

REGULAMENTUL PRIVIND AMPLASAREA ȘI AUTORIZAREA MIJLOACELOR DE PUBLICITATE ȘI AFIȘAJ ÎN MUNICIPIUL CHIȘINĂU

Capitolul I

Dispoziții generale

1. Prezentul Regulament stabilește aplicarea cadrului legal la nivel local și reprezintă un sistem unitar de norme tehnice și juridice care reglementează modul de autorizare și amplasare a mijloacelor de publicitate în municipiului Chișinău, cu excepția orașelor, satelor (comunele) din componența municipiului.
2. Prevederile prezentului Regulament se aplică persoanelor fizice și juridice care desfășoară activități în domeniul publicității, proprietarilor și beneficiarilor mijloacelor de publicitate, posesorilor de firme, proprietarilor de imobile pe care sunt amplasate mijloace de publicitate.
3. Direcția generală arhitectură, urbanism și relații funciare, în limita competenței sale, exercită controlul asupra respectării legislației în domeniul autorizării și amplasării mijloacelor de publicitate în municipiul Chișinău, având inclusiv următoarele atribuții:
 - 1) Coordonarea documentației de proiect;
 - 2) Eliberarea autorizației de amplasare;
 - 3) Emiterea dispozițiilor de demontare a mijloacelor de publicitate.
4. În înțelesul prezentului Regulament, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații:
 - 1) *autorizație de amplasare a publicității* - act administrativ individual cu caracter obligatoriu, emis de structura de specialitate a administrației publice locale, în urma unei proceduri de analiză a proiectului tehnic (documentației tehnice) și a oportunității din punct de vedere urbanistic, ce are ca obiect dreptul titularului de amplasare și/sau exploatare a dispozitivului publicitar, mijloacelor de publicitate;
 - 2) *autorizație de amplasare a publicității temporare* – act administrativ individual care permite amplasarea sistemelor publicitare (afișe, postere, mesh-uri, easy change-uri, standuri publicitare, etc) folosite ca mesaj în cadrul unor campanii publicitare pentru activitățile de promovare pe termen scurt, care se desfășoară pe domeniul public sau privat (festivaluri, târguri, expoziții, distribuiri de mostre și tipărituri, manifestări cu ocazia unor evenimente speciale cu caracter social, cultural – distractiv, comercial, turistic, sportiv, etc), având structuri fără fundație, strict pe perioada campaniilor.
 - 3) *calcan* - fațadă fără goluri a unei construcții, situată pe limita de proprietate laterală sau posterioară, destinată de regulă să fie acoperită de zidul asemănător al unei clădiri vecine;
 - 4) *dispozitiv publicitar* - construcție de diverse configurații și dimensiuni, ce servește drept suport pentru mesaje și imagini publicitare. Se deosebesc următoarele dispozitive publicitare:
 - a) *banner / afiș* - suport pentru mesajul publicitar confecționat din folie sintetică

sau din material textil, în mod obișnuit cu formă dreptunghiulară, ancorat în zone publice;

- b) *casetă luminoasă* - publicitate realizată prin corpuri luminoase, afișe sau panouri iluminate printr-o sursă de lumină amplasată astfel încât să asigure iluminarea afișului, panoului ori corpului publicitar;
 - c) *coloane publicitare /coloane Morris* - structuri cilindrice exterioare cu un stil caracteristic care sunt utilizate pentru publicitate și alte scopuri.
 - d) *ecran publicitar* - ecran cu LED-uri, LCD sau altele asemănătoare, pe care se rulează grafică, spoturi și altele asemenea, cu conținut dinamic și de dimensiuni variabile, care se instalează pe fațadele clădirilor sau au sistem propriu de susținere în raport cu pământul;
 - e) *firmă* - orice inscripție, formă sau imagine atașată unei clădiri, cu referire la un operator economic sau la o activitate care se desfășoară în interiorul clădirii;
 - f) *mesh digital* - suport publicitar de mari dimensiuni expus pe suprafața exterioară a unui imobil și care folosește modul electronic de afișare a reclamei;
 - g) *mesh* - suport pentru mesajul publicitar confecționat 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;
 - h) *panou publicitar* - construcție publicitară care are un sistem propriu de susținere în raport cu pământul;
 - i) *panou publicitar mobil* - panou publicitar de dimensiuni reduse, amplasat fără fixare la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate, autoportant;
 - j) *panou tip city light/lightbox* – panou de tip casetă luminoasă, de dimensiuni mici și iluminare din interior;
 - k) *proiect publicitar special* - construcție provizorie atipică, creată special în scopul promovării unui produs, a unui serviciu sau eveniment și care nu are în alcătuirea sa elemente de fundație și/sau structuri publicitare clasice;
 - l) *rooftop* - mijloc de publicitate amplasat pe acoperișul, respectiv terasa unei clădiri;
 - m) *steag publicitar* - piesă de stofă, pânză sau material plastic atașată la un suport lance, catarg sau stâlp, purtând culori, embleme, simboluri sau mesaje publicitare;
- 5) *publicitate* - totalitatea modalităților și instrumentelor specifice utilizate pentru a facilita cunoașterea și aprecierea de către consumatori a anumitor produse, servicii sau pentru a informa publicul asupra unor evenimente, a destinației unor spații, lansări de produse, deschideri de magazine și altele asemenea, precum și orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesionale având ca scop promovarea vânzării de bunuri și servicii, de drepturi și obligații;
- 6) *publicitate socială* - publicitatea ce reprezintă interesele societății și ale statului în ce privește propagarea unui mod sănătos de viață, ocrotirea sănătății, protecția mediului

înconjurător, integritatea resurselor energetice, protecția socială a populației, educația morală și civică, propagarea culturii și valorilor naționale.

- 7) *publicitate pe vehicule* - publicitate realizată prin lipirea de afișe, montarea de panouri - billboard pe roți sau vopsirea vehiculelor în scopuri publicitare;
- 8) *publicitate stradală (outdoor)* - publicitate efectuată în spații deschise, în exteriorul clădirilor;
- 9) *publicitate temporară* - publicitate realizată cu ocazia unor evenimente, manifestații culturale sau sportive, precum și pentru acțiuni de promovare de produse sau activități;
- 10) *structură de publicitate autoportantă* - cadru suport amplasat la sol, fără fundație sau alt sistem de fixare, stabilizat prin propria greutate, pe care sunt dispuse fețe realizate din materiale ușoare de tip mesh, plasă fină, pânză și altele asemenea, pe care se află imprimate reclame și mesaje publicitare.
- 11) *solicitant (declarant)* - persoană fizică sau juridică, reprezentant al furnizorului, al producătorului sau al difuzorului de publicitate;
- 12) *difuzor de publicitate* - persoana ce asigură plasarea și expunerea de publicitate prin oferirea și/sau utilizarea dispozitivelor de publicitate;

Capitolul II

Autorizarea amplasării publicității exterioare

Secțiunea I. Noțiuni generale

5. Amplasarea publicității exterioare se permite numai în baza Autorizației de amplasare a publicității (conform anexei nr. 1), eliberată de către Direcția Generală Arhitectură, Urbanism și Relații Funciare, în coordonare în prealabil cu:
 - 1) subdiviziunea teritorială a Inspectoratului Național de Securitate Publică;
 - 2) administratorul drumului, în cazul amplasării publicității în zonele drumurilor publice;
 - 3) organul respectiv de conducere al Căii Ferate din Moldova, în cazul amplasării publicității în zona de expropriere a căii ferate.
 - 4) alte autorități publice, dacă obligația coordonării sau avizării prelabile este expres prevăzută de lege.
6. Dispozitivele publicitare: panourile/ecranele publicitare cu sistem propriu de susținere în raport cu pământul se atribuie la categoria de construcții cu caracter provizoriu și se instalează conform regulilor de autorizare a lucrărilor de construcție.
7. În autorizația de amplasare a publicității exterioare, emitentul autorizației va preciza termenul de autorizare care nu poate depăși 12 luni, cât și condițiile de anulare a autorizației de amplasare și de demontare a mijloacelor de publicitate în cazul încălcărilor prevederilor prezentului Regulament.
8. Termenul autorizației de amplasare a mijloacelor de publicitate pe schelele montate pe fațadele construcțiilor noi, aflate în diferite faze de execuție, sau ale celor existente, aflate în reparație, ori pe elementele de împrejmuire a șantierului, inclusiv pe utilajele folosite la

lucrările de construcție nu poate depăși termenul de valabilitate a autorizației de construire și se supune prevederilor zonale stabilite în prezentul regulament.

9. Proprietarii imobilelor care și-au dat acordul pentru amplasarea mijloacelor de publicitate sunt obligați, să solicite executantului dispozitivului publicitar autorizația pentru amplasarea publicității.
10. Nu se emite autorizație de amplasare a publicității pe construcții edificate fără autorizație de construire sau cu nerespectarea autorizației de construire.
11. În cazul vânzării dispozitivului/panoului/ecranului publicitar, beneficiarul Autorizației informează oficial DGAURF despre aceasta și depune o cerere pentru schimbarea titularului Autorizației.
12. Solicitantul este obligat să coordoneze cu Centrul Național de Terminologie corectitudinea scrierii textului, până la depunerea cererii de eliberare a autorizației.

Secțiunea II. Eliberarea autorizației de amplasare a publicității

13. Pentru obținerea autorizației de amplasare a publicității, solicitantul va depune prin oficiul „Ghișeul unic” următoarele acte:
 - 1) Cererea, conform anexei nr. 2 la prezentul Regulament;
 - 2) Fotografii color cu vederea generală (sau a fațadei întregi a clădirii) a spațiului (contextului) de amplasare solicitat;
 - 3) Schița de proiect color a mijlocului de publicitate, imaginea și mesajul de publicitate, care să se supună caracteristicilor prevăzute de acest regulament;
 - 4) Copia extrasului din registrul de stat al întreprinderilor și organizațiilor pentru persoana juridică, sau copia de pe buletinul de identitate pentru persoana fizică;
 - 5) Copia contractului de locațiune cu proprietarul, gestionarul imobilului sau a dispozitivului/panoului publicitar sau actul care atestă dreptul de proprietate asupra acestora.
14. După prezentarea actelor confirmative privind efectuarea plății pentru eliberarea autorizației de amplasarea publicității, aceasta se va elibera solicitantului prin oficiul „Ghișeul unic”.
15. Autorizația sau refuzul argumentat în obținerea autorizației se eliberează solicitantului în termen de 30 zile de la data înregistrării cererii la oficiul „Ghișeul unic”.

Secțiunea III. Eliberarea autorizației de amplasare a publicității temporare

16. Pentru obținerea autorizației de amplasare a publicității temporare, solicitantul va depune prin oficiul „Ghișeul unic” următoarele acte:
 - 1) Cererea, conform anexei nr. 2 la prezentul Regulament;
 - 2) Fotografii color cu vederea generală (sau a fațadei întregi a clădirii) a spațiului (contextului) de amplasare solicitat;
 - 3) Schița de proiect a mijlocului de publicitate, imaginea și mesajul de publicitate, care să se supună caracteristicilor prevăzute de acest regulament;

- 4) Acordul proprietarului imobilului pe care va fi amplasat sistemul publicitar;
17. După prezentarea actelor confirmative privind efectuarea plății pentru eliberarea autorizației de amplasarea publicității temporare, aceasta se va elibera solicitantului prin oficiul „Ghișeul unic”.
18. Perioada de valabilitate a autorizației de amplasare a publicității temporare este de maximum 30 de zile.
19. Autorizația sau refuzul argumentat în obținerea autorizației se eliberează solicitantului în termen de 30 zile de la data înregistrării cererii la oficiul „Ghișeul unic”.
20. La eliberarea Autorizației pentru amplasarea publicității exterioare se interzice corectarea formei și conținutului publicității, în cazul în care nu este depistată încălcarea evidentă a legislației și a normelor prezentului Regulament.

Secțiunea IV. Refuzul de eliberare și/sau prelungire a autorizației de amplasare a publicității exterioare

21. Eliberarea și/sau prelungirea autorizației de amplasare a publicității exterioare poate fi refuzată în următoarele cazuri:
 - 1) Dacă obiectul publicitar nu corespunde normelor și cerințelor prezentului Regulament;
 - 2) Locul amplasării indicat este autorizat de altă persoană;
 - 3) În cazul în care există un proces verbal al Direcției Generale Arhitectură, Urbanism și Relații Funciare cu participarea Solicitantului privind supraîncărcarea segmentului indicat al spațiului urban cu elementele publicitare;
 - 4) În cazul în care au intervenit modificări în reglementările urbanistice sau în legislație care fac imposibilă autorizarea amplasării publicității în acest loc sau acest tip de suport publicitar.

Secțiunea V. Prolungirea termenului de valabilitate a autorizației de amplasare a publicității

22. Termenul de valabilitate al Autorizației de amplasare a publicității exterioare poate fi prelungit și titularul ei are dreptul prioritar la prelungire.
23. Cererea cu privire la prelungirea termenului de valabilitate a autorizației de amplasare a publicității se depune cu cel puțin 30 zile înainte de expirarea termenului de valabilitate al Autorizației.
24. Pentru prelungirea termenului de valabilitate solicitantul va depune prin oficiul „Ghișeul unic” următoarele acte:
 - 1) Cerere tip completată cu elementele de identificare ale solicitantului, cu precizarea scopului solicitării actului;
 - 2) Copia autorizației de amplasare a publicității;
 - 3) Copia extrasului din registrul de stat al întreprinderilor și organizațiilor pentru persoana juridică, și copia de pe buletinul de identitate pentru persoana fizică;

- 4) Copia contractului de locațiune cu proprietarul, gestionarul imobilului sau a dispozitivului/panoului publicitar.

Secțiunea VI. Încetarea termenului de valabilitate al autorizației de amplasare a publicității

25. La expirarea termenului de valabilitate sau anulare a autorizației de amplasare a publicității, proprietarul are obligația desființării acesteia, aducerii imobilului la starea inițială și/sau demontarea dispozitivului/panoului publicitar.
26. În situația în care, în termen de 10 zile lucrătoare de la data expirării termenului de valabilitate al autorizației de amplasare a publicității, dacă proprietarul mijlocului de publicitate nu a îndeplinit obligațiile prevăzute la pct 25, autoritatea publică locală dispune, desființarea acestuia pe cale administrativă, indiferent de categoria de proprietate pe care acestea sunt amplasate.
27. Cheltuielile rezultate ca urmare a acțiunilor prevăzute la pct. 25 sunt în sarcina proprietarului construcției suport de publicitate și vor fi recuperate ulterior de la acesta, în condițiile legii.
28. Procedura prevăzută la pct. 25 poate fi declanșată din oficiu de către autoritatea publică locală sau la solicitarea deținătorului legal al imobilului.

Secțiunea VII. Anularea autorizației de amplasare a publicității

29. Autorizația de amplasare a publicității poate fi anulată înainte de termen în următoarele condiții:
 - 1) În cazul rezilierii sau expirării termenului contractului de locațiune a imobilului sau a suportului publicitar;
 - 2) La cererea titularului autorizației;
 - 3) În cazul încălcării de către titular a prevederilor prezentului Regulament;
 - 4) În cazul încetării activității sau falimentului titularului autorizației;
 - 5) În baza deciziei instanței de judecată;
 - 6) În cazul, când titularul, în termen de 3 luni din data emiterii autorizației, nu a instalat publicitatea, dispozitivul publicitar în locul indicat în Autorizație.

Secțiunea VIII. Publicitatea socială

30. Publicitatea socială nu are scop comercial și urmărește obiective de importanță socială.
31. Publicitatea socială, realizată prin forme ale publicității exterioare se autorizează în condițiile legii și ale prezentului Regulament.
32. Consiliul municipal Chișinău stabilește procentul de scutire a taxei pentru dispozitivele publicitare pe perioada unui an bugetar, odată cu aprobarea bugetului local.
33. Publicitatea socială se va plasa pe dispozitivele autorizate de administrația publică locală.

34. Pentru obținerea dreptului de amplasare a publicității cu caracter social în municipiul Chișinău, furnizorul de mesaj social înaintează Primăriei municipiului Chișinău o cerere, care conține:
- 1) Solicitarea permisiunii dreptului de amplasare a publicității cu caracter social în municipiul Chișinău, denumirea campaniei sociale, scopul și perioada acesteia;
 - 2) Denumirea instituției, întreprinderii sau a organizației, numele și prenumele conducătorului, adresa, codul fiscal, ștampila și semnătura solicitantului;
 - 3) Solicitanții vor indica perioada începerii campaniei, locul amplasării și numărul autorizației panoului de publicitate;
 - 4) La cerere se vor anexa:
 - a) furnizorul de mesaj - mesajul social (text și design grafic în culori) coordonat în prealabil cu Centrul Național de Terminologie;
 - b) contractul de locațiune semnat cu proprietarul, administratorul imobilului sau a dispozitivului publicitar
 - c) imaginea color coordonată cu Direcția generală arhitecturii, urbanism și relații funciare;
35. Anularea dreptului de amplasare a publicității cu caracter social în municipiul Chișinău se efectuează în cazul în care se depistează lipsa imaginilor cu caracter social de către DGAURF, de la data verificării în teren.
36. Dreptul de amplasare a publicității cu caracter social în municipiul Chișinău nu se transmite altui titular.

Capitolul III

Zonele de publicitate

37. În municipiului Chișinău, sunt delimitate următoarele zone de publicitate, conform anexei nr. 3 la prezentul regulament:
- 1) ZUL - zonă de publicitate ultracentrală. Zona de publicitate ultracentrală, se instituie în perimetrul străzilor indicate în Anexa nr. 3A, la prezentul Regulament;
 - 2) ZPR - zonă de publicitate restrânsă. Zona de publicitate restrânsă, se instituie în perimetrul străzilor indicate în Anexa nr. 3B la prezentul Regulament;
 - 3) ZPL - zona de publicitate lărgită, reprezintă restul teritoriu administrativ al municipiului Chișinău, pe care se pot amplasa mijloace de publicitate stabilite de prezentul Regulament.
38. Categoriile de mijloace de publicitate care sunt permise pentru a fi amplasate în fiecare zonă de publicitate sunt stabilite în Anexa 4 a prezentului Regulament.
39. Pentru zona de publicitate lărgită, ZPL potrivit prezentului Regulament, autoritatea administrației publice locale are obligația ca, prin autorizațiile de construire emise și/sau aprobările date, să asigure coerența imaginii urbane (de exemplu, Concepte sau strategii concrete de stradă).

Capitolul IV

Forme de realizare a publicității exterioare

40. Publicitatea exterioară se realizează prin sisteme publicitare ce includ instalații și dispozitive, panouri și afișe (situat la sol sau pe pereții și acoperișurile clădirilor), alte mijloace tehnice. Publicitatea exterioară poate fi amplasată pe domeniul public și privat.
41. Deosebim următoarele tipuri de instalații și dispozitive prin care se realizează activitatea de publicitate:
 - 1) Instalații și dispozitive amplasate pe imobile: pe perete și pe acoperiș;
 - 2) Instalații și dispozitive publicitare, amplasate la sol;
 - 3) Instalații și dispozitive publicitare amplasate pe construcțiile de susținere a rețelelor tehnice;
 - 4) Mijloace tehnice care asigură reproducerea publicității pe pavaj, pe suprafața pereților, în aer;
 - 5) Console publicitare instalate pe pilonii rețelelor de iluminare și a rețelelor de contact pentru transportul electric, pe suporturi separate sau pe pereții imobilelor;
 - 6) Mijloace de publicitate confecționate din materiale moi, întinse peste partea carosabilă a străzilor și eșarfe, amplasate pe pilonii adiacenți carosabilului;
 - 7) Steaguri publicitare;
 - 8) Dispozitive publicitare instalate pe pavilioanele stațiilor de transport public, chioșcuri, și alte elemente ale mobilierului urban;
 - 9) Mijloace de publicitate - mesh, instalate pe schelele imobilelor în construcție. Șantierele în lucru pot fi împrejmuite cu instalații și dispozitive de publicitate;
 - 10) Mijloace de publicitate mobile, ambulante, dispozitive și instalații pe vehiculele special amenajate pentru activități de publicitate;
 - 11) Dispozitive publicitare netradiționale - baloane gonflabile, aerostate cu imagini și inscripții publicitare ș.a.;
 - 12) Publicitate realizată prin aplicarea materialelor autocolante pe transportul public, vopsirea parțială sau totală a mijloacelor de transport public cu folosirea elementelor de design și reclamă

Capitolul V

Reguli generale privind amplasarea tuturor categoriilor de mijloace de publicitate

Secțiunea I. Reguli generale

42. Amplasarea publicității este permisă atât pe domeniul public sau privat al municipiului Chișinău, cât și pe proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, cu respectarea prevederilor legale în vigoare.
43. Publicitatea exterioară se realizează prin sisteme publicitare ce includ instalații și dispozitive, panouri și afișe (situat la sol sau pe pereții și acoperișurile clădirilor), alte mijloace tehnice.

44. Dispozitivele publicitare nu trebuie să creeze obstacole pietonilor sau/și să diminueze vizibilitatea semafoarelor și a semnelor rutiere, precum și a lucrărilor, efectuate de serviciile municipale.
45. Amplasarea mijloacelor de publicitate este interzisă:
- 1) Pe obiectele de artă monumentală și monumentele de for public, cu excepția firmelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul clădirii și a meshurilor amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare în condițiile prezentului regulament;
 - 2) În incinta și pe elementele de împrejmuire a cimitirelor, lăcașurilor de cult, a scuarurilor parcurilor și grădinilor publice;
 - 3) În spații verzi cu caracter ornamental sau zone bogat plantate;
 - 4) În locurile de joacă sau locurile de odihnă situate în zona blocurilor de locuințe colective;
 - 5) Pe zona carosabilă a străzilor și a drumurilor, indiferent de categoria acestora.
 - 6) În interiorul intersecțiilor și al sensurilor giratorii, ronduri, la o distanță minimă de 50 de metri, în spațiul destinat circulației autovehiculelor și semnalizării rutiere, în zone în care desfășurarea în condiții normale a traficului ar putea fi perturbată;
 - 7) Pe stâlpii proprii elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație;
 - 8) Pe arbori;
 - 9) În spațiile care ar minimaliza vizibilitatea indicatoarelor rutiere prin amplasarea panourilor publicitare;
 - 10) În benzile de separare, pe poduri, pe pasaje, pe estacade, pe viaducte, pe parapete rutiere, prin metoda vopsirii, încheierii pe suprafețele părților componente ale drumurilor și utilajului rutier, clădirilor și construcțiilor, dacă aceasta nu este prevăzut în contractele cu proprietarii lor;
 - 11) Pe sectoarele de drum cu declivități longitudinale de peste 6%;
 - 12) În zona interioară a curbilor în plan;
 - 13) La o distanță mai mică de 30 m de trecerile de pietoni;
 - 14) La o distanță mai mică de 100 m de poduri, pasaje, estacade, viaducte;
 - 15) În zona de protecție a comunicațiilor inginerești;
 - 16) Pe trotuare și piste pietonale, excepție în cazul prevederilor prevăzut în pct. 78, Cap. V, Secțiunea IV al prezentului Regulament;
 - 17) Pe piste pentru bicicliști;
 - 18) Amplasarea de afișe publicitare prin aplicarea lor directă pe orice suprafață neamenajată în scop publicitar și/sau care ar acoperi alte afișe publicitare existente, postate anterior, aflate în perioada de valabilitate.
46. Se interzice amplasarea mijloacelor de publicitate care prin formă, conținut, dimensiuni și culori în combinații specifice pot fi confundate cu mijloacele de semnalizare rutieră sau împiedică vizibilitatea acestora, precum și a indicatoarelor de orientare și informare.
47. În procesul de elaborarea a publicității se interzice utilizarea imaginilor și a mesajelor care contravin normelor legale precum și folosirea limbajului și a imaginilor indecente.

48. Fiecare dispozitiv publicitar trebuie să fie dotat cu o plăcuță, amplasată pe loc vizibil, care să conțină datele de contact ale difuzorului de publicitate.
49. În extravilan, respectând exigențele prezentului Regulament, pot fi amplasate dispozitive publicitare care nu depășesc suprafața 18 mp.

Secțiunea II. Reguli generale privind amplasarea firmelor

50. Firmele se amplasează pe fațadele clădirilor unde își desfășoară activitatea.
51. Firmele anunță o activitate, ele nu pot cuprinde elemente ce se constituie ca reclamă pentru un produs sau marcă. Conținutul textului în limba română, poate include doar denumirea activității, numele firmei și eventuale elemente reglementate prin acte normative ale autorității publice.
52. Firmele se amplasează numai la nivelul parterului, în zona de fațadă efectiv aferentă spațiilor ocupate de activitatea respectivă. Prin excepție, pentru instituțiile publice sau de interes public care ocupă un întreg imobil, se pot dispune firme în partea superioară a fațadei, în zona/deasupra ultimului nivel.
53. În situația în care într-un imobil funcționează mai mulți agenți economici dintre care unii nu au vitrine spre stradă, dar care doresc montarea firmelor pe fațada principală, mai multe firme vor fi grupate pe un panou vertical sau orizontal, formând un singur amplasament. Acestea vor fi realizate unitar și grupat, ca tip, dimensiune și încadrate simetric pe fațadă sau pe un dispozitiv separat lângă intrarea principală. Poziționarea acestora se va face astfel încât să nu limiteze circulația pietonilor și să nu afecteze arhitectura clădirii.
54. Firmele vor fi corelate cu arhitectura fațadelor. Nu vor putea altera sau intra în contradicție cu detaliile /expresia arhitecturală a clădirii. Se interzice amplasarea acestora pe elemente proeminente ale fațadelor (balcoane, logii, console, pilaștri, ancadramente, cornișe profilate etc.), pe porțile de acces în imobile, pe ferestre sau vitrine, pe calcane, pe acoperișuri /terase.
55. Ca elemente importante în definirea imaginii urbane, soluția de design al firmei trebuie armonizată cu contextul cromatic al fațadei și realizată din materiale de bună calitate.
56. Se recomandă ca literele să fie decupate și aplicate direct pe fațadă, fără suport.
57. Casetele trebuie să fie transparente în cazul în care acestea sunt utilizate sau în concordanță cu culorile fațadei.
58. Dimensiunile firmelor/corpurilor de literă nu vor depăși suprafața totală de 1m.p.
59. Iluminarea firmei este opțională și condiționată de caracteristicile / condițiile concrete impuse de stilul arhitectural al clădirilor.

60. În cazul firmelor iluminate, reflectoarele se vor amplasa astfel încât să asigure o iluminare uniformă, care să pună în valoare clădirea și care să nu deranjeze traficul auto și pietonal, reflectoarele fiind mascate de elemente ale construcției sau firmei.
61. Firmele iluminate vor fi amplasate la minim 3,00 m de la nivelul solului.
62. Firmele iluminate amplasate la mai puțin de 30 m de semnalizările rutiere nu vor folosi culorile specifice acestora și nici lumină intermitentă.
63. Standarde de marcă (brand) nu pot constitui pretexte pentru nerespectarea prezentului Regulament.
64. Pentru serviciile funerare de orice natură (firme de pompe funebre, comerț cu produse și materiale specifice etc.) se pot amplasa pe fațadele imobilelor doar plăci inscripționate. Amplasarea oricărui alt tip /format de firmă este interzis.
65. Instituțiile care dispun de formate standardizate ale firmelor (cele ale administrației publice, de învățământ etc.) le vor utiliza ca atare.

Secțiunea III. Reguli generale privind amplasarea vitrinelor

66. Amplasarea de reclame, afișe, autocolante, anunțuri, firme pe sticla vitrinelor, în exterior sau interior, e interzisă. Obiectele expuse în vitrină se vor amplasa la minim 10 cm de la sticlă.
67. Sticla vitrinelor va fi de tip transparent, incolor (cu excepția celor prevăzute prin lege a fi opace).
68. Vitrinele vor fi în mod obligatoriu iluminate.

Secțiunea IV. Reguli generale privind amplasarea dispozitivelor publicitare

69. Este permisă amplasarea de mijloace publicitare pe stâlpii de iluminat, pe stâlpii special construiți pentru susținerea de cabluri de alimentare electrică a rețelei de transport în comun și/sau pe alți stâlpi ce permit amplasarea de mijloace publicitare, doar după coordonarea prealabilă a amplasării dispozitivului cu administratorul stâlpului.
70. Pe un stâlp se pot amplasa maximum două mijloace publicitare, obligatoriu de aceeași dimensiune și așezate simetric de o parte și de alta a stâlpului, iar proiecția la sol a fiecărui mijloc de publicitate se va situa în afara gabaritului carosabilului.
71. Dispozitivele publicitare sunt proprietatea subiecților economici ce desfășoară activitate de publicitate, pentru starea cărora poartă răspundere.
72. Panourile publicitare amplasate pe sol vor fi montate astfel încât să nu împiedice circulația rutieră și/sau pietonală, ori accesul pietonal și/sau al autovehiculelor de intervenție pe proprietăți cu respectarea prevederilor prezentului regulament.

73. Ecranele publicitare și panourile de tip city lights amplasate pe sol trebuie să respecte condițiile tehnice referitoare la luminozitate și frecvența succedării imaginilor derulate pentru a nu exista riscul perturbării circulației rutiere în zona în care sunt amplasate, fiind necesare un aviz de la Inspectoratul Național de Securitate Publică și respectarea condițiilor tehnice astfel încât sistemul de prindere să nu constituie surse de accident.
74. Proprietarii ecranelor publicitare au obligația transmiterii de informații de interes public și local, precum și informații de interes pentru populație în cazul unor situații de urgență.
75. Dimensiunile de bază ale dispozitivelor de publicitate, amplasate în municipiul Chișinău sunt: 0,7m x 1m, 1,2m x 1,8m, 2,5m x 4m, 3m x 6m. Dispozitivele de publicitate pot avea și alte dimensiuni, în funcție de factorii și condițiile, ce definesc mediul urban respectiv.
76. În cazul în care formele noi de dispozitive publicitare, ecrane și publicitate luminoasă pe imobile și la sol, amplasate contrar prevederilor prezentului Regulamentului (cu abateri), autorizația pentru amplasare a publicității se anulează imediat, iar dispozitivul urmează a fi demontat.
77. Distanța între dispozitivele amplasate, la aceeași înălțime, de-a lungul aceluiași drum, nu poate fi mai mică de:
 - 1) 30 m - pentru dispozitivele cu lățimea de la 0,1 m până la 1,5 m;
 - 2) 50 m - pentru dispozitivele cu lățimea de la 1,5 m până la 3,0 m;
 - 3) 80 m - pentru dispozitivele cu lățimea de la 3,0 m până la 6,0 m;
 - 4) 100 m - pentru dispozitivele cu lățimea de la 6,0 m până la 12 m;
78. Dispozitivele de publicitate vor fi amplasate la cel puțin 6 m de la marginea părții carosabile. Se admite amplasarea dispozitivelor publicitare pe trotuar, în limitele prevederilor prezentului regulament, în cazurile în care nu este posibilă respectarea distanței de 6 m de la marginea părții carosabile, iar dimensiunile acestora nu trebuie să depășească 0,7m x 1m. Spațiul rămas între dispozitiv și marginea trotuarului, pentru deplasarea pietonilor pe trotuar nu trebuie să fie mai mic decât 2 m.
79. Dispozitivele de publicitate amplasate peste sau deasupra zonelor pietonale, vor fi amplasate la cel puțin 3,0 m de la cota terenului amenajat.
80. Se interzice amplasarea, în limitele liniilor roșii ale străzii, a dispozitivelor de publicitate cu suprafața mai mare de 18,0 m.p.
81. Dispozitivele de publicitate vor fi iluminate (dacă acest lucru este posibil din punct de vedere tehnic).
82. Pentru iluminarea publicității exterioare se face uz de sisteme electrotehnice de producție industrială care corespunde cerințelor securității electrotehnice și antiincendiare.
83. Dispozitivele de iluminare a mijloacelor de publicitate vor fi amplasate astfel încât să asigure o iluminare uniformă și să nu afecteze traficul auto și pietonal, fiind mascate de elemente ale construcției sau a publicității. Partea cea mai coborâtă a reflectoarelor va fi

minim de 3,0 m de la nivelul trotuarului. Lumina instalațiilor de iluminare nu trebuie să fie orientată în geamurile caselor de locuit sau instituțiilor.

84. Reflectoarele se fixează pe console, la o distanță de cel puțin 0,8 m de la suprafața iluminată. Fixarea dispozitivelor de iluminare pe suport trebuie să asigure cuplarea sigură cu consola (panoul etc.) și să reziste presiunii vântului și zăpezii, vibrațiilor și loviturilor posibile.
85. Dispozitivele de iluminat nu trebuie să fie direcționate spre ferestrele blocurilor de locuit.
86. Luminozitatea panourilor electronice de tip LED trebuie să fie diminuată pe timp de noapte .
87. Dispozitivele de publicitate care nu întrunesc condițiile și normele stipulate în prezentul Regulament, vor fi demontate după expirarea termenului de valabilitate al Autorizațiilor de amplasare a publicității.
88. Dispozitivele de publicitate, amplasate pe domeniul public sau privat, constituie construcții cu caracter provizoriu și urmează a fi demontate de către proprietarii lor odată cu expirarea termenului de valabilitate al autorizației de amplasare a publicității sau cu anularea ei de către autoritățile administrației publice locale.
89. Obiect al impunerii cu taxă pentru dispozitivele publicitare îl constituie suprafața feței (fețelor) dispozitivului publicitar pe care se amplasează publicitatea exterioară.

Secțiunea V. Reguli generale privind amplasarea panourilor publicitare mobile

90. Pe trotuarele/spațiile pietonale cu o lățime de cel puțin 2,00 m se pot amplasa panouri publicitare mobile pliante, specifice activității de alimentație publică, în următoarele condiții:
 - 1) Dimensiunile maxime ale panoului vor fi de 0,50 m x 0,90 m;
 - 2) Amplasarea panoului este permisă numai în dreptul spațiului destinat activității care face obiectul publicității și numai pe durata programului zilnic de funcționare a acestuia.

Secțiunea VI. Reguli generale privind utilizarea mobilierului urban ca suport publicitar

91. Pot fi utilizate ca suport publicitar următoarele tipuri de mobilier urban:
 - 1) Stațiile de așteptare a transportului public;
 - 2) Chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale;
 - 3) Coloanele port-afiș.
92. Stațiile de autobuz/troleibuz pot fi utilizate ca suport de publicitate pentru panourile amplasate pe acestea sau care fac parte din componența acestora.
93. Chioșcurile de ziare și alte chioșcuri cu activități comerciale pot fi utilizate ca suport de publicitate, dacă sistemul constructiv al chioșcurilor respective permite o astfel de utilizare.

94. Coloanele port-afiș vor putea fi utilizate numai pentru afișe și/sau anunțuri de spectacole și manifestări culturale. Este interzisă suprapunerea de afișe.

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

95. În vederea asigurării eficienței informării cetățenilor, a libertății de expresie și peisajului urban, autoritățile administrației publice locale (preturile de sector) sunt în drept de a instala în amplasamente cu vizibilitate, în condițiile prezentului regulamentului, panouri speciale destinate afișelor publicitare pentru spectacole publice, teatre, concerte, campanii electorale și altele asemenea și a anunțurilor de mică publicitate ca panouri tip: coloane port-afiș.
96. Panourile cu anunțuri de mică publicitate vor fi actualizate în fiecare zi de vineri sau va fi stabilită o altă zi din săptămână de pretura de sector.

Secțiunea VIII. Reguli generale privind publicitatea pe vehicule publicitare și pe mijloace de transport în comun

97. Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate, prin lipirea de afișe, montarea de panouri sau inscripționarea cu texte publicitare ori altele asemenea, vor putea fi autorizate să circule pe teritoriul localității cu condiția obținerii autorizației pentru amplasarea publicității conform prezentului regulament, coordonat în prealabil cu Inspectoratul Național de Patrulare.
98. Staționarea vehiculelor publicitare pe drumurile publice sau în locurile vizibile dinspre acestea este interzisă.
99. Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate nu vor utiliza instalații de sonorizare.
100. Este permisă utilizarea ca suport pentru afișe/reclame publicitare a mijloacelor de transport în comun, cu condiția ca prin aceasta să nu fie afectată vizibilitatea călătorilor înspre exteriorul mijlocului de transport și doar cu acordul Regiei transport public și a Inspectoratului Național de Patrulare.

Capitolul VI

Utilizarea terenurilor proprietate a municipiului Chișinău pentru activități de publicitate

101. Dreptul de amplasare a dispozitivelor/panourilor/ecranelor publicitare pe terenurile care aparțin domeniului public al municipiului Chișinău se va atribui prin licitație publică, organizată în conformitate cu prevederile legale.
102. Dreptul de amplasare a publicității se adjudecă pentru o perioadă de 36 de luni din data semnării contractului de locațiune a terenului.
103. Mărimea plății de amplasare a dispozitivelor și/sau a panourilor de publicitate se stabilește de către Consiliul Municipal Chișinău.

104. Procedura de atribuire a amplasamentelor prin licitație publică poate fi inițiată de persoanele juridice sau fizice interesate precum și de municipiul Chișinău.
105. În cazul persoanelor juridice sau fizice, se va depune o cerere care va conține solicitarea de demarare a procedurilor de licitație.
106. În cazul în care inițiatorul procedurilor de licitație este municipiul Chișinău, procedura se demarează pe baza certificatului de urbanism eliberat de Direcția de arhitectură, urbanism și relații funciare.
107. Anunțul de licitație se publică în presa locală și pe site-ul autorității locale.
108. Anunțul de inițiere a procedurilor de licitație va conține:
 - 1) Data, ora și locul ședinței de licitație;
 - 2) Perioada și modul în care se pot depune ofertele;
 - 3) Obiectul licitației;
 - 4) Prețul minim de pornire la licitație;
 - 5) Documentele obligatorii care alcătuiesc ofertele;
 - 6) Data, locul și ora la care va fi reluată procedura în cazul în care nu sunt oferte câștigătoare;
 - 7) Oricare alte condiții necesare derulării corespunzătoare a procedurii.
109. La ședința de licitație pot participa numai reprezentanții legali ai persoanelor juridice sau persoanele fizice care au depus oferte.
110. Licitația pentru utilizarea terenurilor pentru activități de publicitate se va desfășura în cazul când vor fi depuse cel puțin două oferte de către două persoane fizice sau juridice diferite.
111. În cazul în care nu există oferte sau a fost depusă numai o ofertă, aceasta nu va fi deschisă și procedura va fi reluată în maxim 14 zile lucrătoare.
112. În cazul în care, în continuare, există o singură ofertă și dacă aceasta este conformă, se va declara adjudecatară persoana juridică sau fizică care a depus-o.
113. În cazul în care există două sau mai multe oferte, comisia va verifica pentru fiecare în parte dacă există toate documentele solicitate. Ofertele care nu conțin toate documentele vor fi descalificate. Nu este admisă completarea documentațiilor după data și ora limită pentru depunerea de oferte sau pe parcursul ședinței de licitație.
114. Oferta care are prețul cel mai mare va fi declarată câștigătoare.
115. Perioada de depunerea a contestațiilor este de 48 de ore de la ședința de licitație.
116. Contestațiile privind licitațiile se depun la cancelaria Primăriei Municipiului Chișinău, conform programului de lucru.
117. Contestațiile se soluționează de o comisia instituită prin dispoziția Primarului, în termen de 2 zile lucrătoare de la expirarea termenului de depunere.

118. Contractul de locațiune se perfectează în termen de maxim 10 zile lucrătoare de la data declarării ofertei câștigătoare.

Capitolul VII **Reglementări fiscale**

119. Activitatea de amplasare a publicității se impune cu taxa pentru dispozitivele publicitare.
120. Obiectele și subiecții de impozitare, precum și baza impozabilă pentru încasarea taxelor sunt reglementate de legislația fiscală.
121. Cota taxei se stabilește anual prin decizie de către consiliul local al municipiului Chișinău.
122. Direcția arhitectură, urbanism și relații funciare va transmite semestrial către Inspectoratul fiscal datele privind suprafețele stabilite pentru calculul taxei de amplasare a publicității.
123. Sunt scutiți de la achitarea taxei pentru amplasarea publicității exterioare:
- 1) Instituțiile, persoanele fizice și juridice indicate la art. 295 Cod Fiscal;
 - 2) Mijloacele de publicitate amplasate pe schelele montate pe fațadele construcțiilor noi, aflate în diferite faze de execuție ce nu conțin conținut publicitar;
 - 3) Instituțiile de cultură, artă, teatru, educație pentru dispozitivele de publicitate plasate pe fațadele, în vitrinele acestora și pe coloane publicitare/coloane Morris.

Capitolul VIII **Controlul aplicării prezentului Regulament**

124. Controlul asupra respectării prevederilor prezentului Regulament este exercitat de către Direcția generală arhitectură, urbanism și relații funciare.
125. Rezultatul controlului se reflectă în Actul de control, Anexa nr. 5 la prezentul regulament.
126. Inspectoratul general de poliție al municipiului Chișinău, Întreprinderea municipală rețelele electrice de iluminare «Lumteh», Direcția generală transport public și căi de comunicație, Asociația de gospodărire a spațiilor verzi și Preturile de sector efectuează controlul asupra amplasării dispozitivelor de publicitate, a publicității și a firmelor (inscripțiilor și imaginilor exterioare) în limita competenței cu care sunt investiții și informează D.G.A.U.R.F. despre rezultatele acestuia.
127. Contravenienții se sancționează conform prevederilor Codul contravențional al Republicii Moldova.

Capitolul IX **Dispoziții finale**

128. Prezentul regulament intră în vigoare la data adoptării și se publică conform prevederilor legislației în vigoare.

129. Dispozitivele publicitare care contravin prevederilor prezentului Regulament vor fi demontate în termen de 6 luni din data expirării autorizației de amplasare dar nu mai târziu de 18 luni din data adoptării prezentului regulament.
130. Se abrogă Regulamentul provizoriu privind autorizarea și amplasarea dispozitivelor de publicitate, a publicității exterioare, firmelor (inscripții și imagini exterioare) în municipiul Chișinău, adoptat prin decizia consiliului municipal Chișinău nr.17/15 din 03 mai 2007.
131. Toate litigiile, privind respectarea prevederilor prezentului Regulament se soluționează conform legislației în vigoare.



Republica Moldova
 Consiliul municipal Chișinău
 Direcția generală arhitectură, urbanism și relații funciare

AUTORIZAȚIE

de amplasare a publicității

Nr. de înregistrare « _____ » _____ 202__

eliberată

(denumirea completă a întreprinderii, adresa, tel., contul de decontare)

ale persoanei juridice; pentru persoanele fizice: numele, prenumele, patronimicul,

date din buletinul de identitate, viza de reședință, contul de decontare)

în persoana _____

pentru amplasarea _____

(denumirea construcției)

ce ocupă suprafața totală, m.p. _____ m _____

(se scrie cu cifre)

(se scrie cu litere)

în următorul loc: _____

sectorul _____

(or.)

(bd., str., str-la, blocul, detalii ale locului)

cu textul: _____

Condiții speciale

Termenul de valabilitate al autorizației:

De la „ _____ ” 20 _____ până la „ _____ ” 20 _____

Arhitect-șef al municipiului Chișinău _____

L.Ș.

(semnătura)

Am luat cunoștință de condițiile Regulamentului _____

L.Ș.

(semnătura solicitantului)

Data eliberării „ _____ ” _____ 20 _____

Nota: Documentația tehnică și avizele prezentate, vizate spre neschimbare, sunt parte integrantă a prezentei autorizații. Nerespectarea prevederilor autorizației atrage pierderea valabilității acesteia și se va sancționa conform legislației în vigoare.

Coordonat cu Direcția generală arhitectură, urbanism și relații funciare:

Concluzia privind posibilitatea plasării reclamei _____

Executor L.Ș.

Coordonat cu Secția de Terminologie și servicii lingvistice:

_____) _____
Executor
L.Ș.

**Coordonat cu Inspectoratul de poliție al municipiului Chișinău și cu
Întreprinderea municipală «Semafor-service»:**

« _____ » 20 _____
Executor
L.Ș.

Coordonat cu Direcția transport public și căi de comunicație:

« _____ » 20 _____
Executor
L.Ș.

Coordonat cu ÎM “Regia transport electric Chișinău” sau ÎM” Parcul urban de autobuze”:

« _____ » 20 _____
Executor
L.Ș.

Coordonat cu Asociația de gospodărire a spațiilor verzi:

« _____ » 20 _____
Executor
L.Ș.

Coordonat cu ÎM ”Rețelele electrice de iluminare «Lumteh»:

_____) _____
Executor
L.Ș.

Coordonat cu Direcția generală locativ-comunală și amenajare sau gestionarul imobilului:

« _____ » 20 _____
Executor
L.Ș.

Coordonat cu proprietarul obiectivului plasării reclamei:

« _____ » 20 _____
Executor
L.Ș.

Coordonat cu pretura sectorului:

« _____ » 20 _____
Executor
L.Ș.

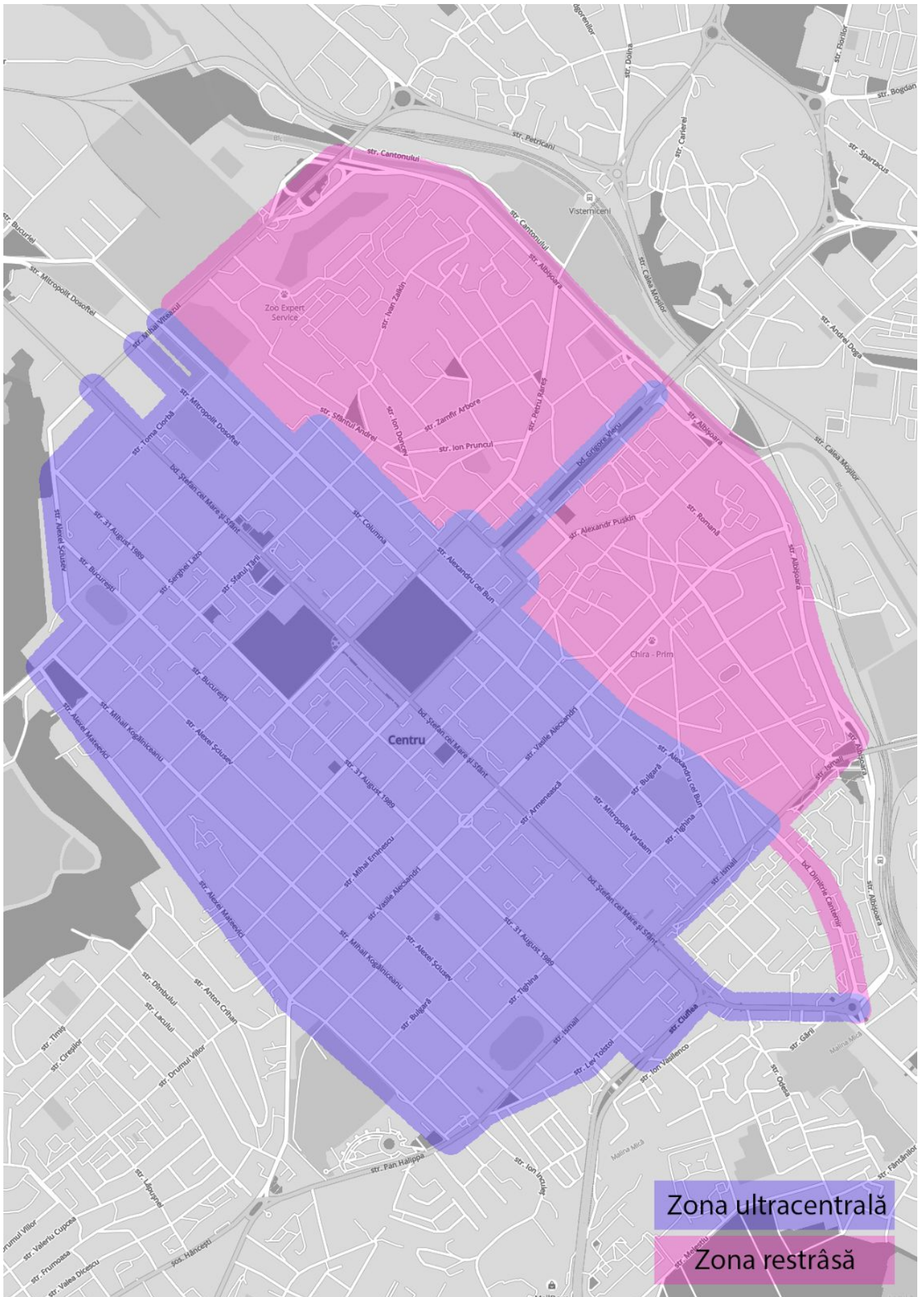
Alte servicii:

a) Zona de publicitate ultracentrală ZUL

- bulevardul Ștefan cel Mare
- bulevardul Grigore Vieru
- str. 31 august 1989
- str. Vasile Alecsandri (în perimetrul străzilor Alexei Mateevici - Alexandru cel Bun)
- str. Armenească (în perimetrul străzilor Alexei Mateevici - Alexandru cel Bun)
- str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni
- str. Bernardazzi
- str. București
- str. Bulgară
- str. Columna
- str. Maria Cibotari
- str. Toma Ciorbă
- str. Columna
- str. Anatol Corobceanu
- str. Eugen Doga
- str. Mitropolit Dosoftei
- str. Mihai Eminescu
- str. Nicolae Iorga
- str. Ismail (în perimetrul străzilor Alexei Mateevici - Dimitrie Cantemir)
- str. Mihail Kogălniceanu
- str. Serghei Lazo
- str. Alexandru Lăpușneanu
- str. Habad Liubovici
- str. Alexei Mateevici
- str. Veronica Micle
- str. Mitropolit Petru Movilă
- str. Vlaicu Pârcălab
- str. Aleksandr Pușkin
- str. Sfatul Țării
- str. Alexei Șciusev
- str. Teatrului
- str. Tighina (în perimetrul străzilor Alexei Mateevici - Alexandru cel Bun)
- str. Lev N. Tolstoi
- str. Tricolorului
- str. Rabbi Țirilson
- str. Universității
- str. Mitropolit Varlaam

b) Zona de publicitate restrânsă ZPR

- bulevardul Alba Iulia
- bulevardul Constantin Negruzzi
- bulevardul Dacia
- bulevardul Decebal
- bulevardul Dimitrie Cantemir
- bulevardul Gagarin
- bulevardul Mircea cel Bătrân
- bulevardul Moscova
- bulevardul Renașterii Naționale
- șos. Hâncești
- str. Albișoara
- str. Calea Ieșilor
- str. Ciuflea
- str. Gh. Asachi
- str. Kiev
- str. Pantelimon Halippa
- str. Vasile Alecsandri în limitele str. Alexei Mateevici - șos. Hâncești
- Zona din perimetrul străzilor Alexandru cel Bun - Ismail - Albișoara - Mihai Viteazul conform hărții anexate



Zona ultracentrală

Zona restrânsă

Tipurile de mijloace de publicitate admise în municipiul Chișinău

1. Banner/Afiș
2. Panourile și ecranele publicitare cu dimensiunile de până la 2,5 mp.
3. Panourile și ecranele publicitare cu dimensiunile de până la 8,0 mp.
4. Panourile și ecranele publicitare cu dimensiunile de până la 12,0 mp.
5. Firmă
6. Mesh, mesh digital (fără autorizație de construire / autorizație de publicitate)
7. Panou publicitar mobil
8. Panou tip city light/lightbox
9. Steag publicitar (fără autorizație de construire / autorizație de publicitate)
10. Rooftop
11. Coloane publicitare/Coloane Morris

Nr.	Zona de Publicitate	Mijloace de publicitate admise										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.	ZUL	Nu ¹	Nu	Nu	Nu	Da	Nu ²	Nu	Nu	Nu	Da ³	Da ⁴
2.	ZPR	Nu	Da	Nu	Nu	Da	Nu	Nu	Da	Nu	Da ⁵	Da
3.	ZPL	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da ⁶	Da

¹ Cu excepția publicității temporare, realizată cu ocazia unor evenimente, manifestații culturale sau sportive.

² Pe construcții, inclusiv monumente istorice amplasate în zone de publicitate restrânsă, sau în zone în care este interzisă publicitatea numai în situația în care acestea constituie protecție către domeniul public pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare și numai dacă reproduc imaginea construcției după consolidare/restaurare.

³ Vor fi amplasate pe clădirile mai înalte de 25m, cu înălțimea rooftopului nu mai mare de 1,5m.

⁴ Pentru evenimente culturale.

⁵ Vor fi amplasate pe clădirile mai înalte de 25m, cu înălțimea rooftopului nu mai mare de 1,5m.

⁶ Vor fi amplasate pe clădirile mai înalte de 25m, cu înălțimea rooftopului nu mai mare de 1,5m.

A C T
de control privind respectarea prevederilor
„Regulamentului privind amplasarea și autorizarea mijloacelor
de publicitate și afișaj în municipiul Chișinău”
Chișinău

” _____ ” _____ 20__

Direcția generală arhitectură, urbanism și relații funciare, prin împuterniciții săi

1.

_____ (numele și prenumele, funcția)

2.

_____ (numele și prenumele, funcția)

3.

_____ (numele și prenumele, funcția)

care acționează în conformitate cu Regulamentul privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate și afișaj în municipiul Chișinău , în prezența

_____ (numele și prenumele, funcția)

ce reprezintă _____

(denumirea persoanei juridice sau numele și prenumele persoanei fizice),

denumită în continuare „Titularul Autorizației de amplasare a publicității”.

În urma controlului s-a constatat următoarele:

Titularului Autorizației i-a fost propus:

Din partea Direcției generale arhitectură, urbanism și relații funciare

_____ (numele și prenumele, semnătura)

_____ (numele și prenumele, semnătura)

_____ (numele și prenumele, semnătura)

Din partea Titularului Autorizației

_____ (numele și prenumele, semnătura)