Anexă la decizia Consiliului orăşenesc Ştefan Vodă nr. 6/\_\_ din \_\_.\_\_.2023

**Regulament cu privire la amplasarea dispozitivelor publicitare și autorizarea publicității exterioare în oraşul Ştefan Vodă**

**Capitolul I**

**DISPOZIŢII GENERALE**

**1.** Prezentul regulament stabilește modul de aplicare a cadrului normativ-legal la nivel local și reprezintă un sistem unic de norme tehnice și legale care reglementeaza amplasarea dispozitivelor publicitare și eliberarea autorizațiilor pentru amplasarea publicității exterioare în oraşul Ştefan Vodă.

**2.** Obiectul prezentului regulament este reglementarea relațiilor ce apar între furnizorii de publicitate, producătorii de publicitate, distribuitorii de publicitate, difuzorii de publicitate și consumatorii de publicitate.

**3.** Noțiunile utilizate în prezentul regulament au următoarele semnificaţii:

*autorizaţie pentru dispozitiv publicitar* – act permisiv, emis de autoritatea abilitată, prin care titularul este învestit cu o serie de drepturi şi obligaţii privind desfăşurarea lucrărilor de terasament, de construcţie şi/sau de exploatare a dispozitivului publicitar și a unor acţiuni aferente, indispensabile acestor activităţi;

*cod de conduită în domeniul publicității* – acord sau ansamblu de reguli în domeniul publicității, neimpuse prin legislaţie sau prin dispoziţii administrative, ce definesc comportamentul comercianţilor care se angajează să le respecte în legătură cu una sau mai multe practici comerciale în unul sau mai multe sectoare de activitate;

*comerciant* – orice persoană fizică sau juridică care exercită activităţi comerciale, industriale (de producție), artizanale sau liber-profesioniste, precum şi orice persoană care acţionează, în scop comercial, în numele ori în beneficiul unui comerciant, inclusiv societatea comercială și întreprinzătorul individual;

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

*date de identificare în publicitate:*

a) în cazul persoanei fizice – numele și prenumele;

b) în cazul persoanei juridice – denumirea completă sau prescurtată, stabilită prin actul de constituire şi înregistrată în mod corespunzător;

*dezminţire a publicității* – infirmarea publicității ce conține informații false;

*difuzor de publicitate* – orice persoană, inclusiv mass-media, care difuzează publicitate către consumatorii de publicitate;

*dispozitiv publicitar fix* – parte a mobilierului urban, reprezentând o construcţie fixă, edificată în spaţii publice, care serveşte drept suport pentru imaginea publicitară în publicitatea exterioară;

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

*distribuitor de publicitate* – persoana care distribuie publicitate către difuzorul de publicitate în interesul furnizorului de publicitate;

*entitate din sectorul public:*

a) orice autoritate publică centrală;

b) orice autoritate a administraţiei publice locale, inclusiv orice autoritate a administraţiei publice locale din unitatea teritorială autonomă cu statut special;

c) orice altă autoritate creată de stat în persoana autorităţii publice, având drept scop exercitarea atribuţiilor administrative, social-culturale şi a altor atribuţii cu caracter necomercial;

d) orice întreprindere de stat sau municipală;

e) orice societate comercială care are, în calitate de membru, una dintre entitățile prevăzute la lit. a)–d);

f) orice instituție publică sau o altă organizație necomercială ce are, în calitate de membru, una dintre entitățile prevăzute la lit. a)–d);

g) orice organizaţie comercială de drept privat ale cărei activități sunt finanţate/achitate integral sau parţial de la bugetul de stat;

h) orice altă persoană declarată, prin hotărâre de Guvern, drept entitate a sectorului public;

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

*furnizor de publicitate* – persoana care determină obiectul publicității;

*imagine publicitară în publicitatea exterioară* – publicitate cu caracter fluctuant, tipărită/afişată pe dispozitivul publicitar, reprodusă pe un ecran electronic și/sau proiectată pe diferite suprafeţe prin sisteme optice;

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

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

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

*paşaport al dispozitivului publicitar* – act ce conţine schema de amplasare și alte informaţii privind dispozitivul publicitar și care constituie temei pentru eliberarea autorizaţiei pentru dispozitiv publicitar;

*perioadă extraelectorală* – perioada de timp din care este exclusă perioada electorală prevăzută la art. 1 din Codul electoral;

*producător de publicitate* – persoana care conferă publicității, în totalitate sau în parte, forma finală necesară pentru difuzare;

*produs*– orice bun și/sau serviciu (lucrare) destinate consumului sau utilizării,  inclusiv bunurile imobile, energia electrică, energia termică, gazele şi apa livrate pentru consum, precum și drepturile şi obligaţiile aferente acestora;

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

*publicitate imorală* – publicitatea care încalcă normele moralei general acceptate în societate;

*publicitate audiovizuală* – publicitatea și alte forme de comunicări comerciale audiovizuale difuzate de serviciile media audiovizuale liniare și/sau serviciile media audiovizuale neliniare;

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

*publicitate comparativă* – publicitatea care identifică în mod explicit sau implicit un concurent al comerciantului ori unul sau mai multe produse oferite de un concurent;

*publicitate discriminatorie* – publicitatea care are ca obiect orice deosebire, excludere, restricţie ori preferinţă în drepturi şi libertăţi a unei persoane sau a unui grup de persoane, precum şi susţinerea unui comportament discriminatoriu, bazat pe criteriile reale sau presupuse ale unei persoane sau ale unui grup de persoane privind rasa, naţionalitatea, profesia, originea sau categoria socială, vârsta, sexul, limba, convingerile religioase, filosofice, politice sau de altă natură;

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

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

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

*publicitate în presa scrisă* – publicitatea difuzată în publicațiile periodice în variantă tipărită;

*publicitate înşelătoare* – publicitatea care, în orice mod, inclusiv prin modul de prezentare, induce ori poate induce în eroare consumatorul de publicitate şi care, datorită caracterului înşelător, poate afecta comportamentul economic al consumatorului de publicitate sau care, din acest motiv, prejudiciază ori poate prejudicia un concurent al comerciantului;

*publicitate online* – publicitatea difuzată în mass-media digitală, pe rețelele de socializare, prin poșta electronică, prin intermediul motoarelor de căutare, pe bloguri și/sau pe alte pagini web;

*publicitate online direcționată (targetată)* – publicitatea difuzată online în mod diferențiat, personalizată în baza unor criterii geografice, demografice, social-economice și/sau comportamentale;

*publicitate penetrantă* – publicitatea accesibilă consumatorilor de publicitate de pe teritoriul Republicii Moldova, pentru a cărei difuzare nu a fost efectuată plata către un difuzor de publicitate din Republica Moldova;

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

*publicitate politică* – publicitatea care are ca obiect unul ori mai mulți subiecți ai publicității politice sau activitatea acestora, unul ori mai multe proiecte (cauze, inițiative, idei etc.) politice și/sau unul ori mai multe simboluri (expresii, desene, imagini, voci etc.) utilizate de către unul sau de mai mulți subiecți ai publicității politice;

*publicitate sexistă* – publicitatea care are ca obiect:

a) prezentarea femeii sau a bărbatului drept obiect sexual în situaţii umilitoare/degradante/violente şi care ofensează demnitatea persoanei; și/sau

b) promovarea stereotipurilor sexiste în scop discriminatoriu, cu menţinerea percepţiei tradiţionale asupra femeii drept o fiinţă slabă, vulnerabilă şi dependentă, având o poziţie socială inferioară;

*publicitate subliminală* – publicitatea în care sunt utilizați stimuli prea slabi pentru a fi percepuţi în mod conştient, dar care pot influenţa comportamentul consumatorului de publicitate;

*responsabil de codul de conduită în domeniul publicității* – orice entitate, inclusiv un comerciant sau un grup de comercianţi, responsabilă de elaborarea şi revizuirea unui cod de conduită în domeniul publicității şi/sau de supravegherea respectării acestui cod de către cei care s-au angajat să îl respecte;

*subiecți ai publicității politice* – concurenții electorali, partidele politice, membrii partidelor politice, persoanele care și-au afirmat public susținerea pentru un partid politic în ultimele 3 luni, organizațiile social-politice, membrii organizațiilor social-politice, persoanele care și-au afirmat public susținerea pentru o organizație social-politică în ultimele 3 luni, grupurile de iniţiativă pentru susţinerea candidaţilor la funcţii elective, grupurile de iniţiativă pentru inițierea unui referendum, persoanele care, în ultimele 3 luni, și-au afirmat public susținerea pentru unul sau mai multe grupuri de inițiativă menționate, precum și activitatea acestora;

*suprafaţă de afişaj* – suprafaţa dispozitivului publicitar, mobil sau fix, destinată pentru afişarea imaginilor publicitare.

**4.** Utilizarea în publicitate a obiectelor protejate prin dreptul de autor şi/sau drepturile conexe se admite cu respectarea prevederilor Legii nr. 139/2010 privind dreptul de autor şi drepturile conexe.

**5.** Utilizarea în publicitate a datelor cu caracter personal, inclusiv a numelui, a imaginii și/sau a vocii unei persoane fizice, este permisă doar pe bază de contract, încheiat în scris cu persoana respectivă sau cu reprezentantul legal al acesteia, în baza acordului scris al persoanei fizice respective, cu excepțiile prevăzute de lege.

**6.** Este interzisă:

a) publicitatea subliminală;

b) publicitatea înșelătoare;

c) publicitatea imorală;

d) publicitatea discriminatorie;

e) publicitatea sexistă;

f) publicitatea care poate provoca panică, poate instiga la violenţă sau la acţiuni periculoase, în măsură să prejudicieze sănătatea ori să ameninţe securitatea oamenilor;

g) publicitatea care încurajează, în mod direct sau indirect, un comportament contrar legii;

h) publicitatea care conține în mod nejustificat imagini ale unor situații periculoase, acțiuni, exerciții, obiceiuri, prin care sunt ignorate securitatea sau mijloacele de securitate;

i) publicitatea prin care se denigrează produse, servicii sau profesii, chiar fără a fi menționate explicit;

j) publicitatea care utilizează neautorizat simbolica de stat a Republicii Moldova sau a altor state;

k) publicitatea care nu este însoțită de datele de identificare în publicitate și/sau mijloacele de individualizare ale furnizorului de publicitate sau ale difuzorului de publicitate;

l) publicitatea care conține un text necorespunzător din punctul de vedere al normelor ortografice curente.

**7.** Prezentul regulament, toate modificările și completările la acesta sunt aprobate și puse în aplicare de către Consiliul orăşenesc Ştefan Vodă.

**Capitolul II**

**DIFUZAREA PUBLICITĂȚII**

**8.** În publicațiile periodice publice, spațiul rezervat publicității nu poate depăși 30% din spațiul unui număr al ediției. În perioada electorală, spațiul rezervat publicității politice în publicațiile periodice publice nu poate depăși 20% din spațiul total al fiecărui număr și/sau al fiecărui supliment.

**9.** În cazul publicațiilor periodice private, spațiul rezervat publicității este determinat de către fiecare publicație periodică.

**10.** Serviciile media audiovizuale liniare și serviciile media audiovizuale neliniare difuzează publicitatea și alte forme de comunicări comerciale audiovizuale în conformitate cu Legea 62/2022 cu privire la publicitate și cu Codul serviciilor media audiovizuale.

**11.** Difuzorul de publicitate pe o platformă digitală este obligat să prezinte, pe platforma digitală respectivă, date suficiente despre sine, care să permită identificarea sa în calitate de subiect de drept.

**12.** Este interzisă întreruperea filmelor artistice/documentare, prezentate în cinematografe sau în alte locuri publice, cu scopul de a difuza publicitate.

**13.**  Difuzarea publicității prin serviciile poștale se efectuează în conformitate cu Legea 62/2022 cu privire la publicitate și cu Legea comunicațiilor poștale nr. 36/2016. Publicitatea prin serviciile de telefonie poate fi difuzată către adresat/abonat doar în cazul solicitării sau al exprimării în prealabil(inclusiv în scris, prin schimb de mesaje electronice, sau verbal, printr-un apel telefonic), din partea consumatorului de publicitate, a consimțământului expres pentru a primi mesaje sau apeluri cu conținut publicitar. Publicitatea este considerată ca fiind recepționată fără consimțământul adresatului/abonatului dacă difuzorul de publicitate nu demonstrează contrariul.

**14.** Publicitatea interioară se difuzează de către sau cu acordul proprietarului imobilului/locației sau al reprezentantului legal al acestuia și nu necesită autorizație pentru dispozitiv publicitar mobil.

**15.** Este interzisă difuzarea publicității interioare în incinta autorităților publice centrale și locale, a instituțiilor preșcolare și a instituțiilor de învățământ preuniversitar. Această interdicție nu se aplică în cazul mesajelor de interes public.

**Capitolul III**

**PUBLICITATEA EXTERIOARĂ**

**16.**  Nu constituie publicitate exterioară și nu necesită autorizație pentru dispozitiv publicitar:

a) firma cu o suprafață maximă de 1 m2;

b) vitrinele localurilor de comerț şi de prestări de servicii, amenajate cu mărfuri comercializate și iluminate pe timp de noapte.

**17.** Pe vitrinele localurilor de comerț şi de prestări de servicii pot fi amplasate imagini şi/sau inscripţii cu conținut publicitar, cu excepția cazului în care acestea contravin cerințelor stabilite prin Regulamentul.

**18.** Dispozitivul publicitar fix

1) Dispozitivele publicitare fixe pot fi amplasate pe terenuri sau calcane, pe fațade, pe terase și/sau pe acoperișurile imobilelor.

2) Dispozitivele publicitare fixe sunt amplasate și exploatate în baza autorizației pentru dispozitiv publicitar:

a) pe terenurile și/sau imobilele persoanelor fizice și ale persoanelor juridice de drept privat;

b) pe terenurile și/sau imobilele ce fac parte din domeniul public al statului și din domeniul privat al statului sau al unitaților administrativ-teritoriale.

3) Dispozitivele publicitare fixe sunt utilizate doar în calitate de suport pentru imaginile publicitare.

4) Dispozitivele publicitare fixe au statut de construcţii provizorii şi sunt demontate de către titularul autorizației pentru dispozitiv publicitar în termen de 15 zile lucrătoare de la expirarea termenului de valabilitate sau anularea autorizaţiei pentru dispozitiv publicitar.

**19.** Autorizația pentru dispozitiv publicitar  în cazul dispozitivelor publicitare fixe

1) În cazul dispozitivelor publicitare fixe, autorizația pentru dispozitiv publicitar se eliberează de către:

a) autoritatea administrației publice locale, cu excepția cazului prevăzut la lit. b);

b) autoritatea emitentă prevăzută de Legea nr. 160/2011 privind reglementarea prin autorizare a activităţii de întreprinzător, în cazul în care dispozitivul publicitar fix urmează a fi amplasat și exploatat în zona de protecție a drumurilor publice din extravilanul localităților.

2) Pentru amplasarea şi exploatarea fiecărui dispozitiv publicitar fix, solicitantul depune o cerere, la autoritatea prevăzută la sbp. 1), însoțită de pașaportul dispozitivului publicitar fixcare este întocmit de către solicitant și trebuie să conțină:

a) în cazul în care solicitantul este persoană fizică – copia de pe buletinul de identitate și extrasul din Registrul de stat al întreprinzătorilor individuali, iar în cazul în care solicitantul este persoană juridică – extrasul din Registrul de stat al persoanelor juridice;

b) informații privind locul preconizat pentru amplasarea dispozitivului publicitar fix, însoțite de o copie de pe harta topografică la scara 1:500, cu indicarea exactă a locului preconizat pentru amplasare, și de fotografia acestuia;

c) informații privind dispozitivul publicitar fix, inclusiv dimensiunile, numărul de feţe, suprafaţa imaginii publicitare și categoria dispozitivului publicitar;

d) în cazul dispozitivelor publicitare fixe ce urmează a fi amplasate pe pereţii sau pe acoperişul unor imobile, inclusiv pe pavilioanele staţiilor de transport public sau pe chioşcurile aflate în proprietate privată, se prezintă acordul scris al proprietarului/proprietarilor respectivului bun imobil sau al reprezentantului legal al acestuia/acestora;

e) în cazul în care dispozitivul publicitar fix este amplasat în extravilanul localității, în zona unui drum public naţional sau local de interes raional şi/sau în zonele de protecţie ale acestuia, se prezintă și actele prevăzute în anexa nr. 3 la Legea drumurilor nr. 509/1995.

4) Autoritatea prevăzută la sbp. 1) are următoarele obligații:

a) să recepționeze și să înregistreze cererea de solicitare a autorizației pentru dispozitiv publicitar, însoțită de pașaportul dispozitivului publicitar fix, chiar dacă pașaportul nu conține toate documentele și informațiile prevăzute la sbp. 3);

b) să recepționeze și să înregistreze cererea de solicitare a autorizației pentru dispozitiv publicitar, însoțită de pașaportul dispozitivului publicitar fix, chiar dacă cererea nu conține informația necesară pentru identificarea solicitantului;

c) să elibereze imediat și necondiționat solicitantului certificatul constatator în modul în care a fost depusă cererea;

d) să examineze cererea de solicitare a autorizației pentru dispozitiv publicitar, insoțită de pașaportul dispozitivului publicitar fix, în cadrul serviciilor sale de specialitate, fără implicarea solicitantului;

e) să elibereze autorizația pentru dispozitiv publicitar în termen de 10 zile lucrătoare, începând cu ziua eliberării certificatului constatator.

5) Dacă autoritatea prevăzută la sbp. 1) din prezentul articol nu a răspuns la cererea de solicitare a autorizației pentru dispozitiv publicitar, însoțită de pașaportul dispozitivului publicitar fix, în termenul prevăzut la sbp. 4) lit. e) din prezentul articol, se consideră că există aprobare tacită și solicitantul, în conformitate cu art. 62 din Legea nr. 160/2011 privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzător, are dreptul să amplaseze și să exploateze dispozitivul publicitar fix în baza pașaportului dispozitivului publicitar fix conform sbp. 4) lit. a) din prezentul articol.

6) Autorizația pentru dispozitiv publicitar se eliberează gratuit, pentru o perioadă de 5 ani, în conformitate cu Nomenclatorul actelor permisive prevăzut de Legea nr. 160/2011 privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzător.

7) În procesul de eliberare a autorizației pentru dispozitiv publicitar, autoritatea prevăzută la sbp. 1):

a) oferă solicitantului informații privind reglementările şi cerințele din domeniu, inclusiv cele aplicabile la nivel local, cu excepția cazului în care informațiile sunt publicate pe pagina web a autorității menționate;

b) la cererea solicitantului, oferă consultaţiile necesare, inclusiv prin intermediul subdiviziunilor/serviciilor de specialitate, privind motivele care stau la baza refuzului de eliberare a autorizației pentru dispozitiv publicitar;

c) oferă solicitantului accesul la formularele-model ale documentelor, inclusiv prin publicarea acestora pe propria pagină web oficială;

d) în termen de 3 zile lucrătoare, oferă solicitantului acces la informaţiile privind locațiile dispozitivelor publicitare fixe autorizate, cu excepția cazului în care informațiile sunt accesibile prin internet în conformitate cu art. 42 alin. (7) din Legea nr. 160/2011 privind reglementarea prin autorizare a activităţii de întreprinzător;

e) în termen de 3 zile lucrătoare, oferă solicitantului acces la ridicările topografice şi hărţile de specialitate, cu excepția cazului în care acestea reprezintă informaţii oficiale cu accesibilitate limitată.

8) Absența unor reglementări în domeniu la nivel local nu constituie temei pentru refuzul de a elibera solicitantului autorizația pentru dispozitiv publicitar.

9) Autoritatea prevăzută la sbp. 1) are dreptul să elibereze o nouă autorizație pentru dispozitiv publicitar doar după expirarea termenului de valabilitate al autorizației pentru aceeași locație.

10) Reconstrucția sau înlocuirea dispozitivului publicitar fix necesită eliberarea unei noi autorizații pentru dispozitiv publicitar în cazul în care:

a) dispozitivul publicitar reconstruit sau cel înlocuit este amplasat într-un alt loc decât cel prevăzut în autorizația în vigoare;

b) dispozitivul publicitar reconstruit sau cel înlocuit are o suprafață de afișaj mai mare decât suprafața de afișaj a dispozitivului publicitar pentru care a fost eliberată autorizația în vigoare.

11) Reconstrucția sau înlocuirea dispozitivului publicitar fix nu necesită eliberarea unei noi autorizații pentru dispozitiv publicitar în cazul în care:

a) dispozitivul publicitar reconstruit sau cel înlocuit se plasează în locul indicat în autorizația în vigoare;

b) se păstrează suprafața de afișaj a dispozitivului publicitar reconstruit sau înlocuit.

12) Informația privind locațiile dispozitivelor publicitare fixe pentru care au fost eliberate autorizații pentru dispozitiv publicitar, precum și cea privind cererile depuse pentru solicitarea unor astfel de autorizații constituie informații de interes public, acestea fiind publicate pe pagina web a autorității prevăzute la sbp. 1).

13) În cazul în care cererea de solicitare a unei noi autorizații pentru dispozitiv publicitar este depusă cu cel mult 90 de zile și cel puțin 30 de zile calendaristice înainte de expirarea termenului de valabilitate al autorizației în vigoare, titularul acesteia are drept prioritar pentru eliberarea unei noi autorizații pentru aceeași locație.

14) Drept temei pentru anularea autorizației pentru dispozitiv publicitar, eliberată pentru amplasarea și exploatarea unui dispozitiv publicitar fix, servesc:

a) cererea titularului autorizației pentru dispozitiv publicitar privind anularea acesteia;

b) decizia de radiere a titularului autorizației pentru dispozitiv publicitar din Registrul de stat al  întreprinzătorilor individuali sau, după caz, din Registrul de stat al persoanelor juridice;

c) neamplasarea dispozitivului publicitar fix într-un termen de 6 luni din ziua eliberării autorizației pentru dispozitiv publicitar;

d) efectuarea unor lucrări considerate de utilitate publică în conformitate cu  art. 5 din Legea exproprierii pentru cauză de utilitate publică nr. 488/1999. În acest caz, decizia privind anularea autorizației se adoptă în baza Legii exproprierii pentru cauză de utilitate publică;

e) necorespunderea dispozitivului publicitar fix uneia dintre următoarele cerințe incluse în autorizația pentru dispozitiv publicitar: categorie, locație, dimensiuni, suprafață de afișaj, număr de fețe.

15) În cazurile prevăzute la sbp. 14) lit. a)–d), decizia de anulare a autorizației pentru dispozitiv publicitar este adoptată de către autoritatea emitentă a autorizației, fără adresare în instanţa de judecată. Decizia autorității emitente privind anularea autorizației pentru dispozitiv publicitar poate fi atacată în instanța de judecată.

16) În cazul prevăzut la sbp. 14) lit. e), autorizația pentru dispozitiv publicitar este anulată prin hotărâre a instanței de judecată. Hotărârea instanței de judecată privind anularea autorizației se adoptă la cererea autorității emitente a autorizației, după suspendarea valabilității acesteia în conformitate cu art. 10 din Legea nr. 160/2011 privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzător.

17) Autorizația pentru dispozitiv publicitar eliberată anterior intrării în vigoare sau modificării/completării prezentei legi și/sau a Regulamentului cu privire la publicitatea exterioară, cu excepția cazurilor prevăzute în mod expres de lege, este valabilă până la expirarea termenului ei de valabilitate.

18) În cazul vânzării-cumpărării dispozitivului publicitar fix, autoritatea emitentă a autorizației pentru dispozitiv publicitar, în baza contractului de vânzare-cumpărare, a cererii titularului autorizației valabile și a cererii cumpărătorului dispozitivului publicitar fix, în termen de 10 zile lucrătoare, anulează autorizația pentru dispozitiv publicitar eliberată anterior vânzătorului și eliberează cumpărătorului, gratuit, o autorizație pentru dispozitiv publicitar. Autorizația eliberată cumpărătorului este valabilă până în ziua în care urma să expire termenul de valabilitate al autorizației eliberate anterior vânzătorului.

19) Încălcările constatate în procesul de control al respectării legislației privind conținutul imaginilor publicitare în publicitatea exterioară nu constituie temei pentru suspendarea/retragerea/anularea autorizației pentru dispozitiv publicitar.

**20.** Construcția, amplasarea și exploatarea  dispozitivului publicitar fix

1) Dispozitivul publicitar fix se proiectează și se construiește în conformitate cu prevederile acestui regulament;

 2) Dispozitivul publicitar fix poate fi amplasat doar după eliberarea autorizației pentru dispozitiv publicitar, cu excepția cazului prevăzut la pct. 19 sbp. 11).

3) Fiecare dispozitiv publicitar fix trebuie să conțină datele de identificare în publicitate ale titularului autorizației pentru dispozitiv publicitar.

4) Fiecare dispozitiv publicitar fix este amplasat astfel încât proiecția la sol a acestuia să fie în totalitate în interiorul proprietății prevăzute în autorizația pentru dispozitiv publicitar.

5) Realizarea lucrărilor de fundare/ancorare, necesare pentru asigurarea stabilității dispozitivului publicitar fix, se execută sub cota suprafeței solului/trotuarului.

6) Titularul autorizației pentru dispozitiv publicitar este obligat să amplaseze dispozitivul publicitar fix într-un termen de 6 luni din ziua eliberării autorizației.

7) În perioada amplasării și/sau exploatării dispozitivului publicitar fix, la solicitarea titularului autorizației pentru dispozitiv publicitar, autoritatea administrației publice locale:

a) asigură titularului autorizației accesul la locul amplasării și/sau exploatării dispozitivului publicitar fix aflat pe terenurile și/sau imobilele ce fac parte din domeniul public al statului;

b) oferă titularului autorizației acces la informațiile ce au ca obiect reglementările şi cerințele privind efectuarea lucrărilor de terasament, montare și exploatare a dispozitivelor publicitare fixe;

c) în termen de 10 zile lucrătoare, oferă titularului autorizației consultații, privind amplasarea/exploatarea dispozitivului publicitar fix.

**21.** Interdicții privind amplasarea dispozitivelor publicitare fixe, inclusiv în zona drumurilor  publice

1) Este interzisă amplasarea dispozitivelor publicitare fixe:

a) pe imobilele muzeelor;

b) pe arbori și/sau prin vătămarea/distrugerea de arbori;

c) în interiorul rondurilor cu circulație în sens giratoriu;

d) pe partea carosabilă a drumurilor publice, indiferent de categoria acestora;

e) pe monumente de importanță națională sau locală, precum și în zonele de protecție a acestora;

f) pe monumentele istorice, cu excepția firmelor și a mesh-urilor publicitare amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare în condițiile prezentei legi;

g) în incinta și pe elementele de împrejmuire ale cimitirelor și ale lăcașurilor de cult;

h) pe planșeele (acoperămintele) pasajelor pietonale subterane;

i) pe pilonii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație, cu excepția publicității temporare;

j) al căror aspect poate fi confundat cu indicatoarele rutiere și cu alte mijloace de semnalizare rutieră;

k) pe instalațiile de semaforizare sau astfel încât să fie redusă vizibilitatea semafoarelor și a indicatoarelor rutiere;

l) pe rețelele subterane de apă, gaze, telefonie și canalizare.

2) Se interzice amplasarea și exploatarea mijloacelor de difuzare a publicității sonore, cu excepția celor amplasate temporar în ariile de desfăşurare a acţiunilor de masă, a târgurilor, a expoziţiilor sau a competiţiilor sportive.

3) În extravilanul localităților, în zona drumurilor publice naţionale sau locale de interes raional şi/sau în zonele de protecţie ale acestora, dispozitivele publicitare fixe se amplasează în conformitate cu prezenta lege și cu Legea drumurilor nr. 509/1995.

**22.** Amplasarea dispozitivelor publicitare fixe în intravilanul  orașului, inclusiv în zona  drumurilor publice

1) Distanța minimă dintre dispozitivele publicitare fixe amplasate în zona drumurilor publice din intravilanul orașului:

a) în cazul dispozitivelor publicitare fixe cu suprafața mai mică de 12 m2;

b) în cazul dispozitivelor publicitare fixe cu suprafața cuprinsă între 12 m2 și 36 m2;

c) în cazul dispozitivelor publicitare fixe cu suprafața mai mare de 36 m2;

2) Distanța minimă dintre dispozitivele publicitare fixe pe porțiunile curbe ale drumurilor publice din intravilanul localităților;

3) Distanța minimă dintre dispozitivele publicitare fixe în spațiile pietonale;

4) Înălțimea minimă de suspendare a muchiei inferioare a dispozitivului publicitar fix.

5) Muchia laturii inferioare a dispozitivelor publicitare suspendate deasupra carosabilului se amplasează la înălţimea minimă de 4,25 m de la cota carosabilului.

(6) În intravilanul localităților, distanța minimă dintre carosabil și pilonul dispozitivului publicitar fix este de 0,8 m.

7) În cazul amplasării dispozitivelor publicitare fixe în zona drumurilor publice din intravilanul localităților, prevederile Legii drumurilor nr.509/1995 referitoare la amplasarea dispozitivelor publicitare fixe se aplică în măsura în care nu contravin prevederilor Legii nr. 62/2022 cu privire la publicitate.

**23.** Cerințe speciale privind amplasarea  unor categorii de dispozitive publicitare

1) Steagurile publicitare se amplasează doar pe teritoriul expoziţiilor, al târgurilor, al magazinelor şi supermagazinelor, al parcurilor și întreprinderilor industriale, al zonelor de desfăşurare a acţiunilor în masă şi a celor sportive. Steagurile publicitare se amplasează la înălţimea minimă de 2,5 m de la cota terenului.

2) Indicatoarele publicitare direcționale pot fi instalate în cazul necesităţii de a indica locul aflării obiectivului de interes public.

**24.**  Dispozitivele publicitare fixe din intravilanul orașului pot fi racordate la reţeaua de iluminare și pot fi iluminate pe timp de noapte, cu excepția cazurilor în care nu există posibilități tehnice de racordare la reţeaua de iluminare.

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

1) În publicitatea exterioară, dispozitivele publicitare mobile sunt amplasate și exploatate în temeiul autorizației pentru dispozitiv publicitar care este eliberată de către autoritatea administrației publice locale.

2) În publicitatea exterioară, autorizația pentru dispozitiv publicitar este eliberată în temeiul paşaportului dispozitivului publicitar mobil.

3) Dispozitivele publicitare netradiționale (baloane gonflabile, aerostate, bannere remorcate de avioane, instalaţii de proiecţie a imaginilor publicitare etc.) sunt exploatate în temeiul unei autorizații eliberate de către autoritatea abilitată.

4) Se interzice amplasarea și exploatarea mijloacelor de difuzare a publicității sonore, cu excepția celor amplasate temporar în ariile de desfăşurare a acţiunilor de masă, a târgurilor, a expoziţiilor sau a competiţiilor sportive.

5) Este interzisă publicitatea prin rețelele de informare sonoră a pasagerilor în mijloacele de transport public, în stații și în gări. Această interdicție nu se aplică mesajelor de interes public.

**26.** Publicitatea pe vehicule

1) Afișarea imaginilor publicitare pe/în vehiculele aflate în trafic interraional sau internațional, de pasageri sau de mărfuri, se efectuează pe bază de contracte încheiate cu proprietarii acestora, în baza autorizației eliberate de autoritatea administrației publice locale pe al cărei teritoriu este înregistrat respectivul vehicul și a avizului prealabil eliberat de poliție.

2) Pe taximetre și pe vehiculele destinate publicității, imaginile publicitare sunt afișate în baza autorizației eliberate de autoritatea administraţiei publice locale pe al cărei teritoriu este înregistrat respectivul vehicul și a avizului prealabil eliberat de poliție.

3) Este interzisă afișarea imaginilor publicitare pe/în vehicule în următoarele cazuri:

a) pe suprafețe de sticlă/transparente, fapt ce obstrucționează vederea din interiorul vehiculului;

b) pe unităţile de transport ale serviciilor de urgenţă;

c) pe unităţile de transport și utilajele destinate reparației drumurilor;

d) în alte cazuri prevăzute în mod expres de lege.

**27.** În publicitatea exterioară pot fi încasate doar taxele prevăzute de Codul fiscal.

**Capitolul IV**

**MESAJELE DE INTERES PUBLIC**

**28.** Mesajele de interes public pot avea ca obiect:

a) valorile și principiile constituționale;

b) drepturile și libertățile fundamentale ale omului;

c) modul de viaţă sănătos și ocrotirea sănătăţii;

d) drepturile și obligațiile persoanelor fizice, inclusiv ale cetățenilor străini și ale apatrizilor cu domiciliul sau reşedinţa temporară pe teritoriul Republicii Moldova;

e) drepturile și obligațiile instituțiilor publice și ale autorităților publice centrale și/sau locale, condițiile de acces și de utilizare a serviciilor publice oferite gratuit de către instituțiile și autoritățile publice;

f) protecţia mediului;

g) informarea cetățenilor cu privire la alegeri și/sau referendumuri în perioadele electorale, în conformitate cu legislația electorală;

h) prevederi legale/normative care, datorită noutății și impactului lor social, necesită măsuri de informare suplimentară;

i) decizii sau acțiuni privind securitatea publică;

j) prevenirea riscurilor sau a daunelor de orice natură pentru sănătatea oamenilor sau patrimoniul natural;

k) resursele energetice regenerabile și/sau integritatea resurselor energetice;

l) protecţia socială a populaţiei;

m) promovarea consumului produselor autohtone;

n) patrimoniul lingvistic, cultural și istoric al Republicii Moldova;

o) diversitatea culturală și/sau socială;

p) alte valori și/sau scopuri de interes public, prevăzute în prezenta lege și/sau în Planul de difuzare a mesajelor de interes public.

**29.** Mesajele de interes public nu pot conține niciuna dintre următoarele informații:

a) care nu au ca obiect promovarea unor valori și/sau scopuri de interes public;

b) privind realizările manageriale și/sau obiectivele realizate de entități din sectorul public;

c) care constituie publicitate politică;

d) care au ca scop influențarea procesului de adoptare a unor acte normative;

e) care constituie publicitate comercială;

f) care exploatează suferința umană, aducând atingere demnității persoanei;

g) care recurg la fapte șocante, de natură să justifice solicitări exagerate ori să inducă sentimente de teamă sau anxietate;

h) care îi face pe cei care nu sunt de acord cu mesajul conținut în ea să se simtă vinovați sau datori;

i) care solicită contribuție în bani din partea minorilor;

j) privind evenimentele culturale sau sportive la care accesul este contra plată.

**30.** Fiecare mesaj de interes public trebuie să conțină genericul „Mesaj de interes public”.

**Capitolul V**

**PUBLICITATEA COMERCIALĂ**

**31.** Publicitatea comercială al cărei furnizor este un comerciant nu poate să conțină niciuna dintre următoarele informații:

a) datele de identificare în publicitate ale unui partid politic și/sau informații privind activitatea acestuia, datele de identificare în publicitate ale unei organizaţii social-politice și/sau informații privind activitatea acesteia, numele și prenumele, imaginea sau vocea unor politicieni, informații privind proiectele politice (inclusiv cauze, inițiative sau idei), simboluri (expresii, desene, imagine sau voce) utilizate de partidele politice și/sau organizațiile social-politice;

b) datele de identificare în publicitate și/sau mijloacele de individualizare ale entității din sectorul public care nu este un comerciant.

**32.** Este interzisă publicitatea comercială:

a) ce reprezintă o acțiune de concurență neloială, conform Legii concurenţei nr. 183/2012;

b) pentru un produs a cărui producere și/sau comercializare este interzisă prin lege;

c) ce discreditează consumatorul de publicitate care nu folosește produsul ce constituie obiect al publicității.

**33.** Publicitatea înșelătoare

(1) Publicitatea înșelătoare conţine date ce nu corespund realităţii în ceea ce priveşte unul sau mai multe dintre următoarele aspecte:

1) caracteristicile bunului sau ale serviciului:

a) disponibilitatea;

b) natura;

c) modul de execuție;

d) compoziția;

e) metoda de fabricație sau de prestare;

f) data fabricației sau a prestării;

g) dacă acesta corespunde scopului;

h) destinația;

i) cantitatea;

j) parametrii tehnico-funcționali, inclusiv durata de funcționare și/sau termenul de valabilitate/garanție;

k) originea geografică sau comercială;

l) rezultatele așteptate ca urmare a utilizării;

m) rezultatele și caracteristicile esențiale ale testelor sau controalelor efectuate asupra acestuia;

2) prețul sau modul de calcul al prețului bunului sau al serviciului, inclusiv:

a) existența și mărimea reducerilor;

b) existența și mărimea tarifelor;

c) dobândirea unor drepturi sau avantaje în cazul procurării/prestării acestuia;

d) condițiile în care acesta se distribuie/se prestează, inclusiv datele privind timpul şi locul de distribuție/prestare, transportul, preschimbarea, restituirea, reparaţia şi/sau deservirea;

e) sursa de informare suplimentară/completă, a cărei dezvăluire obligatorie în publicitate este prevăzută de legislație;

3) natura, competențele și drepturile furnizorului de publicitate și/sau ale altui comerciant menționat în publicitate:

a) identitatea și/sau mijloacele de individualizare;

b) patrimoniul;

c) calificările, inclusiv datele privind deținerea actelor necesare pentru fabricarea bunului, prestarea serviciului și/sau comercializarea acestuia;

d) statutul juridic;

e) deținerea drepturilor de proprietate intelectuală;

f) datele statistice selective, inclusiv cele ce vizează volumul producerii/vânzării bunului sau prestării serviciului;

g) premiile și/sau distincțiile, inclusiv aprecierea cu medalii, diplome şi alte distincții;

4) normele de desfășurare a concursului, a jocului ori a unei activități similare, inclusiv:

a) termenele de primire a cererilor de participare;

b) numărul și/sau valoarea premiilor;

c) termenele și modul (inclusiv locul) de primire a premiilor;

d) sursa de informații suplimentare;

5) alte informații care nu corespund realității.

**34.** Publicitatea comercială difuzată de mass-media în schimbul unei plăţi/contraprestații, fără însă ca publicitatea respectivă să fie precizată clar, fie în cuprins, fie prin imagini ori sunete uşor de identificat de către consumatorii de publicitate, reprezintă publicitate comercială înșelătoare.

**35.** Publicitatea comparativă

1) În ceea ce privește comparația, publicitatea comparativă este permisă în cazul în care sunt întrunite cumulativ următoarele condiții:

a) nu este o publicitate înșelătoare în sensul noțiunii „publicitate înşelătoare”;

b) nu constituie o practică comercială înșelătoare în conformitate cu art. 13 din Legea nr. 105/2003 privind protecția consumatorilor;

c) compară bunuri ori servicii care răspund acelorași necesități sau care sunt destinate acelorași scopuri;

d) compară în mod obiectiv una sau mai multe caracteristici esențiale, relevante, verificabile și reprezentative ale bunurilor sau serviciilor, care pot include și prețul;

e) nu discreditează sau nu denigrează mărci, denumiri comerciale, alte semne distinctive, bunurile, serviciile, activitățile sau situația unui concurent;

f) în cazul produselor cu denumire de origine sau cu indicație geografică, se referă în fiecare caz la produse cu aceeași denumire;

g) nu profită în mod neloial de reputația unei mărci, unei denumiri comerciale sau a altor semne distinctive ale unui concurent ori a denumirii de origine a produselor concurente;

h) nu prezintă bunurile sau serviciile ca imitații ori reproduceri ale bunurilor sau serviciilor purtând o marcă ori o denumire comercială protejată;

i) nu creează confuzie între comercianți, între un comerciant și un concurent al acestuia sau între mărci, denumiri comerciale, alte semne distinctive, între bunurile sau serviciile comerciantului și cele ale unui concurent.

2) Comparaţiile care se referă la o ofertă specială trebuie să indice, în mod clar şi neechivoc, data la care încetează oferta sau, dacă este cazul, faptul că oferta specială se referă la stocul de bunuri sau servicii disponibil, iar dacă oferta specială nu a început încă, data de începere a perioadei în care se aplică prețul special sau alte condiții specifice.

3) Publicitatea comparativă care nu întrunește cerințele prevăzute la sbp. 1) și 2) este interzisă.

**36.** Este interzisă publicitatea comercială care:

a) conţine elemente ce dăunează minorilor din punct de vedere fizic, moral, intelectual sau psihic;

b) încurajează minorii să cumpere bunuri sau servicii profitând de lipsa de experienţă sau de credulitatea acestora;

c) sugerează că posesia ori folosirea unui produs va oferi minorului un avantaj fizic ori social asupra celorlalți copii de vârsta lui sau că lipsa acelui produs va avea un efect opus;

d) afectează relaţiile speciale care există între minori, pe de o parte, şi părinţi sau cadrele didactice, pe de altă parte;

e) conține afirmații sau reprezentări care riscă să le cauzeze minorilor un prejudiciu de natură fizică, psihologică sau morală ori să-i împingă spre situații sau activități care ar putea să le pună în pericol sănătatea sau siguranța, ori să-i încurajeze să frecventeze persoane sau locuri periculoase ori necunoscute;

f) prezintă, în mod nejustificat, minori în situaţii periculoase.

**37.** Difuzorii de publicitate nu au dreptul să difuzeze publicitate comercială în următoarele cazuri:

a) publicitatea prezentată spre difuzare este în contradicție cu cerințele privind conținutul publicității;

b) lipsește un contract de difuzare a publicității încheiat în formă scrisă, cu excepția cazurilor prevăzute la art. 19 alin. (1) din Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate;

c) difuzarea publicității are ca efect încălcarea cerințelor legislației privind modul și/sau timpul de difuzare a publicității comerciale.

**38.** În perioada electorală este interzisă difuzarea publicității comerciale cu participarea unuia sau mai multor subiecți ai publicității politice.

**39.**  Publicitatea comercială al cărei furnizor este un comerciant trebuie să conțină genericul „Publicitate comercială”, „Publicitate”, semnul „P” sau o altă formă de identificare;

**Capitolul VI**

**PUBLICITATEA POLITICĂ**

**40.**  În perioada extraelectorală, conținutul publicității politice trebuie să corespundă prevederilor art. 7 din Legea 62/2022 cu privire la publicitate. În perioada electorală, aceste prevederi se aplică în măsura în care nu contravin prevederilor Codului electoral.

**41.** Publicitatea politică nu poate să conțină niciuna dintre următoarele informații:

a) datele de identificare în publicitate ale comerciantului, inclusiv ale comerciantului care a plătit pentru difuzarea publicității politice, cu excepțiile prevăzute la pct. 42;

b) mijloacele de individualizare ale comerciantului;

c) produsele sau mijloacele de individualizare ale produselor comerciantului;

d) datele de identificare în publicitate ale unei entități din sectorul public sau mijloacele de individualizare ale acesteia.

**42.** Informațiile ce trebuie incluse în conținutul publicității politice sunt stabilite de Comisia Electorală Centrală, în conformitate cu Codul electoral.

**43.** În perioada extraelectorală, publicitatea politică este difuzată în conformitate cu Codul electoral și cu Legea 62/2022 cu privire la publicitate. Comisia Electorală Centrală instituie reglementări suplimentare privind difuzarea publicității politice în perioada extraelectorală, în conformitate cu Codul electoral.

**44.** Publicitatea politică trebuie să conțină genericul „Publicitate politică”

 **45.** Regulament privind modul de furnizare, distribuire și difuzare a publicității politice, electorale și a mesajelor de interes public, aprobat prin hotărârea Comisiei Electorale Centrale nr. 1155/2023

**Capitolul VII**

**DISPOZIȚII SPECIALE PRIVIND PUBLICITATEA PENTRU ANUMITE PRODUSE**

**46.** Este interzisă publicitatea pentru producția alcoolică:

a) la competițiile sportive sau de altă natură, prin referiri la denumirea/marca comercială a unei băuturi alcoolice;

b) adresată minorilor, în care sunt imagini ale minorilor și/sau relatări ale persoanelor ce se bucură de autoritate în rândul minorilor;

c) care stabilește o legătură între consumul de alcool şi îmbunătăţirea calităţilor fizice, psihice sau a abilităţii în conducerea de vehicule;

d) care sugerează că, prin consumul de alcool, se pot obţine performanţe sociale ori sexuale;

e) care sugerează că alcoolul are calităţi terapeutice sau că acesta este stimulent, sedativ, sau este un mijloc de soluţionare a problemelor personale;

f) care încurajează consumul excesiv de alcool şi/sau pune într-o lumină negativă consumul moderat sau abţinerea de la consumul de alcool;

g) care prezintă drept o calitate conţinutul ridicat în alcool al băuturilor;

h) în producţia cinematografică, tipărită sau online, destinată minorilor;

i) pe prima și ultima pagină a ziarelor, pe coperte şi pe prima pagină a revistelor, pe pagina de deschidere a mass-mediei digitale;

j) pe/în mijloacele de transport public, în stații;

k) în instituţiile de învățământ preuniversitar și superior, precum și în instituții medicale;

l) amplasată pe o rază mai mică de 200 m de la cea mai apropiată intrare într-o instituţie de învăţământ, într-un cămin pentru elevi sau studenţi, într-o instituție medicală, cât şi în preajma acestora.

**47.** Publicitatea audiovizuală pentru producția alcoolică este însoţită, în toate cazurile, de avertismentul privind dauna consumului excesiv de alcool.

**48.** Publicitatea produselor din tutun este reglementată de Legea nr.278/2007 privind controlul tutunului.

**49.** Publicitatea pentru medicamente este reglementată prin Legea nr.1409/1997 cu privire la medicamente.

**50.** Se interzice publicitatea pentru orice tip de arme, muniții, explozivi, metode și mijloace pirotehnice în alte locuri decât cele de comercializare a acestora sau în revistele de specialitate.

**51.** Publicitatea pentru jocurile de noroc, pentru pariurile pe competiţii/evenimente sportive şi pentru alte activităţi din domeniul jocurilor de noroc este reglementată prin Legea nr.291/2016 cu privire la organizarea și desfășurarea jocurilor de noroc.

**52.** Se interzice difuzarea publicității pentru serviciile financiare (inclusiv cele bancare), pentru serviciile de asigurare, pentru serviciile de investiţii legate de utilizarea mijloacelor băneşti ale persoanelor fizice şi juridice, precum şi pentru valorile mobiliare, al cărei conținut:

a) are ca obiect mărimile presupuse ale venitului din valorile mobiliare (cu excepţia valorilor mobiliare cu venit fixat) şi pronosticul creşterii cursului lor;

b) garantează mărimea dividendelor pentru acţiunile nominative ordinare;

c) garantează în mod public sau în alt mod aduce la cunoştinţa investitorilor informaţia privind asigurarea valorii mobiliare respective în raport cu alte valori mobiliare;

d) prezintă garanţii, promisiuni sau presupuneri cu privire la viitoarea eficienţă (rentabilitate) a activităţii, inclusiv comunicarea creşterii cursului valorii mobiliare.

**53.** Se interzice publicitatea pentru valorile mobiliare:

a) până în momentul înregistrării ofertelor publice de valori mobiliare;

b) în perioada suspendării emisiunii de valori mobiliare.

**Capitolul VIII**

**AUTOREGLEMENTAREA ÎN DOMENIUL PUBLICITĂȚII**

**54.**  Organizaţiile din domeniul publicității au dreptul să colaboreze cu autoritățile publice în vederea promovării politicilor în domeniul publicității şi pentru implementarea reglementărilor legislaţiei cu privire la publicitate.

**55.** Organele abilitate să constate contravenţiile în domeniul publicității şi să aplice sancţiuni au dreptul să solicite organizaţiilor profesionale cu rol de autoreglementare formularea și prezentarea de avize cu privire la contravenţiile în cauză.

**Capitolul IX**

**CONTROLUL DE STAT, MONITORIZAREA**

**ȘI SANCȚIUNILE ÎN DOMENIUL PUBLICITĂȚII**

**56.** Controlul privind respectarea legislației cu privire la publicitate se realizează de către:

a) Consiliul Concurenței – în limita atribuțiilor sale prevăzute de Legea concurenţei nr. 183/2012;

b) Consiliul Audiovizualului – în limita atribuțiilor sale prevăzute de Codul serviciilor media audiovizuale pe domeniul publicității și al altor forme de comunicări comerciale audiovizuale, difuzate de serviciile media audiovizuale liniare și serviciile media audiovizuale neliniare;

c) Poliție – în limita atribuţiilor sale prevăzute de Legea nr.131/2007 privind siguranţa traficului rutier şi Legea nr. 320/2012 cu privire la activitatea Poliţiei şi statutul poliţistului.

**57.**  În publicitatea exterioară, monitorizarea respectării legislației se efectuează în conformitate cu legislația în vigoare.

**58.**  Pentru încălcarea legislaţiei cu privire la publicitate, persoanele fizice şi persoanele juridice poartă răspundere în conformitate cu legislaţia.

**59.** Furnizorul de publicitate este responsabil de prezentarea unor informații false pentru producerea publicității. Sarcina probei privind autenticitatea publicității revine furnizorului de publicitate.

**60.** Producătorul de publicitate este responsabil:

a) de prezentarea spre distribuire/difuzare a publicității subliminale;

b) de încălcarea dreptului de autor și a drepturilor conexe;

c) de încălcarea dreptului la propria imagine;

d) în alte cazuri prevăzute în mod expres de legislația cu privire la publicitate.

**61.** În cazul imposibilității de a identifica producătorul de publicitate, responsabilitatea pentru faptele prevăzute la pct.58 revine furnizorului de publicitate și/sau distribuitorului de publicitate.

**62.** Distribuitorul de publicitate este responsabil:

a) de prezentarea spre difuzare a publicității subliminale;

b) de conținutul publicității pe care o prezintă spre difuzare, prin care ar putea fi ori sunt încălcate prevederile legislației cu privire la publicitate;

c) în alte cazuri prevăzute în mod expres de legislația cu privire la publicitate.

**63.** În cazul imposibilității de a identifica distribuitorul de publicitate, responsabilitatea pentru faptele prevăzute la pct.60 revine difuzorului de publicitate.

**64.** Difuzorul de publicitate este responsabil:

a) de difuzarea publicității prin care se încalcă cerințele legislației privind protecția copiilor în domeniul publicității comerciale;

b) de încălcarea prevederilor legislației privind locul, timpul și/sau mijloacele de difuzare a publicității;

c) de difuzarea publicității politice cu încălcarea prevederilor art. 9 alin. (2)–(4) din Legea 62/2022 cu privire la publicitate;

d) de difuzarea publicității politice în lipsa unui contract și/sau de încălcarea legislației privind plata serviciilor de difuzare a publicității politice;

e) de difuzarea mesajelor de interes public cu încălcarea prevederilor art. 13 alin. (2)–(6) din Legea 62/2022 cu privire la publicitate;

f) de difuzarea mesajelor de interes public în lipsa unui contract și/sau de încălcarea legislației privind plata serviciilor de difuzare a mesajelor de interes public;

g) în alte cazuri prevăzute în mod expres de legislația cu privire la publicitate.

**65.**Încălcarea legislaţiei cu privire la publicitate

1) Amplasarea mijloacelor de publicitate exterioară fără permisiunea autorităţii administraţiei publice locale şi fără acordarea, în modul stabilit, a unui spaţiu de afişaj se sancţionează cu amendă de la 12 la 90 de unităţi convenţionale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 24 la 120 de unităţi convenţionale aplicată persoanei cu funcţie de răspundere, cu amendă de la 36 la 180 de unităţi convenţionale aplicată persoanei juridice.

2) Amplasarea mijloacelor de publicitate exterioară pe arbori se sancţionează cu amendă de la 12 la 90 de unităţi convenţionale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 24 la 120 de unităţi convenţionale aplicată persoanei cu funcţie de răspundere, cu amendă de la 36 la 180 de unităţi convenţionale aplicată persoanei juridice.

3) Amplasarea mijloacelor de publicitate exterioară pe un monument arheologic, un monument istoric sau un monument de for public sau în zona de protecție a acestuia se sancționează cu amendă de la 36 la 120 de unități convenționale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 60 la 180 de unități convenționale aplicată persoanei cu funcție de răspundere, cu amendă de la 120 la 240 de unități convenționale aplicată persoanei juridice.

4) Amplasarea sau difuzarea publicităţii produselor şi a serviciilor supuse certificării sau licenţierii în cazul în care producătorii lor nu dispun de certificat sau de licenţă, precum şi amplasarea sau difuzarea publicităţii produselor şi a serviciilor interzise producerii şi comercializării se sancţionează cu amendă de la 12 la 90 de unităţi convenţionale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 24 la 120 de unităţi convenţionale aplicată persoanei cu funcţie de răspundere, cu amendă de la 36 la 180 de unităţi convenţionale aplicată persoanei juridice.

5) Amplasarea sau difuzarea publicităţii produselor şi a serviciilor cu folosirea neautorizată a simbolurilor statului se sancţionează cu amendă de la 12 la 90 de unităţi convenţionale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 24 la 120 de unităţi convenţionale aplicată persoanei cu funcţie de răspundere, cu amendă de la 36 la 180 de unităţi convenţionale aplicată persoanei juridice.

6) Prezentarea, producerea sau difuzarea fără autorizaţie a publicităţii şedinţelor medicale în masă cu folosirea metodelor de influenţă psihică se sancţionează cu amendă de la 12 la 90 de unităţi convenţionale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 24 la 120 de unităţi convenţionale aplicată persoanei cu funcţie de răspundere, cu amendă de la 36 la 180 de unităţi convenţionale aplicată persoanei juridice.

7) Difuzarea publicităţii exterioare care nu întruneşte condiţiile prevăzute de legislaţie se sancţionează cu amendă de la 12 la 90 de unităţi convenţionale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 180 la 300 de unităţi convenţionale aplicată persoanei juridice.

8) Prezentarea, producerea ori difuzarea publicităţii neoneste, neautentice, amorale, sexiste sau a oricărei alte publicităţi ce contravine legii şi ordinii publice de către agenţii de publicitate se sancţionează cu amendă de la 18 la 90 de unităţi convenţionale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 120 la 240 de unităţi convenţionale aplicată persoanei cu funcţie de răspundere, cu amendă de la 240 la 300 de unităţi convenţionale aplicată persoanei juridice.

9) Prezentarea, producerea ori difuzarea publicității cu implicarea și participarea persoanelor care nu au atins vîrsta de 18 ani, precum şi utilizarea imaginilor cu chipurile acestora în scopuri de publicitate şi promovare a produselor alimentare nerecomandate preșcolarilor și elevilor se sancționează cu amendă de la 18 la 90 de unități convenționale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 120 la 240 de unități convenționale aplicată persoanei cu funcție de răspundere, cu amendă de la 240 la 300 de unități convenționale aplicată persoanei juridice.

10) Prezentarea ori difuzarea publicității produselor alimentare nerecomandate preşcolarilor şi elevilor şi promovarea acestora în instituţiile de învățămînt general şi profesional tehnic, precum și în taberele de odihnă şi întremare a sănătăţii copiilor şi adolescenţilor, indiferent de tipul de proprietate şi de forma juridică de organizare a lor, se sancționează cu amendă de la 18 la 90 de unități convenționale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 120 la 240 de unități convenționale aplicată persoanei cu funcție de răspundere, cu amendă de la 240 la 300 de unități convenționale aplicată persoanei juridice.

11) Afişarea în blocurile locative, în afara panourilor informative (publicitare) sau în afara locurilor destinate pentru publicitate, a diverselor informaţii se sancţionează cu amendă de la 6 la 12 unităţi convenţionale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 30 la 60 de unităţi convenţionale aplicată persoanei cu funcţie de răspundere.

12) Producerea, distribuirea, furnizarea și/sau difuzarea publicității politice care nu întrunește condițiile Legii nr.62/2022 cu privire la publicitate și ale Codului electoral nr.325/2022 se sancționează cu amendă de la 40 la 90 de unități convenționale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 120 la 240 de unități convenționale aplicată persoanei cu funcție de răspundere, cu amendă de la 180 la 300 de unități convenționale aplicată persoanei juridice și/sau cu privarea de dreptul de a desfășura anumite activități pe un termen de la 3 luni la un an.

**66.**Încălcarea legislaţiei cu privire la publicitatea şi sponsorizarea produselor din tutun

1) Amplasarea și/sau difuzarea publicității în favoarea produselor din tutun, a produselor conexe, a dispozitivelor și a accesoriilor de utilizare, reîncărcare sau încălzire a acestora și promovarea, inclusiv prin sponsorizare, a produselor din tutun, a produselor conexe, a dispozitivelor și a accesoriilor de utilizare, reîncărcare sau încălzire a acestora, care au drept scop sau efect, direct ori indirect, stimularea vînzărilor și sporirea consumului produselor din tutun și a produselor conexe,se sancţionează cu amendă de la 84 la 90 de unităţi convenţionale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 270 la 300 de unităţi convenţionale aplicată persoanei juridice cu privarea de dreptul de a desfăşura o anumită activitate pe un termen de la 6 luni la un an.

2) Utilizarea mărcilor comerciale ale produselor din tutun, ale produselor conexe, ale dispozitivelor și ale accesoriilor de utilizare, reîncărcare sau încălzire a acestora la promovarea altor produse sau servicii, precum și utilizarea mărcilor comerciale ale altor produse sau servicii la promovarea produselor din tutun, a produselor conexe, a dispozitivelor și a accesoriilor de utilizare, reîncărcare sau încălzire a acestora, utilizarea accesoriilor pentru fumat, a dispozitivelor și a accesoriilor de utilizare, reîncărcare sau încălzire a produselor din tutun și a produselor conexe în scopul promovării, directe sau indirecte, a produselor din tutun și/sau a produselor conexe, oferirea promoțională sau în calitate de cadou a produselor din tutun și/sau a produselor conexe, a dispozitivelor și accesoriilor de utilizare, reîncărcare sau încălzire a acestora se sancţionează cu amendă de la 60 la 72 de unităţi convenţionale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 240 la 270 de unităţi convenţionale aplicată persoanei juridice cu privarea de dreptul de a desfăşura o anumită activitate pe un termen de la 6 luni la un an.

**67.**Distrugerea sau deteriorarea intenţionată a afişelor (cu excepţia celor electorale), avizelor, anunţurilor, altor obiecte ale activităţii de publicitate se sancţionează cu amendă de la 6 la 18 unităţi convenţionale sau cu muncă neremunerată în folosul comunităţii de la 30 la 60 de ore.

 **68.** Juristul, specialiştii în urbanism și relații funciare (precum și alți funcționari administraației publice locale), în limita competențelor sale, monitorizează respectarea cadrului normativ-legal de amplasare a dispozitivelor publicitare și / sau eliberare a autorizațiilor pentru plasarea publicității exterioare în oraşul Ştefan Vodă.

**Capitolul X**

**DISPOZIŢII FINALE ŞI TRANZITORII**

**69.** Prezentul regulament întră în vigoare în data aprobării.

 **70.** La data intrării în vigoare a prezentului regulament se abrogă regulamentul aprobat prin decizia Consiliului orășenesc nr. 2/4.5. din 25.02.2010.

Anexa nr.1 la Regulament cu privire la amplasarea dispozitivelor publicitare și autorizarea publicității exterioară în oraşul Ştefan Vodă

**Primarului or. Ştefan Vodă**

**CERERE pentru obţinerea autorizaţiei de amplasare a publicităţii exterioare**

Subsemnatul (nata) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ cu domiciliu/sediul în \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ str. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

telefon: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ e-mail: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

în conformitate cu Regulamentul cu privire la amplasarea dispozitivelor publicitare și autorizarea publicității exterioară în oraşul Ştefan Vodă, aprobat prin decizia Consiliului orăşenesc Ştefan Vodă nr. 6/\_\_ din \_\_.\_\_.2023, solicit eliberarea autorizaţiei de amplasare a publicităţii exterioare pe dispozitivul publicitar pe adresa \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ nr. cadastral \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Declar sub propria răspundere, că terminul de amplasare a publicităţii exterioare va constitui\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

semnatura solicitantului \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ data “\_\_” \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 202\_\_

**LISTA DOCUMENTELOR ANEXATE**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nr.** | **Denumirea documentului** | **Notă**  |
| **1.** | persoană fizică – copia de pe buletinul de identitate și extrasul din Registrul de stat al întreprinzătorilor individuali;persoană juridică – extrasul din Registrul de stat al persoanelor juridice |  |
| **2.** | informații privind locul preconizat pentru amplasarea dispozitivului publicitar fix, însoțite de o copie de pe harta topografică la scara 1:500, cu indicarea exactă a locului preconizat pentru amplasare, și de fotografia acestuia |  |
| **3.** | informații privind dispozitivul publicitar fix, inclusiv dimensiunile, numărul de feţe, suprafaţa imaginii publicitare și categoria dispozitivului publicitar |  |
| **4.** | *\* în cazul dispozitivelor publicitare fixe ce urmează a fi amplasate pe pereţii sau pe acoperişul unor imobile, inclusiv pe pavilioanele staţiilor de transport public sau pe chioşcurile aflate în proprietate privată, se prezintă acordul scris al proprietarului/proprietarilor respectivului bun imobil sau al reprezentantului legal al acestuia/acestora* |  |
| **5.** | *\* în cazul în care dispozitivul publicitar fix este amplasat în extravilanul localității, în zona unui drum public naţional sau local de interes raional şi/sau în zonele de protecţie ale acestuia, se prezintă și actele prevăzute în anexa nr. 3 la Legea drumurilor nr. 509/1995* |  |

Anexa nr.2 la Regulament cu privire la amplasarea dispozitivelor publicitare și autorizarea publicității exterioară în oraşul Ştefan Vodă



**REPUBLICA MOLDOVA**

**PRIMĂRIA ORAȘULUI ȘTEFAN VODĂ**

**MD 4201, or. Ştefan Vodă, str. Ştefan cel Mare, 31, tel/fax (242) 2-23-96, e-mail:** ***primaria.stefan-voda@apl.gov.md***

**AUTORIZAŢIA DE AMPLASARE**

**A PUBLICITĂŢII EXTERIOARE**

**PE DISPOZITIVUL PUBLICITAR**

**Nr. \_\_\_\_\_\_\_\_\_din „\_\_”** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**2023**

Ca urmare a cererii adresate de către \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ cod fiscal \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

cu sediul / domiciliul \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ înregistrată cu nr. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ din \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ în conformitate cu prevederile Legii nr. 62 din 17.03.2022 „cu privire la publicitate”

**SE AUTORIZEAZĂ AMPLASAREA:**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ în oraşul Ştefan Vodă, pe dispozitivul publicitar tip \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

cu suprafaţa \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

instalat pe strada\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

în următoarele condiţii:

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Terminul de începere a plasării publicităţii este \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de la data eliberării autorizaţiei

Prezenta autorizaţie este valabilă \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de la data eliberării autorizaţiei

**PRIMAR \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

 **L. Ş.**

**SPECIALISTUL \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Anexa nr.3 la Regulament cu privire la amplasarea dispozitivelor publicitare și autorizarea publicității exterioară în oraşul Ştefan Vodă

**REPUBLICA MOLDOVA**

**PRIMĂRIA ORAȘULUI ȘTEFAN VODĂ**

**MD 4201, or. Ştefan Vodă, str. Ştefan cel Mare, 31, tel/fax (242) 2-23-96, e-mail:** ***primaria.stefan-voda@apl.gov.md***

**PRESCRIPŢIE**

 **Nr. \_\_\_\_\_\_\_\_ din “\_\_” \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 202\_\_**

Către \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

adresa: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

telefon:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ e-mail: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

În urma controlului efectuat la obiectul \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

s-au depistat următoarele noconformităţi: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

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

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

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

Metoda de rigoare şi terminul executării: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

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

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

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

**PRIMAR \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

 **L. Ş.**

**SPECIALISTUL \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Anexa nr.4 la Regulament cu privire la amplasarea dispozitivelor publicitare și autorizarea publicității exterioară în oraşul Ştefan Vodă

**Primarului or. Ştefan Vodă**

**CERERE pentru suspendarea termenului de valabilitate a autorizaţiei**

**de amplasare a publicităţii exterioare**

Subsemnatul (nata) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ cu domiciliu/sediul în \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ str. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

telefon: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ e-mail: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

în conformitate cu Regulamentul cu privire la amplasarea dispozitivelor publicitare și autorizarea publicității exterioară în oraşul Ştefan Vodă, aprobat prin decizia Consiliului orăşenesc Ştefan Vodă nr. 6/\_\_ din \_\_.\_\_.2023, solicit suspendarea termenului de valabilitate a autorizaţiei de amplasare a publicităţii exterioare pe dispozitivul publicitar pe adresa \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ nr. cadastral \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

semnatura solicitantului \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ data “\_\_” \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 202\_\_

**LISTA DOCUMENTELOR ANEXATE**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nr.** | **Denumirea documentului** | **Notă**  |
| **1.** | persoană fizică – copia de pe buletinul de identitate și extrasul din Registrul de stat al întreprinzătorilor individuali;persoană juridică – extrasul din Registrul de stat al persoanelor juridice |  |
| **2.** | Autorizaţia de amplasare a publicităţii exterioare în original |  |

Aprobat prin hotărârea Comisiei Electorale Centrale nr. 1155/2023

**Regulament privind modul de furnizare, distribuire și difuzare a publicității politice, electorale și a mesajelor de interes public**

**I. Dispoziții generale**

1. Prezentul regulament stabilește particularitățile și modul de furnizare, distribuire și difuzare a publicității politice, electorale și a mesajelor de interes public în conformitate cu prevederile Legii nr. 62/2022 cu privire la publicitate și ale Codului electoral nr. 325/2022.

2. Prevederile prezentului regulament se aplică subiecților publicității politice, electorale, mesajelor de interes public, producătorilor, furnizorilor, distribuitorilor și difuzorilor de publicitate, instituțiilor mass-media, furnizorilor și distribuitorilor de servicii media.

3. Scopul prezentului regulament este de a asigura acuratețea și transparența publicității politice, electorale și a mesajelor de interes public, protecția populației, alegătorilor de tehnicile de direcționare și amplificare în materie politică sau electorală, protejarea persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal.

4. Obiectivele prezentului regulament sunt asigurarea unei informări echitabile, corecte a populației despre procesele politice și electorale care să contribuie inclusiv la promovarea votului liber și informat al alegătorilor în cadrul scrutinelor realizat prin:

a) transparentizarea publicității politice, electorale, mesajelor de interes public permițând populației, alegătorilor să știe cine comunică tematicile respective;

b) responsabilizarea persoanelor care participă la promovarea publică a tematicilor cu caracter politic, electoral sau mesajelor de interes public;

c) trasabilitatea comunicărilor în materie politică, electorală sau mesajelor de interes public.

5. Din motive de claritate și fluiditate a textului, precum și pentru a nu încărca textul cu dublete masculin/feminin, substantivele folosite în prezentul regulament care denumesc funcții au forma de masculin generic și poartă un caracter incluziv/nonsexist.

6. În scopul aplicării lor în mod conform și uniform, noțiunile „consumator de publicitate”, „furnizor al publicității”, „subiect al publicității politice”, „producător de publicitate”, „distribuitor de publicitate”, „difuzor de publicitate”, „publicitate politică”, „mesaj de interes public” definite în Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate, noțiunile „operator“, „consimțământul subiectului de date cu caracter personal” definite în Legea nr. 133/2011 privind protecția datelor cu caracter personal, „transport rutier contra cost” definită de Codul transporturilor rutiere nr. 150/2014 se utilizează corespunzător contextului prezentului regulament.

7. Este considerată publicitate electorală orice material scris (imprimat), audio, foto sau video care cade sub incidența noțiunii de „publicitate politică” definită la art.3 din Legea nr.62/2022 cu privire la publicitate și îndeplinește cumulativ următoarele condiții: a) se referă în mod direct la un subiect al publicității electorale, clar identificat; b) este utilizat de la data începerii campaniei electorale, în condițiile art. 70 alin. (3) din Codul electoral nr. 325/2022 și până la data confirmării rezultatelor alegerilor de către autoritățile abilitate; c) are obiectiv electoral și se adresează publicului larg; d) depășește limitele uzuale ale activității jurnalistice de informare a publicului.

8. Subiecți eligibili ai publicității electorale sunt candidații desemnați, concurenții electorali, persoanele de încredere, colectorii, persoanele care și-au afirmat public susținerea pentru un concurent electoral în ultimele 3 luni, grupurile de inițiativă și membrii acestora pentru susținerea candidaților la funcții elective, grupurile de inițiativă și membrii acestora pentru inițierea unui referendum, persoanele care, în ultimele 3 luni, și-au afirmat public susținerea pentru unul sau mai multe grupuri de inițiativă menționate, precum și pentru activitatea sau ideea promovată de acestea.

9. Subiecți eligibili ai mesajelor de interes public sunt entitățile sau persoanele care promovează valori, idei și/sau scopuri de interes public ori comunitar, în vederea creșterii gradului de conștientizare, schimbării atitudinii și a comportamentului social, prevenirii și contracarării viciilor sociale.

10. În calitate de furnizori ai publicității politice sau electorale pot fi subiecții publicității.

11. Aceeași persoană poate fi furnizor al publicității și producător de publicitate.

12. Distribuitorul de publicitate poate avea concomitent și statutul de furnizor de publicitate și/sau pe cel de producător de publicitate.

13. Orice material de publicitate politică, electorală și mesaj de interes public în care se folosesc obiecte protejate prin drepturi de autor și/sau drepturi conexe trebuie să respecte prevederile Legii nr. 230/2022 privind dreptul de autor și drepturile conexe.

14. În perioada electorală a alegerilor generale sunt difuzate doar mesajele de interes public aprobate de Comisia Electorală Centrală.

15. Publicitatea politică, electorală sau mesajul de interes public trebuie să fie ușor de identificat și deosebit de către consumator, fără ca acesta să aibă cunoștințe speciale pentru a le desluși. Pentru a preveni confuzia în rândul consumătorilor de publicitate și în special al alegătorilor, în perioada indicată la pct.7) lit. b) se interzice difuzarea publicității politice. Se interzice utilizarea materialelor de publicitate politică în calitate de materiale de agitație electorală.

16. Publicitatea politică, electorală și mesajele de interes public trebuie să conțină informații veridice. Această prevedere nu aduce atingere practicilor publicitare curente și legitime, ce constau în formularea unor afirmații exagerate sau care nu trebuie înțelese în sens literal.

17. Utilizarea materialelor de arhivă va fi însoțită, în mod clar, de mențiunea „Arhivă”, după caz, video, audio sau textuală, care trebuie să fie ușor sesizabilă. Materialele respective nu pot fi utilizate în cazul în care denaturează sensul lor inițial. În sensul prezentului regulament este considerat material de arhivă orice material pe suport video, audio, pe hârtie ori scris în mediul on-line care a fost realizat cu cel puțin 6 luni până la momentul utilizării lui.

18. Materialele publicitare vor conține doar texte care corespund normelor ortografice, ortoepice curente.

19. Fiecare material de publicitate politică, electorală sau mesaj de interes public difuzat trebuie să includă specificațiile privind transparența acesteia: denumirea lizibilă, ușor de deslușit și inteligibilă, a furnizorului care l-a comandat și numele/denumirea subiectului publicității sau mesajului de interes public. În specificațiile privind transparența se poate folosi numele/denumirea completă, acronimele sau logotipul distinctiv. Specificațiile privind transparența fiecărui material difuzat trebuie să includă genericul „Publicitate politică”, „Publicitate electorală” sau „Mesaj de interes public” și să fie însoțit de mențiunea „Achitat conform facturii nr.\_\_\_\_din \_\_ \_\_\_\_\_\_\_20\_\_” .

20. Producerea publicității politice, electorale și mesajelor de interes public se va efectua doar în baza contractului/actului juridic în formă scrisă încheiat între furnizor și producător, cu excepția cazului prevăzut la pct. 11.

21. Difuzarea publicității politice, electorale și mesajelor de interes public se va efectua doar în baza contractului/actului juridic în formă scrisă încheiat între difuzor și furnizor sau distribuitor, care acționează în numele furnizorului.

22. Producătorul sau difuzorul de publicitate îi va solicita furnizorului de publicitate sau distribuitorului care acționează în numele furnizorului să declare dacă serviciul de publicitate a cărui difuzare o solicită constituie publicitate politică sau electorală în sensul pct.7. Furnizorii de publicitate și distribuitorii care acționează în numele furnizorilor trebuie să completeze o declarație, conform modelului stabilit de Comisia Electorală Centrală (Anexa 1). Producătorii și difuzorii de publicitate politică sau electorală se asigură că acordurile contractuale încheiate pentru producerea sau difuzarea publicității politice, electorale și mesajelor de interes public specifică modul în care sunt respectate dispozițiile relevante ale prezentului regulament.

23. Împreună cu specificațiile publicității prevăzute la pct. 19 difuzorul de publicitate va prezenta informațiile despre sine: datele de identificare, datele de contact.

24. Difuzarea publicității politice sau electorale care nu conține datele de identificare prevăzute la pct.19 este interzisă.

25. Furnizorii și distribuitorii de publicitate politică, electorală și ai mesajelor de interes public păstrează informațiile pe care le colectează în cadrul prestării serviciilor.

1) Informațiile colectate și păstrate sunt cu privire la următoarele:

a) mostrele materialelor publicitare sau campania de publicitate aferentă serviciului prestat;

b) serviciul sau serviciile specifice prestate în legătură cu publicitatea produsă sau distribuită;

c) sumele facturate pentru serviciul sau serviciile prestate și valoarea altor beneficii primite parțial sau integral pentru serviciul sau serviciile prestate;

d) identitatea furnizorului, sumele facturate acestuia și datele sale de contact.

2) Informațiile menționate la subpct. 1) se păstrează pe suport de hârtie şi/sau electronic. Aceste informații se păstrează pentru o perioadă de un an de la data ultimei plasări, publicări sau difuzări.

3) Distribuitorii de publicitate politică se asigură că informațiile menționate la subpct. 1) sunt comunicate difuzorului de publicitate politică care va difuza materialul publicitar politic, pentru a-i permite acestuia să își respecte obligațiile care îi revin în temeiul prezentului regulament.

26. În perioada electorală, difuzorii de publicitate vor crea tuturor furnizorilor și distribuitorilor de publicitate electorală condiții de egalitate la procurarea timpilor de antenă, a spațiilor publicitare, inclusiv prin stabilirea tarifelor echitabile.

27. Costurile pentru publicitatea electorală stabilite și percepute de producătorii și difuzorii de publicitate nu pot să depășească costurile medii aplicate în ultimele 6 luni pentru publicitatea comercială. În cazul micșorării tarifului comparativ cu publicitatea comercială, reducerile se aplică tuturor subiecților publicității electorale.

28. Plata pentru publicitate electorală se efectuează exclusiv din contul „Fond electoral”/„Destinat grupului de inițiativă”.

29. Producătorii, distribuitorii și difuzorii publicității politice și electorale nu își pot asuma angajamente financiare mai mari decât cele prevăzute în contract pentru plata publicității.

30. În primele 5 zile de la începerea perioadei electorale, difuzorii de publicitate proprietari sau gestionari ai dispozitivelor de publicitate fixă sau mobilă sunt obligați să dea publicității condițiile în care oferă spațiu publicitar și alte servicii conexe concurenților electorali, participanților la referendum sau grupurilor de inițiativă, informând Comisia Electorală Centrală (conform modelului din Anexa 2). Comisia Electorală Centrală va da publicității aceste informații prin intermediul paginii sale web oficiale. Producătorii și distribuitorii publicității electorale care intenționează să încheie contracte de difuzare a publicității electorale cu difuzori internaționali sau difuzori ce nu se află sub jurisdicția Republicii Moldova sunt obligați să depună declarații în aceleași condiții.

31. Mostrele materialelor publicitare difuzate în perioada electorală a alegerilor parlamentare, prezidențiale și a referendumurilor republicane vor fi prezentate Comisiei Electorale Centrale de către producător la solicitare în termenul indicat de către Comisie. Mostrele materialelor publicitare difuzate în perioada electorală a alegerilor locale generale, locale noi, parțiale, regionale sau a referendumurilor locale vor fi prezentate Comisiei Electorale Centrale sau consiliului electoral de circumscripție de către producător la solicitare în termenul indicat.

32. În cadrul alegerilor regionale, parțiale, locale noi și referendumurilor locale, din momentul începerii campaniei electorale și până în ziua când rezultatele scrutinului sunt confirmate de autoritățile abilitate, furnizorii de publicitate locali sau regionali nu vor putea distribui și difuza publicitate politică în circumscripția electorală unde au loc alegerile. În această perioadă și în aceste circumscripții furnizorii de publicitate regionali sau locali vor putea difuza doar publicitate electorală. Regula respectivă nu se aplică furnizorilor de servicii media naționali.

**II. Difuzarea publicității**

33. Subiecții publicității politice sau electorale își pot exprima opiniile în mod liber și sub toate aspectele cu privire la temele de interes public ce formează obiect al competiției politice ori electorale. Furnizorii de publicitate își pot alege liber forma de comunicare publică a mesajelor.

34. Furnizorii de publicitate sau distribuitorii care acționează în numele acestora sunt liberi să aleagă mijlocul de difuzare a publicității politice sau electorale, respectând condițiile prezentului regulament și ale contractului de prestare a serviciilor.

35. În cazul în care prestează servicii de difuzare a publicității politice/electorale, difuzorii de publicitate instituie mecanisme ușor accesibile de notificare de către persoanele interesate, inclusiv prin mijloace electronice, în mod gratuit, despre faptul că un anumit material publicitar politic sau electoral pe care l-au difuzat nu respectă prevederile prezentului regulament. Difuzorul de publicitate va informa persoanele cu privire la măsurile luate ca urmare a notificării: în termen de 14 zile pentru publicitatea politică și 3 zile pentru publicitatea electorală, cu informarea Comisiei Electorale Centrale în acest sens.

36. La notificările repetate, cu privire la același obiect, făcute și de alte persoane, cu privire la același material publicitar sau campanie de publicitate se poate răspunde colectiv, inclusiv prin trimitere la un anunț de pe pagina web a difuzorului de publicitate în cauză. În cazul notificărilor repetate, difuzorul poate informa despre răspunsul său Inspectoratul General al Poliției.

37. Sunt interzise tehnicile de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic care implică prelucrarea datelor cu caracter personal ale consumatorului de publicitate politică și/sau electorală. Această interdicție nu se aplică situațiilor când:

a) persoana vizată și-a dat consimțământul explicit pentru prelucrarea acestor date cu caracter personal;

b) prelucrarea este efectuată în cadrul activităților lor legitime și cu garanții adecvate de către o fundație, o asociație sau orice alt organism fără scop lucrativ și cu specific politic, filozofic, religios sau sindical, cu condiția ca prelucrarea să se refere numai la membrii sau la foștii membri ai organismului respectiv sau la persoane cu care acesta are contacte permanente în legătură cu scopurile sale și ca datele cu caracter personal să nu fie comunicate terților fără consimțământul persoanelor vizate.

38. Atunci când utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar în contextul publicității politice sau electorale care implică prelucrarea datelor cu caracter personal ale consumatorului de publicitate, operatorii trebuie să respecte, suplimentar cerințelor prevăzute în Legea nr.133/2011 privind protecția datelor cu caracter personal, următoarele cerințe:

a) să adopte și să aplice o politică internă care descrie în mod clar și într-un limbaj simplu, în special, utilizarea unor astfel de tehnici de vizare a anumitor persoane sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic/electoral și să mențină o astfel de politică pentru o perioadă de cinci ani;

b) să țină evidența utilizării tehnicilor de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic/electoral, a mecanismelor, tehnicilor și parametrilor relevanți utilizați și a sursei (surselor) datelor cu caracter personal utilizate;

c) să furnizeze, împreună cu materialul publicitar politic/electoral, informațiile suplimentare necesare pentru a-i permite persoanei vizate să înțeleagă logica utilizată și principalii parametri ai tehnicii utilizate, precum și dacă s-au folosit date provenite de la terți și tehnici analitice suplimentare.

39. Informațiile suplimentare care urmează a fi furnizate în conformitate cu pct. 38 lit. c) sunt:

a) grupurile-țintă de destinatari vizate, inclusiv parametrii utilizați pentru a stabili destinatarii cărora le este difuzat materialul publicitar, cu același nivel de detaliere ca cel utilizat pentru vizare, categoriile de date cu caracter personal utilizate pentru vizarea publicului-țintă și amplificarea impactului materialului publicitar, obiectivele, mecanismele și logica acestor tehnici de vizare și amplificare, inclusiv parametrii de includere și de excludere și motivele alegerii acestor parametri;

b) perioada de difuzare, numărul de persoane cărora le este difuzat materialul publicitar și indicarea dimensiunii publicului-țintă din cadrul electoratului relevant;

c) sursa datelor cu caracter personal menționate la litera a), inclusiv, după caz, dacă datele cu caracter personal au fost derivate, deduse sau obținute de la un terț și identitatea sa, precum și un link către avizul privind protecția datelor emis de terț pentru această prelucrare;

d) linkul către mijlocul eficace de sprijinire a exercitării de către persoane a drepturilor lor în temeiul Legii nr. 133/2011 privind protecția datelor cu caracter personal, în contextul vizării unui publicțintă și al amplificării impactului unui material publicitar politic pe baza datelor lor cu caracter personal.

40. Difuzorii de publicitate politică sau electorală care utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic/electoral includ în contract, dar și în specificațiile publicității prevăzute la pct. 19, informațiile menționate la pct. 38 lit. c) și un link către politica menționată la pct. 38 lit. a). În cazul în care operatorul este diferit de difuzorul de publicitate, operatorul transmite politica internă sau o trimitere la aceasta difuzorului de publicitate.

41. Difuzorii de publicitate politică sau electorală care utilizează tehnicile de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic/electoral menționate la pct. 38 includ în, sau odată cu materialul publicitar și în specificațiile privind transparența impusă în temeiul pct. 19 o trimitere la mijloacele eficace de sprijinire a persoanelor fizice în exercitarea drepturilor lor.

42. Informațiile care trebuie difuzate în conformitate cu dispozițiile pct. 34 – 37 trebuie să fie prezentate într-un format ușor accesibil și, în cazul în care este fezabil din punct de vedere tehnic, citibil automat, perceptibil în mod clar și ușor de utilizat, inclusiv prin folosirea unui limbaj simplu.

43. Refuzul nejustificat al difuzorului de a difuza publicitatea politică prin orice mijloc, în condițiile prezentului regulament, se contestă în ordine generală prevăzută de legislația civilă, administrativă sau contravențională.

44. Refuzul nejustificat al difuzorului de a difuza publicitatea electorală prin orice mijloc, în condițiile prezentului regulament, se contestă și se examinează în termenele stabilite de art. 95 și 100 din Codul electoral nr.325/2022.

***Secțiunea 1. Publicitatea în presa scrisă***

45. Publicațiile periodice pot oferi spații de publicitate politică/electorală furnizorilor și distribuitorilor de publicitate care acționează în numele furnizorilor. În perioada extraelectorală, spațiul publicitar pentru publicitatea politică se oferă în condiții comerciale. În perioada electorală, spațiul publicitar pentru publicitatea electorală se oferă în condiții de egalitate și/sau echitate, pentru toți furnizorii sau distribuitorii de publicitate electorală.

46. În publicațiile periodice publice, spațiul rezervat publicității politice nu poate depăși 30% din spațiul total al fiecărui număr și/sau al fiecărui supliment. În perioada electorală, spațiul rezervat publicității electorale în publicațiile periodice publice nu poate depăși 20% din spațiul total al fiecărui număr și/sau al fiecărui supliment.

47. În cazul publicațiilor periodice private, spațiul rezervat publicității politice sau electorale este determinat de către fiecare publicație periodică, dar nu poate depăși 30% din spațiul total al fiecărui număr și/sau al fiecărui supliment. Publicațiile periodice distribuite pe bază de abonament au obligația să indice, în condițiile abonării, spațiul rezervat publicității politice și electorale din spațiul total al publicației. Prevederile respective nu sunt aplicabile pentru publicațiile periodice fondate și administrate de partidele politice.

48. Specificațiile publicității politice sau electorale plasate în presa scrisă stabilite la pct. 19 se vor notifica la capătul de jos al materialului într-o dimensiune de font care corespunde fontului de bază, dar nu mai mic de un font care poate fi citit de o persoană cu vedere 6/6 fără utilizarea vreunui ajutor vizual.

***Secțiunea 2. Publicitatea în serviciile media audiovizuale***

49. Furnizorii de servicii media pot oferi spații de publicitate politică sau electorală furnizorilor de publicitate și distribuitorilor de publicitate care acționează în numele furnizorilor de publicitate. În perioada extraelectorală, spațiul publicitar pentru publicitatea politică se oferă în condiții comerciale. În perioada electorală, spațiul publicitar pentru publicitatea electorală se oferă în condiții de egalitate și /sau echitate pentru toți furnizorii de publicitate sau distribuitorii de publicitate, în conformitate cu prevederile regulamentului privind reflectarea alegerilor de către instituțiile massmedia, aprobat de Comisia Electorală Centrală.

50. Furnizorii de servicii media vor plasa publicitatea politică și electorală în cadrul unor programe aparte delimitate în mod clar de alte programe audiovizuale. În perioada extraelectorală, aceasta va fi delimitată prin genericul „Publicitate politică”, iar în perioada stabilită conform pct.7 lit. b) și 32, prin genericul „Publicitate electorală”. Genericul va fi afișat/anunțat atât la începutul programului, cât și la sfârșitul acestuia. Publicitatea politică și/sau electorală nu poate fi inclusă în timpul difuzării programelor de știri, sportive, pentru copii, cu tematică religioasă.

51. Specificațiile de identificare a publicității politice sau electorale plasate în cadrul serviciilor media audiovizuale de radiodifuziune sonoră și serviciilor media audiovizuale de televiziune în corespundere cu cele stabilite la pct. 19 se vor notifica la finalul spotului publicitar în aceeași limbă, în același ritm, cu același volum și timbru al vocii și cu aceeași viteză de redare folosite pentru restul comunicării din spot.

52. În perioada electorală, furnizorii de servicii media care difuzează publicitate electorală au obligația să prezinte Comisiei Electorale Centrale sau consiliului electoral de circumscripție, săptămânal, informații prevăzute în regulamentul privind reflectarea alegerilor de către instituțiile mass-media, aprobat de Comisia Electorală Centrală.

53. La cererea Comisiei Electorale Centrale sau a consiliului electoral de circumscripție, furnizorii de servicii media sunt obligați, în termen de cel mult 48 de ore de la solicitare, să ofere date cu privire la contractele încheiate cu furnizorii de publicitate sau distribuitorii care acționează în numele furnizorilor, după caz, alte informații necesare pentru exercitarea atribuției de supraveghere și control privind finanțarea partidelor politice și a campaniilor electorale (factură, factură fiscală, act de achiziție a mărfurilor/serviciilor, delegație, bon de plată, ordin de plată, proces-verbal de predare a bunurilor/serviciilor, dispoziție de încasare, dispoziție de plată și altele asemenea).

54. Timpii de antenă stabiliți la art. 90 alin. (7), (8) din Codul electoral nr.325/2022 se referă la un subiect electoral și sunt acordați în baza unui act juridic unilateral al furnizorului național de servicii media. Timpii de antenă acordați subiectului electoral, dar neutilizați din vina acestuia, nu se recuperează.

55. În perioada electorală, timpii de antenă pentru publicitatea electorală contra plată se acordă tuturor subiecților electorali conform contractului de prestare a serviciilor la unele și aceleași ore de emisie, fără nicio discriminare. Ordinea în care se difuzează publicitatea se va stabili prin reglementări interne ale difuzorului, asigurându-se principiul echității sau egalității. Durata contabilizată a unui spot de publicitate electorală difuzat contra plată nu poate fi mai mică de 30 de secunde.

56. Timpii de antenă pentru publicitate electorală contra plată, acordați la solicitarea subiectului publicității electorale, dar neutilizați din cauza defecțiunilor tehnice ale echipamentelor de transmisie sau din alte motive de forță majoră, invocate de furnizorul de servicii media, vor fi reprogramați pentru o perioadă proximă. Furnizorul de servicii media va trimite o notificare furnizorului sau distribuitorului de publicitate despre motivul invocat, data și ora reprogramării.

***Secțiunea 3. Afișajul publicitar***

57. Furnizorii de publicitate politică și electorală sunt în drept să difuzeze publicitatea prin intermediul afișelor care pot conține fotografii, texte, imagini și alte materiale din această categorie, imprimate sau în format electronic, utilizate cu scop de publicitate.

58. Publicitatea politică în perioada extraelectorală este asimilată celei comerciale și poate fi difuzată în condițiile generale stabilite de Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate, precum și de regulamentele privind publicitatea exterioară aprobate de autoritățile administrației publice locale.

59. În perioada electorală, din momentul începerii desemnării candidaților / înregistrării participanților la referendum, fiecare difuzor sau distribuitor de publicitate poate oferi furnizorilor de publicitate spațiu pentru publicitate pe panourile publicitare private, inclusiv pe cele electronice, amplasate pe domeniul public, în condiții de egalitate și/sau echitate, dar care să nu depășească pentru fiecare subiect al publicității electorale 25% din spațiul total disponibil. În cazul alegerilor sau referendumurilor locale, spațiul pentru publicitatea electorală acordat fiecărui furnizor de publicitate electorală nu va depăși 25% din spațiul disponibil al difuzorului de publicitate în circumscripția electorală respectivă.

60. Până la 15 ianuarie a fiecărui an și, respectiv, în primele 5 zile ale perioadei electorale, difuzorii de publicitate, deținătorii sau gestionarii dispozitivelor de publicitate fixă sau mobilă, care doresc să difuzeze publicitate politică sau electorală, vor prezenta Comisiei Electorale Centrale sau consiliului electoral de circumscripție conform competenței declarații corespunzătoare de intenție și informații privind condițiile în care oferă spațiu publicitar și alte servicii conexe, inclusiv prețurile medii ale spațiilor de publicitate aplicate în ultimele 6 luni. Difuzorii de publicitate care nu vor prezenta declarațiile de intenție și informația nu au dreptul să difuzeze publicitate politică sau electorală.

61. În perioada electorală, difuzorii de publicitate vor informa săptămânal, iar în perioadele extraelectorale semestrial, până la 15 ianuarie și, respectiv, 15 iulie, despre schema de amplasare, numărul spațiilor oferite pentru publicitatea electorală și, respectiv, politică și sumele încasate de la furnizorii acesteia ori distribuitorii care acționează în numele furnizorilor.

62. La cererea Comisiei Electorale Centrale sau a consiliului electoral de circumscripție conform competenței, difuzorii de publicitate antrenați în amplasarea pe dispozitive publicitare fixe sau mobile a publicității politice sau electorale sunt obligați, în termen de cel mult 48 de ore de la solicitare, să ofere informații cu privire la contractele încheiate cu furnizorii de publicitate sau distribuitorii care acționează în numele furnizorilor, sumele achitate de aceștia și repartizarea spațiilor de publicitate.

63. Afișajul publicității politice și electorale pe domeniul privat este permis numai cu acordul proprietarilor, administratorilor sau, după caz, al posesorilor. Expunerea afișelor cu publicitate politică sau electorală pe pereții exteriori ai caselor particulare, blocurilor de locuit, se permite doar în condițiile încheierii în formă scrisă a unui acord sau contract (cu titlu oneros sau gratuit), valoarea căruia urmează a fi indicată în modul corespunzător în rapoartele privind gestiunea financiară de către subiectul publicității politice sau electorale. Proprietarii, administratorii sau, după caz, posesorii domeniului privat sunt obligați să refuze amplasarea publicității politice sau electorale care nu conține datele de identificare solicitate la pct.19.

64. Afișajul publicității politice și electorale pe partea exterioară a unității de transport este permis după o coordonare prealabilă cu subdiviziunile teritoriale ale Inspectoratul Național de Securitate Publică al Inspectoratului General al Poliției, care vor soluționa cererile în termen de 48 de ore de la depunere. Avizul dat se va rezuma doar la aspectele ce țin de respectarea prevederilor Regulamentului circulației rutiere în ceea ce privește asigurarea siguranței la trafic și aspectelor prevăzute la pct.19.

65. Afișajul publicității politice și electorale pe unitățile de transport rutier contra cost este permis, în baza avizului autorităților administrației publice locale cu competență teritorială și al poliției prevăzut la pct. 64. Afișajul publicității politice și electorale pe partea exterioară a unității de transport este permis, cu condiția ca persoanelor aflate în interiorul mașinii să nu le fie afectată vizibilitatea spre exterior. Specificația tehnică privind transparența nu este obligatorie în cazul publicității exterioare amplasate pe vehicule, dacă suprafața maximă nu depășește 1 m2 pe fiecare latură a vehiculului și este posibilă identificarea subiectului publicității.

66. Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate, prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau inscripționarea cu texte publicitare ori altele asemenea, vor putea fi autorizate să circule pe teritoriul localității cu condiția obținerii avizului pentru publicitate temporară, pe o durată determinată și pe un traseu stabilit de autoritatea administrației publice locale, conform prevederilor conținute în avizul pentru publicitate temporară. Staționarea vehiculelor publicitare pe drumurile publice sau în locurile vizibile dinspre acestea este interzisă. Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate nu vor circula în convoi mai mare de cinci mașini și doar cu o viteză mai mare decât jumătate din viteza admisibilă pe tronsonul de carosabil. Circulația convoaielor este permisă numai cu ocazia manifestărilor speciale, în baza avizului emis de autoritățile administrației publice cu competență teritorială, cu durata de valabilitate de o zi.

67. Nu constituie publicitate exterioară și nu necesită autorizație pentru dispozitiv publicitar:

a) firma subiectului publicității politice sau electorale cu o suprafață maximă de 1 m2;

b) vitrinele sediilor permanente sau de campanie ale subiecților publicității politice sau electorale, amenajate sau iluminate pe timp de noapte.

68. În termen de 3 zile până la data începerii campaniei electorale, autoritățile administrației publice locale vor stabili și vor asigura locuri speciale de afișaj electoral amenajate cu panouri fixe ce au suprafața minimă de 2 m2, câte cel puțin două astfel de locuri la fiecare 6 mii de alegători. În cazul municipiilor, orașelor, comunelor, autoritățile administrației publice locale vor asigura un minim de 1 loc special amenajat cu panouri fixe de afișaj electoral cu suprafața fiecăruia de cel puțin 2 m2 pentru fiecare localitate din componența acestora. Deciziile/dispozițiile în acest sens se vor afișa imediat la sediul acestor autorități și se vor aduce la cunoștința publicului prin intermediul mijloacelor de comunicare disponibile.

69. În perioada extraelectorală, autoritățile administrației publice locale pot amenaja în locuri frecvent vizitate de locuitori în amplasamente cu vizibilitate panouri speciale destinate afișelor publicitare pentru anunțuri de mică publicitate, inclusiv pentru publicitate politică. Autoritatea administrației publice locale poate stabili și încasa taxa de afișaj de la subiecții publicității politice care afișează publicitatea pe acestea.

70. Panourile prevăzute la pct. 68 și 69 vor fi curățate săptămânal prin grija subdiviziunilor de specialitate din cadrul administrației publice locale. Autoritățile administrației publice locale vor stabili ziua din cursul săptămânii în care panourile cu anunțuri de mică publicitate și publicitatea politică sau electorală vor fi curățate.

71. În perioada electorală, panourile de afișaj electoral se amplasează uniform pe tot perimetrul localității. Suprafața minimă acordată unui subiect al publicității electorale pe un panou publicitar proprietate publică este de 0,062m² (o filă format A4). În cazul în care acordarea suprafeței minime de 0,062m² (o filă format A4) va fi imposibilă pe un singur panou publicitar, această suprafață se va diviza în mod egal pe mai multe panouri instalate suplimentar.

72. Amplasarea corturilor, gheretelor publicitare pe trotuare, în scuaruri, piețe și alte locuri publice va fi coordonată în prealabil cu autoritățile administrației publice locale în conformitate cu prevederile Legii nr.26/2008 privind întrunirile.

73. Publicitatea politică sau electorală poate fi difuzată în interiorul clădirilor sau edificiilor în care au loc întruniri politice sau electorale, în alte încăperi proprietate privată, cu acordul expres al proprietarului sau, după caz, al locatarului. Se interzice afișarea publicității politice sau electorale în interiorul instituțiilor publice, în spațiul administrativ aferent (curte), cu excepția drapelului și bristolului/plăcuței cu simbolica subiectului publicității politice sau electorale amplasate cu ocazia unor vizite, ședințe sau întâlniri oficiale. În blocurile de locuit se permite afișajul doar pe panourile informative special amenajate și doar cu acordul gestionarului fiind respectate prevederile pct. 63.

74. Specificațiile publicității plasate în afișaj stabilite la pct. 19 se vor notifica în partea dreaptă de jos a afișajului, într-o dimensiune de font care corespunde fontului de bază, dar nu mai mic de un font care poate fi citit de o persoană cu vedere 6/6 fără utilizarea vreunui ajutor vizual.

75. În perioada electorală, furnizorii de publicitate vor efectua lucrări de pregătire, confecționare, distribuire și amplasare a publicității pe afișe publicitare doar din mijloacele financiare virate în contul „Fond electoral”/„Destinat grupului de inițiativă”, cu achitarea în avans. Pentru a preveni utilizarea resurselor financiare ocolind contul cu mențiunea „Fond electoral”/„Destinat grupului de inițiativă”, este interzisă donația afișelor publicitare, a căror destinație finală a fost ajustată în perioada electorală și a implicat utilizarea resurselor financiare care nu sunt reflectate în contul cu mențiunea „Fond electoral”/„Destinat grupului de inițiativă” pentru utilizare în campania electorală.

76. Se interzice:

1) amplasarea afișelor publicitare în alte locuri decât cele stabilite în prezentul regulament, inclusiv:

a) pe pavilioanele stațiilor de transport public, în interiorul vehiculelor transportului public de pasageri proprietate publică;

b) pe imobilele muzeelor;

c) pe monumente de importanță națională sau locală, precum și în zonele de protecție a acestora;

d) pe monumentele arheologice, istorice sau de for public, cu excepția firmelor și a mesh-urilor publicitare (bannerelor) amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare în condițiile legii;

e) pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților administrației publice locale și centrale, precum și ale instituțiilor publice, cu excepția afișajelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul sediilor;

f) pe arbori și/sau prin vătămarea/distrugerea de arbori;

g) pe planșeele (acoperămintele) pasajelor pietonale subterane;

h) pe pilonii de suport pentru rețele electrice, pe pilonii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație;

i) pe instalațiile de semaforizare sau astfel încât să fie redusă vizibilitatea semafoarelor și a indicatoarelor rutiere;

j) pe rețelele de apă, gaze și telefonie;

k) în cimitire, lăcașuri de cult, scuaruri, parcuri, grădini publice, pe troițe, partea exterioară a geamurilor și balcoanelor blocurilor locative, gardurilor gospodăriilor private, precum și pe elementele de împrejmuire a acestora;

l) în zonele în care a fost restricționată sau interzisă publicitatea prin regulamentul local privind publicitatea exterioară;

m) în incinta și la intrarea în sediile organelor electorale.

2) Se interzice, de asemenea, amplasarea mijloacelor de publicitate care, prin formă, conținut, dimensiuni și culori în combinații specifice, pot fi confundate cu mijloacele de semnalizare rutieră sau împiedică vizibilitatea acestora, precum și a indicatoarelor de orientare și informare.

77. Amplasarea afișajului publicitar în afara locurilor stabilite constituie contravenție și se sancționează conform Codului contravențional nr. 218/2008.

78. Agitația electorală se admite doar până în ziua de vineri înainte de ziua votării, difuzorii de publicitate care difuzează publicitate electorală au obligația să înlăture afișajul publicitar la expirarea termenului în care agitația electorală este permisă.

***Secțiunea 4. Publicitatea în rețeaua internet (on-line)***

79. Publicitatea politică sau electorală și spoturile publicitare distribuite în rețeaua internet, inclusiv pe paginile web administrate de furnizorii de servicii media, se asimilează publicității în mass-media scrisă.

80. Difuzorul de publicitate pe o platformă digitală este obligat să prezinte, la înregistrare, pe platforma digitală respectivă date suficiente despre sine care să permită identificarea sa în calitate de subiect de drept, și anume:

a) datele sale de identificare (nume, prenume, domiciliu) și numărul de identificare personal (IDNP) – în cazul persoanelor fizice;

b) datele de identificare în publicitate, numărul de identificare de stat (IDNO), numele administratorului, adresa poștală și adresa de poștă electronică – în cazul persoanelor juridice. Platforma digitală este obligată să asigure protecția acestor informații.

81. Publicitatea on-line trebuie să întrunească condițiile generale ale publicității politice și electorale descrise în prezentul regulament, cu excepția cazurilor folosirii tehnicilor de direcționare comportamentală sau amplificare a impactului publicității prin țintirea consumatorului în mod individual sau a grupurilor sociale de consumatori după criteriul vârstei, dizabilității, geografiei, limbii vorbite, religiei, apartenenței etnice etc.

82. Publicitatea on-line se poate realiza prin următoarele metode:

a) digital banner – bannere digitale statice sau dinamice pe site-urile web accesate prin intermediul browser-elor de internet, precum și videoclipurile difuzate în flux la atingerea bannerului publicitar cu mouse-ul;

b) social media – rețele de socializare care folosesc poze, imagini, alt conținut informațional video sau textual, cum ar fi: Facebook, Instagram, Odnoklassniki, Twitter, TikTok etc.;

c) e-mail – mesaj electronic transmis la adresa electronică a consumatorului;

d) streamed music – aplicații on-line care transmit conținut audio sub formă de muzică sau podcasturi, cum ar fi: Spotify, Google Play Music, Apple Music ș.a.;

e) video-sharing – partajarea video prin site-uri web dedicate, cum ar fi: YouTube, cu excepția transmisiunilor tv și radio on-line;

f) search advertising – publicitatea difuzată prin intermediul motoarelor de căutare pe web.

83. Specificațiile publicității plasate în spațiul on-line stabilite la pct. 19 vor fi notificate:

a) în cazul bannerului digital – la capătul bannerului sau, dacă specificațiile sunt prea lungi pentru a fi incluse sau încorporate în banner, într-un site web care poate fi accesat printr-o adresă URL inclusă în banner;

b) în cazul rețelelor sociale – la sfârșitul comunicării ori printr-o fotografie inclusă în comunicare;

c) în cazul poștei electronice – la sfârșitul mesajului;

d) în cazul muzicii transmise în flux – prin anunț la sfârșitul comunicării în limba folosită pentru restul comunicării;

e) în cazul partajării video – prin anunț și afișare la sfârșitul comunicării în limba folosită pentru restul comunicării;

f) în cazul publicității prin motoarele de căutare – în subsolul paginii de destinație de la adresa URL sau, dacă specificațiile sunt prea lungi pentru a fi incluse în limita de cuvinte a reclamei de căutare, într-un site web care poate fi accesat printr-o adresă URL inclusă în reclamele de căutare.

84. Notificările prevăzute la pct. 83 se vor expune într-o dimensiune de font care corespunde fontului de bază, dar nu mai mic de un font care poate fi citit de o persoană cu vedere 6/6 fără utilizarea vreunui ajutor vizual, în cazul textelor scrise, iar în cazul textelor audio – în același ritm, cu același timbru al vocii și cu aceeași viteză de redare ca și restul comunicării publicitare.

***Secțiunea 5. Publicitatea prin serviciile poștale și de telefonie***

85. Distribuirea/difuzarea publicității politice sau electorale prin intermediul serviciilor poștale se poate realiza conform prevederilor Legii comunicațiilor poștale nr. 36/2016, doar în baza contractului în formă scrisă încheiat între furnizorul publicității ori distribuitorul care acționează în numele acestuia și furnizorul de servicii poștale. În perioada electorală, furnizorii de servicii poștale îi vor trata în mod egal pe furnizorii de publicitate sau pe distribuitorii care acționează în numele acestora în ceea ce privește tarifele aplicate.

86. Materialele publicitare difuzate de către furnizorul de servicii poștale, pe lângă specificațiile stabilite la pct. 19, vor conține și mențiunea „Difuzat în baza contractului nr.\_\_ din \_\_\_\_\_” scrisă într-o dimensiune de font care să poată fi citită de o persoană cu vedere 6/6 fără utilizarea vreunui ajutor vizual.

87. Difuzarea publicității politice sau electorale prin intermediul serviciilor de telefonie se poate realiza conform prevederilor Legii comunicațiilor electronice nr. 241/2007, doar în baza contractului în formă scrisă încheiat între furnizorul publicității ori distribuitorul care acționează în numele acestuia și furnizorul de servicii de comunicații electronice. În perioada electorală, furnizorii de servicii de comunicații electronice îi vor trata în mod egal pe furnizorii de publicitate sau pe distribuitorii care acționează în numele acestora în ceea ce privește tarifele aplicate.

88. Difuzarea publicității prin serviciile de telefonie include:

a) comunicare vocală sau multimedia prin rețeaua de telefonie fixă/mobilă, VoIP, comunicare prin mesaje scurte (SMS);

b) comunicare generată de sistemele de apelare automată.

89. Publicitatea prin serviciile de telefonie poate fi difuzată către adresat/abonat doar în cazul solicitării sau al exprimării în prealabil, din partea consumatorului de publicitate, a consimțământului expres pentru a primi mesaje sau apeluri cu un conținut publicitar. Publicitatea este considerată ca fiind recepționată fără consimțământul adresatului/abonatului dacă difuzorul de publicitate nu demonstrează contrariul. Consimțământul poate fi obținut sub orice formă (inclusiv în scris, prin schimb de mesaje electronice, sau verbal, printr-un apel telefonic) și poate fi dovedit prin orice mijloc de probă. Sarcina probei revine furnizorului de publicitate. Adresatul/abonatul are dreptul de a-și revoca consimțământul de a primi publicitate prin simpla notificare a furnizorului de publicitate.

90. Furnizorul de servicii telefonice se va asigura că furnizorul de publicitate sau distribuitorul care acționează în numele acestuia dispune de consimțământul utilizatorilor de servicii telefonice stabilit la pct. 89.

91. Furnizorul de servicii telefonice va răspunde solidar cu furnizorul de publicitate sau distribuitorul care acționează în numele acestuia în cazul nerespectării obligațiilor stabilite la pct. 89, precum și a încălcării drepturilor subiecților de date cu caracter personal garantate de Legea nr.133/2011 privind protecția datelor cu caracter personal.

92. Specificațiile publicității difuzate prin servicii telefonice stabilite la pct. 19 vor fi notificate: a) în cazul comunicării telefonice vocale – la începutul comunicării; b) în cazul comunicării prin mesaje scurte și multimedia – la sfârșitul mesajului; c) în cazul comunicării robotizate – la începutul comunicării.

93. Notificările prevăzute la pct. 92 se vor expune într-o dimensiune de font care este folosit pentru restul comunicării, în cazul textelor scrise, iar în cazul textelor audio – în același ritm, cu același timbru al vocii și cu aceeași viteză de redare ca și restul comunicării publicitare.

***Secțiunea 6. Publicitatea pe materiale tipărite***

94. Furnizorii de publicitate politică sau electorală pot difuza conținutul publicitar prin intermediul materialelor tipărite: afișe, postere, broșuri, cărți, pliante, calendare, cărți poștale și altele asemenea.

95. Materialele tipărite menționate la pct. 94 pot fi distribuite către consumatorii de publicitate prin:

a) înmânări în cadrul întrunirilor sau unor evenimente publice;

b) înmânări în cadrul corturilor sau gheretelor de informare a alegătorilor;

c) intermediul serviciilor poștale;

d) înmânări în stradă, scuaruri ori piețe publice etc.

96. Serviciile de tipar și de sortare, împachetare a tirajului pot fi prestate de persoane fizice sau juridice specializate, înregistrate și autorizate în modul prevăzut de legislație.

97. Specificațiile publicității stabilite la pct. 19 se vor notifica în partea dreaptă de jos a materialului imprimat, într-o dimensiune de font care corespunde fontului de bază, dar nu mai mic de un font care poate fi citit de o persoană cu vedere 6/6 fără utilizarea vreunui ajutor vizual. Complementar, furnizorul va notifica datele de identificare ale entității economice specializate care a prestat serviciul tipografic și, după caz, ale persoanei care a realizat designul și/sau macheta materialului tipărit. De asemenea, se va notifica tirajul executat, numărul comenzii și numărul facturii de plată.

98. Prin excepție de la prevederile pct. 97, fiecare material publicitar al subiecților publicității politice/electorale, care declară pe propria răspundere că nu au utilizat servicii ale producătorilor de publicitate specializați și nu au deschise conturi bancare cu mențiunile respective, trebuie să conțină următoarele informații: numele și prenumele subiectului publicității, data tipăririi, tirajul materialului și mențiunea „Tipărit la echipament tehnic propriu”.

99. Distribuirea de către subiectul publicității a materialelor tipărite de publicitate politică sau electorală nu necesită întocmirea unui contract/act juridic încheiat în formă scrisă.

***Secțiunea 7. Publicitatea pe articole promoționale***

100. Subiecții publicității politice și electorale pot folosi articole promoționale în scop de promovare a publicității.

1) În calitate de articole promoționale pot fi diverse obiecte de uz personal, de birotică, de vestimentație, cum ar fi: caiete, carnete, agende, ilustrate, cărți poștele, calendare, cărți, pixuri, brichete, cutii de chibrituri, cești, magneți, insigne, ecusoane, CD-uri, DVD-uri, suporturi de stocare USB, fanioane, steaguri, pungi, tricouri, chipiuri, eșarfe, fulare și altele asemenea.

2) Valoarea unei piese din astfel de articole promoționale nu poate depăși două unități convenționale.

101. Specificațiile publicității stabilite la pct. 19 se vor notifica, după caz, în măsura în care este fezabil tehnic astfel încât să fie vizibile, fără a afecta designul și aspectul estetic al obiectului. Cel puțin elementul principal de identitate al subiectului publicității trebuie să fie prezent – numele/denumirea, după caz, acronimul, logotipul.

102. Distribuirea de către subiectul publicității a articolelor promoționale nu necesită întocmirea unui contract/act juridic încheiat în formă scrisă. Secțiunea 8. Difuzarea mesajelor de interes public

103.Difuzorii de publicitate au dreptul să difuzeze mesaje de interes public. În sensul prezentului regulament, mesajul de interes public este publicitatea ce are ca obiect promovarea obiectivelor stabilite la art.12 din Legea nr.62/2022 cu privire la publicitate, iar în context electoral ce au ca obiect promovarea valorilor democratice, a democrației participative, informarea cetățenilor cu privire la alegeri și/sau referendumuri în perioadele electorale, în conformitate cu legislația electorală, precum și cu privire la modul de exercitare de către cetățeni a drepturilor politice și electorale.

104. Furnizorul public național și furnizorul public regional de servicii media difuzează mesaje de interes public, gratuit, la solicitarea Comisiei Electorale Centrale, iar la solicitarea altor subiecți, gratuit sau cu plată, la discreția administratorului. Solicitarea se va face printr-un demers întemeiat și cu condiția respectării prevederilor capitolului III din Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate.

105. Furnizori ai mesajelor de interes public pot fi:

a) entitățile din sectorul public;

b) organizațiile necomerciale înregistrate în Republica Moldova.

106. Entitățile din sectorul public care pot furniza mesaje de interes public în context electoral sunt: Comisia Electorală Centrală, Centrul de instruire continuă în domeniul electoral, Consiliul Electoral Central al Găgăuziei, Biroul Relații cu Diaspora, Ministerul Afacerilor Interne, Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene, Biroul politici de reintegrare.

107. În perioada electorală a alegerilor generale sunt difuzate doar mesajele de interes public aprobate de Comisia Electorală Centrală.

1) Președintele Comisiei Electorale Centrale, prin dispoziție, va constitui un grup de lucru care va emite avize privind aprobarea sau refuzul de aprobare a mesajelor de interes public. Avizele sunt emise de către grupul de lucru în termen de 3 zile din momentul recepționării solicitării, la care se anexează materiale care conțin mostrele ce conțin mesajele de interes public. Avizele sunt aprobate prin hotărâre a Comisiei Electorale Centrale în cel mult 3 zile din momentul emiterii avizului de către grupul de lucru.

2) Hotărârile Comisiei Electorale Centrale emise în temeiul subpct. 1) se contestă în ordinea stabilită de art.98 alin. (2) din Codul electoral nr.325/2022.

3) Pot fi furnizori de mesaje de interes public organizațiile necomerciale care sunt preocupate de promovarea și apărarea drepturilor omului, a democrației participative, educația civică, observarea scrutinelor. Pot fi difuzate cu titlu gratuit mesajele de interes public furnizate de organizațiile necomerciale doar dacă au obținut aprobarea prealabilă a Comisiei Electorale Centrale.

108. Difuzarea mesajelor de interes public se va efectua în temeiul unor contracte încheiate în formă scrisă. Vor fi admise spre difuzare doar mesajele de interes public care întrunesc caracteristicile descrise la pct. 103.

109. Răspunderea pentru conținutul mesajelor de interes public o poartă furnizorul sau, după caz, producătorul.

110. În perioada extraelectorală, subiecții menționați la pct. 105 pot să furnizeze mesaje de interes public tematice cu respectarea prevederilor art.13 din Legea nr.62/2022 cu privire la publicitate.

**III. Conținutul publicității**

111. Subiecții publicității politice, electorale și ai mesajelor de interes public sunt în drept să-și definească independent formele de difuzare a publicității și caracteristicile conținutului publicitar.

112. În publicitate politică sau electorală nu pot fi utilizate imagini:

a) ce reprezintă culte religioase sau părți componente ale acestora (sedii ale cultelor, obiecte de cult etc.);

b) cu persoane oficiale străine, instituții de stat sau autorități publice de peste hotare, organizații internaționale dacă acestea duc la contestarea și defăimarea statului și a poporului, îndemnul la război de agresiune, la ură națională, rasială sau religioasă, incitarea la discriminare, la separatism teritorial, la violență publică, precum și alte manifestări ce atentează la regimul constituțional (imagini foto sau video cu persoane, simboluri ale organizațiilor străine etc.);

c) ce folosesc combinare de culori și/sau sunete care invocă simboluri naționale ale altui stat;

d) în care apar personalități istorice de peste hotare;

e) simbolistica unor state străine sau organizații internaționale sau imaginea unor persoane oficiale străine, dacă acestea duc la contestarea și defăimarea statului și a poporului;

f) îndemnul la război de agresiune, la ură națională, rasială sau religioasă, incitarea la discriminare, la separatism teritorial, la violență publică, precum și alte manifestări ce atentează la regimul constituțional;

g) ce sunt susceptibile de a propaga, incita, promova sau justifica ura rasială, xenofobia, antisemitismul sau alte forme de ură fondate pe intoleranță sau pe discriminarea pe criterii de sex, de rasă, de naționalitate, de religie, de dizabilitate sau de orientare sexuală;

h) cu utilizarea resursei administrative;

i) cu participarea copiilor minori, fără acordul părintelui sau al tutorelui.

113. În perioada electorală, în cadrul timpilor de antenă gratuiți și publicității acordate gratuit acordați în temeiul art. 90 alin. (7) și (8) din Codul electoral nr.325/2022, precum și în cadrul afișajului prevăzut la pct. 68, furnizorul de publicitate nu poate:

a) să facă agitație electorală împotriva altor subiecți electorali;

b) să facă apeluri la boicotarea scrutinului;

c) să conteste legitimitatea organelor electorale ori altor subiecți de drept care participă la organizarea scrutinului.

114. În perioada electorală, în timpul programului de lucru, funcționarii publici de conducere de nivel superior, persoanele cu funcții de demnitate publică, conducătorii autorităților sau instituțiilor publice nu se vor implica sub nicio formă în acțiuni de pregătire, distribuire, difuzare a publicității electorale.

115. Publicitatea politică sau electorală va conține doar materiale publicitare care exclud mesaje subliminale, înșelătoare, imorale, discriminări de orice tip, mesaje sexiste, tertipuri de imagini și/sau sunete, limbaj licențios sau injurii care lezează onoarea și demnitatea persoanei, calomnii, îndemnuri la ură între persoane, națională, rasială sau religioasă, incitare la violență publică în masă, incitarea la acțiuni care au drept scop răsturnarea sau schimbarea prin violență a sistemului de stat sau prin încălcarea prin violență a integrității Republicii Moldova, incitarea la acțiuni extremiste și/sau teroriste ori la alte acțiuni care au ca scop încălcarea ordinii de drept, provocări de panică, instigări la violență sau la acțiuni periculoase, în măsură să prejudicieze sănătatea ori să amenințe securitatea oamenilor. Sunt interzise montajele dacă schimbă esența mesajului inițial și, ca rezultat, lezează onoarea, demnitatea oponentului politic ori a concurentului electoral.

116. În perioada electorală, furnizorii de publicitate asigură traducerea materialelor publicitare în limbile minorităților naționale, limbajul mimico-gestual, limbajul Braille, adaptarea lor prin subtitrare ori prin folosirea fontului mărit al corpului de litere sau utilizarea altor metode și instrumente de facilitare a comunicării pentru persoanele cu deficiențe de vedere și de auz. Astfel de materiale publicitare vor constitui nu mai puțin de 1% din volumul total al publicității difuzate în perioada de referință.

117. Sunt permise și alte forme de publicitate politică sau electorală dacă acestea nu contravin prevederilor prezentului regulament. Sunt interzise următoarele forme de publicitate: graffiti și skywriting (mesaje scrise pe cer cu ajutorul unor substanțe volatile, speciale emise de avioane, drone și alte aparate de zbor).

118. Răspunderea pentru conținutul materialelor publicitare politice sau electorale difuzate în condițiile prezentului regulament o poartă furnizorul publicității sau, după caz, producătorul sau distribuitorul.

**IV. Răspunderea juridică**

119. În ziua alegerilor și în ziua precedentă zilei alegerilor nu se admite niciun fel de publicitate în sensul prezentului regulament. Această interdicție nu se referă la materialele plasate anterior în internet.

120. Difuzorii și distribuitorii de publicitate sunt obligați să înlăture/retragă tot afișajul electoral și alte materiale publicitare electorale, excepție făcând materialele elaborate de organele electorale. Încălcarea prevederilor prezentului punct constituie contravenție în sensul art. 52 din Codul contravențional nr. 218/2008.

121. Amplasarea în locuri neautorizate, precum și distrugerea sau deteriorarea prin orice mod a afișelor electorale, amplasate în locuri autorizate, producerea și difuzarea publicității care nu conține elementele stabilite la pct. 19 constituie contravenții și atrag după sine răspunderea conform art. 50, 364 din Codul contravențional nr. 218/2008.

122. Responsabilă de înlăturarea afișajului politic, electoral neautorizat este administrația publică locală, care are dreptul să recupereze în ordine de regres cheltuielile respective din contul persoanei vinovate.

Anexa nr.1

 la Regulamentul privind modul de furnizare, distribuire și difuzare a publicității politice, electorale și a mesajelor de interes public, aprobat prin Hotărârea Comisiei Electorale Centrale nr. 1155/2023

***MODEL***

**Declarație privind difuzarea publicității politice / electorale**

Prin prezenta, furnizorul de publicitate (distribuitorul care acționează în numele furnizorului), \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ DECLARĂ că serviciul de publicitate (denumirea serviciului), \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, difuzat în conformitate cu prevederile contractuale agreate \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(a se specifica nr. și data contractului), constituie:

**publicitate politică [ ]**

*sau*

**publicitate electorală [ ]**

**Furnizorul de publicitate Data**

Anexa nr.2 la Regulamentul privind modul de furnizare, distribuire și difuzare a publicității politice, electorale și a mesajelor de interes public, aprobat prin Hotărârea Comisiei Electorale Centrale nr. 1155/2023

***MODEL***

**Declarație privind condițiile de difuzare a publicității electorale**

 Prin prezenta, difuzorul de publicitate \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ declară următoarele condiții de oferire a spațiului publicitar și altor servicii conexe concurenților electorali, participanților la referendum sau grupurilor de inițiativă în campania electorală pentru alegerile \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ referendumul \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_:

1)numele proprietarului/proprietarilor difuzorului de publicitate; 2) denumirea difuzorului (IDNO, adresa juridică), datele privind actele permisive și termenul de valabilitate al acestora; 3) numărul dispozitivelor de publicitate fixă sau mobilă ce pot fi oferite pentru publicitate electorală; 4) suprafața spațiilor ce pot fi oferite pentru publicitate electorală; 5) schema de amplasare a tuturor dispozitivelor; 6) tarifele pentru publicitatea electorală pe dispozitivele de publicitate fixă sau mobilă; 7) tarifele pentru servicii conexe (specializate) ce pot fi oferite la solicitare concurenților electorali sau participanților la referendum; 8) numele și datele de contact (telefon, adresa de e-mail) ale persoanei responsabile de respectarea declarației privind condițiile de difuzare a publicității electorale;

**Difuzorul de publicitate Data**