



Parlamentul
Republicii Moldova

Nr. 192
29 mai 2025

3

**Președintele Parlamentului
Republicii Moldova**

În mod prioritar!

De difuzat deputaților.

Spre avizare:

- Comisiilor permanente,
- Guvernului RM,
- Centrului Național Anticorupție,
- Direcției generale juridice – conform Regulamentului.

Comisiei cultură, educație, cercetare, tineret, sport și mass-media, Comisiei economie, buget și finanțe, Comisiei politică externă și integrare europeană – în baza avizelor de prezentat raportul în Parlament.



Parlamentul
Republicii Moldova

LNO 11 nr. 02-52
29.05.2025

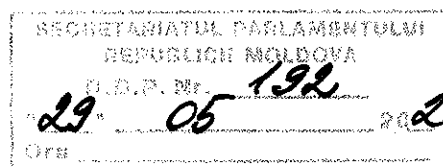
Deputat în Parlamentul Republicii Moldova

Biroul permanent al Parlamentului Republicii Moldova

În temeiul prevederilor articolului 73 din Constituția Republicii Moldova și articolul 47 din Regulamentul Parlamentului, se înaintează cu titlu de inițiativă legislativă **proiectul de lege cu privire la modificarea Legii nr. 62/2022 cu privire la publicitate.**

Anexă:

1. Proiectul de lege
2. Nota de fundamentare



Deputații în Parlament:

Valeriu Jucă, Mihail Prodan - Croșes
Ruslan Roman, Vasile
Băstăci Ion, Valentin Barlan
Potrușcu Oleg, Gonta Maria
Ghetu Valeriu, Adian Marcela
Cojocari Gheorghe, Sinchevici Eugenia
Oleg Canabă, Larisa Novac
Dobrovici Emilia, Igor Grosu

Ana Spărianu

Maria Panceu

Banotolac Oana

LEGE
cu privire la modificarea Legii nr. 62/2022 cu privire la publicitate

Parlamentul adoptă prezenta lege organică.

Prezenta lege transpune parțial art. 2 pct. 19 și art. 25 din Regulamentul (UE) 2024/1083 al Parlamentului European și al Consiliului din 11 aprilie 2024 de stabilire a unui cadru comun pentru serviciile mass-media în cadrul pieței interne și de modificare a Directivei 2010/13/UE (Regulamentul european privind libertatea mass-mediei) (Text cu relevanță pentru SEE), (Nr. CELEX: 32024R1083), publicat în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene L 2024/1083 din 17 aprilie 2024.

Articol unic. - Legea nr.62/2022 cu privire la publicitate (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2022, nr.98-105, art.171), cu modificările ulterioare, se modifică după cum urmează:

1. Clauza de armonizare a legii va avea următorul cuprins:

„Prezenta lege:

- transpune Directiva 2006/114/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 12 decembrie 2006 privind publicitatea înșelătoare și comparativă (versiune codificată) Text cu relevanță pentru SEE (Nr. CELEX: 32006L0114), publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene L 376 din 27 decembrie 2006;
- transpune parțial art. 2 pct. 19 și art. 25 din Regulamentul (UE) 2024/1083 al Parlamentului European și al Consiliului din 11 aprilie 2024 de stabilire a unui cadru comun pentru serviciile mass-media în cadrul pieței interne și de modificare a Directivei 2010/13/UE (Regulamentul european privind libertatea mass-mediei) (Text cu relevanță pentru SEE), (Nr. CELEX: 32024R1083), publicat în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene L 2024/1083 din 17 aprilie 2024”.

2. La articolul 3:

a) noțiunea „entitate din sectorul public” va avea următorul cuprins:

„*entitate din sectorul public:*

a) orice autoritate publică, inclusiv din unitatea teritorială autonomă cu statut special;

b) orice instituție publică, întreprindere de stat sau municipală, societate comercială cu capital integral sau parțial public sau persoană juridică de drept privat ale cărei activități sunt finanțate integral sau parțial de la bugetul de stat și/sau bugetul local sau care este controlată indirect de către guvern”;

b) noțiunea „mesaj de interes public” va avea următorul cuprins:

„*mesaj de interes public*” – anunț public sau campanii de informare care au ca obiect promovarea unor valori, idei și/sau scopuri de interes public ori comunitar, difuzată în vederea creșterii gradului de conștientizare, schimbării atitudinii și a comportamentului social, prevenirii și contracarării viciilor sociale;

c) după noțiunea „publicitate comparativă” se completează cu noțiunea „publicitate de stat” cu următorul cuprins:

„*publicitate de stat* - plasarea, promovarea, publicarea sau difuzarea, în orice serviciu mass-media sau platformă online, a unui mesaj promoțional sau autopromoțional, sau a unui anunț public sau campanii de informare, în mod normal în schimbul unei plăți sau al unei retribuiții de către, pentru sau în numele unei entități din sectorul public”.

3. Se completează cu capitolul II¹ cu următorul cuprins:

„Capitolul II¹

PUBLICITATEA DE STAT

Articolul 11¹. Obiectul publicității de stat

(1) Publicitatea de stat are ca obiect un mesaj promoțional sau autopromoțional, sau a un anunț public sau campanie de informare efectuată prin plasarea, promovarea, publicarea sau difuzarea, în orice serviciu mass-media sau platformă online, de către, pentru sau în numele unei entități din sectorul public.

(2) Publicitatea de stat se efectuează cu titlu oneros, în baza contractelor încheiate de către entitățile din sectorul public cu furnizorii de servicii mass-media sau platforme online.

(3) Anunțurile publice care sunt justificate de un motiv imperativ de interes public, transmise de entitățile din sectorul public în cazul stării de urgență, nu sunt considerate publicitate de stat și sunt plasate, promovate, publicate sau difuzate cu titlu gratuit.

(4) În perioada electorală publicitatea de stat se difuzează în condițiile prevăzute la art.17 alin.(2).

Articolul 11². Conținutul publicității de stat

(1) Conținutul publicității de stat trebuie să corespundă prevederilor art.7.

(2) Publicitatea de stat trebuie să conțină:

a) genericul „Publicitate de stat”;

b) datele de identificare în publicitate ale entității din sectorul public;

Articolul 11³. Alocarea de fonduri publice, încheierea contractelor de prestare a serviciilor și raportarea privind difuzarea publicității de stat

(1) Fondurile publice sau orice altă retribuiție sau alt avantaj pus la dispoziție, în mod direct sau indirect, de entitățile din sectorul public furnizorilor de servicii mass-media sau furnizorilor de platforme online pentru publicitatea de stat sau pentru contractele de

furnizare sau de servicii încheiate cu furnizorii de servicii mass-media sau cu furnizorii de platforme online, se acordă în conformitate cu criterii transparente, obiective, proporționale și nediscriminatorii, puse în prealabil la dispoziția publicului prin mijloace electronice și ușor de utilizat, și prin proceduri deschise, proporționale și nediscriminatorii.

(2) Criteriile menționate la alin (1) vizează, cel puțin:

- a) diversitatea de servicii mass-media;
- b) independența editorială a serviciului mass-media;
- c) profilul tematic, limba și publicul țintă al serviciului mass-media;
- d) respectarea normelor profesionale și deontologice de către serviciul mass-media;
- e) transparența activității serviciului mass-media, inclusiv a surselor de finanțare.

(3) Prezentul articol nu se aplică contractelor de achiziții publice și a contractelor de concesiune sau aplicarea normelor privind ajutoarele de stat.

(4) În cazul în care valoarea estimată a contractelor pentru publicitatea de stat, planificată pe parcursul unui an calendaristic depășește suma de 100 000 lei, entitatea din sectorul public are obligația să publice în Buletinul achizițiilor publice anunțul de participare privind achiziția publicității de stat. Anunțul trebuie să conțină și criteriile menționate în alin. (2).

(5) Entitățile din sectorul public și furnizorii de servicii mass-media și/sau furnizorii de platforme online pun anual la dispoziția publicului, prin mijloace electronice și ușor de utilizat (pagini web oficiale), un Raport cu privire la publicitatea de stat și a mesajelor de interes public difuzate contra plată. Raportul entităților din sectorul public va conține cel puțin următoarele informații:

- a) denumirile juridice ale furnizorilor de servicii mass-media sau de platforme online, de la care au fost achiziționate servicii;
- b) suma anuală totală alocată per furnizor de servicii mass-media sau de platforme online,

(6) Entitățile din sectorul public care au achiziționat servicii de difuzare a publicității de stat sau a mesajelor de interes public vor prezenta Raportul anual menționat la alin. (5) prin intermediul Sistemului informațional automatizat „Registrul de stat al achizițiilor publice”.

Articolul 11⁴. Autoritatea responsabilă de monitorizarea procedurilor de alocare a fondurilor publice pentru publicitatea de stat

(1) Agenția Achiziții Publice este autoritatea responsabilă de monitorizarea conformității procedurilor de achiziție publică a publicității de stat.

(2) Agenția Achiziții Publice elaborează anual un Raport privind achizițiile publice a publicității de stat efectuate de entitățile din sectorul public, pe care îl publică până la data de 1 martie a anului următor pe pagina web oficială.”

4. La articolul 12:

se completează cu litera a¹) cu următorul cuprins:

„a¹) promovarea valorilor europene și a obiectivului strategic de integrare europeană”;

litera p) va avea următorul cuprins:

„p) alte valori și/sau scopuri de interes public, prevăzute în prezenta lege”.

5. La articolul 13:

la alineatul (2), litera c) se abrogă;

la alineatul (3) litera c), textul „, cu excepția informațiilor prevăzute la alin.(4)” se exclude;

se completează cu alineatul (5¹) următorul cuprins:

„(5¹) În cazul mesajului de interes public al unei entități din sectorul public, acesta poate fi difuzat cu titlul gratuit doar cu acceptul difuzorului de publicitate”.

6. La articolul 14, alineatul (3) va avea următorul cuprins:

„(3) Entitatea din sectorul public este obligată să încheie contracte de difuzare a mesajelor de interes public în conformitate cu legislația privind achizițiile publice sau cea cu privire la concesiuni, precum și legislația privind concurența, cu respectarea prevederilor art.11³ alin.(1)-(4). ”Entitatea din sectorul public are dreptul să încheie contracte de difuzare a mesajului de interes public doar în cazul în care obiectul acestor mesaje întrunește condițiile prevăzute în Capitolul III al prezentei legi și corespunde atribuțiilor/competențelor entității.

7. La articolul 14, alineatul (5) se completează la final cu următorul text:

„sau difuzează mesajul de interes public în mod gratuit”

8. Articolul 15 va avea următorul cuprins:

„Articolul 15. Planificarea și raportarea privind mesajele de interes public ale entităților din sectorul public

(1) Planificarea difuzării mesajelor de interes public este asigurată de către entitățile din sectorul public, prin elaborarea și aprobarea anuală a Planului de difuzare a mesajelor de interes public, care conține următoarele informații:

- a) semnificația și obiectivele determinate în conformitate cu art.12;
- b) costul estimativ al producerii, distribuirii și difuzării;
- c) sursa de finanțare;
- d) perioada de implementare;
- e) instrumentele de comunicare utilizate.

(2) Planul de difuzare a mesajelor de interes public se publică pe pagina web oficială a entității din sectorul public.

(3) Entitățile din sectorul public asigură publicarea raportului anual privind difuzarea mesajelor de interes public, în conformitate cu prevederile art.11³ alin.(5) și (6)”.

9. La articolul 50, alineatul (1) se completează cu litera d) cu următorul cuprins:

„d) Agenția Achiziții Publice - în limita atribuțiilor sale prevăzute de Legea nr.131/2015 privind achizițiile publice.”

Președintele Parlamentului