящим Регламентом.	5.4	Инспекторат Полиции Бэлць	Принимается частично	Вносится формулировка в 5.4. б)
79	Заменить Разрешение на рекламное устройство выдается бесплатно сроком на 12 месяцев.	6.2	Инспекторат Полиции Бэлць	Не принимается	Противоречит Закону РМ № 62 «о рекламе» ст 32 ч 6
80	Заменить Обладатель Разрешения на рекламное устройство обязан разместить стационарное рекламное устройство в срок до 1 месяца со дня выдачи разрешения.	7.3	Инспекторат Полиции Бэлць	Не принимается	Противоречит Закону РМ № 62 «о рекламе» ст34 ч 6
	Внести г) <i>внутри перекрестков с круговым движением на расстоянии не менее 50 м от них мест, предназначенных для движения автотранспорта и дорожных знаков, в местах где нормальное движение может быть нарушено;</i> - <i>на участках дорог с повышенным риском дорожно-транспортных происшествий,</i> - <i>на транспортных развязках, в пределах разделительных полос, на мостах, путепроводах, эстакадах, виадуках, дорожных ограждениях;</i> - <i>на участках зоны дорог с продольным уклоном свыше 6 процентов</i> - <i>на участках зоны дорог с внутренней стороны кривых в плане;</i>	9.1	Инспекторат Полиции Бэлць	Принимается	Вносится формулировка.

	<ul style="list-style-type: none"> - ближе чем в 100 метрах от мостов, путепроводов, эстакад, виадуков; - ближе чем в 300 метрах от железнодорожных переездов; формы, содержания, цвета, размера дорожных знаков, сигналов светофора; - с нарушением видимости дорожных знаков - на тротуарах и пешеходных дорожках, за некоторыми исключениями, не противоречащими настоящему Положению 				
81	Визуальный проект размещения отдельно стоящих рекламных конструкций		Ассоциация рекламных агентств Молдовы	Не принимается	Согласно ст.3 ч (2) Закона РМ №436/2006 «о местном публичном управлении» APL оставляет за собой право на разработку проекта
82	Архитектурно-художественная концепция улиц центральной части муниципия Бэлць		Ассоциация рекламных агентств Молдовы	Не принимается	Согласно ст.3 ч (2) Закона РМ №436/2006 «о местном публичном управлении» APL оставляет за собой право на разработку концепции.

Всего рекомендаций: 82

Всего принятых рекомендаций: 53

Всего отклоненных рекомендаций: 29

Исп. Михайлова Ирина
начальник Службы Рекламы ГУАГЗО





CENTRUL NAȚIONAL
ANTICORUPȚIE AL
REPUBLICII MOLDOVA



NATIONAL ANTICORRUPTION
CENTRE OF THE REPUBLIC OF
MOLDOVA



Adresa: MD-2004, bd. Ștefan cel Mare și Sfânt 198, mun. Chișinău, Republica Moldova
tel. (+373) 22-25-72-94, email: secretariat@cna.md

Nr. 06/2/17668 din 07.11.2023

La nr.03-19/1276 din 17.10.2023

Members
S. Pînzari

Primăria mun. Bălți

Prin prezenta, Vă remitem atașat raportul de expertiză anticorupție la proiectul de decizie a Consiliului municipal Bălți cu privire la aprobarea Regulamentului publicității exterioare în municipiul Bălți.

Anexă: Raportul de expertiză anticorupție – 3 (trei) file.

Director

Digitally signed by Pînzari Alexandr
Date: 2023.11.07 13:39:15 EET
Reason: MoldSign Signature
Location: Moldova



Alexandr PÎNZARI

Ex. CURMEI Vadim, Tel. 022/257308

PRIMĂRIA MUNICIPIULUI BĂLȚI	
DIRECȚIA SECRETARIAT	
Nr. de intrare	P-03-19/1276
07	11 2023



RAPORT DE EXPERTIZĂ ANTICORUPȚIE

Nr. EDA23/9173 din 07.11.2023

la proiectul de decizie a Consiliului municipal Bălți cu privire la aprobarea Regulamentului publicității exterioare în municipiul Bălți

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 Primăria municipiului Bălți, 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*".

În nota informativă se menționează: „S-a aprobat Decizia Consiliului mun. Bălți nr.9/12 din 28.06.2022 cu privire la inițierea procedurilor de consultare publică cu societatea civilă în procesul decizional cu privire la aprobarea Regulamentului publicității exterioare în municipiul Bălți în redacție nouă. Și de asemenea Decizia Consiliului mun. Bălți nr.14/10 din 27.09.2022 cu privire la modificarea deciziei Consiliului municipal Bălți nr.9/12 din 28.06.2022 cu privire la inițierea procedurilor de consultare publică cu societatea civilă în procesul decizional cu privire la aprobarea Regulamentului publicității exterioare în mun. Bălți în redacție nouă. Proiectul inițial al Regulamentului este publicat pe pagina web oficială a primăriei mun. Bălți”.

I.3. Scopul anunțat și scopul real al proiectului

Proiectul Regulamentului publicității exterioare în municipiul Bălți stabilește aplicarea cadrului legal la nivel local și reprezintă un sistem unitar de norme tehnice și juridice necesare activităților din domeniul publicității, inclusiv care reglementează modul de autorizare și amplasare a dispozitivelor publicitare de toate tipurile și a publicității exterioare în municipiul Bălți.

În nota informativă se menționează că: „Proiectul reprezintă documentul de aprobare a noului Regulament al publicității exterioare în municipiul Bălți, elaborat din poziția modificărilor legislative, utilizării definițiilor și procedurilor stabilite prin legislație, și prevede reguli pentru amplasarea dispozitivelor”.

I.4. Interesul public și interesele private promovate prin proiect

Proiectul promovează interesul public manifestat prin aprobarea Regulamentului publicității exterioare în municipiul Bălți.

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: „Proiectul nu propune norme care necesită finanțarea din surse bugetare sau extrabugetare”.

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 este expus în mare parte într-un limbaj simplu, clar și concis, cu respectarea regulilor gramaticale și de ortografie, întrunind cerințele prevăzute de art.54 din Legea nr.100/2017.

Totuși, utilizarea în conținutul proiectului Regulamentului a sintagmelor „amplasare haotică”; „pot fi amplasate”, „ar trebui să fie în același stil”, „poate fi restituit” constituie formulări ambigui care pot genera manifestări de corupție prin interpretarea confuză și discreționară a normelor.

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

II.2. Coerența legislativă a proiectului

În textul proiectului nu au fost identificate norme contradictorii sau conflicte dintre prevederile acestuia cu reglementările altor acte normative în vigoare.

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

În proiect au fost atestate norme care induc confuzie în stabilirea procedurilor de exercitare a unor atribuții/drepturi/obligații ale subiecților responsabili de implementarea normelor proiectului.

Astfel, în conținutul proiectului au fost identificate norme care stabilesc proceduri administrative confuze și ambigui privind:

- amplasarea publicității pe pereții exteriori ai imobilelor în condițiile punctului 12.11 din proiectul Regulamentului;

- modul de amplasare a firmelor spațiilor comerciale în condițiile punctului 12.12 din proiectul Regulamentului;

- modul de restituire a dispozitivelor demontate în condițiile punctului 14.7 din proiectul

Regulamentului.

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 -	
Punctul 12.11 din proiectul Regulamentului - Pe pereții exteriori ai magazinelor, farmaciilor, altor subdiviziuni comerciale, de producție sau prestări servicii <i>este interzisă amplasarea haotică de banere, mesh și alte dispozitive publicitare, instalate pe pereți</i> . Toate informațiile suplimentare pentru consumatori <i>pot fi amplasate</i> numai în locuri special indicate în pașaportul dispozitivului publicitar.	
Obiecții: Prin utilizarea textului „este interzisă amplasarea haotică” norma comportă pericol de interpretări confuze. La fel, sintagma „pot fi amplasate” conferă confuzie în interpretare ceea ce se va solda cu aplicarea neuniformă a normei. Norma neclară va permite interpretări și aplicarea discreționară, în dependență de interes a sensului normei. În acest sens, în una și aceeași situație identică există riscul aplicării normei în mod diferit cu riscuri inerente comiterii manifestărilor de corupție.	
Recomandări: Propunem autorului: - modificarea sintagmei „amplasare haotică”; - substituirea sintagmei „pot fi amplasate” cu sintagma „sunt amplasate”.	
Factori de risc: <ul style="list-style-type: none">● Formulare ambiguă care admite interpretări abuzive● Atribuții care admit derogări și interpretări abuzive● Temeiuri neexhaustive/ambigui/subiective pentru refuzul sau inacțiunea entității publice● Lipsa/ambiguitatea procedurilor administrative● Stabilirea unui drept al entității publice în loc de o obligație	Riscuri de corupție: <ul style="list-style-type: none">● Generale

Punctul 12.12 din proiectul Regulamentului -

12.12 (...) Firmele spațiilor comerciale în cadrul clădirilor rezidențiale cu mai multe apartamente *ar trebui să fie în același stil* cu aspectul arhitectural al clădirii, complexului, bazat pe conceptul arhitectural și artistic, dacă există.

Obiecții:

Textul „ar trebui să fie în același stil” conferă normei interpretări diferite, ceea ce poate duce, de la caz la caz, generarea manifestărilor de corupție.

Astfel, nu este clar cine și în ce condiții va stabili dacă norma punctului 12.12 este aplicată uniform.

În redacția propusă, norma creează un câmp coruptibil autorității publice responsabile de monitorizarea aplicării uniforme a cadrului normativ privind publicitatea exterioară în municipiul Bălți lăsând la discreția acesteia competența de interpretare a sensului normei cu utilizarea textului „ar trebui să fie în același stil”.

Recomandări:

Propunem autorului modificarea sintagmei „ar trebui să fie în același stil” în vederea redării clare a caracterului imperativ al normei.

Factori de risc:

- Formulare ambiguă care admite interpretări abuzive
- Atribuții care admit derogări și interpretări abuzive
- Temeiuri neexhaustive/ambigui/subiective pentru refuzul sau inacțiunea entității publice
- Lipsa/ambiguitatea procedurilor administrative
- Stabilirea unui drept al entității publice în loc de o obligație

Riscuri de corupție:

- Generale

Punctul 14.7 din proiectul Regulamentului -

14.7 În urma demontării forțate, *întreprinderea municipală poate, la cerere, să restituie* proprietarului dispozitivul demontat, în baza actului de predare-primire semnat de reprezentantul întreprinderii și de proprietarul dispozitivului.

Obiecții:

Norma instituie un drept întreprinderii municipale de exercitare a atribuțiilor sale.

Astfel, prin sintagma „poate, la cerere, să restituie”, de la caz la caz, întreprinderea municipală va fi în drept de a emite sau de a nu emite decizia de refuz, respectiv de a adopta sau nu decizia de restituire a dispozitivului demontat proprietarului.

În una și aceeași situație identică există riscul aplicării normei în mod diferit cu riscuri inerente comiterii manifestărilor de corupție.

Or, considerăm că odată ce norma stabilește expres anumite condiții/criterii de conformare, întreprinderea municipală urmează să exercite atribuțiile ce îi sunt delegate în mod transparent, fără acordarea, în aceste cazuri, a unor drepturi discreționare de a acționa.

Recomandări:

Propunem autorului substituirea sintagmei „poate, la cerere, să restituie” cu sintagma „restituie la cererea

proprietarului”.

Factori de risc:

- Formulare ambiguă care admite interpretări abuzive
- Atribuții care admit derogări și interpretări abuzive
- Temeiuri neexhaustive/ambigui/subiective pentru refuzul sau inacțiunea entității publice
- Lipsa/ambiguitatea procedurilor administrative
- Stabilirea unui drept al entității publice în loc de o obligație

Riscuri de corupție:

- Generale

IV. Concluzia expertizei

Proiectul Regulamentului publicității exterioare în municipiul Bălți stabilește aplicarea cadrului legal la nivel local și reprezintă un sistem unitar de norme tehnice și juridice necesare activităților din domeniul publicității, inclusiv care reglementează modul de autorizare și amplasare a dispozitivelor publicitare de toate tipurile și a publicității exterioare în municipiul Bălți.

În nota informativă se menționează că: „Proiectul reprezintă documentul de aprobare a noului Regulament al publicității exterioare în municipiul Bălți, elaborat din poziția modificărilor legislative, utilizării definițiilor și procedurilor stabilite prin legislație, și prevede reguli pentru amplasarea dispozitivelor publicitare fixe și a firmelor pe teritoriul municipiului Bălți”.

În proiect au fost atestate norme care induc confuzie în stabilirea procedurilor de exercitare a unor atribuții/drepturi/obligații ale subiecților responsabili de implementarea normelor proiectului.

Astfel, în conținutul proiectului au fost identificate norme care stabilesc proceduri administrative confuze și ambigui privind:

- amplasarea publicității pe pereții exteriori ai imobilelor în condițiile punctului 12.11 din proiectul Regulamentului;
- modul de amplasare a firmelor spațiilor comerciale în condițiile punctului 12.12 din proiectul Regulamentului;
- modul de restituire a dispozitivelor demontate în condițiile punctului 14.7 din proiectul Regulamentului.

În final, recomandăm autorului reexaminarea proiectului prin prisma prezentului raport de expertiză anticorupție și eliminarea factorilor și a riscurilor de corupție identificați.

07.11.2023

Expert al Direcției legislație și expertiză anticorupție:

Vadim CURMEI, inspector principal

Digitally signed by Curmei Vadim
Date: 2023.11.07 10:43:55 EET
Reason: MoldSign Signature
Location: Moldova



Тема: Nr.06/2/17668 din 07.11.2023 la nr.03-19/1276 din 17.10.2023

От: <secretariat@cna.md>

Дата: 07.11.2023, 14:48

Кому: <primaria@balti.md>

La nr.03-19/1276 din 17.10.2023. Se remite raportul de expertiză anticorupție la proiectul de decizie a Consiliului municipal Balti "Cu privire la aprobarea Regulamentului publicitatii exterioare în municipiul Balti"

— Вложения: —

06-2-17668 07.11.2023.pdf	603 КБ
REA9173 PUB Balti.semnat.pdf	768 КБ