



PR. 269/2021
CEB
CEM

CANCELARIA DE STAT A REPUBLICII MOLDOVA

Nr. 31-76-776- 8546

Chișinău

4 noiembrie 2021

Biroul Permanent al Parlamentului

În temeiul art.58 din Regulamentul Parlamentului, adoptat prin Legea nr.797/1996, se prezintă Avizul la proiectul de lege cu privire la publicitate (*inițiativa legislativă nr.269 din 7 octombrie 2021*), aprobat prin Hotărârea Guvernului nr.313 din 3 noiembrie 2021.

Anexe:

1. Hotărârea Guvernului pentru aprobarea Avizului (în limba română - 1 filă și în limba rusă - 1 filă);
2. Avizul la proiectul de lege (în limba română - 10 file).

Secretar general adjunct
al Guvernului

Roman CAZAN

Ex. Ștefan Vornic
Tel.022 250562

Casa Guvernului,
MD-2033, Chișinău,
Republica Moldova

Telefon:
+ 373 22 250 101

Fax:
+ 373 22 242696

SECRETARIATUL PARLAMENTULUI REPUBLICII MOLDOVA	
D.D.P. Nr.	<u>2423</u>
"04"	<u>11</u> 20 <u>21</u>
Ora	_____



GUVERNUL REPUBLICII MOLDOVA

HOTĂRÂRE nr. 313

din 3 noiembrie 2021

Chișinău

**Pentru aprobarea Avizului asupra
proiectului de lege cu privire la publicitate**

Guvernul HOTĂRĂȘTE:

Se aprobă și se prezintă Parlamentului Avizul asupra proiectului de lege cu privire la publicitate.

Prim-ministru

Contrasemnează:

Ministrul economiei

Ministrul justiției



NATALIA GAVRILIȚA

Sergiu Gaibu

Sergiu Litvinenco

Aprobat
prin Hotărârea Guvernului nr.313/2021

AVIZ **asupra proiectului de lege cu privire la publicitate**

Guvernul a examinat proiectul de lege cu privire la publicitate, înaintat cu titlu de inițiativă legislativă (nr. 269 din 7 octombrie 2021) de către un grup de deputați în Parlament, și comunică susținerea acestuia, fiind formulate unele propuneri de ajustare.

La art. 2, dispozițiile alin. (2) recomandăm a fi excluse, dat fiind faptul că dublează în parte dispozițiile alin. (3) al aceluiași articol.

La art. 3, termenul „autorizație” are o accepție mult mai largă decât cea indicată în proiect. Or, autorizația nu se emite doar pentru desfășurarea lucrărilor de terasament, de construcție și/sau de exploatare a dispozitivului publicitar. Potrivit art. 2 din Legea nr. 160/2011 privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzător, autorizația este o formă a actului permisiv, acesta din urmă fiind document sau înscris constatator prin care autoritatea emitentă constată unele fapte juridice și întrunirea condițiilor stabilite de lege, confirmând investirea solicitantului cu o serie de drepturi și de obligații pentru inițierea, desfășurarea și/sau încetarea activității de întreprinzător sau a unor acțiuni aferente acestei activități. Din acest considerent, definirea termenului „autorizație” se va exclude din proiect.

Totodată, termenii „cod de conduită”, „datele de identificare” și „dezmințire”, la fel, au o conotație mult mai complexă, definirea acestora, în variantele propuse, recomandăm a fi excluse. În cazul păstrării definirii termenului „cod de conduită”, acesta va fi completat cu specificarea „din domeniul publicității”, precum și se va reformula în partea ce se referă la stabilirea unor reguli „neimpuse prin legislație” care urmează să fie respectate de către comercianți, or codurile de conduită (etică) în cadrul legal național îmbracă forma normativă cu caracter imperativ, a căror nerespectare implică răspunderea juridică. Mai mult ca atât, recomandăm comasarea definirii termenilor „cod de conduită” și „responsabil de cod de conduită” cu expunerea clară, fără echivoc a dispozițiilor și corelarea acestora cu prevederile propuse la art. 50.

Se va exclude definirea termenului „entitate din sectorul de stat”, expunerea entităților din sectorul de stat fiind ambiguă. Mai mult ca atât, în noțiunea „orice autoritate publică” prevăzută la lit. a) a acestui termen se includ și multe dintre alte autorități prevăzute în lit. b) - i). Or, potrivit art. 7 din Codul administrativ nr. 116/2018, autoritate publică se consideră orice structură organizatorică sau organ instituită/instituit prin lege sau printr-un alt act normativ, care acționează în regim de putere publică în scopul realizării unui

interes public. Având în vedere faptul că dispozițiile lit. b) din noțiunea „entitate din sectorul de stat” sunt confuze, prevederile art. 15 alin. (2) se vor revedea corespunzător.

Semnalăm asupra necesității evitării reglementării juridice a aspectelor ce vizează același obiect sau aceleași relații sociale în mai multe acte normative, paralelismele în legislație fiind inadmisibile.

Astfel, este inutilă aglomerarea proiectului cu definirea termenilor:

- „publicitate”, deoarece aceasta se regăsește în art. 1 al Codului serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018;

- „firmă”, având în vedere faptul că semnificația firmei și utilizarea ei este prevăzută la art. 24 din Legea nr. 845/1992 cu privire la antreprenoriat și întreprinderi;

- „perioada extraelectorală”, dat fiind faptul că nu ține de obiectul de reglementare al proiectului, cu atât mai mult că Codul electoral nr. 1381/1997 nu operează cu un asemenea termen. Considerăm că toate reglementările cu privire la perioadele electorală și extraelectorală fac obiectul exclusiv de reglementare al Codului electoral. Drept urmare, reglementările din proiect cu referire la perioada extraelectorală necesită a fi revizuite în acest sens (a se revedea capitolul II din proiect). În altă ordine de idei, având în vedere că potrivit art. 22 alin. (1) lit. b) din Codul electoral, Comisia Electorală Centrală înaintează Guvernului și Parlamentului propuneri cu privire la oportunitatea operării unor modificări în legislația electorală, opinia acestei autorități asupra proiectului se consideră esențială;

- „produs”, deoarece dublează dispozițiile art. 1 din Legea nr. 105/2003 privind protecția consumatorilor.

Se propune includerea noțiunii „platforma digitală”, deoarece aceasta nu este definită/explicată în proiect și nu se regăsește nici în cadrul normativ național, astfel lăsând loc pentru interpretări.

La art. 4:

alin. (1) recomandăm a fi exclus, întrucât face trimitere la legislația în vigoare și este lipsit de densitate normativă;

la alin. (3) necesită a fi revăzute cuvintele „în calitate de lege generală”, deoarece legislația nu operează cu termenul de „lege generală”. Potrivit art. 8 alin. (2) din Legea nr. 100/2017 cu privire la actele normative, legile sunt de trei categorii – constituționale, organice și ordinare, iar potrivit art. 5 al aceleiași legi, în funcție de caracterul lor, normele juridice se împart în generale, speciale și derogatorii.

Obiecție valabilă și pentru prevederile art. 25 alin. (2) și art. 48 alin. (2).

La art. 6 alin. (1) considerăm necesar a fi specificate părțile contractului privind utilizarea în publicitate a datelor cu caracter personal.

La art. 7:

alin. (2) propoziția a doua este confuză și contrară primei propoziții, fapt pentru care necesită a fi revăzută;

la alin. (3), dispoziția lit. j) recomandăm a fi completată cu referința la publicitatea care utilizează neautorizat denumirile sau abrevierile companiilor/instituțiilor.

La art. 8 alin. (4) se vor indica situațiile în care contractul poate fi încheiat verbal, având în vedere dispozițiile alin. (1) al aceluiași articol, care prevede că „Contractul de difuzare a publicității este încheiat în formă scrisă între distribuitorul de publicitate și difuzorul de publicitate, cu excepția cazurilor prevăzute de prezenta lege”.

La art. 9 se constată că rigorile alin. (2) lit. b) și alin. (3) lit. a) se contrazic în partea ce se referă la indicarea sau neindicarea în conținutul publicității politice a datelor de identificare ale persoanei care a plătit pentru difuzarea publicității respective. Astfel, este necesar de a determina dacă informația precitată se indică sau nu în conținutul publicității politice.

Cât privește termenul de „mijloace de individualizare ale comerciantului”, se subliniază că acestea nu sunt determinate în proiect, așadar se optează pentru individualizarea acestora, dat fiind faptul că în proiect adesea se face trimitere la mijloacele precitate.

La art. 10:

din alin. (1), cuvintele „din prezenta lege” se vor exclude, ca fiind inutile. Potrivit art. 55 alin. (4) din Legea nr. 100/2017, în cazul în care se face trimitere la o normă juridică care este stabilită în același act normativ, pentru evitarea reproducerii acesteia, se face trimitere la elementul structural sau constitutiv respectiv, fără a se menționa că elementul respectiv face parte din același act normativ.

Subsecvent, prima propoziție a alin. (1) urmează a fi revăzută, deoarece în varianta prezentată se prezumă că prevederile art. 8 se aplică doar contractelor de difuzare a publicității politice, ceea ce este irațional. A doua propoziție de asemenea se va revizui, având în vedere faptul că Codul electoral nu conține reglementări privind contractul de difuzare a publicității politice.

La alin. (5) se va revede dispoziția privind efectuarea plății serviciilor de difuzare a publicității politice în măsura în care nu aduce atingere art. 69 alin. (3) din Codul electoral, care prevede că radiodifuzorii publici acordă concurenților electorali timp de antenă gratuit, în mod echitabil și fără discriminare, în baza principiilor de transparență și obiectivitate. Or, trebuie să existe o distincție clară între publicitatea politică, difuzată contra cost și publicitatea politică difuzată cu titlu gratuit.

La art. 11 alin. (2) lit. e), propunem excluderea sintagmei „la art.7 și/sau la” dat fiind faptul că în art. 9 se regăsesc și prevederile art. 7.

Dispozițiile art. 11 alin. (5), art. 17 alin. (3) și art. 23 alin. (3) urmează a fi comasate și, respectiv, generalizate.

La art. 12 lit. m), în vederea promovării nu doar a comercializării produselor autohtone prin mesaje de interes public, dar și a utilizării în producere/procesare a produselor autohtone, propunem expunerea în următoarea redacție:

„m) promovarea comercializării/utilizării/exportării produselor autohtone;”.

La art. 13:

alin. (1) și (2) recomandăm a fi comasate, deoarece stabilesc aceleași prevederi;

alin. (2) stabilește că mesajul de interes public se difuzează gratis, iar la alin. (3) este prevăzut că acesta poate fi difuzat contra plată. Cu toate acestea, nu este realizată o distincție clară când un mesaj de interes public este difuzat gratis și când acest mesaj este difuzat contra plată;

alin. (4):

lit. d), cuvântul „legislative/” urmează a fi exclus;

la lit. h) este oportun de a modifica norma propusă, ori percepția personală a fiecărui subiect de drept este diferită, scopul unei reglementări constă în stabilirea unor reguli sub imperativul sancționării legale, indiferent de faptul că este sau nu de acord subiectul de drept.

Suplimentar, având ca bază obiectul de reglementare al art. 13, se notifică că reglementările alin. (5) nu se regăsesc în structura tehnico-legislativă a articolului nominalizat, dar sunt specifice capitolului IV al proiectului „Publicitatea comercială”.

La art. 15:

referitor la crearea Consiliului privind mesajele de interes public, considerăm necesar a fi prevăzut ce statut va avea acest consiliu;

la alin. (2) și (5), cuvintele „va include” și, respectiv, „va conține”, se vor revedea prin prisma art. 54 alin. (1) lit. j) din Legea nr. 100/2017 cu privire la actele normative, care prevede că verbele se utilizează, de regulă, la timpul prezent (obiecție valabilă pe tot parcursul textului proiectului);

la alin. (5), din lit. a), textul „art. 12 lit. a) - p)” se va substitui cu textul „art. 12 lit. a) - q)”. Subsecvent, la lit. f) se va revedea referința la alin. (3), deoarece alineatul specificat relevă că structura, modul de constituire, de organizare și de funcționare a Consiliului privind mesajele de interes public se stabilesc și se aprobă prin hotărâre de Guvern. Respectiv, nu se consideră necesar ca unele aspecte ce țin de structura, modul de constituire, de organizare și de funcționare a Consiliului privind mesajele de interes public să fie prevăzute și în Planul difuzării mesajelor de interes public, dublajul normativ fiind inacceptabil.

La art. 17:

alin. (1) lit. a) se va revedea necesitatea includerii referinței și la prevederile art. 14 alin. (2) din proiect;

se propune completarea articolului cu un alineat cu următorul cuprins:

„(2) Difuzorii de publicitate sunt obligați în perioada stării de urgență în sănătate publică să difuzeze mesajele de interes public în orele de maximă audiență elaborate de către Ministerul Sănătății.”;

alin. (2) și (3) vor deveni respectiv alin. (3) și (4).

Subsecvent, se propune completarea proiectului cu prevederi care stabilesc volumul minim al spațiului rezervat difuzării mesajelor de interes public.

La art. 18 alin. (4) lit. c), licențele pot fi eliberate nu doar pentru producere și/sau comercializare, dar și pentru alte activități precum ar fi: import, export sau funcționarea *per se* a unității. Prin urmare, în cazul păstrării normei, propunem modificarea redacției prin referința generală la necesitatea deținerii unui act permisiv în conformitate cu Nomenclatorul actelor permissive eliberate de către autoritățile emitente persoanelor fizice și persoanelor juridice pentru practicarea activității de întreprinzător, anexa nr.1 din Legea nr.160/2011 privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzător. Totodată, evidențiem că desfășurarea anumitor activități economice este condiționată de depunerea anumitor notificări/informări/declarații benevole din partea întreprinzătorilor, apărând întrebarea de ce pentru unele este condiționată publicitatea, iar pentru altele nu. În aceeași ordine de idei, evidențiem că producătorul sau difuzorul de publicitate ar fi persoanele obligate cu verificarea existenței actului permisiv sau oricărui act informativ. Or, astfel de atribuții sunt exclusiv ale organelor de stat. Prin urmare, din lipsă de procedură, precum și atribuții de verificare pentru actorii din publicitate, considerăm irelevantă norma și propunem a fi exclusă.

(Obiecție valabilă și la art. 49 alin. (2).

La art. 19, considerăm oportună comasarea alin. (1) și (2) în vederea excluderii dublărilor.

La art. 20, numerotarea diviziunilor alin. (1) urmează a fi conformată art. 51 alin. (6) din Legea nr. 100/2017 cu privire la actele normative, care prevede că alineatul poate fi divizat în litere, care sunt însemnate succesiv cu litere latine mici, urmate de o paranteză. În cazul unei structuri complexe a actului normativ, alineatul poate fi divizat mai întâi în puncte însemnate cu numere ordinare, exprimate prin cifre arabe, urmate de o paranteză. La rândul lor, punctele pot fi divizate în litere, însemnate succesiv cu litere latine mici, urmate de o paranteză.

Obiecție valabilă și pentru art. 36 alin. (2).

La art. 21 alin. (1) lit. a), propunem excluderea cuvintelor „al prevederilor”.

La art. 23 alin. (1) lit. c), se recomandă revizuirea textului „legislației privind modul și/sau timpul de difuzare a publicității comerciale”, deoarece acesta are un caracter echivoc.

La art. 26:

din alin. (2) lit. a), abrevierea „IPND” recomandăm a fi substituită cu abrevierea „IDNP”, conform uzanțelor normative.

Dispozițiile ce cuprind anumite informații tehnice (alin. (4) - (7)) nu fac obiectul de reglementare a acestui proiect de lege, fapt pentru care recomandăm a fi excluse.

La art. 30 alin. (2), obținerea acordului teritorial de arhitectură pentru locurile stabilite în vederea amplasării imaginilor și/sau inscripțiilor autocolante care au ca obiect alte informații decât programul de activitate al comerciantului este în esență un act permisiv. În acest sens, în lipsa unor norme sau referințe la normele aplicabile, se instituie o situație de incertitudine, or obținerea acordului subdiviziunii autorității administrației publice locale este în esență un act permisiv, iar potrivit prevederilor art. 14 alin. (1) din Legea nr. 235/2006 cu privire la principiile de bază de reglementare a activității de întreprinzător „Normele materiale și procedurale de inițiere, desfășurare și lichidare a afacerii, precum și de control asupra afacerii, se stabilesc prin legi.”.

Obiecție valabilă și pentru art. 40 alin. (1) și art. 41 alin. (1) și alin. (2).

La art. 31 alin. (4), considerăm necesară specificarea persoanei responsabile de demontarea dispozitivelor publicitare fixe, în vederea oferirii unei norme clare la aplicarea acesteia.

La art. 32, prevederile referitoare la „Autorizația pentru amplasarea și exploatarea dispozitivului publicitar fix” urmează a fi corelate cu prevederile Legii nr.160/2011 privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzător, Legii drumurilor nr. 509/1995 și Legii nr. 163/2010 privind autorizarea executării lucrărilor de construcție, în scopul evitării discrepanțelor.

Alin. (1) va avea următorul cuprins:

„(1) Autorizația se eliberează de către autoritatea administrației publice locale, cu implicarea altor autorități publice, în funcție de obiect și locul amplasării, dacă cadrul normativ prevede expres implicarea acestora”.

La alin. (2), considerăm irelevantă prezentarea materialelor în 2 exemplare, având în vedere că unul dintre acestea se va restitui solicitantului după înregistrare.

Subsecvent, alin. (2) urmează a fi completat cu următorul text: „În cazul solicitării autorizării amplasării și exploatarei dispozitivului publicitar fix în zona de protecție a drumului public, emitentul este obligat să obțină avizul necesar (autorizația de amplasare) în conformitate cu Legea drumurilor nr.509/1995. Autorizația de amplasare eliberată în lipsa avizului (autorizației de amplasare) în cauză este nulă”.

La alin. (3) lit. a) se va reexamina în vederea completării acesteia, în cazul în care solicitantul este persoană juridică.

Concomitent, alin. (3) se propune de a fi completat cu litera f) cu următorul cuprins:

„f) în cazul în care dispozitivul publicitar este amplasat în zona de protecție a drumurilor publice naționale și/sau locale de interes raional, documentația se prezintă conform Regulamentului prevăzut în anexa nr. 3 din Legea drumurilor nr. 509/1995”.

Alin. (4) lit. e) urmează a fi completat cu textul „cu excepția cazului când eliberarea autorizației prevede implicarea altor autorități publice”.

La alin. (5), se recomandă reformularea conținutului normativ conform art. 6² alin. (3) „Procedura aprobării tacite” din Legea nr.160/2011 privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzător, ce stipulează că, după expirarea termenului prevăzut de lege pentru eliberarea actului permisiv, data aprobării tacite a actului permisiv și, respectiv, data din care solicitantul poate desfășura activitatea pentru care a solicitat actul permisiv se consideră data confirmării recepționării de către Inspectoratul General al Poliției al Ministerului Afacerilor Interne a scrisorii recomandate, prin care solicitantul i-a expediat copia de pe certificatul constatator completat în modul stabilit.

Alin. (7):

lit. a) și lit. b), considerăm că informațiile respective trebuie să fie disponibile pe pagina web a autorității emitente de act permisiv pentru ca acestea să poată fi examinate și să asigure conformare solicitanților, altfel, efortul de timp oră pentru explicații și eventualele refuzuri rămâne neargumentat;

lit. d), urmează a fi făcută referința expresă la alineatul articolului 4² din Legea nr.160/2011.

La alin. (9), termenul „amplasament” are un caracter echivoc, iar considerând prevederile art. 31 alin. (4), la expirarea termenului autorizației, de fiecare dată, se va impune demontarea instalației, ceea ce constituie o risipă neargumentată pentru întreprinzător, obligând sectorul privat la cheltuieli suplimentare. În context, se propune reexaminarea normei.

Totodată, luând în considerare dispozițiile alin. (10), dispozițiile alin. (11) sunt inutile, fapt pentru care se vor exclude.

La art. 33:

alin. (1) lit. b), având în vedere faptul că în domeniu poate activa atât persoana juridică, cât și persoana fizică, urmează a fi inclusă și referința la încetarea calității de întreprinzător a persoanei fizice.

La alin. (1) lit. d), textul „urmează a fi efectuate lucrări de reconstrucție a drumurilor/străzilor și/sau lucrări de interes public, care modifică situația urbanistică din localitate” se va substitui cu textul „urmează a fi efectuate lucrări de reconstrucție a drumului public impuse de modernizarea și exploatarea acestuia sau lucrări de interes public”. Consecutiv, urmează a fi examinată suplimentar condiția „În acest caz, decizia privind anularea autorizației se adoptă în conformitate cu Legea exproprierii pentru utilitate publică nr. 488/1999” în contextul în care dispozitivul publicitar fix este amplasat temporar pe teren public care nu necesită de a fi expropriat, iar executarea lucrărilor de reconstrucție a drumului public impuse de modernizarea și exploatarea acestuia, în cazul în care se execută în limita terenului public al drumului, se realizează fără a fi necesar de a fi declarate de utilitate publică.

La alin. (2), lit. „c)” se va substitui cu lit. „d)”, și, respectiv, în alin. (3) lit. „d)” se va exclude.

Totodată, remarcăm necesitatea revizuirii prevederilor alin. (2) și (3) în contextul dispozițiilor art. 5 și art. 10 din Legea nr.160/2011 privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzător.

La art. 34:

la alin. (7) nu este clar în ce măsură autoritatea publică locală va asigura condiții de acces la locul amplasării și/sau exploatării dispozitivului publicitar fix. Astfel, este necesar de a stabili criterii clare privind asigurarea de către autoritatea administrației publice locale a condițiilor de acces la locul amplasării dispozitivului publicitar fix și în funcție de care se va oferi suportul (nefinanciar) necesar subdiviziunilor/serviciilor de specialitate ale administrației publice locale privind amplasarea/exploatarea dispozitivului publicitar fix, inclusiv conectarea dispozitivului publicitar de către titularul autorizației la rețelele de energie electrică și/sau furnizarea energiei electrice la parametrii corespunzători actelor normative, inclusiv în contextul în care aceste acțiuni presupun cheltuieli financiare.

La alin. (8), urmează a fi completat cu prevederi privind demolarea dispozitivului publicitar fix (temeiul demontării, cine realizează demontarea, termenul etc.), în special, considerăm oportună conformarea acestora la prevederile art. 9 din Legea drumurilor nr. 509/1995.

La art. 35 se propune a fi completate și corelate interdicțiile prezentate în alin. (1) cu cele indicate în pct. 22 din Regulamentul privind condițiile de amplasare (desființare) a obiectivelor în zona drumului public național sau local de interes raional și/sau în zonele de protecție ale acestuia (Anexa nr. 3 la Legea drumurilor nr. 509/1995).

La art. 39 alin. (1), textul „cu excepția cazurilor în care nu există posibilități tehnice de racordare la rețeaua de iluminare” se va revedea, deoarece în redacția propusă vine în contradicție cu prima parte a propoziției.

La art. 41 alin. (1), considerăm oportun a se face referință și la publicitatea pe/în mijloace de transport public local/raional/municipal/transfrontalier și se propune completarea în final cu textul „și al avizului prealabil eliberat de Poliție”, în vederea racordării la prevederile expuse la alin. (2) și (4) al articolului precizat, conform cărora restricțiile privind plasarea imaginilor publicitare pe/în mijloace de transport, se stabilesc de către Poliție.

La art. 44, alin. (3) se va exclude, dat fiind faptul că asemenea prevederi sunt incluse în art. 70 alin. (1) al Codului serviciilor media audiovizuale nr. 174/2018.

Subsecvent, pe tot parcursul textului articolului cuvintele „băuturi alcoolice”, la orice formă gramaticală, se vor substitui cu cuvintele „producție alcoolică” la forma gramaticală corespunzătoare.

La art. 48:

alin. (1) și (2) recomandăm a fi comasate în vederea excluderii dublărilor de prevederi;

alin. (6), textul „art. 64 alin. (3) lit. d)” necesită a fi revăzut, deoarece art. 64 din Codului serviciilor media audiovizuale nr. 174/2018 nu are în componența sa alin. (3).

La art. 50 alin. (3), recomandăm a se revizui textul „au semnat codul de conduită”, în vederea racordării la alin. (3) lit. b).

La art. 51 alin. (1), lit. c) va avea următorul cuprins:

„c) Poliție – în limitele atribuțiilor prevăzute de Legea nr. 131/2007 privind siguranța traficului rutier și de Legea nr. 320/2012 cu privire la activitatea Poliției și statutul polițistului.”, ținând cont de faptul că Poliția deține conform legislației în vigoare competențe de control în diverse domenii ce sunt vizate în proiectul de lege.

Consecutiv, menționăm că conform anexei la Legea nr.131/2012 privind controlul de stat asupra activității de întreprinzător domeniul privind respectarea legislației cu privire la publicitate nu este atribuit niciunui organ de control.

La art. 52:

alin. (1), cuvintele „în vigoare” urmează a fi excluse ca fiind inutile;

alin. (4), este necesar de a fi revăzută norma propusă, având în vedere că potrivit proiectului legii organul teritorial de arhitectură nu are funcții de control.

La art. 53 alin. (9), norma necesită a fi reformulată, în vederea expunerii că comercianții și consumatorii de publicitate au dreptul să intenteze acțiuni în instanța de judecată în conformitate cu alin. (8) nu mai târziu de la expirarea a 3 luni din ziua ultimei difuzări a publicității.

La art. 54:

din alin. (2), textul „, cu modificările ulterioare”, se va exclude, ca fiind inutil, având în vedere dispozițiile art. 67 alin. (1) din Legea nr. 100/2017;

la definitivarea alin. (6), se va lua în considerare dispozițiile art. 7 din Legea nr. 436/2006 privind administrația publică locală, care prevede că în realizarea competențelor lor, autoritățile administrației publice locale dispun de autonomie, consfințită și garantată prin Constituția Republicii Moldova, Carta Europeană a Autonomiei Locale și prin alte tratate la care Republica Moldova este parte.

Adițional, atenționăm că în temeiul art. 31 alin. (2) și (3) din Legea nr. 100/2017 proiectele actelor normative care au ca scop armonizarea legislației naționale cu legislația Uniunii Europene sunt marcate pe prima pagină în colțul drept de sus cu sigla „UE” și conțin clauza de armonizare conform modelului aprobat de Guvern. Pentru astfel de proiect de act normativ, autorul acestuia întocmește tabelul de concordanță în care se analizează comparativ gradul de transpunere a legislației Uniunii Europene în legislația națională.

Suplimentar, potrivit art. 25 alin. (2) din Legea nr.100/2017, având în vedere ca proiectul de lege are impact asupra activității de întreprinzător, este necesar de a elabora analiza impactului de reglementare în modul stabilit de legislație. De asemenea, în conformitate cu art. 34 alin. (4) proiectul urmează a fi

remis spre expertiză grupului de lucru al Comisiei de stat pentru reglementarea activității de întreprinzător, împreună cu analiza impactului de reglementare.

În contextul celor menționate supra, Guvernul susține proiectul de lege cu privire la publicitate cu ajustarea corespunzătoare a acestuia.



ПРАВИТЕЛЬСТВО РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА

ПОСТАНОВЛЕНИЕ №313

от 3 ноября 2021 г.

Кишинэу

**Об утверждении Заключения по проекту
закона о рекламе**

Правительство ПОСТАНОВЛЯЕТ:

Утвердить и представить Парламенту Заключение по проекту закона о рекламе.

Премьер-министр

НАТАЛЬЯ ГАВРИЛИЦА

Контрасигнуют:

Министр экономики

Серджиу Гайбу

Министр юстиции

Серджиу Литвиненко