



# PLENUL CONSILIULUI CONCURENȚEI



Republica Moldova, MD- 2001, Chișinău, bd. Ștefan cel Mare și Sfint, 73/1  
tel: + 373 (22) 274 565, 273 443; fax: + 373 (22) 270 606; E-mail: [office@competition.md](mailto:office@competition.md); [www.competition.md](http://www.competition.md)

Nr. DJ-06/327-1375 din 08 iulie 2020  
la nr. 06-28/322 din 25.05.2020

**Consiliului Municipal Chișinău**

**Doamnei Svetlana DOGOTARU,  
Șef al Direcției Generale Arhitectură,  
Urbanism și Relații Funciare  
a Consiliului Municipal Chișinău**

Plenul Consiliului Concurenței, în cadrul ședinței din 03 iulie 2020, a examinat, în temeiul prevederilor art. 39 lit. c) și art. 41 alin. (1) lit. d) din Legea concurenței nr. 183 din 11 iulie 2012, *proiectul deciziei Consiliului Municipal Chișinău cu privire la aprobarea Regulamentului privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate și afișaj în municipiul Chișinău*, și, în limitele competenței sale, comunică următoarele obiecții și propuneri.

1. Obiectivul stabilit de proiect este de a constitui un **sistem unitar de norme tehnice și juridice** care reglementează modul de autorizare și amplasare a mijloacelor de publicitate în municipiului Chișinău. În vederea acestui fapt, propunerile și obiecțiile au fost formulate cu scopul înlăturării premiselor încălcării art. 12 al Legii concurenței din conținutul unor prevederi din proiect în care există simultan mai multe sensuri și generează **interpretări neuniforme**.

În context, se constată că, prevederile punctelor obiectate în prezentul aviz, nu sunt corelate cu prevederile mai multor acte normative, precum Legea nr. 1227/1997 cu privire la publicitate, Legea concurenței, Legea nr. 139/2012 cu privire la ajutorul de stat, Legea nr. 131/2015 cu privire la achiziții publice și Codul fiscal nr. 1163/1997.

În acest sens, considerăm necesar să fie determinate clar și utilizate aceleași noțiuni prevăzute de Legea nr. 1227/1997, Codul fiscal și alte legi, care definesc categoriile de subiecți cărora se aplică prevederile proiectului: furnizor de publicitate, producător sau difuzor de publicitate. Atragem atenția, că proiect vizează și alte subiecți decât cei indicați la punctul 2 din proiect, cum ar fi proprietarilor de transport public pe care sunt aplicate materialele autocolante.

Respectiv, proiectul trebuie să stabilească clar și previzibil drepturile și obligațiile pentru fiecare categorie de subiecți, în privința cărora se va aplica acest Regulament (furnizorilor, producătorilor, difuzorilor de publicitate și proprietarilor de imobilele care și-au dat acordul pentru amplasarea mijloacelor de publicitate, titularului, solicitantului și beneficiarului de autorizație, etc.) și delimitate clar limitele atribuțiilor legale și obligațiilor autorităților publice locale competente de eliberarea, prelungirea sau anularea autorizațiilor sau altor entități care coordonează, în prealabil, amplasarea publicității sau a dispozitivului publicitar.

Totodată, menționăm asupra utilizării în proiect a multor termene nedefinite sau neexplicate în conținutul propriu zis al normei, în mod clar și previzibil, cum ar „anunț de mică publicitate”, „mijloc de publicitate”, „elementele publicitare”, „obiect publicitar”, „sistemul de publicitate”, „administratorul stâlpului”, iar în alte cazuri, aceleași termene sunt utilizate neuniform în proiect.

2. Cazurile când poate fi refuzată eliberarea și/sau prelungirea autorizației de amplasare a publicității exterioare prevăzute la punctul 21 din proiect, urmează să fie revăzute și corelate cu Legea nr. 1227/1997 și Legea concurenței, în sensul stabilirii în mod clar și previzibil a acestora. Rațiunea revizuirii punctui 21 ține de termenul nedefinit „obiectul publicitar” utilizat în cauza stabilită la punctul 21 sbp. 1) din proiect care poate fi avea sensuri opuse, atât de „dispozitiv publicitar”, cât și de „obiect al informației publicitare”. Totodată, referitor la cauza de refuz stabilită la punctul 21 sbp. 3) din proiect nu este clar când și în ce condiții poate exista sau

se va consemna de DGAURF<sup>1</sup> un proces-verbal privind supraîncărcarea segmentului din spațiul urban cu **elementele publicitare**.

3. La punctul 37 și punctul 45, în special sbp. 6, 11, 13, 16 din proiect sunt enumerate obiectele/zonile/spațiile unde amplasarea mijloacelor de publicitate este interzisă sau restricționată, iar la punctele 49, 58, 61, 62, 66, 77, 78, 79, 80, 84, 90 din proiect sunt stabilite limitele minime sau maxime ale suprafețelor mijloacelor de publicitate sau distanțele minime-maxime permise pentru amplasarea mijloacelor/dispozitivelor de publicitate, firmelor iluminate.

Având în vedere că, aceste limite nu sunt prevăzute de Legea nr. 1227/1997 sau alte legi, considerăm imperioasă argumentarea lor, în temeiul unei analize economice și/sau planului general prin aspectul arhitectural al mun. Chișinău și evaluări *ex-ante* a impactului de reglementare asupra întreprinderilor din sfera publicității (spre exemplu asupra întreprinderilor deținătoare de dispozitive publicitare construcția și instalarea cărora a cerut investiții mari).

4. Potrivit punctului 102 din proiect, dreptul de amplasare a publicității se adjudecă pentru o perioadă fix stabilită de 36 de luni din data semnării contractului de locațiune a terenului. Astfel, considerăm că perioadă de amplasare a publicității de 36 de luni din data semnării contractului de locațiune a terenului nu este argumentată și ar putea limita sau elimina concurența în acest interval de timp pe piața publicității din mun. Chișinău. Totodată, se atrage atenția că ar fi oportun de a asigura posibilitatea utilizării terenului din proprietatea municipiului Chișinău pentru perioade mai mici decât 36 de luni.

5. În sensul excluderii cazurilor de participare la licitațiile publice pentru utilizarea terenurilor în activități de publicitate, a întreprinderilor diferite, dar dependente, în sensul definit de Legea nr. 131/2015 și Legea concurenței, textul „persoane fizice sau juridice diferite” de la punctul 110 din proiect este necesar de înlocuit cu textul „persoane fizice sau juridice independente”.

6. În altă ordine de idei, atragem atenția asupra necesității respectării normelor materiale și procedurale ale Legii nr. 139/2012 la realizarea dreptului

---

<sup>1</sup> Direcția Generală Arhitectură, Urbanism și Relații Funciare

Consiliului mun. Chișinău de a stabili procentul de scutire a taxei pentru dispozitivele publicitare pe perioada unui an bugetar prevăzut la punctul 32 din proiect.

Acordarea scutirilor aferente taxelor pentru dispozitivele publicitare pe perioada unui an bugetar ar putea constitui o măsură de sprijin de stat care se notificată Consiliului Concurenței, în conformitate cu art. 8 din Legea nr. 139/2012 sau un ajutor de minimis care se raportează Consiliului Concurenței, în conformitate cu art. 19 din Legea nr. 139/2012.

**În concluzie**, în vederea asigurării principiilor de bază ale concurenței și prevenirii practicilor anticoncurențiale pasibile a fi săvârșite de întreprinderi sau autorități publice, reiterăm necesitatea corelării proiectului de regulament cu prevederile Legii concurenței, Legii nr. 1227/1997, Legii nr. 139/2012 și Legii nr. 131/2015, astfel încât, fără a afecta concurența pe piața publicității, să fie asigurat echilibrul între interesele legitime ale întreprinderilor de a activa într-un mediu concurențial liber pe această piață și interesele autorității publice locale de a gestiona efectiv patrimoniul municipal și de a reglementa amplasarea mijloacelor de publicitate și afișaj în municipiul Chișinău.

*Cu respect,*

**Marcel RĂDUCAN**

**Președinte**