



**DECIZIE nr. 4/9  
din 21 iunie 2024**

**Cu privire la aprobarea Regulamentului  
privind amplasarea dispozitivelor publicitare  
și autorizarea publicității exterioare pe teritoriul  
primăriei orașului Anenii Noi**

În baza prevederilor art. 53, alin. (6) din Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate; în conformitate cu Legea nr. 100/2017 cu privire la actele normative; Legea nr. 160/2011 privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzător; Legea nr. 163/2010 privind autorizarea executării lucrărilor de construcție; Legea drumurilor nr. 509/1995; HG nr. 285/1996 cu privire la aprobarea Regulamentului de recepționare a construcțiilor și instalațiilor aferente; în temeiul art. 4 alin. (1), lit. a) și alin. (3) din Legea nr. 435/2006 privind descentralizarea administrativă; art. 14, alin (2), lit. c), art. 19, alin. (3), art. 20, 22 din Lege nr. 436/2006 cu privire la administrația publică locală, avizul comisiei de specialitate Consiliul orășenesc Anenii Noi:

**DECIDE:**

1. Se aprobă Regulamentul cu privire la amplasarea dispozitivelor publicitare și autorizarea publicității exterioare în orașul Anenii Noi și satele din componență, conform anexei.
2. Din data intrării în vigoare a prezentei decizii se abrogă Regulamentul privind organizarea activității de amplasare a publicității exterioare pe teritoriul Primăriei or. Anenii Noi, aprobat prin Decizia Consiliului local Anenii Noi nr. 06/09 din 19.06.2019, cu privire la demontarea panourilor publicitare din centrul or. Anenii Noi.
3. Prezenta decizie se aduce la cunoștință publică prin plasarea în Registrul de Stat al Actelor Locale, pe pag web și panoul informativ al instituției.
4. Prezenta decizie, poate fi notificată autorității publice emitente de Oficiului Teritorial Căușeni al Cancelariei de Stat în termen de 30 de zile de la data includerii actului în Registrul de stat al actelor locale.
5. Prezenta decizie, poate fi contestată de persoana interesată, prin intermediul Judecătoriei Anenii Noi, sediul Central (or. Anenii Noi, str. Marțișor nr. 15), în termen de 30 de zile de la comunicare.

**Președintele ședinței:**

**Ina Gurschii**

**Contrasemnează:  
Secretara Consiliului orășenesc**

**Rodica Melnic**

Votat: pro - 19 , contra - 0, abținut - 0

## Capitolul I DISPOZIȚII GENERALE

1. Presentul regulament stabilește modul de aplicare a cadrului normative-legal la nivel de APL or. Anenii Noi și reprezintă un sistem unic de norme tehnice și legale care reglementează amplasarea dispozitivelor publicitare și eliberarea autorizațiilor pentru amplasarea publicității exterioare în or. Anenii Noi.

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

3. Noțiunile utilizate în prezenta lege au următoarele semnificații:

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

**cod de conduită în domeniul publicității** – acord sau ansamblu de reguli în domeniul publicității, neimpuse prin legislație sau prin dispoziții administrative, ce definesc comportamentul comercianților 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 activități comerciale, industriale (de producție), artisanale sau liber-profesionale, precum și orice persoană care acționează, în scop comercial, în numele ori în beneficiul unui comerciant, inclusiv societatea comercială și întreprinzătorul individual;

**consumator de publicitate** – persoana al cărei interes este suscitată 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 și înregistrată în mod corespunzător;

**dezmințire 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 construcție fixă, edificată în spații publice, care servește drept suport pentru imaginea publicitară în publicitatea exterioară;

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

**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 administrației publice locale, inclusiv orice autoritate a administrației publice locale din unitatea teritorială autonomă cu statut special;

c) orice altă autoritate creată de stat în persoana autorității publice, având drept scop exercitarea atribuțiilor administrative, social-culturale și a altor atribuții 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 organizație comercială de drept privat ale cărei activități sunt finanțate/achitate integral sau parțial 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 și aranjament artistic/arhitectural;

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

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

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

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

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

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

**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 și apa livrate pentru consum, precum și drepturile și obligațiile 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 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, restricție ori preferință în drepturi și libertăți a unei persoane sau a unui grup de persoane, precum și susținerea unui comportament discriminatoriu, bazat pe criteriile reale sau presupuse ale unei persoane sau ale unui grup de persoane privind rasa, naționalitatea, 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 înșelătoare** – publicitatea care, în orice mod, inclusiv prin modul de prezentare, induce ori poate induce în eroare consumatorul de publicitate și care, datorită caracterului înșelător, 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 situații umilitoare/degradante/violente și care ofensează demnitatea persoanei; și/sau

b) promovarea stereotipurilor sexiste în scop discriminatoriu, cu menținerea percepției tradiționale asupra femeii drept o ființă slabă, vulnerabilă și dependentă, având o poziție socială inferioară;

**publicitate subliminală** – publicitatea în care sunt utilizați stimuli prea slabi pentru a fi percepuți în mod conștient, dar care pot influența comportamentul consumatorului de publicitate;

**responsabil de codul de conduită în domeniul publicității** – orice entitate, inclusiv un comerciant sau un grup de comercianți, responsabilă de elaborarea și revizuirea unui cod de conduită în domeniul publicității și/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 inițiativă pentru susținerea candidaților la funcții electivă, grupurile de inițiativă 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;

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

**4.** Utilizarea în publicitate a obiectelor protejate prin dreptul de autor și/sau drepturile conexe se admite cu respectarea prevederilor Legii nr.230/2022 privind dreptul de autor și 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 violență sau la acțiuni periculoase, în măsură să prejudicieze sănătatea ori să amenințe 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.

### Capitolul II

#### **DIFUZAREA PUBLICITĂȚII**

**7.** 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.

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

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

**10.** 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.

**11.** Difuzarea publicității prin serviciile poștale se efectuează în conformitate cu legea nr. 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, 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.

**12.** 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.

**13.** 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**

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

a) firma cu o suprafață maximă de 1 m<sup>2</sup>;

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

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

**16. 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 unităților administrativ-teritoriale.

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

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

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

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

a) Primăria orașului Anenii Noi, cu excepția cazului prevăzut la lit. b);

b) autoritatea emitentă prevăzută de Legea nr. 160/2011 privind reglementarea prin autorizare a activității 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 și exploatarea fiecărui dispozitiv publicitar fix, solicitantul depune o cerere, însoțită de pașaportul dispozitivului publicitar fix, la Primăria orașului Anenii Noi.

(3) Pașaportul dispozitivului publicitar fix 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 fețe, suprafața imaginii publicitare și categoria dispozitivului publicitar;

d) în cazul dispozitivelor publicitare fixe ce urmează a fi amplasate pe pereții sau pe acoperișul unor imobile, inclusiv pe pavilioanele stațiilor de transport public sau pe chioșcurile aflate în proprietate privată, se prezintă acordul scris al proprietarului/propietarilor 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 național sau local de interes raional și/sau în zonele de protecție ale acestuia, se prezintă și actele prevăzute în anexa nr. 3 la Legea drumurilor nr. 509/1995.

(4) Primăria orașului Anenii Noi 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 alin. (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, însoțită 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) În procesul de eliberare a autorizației pentru dispozitiv publicitar, Primăria orașului Anenii Noi

a) oferă solicitantului informații privind reglementările și 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 consultațiile 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 informațiile 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 activității de întreprinzător;
- e) în termen de 3 zile lucrătoare, oferă solicitantului acces la ridicările topografice și hărțile de specialitate, cu excepția cazului în care acestea reprezintă informații oficiale cu accesibilitate limitată.
- (6) Absența unor reglementări în domeniu la nivel local nu constituie temei pentru refuzul de a elibera solicitantului autorizația pentru dispozitiv publicitar.
- (7) Primăria orașului Anenii Noi are dreptul să elibereze o nouă autorizație pentru dispozitiv publicitar doar după expirarea termenului de valabilitate al autorizației pentru aceeași locație.
- (8) Reconstrucția sau înlocuirea dispozitivului publicitar fix necesită eliberarea unei noi autorizații pentru dispozitiv publicitar în cazul în care:
- a) dispozitivul publicitar reconstruit sau cel înlocuit este amplasat într-un alt loc decât cel prevăzut în autorizația în vigoare;
- b) dispozitivul publicitar reconstruit sau cel înlocuit are o suprafață de afișaj mai mare decât suprafața de afișaj a dispozitivului publicitar pentru care a fost eliberată autorizația în vigoare.
- (9) 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.
- (10) 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 Primăriei orașului Anenii Noi.
- (11) 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.
- (12) 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 radieră 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.
- (13) În cazurile prevăzute la subpct. 12) lit. a)–d), decizia de anulare a autorizației pentru dispozitiv publicitar este adoptată de către autoritatea emitentă a autorizației, fără adresare în instanța de judecată. Decizia autorității emitente privind anularea autorizației pentru dispozitiv publicitar poate fi atacată în instanța de judecată.
- (14) În cazul prevăzut la subpct. (12) 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.
- (15) 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.
- (16) 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.
- (17) 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.

## **18. Construcția, amplasarea și exploatarea dispozitivului publicitar fix**

- (1) Dispozitivul publicitar fix se proiectează și se construiește în conformitate cu:
- a) prevederile prezentului Regulament;

- b) cerințele prevăzute în autorizația pentru dispozitiv publicitar, cu excepția cazului prevăzut la lit. c);
- c) cerințele prevăzute în pașaportul dispozitivului publicitar fix, prezentat APL or. Anenii Noi sau altei autorități emitente, în cazul prevăzut la pct. 17, alin.(9) al prezentului Regulament.
- (2) Dispozitivul publicitar fix poate fi amplasat doar după eliberarea autorizației pentru dispozitiv publicitar, cu excepția cazului prevăzut la pct. 17, alin.(9) al prezentului Regulament.
- (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, Primăria or. Anenii Noi:
- 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 prevăzute în pct. 17, alin.(5) lit. a) al prezentului Regulament, ce au ca obiect reglementările și cerințele privind efectuarea lucrărilor de terasament, montare și exploatare a dispozitivelor publicitare fixe;
- c) în termen de 10 zile lucrătoare, oferă titularului autorizației consultații, inclusiv prin intermediul subdiviziunilor/serviciilor de specialitate ale administrației publice locale, privind amplasarea/exploatarea dispozitivului publicitar fix.

**19. 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 raza 100 metri de la rondoul amplasat în zona centru a orașului Anenii Noi;
- 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 desfășurare a acțiunilor de masă, a târgurilor, a expozițiilor sau a competițiilor sportive.

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

**20. Amplasarea dispozitivelor publicitare fixe în intravilanul localităților, inclusiv în zona drumurilor publice**

1) distanța minimă dintre dispozitivele publicitare fixe amplasate în zona drumurilor publice din intravilanul localităților:

- a) în cazul dispozitivelor publicitare fixe cu suprafața mai mică de 12 m<sup>2</sup>;
- b) în cazul dispozitivelor publicitare fixe cu suprafața cuprinsă între 12 m<sup>2</sup> și 36 m<sup>2</sup>;
- c) în cazul dispozitivelor publicitare fixe cu suprafața mai mare de 36 m<sup>2</sup>;

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.

muchia laturii inferioare a dispozitivelor publicitare suspendate deasupra carosabilului se amplasează la înălțimea 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 prezentei legi.

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

(1) Steagurile publicitare se amplasează doar pe teritoriul expozițiilor, al târgurilor, al magazinelor și supermagazinelor, al parcurilor și întreprinderilor industriale, al zonelor de desfășurare a acțiunilor în masă și a celor sportive. Steagurile publicitare se amplasează la înălțimea minimă de 2,5 m de la cota terenului.

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

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

**23. 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 pașaportului dispozitivului publicitar mobil.

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

(4) Se interzice amplasarea și exploatarea mijloacelor de difuzare a publicității sonore, cu excepția celor amplasate temporar în ariile de desfășurare a acțiunilor de masă, a târgurilor, a expozițiilor sau a competițiilor sportive.

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

**24. Publicitatea pe vehicule**

(1) Afișarea imaginilor publicitare pe/în vehiculele aflate în trafic interrațional 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 administrației 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 unitățile de transport ale serviciilor de urgență;
- c) pe unitățile de transport și utilajele destinate reparației drumurilor;
- d) în alte cazuri prevăzute în mod expres de lege.

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

## **Capitolul IV**

### **MESAJELE DE INTERES PUBLIC**

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

- a) valorile și principiile constituționale;
- b) drepturile și libertățile fundamentale ale omului;
- c) modul de viață sănătos și ocrotirea sănătății;
- d) drepturile și obligațiile persoanelor fizice, inclusiv ale cetățenilor străini și ale apatrizilor cu domiciliul sau reședința 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) protecția 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) protecția socială a populației;



- 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.

**27.** Mesajele de interes public nu pot conține nici una din 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.

**28.** Fiecare mesaj de interes public trebuie să conțină genericul “Mesaj de interes public”

## **Capitolul V**

### **PUBLICITATEA COMERCIALĂ**

**29.** 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 organizații 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.

**30.** Este interzisă publicitatea comercială:

- a) ce reprezintă o acțiune de concurență neloială, conform Legii concurenței 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.

**31.** Publicitatea înșelătoare

(1) Publicitatea înșelătoare conține date ce nu corespund realității în ceea ce privește 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 și locul de distribuție/prestare, transportul, preschimbarea, restituirea, reparația și/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 și 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.

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

**33.** 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 înșelătoare”, definită în pct. 3, și al prevederilor pct. 31 din prezentul Regulament;

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 aceluiași necesități sau care sunt destinate aceluiași 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) Comparațiile care se referă la o ofertă specială trebuie să indice, în mod clar și 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 alin. (1) și (2) este interzisă.

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

a) conține 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 experiență 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 relațiile speciale care există între minori, pe de o parte, și părinți 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 situații periculoase.

**35.** 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.

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

**37. Publicitatea** comercială a cărei furnizor este un comerciant trebuie să conțină genericul “Publicitate comercială”, “Publicitate” sau semnul “P”.

## **Capitolul IV PUBLICITATEA POLITICĂ**

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

**39.** 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 de Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate;
- 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.

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

**41.** În perioada extraelectorală publicitatea politică este difuzată în conformitate cu Codul electoral; legea 62/2022 cu privire la publicitate. CEC instituie reglementări suplimentare pentru difuzarea publicității politice în perioada extraelectorală, în conformitate cu codul electoral.

**42.** Publicitatea politică trebuie să conțină genericul „Publicitate politică”;

## **Capitolul VII DISPOZIȚII SPECIALE PRIVIND PUBLICITATEA PENTRU ANUMITE PRODUSE**

**43.** 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 relații ale persoanelor ce se bucură de autoritate în rândul minorilor;
- c) care stabilește o legătură între consumul de alcool și îmbunătățirea calităților fizice, psihice sau a abilității în conducerea de vehicule;
- d) care sugerează că, prin consumul de alcool, se pot obține performanțe sociale ori sexuale;
- e) care sugerează că alcoolul are calități terapeutice sau că acesta este stimulent, sedativ, sau este un mijloc de soluționare a problemelor personale;
- f) care încurajează consumul excesiv de alcool și/sau pune într-o lumină negativă consumul moderat sau abținerea de la consumul de alcool;
- g) care prezintă drept o calitate conținutul ridicat în alcool al băuturilor;
- h) în producția cinematografică, tipărită sau online, destinată minorilor;
- i) pe prima și ultima pagină a ziarelor, pe coperte și pe prima pagină a revistelor, pe pagina de deschidere a mass-mediei digitale;
- j) pe/în mijloacele de transport public, în stații;
- k) în instituțiile 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 instituție de învățământ, într-un cămin pentru elevi sau studenți, într-o instituție medicală, cât și în preajma acestora.

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

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

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

**47.** 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.

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

**49.** Se interzice difuzarea publicității pentru serviciile financiare (inclusiv cele bancare), pentru serviciile de asigurare, pentru serviciile de investiții legate de utilizarea mijloacelor bănești ale persoanelor fizice și juridice, precum și pentru valorile mobiliare, al cărei conținut:

- a) are ca obiect mărimile presupuse ale venitului din valorile mobiliare (cu excepția valorilor mobiliare cu venit fixat) și pronosticul creșterii cursului lor;
- b) garantează mărimea dividendelor pentru acțiunile nominative ordinare;
- c) garantează în mod public sau în alt mod aduce la cunoștința investitorilor informația privind asigurarea valorii mobiliare respective în raport cu alte valori mobiliare;

d) prezintă garanții, promisiuni sau presupuneri cu privire la viitoarea eficiență (rentabilitate) a activității, inclusiv comunicarea creșterii cursului valorii mobiliare.

**50.** 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**

51. Organizațiile din domeniul publicității au dreptul să colaboreze cu APL în vederea promovării politicilor în domeniul publicității și pentru implementarea reglementărilor legislației cu privire la publicitate.

52. Organele abilitate să constate contravenții în domeniul publicității și să aplice sancțiuni au dreptul să solicite organizațiilor profesionale cu rol de autoreglementare formularea și prezentarea de avize cu privire la contravențiile în cauză.

## **Capitolul IX**

### **CONTROLUL DE STAT, MONITORIZAREA ȘI SANCTIUNILE ÎN DOMENIUL PUBLICITĂȚII**

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

- a) Consiliul Concurenței – în limita atribuțiilor sale prevăzute de Legea concurenței nr. 183/2012;
- b) Poliție – în limita atribuțiilor sale prevăzute de Legea nr. 131/2007 privind siguranța traficului rutier și Legea nr. 320/2012 cu privire la activitatea Poliției și statutul polițistului.

(1) În publicitatea exterioară, monitorizarea respectării legislației se efectuează în conformitate cu legislația în vigoare.

**54.** Pentru încălcarea legislației cu privire la publicitate, persoanele fizice și persoanele juridice poartă răspundere în conformitate cu legislația în vigoare și prezentul Regulament.

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

**56.** 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.

**57.** În cazul imposibilității de a identifica producătorul de publicitate, responsabilitatea revine furnizorului de publicitate și/sau distribuitorului de publicitate.

**58.** 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.

**59.** În cazul imposibilității de a identifica distribuitorul de publicitate, responsabilitatea pentru faptele prevăzute la pct. 57 revine difuzorului de publicitate.

**60.** 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 nr. 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 pct. 27 din prezentul regulament.
- 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.

**61.** Încălcarea legislației cu privire la publicitate

(1) Amplasarea mijloacelor de publicitate exterioară fără permisiunea autorității administrației publice locale și fără acordarea, în modul stabilit, a unui spațiu de afișaj se sancționează cu amendă de la 12 la 90 de unități convenționale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 24 la 120 de unități convenționale aplicată persoanei cu funcție de răspundere, cu amendă de la 36 la 180 de unități convenționale aplicată persoanei juridice.

- (2) Amplasarea mijloacelor de publicitate exterioară pe arbori se sancționează cu amendă de la 12 la 90 de unități convenționale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 24 la 120 de unități convenționale aplicată persoanei cu funcție de răspundere, cu amendă de la 36 la 180 de unități convenționale 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 publicității produselor și a serviciilor supuse certificării sau licențierii în cazul în care producătorii lor nu dispun de certificat sau de licență, precum și amplasarea sau difuzarea publicității produselor și a serviciilor interzise producerii și comercializării se sancționează cu amendă de la 12 la 90 de unități convenționale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 24 la 120 de unități convenționale aplicată persoanei cu funcție de răspundere, cu amendă de la 36 la 180 de unități convenționale aplicată persoanei juridice.
- (5) Amplasarea sau difuzarea publicității produselor și a serviciilor cu folosirea neautorizată a simbolurilor statului se sancționează cu amendă de la 12 la 90 de unități convenționale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 24 la 120 de unități convenționale aplicată persoanei cu funcție de răspundere, cu amendă de la 36 la 180 de unități convenționale aplicată persoanei juridice.
- (6) Prezentarea, producerea sau difuzarea fără autorizație a publicității ședințelor medicale în masă cu folosirea metodelor de influență psihică se sancționează cu amendă de la 12 la 90 de unități convenționale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 24 la 120 de unități convenționale aplicată persoanei cu funcție de răspundere, cu amendă de la 36 la 180 de unități convenționale aplicată persoanei juridice.
- (7) Difuzarea publicității exterioare care nu întrunește condițiile prevăzute de lege se sancționează cu amendă de la 12 la 90 de unități convenționale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 180 la 300 de unități convenționale aplicată persoanei juridice.
- (8) Prezentarea, producerea ori difuzarea publicității neonestе, neautentice, amorale, sexiste sau a oricărei alte publicități ce contravine legii și ordinii publice de către agenții de publicitate 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.
- (9) Prezentarea, producerea ori difuzarea publicității cu implicarea și participarea persoanelor care nu au atins vârsta de 18 ani, precum și utilizarea imaginilor cu chipurile acestora în scopuri de publicitate și 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 preșcolarilor și elevilor și promovarea acestora în instituțiile de învățământ general și profesional tehnic, precum și în taberele de odihnă și întremare a sănătății copiilor și adolescenților, indiferent de tipul de proprietate și 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) Afișarea în blocurile locative, în afara panourilor informative (publicitare) sau în afara locurilor destinate pentru publicitate, a diverselor informații se sancționează cu amendă de la 6 la 12 unități convenționale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 30 la 60 de unități convenționale aplicată persoanei cu funcție 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.
- (13) 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 vânzării și sporirea consumului produselor din tutun și a produselor conexe, se sancționează cu amendă de la 84 la 90 de unități convenționale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 270 la 300 de unități convenționale aplicată persoanei juridice cu privarea de dreptul de a desfășura o anumită activitate pe un termen de la 6 luni la un an.
- (14) 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 sancționează cu amendă de la 60 la 72 de unități convenționale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 240 la 270 de unități convenționale aplicată persoanei juridice cu privarea de dreptul de a desfășura o anumită activitate pe un termen de la 6 luni la un an.

(15) Distrugerea sau deteriorarea intenționată a afișelor (cu excepția celor electorale), avizelor, anunțurilor, altor obiecte ale activității de publicitate se sancționează cu amendă de la 6 la 18 unități convenționale sau cu muncă neremunerată în folosul comunității de la 30 la 60 de ore.

## Capitolul X

### DISPOZIȚII FINALE ȘI TRANZITORII

62. Prezentul Regulament intră în vigoare la data publicării în RSAL.

63. La data intrării în vigoare a prezentului Regulament se abrogă Regulamentul aprobat prin decizia Consiliului orașenesc Anenii Noi nr. 06/09 din 19.06.2019.

64. Juristul, arhitectul și alți specialiști din cadrul APL or. Anenii Noi, în limita competențelor sale, monitorizează respectarea cadrului normativ legal de amplasare a dispozitivelor publicitare și /sau eliberare a autorizațiilor pentru plasarea publicității exterioare în or. Anenii Noi și satele din componență.

65. Prezentul regulament, toate modificările și completările la acesta se aprobă și sunt puse în aplicare de către Consiliul or. Anenii Noi

Anexa nr. 1

la Regulament cu privire la amplasarea dispozitivelor publicitare și autorizarea publicității exterioare în orașul Anenii Noi

## CERERE

### pentru obținerea autorizației de amplasare a publicității exterioare

Subsemnatul (ta) \_\_\_\_\_  
cu domiciliul/sediul în \_\_\_\_\_ str. \_\_\_\_\_

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

în conformitate cu Regulamentul cu privire la amplasarea dispozitivelor publicitare și autorizarea publicității exterioare în orașul Anenii Noi, aprobat prin Decizia Consiliului orașenesc Anenii Noi nr. \_\_\_\_ din \_\_\_\_.2024, solicit eliberarea autorizației de amplasare a publicității exterioare pe dispozitivul(le) publicitar(e) amplasat(e) pe adresa \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ nr.  
cadastral \_\_\_\_\_, cu suprafața totală \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup>.

Declar sub propria răspundere, că datele indicate în cerere și în anexe sânt veridice și corecte în conformitate cu condițiile legislație în vigoare.

Data \_\_\_\_\_

Semnătura \_\_\_\_\_

L.Ș.

#### Anexe:

1. Persoană fizică – copia de pe buletinul de identitate și extrasul din Registrul de stat al întreprinzătorilor individuali
2. Persoană juridică – extrasul din Registrul de stat al persoanelor juridice

3. 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
4. Informații privind dispozitivul publicitar fix, inclusiv dimensiunile, numărul de fețe, suprafața imaginii publicitare și categoria dispozitivului publicitar
5. În cazul dispozitivelor publicitare fixe ce urmează a fi amplasate pe pereții sau pe acoperișul unor imobile, inclusiv pe pavilioanele stațiilor de transport public sau pe chioșcurile aflate în proprietate privată, se prezintă acordul scris al proprietarului/propietarilor respectivului bun imobil sau al reprezentantului legal al acestuia/acestora
6. În cazul în care dispozitivul publicitar fix este amplasat în extravilanul localității, în zona  și drum public național sau local de interes raional și/sau în zonele de protecție 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 exterioare în orașul Anenii Noi

**PRIMĂRIA ORAȘULUI  
ANENII NOI**



**ПРИМАРИЯ ГОРОДА  
АНЕНИЙ НОЙ**

MD 6501 or. Anenii Noi, str. Suvorov, 6  
tel. 026522665, tel/fax 026522108, www.anenii-noi.com

MD 6501, г. Анений Ной, ул. Суворов, 6  
тел. 026522665, тел/факс 026522108, www.anenii-noi.com

---

---

### Autorizație de amplasare a publicității exterioare

Nr. \_\_\_\_\_

Primăria or. Anenii Noi permite \_\_\_\_\_, c/f \_\_\_\_\_, amplasarea publicității exterioare pe teritoriul primăriei or. Anenii Noi pe adresa \_\_\_\_\_ cu suprafața \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup>.

Autorizația este valabilă: de la \_\_\_\_\_ pînă la \_\_\_\_\_.

**Primarul or. Anenii Noi** \_\_\_\_\_

L.Ș.

**Specialistul** \_\_\_\_\_

Tel:

**CERERE**  
**pentru suspendare a autorizației de amplasare**  
**a publicității exterioare**

Subsemnatul (ta) \_\_\_\_\_  
cu domiciliul/sediul în \_\_\_\_\_ str. \_\_\_\_\_

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

în conformitate cu Regulamentul cu privire la amplasarea dispozitivelor publicitare și autorizarea publicității exterioare în orașul Anenii Noi, aprobat prin Decizia Consiliului orașenesc Anenii Noi nr. \_\_\_\_ din \_\_.\_\_.2024, solicit suspendarea autorizației de amplasarea a publicității exterioare pe dispozitivul publicitar amplasat pe adresa \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ nr.  
cadastral \_\_\_\_\_, cu suprafața totală \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup>.

Data \_\_\_\_\_

Semnătura \_\_\_\_\_

L.Ș.

**Anexe:**

1. Persoană fizică – copia de pe buletinul de identitate și extrasul din Registrul de stat al întreprinzătorilor individuali
2. Persoană juridică – extrasul din Registrul de stat al persoanelor juridice
3. Autorizația de amplasare a publicității exterioare în original.

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>



**PRIMĂRIA ORAȘULUI  
ANENII NOI**



**ПРИМАРИЯ ГОРОДА  
АНЕНИЙ НОЙ**

MD 6501 or. Anenii Noi, str. Suvorov, 6  
tel. 026522665, tel/fax 026522108, www.anenii-noi.com

MD 6501, г. Анений Ной, ул. Суворов, 6  
т е л . 026522665, т е л / ф а к с 026522108, www.anenii-noi.com

---

nr. \_\_\_\_\_ din \_\_\_\_\_ 2024

**CONFIRMARE**

**privind suspendare a autorizației de amplasare  
a publicității exterioare**

Prin prezenta, Primăria or. Anenii Noi confirmă suspendarea Autorizației de amplasare a publicității  
exterioare Nr. \_\_\_\_ din \_\_\_\_\_ pentru dispozitivul publicitar instalat pe adresa  
\_\_\_\_\_, cu suprafața  
\_\_\_\_\_ m<sup>2</sup> al agentului economic \_\_\_\_\_, c/f \_\_\_\_\_.

Data suspendării Autorizației: \_\_\_\_\_.

**Primarul or. Anenii Noi** \_\_\_\_\_

L.Ș.

**Specialistul** \_\_\_\_\_

Tel: