|  |
| --- |
| **TABEL de DEVIRGENȚE la proiectul REGULAMENTULUI****PRIVIND**  **PLASAREA PUBLICITĂŢII EXTERIOARE ÎN MUNICIPIUL CHIŞINĂU** |
| Nr.pct./subpct. | Clauze din proiectul Regulamentului | Comentarii AAPM  | Propuneri pentru modificarea clauzelor proiectului de Regulament | Sistematizarea propunerilor |
|  | 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. | Este încălcat art. 55 al Legii nr.100 din 22.12.2017 Сu privire la actele normative, și anume: în proiectul Regulamentului nu sunt stipulate acte normative în vigoare. Totodată nu sunt prevăzute referințe la acte normative respective. Ca rezultat, conținutul Regulamentului produce interpretarea și executarea incorectă a Regulamentului din cauza conținutul neclar.*Articolul 55. Trimiterea la alte acte normative**(1) Reglementările de acelaşi nivel şi avînd acelaşi obiect de reglementare se cuprind, de regulă, într-un singur act normativ.* ***În cazul în care proiectul actului normativ cuprinde prevederi ce se regăsesc în alte acte normative în vigoare, se face trimitere expres la actul normativ care le conţine.*** | Propunem: de a include în Regulament o lista completă și exhaustivă a actelor normative în vigoare, la care se face referință, în contextul interpretării și realizării corecte a prevederilor Regulamentului. | **Toate legile și actele normative se regăsesc în proiectul de decizie**  |
| 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. | Conform prevederilor art.16 din Legea nr.1227 din 27.06.1997 cu privire la publicitate: amplasarea publicităţii exterioare pe clădiri şi alte construcţii aflate în proprietate privată se coordonează cu organele teritoriale de arhitectură şi nu necesită autorizarea specială a autorităţilor administraţiei publice locale.*Legea nr.1227 din 27.06.1997 cu privire la publicitate:**Articolul 16. Publicitatea exterioară**(4) Amplasarea publicităţii exterioare pe clădiri şi alte construcţii aflate în proprietate privată se coordonează cu organele teritoriale de arhitectură şi nu necesită autorizarea specială a autorităţilor administraţiei publice locale.* | Respectiv prevederile pct.12 din Regulamentul contravin prevederilor Legii nr.1227 din 27.06.1997 cu privire la publicitate, și urmează a fi modificate. | **Nu se acceptă**Există publicată tălmăcirea art. 17 din Legea 1227/1997, de către Ministerul Finanțelor, nr. 26-08/3-11 9966/8247 din 06.10.2016 |
| Capitolul III. Zonele de publicitate. |
| 13. | Pe raza municipiului Chișinău sunt delimitate următoarele zone de publicitate, conform anexei nr.3 la prezentul Regulament: | Zonele de publicitate trebuie să fie bazate pe anumite criterii și cu hotare clar definite, de exemplu, „axa de stradă”. Dacă o stradă se numește zonă din Regulament, se pune întrebarea, care este lățimea zonei de stradă? După hotarele clădirilor? Și dacă nu există clădiri, atunci câți metri? Fără specificații, regula nu funcționează.Aici vom avea o problemă care provoacă corupție!!! | Исходя из реальных городских условий и исторической застройки мун.Кишинэу, были определены фактические зоны, которые требуют ограничений в размещении рекламных носителей.Предлагаем редактирование данной главы:*În municipiul Chișinău sunt definite următoarele zone de publicitate, Anexa nr.3 la prezentul regulament:**1)* ***ZPR-(1)*** *- zonă publicitară restrânsă. O zonă publicitară limitată este instituită în perimetrul străzilor specificate în Anexa nr.3 la prezentul regulament.* *Zona din perimetrul străzilor - str. Ismail - str. București - str. Alexei Sciusev – str. Mihai Viteazul - str. Columna - str. Ismail.**În zona ZPR-(1), nu este permisă amplasarea unor structuri independente de orice formă, spațiu publicitar perceput vizual într-o proiecție pe un plan mai mare de 4 (Patru) m2, cu excepția construcțiilor adiacente cu partea lor posterioară la pereții clădirilor, îngrădirilor teritoriului și zonelor verzi care acoperă complet partea din spate a suportului publicitar.**2)* ***ZPR- (2)*** *- zonă publicitară restrânsă. O zonă publicitară limitată este instituită în perimetrul străzilor specificate în Anexa nr.3 la prezentul regulament.* *Zona din perimetrul străzilor - str. Ismail – str. Alexei Mateevici – str. Alexei Sciusev - str. București - str. Ismail. Și Zona din perimetrul străzilor - str. Columna - str. Ismail – str. Albișoara - str. Mihai Viteazul -str. Columna.**În zona ZPR-(2), nu este permisă amplasarea unor construcții independente de orice formă, spațiu publicitar perceptibil vizual într-o proiecție pe un plan mai mare de 8 (Opt) m2, cu excepția construcțiilor adiacente cu partea lor posterioară la pereții clădirilor, îngrădirilor teritoriului și zonelor verzi care acoperă complet partea din spate a suportului publicitar.**3)* ***SPR*** *- străzi, bulevarde cu un statut special de importanță semnificativă și destinate oaspeților. Lista străzilor, bulevardelor și squarurilor este definită în Anexa nr.3 la prezentul regulament:* *· bulevardul Alba Iulia**· bulevardul Constantin Negruzzi**· bulevardul Dacia (până la str. Valea Crucii)**· bulevardul Decebal**· bulevardul Dimitrie Cantemir**· bulevardul Gagarin**· bulevardul Moscova**· bulevardul Renașterii Naționale**· șos. Hâncești (până la str. Miorița)**· str. Albișoara**· str. Calea Ieșilor**· str. Ciuflea**· str. Gh. Asachi**· str. Kiev**· str. Pantelimon Halippa**De-a lungul SPR, nu este permisă amplasarea unor construcții independente de orice formă, spațiu publicitar perceput vizual într-o proiecție pe un plan mai mare de 12 (douăsprezece) m2, cu excepția construcțiilor adiacente cu partea lor posterioară pereților, îngrădirilor teritoriului și zonelor verzi care acoperă complet partea din spate a suportului publicitar. Suplimentar la normele și prevederile prezentului regulament, se recomandă elaborarea, aprobarea și implementarea Proiectelor pentru amplasarea dispozitivelor publicitare și de informare pe aceste străzi, care să asigure o ordine vizuală stabilă, actualizată periodic în mediul urban.**4)* ***ZPL*** *- zonă de publicitate extinsă, reprezintă restul teritoriului administrativ al municipiului Chișinău, în care sunt plasate dispozitive publicitare în conformitate cu normele și prevederile prezentului regulament.* | Toate răspunsurile la întrebările referitoare la zone își vor găsi soluția în actele permisive referitoare la construcții  |
| 13. (1) | (1) ZUL 1 și ZUL 2 – zone de publicitate ultracentrală. Zonele de publicitate ultracentrală se instituie în perimetrul străzilor indicate în anexa nr.3. |  |
| 13. (2) | (2) ZPR – zonă de publicitate restrânsă. Zona de publicitate restrânsă se instituie în perimetrul străzilor indicate în anexa nr.3. |  |
| 13. (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. | Отсутствуют конкретные ограничения в размещении рекламных конструкций, соответствующие зонам, определенным в пункте 13.Данная норма Регламента предоставляет одному ведомству принимать на свое усмотрение решение кому разрешать размещение, а кому нет, что необратимо приведет к коррупционной составляющей. |   | **Nu se acceptă**Este prerogativa actelor de construire |
| 15. (2) | (2) dispozitive amplasate pe imobile: pe perete şi pe acoperiş; | De adăugat: pe calcane, pe fațade | Se propune următoarea redacţie:*dispozitive amplasate pe imobile: pe perete, pe calcane, pe fațade şi pe acoperiş;* | **Nu se acceptă**Se subînțeleg toate dispozitivele publicitare |
| 16. | Este interzisă amplasarea dispozitivelor publicitare: | 1) Art.16 alin.(7) din Legea nr.1227 din 27.06.1997 cu privire la publicitate stipulează lista exhaustivă a interdicțiilor pentru amplasarea publicității.Lista interdicțiilor pentru amplasarea publicității, stipulate prin Regulament este mai largă și nu corespunde prevederilor Legii nr.1227 din 27.06.1997 cu privire la publicitate.Respectiv, prevederile pct.16 a Regulamentului contravine prevederilor Legii nr.1227 din 27.06.1997 cu privire la publicitate și urmează a fi excluse din conținutul Regulamentului.  *Legea nr.1227/1997 cu privire la publicitate:**Articolul 16.**(7) Se interzice amplasarea publicităţii exterioare:**a) prin vătămarea sau nimicirea de arbori;**b) în zonele de protecţie a monumentelor de arhitectură, istorie şi cultură.**(8) Sistemele de comunicare vizuală nu trebuie să ia forma şi dimensiunile indicatoarelor rutiere.* |  | **Nu se acceptă**S-a accentuat ca produs interzis |
| 16. (5) | (5) alcătuirea imaginilor şi mesajelor de publicitate a textelor şi imaginilor care contravin normelor legale în vigoare sau care contravin bunelor moravuri; | De exclus: «sau care contravin bunelor moravuri». Cenzura. Opinie subiectivă. |  | **Nu se acceptă**Propunerea: Consiliului pentru Prevenirea și Eliminarea Discriminării și Asigurarea Egalității |
| 16. (7) | (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; | De exclus: «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.» Общеевропейская практика использование опор для временных носителей малого формата для проведения рекламных компаний, акций и городских мероприятий. |  | **Nu se acceptă**Pe stâlpi dispozitivele publicitare sunt interzise |
| 16. (16) | (16) la sol, în zona intersecțiilor și racordărilor străzilor 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), în zona de amplasare a semnalizării rutiere, în zona în care fluenţa şi siguranţa traficului ar fi perturbată; | De exclus: «în zona de amplasare a semnalizării rutiere, în zona în care fluenţa şi siguranţa traficului ar fi perturbată».Нет необходимости интерпретировать Закон о безопасности дорожного движения. Закон четко определяет каким образом безопасность может быть нарушена. Данная формулировка создает возможность для коррупционной составляющей. |  | **Nu se acceptă**Sunt standarde în construcții și ele trebuie respectate |
| 16. (17) | (17) la sol, pe sectoarele de străzi cu declivităţi longitudinale de peste 6%; | De exclus, не применимо к городу, где средняя скорость передвижения составляет 20 км/ч. Данное ограничение относится к дорогам со скоростным режимом более 50 км/ч. |  | **Nu se acceptă**Sunt standarde în construcții și ele trebuie respectate |
| 16. (18) | (18) în zonele în care a fost restricționată sau interzisă publicitatea prin prezentul Regulament; |  De exclus. Contravine Capitolului III. Zonele de publicitate. |  |  **Acceptată** |
| 16. (19) | (19) la sol, în zona exterioară a curbelor în plan; | De exclus, не применимо к городу, где средняя скорость передвижения составляет 20 км/ч. Данное ограничение относится к дорогам со скоростным режимом более 50 км/ч. |  | **Nu se acceptă**Sunt standarde în construcții și ele trebuie respectate |
| 16. (20) | (20) la sol, în zona 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; |  | Сonform regulilor de circulație rutieră,se propune următoarea redacţie:*la sol, în zona 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 1 m de trecere;* | **Nu se acceptă**Sunt standarde în construcții și ele trebuie respectate |
| 6. (26) | (26)inscripționarea reclamelor pe copertine/ parasolare/umbrele sau alte asemenea structuri în zona de publicitate ultracentrală și cea restrânsă. | De exclus, запрет и ограничение предпринимательской деятельности экономических агентов. |  | **Nu se acceptă**Se propun zone aerisite de publicitate |
| 16. (27) | (27)amplasarea indicatoarelor publicitare direcționale; | De exclus. Не понятна форма запрета. Запрет и ограничение предпринимательской деятельности экономических агентов. |  | **Nu se acceptă**Aceste indicatoare sunt interzise în proiect |
| 16. (31) | (31) la sol, pe trotuare, piste pietonale și piste pentru bicicliști; | De exclus: «pe trotuare». Противоречит пункту 36 Настоящего Регламента. |  | **Nu se acceptă**Nu vor fi panouri pe trotuare |
| 19. | Dispozitivele de publicitate care se amplasează în zona drumurilor publice se autorizează și se execută cu respectarea prevederilor actelor normative în vigoare privind regimul drumurilor și circulația pe drumurile publice, ale normelor tehnice privind proiectarea și amplasarea construcțiilor, instalațiilor și panourilor publicitare în zona drumurilor, pe poduri, pasaje, viaducte și tuneluri rutiere, precum și ale legislației ce reglementează domeniul public și regimul proprietății. | De exclus. Вводит в заблуждение, приведет к противоречиям с положениями настоящего Регламента. |  |  **Acceptată** |
| 20. | 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 (imagine).  | De exclus: «și persoana cu funcție de răspundere în urbanism, delegată pentru aceasta (imagine)». Цензура запрещена Конституцией РМ. |  | **Nu se acceptă**Propunerea: Consiliului pentru Prevenirea și Eliminarea Discriminării și Asigurarea Egalității |
| 21. | Refuzul privind amplasarea publicității exterioare se argumentează în scris. | Заменить на – с письменным обоснованием. | Se propune următoarea redacţie:*Refuzul privind amplasarea publicității exterioare se argumentează în scris și întemeiat.* | **Nu se acceptă**Refuzul în scris va fi întemeiat. |
| 24. | La expirarea termenului de amplasare a dispozitivului publicitar/mobilierului urban, proprietarul are obligaţia desfiinţării dispozitivului de publicitate cu aducerea terenului la starea iniţială. | Необходимо взять в учет процедуру продления. | Se propune următoarea redacţie:*La expirarea termenului de amplasare a dispozitivului publicitar/mobilierului urban, în lipsa cererii de prelungire, proprietarul are obligaţia desfiinţării dispozitivului de publicitate cu aducerea terenului la starea iniţială.* |  **Acceptată** |
| 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; | De exclus.Данная норма оказалась не эффективной в действующем временном Регламенте по размещению наружной рекламы. При выдаче Градостроительного Сертификата специалисты должны руководствоваться соответствующими нормами и утвержденными проектами. |  | **Nu se acceptă**În ședințele precedente s-a acceptat această propunere |
| 34. | 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.
 | Предлагаем редакцию данного пункта. Предложенные расстояния достаточны и не создают помехи для транспорта. | Se propune următoarea redacţie:*34. Dispozitivele de publicitate independente cu un unghi de vizualizare de 360 de grade trebuie amplasate cu respectarea următoarelor distanțe față de marginea carosabilului:**(1) cele cu suprafața de până la 4 m.p. – la cel puțin 1,0 m de la marginea carosabilului, cu excepția celor plasate pe stâlpii rețelelor tehnice de-a lungul drumului, precum și pe suporturile proprii ale construcțiilor situate în axa stâlpilor tehnici atunci când construcția este orientată spre trotuar. (conform schemei din Anexa nr. 9 și nr.10).**(2) construcții de până la 12 m.p. pot fi situate la cel puțin 2,0 m de la marginea carosabilului;**(3) construcții cu o suprafață mai mare de 12 m.p. pot fi situate la cel puțin 3,0 m de la marginea carosabilului;**(4) dacă între carosabil și zona de amplasare a construcției există o barieră fizică (gard decorativ, perete de susținere, bază de beton), distanța specificată la paragraful (2) și (3) poate fi redusă în jumătate;**(5) distanța de la marginea carosabilului poate fi diferită, sub rezerva aprobării acesteia în Proiectul întregului cartier, întregii secțiuni de stradă;* | **Nu se acceptă**În ședințele precedente s-a acceptat această propunere |
| 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. |  | Se propune următoarea redacţie:*Proprietarii ecranelor publicitare de tip LED sunt obligați să transmită informații de interes public și local în cazul situațiilor de urgență.* | **Nu se acceptă**Nu poate fără temei să fie publicat un spot publicitar |
| 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). | De exclus.Не обоснованы критерии выбора цветовой гаммы. Предмет будущих проблем и споров. |  | **Nu se acceptă**În ședințele precedente s-a acceptat această propunere |
| 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. | De completat : în lipsa cererii de prelungirea termenului Autorizației. | Se propune următoarea redacţie:*Dispozitivele de publicitate la sol, amplasate pe domeniul public sau privat,* *în lipsa cererii de prelungirea termenului Autorizației, 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.* | **Nu se acceptă**Se referă la responsabilizarea agenților economici |
| 47. | Obiect al impunerii cu taxă pentru dispozitivele publicitare la sol îl constituie suprafața feței (fețelor) dispozitivului publicitar pe care se plasează publicitatea exterioară conform datelor din autorizația de plasare a publicității exterioare. | De exclus, deoarece se determină în Legea bugetului în fiecare an. |  | **Nu se acceptă**Ca formulă pe proiect fiecare secțiune se finisează cu obiectul fiscal |
| 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. | Sectiunea III предложен в проекте Регламента без перечня конкретных критериев, которые отличают вывеску экономического агента от рекламного устройства, которое является на сегодня налогооблагаемым объектом. Правила размещения смешаны и предполагают дальнейшие проблемы в оформлении фасадов зданий в муниципии. Вопрос организации размещения вывесок экономических агентом так и не решается. За все время подготовки проекта Регламента не подготовлены эскизы и визуальные примеры, которые определяют правила и нормы их размещения, как в исторической части города с охранными объектами, так и в других районах с разными вариантами застройки. Этот Раздел имеет особую важность и требует серьезного внимания. Предлагаем вынести тему «Вывески» в отдельный документ для более детальной регламентации. |  | **Nu se acceptă**Sunt standarde în construcții și ele trebuie respectate |
| 62. | Firmele iluminate vor fi amplasate la minimum 3,00 m de la nivelul solului. | De exclus. |  | **Nu se acceptă**Sunt standarde în construcții și ele trebuie respectate |
| 64. | Firmele nu pot fi dispuse pe domeniul public. | Не верно сформулировано положение. |  | **Nu se acceptă**Firmele nu pot fi amplasate la sol, doar pe fațade la locul de comerț |
| 66. | Instituțiile care dispun de formate standardizate (în general cele ale administraţiei publice, de învăţământ etc.) le vor utiliza ca atare. | Не понятна норма. |  | **Nu se acceptă**Formularea este corectă. De exemplu fațada unei clădiri de liceu, etc.  |
| 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. | Не важны размеры вывески?  |  | Nu, deoarece dispozitivul firmă nu se supune taxei, iar celelalte da. |
| 73. | Stațiile de autobuz/troleibuz pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panourile amplasate pe acestea sau care fac parte din componenta acestora. |  | Se propune următoarea redacţie:*Pavilioanele stațiilor de transport public pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panourile amplasate pe acestea sau care fac parte din componenta acestora.* | **Nu se acceptă**Pavilioanele sunt diferite ca activitate (punct comercial și stație de așteptare), se vor supune normelor actelor permisive de construcții. |
| 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. | De concretizat. |  | - |
| 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. | De exclus, deoarece contravine pct. 5 alin. (7 c) prezentului Regulament: c) coloană port-afiș - mijloc de transmitere a mesajelor publicitare, culturale, comerciale, politice, de instructaj şi altele asemenea, imprimat pe suport hârtie sau pe folie sintetică ce se expune prin aplicare pe suport independent amplasat special pentru aceste activități; |  | **Acceptată** s-a exclus sintagma: „comerciale, politice, de instructaj şi altele asemenea” |
| 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. | De completat : în lipsa cererii de prelungire a termenului Autorizației. | Se propune următoarea redacţie::*La expirarea termenului de amplasare a dispozitivului publicitar/ mobilierului urban, în lipsa cererii de prelungire a termenului Autorizației, proprietarul are obligaţia desfiinţării dispozitivului de publicitate cu aducerea imobilului /terenului la starea iniţială.* | **Nu se acceptă**De obicei, pe mobilierul urban nu se plasează publicitate cu termen mare. |
| 89. | Consiliul municipal Chișinău stabilește procentul de scutire (sau până la 30 de zile calendaristice pentru fiecare panou, la cererea producătorului de publicitate) a taxei pentru dispozitivele publicitare pe perioada unui an bugetar, odată cu aprobarea bugetului local. | Se propune formularea cu utilizarea procentului, care facilitează evidența. | Se propune următoarea redacţie::*Consiliul municipal Chișinău stabilește procentul de scutire (până la 15% din perioada de impozitare a obiectului impozabil, la cererea beneficiarului Autorizației pentru amplasarea publicității exterioare) a taxei pentru dispozitivele publicitare pe perioada unui an bugetar, odată cu aprobarea bugetului local.* |  **Acceptată**doar ca formulă nu și ca procent, deoarece el se stabilește prin decizia CMC. |
| 91. | Pentru obținerea dreptului de plasare a publicității cu caracter social înmunicipiul 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. | Se propune următoarea formulare de utilizarea termenului de 5 zile. | Se propune următoarea redacţie::*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 (cu cel puţin 5 (cinci) zile lucrătoare înainte de începerea campaniei), locul amplasării şi numărul autorizaţiei panoului de publicitate unde va fi plasată publicitatea socială.* | **Nu se acceptă**5 zile nu este un termen rezonabil de a lua act de propuneri și de a raporta către Inspectoratul Fiscal 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 pentru perioada ce nu va depăși 30 de zile calendaristice într-un an bugetar sau procentul acceptat de Consiliul municipal Chișinău. | Se propune formularea cu utilizarea procentului, care facilitează evidența. | Se propune următoarea redacţie:*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 pentru perioada ce nu va depăși 15% al anului bugetar sau alt procent acceptat de Consiliul municipal Chișinău.* | **Acceptată**doar ca formulă nu și ca procent, deoarece el se stabilește prin decizia CMC. |
| 98. | Termenul de valabilitate a autorizației de plasare a publicității exterioare, nu poate depăși 12 luni din data emiterii. | Propunem ajustarea conform legii. | Se propune următoarea redacţie:*În Autorizație se indică termenul de valabilitate a autorizației, care nu poate depăși perioada stabilită de legislația în vigoare.* | **Nu se acceptă**Formula este din Anexa nr. 1, pct. 48 din Legea 160/2011 |
| 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. | Legea nr.160 din 22.07.2011 privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzator stipulează clar și exhaustiv temei pentru anulare/retragere a autorizațiilor. Autoritatea administrației publice nu este în drept să aprobe temei pentru anulare a autorizațiilor în afară de cele stabilite prin acte legislative în vigoare. | Se propune următoarea redacţie:*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 3 ani, un specialist tehnic atestat ca expert, va întocmi un raport tehnic de inspecție care, prin grija proprietarului, va fi comunicat emitentului. Prezentarea expertizei este obligatorie.* | **Nu se acceptă**Este preluată formula din normele actelor de construcție |
| 100. | Temei de retragere a autorizației de plasare a publicității și de emitere a autorizației de desființare sunt nerespectarea prevederilor prezentului Regulament. | De exclus. Legea nr.160 din 22.07.2011 privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzator stipulează clar și exhaustiv temei pentru anulare/retragere a autorizațiilor. Autoritatea administrației publice nu este în drept să aprobe temei pentru anulare a autorizațiilor în afară de cele stabilite prin acte legislative în vigoare. |  | **Nu se acceptă**Acest temei nu este prevăzut în lege și poate fi în 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. | De exclus. 1. Conform prevederilor art.15 din Legea nr.136 din 17.06.2016 privind statutul muncipiului Chișinău, primarul mun. Chișinău nu deține dreptul de a anula autorizație de amplasare a publicității.Totodată primarul mun. Chișinău nu este în drept să stipuleze condițiile de demontare a panoului publicitar. Temeiul pentru demontarea panoului publicitar este stabilit prin Legea nr.136 din 17.06.2016 privind statutul muncipiului Chișinău – instalarea panoului fără obținerea autorizației în mod prealabil.*Legea nr.136 din 17.06.2016 privind statutul muncipiului Chișinău:**Articolul 15. Atribuțiile primarului general* *(1) Primarul general exercită următoarele atribuții de bază:**3) în domeniul reglementării administrative și normative a activității persoanelor fizice și juridice de pe teritoriul municipiului Chișinău:* *a) eliberează autorizaţii și alte acte permisive prevăzute de lege, avînd dreptul de a le suspenda sau revoca din motive temeinic justificate;* *c) dispune demontarea și evacuarea, inclusiv forțată, a panourilor publicitare instalate în mod neautorizat.*2. Противоречит процедуре, указанной в пункте 102 настоящего Регламента: «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).» |  | **Nu se acceptă**În baza Actului de constatare va fi elaborară Autorizația de desființare. |
| 105. | Cota taxei se stabilește anual prin decizie de către consiliul local al municipiului Chișinău. | De exclus, deoarece este determinată de Codul Fiscal al RM. Nu este obiectul prezentului Regulament. |  | **Nu se acceptă**Această recomandare este de la Consiliul Concurenței prin excluderea lacunelor achitării taxei  |
| 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. | De exclus, deoarece este determinată de Codul Fiscal al RM. Nu este obiectul prezentului Regulament. |  | **Nu se acceptă**Această recomandare este de la Consiliul Concurenței prin excluderea lacunelor achitării taxei  |
| 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. | De exclus, deoarece este determinată de Codul Fiscal al RM. Nu este obiectul prezentului Regulament.. |  | **Nu se acceptă**Această recomandare este de la Consiliul Concurenței prin excluderea lacunelor achitării taxei  |
| 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. | De exclus, deoarece este determinată de Codul Fiscal al RM. Nu este obiectul prezentului Regulament. |  |  **Nu se acceptă**Această recomandare este de la Consiliul Concurenței prin excluderea lacunelor achitării taxei  |
| Capitolul VIII. Dispoziții finale și tranzitorii |  |
| 109. | Dispozitivele de publicitate care nu întrunesc condiţiile şi normele stipulate în prezentul Regulament vor fi demontate după expirarea termenului de valabilitate. | 1. Основная цель переходного периода поддержать действующих экономических агентов, соблюдающих правовые нормы.Необходимо выстроить Главу в соответствии с этапами проведения действий, указанных в положениях.2. Legea nr.160 din 22.07.2011 privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzator stipulează clar și exhaustiv temei pentru demontarea dispozitivelor de publicitate. Autoritatea administrației publice nu este în drept să aprobe alte temei pentru demontarea dispozitivelor de publicitate în afară de stabilite prin acte legislative în vigoare.Totodată, art.15 Lege nr. 136 din 17.06.2016 privind statutul municipiului Chişinău prevede că demontarea panourilor publicitare se permite numai în cazul în care panourile sunt instalate în mod neautorizat. | Se propune următoarea redacţie:*109. Prezentul Regulament intră în vigoare odată cu adoptarea lui și este publicat în conformitate cu prevederile legislației.**110. Se stabilește perioada de tranziție pentru implementarea normelor și regulilor noi și desfășurarea procedurilor relevante, de 24 luni după aprobarea prezentului Regulament.**111. 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.**112. Beneficiarii de dispozitive publicitare la sol, care au autorizații de construire pentru plasarea publicității de tip vechi valabile, vor primi, în baza solicitării, certificat de urbanism și autorizație de construire a dispozitivului publicitar conform normelor prezentului Regulament.* *113. În decursul perioadei de tranziției Consiliul municipal Chișinău deleagă dreptul de stabilire a relațiilor funciare cu beneficiarii de dispozitive publicitare la sol, care vor obține actele specificate în art. 104 a prezentului Regulament.* *114. Beneficiarii de dispozitive vor încheia contract de superficie, pentru un termen de zece ani, cu Primăria municipiului Chișinău, odată cu primirea autorizației de construire.**115. 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 amplasare a publicității exterioare.**116. Prezentul Regulament cu privire la amplasarea dispozitivelor publicitare și autorizarea publicității exterioare în municipiul Chișinău nu are efect retroactiv.**117.Toate litigiile privind respectarea prevederilor prezentului Regulament se soluţionează conform legislaţiei în vigoare.* | **Nu se acceptă** |
| 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. | Este expusă doar într-o altă ordine , sensul fiind același |
| 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: a)schița panoului/panourilor publicitare;b)schema de amplasare a panoului/panourilor publicitare;c)desfășurate ale fronturilor stradale;d)profile de străzi specifice;e)fațade ale clădirilor;f)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. | Не указана процедура рассмотрения и принятия Концепций. |  | Conceptul de stradă privind amplasarea dispozitivelor publicitare va fi aprobat printr-un Regulament intern a Direcției generale arhitectură și urbanism și relații funciare, la necesitate. |
| 116. | Prezentul Regulament intră în vigoare odată cu adoptarea lui. |  | Se propune următoarea redacţie:*Prezentul Regulament intră în vigoare odată cu adoptarea lui și este publicat în conformitate cu prevederile legislației.* | **Nu se acceptă**Toate deciziile CMC intră în vigoare odată cu adoptarea lor. Acestea sunt acte normative. |
| 117. | Perioada de tranziție se stabilește pentru 24 luni după aprobarea prezentului Regulament. |  | Se propune următoarea redacţie:*Se stabilește perioada de tranziție pentru implementarea normelor și regulilor noi și desfășurarea procedurilor relevante, de 24 luni după aprobarea prezentului Regulament.* | **Nu se acceptă**S-a explicat mai sus |
| 119. | Regulamentul dat cu privire la publicitatea exterioară nu are efect retroactiv. |  | Se propune următoarea redacţie:*Prezentul Regulament cu privire la amplasarea dispozitivelor publicitare și autorizarea publicității exterioare în municipiul Chișinău nu are efect retroactiv.* | **Nu se accepta** Regulamentul nu este pentru amplasarea dispozitivelor |
| 120. | Prevederile Regulamentului nu se extind asupra localităţilor din componenţa municipiului Chişinău | De exclus. Se repetă preambula. |  |  **Acceptată** |
| Lipsește în document |  |
|  |  | 1. Отсутствуют нормы, дающие возможность реконструкции рекламных носителей без лишней бюрократии. |  |  |
|  |  | 2. Отсутствует положение с ответственностью админстративной публичной власти в отношении деятельности, проводимой в рамках настоящего Регламента.  |  |  |
|  |  | 3. Отсутствуют визуализации, которые бы давали понимание к чему приведут нормы настоящего Регламента. |  |  |