



Către: Ion CEBAN
Primar General al municipiului Chișinău

Nr. 116 din 9 octombrie 2020

Ref.: Comentariile AmCham Moldova asupra proiectului Regulamentului privind plasarea publicității exterioare în muncipiul Chișinău în redacție finală

Stimate domnule Ceban,

Vă salutăm din numele A.P. „Camera de Comerț Americană din Moldova” (în continuare „AmCham Moldova”).

Prin prezenta scrisoare, supunem atenției dumneavoastră opinia AmCham Moldova asupra proiectului Regulamentului privind plasarea publicității exterioare în muncipiul Chișinău în redacție finală, astfel cum a fost plasat spre consultări publice¹.

AmCham Moldova salută îmbunătățirile aduse proiectului Regulamentului în ultima redacție și deschiderea Primăriei municipiului Chișinău în vederea cooperării cu reprezentanții mediului de afaceri pe marginea acestuia.

Totodată, se consideră că proiectul Regulamentului ar necesita perfecționări, inclusiv în privința aspectelor ce urmează.

I. ANALIZA IMPACTULUI DE REGLEMENTARE

În opinia noastră, normele din proiectul Regulamentului reglementează direct sau indirect activitatea de întreprinzător, prin stabilirea drepturilor, obligațiilor, cerințelor și interdicțiilor pentru întreprinzători.

Conform Legii nr. 235/2006 cu privire la principiile de bază de reglementare a activității de întreprinzător, actele normative care reglementează activitatea de întreprinzător urmează a fi însoțite de **Analiza Impactului de Reglementare**, care reprezintă un document de argumentare, în baza evaluării costurilor și beneficiilor, a necesității adoptării actului normativ și analiza de impact al acestuia asupra activității de întreprinzător.

Aceeași cerință este stabilită la art. 25 alin. (2) din Legea nr. 100/2017 cu privire la actele normative.

Recomandăm elaborarea Analizei Impactului de Reglementare la proiect și remiterea lui spre expertiză Grupului de lucru al Comisiei de Stat pentru reglementarea activității de întreprinzător, în vederea satisfacerii cerințelor obligatorii stabilite prin Legea nr. 235/2006 și Legea nr. 100/2017.

II. INSTITUIREA NORMELOR CU CARACTER PRIMAR

Din analiza cadrului normativ superior, dar și a proiectului Regulamentului, se înțelege că atingerea scopului urmărit de autoritățile publice locale se îngreunează datorită ambiguității cadrului normativ

¹ <https://www.chisinau.md/libtdview.php?l=ro&idc=999&id=31077&t=/Informatii/Transparenta-decisionala/Procesul-decisional/Consultare-publica/ANUNT-privind-organizarea-consultarilor-publice-a-proiectului-de-decizie-Cu-privire-la-aprobarea-Regulamentului-privind-autorizarea-plasarii-publicitatii-exterioare-in-municipiul-Chisinau>



superior (Legea nr. 1227/1997 cu privire la publicitate) și lipsei unor limite clare în lege în ceea ce privește reglementarea domeniului publicității exterioare.

Datorită acestui fapt, în vederea analizei prevederilor proiectului, vom face referire la prevederile cadrului normativ superior (legilor) în domeniul publicității, a căror respectare este obligatorie.

Se observă faptul că proiectul Regulamentului conține mai multe norme primare de reglementare a activității de întreprinzător, care în opinia noastră contravin sau nu sunt prevăzute de cadrul normativ superior.

Menționăm că în conformitate cu principiul previzibilității activității de întreprinzător, reglementarea activității de întreprinzător se efectuează prin legi, hotărâri/ordonanțe ale Guvernului și acte normative ale autorităților administrației publice, legile stabilind pentru fiecare caz limitele de reglementare pentru autoritățile administrației publice (art. 5 alin. (1), (2) din Legea nr. 235/2006 cu privire la principiile de bază de reglementare a activității de întreprinzător).

Sub acest aspect, pot fi enumerate într-un mod neexhaustiv următoarele:

(i) În urma analizei proiectului Regulamentului, nu au putut fi identificate prevederi care ar indica asupra faptului că:

(a) *amplasarea publicității exterioare pe clădiri și alte construcții aflate în proprietate privată se coordonează cu organele teritoriale de arhitectură și nu necesită autorizarea specială a autorităților administrației publice locale* (art. 16 alin. (4) din Legea nr. 1227/1997);

(b) *în locurile de comerț și de prestări de servicii, folosirea de către agenții activității de întreprinzător în interior și exterior a elementelor de design și amenajat artistic și arhitectural ce conțin emblema firmei, marca comercială, ce corespunde profilului întreprinderii nu se consideră publicitate și se efectuează fără autorizarea autorităților administrației publice locale* (art. 17 din Legea nr. 1227/1997).

(ii) În cadrul regulamentului se conțin prevederi care nu au putut fi identificate în cadrul normativ superior, precum:

- reguli privind amplasarea firmelor și dispozitivelor publicitare pe fațade și acoperișuri;
- reguli privind vitrinele;
- reguli privind amplasarea panourilor publicitare la sol, etc.

De asemenea, nu a putut fi identificată inclusiv o notă de argumentare a respectivelor soluții, spre exemplu:

- pct. 53 – în clădirile cu multe etaje ocupate de mai mulți agenți economici, firmele vor fi grupate într-un pachet și amplasate pe fațada clădirii nu neapărat la nivelul parterului. Dacă se stabilește o excepție pentru societățile comerciale care ocupă un imobil întreg, atunci nu ar exista motiv de a refuza același drept în cazul în care imobilul este ocupat de mai multe societăți comerciale, atât timp cât se respectă pct. 51. Totodată, limitarea dreptului de amplasare a firmei doar la ultimul nivel al clădirii nu ar avea o justificare, fiind o situație similară cu cea a centrelor comerciale, prevăzută la pct. 55;
- pct. 54 – ar putea fi exclusă regula dispunerii firmelor exclusiv sub forma plăcilor gravate;
- pct. 55 – prevederile punctului ar putea fi aplicate inclusiv în privința clădirilor de birouri;



- pct. 57 – prevederile punctului sunt considerate lacunare, deoarece mai multe societăți comerciale folosesc în inscripții și imagini care reprezintă denumirea firmei sau emblema comercială, culori care sunt parte a mărcii comerciale (brandului);
- pct. 62 – prevederile punctului sunt considerate lacunare, înălțimea la care se amplasează firma iluminată depinzând mai ales de structura imobilului, etc.

(iii) Proiectul conține norme care în opinia noastră contravin cadrului superior. Cu titlu de exemplu:

- textul din pct. 101 „fără drept de adresare în instanța de judecată” este lipsit de efecte juridice, niciun act normativ neputând îngădi accesul la justiție;
- textul din pct. 16 nu corespunde pe deplin prevederilor art. 16 alin. (7), (8) din Legea nr. 1227/1997.

(iv) Proiectul conține norme care ar putea restrânge aplicabilitatea legislației în vigoare. Cu titlu de exemplu, potrivit pct. 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.

Menționăm că în conformitate cu prevederile art. 17 din Legea nr. 1227/1997, *în locurile de comerț și de prestări de servicii, folosirea de către agenții activității de întreprinzător în interior și exterior a elementelor de design și amenajat artistic și arhitectural ce conțin emblema firmei, marca comercială, ce corespunde profilului întreprinderii nu se consideră publicitate și se efectuează fără autorizarea autorităților administrației publice locale.*

Serviciul Fiscal de Stat a indicat asupra modului de aplicare a taxei pentru dispozitivele publicitare, inclusiv în ceea ce privește firmele².

PREVEDERI LIPSITE DE PREVIZIBILITATE

Pe tot parcursul textului proiectului se utilizează cuvinte/texte generice vagi, precum „etc.” (pct. 56, 60, 65, 66); „altele asemenea” (pct. 5 lit. c, d, f); pct. 79); „după caz” (pct. 95); „legislația în vigoare” (pct. 3, 30, 45, 52, 78, 118); „prevederile legale în vigoare” (pct. 7); „normelor legale în vigoare” (pct. 16); „și altele asemenea” (pct. 79); „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” (pct. 19); fără a se face referire la un act normativ concret sau la descrierea lor.

Asemenea trimiteri vagi ar putea duce la încălcarea principiului transparenței și stabilității activității de întreprinzător stabilit prin Legea nr. 235/2006 (art. 4, lit. b)) și Legea 424/2004 (art.2, lit.a)), creând incertitudine pentru viitor.

² <https://www.sfs.md/taxe/ locale.aspx?file=8750>



Ne exprimăm deschiderea în vederea participării la consultărilor publice pentru detalierea propunerilor noastre.

Vă mulțumim pentru colaborare și vă rugăm să nu ezitați să ne contactați pentru orice informații suplimentare.

Cu respect,

Mila Malairău

Director Executiv

A.P. „Camera de Comerț Americană din Moldova”

AmCham Moldova este o asociație de business care reunește circa 140 de companii cu investiții americane, străine și locale, având drept misiune promovarea investițiilor în Republica Moldova prin colaborare cu autoritățile publice și liderii comunității de afaceri pentru dezvoltarea și facilitarea unui climat de business mai favorabil în Moldova. Comunitatea de afaceri AmCham Moldova realizează profituri ce reprezintă circa 20% din total profituri înregistrate în economia Republicii Moldova.