

**PROCES VERBAL al ședinței a dezbaterilor publice  
privind proiectul de decizie a „Regulamentului privind amplasarea  
publicității exterioare în municipiul Bălți, în redacție nouă”**

**27 februarie 2026, ora 10:00**

**mun.Bălți**

Prezenți la dezbaterile publice: – 25 persoane (lista se anexează) dintre care:  
-viceprimar, dl Balan Vitalie;  
-secretara CMB, dna Serdiuc Irina;  
- reprezentanți ai direcțiilor din cadrul Primăriei mun.Bălți;  
- agenți economici;  
- mass-media.

**Ordinea de zi 1. Proiectul de decizie a „Regulamentului privind  
amplasarea publicității exterioare în municipiul Bălți, în redacție  
nouă”**

*A luat cuvântul șefa Secției Publicitate, dna Mateescu L., care a adresat un mesaj de salut tuturor celor prezenți și a adus la cunoștință ordinea de zi a ședinței, după care i-a oferit cuvântul specialistului principal al Secției Publicitate, dl Gheorghe Cernogal.*

*Dl Cernogal G. a prezentat noile recomandări, menționând modificările recente intervenite în Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate, în baza cărora a fost adaptat Regulamentul privind amplasarea publicității exterioare în municipiul Bălți, în scopul alinierii acestuia la cadrul legal în vigoare, clarificării procedurilor aplicabile și asigurării unei implementări unitare la nivel local.*

*Examinarea chestiunii conform ordinii de zi:*

**A luat cuvântul: dna Goloborotko Iulia – arhitect, ÎM Biroul de Arhitectură și Sistemizare.**

1. Elaborarea unui sistem informațional care să conțină integral informația privind procedura de obținere a autorizației/notificării pentru amplasarea dispozitivelor publicitare, inclusiv lista actelor necesare, având în vedere că un număr considerabil de solicitanți nu cunosc cerințele legale și procedura aplicabilă la momentul comandării pașaportului dispozitivului publicitar.
2. Semnalarea impactului negativ al acoperirii vitrinelor cu pelicule publicitare, care afectează semnificativ aspectul exterior al clădirilor și contribuie la degradarea imaginii urbane.

3. Elaborarea unui material informativ de tip infografic, prin care să fie prezentate, într-o formă clară și accesibilă, elementele de publicitate care nu sunt permise, precum și locurile unde afișarea acestora este interzisă, fără a impune agenților economici un anumit design al firmelor. Infograficul urmează să vizeze, în special, străzile principale și cele de tranzit, în scopul protejării aspectului exterior al municipiului.

**Răspuns:**

**Dna Mateescu L.** a menționat că pe site-ul oficial al Primăriei municipiului Bălți este publicat Regulamentul privind amplasarea publicității exterioare, iar la compartimentul Ghișeul Unic, subpunctul Publicitatea, este disponibilă cererea pentru obținerea autorizației. Totodată, sunt prezentate grafic modalitatea de efectuare a măsurărilor, precum și lista actelor necesare pentru obținerea autorizației.

Referitor la aplicarea peliculelor publicitare pe vitrine, s-a subliniat faptul că Secția Publicitate depune eforturi constante pentru prevenirea acestei practici, iar Regulamentul privind amplasarea publicității exterioare prevede expres că se permite acoperirea a cel mult 10% din suprafața totală a vitrinei, exclusiv în cazul promoțiilor.

În ceea ce privește amplasarea publicității pe străzile municipiului, s-a menționat necesitatea elaborării unui concept vizual unitar, care presupune constituirea unui grup de lucru format din specialiști din diverse domenii, cu implicarea prioritară a Direcției Arhitectură și Urbanism, în vederea elaborării acestuia.

Dna Mateescu L. a mulțumit pentru recomandare, menționând că aceasta va fi discutată cu persoanele responsabile de administrarea site-ului APL, în vederea identificării soluțiilor pentru facilitarea accesului la Regulament.

**A laud cuvântul: dna Serdiuc Irina – Secretara Consiliului municipal Bălți.**

1. A solicitat clarificări privind modul de amplasare a publicității sociale pe panourile publicitare ale agenților economici, precum și asupra mecanismului de amplasare a publicității sociale și a relațiilor dintre autoritatea publică locală și agenții economici în acest sens.

**Dna Mateescu L.** a explicat procedura de amplasare a publicității sociale în municipiul Bălți, menționând că, în cazul recepționării unei cereri din partea unui solicitant care intenționează să difuzeze publicitate socială, se solicită, în primul rând, indicarea unui loc de amplasare. Totodată, s-a precizat că autoritatea publică locală nu deține dispozitive publicitare care să poată fi oferite spre folosință, iar în situația în care există un spațiu disponibil, amplasarea se realizează exclusiv în baza unei dispoziții a Primarului municipiului Bălți.

**DI Cernogal Gh.** a precizat că, în ceea ce privește dispozitivele publicitare amplasate pe teritoriul municipiului Bălți, inclusiv pe terenurile municipale, publicitatea socială este amplasată de către agenții economici. În acest context, agenții economici au obligația de a depune notificare exclusiv pentru dispozitivul publicitar, și nu pentru conținutul publicității sociale. S-a subliniat faptul că, pentru Secția Publicitate, obiectul reglementării îl constituie dispozitivul publicitar în sine, iar nu imaginea sau mesajul publicitar afișat pe acesta. Astfel, achitățile se efectuează în funcție de suprafața dispozitivului publicitar, fără a fi supusă autorizării imaginea publicitară. Totodată, s-a menționat că, la momentul actual, pe teritoriul municipiului Bălți nu există dispozitive publicitare amplasate în baza unor autorizații.”

**A laut cuvântul: dna Goloborotko Iulia – arhitect, ÎM Biroul de Arhitectură și Sistematizare.**

A menționat că, în ceea ce privește dispozitivele publicitare care necesită lucrări de construcție, atât legislația, cât și regulamentul în vigoare nu indică în mod concret ce se are în vedere prin noțiunea de dispozitiv publicitar fix.

**DI Cernogal Gh.** a explicat că, prin dispozitive publicitare fixe, se înțeleg acele dispozitive care presupun modificarea construcției de rezistență, având construcția amplasată pe suprafața terenului.

**A laut cuvântul: dna Goloborotko Iulia – arhitect, ÎM Biroul de Arhitectură și Sistematizare.**

A menționat că există anumite tipuri de dispozitive publicitare care pot afecta construcțiile, în special cele de tip *rooftop*, care au o greutate considerabilă și sunt amplasate pe acoperișurile clădirilor, putând prezenta riscuri pentru siguranță. În acest context, s-a propus includerea în regulamentul local a prevederii privind obligativitatea efectuării unei expertize tehnice pentru dispozitivele publicitare de tip *rooftop*, cu masa mai mare de 50 kg.

„**Dna Mateescu L.** a menționat că solicitarea expertizei tehnice poate îngreuna procedura de obținere a notificării pentru agenții economici, motiv pentru care a fost exprimată posibilitatea stabilirii obligativității acesteia în funcție de un anumit metraj al dispozitivului publicitar.

**Dna Goloborotko I.** a precizat că stabilirea obligativității expertizei tehnice în funcție de dimensiuni nu este oportună, întrucât construcția dispozitivelor publicitare poate diferi, propunând ca criteriul de referință să fie masa dispozitivului, care să impună necesitatea efectuării expertizei tehnice.”

**DI Leadric I.** a menționat că toate dispozitivele publicitare fixe sunt încadrate ca mobilier urban, necesită efectuarea unei expertize tehnice și se construiesc în baza unui proiect, conform prevederilor CUC. Ulterior în acest context, a fost ridicată problema modalității prin care specialiștii Secției Publicitate pot determina masa dispozitivului publicitar

**A laut cuvântul: DI Rosip A., agent economic.**

A menționat că efectuarea expertizei tehnice nu este în avantajul agenților economici, întrucât costurile acestora sunt foarte ridicate. S-a subliniat faptul că, în prezent, agenții economici achită aproximativ 500 de euro pentru realizarea firmei, iar suplimentar costurile pentru expertiza tehnică se ridică la circa 10–15 mii de lei, ceea ce reprezintă o sumă considerabilă. În acest context, s-a exprimat îngrijorarea că un număr mare de agenți economici ar putea renunța la efectuarea expertizei și, implicit, să desfășoare activități de publicitate fără documente sau acte permissive.

**DI Balan V.** a menționat că noile modificări legislative au intrat în vigoare și că legislația actuală stabilește în mod expres tipurile de construcții care necesită autorizație și cele care nu necesită. În acest context, fiecare agent economic, cunoscând tipul de construcție pe care intenționează să o realizeze, trebuie să determine dacă este necesară obținerea unei autorizații de construire. Ulterior, agentul economic urmează să acționeze în conformitate cu legislația în vigoare, prin depunerea cererii pentru obținerea certificatului de urbanism pentru proiectare, elaborarea proiectului și obținerea autorizației de construire, după caz.

Totodată, s-a subliniat faptul că nu este posibilă transpunerea integrală a prevederilor Codului în regulamentul local, motiv pentru care fiecare caz urmează a fi analizat individual.

De asemenea, s-a menționat că, în prezent, unii agenți economici instalează mai multe dispozitive publicitare pe același punct comercial, sub firmă, practică ce nu este conformă. În acest sens, în Regulament urmează a fi introdusă prevederea privind instalarea unei singure firme per punct comercial, cu excepția cazurilor în care unitatea este amplasată la colț de clădire, la intersecție sau dispune de mai multe intrări.

S-a precizat că această modificare vizează exclusiv firmele, iar celelalte ajustări ale Regulamentului au fost realizate în vederea adaptării acestuia la noile modificări intervenite în Legea nr. 62/2022.

**A laut cuvântul: DI Rosip I., agent economic.**

A solicitat clarificări privind motivul pentru care măsurările dispozitivului publicitar nu se efectuează în funcție de dimensiunea literelor, ci în baza dimensiunii totale a imaginii, menționând că imaginea publicitară poate constitui o anexă a clădirii.

**DI Cernogal Gh.** a explicat că obiectul notificării îl constituie construcția dispozitivului publicitar, și nu conținutul sau elementele grafice ale imaginii publicitare. În acest sens, s-a precizat că nu pot fi luate în considerare dimensiunile literelor, întrucât se autorizează și se notifică suprafața construcției dispozitivului publicitar. Totodată, s-a subliniat că mesajul sau scrisul afișat pe dispozitiv nu face obiectul reglementării, această abordare fiind prevăzută expres și în Legea nr. 62/2022, care stabilește că se notifică dispozitivul publicitar, și nu imaginea acestuia

**Întocmit de: dna Mateescu Lorina, șefa Secției Publicitate** \_\_\_\_\_  
**29.01.2026**