



DECIZIA
РЕШЕНИЕ

№ _____

от _____ 2024 г.

Проект
Перевод

Об утверждении Положения о наружной
рекламе в муниципии Бэлць

В соответствии со ст. 8, ч. (3), ст.10¹, ч. (2), (3), ст.29, ч. (1), п. а) Закона РМ №436 от 28.12.2006 г. "О местном публичном управлении", ст. 3, 18 Закона РМ №100 от 22.12.2017 г. "О нормативных актах", Законом РМ №160 от 22.07.2011 г. "О регулировании предпринимательской деятельности путем разрешения", Законом РМ №62 от 17.03.2022 г. "О рекламе", Законом РМ №509 от 22.06.1995 г. "Об автомобильных дорогах" Законом РМ №131 от 07.06.2007 г. "О безопасности дорожного движения" и Постановлением Правительства РМ №357 от 13.05.2009 г. "Об утверждении правил дорожного движения", Решением Совета мун.Бэлць № 14/10 от 27.09.2022 «О внесении изменений в решение Совета муниципия Бэлць № 9/12 от 28.06.2022 г. «Об инициировании процедуры публичного консультирования с гражданским обществом в процессе принятия решения «Об утверждении Положения о наружной рекламе в муниципии Бэлць в новой редакции», в целях обеспечения дисциплины в области размещения рекламных устройств и наружной рекламы на территории муниципия Бэлць, а также учитывая рекомендации поступившие в ходе публичного консультирования, -

Совет муниципия Бэлць РЕШИЛ:

1. Утвердить Положение о наружной рекламе в муниципии Бэлць, согласно приложению.
2. Признать утратившим силу решение Совета № 7/13 от 30.07.2020 г. "Об утверждении Положения о наружной рекламе в муниципии Бэлць в новой редакции".
3. Контроль за исполнением настоящего решения возложить на специализированные консультативные комиссии по муниципальному хозяйству, управлению имуществом и защите окружающей среды, по праву и дисциплине.

Председательствующий на II
очередном заседании Совета
муниципия Бэлць

Контрассигнует:
Секретарь Совета
муниципия Бэлць

Ирина Сердюк

ПОЛОЖЕНИЕ
о наружной рекламе в муниципии Бэлць
1. Общие положения

- 1.1 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.
- 1.2. Положения настоящего Регламента применяются к физическим и юридическим лицам, осуществляющим деятельность в области рекламы, независимо от прав собственности, в целях обеспечения соответствия законодательной базе, ревитализации городской среды и эстетического аспекта улиц и зданий в муниципии Бэлць.
- 1.3. Отдел Рекламы Примэрии мун Бэлць в пределах своей компетенции осуществляет контроль за соблюдением законодательства в области авторизации и размещения наружной рекламы муниципии Бэлць.
- 1.4. Общие понятия, используемые в настоящем Положении, совпадают с общими понятиями, установленными законодательством:
 - разрешение на рекламное устройство** – разрешительный документ, выданный уполномоченным органом, посредством которого обладатель наделяется рядом прав и обязанностей, касающихся проведения земляных, строительных работ и/или работ по эксплуатации рекламного устройства и связанных с ними действий, обязательных для данной деятельности;
 - потребитель рекламы** – лицо, у которого вызывается интерес к предмету рекламы;
 - стационарное рекламное устройство** – часть городской мебели, представляющая собой стационарную конструкцию, возведенную в общественных местах, служащую опорой рекламного изображения в наружной рекламе;
 - перемещаемое рекламное устройство** – элементы перемещаемого декора, легко демонтируемые и размещаемые в общественных местах, предназначенные по обстоятельствам для внутренней или наружной рекламы;
 - вывеска** – надпись, расположенная на здании, в котором коммерсант осуществляет свою деятельность, или в прилегающем к зданию специально оборудованном месте, предметом которой являются наименование, товарный знак, логотип/эмблема, график работы и/или виды деятельности соответствующего коммерсанта и по необходимости элементы художественного/архитектурного дизайна и оформления;
 - рекламодатель** – лицо, определяющее предмет рекламы;
 - рекламное изображение в наружной рекламе** – изменяющаяся реклама, напечатанная/отображаемая на рекламном устройстве, воспроизводимая на электронном экране и/или проецируемая на различные поверхности с помощью оптических систем;
 - направляющий рекламный указатель** – надпись, форма или изображение, указывающие направление или близость объекта либо здания, в котором осуществляется определенная деятельность;
 - сообщение, представляющее общественный интерес** – реклама, предметом которой является продвижение ценностей, идей и/или целей общественного либо коммунитарного значения, распространяемая в целях повышения степени осведомленности, изменения отношения и социального поведения, предотвращения и противодействия социальным порокам;
 - предмет рекламы** – физические и/или юридические лица, материальное и/или нематериальное имущество, услуги (работы), ценности и/или цели общественного либо коммунитарного значения, идеи, инициативы, кампании, события и/или средства их индивидуализации;

паспорт рекламного устройства – документ, содержащий схему размещения и иную информацию о рекламном устройстве и являющийся основанием для выдачи разрешения на рекламное устройство;

реклама – информация, распространяемая любым способом с использованием любых средств, адресованная неопределенному числу лиц в целях создания и/или поддержки общественного интереса к предмету рекламы;

наружная реклама (outdoor) – реклама, распространяемая посредством рекламных устройств, расположенных в общественных местах вне зданий, и видимая за пределами зданий. Она включает и рекламу, распространяемую посредством рекламных устройств, расположенных на/в транспортных средствах;

временная наружная реклама – реклама, распространяемая посредством перемещаемых рекламных устройств, в течение не более 30 дней, по случаю некоторых событий, культурных, спортивных мероприятий и других и/или для акций по продвижению продуктов или мероприятий, которые могут быть установлены/демонтированы в течение 24 часов во всех местонахождениях, одобренных разрешением на рекламное устройство;

внутренняя реклама – реклама, распространяемая посредством перемещаемых рекламных устройств в общественных местах внутри зданий и невидимая снаружи здания;

реклама на транспортных средствах – реклама, распространяемая путем применения плакатов на/в транспортных средствах или окраски транспортных средств в рекламных целях;

площадь отображения – площадь перемещаемого или стационарного рекламного устройства, предназначенная для отображения рекламных изображений.

городская мебель – все функционально-декоративные элементы городского декора, легко демонтируемые, размещенные на открытом пространстве. Категория уличной мебели включает: жардиньеры, скамейки, декоративные фонтаны, часы, декоративные тротуары, мусорные контейнеры, указатели, столы с перголами, павильоны остановок общественного транспорта, газетные киоски, уличные туалеты, афишные тумбы;

эмитент – орган исполнительной власти местного публичного управления;

заявитель – физическое или юридическое лицо, которое намеревается осуществлять деятельность, подпадающую под действие настоящего Положения;

работы по сносу (демонтажу) – комплекс действий, выполняемых с помощью механизмов, машин и рабочей силы, по полному сносу строительства/ обустройства;

2. Формы осуществления наружной рекламы

2.1 Наружная реклама размещается на плакатах, баннерах, строительных сетках, щитах, стендах, опорах сетей электроосвещения, на опорах специально предназначенных для поддержки кабелей электроснабжения общественного транспорта, сооружениях и конструкциях (которые могут быть расположены на земле или на наружных стенах, фасадах, террасах и/или крышах зданий), а также, с использованием трехмерной и световой рекламы, электромеханических, электронных табло и оборудованной другими техническими средствами.

Различаются следующие типы конструкций и устройств, посредством которых осуществляется наружная реклама:

- a) **Билборд** - стационарное рекламное устройство на опоре, с одной или несколькими сторонами, статичное;
- b) **Суперборд** - стационарное рекламное устройство, на опорах;
- c) **Тривижин билборд** - панель с треугольными поворотными изображениями;
- d) **Скроллер** - панель со сменными поверхностями отображения;
- e) **Ситилайт (лайт-бокс)** - рекламное устройство на низкой опоре, с подсветкой;
- f) **Касета** - короб с подсветкой изнутри или цифровой, с одной или более сторонами, установленная на столбе или на стене зданий либо конструкций;
- g) **Цифровое панно** – светодиодный (LED) дисплей;

- h) **Стелла** - стационарное рекламное устройство, на котором располагается наименование, товарный знак, логотип/эмблема, график работы и/или виды деятельности соответствующего коммерсанта и по необходимости элементы художественного/архитектурного дизайна и оформления;
- i) **Баннеры** - поверхности с одной или двумя сторонами, отпечатанные наклейками или напечатанные в полихромном виде, установленные между опорными стойками;
- j) **Тумба** – многофункциональная городская мебель, обычно выполненная в форме цилиндра или в различных объемных формах, предназначенная для показа сменной рекламы;
- k) **Портал**- рекламное устройство, построенное над дорогами общего пользования, поддерживаемое по обе стороны дороги
- l) **Другие средства, используемые в качестве рекламных носителей** - тенты, павильоны остановок общественного транспорта, киоски, скамейки, зонтики, часы (с обязательным обслуживанием), общественные туалеты, временные конструкции, строительные леса, мобильная реклама - буксируемые или самоходные машины, нестандартные рекламные устройства (надувные шары, аэростаты, рекламные арт-объекты, установки для проецирования рекламных изображений на асфальт, на поверхность стен, в воздух).
- m) **Примыкающее панно** – установленное рекламное устройство с одной или более сторонами, с нестандартными размерами, обратная часть которых не видна, располагаются обычно обратной стороной к заборам, зданиям, зеленым зонам, строениям.
- n) **Штендер** – малоформатное, легкое переносное (выносное) рекламно-информационное панно без фундамента, размещаемое на период работы рядом с местом предоставления услуг экономического агента.
- o) **Валютный курс** – выносное/находящееся на фасаде здания, рекламно-информационное панно с отображением актуальных курсов валют в цифровом/аналоговом виде.
- p) **Digital mesh** - крупная рекламная опора, выставленная на наружную поверхность здания и использующая электронный способ отображения рекламы;
- q) **Mesh** - опора для рекламного сообщения из перфорированного синтетического материала, например мелкоячеистая сетка, обычно крупная, закрепляемая на зданиях или путем закрепления/подвешивания не менее чем на одной независимой опоре;
- r) **Специальный рекламный проект** - нетиповая временная наружная реклама, созданная специально для продвижения товара, услуги или мероприятия и не имеющая в своем составе элементов основы и (или) классических рекламных конструкций;
- s) **Руфтоп**- средство рекламы, размещаемое на крыше или террасе здания;
- t) **Рекламный флаг** - кусок ткани, брезента, ткани или пластика, прикрепленный к опоре шеста, цепи или столба, с цветами, эмблемами, символами или рекламными сообщениями;

3. Концепция разрешения и размещения наружной рекламы

- 3.1 Концепция (концептуальный принцип) размещения наружной рекламы заключается в гармонизации экономических и архитектурных факторов с целью обеспечения полезности визуальной коммуникации в зонах городских общественных пространств.
- 3.2. Задача концепции это:
 - a) технологическое, архитектурное и эстетическое развитие публичного информационного пространства;
 - b) содействие размещению современных средств визуальной коммуникации с целью повышения уровня информированности граждан;
 - c) постоянное архитектурное разнообразие общественных пространств благодаря современной городской мебели с элементами визуальной коммуникации;
 - d) обеспечение постоянного дохода в муниципальный бюджет в результате улучшения деятельности наружной рекламы.

- 3.3. Механизм выполнения задачи:
- a) взаимная ответственность органов местного публичного управления и предпринимателей в процессе выдачи разрешений на размещения рекламных устройств;
 - b) справедливость в обращении с заявителями (избежание их дифференцированного обращения) и соблюдение правил, требований и сроков выдачи разрешений;
 - c) соблюдение требований настоящего Положения всеми сторонами, участвующими в процессе авторизации, размещения и эксплуатации рекламных устройств;
 - d) стимулирование внедрения современных материалов и технологий в рекламные устройства;
 - e) недопущение монополизации сферы наружной рекламы.
- 3.4. Концептуальный принцип принятия разрешения на размещение рекламного устройства заключается в сопоставлении архитектурного аспекта этого устройства размерам городской среды, в которой оно должно быть размещено, при условии соблюдения требований Закона о рекламе и настоящего Положения.
- 3.5. Принцип определяет две составляющие наружной рекламы:
- a) рекламные устройства;
 - b) рекламные изображения.

4. Рекламное изображение в наружной рекламе

- 4.1. Рекламные изображения представляют собой различные способы воспроизведения рекламного сообщения на разных носителях:
- a) полихромные печатные изображения;
 - b) электронные изображения, воспроизводимые на цифровых экранах;
 - c) изображения, сделанные с помощью самоклеящейся пленки;
 - d) знаки - изображения и объемные надписи, сделанные или нанесенные из различных материалов (металл, дерево, пластик, камень, стекло, лампочки, светодиоды, спектральные газовые трубки и т. д.);
 - e) флаги;
- 4.2. Содержание рекламных изображений, распространяемых на рекламных устройствах, не подлежит утверждению/авторизации органами местного публичного управления. Вмешательство органов местного публичного управления в содержание или дизайн наружной рекламы запрещается.
- 4.3. Ответственность за отображаемую наружную рекламу несут: рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламный дистрибьютор, рекламораспространитель согласно положениям действующего законодательства.
- 4.4. Сообщения, представляющие общественный интерес, размещаются в соответствии положениям действующего законодательства.
- 4.5. В наружной рекламе запрещается распространение рекламных изображений, которые:
- a) по форме, содержанию, размерам и цветам в определенных сочетаниях воспроизводят изображения дорожных знаков или изображения, которые можно с ними спутать;
 - b) производят прерывистые (мигающие) люминесцентные сигналы, аналогичные сигналам светофоров или проблесковым маячкам транспортных единиц экстренных служб.
- 4.6. В период эксплуатации стационарного рекламного устройства обладатель разрешения на рекламное устройство не вправе оставлять рекламное устройство без отображаемых изображений. В паузе между рекламными кампаниями на площади отображения могут размещаться белые/декоративные изображения или сообщения, представляющие общественный интерес.

5. Документы необходимые для размещения рекламных устройств в муниципии Бэлць

- 5.1. Размещение рекламных устройств осуществляется на основании разрешения на рекламное устройство на:
- a) землях / зданиях физических и юридических лиц, находящихся в частной собственности;
 - b) землях (в результате аукциона) / зданиях публичной и частной сферы муниципия.
- 5.2. Разрешение выдает Примэрия муниципия Бэлць и оформляет Отдел Рекламы.

- 5.3 Для размещения и эксплуатации каждого рекламного устройства заявитель подает заявление (приложение №1) сопровождаемое паспортом рекламного устройства, в офис «Единого окна».
- 5.4 Паспорт рекламного устройства составляется заявителем и должен содержать данные согласно образцу (приложение № 2):
- a) если заявитель - физическое лицо - копия удостоверения личности и выписку из Государственного реестра индивидуальных предпринимателей, а если заявитель - юридическое лицо - выписка из Государственного регистра юридических лиц;
 - b) информацию о предусмотренном месте размещения рекламного устройства с приложением актуализированной топографической основы, (развертка участка улицы/здания), с точным указанием предусмотренного для размещения места, и его фотографию в цвете;
 - c) информацию о рекламном устройстве, включая размеры, количество сторон, площадь рекламного изображения и категорию рекламного устройства;
 - d) в случае рекламных устройств, подлежащих расположению на стенах или крышах зданий, в том числе на павильонах остановок общественного транспорта или на находящихся в частной собственности киосках, представляется письменное согласие собственника соответствующего недвижимого имущества или его законного представителя;
 - e) в случае размещения рекламных устройств на опорах электрических, телекоммуникационных сетей и для их безопасной эксплуатации и обслуживания необходимо письменное согласование с владельцами опор.
 - f) Паспорт утверждается Главным архитектором муниципия Бэлць, только в случае стационарных рекламных устройств, расположенных на землях муниципия и частной сферы.
- 5.5 Паспорт рекламного устройства должен составляться специалистом в области архитектуры/дизайна/рекламы/проектирования, для правильного отображения данных, согласно законодательству.

6. Порядок получения разрешения на размещение рекламных устройств нового образца в муниципии Бельцы

- 6.1 Оформление заявлений на размещение рекламных устройств (вне зависимости от категории) осуществляется в следующем порядке:
- a) Заявитель, через офис «Единое окно», представляет документы, указанные в п. 5.4 (в двух подлинных экземплярах).
 - b) служащий офиса «Единое окно» получает и регистрирует заявление на получение разрешения на рекламное устройство, сопровождаемое паспортом рекламного устройства, даже если паспорт не содержит все документы и информацию, предусмотренные п. (5.4);
 - c) незамедлительно и безоговорочно выдает заявителю констатационную справку в том виде, в котором подано заявление;
 - d) служащий Службы рекламы в течение 10 рабочих дней со дня выдачи констатационной справки, выдает разрешение на рекламное устройство или мотивированный ответ.
- 6.2 Разрешение на рекламное устройство выдается бесплатно сроком на 5 лет.
- 6.3 Разрешение на рекламное устройство (Приложение 3), как и паспорт, оформляется в двух подлинных экземплярах, один из которых остается в архиве офиса «Единое окно», а другой отдается заявителю, вместе с паспортом рекламного устройства, который является его неотъемлемой частью.
- 6.4 Разрешения выдаются на основании принципа – одно рекламное устройство – одно разрешение. Не допускается выдача одного разрешения на два и более объекта. Исключение составляет только разрешение на временную наружную рекламу (временная акция, не более 30 дней) для рекламных устройств одинакового содержания и размера.
- 6.5 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.

7. Размещение и эксплуатация стационарного рекламного устройства

- 7.1 Стационарное рекламное устройство проектируется и изготавливается в соответствии с положениями Закона № 62/2022 о рекламе и требованиями, изложенными в паспорте и разрешении.
- 7.2 Стационарные рекламные устройства размещаются на муниципальной/частной собственности только после получения разрешения на рекламное устройство.
- 7.3 Владелец разрешения на рекламное устройство обязан разместить стационарное рекламное устройство в шестимесячный срок со дня выдачи разрешения.
- 7.4 Выполнение фундаментных/крепежных работ, необходимых для обеспечения стабильности стационарных рекламных устройств, осуществляется ниже уровня поверхности земли/тротуара.
- 7.5 Стационарные рекламные устройства не должны создавать препятствий на пути движения пешеходов, транспорта и городских механизированных санитарных служб.
- 7.6 Стационарные рекламные устройства размещаются таким образом, чтобы их наземная проекция полностью находилась в пределах собственности, предусмотренной разрешением на рекламное устройство.
- 7.7 Установка и эксплуатация рекламных устройств осуществляется при условии соблюдения правил технической безопасности, сохранения объектов общественного наследия (*зданий, дорог, зеленых насаждений, и т.п.*) и объектов наследия, принадлежащих третьим лицам. При обстоятельствах причинения возможного ущерба общественному имуществу или имуществу третьих лиц ответственность несет экономический агент, причинивший соответствующий вред.
- 7.8 Стационарные рекламные устройства (кроме размещенных на зданиях) должны содержать идентификационные данные владельца разрешения на рекламное устройство.
- 7.9 Новые стационарные рекламные устройства не должны уменьшать видимость ранее размещенных устройств.
- 7.10 Нижний край рекламного устройства, подвешенного над проезжей частью, располагается на высоте не менее 4,25 метра от уровня проезжей части.
- 7.11 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:
 - а) 50 м - для рекламных устройств площадью менее 12 м²
 - б) 80 м - для рекламных устройств площадью от 12 до 18 м²
 - в) 100 м - для рекламных устройств площадью более 18 м².
- 7.12 Расстояние между проезжей частью и опорой стационарного рекламного устройства составляет 0,8 метра.
- 7.13 При наличии технической возможности, стационарные рекламные устройства могут быть подключены к сети уличного освещения, при получении согласования с МП «УКС ЕЗ» и могут быть освещены в ночное время.
- 7.14 Освещение рекламного изображения на стационарных рекламных устройствах осуществляется с помощью промышленного осветительного оборудования, соответствующего требованиям безопасности в электротехнической и противопожарной областях. Свет прожекторов не должен ослеплять участников дорожного движения и не должен быть направлен в сторону окон жилых домов.
- 7.15 Системы освещения рекламных устройств размещаются в условиях, обеспечивающих защиту пешеходов.
- 7.16 Электронно-цифровые рекламные устройства со светодиодами должны уменьшать яркость в ночное время, чтобы не создавать дискомфорта участникам дорожного движения и жителям близстоящих домов.
- 7.17. 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 услуг, при размещении рекламных устройств должны строго соблюдаться нормы и правила, утвержденные данной концепцией.

8. Реконструкция или замена стационарного рекламного устройства

- 8.1 Размещение рекламного устройства возможно только после получения разрешения за рекламное устройство, за исключением случаев реконструкции или замены стационарного рекламного устройства :
- Реконструкция или замена стационарного рекламного устройства не требует выдачи нового разрешения на рекламное средство, если:
- a) реконструированное или замененное рекламное устройство размещается в указанном в действующем разрешении месте
 - b) сохраняется площадь отображения реконструированного или замененного рекламного устройства.
- 8.2 Реконструкция или замена стационарного рекламного устройства требует выдачи нового разрешения на рекламное устройство, если:
- a) реконструированное или замененное рекламное устройство размещается в ином месте, чем предусмотрено действующим разрешением;
 - b) реконструированное или замененное рекламное устройство имеет большую площадь отображения, чем площадь отображения рекламного устройства, для которого было выдано действующее разрешение.

9. Аннулирование разрешения на рекламное устройство в случае стационарных рекламных устройств

- 9.1 Основанием для аннулирования разрешения на рекламное устройство, выданного для размещения и эксплуатацию стационарного рекламного устройства, являются:
- a) заявление обладателя разрешения на рекламное устройство об его аннулировании (Приложение б);
 - b) решение об исключении обладателя разрешения на рекламное устройство из Государственного регистра индивидуальных предпринимателей или по обстоятельствам из Государственного регистра юридических лиц;
 - c) неразмещение стационарного рекламного устройства в шестимесячный срок со дня выдачи разрешения на рекламное устройство;
 - d) выполнение работ, считающихся общественно полезными в соответствии со ст. 5 Закона об экспроприации для общественно полезных целей №. 488/1999. В этом случае решение об аннулировании разрешения принимается в соответствии с Законом об экспроприации для общественно полезных целей;
 - e) несоответствие стационарного рекламного устройства одному из следующих требований, включенных в разрешение на рекламное устройство: категория, местонахождение, размеры, площадь рекламного изображения, количество сторон.
- 9.2 В случаях, предусмотренных в пункте (9.1) лит. а)–d) решение об аннулировании разрешения на рекламное устройство принимает орган, выдавший разрешение, без обращения в судебную инстанцию. Решение об аннулировании разрешения на рекламное устройство, может быть обжаловано в судебную инстанцию.
- 9.3 В случае, предусмотренном пунктом (9.1) лит. e) разрешение на рекламное устройство аннулируется решением судебной инстанции. Решение судебной инстанции об аннулировании разрешения выносится по запросу органа–эмитента разрешения после приостановления его действия в соответствии со статьей 10 Закона о регулировании предпринимательской деятельности путем разрешения № 160/2011.
- 9.4 Разрешение на рекламное устройство, выданное до вступления в силу Закона № 62/2022, действует до истечения срока его действия.

10. Запреты на размещение стационарных рекламных устройств

- 10.1 Запрещается размещение стационарных рекламных устройств:
- a) без разрешительных документов, выданных органами местного публичного управления в соответствии с положениями настоящего Положения;
 - b) на здания и сооружения без согласия их собственника;
 - c) 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;
- d) в помещениях и на элементах ограды кладбищ и культовых сооружений;
 - e) на зданиях музеев ;
 - f) на деревьях и/или путем повреждения/уничтожения деревьев и/или ограждения их рекламными устройствами;
 - g) внутри кольцевых развязок, на расстоянии не менее 50 м от них в местах, предназначенных для движения транспортных средств и дорожных знаков, в местах, где может быть нарушено нормальное движение транспорта;
 - h) на опорных столбах для знаков дорожного движения, за исключением временной рекламы;
 - i) внешний вид которых можно спутать с дорожными знаками и другими средствами дорожной сигнализации по форме, содержанию, размерам и цветам в конкретных сочетаниях, а также указателям ориентации и информации;
 - j) на светофорах или таким образом, чтобы снизился уровень видимости светофоров и дорожных знаков;
 - k) размещение на электронных носителях стационарных рекламных устройств, использующих белый фон при показе изображения в ночное время или размещенные рядом с ними цвета светофора
 - l) в подземных сетях водоснабжения, газа, телефонии и канализации;
 - m) ближе чем в 50 м от пешеходных переходов в зонах отведенных улично-дорожной сети;
 - n) на проезжей части дорог общего пользования, независимо от их категории;
 - o) на участках дорог с повышенной опасностью дорожно-транспортных происшествий или с продольным уклоном более 6%, участка дороги внутри кривых в плане, а также на пересечениях дорог, в пределах разделительных полос, на мостах, виадуках, дорожные барьеры;
 - p) ближе 100 м к мостам и путепроводам;
 - q) ближе 300 м к железнодорожным переездам;

11. Разрешение на рекламное устройство в случае перемещаемых рекламных устройств в наружной рекламе и нетрадиционных рекламных устройств

- 11.1 В наружной рекламе перемещаемые рекламные устройства размещаются и эксплуатируются на основании выданного органом местного публичного управления разрешения на рекламное устройство, на основании паспорта перемещаемого рекламного устройства.
- 11.2 Рекламные флаги размещаются только на территории выставок, ярмарок, магазинов и супермаркетов, промышленных парков и предприятий, зон проведения массовых и спортивных мероприятий. Рекламные флаги размещаются на высоте не менее 2,5 метра от уровня земли.
- 11.3 На тротуарах/пешеходных площадях шириной не менее 3,00 м допускается размещение перемещаемых рекламных устройств, ориентировочным размером 0,7*1,0 м (до 1,5 м², в случае нестандартной формы) размещается только в течение дня рядом/перед магазинами, ресторанами и другими торговыми объектами или местами оказания соответствующих услуг. Разрешение на их размещение осуществляется в соответствии с главами 5,6,7 настоящего Положения.
- 11.4 Допускается размещение рекламных устройств (рекламного флага/панно) на опорах освещения, на опорах, специально предназначенных для контактных сетей электроснабжения общественного транспорта, и на других опорах, допускающих размещение рекламных устройств, размером не более 0,5*0,9 м на высоте 3,5 м от поверхности дороги до нижней части панно/флага, за исключением:
 - a) охранной зоны памятников местного и республиканского значения;
 - b) индивидуальной жилой застройки;

Разрешение на их размещение осуществляется в соответствии с главами 5,6,7 настоящего Положения.

- 11.5 На одной стороне улицы, на каждой опоре может располагаться только одно рекламное устройство (панно/флаг).
- 11.6 Рекламные указатели, находящиеся на опорах должны соответствовать п. 11.4, 11.5. В случае нахождения на частной собственности, проекция рекламного указателя должна быть в границах данного участка.
- 11.7 Нетрадиционные рекламные устройства (надувные шары, аэростаты, буксируемые самолетами баннеры, установки для проецирования рекламных изображений и т. д.) эксплуатируются на основании выдаваемого уполномоченным органом разрешения.

12. Вывеска и реклама в торговых помещениях и помещениях для оказания услуг

- 12.1 Не являются наружной рекламой и не требуют разрешения на рекламное устройство:
 - а) вывеска с максимальной площадью до 1 м²;
 - б) витрины торговых помещений и помещений для оказания услуг, оформленные с использованием реализуемых товаров и освещенные в ночное время.
- 12.2 Размещение на фасадах объектов торговли и оказания услуг, а также на территории, к которой они принадлежат, вывесок с площадью в 1 м² и больше, 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.
- 12.3 Размещаемые вывески, должны быть 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. Вывески на фасадах памятников архитектуры размещаются с учетом положений Закона РМ №1530/1998 «Об охране памятников» и №163/2010 «О разрешении выполнения строительных работ».
- 12.4 Вывеска с площадью в 1 м² и больше является рекламным устройством и рассчитывается по границам крайних точек конструкции. В площадь рекламного изображения, отражаемую в паспорте рекламного устройства, входит вычисленная площадь по крайним точкам рекламного устройства, с учетом всех элементов, а также пространства между ними.
- 12.5 В случае вывески в виде объемных букв/фигур, которые:
 - а) крепятся к фасаду здания напрямую и пространство под которыми не выделено цветом от основного цвета фасада здания, границами рекламного устройства следует считать крайние точки объемных элементов.
 - б) расположены на козырьке/выступающей конструкции здания и пространство под которыми не выделено цветом от основного цвета фасада здания, границами рекламного устройства следует считать: длину по крайним точкам объемных букв/фигур, высоту - по высоте козырька/выступающей конструкции.
- 12.6 Границы вывесок, расположенные на козырьках/выступающих конструкциях/фасада здания, выделенные цветом, отличным от основного цвета фасада или стиля оформления здания, которые выделяют данное устройство от общего облика здания, следует считать по границам цветового выделения, даже если площадь рекламы, несущая смысловую нагрузку будет значительно меньше.
- 12.7 Запрещается нанесение любых изображений и надписей, изготовленных (или напечатанных) из самоклеящейся пленки путем их нанесения на витрины, окна, двери и стены, за исключением информации о режиме работы торговой точки. Исключение только для специальных рекламных проектов (рекламных акций) сроком на 5 лет в виде рекламных изображений из самоклеящейся пленки, занимающих не более 10% поверхности витражей и иных светопрозрачных элементов фасада здания, с возможностью изменения содержания рекламного изображения без изменения размеров, места расположения, определенных в паспорте рекламного устройства.

- 12.8 Разрешение на размещение специальных рекламных проектов (рекламных акций) выдается на основании паспорта рекламного проекта. Разрешение на размещение специальных рекламных проектов (рекламных акций) осуществляется в соответствии с главами 5 и 6 настоящего Положения.
- 12.9 Продвижение, осуществляемое посредством выставленного в витринах декора, не считается рекламой, осуществляется индивидуально без согласования и Разрешения.
- 12.10 Отображение цифровых экранов в витринах коммерческих, производственных объектах или местах оказания услуг, ориентированных изнутри наружу, считается наружной рекламой и разрешается (авторизируется) в соответствии с требованиями настоящего Положения.
- 12.11 На наружных стенах магазинов, аптек, других коммерческих, производственных объектов или местах оказания услуг, запрещается неупорядоченное размещение баннеров, mesh, других рекламных устройств, прикрепленных к стенам. Вся дополнительная информация для потребителя должна размещаться только в местах, специально определенных в паспорте рекламного устройства для ее размещения.
- 12.12 В случае, когда в здании действуют несколько экономических агентов, часть из которых не имеет прямого входа с улицы, но желает разместить вывески на главном фасаде, вывески будут группироваться на вертикальной или горизонтальной панели, образуя единую композицию в соответствии с архитектурной концепцией здания. Вывески будут сгруппированы по типу, размеру и обрамлены симметрично на фасаде или на отдельном устройстве у главного входа. Рекламные устройства не могут размещаться в оконных проёмах, на витражах и остекленных поверхностях. Композиция из 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. Вывески коммерческих помещений в многоквартирных жилых домах должны соблюдаться в едином стиле с архитектурным обликом здания, комплекса, опираясь на архитектурно-художественную концепцию, если таковая имеется.
- 12.13 Все виды декора и рекламы, размещенные на внешних стенах коммерческих, производственных объектов и в местах оказания услуг, не имеющие соответствующих документов или не соответствующие предусмотренным нормам, должны быть приведены в соответствие с требованиями настоящего Положения в течение 6 месяцев. По истечению данного периода они подлежат демонтажу с обязательным восстановлением фасадов и других элементов за счет экономического агента.
- 12.14 К наружной рекламе приравнивается дополнительная рекламная информация о товарах и услугах, не относящаяся к основной деятельности станций ПЕКО (АЗС).

13. Реклама на транспортных средствах

- 13.1 Размещение рекламных изображений на транспортных средствах, осуществляется на основании разрешения (Приложение 5), выданного органом местного публичного управления, на территории которого зарегистрировано соответствующее транспортное средство, при подаче заявления (Приложение 4), в офис «Единого окна» с приложением следующих документов:
- a) если заявитель - физическое лицо - копия удостоверения личности и выписку из Государственного реестра индивидуальных предпринимателей, а если заявитель - юридическое лицо - выписка из Государственного регистра юридических лиц;
 - b) технический паспорт транспортного средства;
 - c) договор, заключенный с собственником транспортного средства;
 - d) предварительное заключение, выданное полицией;
 - e) макет наружной рекламы в двух экземплярах в цвете в масштабе, с указанием площади рекламы, исчисленной по контуру/периметру каждого изображения и их последующего суммирования и указания в заявлении, с мокрой печатью и подписью обладателя рекламного изображения.
- 13.2 Запрещается отображение на транспортных средствах рекламных изображений в следующих случаях:

- a) на стеклянной/прозрачной поверхности, что препятствует обзору из транспортного средства;
- b) на транспортных единицах экстренных служб;
- c) на транспортных единицах и оборудовании для ремонта дорог;
- d) в иных случаях, прямо предусмотренных законом.

14. Контроль за соблюдением законодательства о наружной рекламе

- 14.1 Отдел Рекламы Примэрии муниципия Бэлць, обязан проводить мониторинг размещенных рекламных устройств на соответствие данным, указанным в разрешении.
- 14.2 При выявлении несоответствия данным, указанным в разрешении, специалисты Отдела Рекламы составляют Акт контроля (Приложение 7) с указанием в нем нарушений Положения и строгими рекомендациями. Акт контроля направляется владельцу разрешения на устранение несоответствий в течение 5 рабочих дней.
- 14.3 Владелец обязан в течение 5 рабочих дней восстановить конструкцию рекламного устройства, а также поддерживать его внешний вид в опрятном состоянии.
- 14.4 В случае несоблюдения владельцем разрешения, требований настоящего Положения относительно соответствия данных, указанных в разрешении, и согласованного внешнего вида рекламного устройства, специалисты Отдела Рекламы инициируют процедуру отзыва разрешения на соответствующее рекламное устройство с применением санкций, предусмотренных законодательством.
- 14.5 После отзыва разрешения владелец устройства обязан его демонтировать. Если собственник не демонтирует устройство, решение о сносе принимается в судебном порядке.
- 14.6. 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.
- 14.7 После принудительного демонтажа соответствующее предприятие должно, по запросу собственника, вернуть демонтированную конструкцию, на основании акта приема-передачи, подписанного представителем предприятия и собственником устройства.
- 14.8 Расходы по демонтажу несет владелец рекламного устройства.
- 14.9 Администраторы муниципальных предприятий обеспечивают контроль за законностью размещения рекламы на объектах, находящихся в ведении муниципальных предприятий, на основании заключенного договора на размещение рекламы.
В случае обнаружения незаконно установленного рекламного устройства, муниципальное предприятие обязано демонтировать его за счет экономического агента.

15. Налоговое регулирование

- 15.1 За размещение наружной рекламы и за рекламные устройства взимаются сборы в порядке, определяемом Налоговым кодексом РМ, согласно ставкам, установленным решением Совета муниципия Бэлць на текущий год.
- 15.2 Другие сборы и тарифы запрещены.
- 15.3 Ежеквартальный отчет об изданных и аннулированных разрешениях на рекламные устройства и размещении наружной рекламы, Служба рекламы представляет в Главное финансово-экономическое управление и территориальный орган Государственной Налоговой службы до 15 числа месяца, следующего за отчетным периодом.
- 15.4 Ежегодно до 31 марта Совету по конкуренции представляется информация о количестве стационарных рекламных устройств и общей площади наружной рекламы, принадлежащей экономическим агентам в муниципии Бэлць.
- 15.5 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.

16. Использование земель, находящихся в собственности муниципия Бэлць, для рекламной деятельности

- 16.1 Оформление земельных отношений под стационарные рекламные устройства регламентируются действующими законодательными и нормативными актами

в РМ.

17. Заключительные положения

17.1 Все споры относительно соблюдения требований настоящего Положения разрешаются в соответствии с действующим законодательством.



DECIZIA
РЕШЕНИЕ
№ 9/12
от 28.06.2022 г.

Перевод

Об инициировании процедуры публичного консультирования с гражданским обществом в процессе принятия решения «Об утверждении Положения о наружной рекламе в муниципии Бэлць в новой редакции»

В соответствии с Законом РМ №239 от 13.11.2008 г. «О прозрачности процесса принятия решений», ст. 8, ст. 14, ч. (2), лит. z¹) Закона РМ № 436 от 28.12.2006 г. «О местном публичном управлении», Законом РМ № 100 от 22.12.2017 г. «О нормативных актах», Постановлением Правительства РМ № 967 от 09.08.2016 г. «О механизме публичных консультаций с гражданским обществом в процессе принятия решений», учитывая положения Закона РМ № 62 от 17.03.2022 г. «О рекламе», в целях разработки нового Положения о наружной рекламе, для соблюдения дисциплины в области разрешения размещения наружной рекламы, а также для обеспечения всесторонней информированности населения о процессе принятия решений, –

Совет муниципии Бэлць РЕШИЛ:

1. Инициировать процедуру публичного консультирования с гражданским обществом в процессе принятия решения «Об утверждении Положения о наружной рекламе в муниципии Бэлць в новой редакции» способом проведения публичного обсуждения.
2. Примару мун. Бэлць обеспечить:
 - 2.1. разработку в период с 18.07.2022 г. по 18.08.2022 г. первоначального проекта решения способом создания рабочей группы;
 - 2.2. проведение процедуры публичного консультирования с гражданским обществом способом проведения публичного обсуждения в период с 19.08.2022 г. по 16.09.2022 г.
3. Контроль за исполнением настоящего решения возложить на специализированные консультативные комиссии по муниципальному хозяйству, управлению имуществом и защите окружающей среды; по праву и дисциплине.

Председательствующий на IX
очередном заседании Совета
муниципии Бэлць

Digitally signed by Craevscăia-Derenova Cristina
Date: 2022.07.01 19:43:44 EEST
Reason: MoldSign Signature
Location: Moldova



Кристина Краевская-Деренова

Контрассигнует:
Секретарь Совета
муниципии Бэлць

Digitally signed by Serdiuc Irina
Date: 2022.07.01 20:38:13 EEST
Reason: MoldSign Signature
Location: Moldova



Ирина Сердюк



DECIZIA
РЕШЕНИЕ

№ 14/10
от 27.09.2022 г.

Перевод

О внесении изменений в решение Совета муниципия Бэлць № 9/12 от 28.06.2022 г. «Об инициировании процедуры публичного консультирования с гражданским обществом в процессе принятия решения «Об утверждении Положения о наружной рекламе в муниципии Бэлць в новой редакции»»

В соответствии с Законом РМ № 239 от 13.11.2008 г. о прозрачности процесса принятия решений, ст. 8, ст. 14, ч. (2), п. z¹) Закона РМ № 436 от 28.12.2006 г. о местном публичном управлении, Законом РМ № 100 от 22.12.2017 г. о нормативных актах, Постановлением Правительства РМ № 967 от 09.08.2016 г. «О механизме публичных консультаций с гражданским обществом в процессе принятия решений», учитывая положения Закона РМ № 62 от 17.03.2022 г. о рекламе, в целях разработки нового Положения о наружной рекламе, для соблюдения дисциплины в области разрешения размещения наружной рекламы, а также для обеспечения всесторонней информированности населения о процессе принятия решений, –

Совет муниципия Бэлць РЕШИЛ:

1. Внести следующие изменения в решение Совета мун. Бэлць № 9/12 от 28.06.2022 г. «Об инициировании процедуры публичного консультирования с гражданским обществом в процессе принятия решения «Об утверждении Положения о наружной рекламе в муниципии Бэлць в новой редакции»»:
 - 1.1. в подпункте 2.1 решения словосочетание «в период с 18.07.2022 г. по 18.08.2022 г.» изменить на словосочетание «в период с 10.10.2022 г. по 28.10.2022 г.»;
 - 1.2. в подпункте 2.2 решения словосочетание «в период с 19.08.2022 г. по 16.09.20202 г.» изменить на словосочетание «в период с 31.10.2022 г. по 30.11.2022 г.».
2. Контроль за исполнением настоящего решения возложить на специализированные консультативные комиссии по праву и дисциплине, по муниципальному хозяйству, управлению имуществом и защите окружающей среды.

Председательствующий на XIV
очередном заседании Совета
муниципия Бэлць

Digitally signed by Cornieț Nicolai
Date: 2022.09.30 11:08:21 EEST
Reason: MoldSign Signature
Location: Moldova



Николай Корниец

Контрассигнует:
Секретарь Совета
муниципия Бэлць

Digitally signed by Serdiuc Irina
Date: 2022.10.03 13:13:43 EEST
Reason: MoldSign Signature
Location: Moldova



Ирина Сердюк

**Пояснительная записка
к проекту Решения Совета мун. Бэлць
" Об утверждении Положения о наружной рекламе в муниципии Бэлць "**

1. Наименование автора и, в зависимости от обстоятельств, участников разработки проекта
Подразделение Примэрии Отдел Рекламы
2. Причины, обусловившие разработку проекта нормативного акта, и преследуемые разработкой цели
<p>Проект решения разработан во исполнение следующих Законов и нормативных актов:</p> <p>1. Закон РМ №239 от 13.11.2008 о прозрачности процесса принятия решений:</p> <p>Статья 3. Сфера применения настоящего закона</p> <p>(1) Сферой применения настоящего закона является совокупность правоотношений, устанавливаемых в рамках процесса принятия решений между гражданами, созданными в соответствии с законом объединениями, иными заинтересованными сторонами, с одной стороны, и органами публичной власти – с другой.</p> <p>(2) Под действие настоящего закона подпадают следующие органы публичной власти, разрабатывающие проекты решений:</p> <p>г) органы местного публичного управления.</p> <p>(4) Органы публичной власти проводят консультации с гражданами, созданными в соответствии с законом объединениями, иными заинтересованными сторонами по проектам нормативных и административных актов, которые могут иметь социальные, экономические, природоохранные последствия (для образа жизни и прав человека, для культуры, здоровья и социальной защиты, для местных сообществ и общественных услуг).</p> <p>Статья 5. Принципы прозрачности процесса принятия решений - Прозрачность процесса принятия решений основывается на следующих принципах:</p> <p>а) информирование в установленном порядке граждан, созданных в соответствии с законом объединений, иных заинтересованных сторон об инициировании разработки решений и о проведении публичных консультаций по соответствующим проектам решений;</p> <p>б) обеспечение равных возможностей для участия граждан, созданных в соответствии с законом объединений, иных заинтересованных сторон в процессе принятия решений.</p> <p>2. Закон РМ 436 от 28.12.2006 о местном публичном управлении:</p> <p>Статья 3. Основные принципы местного публичного управления</p> <p>(1) Публичное управление в административно-территориальных единицах основывается на принципах местной автономии, децентрализации общественных служб, выборности местных органов публичной власти и проведения консультаций с гражданами по важнейшим проблемам местного значения.</p> <p>(2) Органы местного публичного управления обладают автономией в принятии решений, организационной, управленческой и финансовой автономией, а также правом на инициативу во всем, что касается управления местными публичными делами, осуществляя свою власть в пределах подведомственной территории в соответствии с законом.</p> <p>(3) Применение перечисленных в настоящей статье принципов не может затрагивать унитарный и неделимый характер государства.</p> <p>Статья 8. Консультации с населением</p> <p>(2) По вопросам местного значения, представляющим интерес для части населения административно-территориальной единицы, могут проводиться с этой частью населения консультации, публичные слушания и собеседования в соответствии с законом.</p> <p>(3) По проектам решений местного совета проводятся в соответствии с законом публичные консультации с соблюдением процедур, установленных каждым органом представительной и правомочной власти населения административно-территориальной единицы первого или при необходимости второго уровня.</p> <p>Статья 14. Основные полномочия местных советов</p> <p>(2), пункт (z¹) - распоряжается о проведении в соответствии с законом публичных консультаций по проектам решений по вопросам местного значения, которые могут иметь экономические, природоохранные и социальные последствия (для образа жизни и прав человека, для культуры, здоровья и социальной защиты, для местных сообществ и общественных услуг), а также по другим вопросам, представляющим интерес для всего населения административно-территориальной единицы</p>

или его части.

3. Закон №982 от 11.05.2000 г. о доступе к информации

Статья 2. Цели настоящего закона.

- a) создание общей нормативной базы, регулирующей доступ к официальной информации;
- b) повышение эффективности информирования населения и контроля гражданами деятельности органов публичной власти, публичных учреждений;
- c) стимулирование формирования мнений и активного участия населения в принятии решений в духе демократии.

4. Закон РМ №62 от 17.03.2022 г. о рекламе

Статья 1. Цель закона

Целью настоящего закона является организация и развитие национального рынка рекламы на основании международных принципов и передовой практики в этой области, включая принципы добросовестной конкуренции и защиты прав потребителей рекламы.

5. Постановление Правительства №967 от 09.08.2016г. «О механизме публичных консультаций с гражданским обществом в процессе принятия решений»

Статья 15. Органы публичной власти инициируют публичные консультации по проекту решения с целью информирования заинтересованных сторон и получения их рекомендаций.

Статья 23. Способы публичных консультаций выбираются каждым органом публичной власти в отдельности, используются по отдельности или совокупно, в следующем порядке:

- 3) организация публичных обсуждений

Целью разработки нового Положения о наружной рекламе является соблюдения дисциплины в области разрешения размещения рекламных устройств и наружной рекламы.

3. Описание степени совместимости для проектов, разработанных в целях гармонизации национального законодательства с законодательством Европейского Союза

Проект решения не противоречит действующему в Республике Молдова законодательству.

4. Основные положения проекта с выделением новых элементов

Проект представляет собой документ по утверждению нового Положения о наружной рекламе в муниципии Бэлць, разработанного с позиций изменения законодательства, использования понятий и процедур, определённых законодательно, и предусматривает правила размещения стационарных рекламных устройств и вывесок на территории мун. Бэлць.

5. Финансово-экономическое обоснование

Проект не включает в себя нормы, требующие финансирования из бюджетных или внебюджетных средств.

6. Порядок включения акта в действующую нормативную базу

Решение Совета мун. Бэлць №7/13 от 30.07.2020 г., предлагается признать утратившим силу.

7. Согласование и публичное обсуждение проекта

Принято Решение Совета мун. Бэлць №9/12 от 28.06.2022 г., «Об инициировании процедуры публичного консультирования с гражданским обществом в процессе принятия решения «Об утверждении Положения о наружной рекламе в муниципии Бэлць в новой редакции». А также Решение Совета мун. Бэлць №14/10 от 27.09.2022 г., «О внесении изменений в решение Совета муниципии Бэлць № 9/12 от 28.06.2022 г. «Об инициировании процедуры публичного консультирования с гражданским обществом в процессе принятия решения «Об утверждении Положения о наружной рекламе в муниципии Бэлць в новой редакции». Первоначальный проект Положения опубликован на официальном сайте примэрии мун. Бэлць.

8. Заключение антикоррупционной экспертизы

Проекты местных нормативных актов разрабатываются, учитывая Местный Антикоррупционный План.

9. Заключение экспертизы совместимости

Проект не относится к данному уровню компетенций.
10. Заключение правовой экспертизы
Проекты местных нормативных актов проходят правовую экспертизу в специализированных подразделениях органа местного публичного управления.
11. Заключение других экспертиз
Проект не относится к данному уровню компетенций.

Начальник Отдела Рекламы



Лорина Матееску

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 written in a cursive script.

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 рекламораспространителям 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 (AAPM)	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 (AAPM)	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 (AAPM)	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 (AAPM)	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 d)	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 стационарное 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 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	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	Вносится 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	Вносится 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	Вносится 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) любое рекламное устройство 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 местях, 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

Member
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	
PRIMĂRIA MUNICIPIULUI BĂLȚI	
DIRECȚIA SECRETARIAT	
Nr. de intrare	P-03-19/1276
07	11 20 23



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 ambigue 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 ambigue 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