Anexa nr.1

la decizia Consiliului municipal Chişinău

 nr. \_\_\_\_\_ din \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2020

**REGULAMENTUL**

**privind plasarea publicității exterioare**

 **în municipiul Chișinău**

 Prezentul Regulament stabilește aplicarea cadrului legal la nivel local şi reprezintă un sistem unitar de norme tehnice şi juridice de procedură care reglementează modul de amplasare a dispozitivelor de publicitate şi emiterea autorizației de plasare a publicității exterioare în municipiul Chişinău, cu excepția orașelor, satelor (comunelor) din componența municipiului.

**Capitolul I.**

**DISPOZIŢII GENERALE**

**1.** Prevederile prezentului Regulament se aplică proprietarilor dispozitivelor de publicitate, posesorilor de firme, proprietarilor/gestionarilor de imobile pe care sunt amplasate mijloace de publicitate, precum și operatorilor: furnizori și difuzori de publicitate.

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

**3.** Emitentul autorizației de plasare a publicității exterioare este autoritatea administrației publice locale responsabilă de domeniul urbanism (în continuare emitent), care exercită și controlul realizării strategiilor în domeniul publicității exterioare, în deplină concordanță cu reglementările prevăzute în legislația în vigoare.

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

**5.** În înțelesul prezentului Regulament, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații:

1. ***autorizație de construire*** – act permisiv emis de administrația publică locală, ce are ca obiect dreptul titularului de desfășurare a lucrărilor de terasament, construire și/sau exploatare a dispozitivului publicitar cu respectarea certificatului de urbanism pentru proiectare și a documentației de proiect elaborate și verificate;
2. ***autorizație de plasare a publicității*** – act permisiv emis de autoritatea administrației publice locale, ce are ca obiect dreptul titularului de plasare a publicității exterioare;
3. ***calcan*** - fațadă fără goluri a unei construcţii, situată pe limita de proprietate laterală sau posterioară, destinată de regulă să fie acoperită de zidul asemănător al unei clădiri vecine;
4. ***certificat de urbanism*** ***informativ*** - act cu caracter tehnic de reglementare, eliberat solicitantului de către emitent pentru a face cunoștință cu cerințele și elementele ce caracterizează regimul juridic, tehnic, arhitectural și urbanistic a bunului imobiliar/terenului, stabilite de documentația privind planificarea urbană și amenajarea teritoriului;
5. ***construcții cu caracter provizoriu -*** construcții autorizate care, conform documentației de urbanism și de amenajare a teritoriului, au o durată de existență limitată, stabilită de către emitent. Din categoria construcțiilor cu caracter provizoriu fac parte: chioșcuri, gherete, pavilioane, cabine, corpuri și panouri de afișaj, copertine, pergole sau alte obiecte similare;
6. ***contract de*** ***superficie -*** dreptul de superficie se poate constitui prin act juridic bilateral și trebuie să plătească o redevență în proporția stabilită de consiliul local;
7. ***consumator de publicitate -*** beneficiarul publicității (informației publice);
8. ***difuzor de publicitate* -** persoana care asigură plasarea și difuzarea publicității (informației publice) prin orice mijloc de informare;
9. ***dispozitiv publicitar*** *–* sistem de comunicare vizuală pentru plasarea publicității exterioare, cum ar fi afișele, panourile, standurile, instalațiile și construcțiile (situate separat sau suspendate de pereții și de acoperișurile clădirilor), firmele tridimensionale, firmele luminoase, tablourile electromecanice și electronice suspendate, alte mijloace tehnice:
10. ***afiș***/***banner*** - suport pentru mesajul publicitar confecţionat din folie sintetică sau din material textil, în mod obişnuit cu formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice;
11. ***casetă luminoasă/ lightbox****-* suport pentru publicitatea exterioară realizat princorpuri luminoase, afişe sau panouri iluminate din interior;
12. ***coloană port-afiș*** - mijloc de transmitere a mesajelor publicitare, culturale, imprimat pe suport hârtie sau pe folie sintetică ce se expune prin aplicare pe suport independent amplasat special pentru aceste activități;
13. ***ecran publicitar*** - ecran cu LED-uri, LCD, prismatron sau altele asemănătoare, pe care se rulează grafică, spoturi şi altele asemenea, cu conţinut dinamic și de dimensiuni variabile, fără sunet;
14. ***firmă -*** inscripție tridimensionala, formă sau imagine plasată pe fațada unei clădiri, cu referire la un operator economic sau la o activitate care se desfășoară în interiorul clădirii;
15. ***indicator publicitar direcțional*** (panou direcțional) - înscris, formă ori imagine care indică o direcție, proximitatea unui obiectiv sau a unei clădiri unde se desfășoară o anumită activitate;
16. ***mesh -*** suport pentru mesajul publicitar confecţionat din material sintetic perforat, cum ar fi plasa fină, de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri sau prin fixare/agățare de cel puțin un suport independent;
17. ***mesh digital*** - suport publicitar de mari dimensiuni expus pe suprafaţa exterioară a unui imobil şi care foloseşte modul electronic de afişare a reclamei;
18. ***panou publicitar*** - structură provizorie din placă rigidă de metal sau material sintetic dur, de mărimi variate folosită pentru afișarea unui mesaj publicitar;
19. ***panou tip citylight***– panou la sol, de tip casetă luminoasă, iluminate din interior;
20. ***proiect publicitar special*** - construcţie provizorie atipică, creată special în scopul promovării unui produs, a unui serviciu sau eveniment şi care nu are în alcătuirea sa elemente de fundaţie și/sau structuri publicitare clasice;
21. ***rooftop*** *-* dispozitiv de publicitate amplasat pe acoperișul, respectiv terasa unei clădiri;
22. ***steag publicitar*** - piesă de stofă, pânză sau material plastic ataşată la un suport lance, catarg sau stâlp, purtând culori, embleme, simboluri sau mesaje publicitare;
23. ***furnizor de publicitate* -** sursa sau obiectul informaţiei publicitare destinată producerii, plasării şi expunerii ulterioare;
24. ***imagine publicitară –*** publicitate cu caracter fluctuant, tipărită/afișată pe dispozitivul publicitar, reprodusă pe ecran electronic și/sau proiectată pe diferite suprafețe prin sisteme optice;
25. ***pașaport al amplasării dispozitivului de publicitate –*** schema amplasării dispozitivului de publicitate cu ridicarea topografică la scara 1:2000 și 1:500, elaborată și eliberată de emitent, care indică amplasamentul exact al dispozitivului pe imobil și constituie temei pentru eliberarea autorizației (anexa nr.6);
26. ***producător de publicitate* -** persoana care conferă informaţiei publicitare forma necesară expunerii;
27. ***publicitate*** – informație publică despre persoane, mărfuri (lucrări, servicii), idei sau inițiative (informație publică, material publicitar) menită să suscite și să susțină interesul public față de acestea, să contribuie la comercializarea lor și să ridice prestigiul producătorului;
28. ***publicitate exterioară*** (outdoor) - publicitate efectuată în spatii publice, în exteriorul clădirilor;
29. ***publicitate pe autobuze/troleibuze municipale***  - publicitate realizată prin lipirea de afișe, montarea de panouri-buildboard pe roți sau vopsirea vehiculelor în scopuri publicitare;
30. ***publicitate socială*** – publicitate care reprezintă interesele societății și ale statului în propagarea unui mod de viață sănătos, ocrotirea sănătății, protecția mediului înconjurător, păstrarea integrității resurselor energetice, protecția socială a populației și care nu are scop lucrativ și urmărește obiective filantropice și de importantă socială;
31. ***schiță de proiect***  - piese desenate care reflectă ideea creativă a arhitectului privind soluțiile arhitecturale și de amplasare a unei construcții, care ulterior pot fi realizate în documentația de proiect. Schița de proiect este alcătuită din: plan de încadrare, plan general, fațade, soluții cromatice, desfășurata unei porțiuni de front stradal;
32. ***solicitant –*** oricepersoană fizică sau juridică, reprezentant al furnizorului, al producătorului sau al difuzorului de publicitate, care intenționează să plaseze publicitate exterioară;
33. ***vitrină*** *–* spaţiu special amenajat pentru expunerea mărfurilor în spatele ferestrei dinspre stradă a unui magazin.

**Capitolul II.**

**Aprobarea executării lucrărilor de amplasare**

**a dispozitivelor de publicitate:**

**Secțiunea I. Dispozitive publicitare la sol**

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

**7.** Amplasarea panourilor publicitare la sol se face numai după obținerea autorizației de construire, emisă în conformitate cu prevederile legale în vigoare, în care va fi precizat caracterul provizoriu al construcției.

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

**Secțiunea II. Dispozitive publicitare pe fațade și acoperișuri**

**9.** Amplasarea panourilor publicitare pe fațade sau acoperișuri se face cu:

(1) eliberarea autorizației de construire;

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

**10.** În cazul în care proprietarul clădirii a avizat schița de proiect în timpul

construcției/reconstrucției imobilului și pentru amplasarea dispozitivelor publicitare, nu este necesară eliberarea autorizației de construire.

**11.** Mesh-urile amplasate pe schelele montate pe fațadele construcțiilor noi, aflate în diferite faze de execuție, sau ale celor existente, aflate în reparaţie, se autorizează odată cu autorizarea organizării de şantier şi este valabilă pe toată durata existenței acesteia.

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

**CAPITOLUL III.**

**Zonele de publicitate**

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

1. ZUL 1 și ZUL 2 – zone de publicitate ultracentrală. Zonele de publicitate ultracentrală se instituie în perimetrul străzilor indicate în anexa nr.3.
2. ZPR – zonă de publicitate restrânsă. Zona de publicitate restrânsă se instituie în perimetrul străzilor indicate în anexa nr.3.
3. ZPL – zona de publicitate lărgită reprezintă restul teritoriului administrativ al municipiului Chișinău, pe care se pot amplasa mijloace de publicitate stabilite de prezentul Regulament.

**14**. În cadrul zonelor de publicitate ultracentrale autoritatea publică locală poate delimita spaţii în care este interzisă amplasarea mijloacelor de publicitate, cu excepţia firmelor. În aceste spaţii, forma şi dimensiunea firmelor vor fi avizate de către arhitectul şef şi/sau persoana cu atribuţii de urbanism din cadrul unităţii administrativ-teritoriale.

**CAPITOLUL IV.**

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

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

(1) instalații și dispozitive publicitare, amplasate la sol;

(2) dispozitive amplasate pe imobile: pe perete şi pe acoperiş;

(3) dispozitive amplasate pe construcțiile de susținere a rețelelor edilitare, pe pilonii rețelelor de iluminare şi ai reţelelor de contact pentru transportul electric,

(4) mijloace tehnice care asigură reproducerea publicităţii pe pavaj și pe

suprafaţa pereților;

(5) mijloace de publicitate confecționate din materiale moi, întinse peste

partea carosabilă a străzilor şi eşarfe, amplasate pe pilonii adiacenți carosabilului;

(6) steaguri publicitare;

(7) dispozitive publicitare instalate pe pavilioanele staţiilor de transport

public, chioşcuri şi alte elemente ale mobilierului urban;

(8) dispozitiv de publicitate – mesh, instalate pe schelele imobilelor în construcţie. Şantierele în lucru pot fi împrejmuite şi ele cu instalaţii şi dispozitive de publicitate;

(9) dispozitive publicitare netradiţionale - baloane gonflabile, aerostate cu

imagini şi inscripţii publicitare ş.a.;

(10) publicitate exterioară realizată prin aplicarea materialelor autocolante

pe transportul public, vopsirea parţială sau totală a mijloacelor de transport

 public cu folosirea elementelor de design și reclamă;

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

1. amplasarea oricărui dispozitiv publicitar fără acte permisie eliberate de administrația publică locală, conform prevederilor prezentului Regulament;
2. pe clădiri şi construcții, în lipsa acordului proprietarului/gestionarului imobilului;
3. pe monumentele istorice, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii și a mesh-urilor de pe schele amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/ restaurare în condițiile prezentului Regulament;
4. pe obiectele de artă monumentală și monumentele de for public;
5. alcătuirea imaginilor şi mesajelor de publicitate care contravin normelor legale în vigoare sau care contravin bunelor moravuri;
6. obturarea vizibilității indicatoarelor rutiere prin amplasarea panourilor publicitare;
7. pe semnele de circulație, inclusiv pe stâlpii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație, pe stâlpii de alimentare cu energie electrică, pe stâlpii de iluminat public, pe stâlpii de susținere a elementelor de transport public, pe stâlpii de telecomunicații sau orice alt tip de stâlpi amplasați în localitate sau de-a lungul arterelor de circulație;
8. amplasarea mijloacelor de publicitate care prin formă, conținut, dimensiuni și culori în combinații specifice pot fi confundate cu mijloacele de semnalizare rutieră, precum și a indicatoarelor de orientare și informare.
9. în incinta și pe elementele de împrejmuire a cimitirelor și a lăcașurilor de cult;
10. în interiorul scuarurilor, parcurilor şi grădinilor publice, cu excepţia firmelor care anunţă activitatea ce se desfăşoară în interiorul clădirilor/ chioșcurilor/gheretelor/cât și evenimentele publice amplasate/organizate în aceste spații verzi şi a mesh-urilor amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare în condiţiile prezentului regulament;
11. în locurile de joacă sau locurile de odihnă situate în zona blocurilor de locuințe;
12. pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților administrației publice locale și centrale, precum și ale instituțiilor publice, cu excepția afișajelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul sediilor;
13. pe arbori;
14. în spaţii verzi cu caracter ornamental sau zone bogat plantate;
15. la sol, în spațiul carosabilului străzii;
16. la sol, în locul intersecțiilor și racordărilor străzilor cu încălcarea triunghiurilor de vizibilitate în conformitate cu NCM B.01.05, p.c. 11,9 și CP D.02.11, p.c. 6.1.10, și 11.2 (anexa nr. 6), în locul de amplasare a semnalizării rutiere, în locul în care fluenţa şi siguranţa traficului ar fi perturbată;
17. la sol, pe sectoarele de străzi cu declivități longitudinale de peste 6%;
18. la sol, în zona exterioară a curbelor în plan;
19. la sol, în locul de până la trecerile de pietoni cu încălcarea triunghiurilor de vizibilitate în conformitate cu NCM B.01.05, pc. 11,9 și CP D.02.11, p.c. 6.1.10, și 11.2 (anexa nr.6). După trecerile de pietoni, pe direcția deplasării, dispozitivele de publicitate vor fi amplasate la cel puțin 10 m de trecere;
20. la sol, la o distanţă mai mică de 10 m de poduri, pasaje, estacade, viaducte, și nu mai aproape de 5 m de piciorul taluzului;
21. pe stâlpii proprii elementelor de semnalizare rutieră sau de circulaţie;
22. pe clădirile aflate în stare avansată de deteriorare, în situația în care amplasarea mijlocului de publicitate afectează structura de rezistență;
23. acoperirea cu orice mijloc de publicitate a suprafețelor vitrate ale clădirilor;
24. amplasarea de reclame, afișe, autocolante, anunțuri, firme pe sticla vitrinelor;
25. inscripționarea reclamelor pe copertine/ parasolare/umbrele sau alte asemenea structuri în zona de publicitate ultracentrală și cea restrânsă.
26. amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale;
27. la sol, în zona de protecţie a comunicaţiilor inginereşti;
28. amplasarea și utilizarea mijloacelor de publicitate sonore;
29. amplasarea mijloacelor de publicitate la o distanta mai mică de 2,00 m fâță de limita de proprietate a imobilelor sau terenurilor private ale persoanelor fizice și/sau juridice, fără acordul scris al proprietarilor, și numai dacă, prin această amplasare, nu se afectează accesul și utilizarea fără îngrădire a proprietății și/sau nu se estompează în niciun fel vizibilitatea din și înspre proprietate;
30. la sol, pe trotuare, piste pietonale și piste pentru bicicliști;
31. instalarea panourilor pe acoperişul adăposturilor destinate publicului, staţiilor de autobuz şi al chioşcurilor;
32. staționarea vehiculelor publicitare pe drumurile locale sau în locurile vizibile dinspre acestea.

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

**18.**  În situația în care proprietarul construcției-suport pentru dispozitivele de publicitate nu are contracte de publicitate în derulare, va afișa materiale privind propria activitate sau materiale privind campanii educaționale, umanitare, sociale, culturale de interes public.

**19.** Toate imaginile și textele din publicitatea exterioară, înainte de plasare, se coordonează cu Agenția Servicii Publice (corectitudinea textului) și persoana cu funcție de răspundere în urbanism, delegată pentru aceasta (calitatea imaginei).

**20.** Refuzul privind amplasarea publicității exterioare se argumentează în scris.

**21**. Autoritatea publică locală coordonează textul publicitar, fără implicarea solicitantului autorizației de plasare a publicității exterioare, cu Agenția Servicii Publice în cazul în care se preconizează includerea în publicitate a textului în limba de stat, precum și denumirea întreprinderii, mărcii înregistrate precum și genul de activitate sau prestări servicii, în celelalte cazuri o face solicitantul individual.

 **22.**Autoritatea publică desemnată pentru autorizarea plasării publicității

exterioare, reieșind din dimensiunile şi caracteristicile concrete, este în drept de a stabili dacă diapozitivul publicitar este necesar de amplasat conform regulilor de autorizare a lucrărilor de construcție sau regulilor de amplasare a dispozitivelor publicitare pe fațadele imobilelor sau mobilierului urban.

**23.** La expirarea termenului de amplasare a dispozitivului publicitar/mobilierului urban, iar acest termen nu a fost prelungit, proprietarul are obligaţia desfiinţării dispozitivului de publicitate cu aducerea terenului la starea iniţială.

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

**25.** Cheltuielile rezultate ca urmare a acţiunilor de demontare prevăzute la pct. 23 și 24 sunt în sarcina proprietarului dispozitivului de publicitate şi vor fi recuperate ulterior de la acesta, în condiţiile legii.

**26**. Procedura prevăzută la pct. 25 poate fi declanșată din oficiu de către autoritatea publică locală sau la solicitarea proprietarului imobilului/ terenului pe care este instalat dispozitivul de publicitate.

**27**. Dispozitivele de publicitate exterioară sunt construcții provizorii și urmează a fi demontate în corespundere cu necesitățile urbanistice ale administrației publice locale conform legislației în vigoare a Republicii Moldova.

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

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

**29.** Panourile publicitare amplasate la sol vor fi montate astfel încât să nu împiedice circulaţia rutieră şi/sau pietonală, ori accesul pietonal şi/sau al autovehiculelor de intervenţie pe proprietăţi, cu respectarea prevederilor prezentului Regulament.

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

**31.** Proprietarul dispozitivului publicitar la sol este obligat să instaleze pe suprafața construcției un tablou informativ cu datele sale de contact (denumirea firmei, numărul de telefon, numărul autorizației de construire, barcode (copia autorizației de plasare a publicității)).

**32.** Dimensiunile de bază ale dispozitivelor de publicitate la sol, amplasate în municipiul Chișinău sunt: 0,7 m x l m, 1,2 m x 1,8 m, 2,5 m x 4 m, 3 m x 6 m. Dispozitivele de publicitate pot avea şi alte dimensiuni, în funcţie de factorii şi condiţiile ce definesc mediul urban respectiv.

**33.** Distanța între dispozitivele amplasate la aceeaşi înălţime, pe aceeaşi axă nu poate fi mai mică de :

 (1) 30 m - pentru dispozitivele cu suprafața de până la 1,0 mp;

(2) 50 m - pentru dispozitivele cu suprafața de până la 2,5 mp;

(3) 80 m - pentru dispozitivele cu suprafața de până la 8,0 mp;

(4) 100 m - pentru dispozitivele cu suprafața de până la 12,0 mp;

(5) 150 m - pentru dispozitivele cu suprafața de până la 18,0 mp;

1. Panoul publicitar la sol poate fi amplasat cu respectarea următoarelor:
	1. panoul cu suprafața de până la 2,5 mp poate fi amplasat la cel puţin 1,2 m de la marginea părții carosabile a străzii;
	2. panoul cu suprafața de până la 8 mp poate fi amplasat la cel puţin 2,4 m de la marginea părții carosabile a străzii;
	3. panoul cu suprafața de până la 18 mp poate fi amplasat la cel puţin 4 m de la marginea părții carosabile a străzii;
	4. Dacă între carosabil și zona de amplasare a panoului există o barieră fizică (gard ornamental, perete de sprijin, soclu de beton) distanța specificată subpct. (2) şi (3) poate fi micșorată de două ori.
2. În zona mediană a străzilor și bulevardelor, panoul de publicitate se va

amplasa cu respectarea condițiilor prevăzute la subpct. (1) și (2), art. 34, din prezentul Regulament.

1. Pe trotuar, în limitele prevederilor prezentului Regulament, în cazul în care

spațiul rămas pentru deplasarea pietonilor pe trotuar nu este mai mic decât 2 m. În toate cazurile, panourile amplasate pe trotuar vor respecta direcția de deplasare a pietonilor.

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

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

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

**40.** Pentru iluminarea publicităţii exterioare se face uz de sisteme electrotehnice de producţie industrială care corespunde cerințelor .securității electrotehnice și antiincendiare.

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

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

**43.** Proprietarii ecranelor publicitare de tip LED au obligaţia transmiterii de informaţii de interes public şi local, precum şi informaţii de interes pentru populaţie în cazul unor situații de urgență, la solicitarea emitentului în formă scrisă.

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

1. gri (apropiat de RAL 9007);
2. albastru (apropiat de RAL 5007);
3. antracit (apropiat de RAL 7016);
4. verde ( apropiat de RAL 6003).
5. Se interzice amplasarea panourile de publicitate peste străzi și drumuri

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

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

**47.** Obiect al impunerii cu taxă pentru dispozitivele publicitare la sol îl constituie suprafața feței de afișaj (suprafață destinată pentru afișajul imaginilor publicitare) dispozitivului publicitar pe care se plasează publicitatea exterioară conform datelor din autorizația de plasare a publicității exterioare.

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

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

**49.** În cazul emiterii unei autorizații de construire/reconstruire a imobilului și coordonarea proiectului cu dispozitive publicitare pe fațadă, emitentul va elabora și va elibera doar pașaportul amplasării dispozitivului publicitar, fără a solicita și autorizație de construire asupra dispozitivelor de publicitate.

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

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

**52.** Firmele anunță o activitate, ele nu pot cuprinde elemente ce constituie reclamă pentru un produs sau marcă. Conţinutul textului poate include doar denumirea activităţii, denumirea firmei şi eventuale elemente reglementate prin acte normative ale legislației în vigoare.

**53.** Firmele se amplasează numai la nivelul parterului, în zona de faţadă efectiv aferentă spaţiilor ocupate de activitatea respectivă. Prin excepţie, pentru instituţiile publice sau de interes public şi societăţile comerciale care ocupă un întreg imobil, se pot dispune firme în partea superioară a faţadei, în zona/deasupra ultimului nivel.

**54.** Pentru activități ce nu ocupă spaţii adiacente faţadei, la parterul imobilelor, pot fi dispuse doar firme sub forma unor plăci gravate/inscripționate, în zona accesului în clădire. In cazul în care într-un imobil se desfăşoară în asemenea condiţii mai multe activităţi, firmele se vor grupa într-un pachet și standardiza.

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

**56.** Firmele vor fi corelate cu arhitectura faţadelor, ce pot impune restricţii importante privind poziţia, dimensiunile şi designul acestora. Vor avea dimensiuni adaptate spaţiului disponibil pe faţadă. Nu vor putea altera sau intra în contradicţie cu detaliile /expresia arhitecturală a clădirii. Se interzice amplasarea acestora pe elemente proeminente ale faţadelor ( balcoane, logii, console, pilaştri, ancadramente, cornişe profilate etc.), pe porţile de acces în imobile, pe ferestre sau vitrine, pe calcane, pe acoperișuri /terase.

**57.** Ca elemente importante în definirea imaginii urbane, soluția de design al firmei trebuie armonizată cu contextul cromatic al fațadei și realizată din fier forjat, cupru, inox, sticlă, lemn, ceramică, piatră naturală.

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

**59.** Pentru o activitate se va putea amplasa o singură firmă. Prin excepţie, în cazul imobilelor de colţ se pot amplasa firme pe faţadele aferente ambelor străzi.

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

**61.** În cazul firmelor iluminate, reflectoarele se vor amplasa astfel încât să asigure o iluminare uniformă, care să pună în valoare clădirea şi care să nu deranjeze traficul auto şi pietonal, reflectoarele fiind mascate de elemente ale construcţiei sau firmei.

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

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

**64.** Firmele nu pot fi dispuse pe domeniul public.

**65.** Pentru serviciile funerare de orice natură (firme de pompe funebre, comerţ cu produse şi materiale specifice etc.) se pot amplasa pe faţadele imobilelor doar plăci inscripţionate. Amplasarea oricărui alt tip /format de firmă este în mod expres interzis.

**66.** Instituțiile care dispun de formate standardizate (în general cele ale administraţiei publice, de învăţământ etc.) le vor utiliza ca atare.

**67.** Obiectele expuse în vitrină se vor amplasa la minimum 10 cm de la sticlă.

Amplasarea de reclame, afișe, autocolante, anunțuri, firme pe sticla vitrinelor, în exterior sau interior, e interzisă.

**68.** Dispozitivele de publicitate de tip rooftop vor fi amplasate pe terase ori

acoperişuri ale clădirilor, astfel încât sistemele lor de prindere să nu constituie o sursă de accidente şi să nu afecteze structura de rezistenţă şi funcţionarea optimă a clădirilor. Pentru fațade cu înălțimea de până la 20 m de la sol, rooftop-ul va avea literele şi simbolurile grafice (nonfigurative - logo-uri, sigle) cu înălțimea de 1/6 din înălțimea fațadei, dar nu mai mult de 2 m. Pentru fațade cu înălțimea de peste 20 m de la sol, rooftop-ul va avea literele şi simbolurile grafice (nonfigurative - logo-uri, sigle) cu înălțimea de 1/10 din înălțimea fațadei, dar nu mai mult de 6 m.

 **69**. La expirarea autorizației de plasare a publicității exterioare, iar acest termen nu a fost prelungit, proprietarul imobilului, pe care este amplasată construcția-suport, este obligat, să aducă imobilul la starea inițială, pe cheltuială proprie.

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

**Secțiunea IV. Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar**

**71.** Amplasarea dispozitivelor publicitare pe mobilierul urban se va realiza pe

baza unui contract de închiriere valabil, încheiat cu proprietarul sau administratorul obiectului-mobilier, numai după obținerea autorizației de construire/pașaportului, emis în conformitate cu prevederile prezentului Regulament.

**72.** Pot fi utilizate ca suport publicitar următoarele tipuri de mobilier urban: staţiile de autobuz/troleibuz, chioşcurile de ziare şi alte chioşcuri cu activităţi comerciale, coloanele port-afiș cu respectarea prevederilor prezentului Regulament.

**73.** Stațiile de autobuz/troleibuz pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panourile amplasate pe acestea sau care fac parte din componenta acestora.

**74.** Chioșcurile de ziare și alte chioşcuri cu activităţi comerciale pot fi utilizate ca suport de publicitate, dacă sistemul constructiv al chioşcurilor respective permite o astfel de utilizare, dacă publicitatea se face prin colantare, suprafața totală de publicitate poate fi egală cu suprafața chioșcului.

**75.** Sunt exceptate de la prevederile prezentei secțiuni suporturile/panourile publicitare care sunt incluse în adăposturile destinate publicului și stațiile de autobuz și fac parte integrantă din acestea și care au fost autorizate împreună cu acestea, în conformitate cu legislația în vigoare la data autorizării.

**76.** Coloanele port-afiș vor putea fi utilizate numai pentru afişe şi/sau anunţuri de spectacole şi manifestări culturale; este interzisă suprapunerea de afişe de spectacol în cazul în care termenul la care acestea vor avea loc nu a fost depășit.

**77.**La expirarea termenului de amplasare a dispozitivului publicitar/ mobilierului urban, proprietarul are obligaţia desfiinţării dispozitivului de publicitate cu aducerea imobilului /terenului la starea iniţială.

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

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

**79.** În vederea asigurării informării eficiente a cetăţenilor, a libertăţii de expresie şi esteticii urbane, autorităţile administraţiei publice locale (preturile de sector) au obligaţia de a instala în amplasamente cu vizibilitate, în condiţiile regulamentului local de publicitate, panouri speciale destinate afişelor publicitare pentru spectacole publice, teatre, concerte, campanii electorale şi altele asemenea şi a anunţurilor de mică publicitate ca panouri tip: coloane port-afiș;

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

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

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

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

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

**84.** Este permisă utilizarea ca suport pentru afişe/reclame publicitare a mijloacelor de transport în comun, cum ar fi troleibuze, autobuze, microbuze, cu condiţia ca prin aceasta să nu fie afectată vizibilitatea călătorilor înspre exteriorul mijlocului de transport.

**85.** Plasarea publicității pe mijloacele de transport municipal seefectuează în bază de contracte încheiate Regia transport electric / Parcul urban de autobuze și coordonat cu Inspectoratul General de Poliție.

**86**. Plasarea publicității în interiorul mijlocului de transport nu se coordonează conform pct. 85. Responsabil de conținut și plasare este proprietarul mijlocului de transport.

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

 **87.** Publicitatea socială nu are scop comercial şi urmăreşte obiective filantropice şi de importanţă socială. Difuzarea publicităţii sociale se consideră activitate de binefacere şi se bucură de înlesnirile prevăzute de legislaţie.

**88.** Publicitatea socială, realizată prin forme ale publicităţii exterioare se autorizează în condiţiile legii și ale prezentului Regulament.

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

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

**91.** Pentru obținerea dreptului de plasare a publicității cu caracter social în

municipiul Chişinău atât furnizorul de mesaj social, cât şi beneficiarul panoului de publicitate pot înainta cerere de scutire a taxei la „Ghișeul Unic”, care va conține:

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

- denumirea instituţiei, întreprinderii sau organizaţiei, numele şi prenumele conducătorului, adresa, codul fiscal, ştampila şi semnătura solicitantului;

- solicitanţii vor indica perioada începerii campaniei (cel puţin 30 de zile înainte de începerea campaniei), locul amplasării şi numărul autorizaţiei panoului de publicitate unde va fi plasată publicitatea socială.

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

**93.** Beneficiarul panoului de publicitate care a obţinut permisiunea privind dreptul de amplasare a publicităţii cu caracter social în municipiul Chişinău va fi scutit de taxa locală pentru dispozitivele de publicitate prin procentul acceptat de Consiliul municipal Chișinău la aprobarea bugetului.

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

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

(1) cerere-tip (anexa nr. 2);

(2) contractul de locațiune a terenului - superficie/ dreptul de proprietate asupra terenului;

(3) copia certificatului de urbanism;

(4) copia autorizației de construire;

(5) actul de recepție finală;

(6) imaginea și/sau textul aferent.

 **95.** Acte necesare pentru obținerea autorizație pe fațade, și mobilier urban:

(1) cerere-tip (anexa nr. 2);

(2) fotografii color cu vedere generală (sau a fațadei întregii clădiri) a spațiului (contextului) de plasare solicitat;

(3) schița proiectului (în formă liberă) cu schema de amplasare, imaginea și/sau textul aferent;

(4) copia extrasului din registrul de stat al întreprinderilor și organizațiilor pentru persoana juridică, sau copia de pe buletinul de identitate persoana fizică;

(5) acordul proprietarului/proprietarilor, gestionarului imobilului privind plasarea panoului de publicitate exterioară;

(6) copia certificatului de urbanism (după caz);

(7) copia autorizației de construire (după caz);

(8) actul de recepție finală (după caz);

(9) solicitare pentru elaborare a pașaportului (după caz).

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

**97.** Autorizarea de amplasare publicității exterioare se va elibera solicitantului

prin oficiul ”Ghișeul unic”**, gratuit.**

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

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

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

 **101**. Primarul General al municipiului Chișinău este obligat să ceară proprietarului mijlocului de publicitate desființarea construcției-suport pentru mijlocul de publicitate, atunci când constată încălcări ale prezentului Regulament, fără drept de adresare în instanța de judecată.

**CAPITOLUL VI.**

**Condiții, norme și cerințe generale**

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

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

**CAPITOLUL VII.**

**Reglementări fiscale**

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

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

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

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

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

**Capitolul VIII.**

**Dispoziții finale și tranzitorii**

**109.** Dispozitivele de publicitate care nu întrunesc condiţiile şi normele stipulate în prezentul Regulamentvor fi demontate după expirarea termenului de valabilitate.

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

**111.** Consiliul municipal Chișinău deleagă dreptul de stabilire a relațiilor funciare cu beneficiarii de dispozitive publicitare la sol care vot obține actele specificate în art. 110 a prezentului Regulament, în perioada de tranziției.

**112**. Beneficiarii de dispozitive vor încheia contract de superficie cu Primăria municipiului Chișinău, odată cu primirea autorizației de construire.

**113.** Beneficiarii de dispozitive publicitare, după primirea autorizației de construire și contractului privind stabilirea relațiilor funciare se vor adresa cu cerere la oficiul „Ghișeul Unic” pentru eliberarea autorizației de plasare a publicității exterioare.

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

**115**. Concepțiile de amplasare pot fi elaborate de persoane fizice și juridice interesate.

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

1. schița panoului/panourilor publicitare;
2. schema de amplasare a panoului/panourilor publicitare;
3. desfășurate ale fronturilor stradale;
4. profile de străzi specifice;
5. fațade ale clădirilor;
6. vederi tridimensionale de amplasare a panoului/panourilor publicitare.

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

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

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

**118.** Toate litigiile privind respectarea prevederilor prezentului Regulament se soluţionează conform legislaţiei în vigoare.

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

SECRETAR INTERIMAR AL CONSILULUI Adrian TALMACI