

Aprobat	Hotărârea CEC nr. 1155 din 4 august 2023
În vigoare	11 august 2023
Publicat în Monitorul Oficial al RM	2023, nr. 306-309, art. 791
Modificat prin hotărârile CEC:	nr. 1315/2023, publicat în MO, 2023, nr. 366-369, art. 925
	nr. 2671/2024, publicat în MO, 2024, nr. 344-346, art. 637

**Regulament
privind modul de furnizare, distribuire și difuzare a publicității politice,
electorale și a mesajelor de interes public**

I. Dispoziții generale

1. Prezentul regulament stabilește particularitățile și modul de furnizare, distribuire și difuzare a publicității politice, electorale și a mesajelor de interes public în conformitate cu prevederile Legii nr. 62/2022 cu privire la publicitate și ale Codului electoral nr. 325/2022.

2. Prevederile prezentului regulament se aplică subiecților publicității politice, electorale, mesajelor de interes public, producătorilor, furnizorilor, distribuitorilor și difuzorilor de publicitate, instituțiilor mass-media, furnizorilor și distribuitorilor de servicii media.

3. Scopul prezentului regulament este de a asigura acuratețea și transparența publicității politice, electorale și a mesajelor de interes public, protecția populației, alegătorilor de tehnicile de direcționare și amplificare în materie politică sau electorală, protejarea persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal.

4. Obiectivele prezentului regulament sunt asigurarea unei informări echitabile, corecte a populației despre procesele politice și electorale care să contribuie inclusiv la promovarea votului liber și informat al alegătorilor în cadrul scrutinelor realizat prin:

a) transparentizarea publicității politice, electorale, mesajelor de interes public permițând populației, alegătorilor să știe cine comunică tematicile respective;

b) responsabilizarea persoanelor care participă la promovarea publică a tematicilor cu caracter politic, electoral sau mesajelor de interes public;

c) trasabilitatea comunicărilor în materie politică, electorală sau mesajelor de interes public.

5. Din motive de claritate și fluiditate a textului, precum și pentru a nu încărca textul cu dublete masculin/feminin, substantivele folosite în prezentul regulament care denumesc funcții au forma de masculin generic și poartă un caracter incluziv/nonsexist.

6. În scopul aplicării lor în mod conform și uniform, noțiunile „consumator de publicitate”, „furnizor al publicității”, „subiect al publicității politice”, „producător de publicitate”, „distribuitor de publicitate”, „difuzor de publicitate”, „publicitate politică”, „mesaj de interes public” definite în Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate, noțiunile „operator”, „consimțământul subiectului de date cu caracter personal” definite

în Legea nr. 133/2011 privind protecția datelor cu caracter personal, „*transport rutier contra cost*” definită de Codul transporturilor rutiere nr. 150/2014 se utilizează corespunzător contextului prezentului regulament.

7. Este considerată publicitate electorală orice material scris (imprimat), audio, foto sau video care cade sub incidența noțiunii de „publicitate politică” definită la art.3 din Legea nr.62/2022 cu privire la publicitate și îndeplinește cumulativ următoarele condiții:

a) se referă în mod direct la un subiect al publicității electorale, clar identificat;

b) este utilizat de la data începerii campaniei electorale, în condițiile art. 70 alin. (3) din Codul electoral nr. 325/2022 și până la data confirmării rezultatelor alegerilor de către autoritățile abilitate;

c) are obiectiv electoral și se adresează publicului larg;

d) depășește limitele uzuale ale activității jurnalistice de informare a publicului.

7¹. Este considerată publicitatea preelectorală orice material înscris (imprimat), audio, foto sau video care cade sub incidența noțiunii de „publicitate politică” definită la art. 3 din Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate și îndeplinește cumulativ următoarele criterii:

a) se referă în mod direct la un subiect al agitației preelectorale clar identificat (candidat desemnat sau grup de inițiativă);

b) este utilizat în acțiuni de agitație preelectorală, în condițiile art. 65 alin. (5) din Codul electoral nr. 325/2022, și până la data prezentării listelor de subscripție la Comisia Electorală Centrală/ consiliul electoral de circumscripție;

c) are drept obiectiv agitația preelectorală și se adresează publicului larg;

d) depășește limitele uzuale ale activității jurnalistice de informare a publicului.

[pct. 7¹ introdus prin hotărârea CEC nr. 2671/2024]

8. Subiecți eligibili ai publicității electorale sunt candidații desemnați, concurenții electorali, persoanele de încredere, colectorii, persoanele care și-au afirmat public susținerea pentru un concurent electoral în ultimele 3 luni, grupurile de inițiativă și membrii acestora pentru susținerea candidaților la funcții electivă, grupurile de inițiativă și membrii acestora pentru inițierea unui referendum, persoanele care, în ultimele 3 luni, și-au afirmat public susținerea pentru unul sau mai multe grupuri de inițiativă menționate, precum și pentru activitatea sau ideea promovată de acestea, participanții la referendum.

[pct. 8 completat prin hotărârea CEC nr. 2671/2024]

9. Subiecți eligibili ai mesajelor de interes public sunt entitățile sau persoanele care promovează valori, idei și/sau scopuri de interes public ori comunitar, în vederea creșterii gradului de conștientizare, schimbării atitudinii și a comportamentului social, prevenirii și contracarării viciilor sociale.

10. În calitate de furnizori ai publicității politice sau electorale pot fi subiecții publicității.

11. Aceeași persoană poate fi furnizor al publicității și producător de publicitate.

12. Distribuitorul de publicitate poate avea concomitent și statutul de furnizor de publicitate și/sau pe cel de producător de publicitate.

13. Orice material de publicitate politică, electorală și mesaj de interes public în care se folosesc obiecte protejate prin drepturi de autor și/sau drepturi conexe trebuie să respecte prevederile Legii nr. 230/2022 privind dreptul de autor și drepturile conexe.

14. În perioada electorală a alegerilor generale sunt difuzate doar mesajele de interes public aprobate de Comisia Electorală Centrală.

15. Publicitatea politică, electorală sau mesajul de interes public trebuie să fie ușor de identificat și deosebit de către consumator, fără ca acesta să aibă cunoștințe speciale pentru a le desluși. Pentru a preveni confuzia în rândul consumătorilor de publicitate și în special al alegătorilor, în perioada indicată la pct.7) lit.

b) se interzice difuzarea publicității politice. Se interzice utilizarea materialelor de publicitate politică în calitate de materiale de agitație electorală.

16. Publicitatea politică, electorală și mesajele de interes public trebuie să conțină informații veridice. Această prevedere nu aduce atingere practicilor publicitare curente și legitime, ce constau în formularea unor afirmații exagerate sau care nu trebuie înțelese în sens literal.

17. Utilizarea materialelor de arhivă va fi însoțită, în mod clar, de mențiunea „Arhivă”, după caz, video, audio sau textuală, care trebuie să fie ușor sesizabilă. Materialele respective nu pot fi utilizate în cazul în care denaturează sensul lor inițial. În sensul prezentului regulament este considerat material de arhivă orice material pe suport video, audio, pe hârtie ori scris în mediul on-line care a fost realizat cu cel puțin 6 luni până la momentul utilizării lui.

18. Materialele publicitare vor conține doar texte care corespund normelor ortografice, ortoepice curente.

19. Fiecare material de publicitate politică, electorală sau mesaj de interes public difuzat trebuie să includă specificațiile privind transparența acestuia: denumirea lizibilă, ușor de deslușit și inteligibilă, a furnizorului care l-a comandat și numele/denumirea subiectului publicității sau mesajului de interes public. În specificațiile privind transparența se poate folosi numele/denumirea completă, acronimele sau logotipul distinctiv. Specificațiile privind transparența fiecărui material difuzat trebuie să includă genericul „Publicitate politică”, „Publicitate preelectorală”, „Publicitate electorală” sau „Mesaj de interes public” și să fie însoțit de mențiunea „Achitat conform facturii/conform contractului nr. _____ din _____ 20__ ”.

[pct. 19 completat prin hotărârea CEC nr. 2671/2024]

20. Producerea publicității politice, electorale și mesajelor de interes public se va efectua doar în baza contractului/actului juridic în formă scrisă încheiat între furnizor și producător, cu excepția cazului prevăzut la pct. 11.

21. Difuzarea publicității politice, electorale și mesajelor de interes public se va efectua doar în baza contractului/actului juridic în formă scrisă încheiat între difuzor și furnizor sau distribuitor, care acționează în numele furnizorului.

22. Producătorul sau difuzorul de publicitate îi va solicita furnizorului de publicitate sau distribuitorului care acționează în numele furnizorului să declare dacă serviciul de publicitate a cărui difuzare o solicită constituie publicitate politică sau electorală în sensul pct.7. Furnizorii de publicitate și distribuitorii care acționează în numele furnizorilor trebuie să completeze o declarație, conform modelului stabilit de Comisia Electorală Centrală (*Anexa 1*). Producătorii și difuzorii de publicitate politică sau electorală se asigură că acordurile contractuale încheiate pentru producerea sau difuzarea publicității politice, electorale și mesajelor de interes public specifică modul în care sunt respectate dispozițiile relevante ale prezentului regulament.

23. Împreună cu specificațiile publicității prevăzute la pct. 19 difuzorul de publicitate va prezenta informațiile despre sine: datele de identificare, datele de contact.

24. Difuzarea publicității politice sau electorale care nu conține datele de identificare prevăzute la pct.19 este interzisă.

25. Furnizorii și distribuitorii de publicitate politică, electorală și ai mesajelor de interes public păstrează informațiile pe care le colectează în cadrul prestării serviciilor.

1) Informațiile colectate și păstrate sunt cu privire la următoarele:

a) mostrele materialelor publicitare sau campania de publicitate aferentă serviciului prestat;

b) serviciul sau serviciile specifice prestate în legătură cu publicitatea produsă sau distribuită;

c) sumele facturate pentru serviciul sau serviciile prestate și valoarea altor beneficii primite parțial sau integral pentru serviciul sau serviciile prestate;

d) identitatea furnizorului, sumele facturate acestuia și datele sale de contact.

2) Informațiile menționate la subpt. 1) se păstrează pe suport de hârtie și/sau electronic. Aceste informații se păstrează pentru o perioadă de un an de la data ultimei plasări, publicări sau difuzări.

3) Distribuitorii de publicitate politică se asigură că informațiile menționate la subpt. 1) sunt comunicate difuzorului de publicitate politică care va difuza materialul publicitar politic, pentru a-i permite acestuia să își respecte obligațiile care îi revin în temeiul prezentului regulament.

26. În perioada electorală, difuzorii de publicitate vor crea tuturor furnizorilor și distribuitorilor de publicitate electorală condiții de egalitate la procurarea timpilor de antenă, a spațiilor publicitare, inclusiv prin stabilirea tarifelor echitabile.

27. Costurile pentru publicitatea electorală stabilite și percepute de producătorii și difuzorii de publicitate nu pot să depășească costurile medii aplicate în ultimele 6 luni pentru publicitatea comercială. În cazul micșorării tarifului comparativ cu publicitatea comercială, reducerile se aplică tuturor subiecților publicității electorale.

28. Plata pentru publicitate electorală se efectuează exclusiv din contul „Fond electoral”/„Destinat grupului de inițiativă”.

29. Producătorii, distribuitorii și difuzorii publicității politice și electorale nu își pot asuma angajamente financiare mai mari decât cele prevăzute în contract pentru plata publicității.

30. În primele 7 zile de la începerea perioadei electorale, difuzorii de publicitate proprietari sau gestionari ai dispozitivelor de publicitate fixă sau mobilă sunt obligați să dea publicității condițiile în care oferă spațiu publicitar și alte servicii conexe concurenților electorali, participanților la referendum sau grupurilor de inițiativă, informând Comisia Electorală Centrală (*conform modelului din Anexa 2*). Comisia Electorală Centrală va da publicității aceste informații prin intermediul paginii sale web oficiale. Producătorii și distribuitorii publicității electorale care intenționează să încheie contracte de difuzare a publicității electorale cu difuzori internaționali sau difuzori ce nu se află sub jurisdicția Republicii Moldova sunt obligați să depună declarații în aceleași condiții.

[pct. 30 modificat prin hotărârea CEC nr. 2671/2024]

31. Mostrele materialelor publicitare difuzate în perioada electorală a alegerilor parlamentare, prezidențiale și a referendumurilor republicane vor fi prezentate Comisiei Electorale Centrale de către producător la solicitare în termenul indicat de către Comisie. Mostrele materialelor publicitare difuzate în perioada electorală a alegerilor locale generale, locale noi, parțiale, regionale sau a referendumurilor locale vor fi prezentate Comisiei Electorale Centrale sau consiliului electoral de circumscripție de către producător la solicitare în termenul indicat.

32. În cadrul alegerilor regionale, parțiale, locale noi și referendumurilor locale, din momentul începerii campaniei electorale și până în ziua când rezultatele scrutinului sunt confirmate de autoritățile abilitate, furnizorii de publicitate locali sau regionali nu vor putea distribui și difuza publicitate politică în circumscripția electorală unde au loc alegerile. În această perioadă și în aceste circumscripții furnizorii de publicitate regionali sau locali vor putea difuza doar publicitate electorală. Regula respectivă nu se aplică furnizorilor de servicii media naționali.

II. Difuzarea publicității

33. Subiecții publicității politice sau electorale își pot exprima opiniile în mod liber și sub toate aspectele cu privire la temele de interes public ce formează obiect al competiției politice ori electorale. Furnizorii de publicitate își pot alege liber forma de comunicare publică a mesajelor.

34. Furnizorii de publicitate sau distribuitorii care acționează în numele acestora sunt liberi să aleagă mijlocul de difuzare a publicității politice sau electorale, respectând condițiile prezentului regulament și ale contractului de prestare a serviciilor.

35. În cazul în care prestează servicii de difuzare a publicității politice/electorale, difuzorii de publicitate instituie mecanisme ușor accesibile de notificare de către persoanele interesate, inclusiv prin mijloace electronice, în mod gratuit, despre faptul că un anumit material publicitar politic sau electoral pe care l-au difuzat nu respectă prevederile prezentului regulament. Difuzorul de publicitate va informa persoanele cu privire la măsurile luate ca urmare a notificării: în termen de 14 zile pentru publicitatea politică și 3 zile pentru publicitatea electorală, cu informarea Comisiei Electorale Centrale în acest sens.

36. La notificările repetate, cu privire la același obiect, făcute și de alte persoane, cu privire la același material publicitar sau campanie de publicitate se poate răspunde colectiv, inclusiv prin trimitere la un anunț de pe pagina web a difuzorului de publicitate în cauză. În cazul notificărilor repetate, difuzorul poate informa despre răspunsul său Inspectoratul General al Poliției.

37. Sunt interzise tehnicile de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic care implică prelucrarea datelor cu caracter personal ale consumatorului de publicitate politică și/sau electorală. Această interdicție nu se aplică situațiilor când:

- a) persoana vizată și-a dat consimțământul explicit pentru prelucrarea acestor date cu caracter personal;
- b) prelucrarea este efectuată în cadrul activităților lor legitime și cu garanții adecvate de către o fundație, o asociație sau orice alt organism fără scop lucrativ și cu specific politic, filozofic, religios sau sindical, cu condiția ca prelucrarea să se refere numai la membrii sau la foștii membri ai organismului respectiv sau la persoane cu care acesta are contacte permanente în legătură cu scopurile sale și ca datele cu caracter personal să nu fie comunicate terților fără consimțământul persoanelor vizate.

38. Atunci când utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar în contextul publicității politice sau electorale care implică prelucrarea datelor cu caracter personal ale consumatorului de publicitate, operatorii trebuie să respecte, suplimentar cerințelor prevăzute în Legea nr.133/2011 privind protecția datelor cu caracter personal, următoarele cerințe:

- a) să adopte și să aplice o politică internă care descrie în mod clar și într-un limbaj simplu, în special, utilizarea unor astfel de tehnici de vizare a anumitor persoane sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic/electoral și să mențină o astfel de politică pentru o perioadă de cinci ani;

- b) să țină evidența utilizării tehnicilor de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic/electoral, a mecanismelor, tehnicilor și parametrilor relevanți utilizați și a sursei (surselor) datelor cu caracter personal utilizate;

- c) să furnizeze, împreună cu materialul publicitar politic/electoral, informațiile suplimentare necesare pentru a-i permite persoanei vizate să înțeleagă logica utilizată și principalii parametri ai tehnicii utilizate, precum și dacă s-au folosit date provenite de la terți și tehnici analitice suplimentare.

39. Informațiile suplimentare care urmează a fi furnizate în conformitate cu pct. 38 lit. c) sunt:

- a) grupurile-țintă de destinatari vizate, inclusiv parametrii utilizați pentru a stabili destinatarii cărora le este difuzat materialul publicitar, cu același nivel de detaliere ca cel utilizat pentru vizare, categoriile de date cu caracter personal utilizate pentru vizarea publicului-țintă și amplificarea impactului materialului publicitar, obiectivele, mecanismele și logica acestor tehnici de vizare și amplificare, inclusiv parametrii de includere și de excludere și motivele alegerii acestor parametri;

- b) perioada de difuzare, numărul de persoane cărora le este difuzat materialul publicitar și indicarea dimensiunii publicului-țintă din cadrul electoratului relevant;

c) sursa datelor cu caracter personal menționate la litera a), inclusiv, după caz, dacă datele cu caracter personal au fost derivate, deduse sau obținute de la un terț și identitatea sa, precum și un link către avizul privind protecția datelor emis de terț pentru această prelucrare;

d) linkul către mijlocul eficace de sprijinire a exercitării de către persoane a drepturilor lor în temeiul Legii nr. 133/2011 privind protecția datelor cu caracter personal, în contextul vizării unui public-țintă și al amplificării impactului unui material publicitar politic pe baza datelor lor cu caracter personal.

40. Difuzorii de publicitate politică sau electorală care utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic/electoral includ în contract, dar și în specificațiile publicității prevăzute la pct. 19, informațiile menționate la pct. 38 lit. c) și un link către politica menționată la pct. 38 lit. a). În cazul în care operatorul este diferit de difuzorul de publicitate, operatorul transmite politica internă sau o trimitere la aceasta difuzorului de publicitate.

41. Difuzorii de publicitate politică sau electorală care utilizează tehnicile de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic/electoral menționate la pct. 38 includ în, sau odată cu materialul publicitar și în specificațiile privind transparența impusă în temeiul pct. 19 o trimitere la mijloacele eficace de sprijinire a persoanelor fizice în exercitarea drepturilor lor.

42. Informațiile care trebuie difuzate în conformitate cu dispozițiile pct. 34 – 37 trebuie să fie prezentate într-un format ușor accesibil și, în cazul în care este fezabil din punct de vedere tehnic, citibil automat, perceptibil în mod clar și ușor de utilizat, inclusiv prin folosirea unui limbaj simplu.

43. Refuzul nejustificat al difuzorului de a difuza publicitatea politică prin orice mijloc, în condițiile prezentului regulament, se contestă în ordine generală prevăzută de legislația civilă, administrativă sau contravențională.

44. Refuzul nejustificat al difuzorului de a difuza publicitatea electorală prin orice mijloc, în condițiile prezentului regulament, se contestă și se examinează în termenele stabilite de art. 95 și 100 din Codul electoral nr.325/2022.

Secțiunea 1. Publicitatea în presa scrisă

45. Publicațiile periodice pot oferi spații de publicitate politică/electorală furnizorilor și distribuitorilor de publicitate care acționează în numele furnizorilor.

În perioada extraelectorală, spațiul publicitar pentru publicitatea politică se oferă în condiții comerciale.

În perioada electorală, spațiul publicitar pentru publicitatea electorală se oferă în condiții de egalitate și/sau echitate, pentru toți furnizorii sau distribuitorii de publicitate electorală.

46. În publicațiile periodice publice, spațiul rezervat publicității politice nu poate depăși 30% din spațiul total al fiecărui număr și/sau al fiecărui supliment. În perioada electorală, spațiul rezervat publicității electorale în publicațiile periodice publice nu poate depăși 20% din spațiul total al fiecărui număr și/sau al fiecărui supliment.

47. În cazul publicațiilor periodice private, spațiul rezervat publicității politice sau electorale este determinat de către fiecare publicație periodică, dar nu poate depăși 30% din spațiul total al fiecărui număr și/sau al fiecărui supliment. Publicațiile periodice distribuite pe bază de abonament au obligația să indice, în condițiile abonării, spațiul rezervat publicității politice și electorale din spațiul total al publicației. Prevederile respective nu sunt aplicabile pentru publicațiile periodice fondate și administrate de partidele politice.

48. Specificațiile publicității politice sau electorale plasate în presa scrisă stabilite la pct. 19 se vor notifica la capătul de jos al materialului într-o dimensiune de font care corespunde fontului de bază, dar nu mai mic de un font care poate fi citit de o persoană cu vedere 6/6 fără utilizarea vreunui ajutor vizual.

Secțiunea 2. Publicitatea în serviciile media audiovizuale

49. Furnizorii de servicii media pot oferi spații de publicitate politică sau electorală furnizorilor de publicitate și distribuitorilor de publicitate care acționează în numele furnizorilor de publicitate. În perioada extraelectorală, spațiul publicitar pentru publicitatea politică se oferă în condiții comerciale. În perioada electorală, spațiul publicitar pentru publicitatea electorală se oferă în condiții de egalitate și /sau echitate pentru toți furnizorii de publicitate sau distribuitorii de publicitate, în conformitate cu prevederile regulamentului privind reflectarea alegerilor de către instituțiile mass-media, aprobat de Comisia Electorală Centrală.

50. Furnizorii de servicii media vor plasa publicitatea politică și electorală în cadrul unor programe aparte delimitate în mod clar de alte programe audiovizuale. În perioada extraelectorală, aceasta va fi delimitată prin genericul „Publicitate politică”, iar în perioada stabilită conform pct.7 lit. b) și 32, prin genericul „Publicitate electorală”. Genericul va fi afișat/anunțat atât la începutul programului, cât și la sfârșitul acestuia. Publicitatea politică și/sau electorală nu poate fi inclusă în timpul difuzării programelor de știri, sportive, pentru copii, cu tematică religioasă.

51. Specificațiile de identificare a publicității politice sau electorale plasate în cadrul serviciilor media audiovizuale de radiodifuziune sonoră și serviciilor media audiovizuale de televiziune în corespundere cu cele stabilite la pct. 19 se vor notifica la finalul spotului publicitar în aceeași limbă, în același ritm, cu același volum și timbru al vocii și cu aceeași viteză de redare folosite pentru restul comunicării din spot.

52. În perioada electorală, furnizorii de servicii media care difuzează publicitate electorală au obligația să prezinte Comisiei Electorale Centrale sau consiliului electoral de circumscripție, săptămânal, informații prevăzute în regulamentul privind reflectarea alegerilor de către instituțiile mass-media, aprobat de Comisia Electorală Centrală.

53. La cererea Comisiei Electorale Centrale sau a consiliului electoral de circumscripție, furnizorii de servicii media sunt obligați, în termen de cel mult 48 de ore de la solicitare, să ofere date cu privire la contractele încheiate cu furnizorii de publicitate sau distribuitorii care acționează în numele furnizorilor, după caz, alte informații necesare pentru exercitarea atribuției de supraveghere și control privind finanțarea partidelor politice și a campaniilor electorale (factură, factură fiscală, act de achiziție a mărfurilor/serviciilor, delegație, bon de plată, ordin de plată, proces-verbal de predare a bunurilor/serviciilor, dispoziție de încasare, dispoziție de plată și altele asemenea).

54. Timpii de antenă stabiliți la art. 90 alin. (7), (8) din Codul electoral nr.325/2022 se referă la un subiect electoral și sunt acordați în baza unui act juridic unilateral al furnizorului național de servicii media. Timpii de antenă acordați subiectului electoral, dar neutilizați din vina acestuia, nu se recuperează.

55. În perioada electorală, timpii de antenă pentru publicitatea electorală contra plată se acordă tuturor subiecților electorali conform contractului de prestare a serviciilor la unele și aceleași ore de emisie, fără nicio discriminare. Ordinea în care se difuzează publicitatea se va stabili prin reglementări interne ale difuzorului, asigurându-se principiul echității sau egalității. Durata contabilizată a unui spot de publicitate electorală difuzat contra plată nu poate fi mai mică de 30 de secunde.

56. Timpii de antenă pentru publicitate electorală contra plată, acordați la solicitarea subiectului publicității electorale, dar neutilizați din cauza defecțiunilor tehnice ale echipamentelor de transmisie sau din alte motive de forță majoră, invocate de furnizorul de servicii media, vor fi reprogramați pentru o perioadă proximă. Furnizorul de servicii media va trimite o notificare furnizorului sau distribuitorului de publicitate despre motivul invocat, data și ora reprogramării.

Secțiunea 3. Afișajul publicitar

57. Furnizorii de publicitate politică și electorală sunt în drept să difuzeze publicitatea prin intermediul afișelor care pot conține fotografii, texte, imagini și alte materiale din această categorie, imprimate sau în format electronic, utilizate cu scop de publicitate.

58. Publicitatea politică în perioada extraelectorală este asimilată celei comerciale și poate fi difuzată în condițiile generale stabilite de Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate, precum și de regulamentele privind publicitatea exterioară aprobate de autoritățile administrației publice locale.

59. În perioada electorală, din momentul începerii desemnării candidaților / înregistrării participanților la referendum, fiecare difuzor sau distribuitor de publicitate poate oferi furnizorilor de publicitate spațiu pentru publicitate pe panourile publicitare private, inclusiv pe cele electronice, amplasate pe domeniul public, în condiții de egalitate și/sau echitate, dar care să nu depășească pentru fiecare subiect al publicității electorale 25% din spațiul total disponibil. În cazul alegerilor sau referendumurilor locale, spațiul pentru publicitatea electorală acordat fiecărui furnizor de publicitate electorală nu va depăși 25% din spațiul disponibil al difuzorului de publicitate în circumscripția electorală respectivă.

60. Până la 15 ianuarie a fiecărui an și, respectiv, în primele 7 zile ale perioadei electorale, difuzorii de publicitate, deținătorii sau gestionarii dispozitivelor de publicitate fixă sau mobilă, care doresc să difuzeze publicitate politică sau electorală, vor prezenta Comisiei Electorale Centrale sau consiliului electoral de circumscripție conform competenței declarații corespunzătoare de intenție și informații privind condițiile în care oferă spațiu publicitar și alte servicii conexe, inclusiv prețurile medii ale spațiilor de publicitate aplicate în ultimele 6 luni. Difuzorii de publicitate care nu vor prezenta declarațiile de intenție și informația nu au dreptul să difuzeze publicitate politică sau electorală.

[pct. 60 modificat prin hotărârea CEC nr. 2671/2024]

61. În perioada electorală, difuzorii de publicitate vor informa săptămânal, iar în perioadele extraelectorale semestrial, până la 15 ianuarie și, respectiv, 15 iulie, despre schema de amplasare, numărul spațiilor oferite pentru publicitatea electorală și, respectiv, politică și sumele încasate de la furnizorii acestora ori distribuitorii care acționează în numele furnizorilor.

62. La cererea Comisiei Electorale Centrale sau a consiliului electoral de circumscripție conform competenței, difuzorii de publicitate antrenați în amplasarea pe dispozitive publicitare fixe sau mobile a publicității politice sau electorale sunt obligați, în termen de cel mult 48 de ore de la solicitare, să ofere informații cu privire la contractele încheiate cu furnizorii de publicitate sau distribuitorii care acționează în numele furnizorilor, sumele achitate de aceștia și repartizarea spațiilor de publicitate.

63. Afișajul publicității politice și electorale pe domeniul privat este permis numai cu acordul proprietarilor, administratorilor sau, după caz, al posesorilor. Expunerea afișelor cu publicitate politică sau electorală pe pereții exteriori ai caselor particulare, blocurilor de locuit, se permite doar în condițiile încheierii în formă scrisă a unui acord sau contract (cu titlu oneros sau gratuit), valoarea căruia urmează a fi indicată în modul corespunzător în rapoartele privind gestiunea financiară de către subiectul publicității politice sau electorale. Proprietarii, administratorii sau, după caz, posesorii domeniului privat sunt obligați să refuze amplasarea publicității politice sau electorale care nu conține datele de identificare solicitate la pct.19.

64. Afișajul publicității politice și electorale pe partea exterioară a unității de transport este permis după o coordonare prealabilă cu subdiviziunile teritoriale ale Inspectoratului Național de Securitate Publică al Inspectoratului General al Poliției, care vor soluționa cererile în termen de 48 de ore de la depunere. Avizul

dat se va rezuma doar la aspectele ce țin de respectarea prevederilor Regulamentului circulației rutiere în ceea ce privește asigurarea siguranței la trafic și aspectelor prevăzute la pct.19.

65. Afișajul publicității politice și electorale pe unitățile de transport rutier contra cost este permis, în baza avizului autorităților administrației publice locale cu competență teritorială și al poliției prevăzut la pct. 64. Afișajul publicității politice și electorale pe partea exterioară a unității de transport este permis, cu condiția ca persoanelor aflate în interiorul mașinii să nu le fie afectată vizibilitatea spre exterior. Specificația tehnică privind transparența nu este obligatorie în cazul publicității exterioare amplasate pe vehicule, dacă suprafața maximă nu depășește 1 m² pe fiecare latură a vehiculului și este posibilă identificarea subiectului publicității.

66. 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 avizului pentru publicitate temporară, pe o durată determinată și pe un traseu stabilit de autoritatea administrației publice locale, conform prevederilor conținute în avizul pentru publicitate temporară. Staționarea vehiculelor publicitare pe drumurile publice sau în locurile vizibile dinspre acestea este interzisă. Vehiculele special echipate în scopuri de publicitate nu vor circula în convoi mai mare de cinci mașini și doar cu o viteză mai mare decât jumătate din viteza admisibilă pe tronsonul de carosabil. Circulația convoaielor este permisă numai cu ocazia manifestărilor speciale, în baza avizului emis de autoritățile administrației publice cu competență teritorială, cu durata de valabilitate de o zi.

67. Nu constituie publicitate exterioară și nu necesită autorizație pentru dispozitiv publicitar:

a) firma subiectului publicității politice sau electorale cu o suprafață maximă de 1 m²;

b) vitrinele sediilor permanente sau de campanie ale subiecților publicității politice sau electorale, amenajate sau iluminate pe timp de noapte.

68. În termen de 3 zile până la data începerii campaniei electorale, autoritățile administrației publice locale vor stabili și vor asigura locuri speciale de afișaj electoral amenajate cu panouri fixe ce au suprafața minimă de 2 m², câte cel puțin două astfel de locuri la fiecare 6 mii de alegători. În cazul municipiilor, orașelor, comunelor, autoritățile administrației publice locale vor asigura un minim de 1 loc special amenajat cu panouri fixe de afișaj electoral cu suprafața fiecăruia de cel puțin 2 m² pentru fiecare localitate din componența acestora. Deciziile/dispozițiile în acest sens se vor afișa imediat la sediul acestor autorități și se vor aduce la cunoștința publicului prin intermediul mijloacelor de comunicare disponibile.

69. În perioada extraelectorală, autoritățile administrației publice locale pot amenaja în locuri frecvent vizitate de locuitori în amplasamente cu vizibilitate panouri speciale destinate afișelor publicitare pentru anunțuri de mică publicitate, inclusiv pentru publicitate politică. Autoritatea administrației publice locale poate stabili și încasa taxa de afișaj de la subiecții publicității politice care afișează publicitatea pe acestea.

70. Panourile prevăzute la pct. 68 și 69 vor fi curățate săptămânal prin grija subdiviziunilor de specialitate din cadrul administrației publice locale. Autoritățile administrației publice locale vor stabili ziua din cursul săptămânii în care panourile cu anunțuri de mică publicitate și publicitatea politică sau electorală vor fi curățate.

71. În perioada electorală, panourile de afișaj electoral se amplasează uniform pe tot perimetrul localității. Suprafața minimă acordată unui subiect al publicității electorale pe un panou publicitar proprietate publică este de 0,062m² (o filă format A4). În cazul în care acordarea suprafeței minime de 0,062m² (o filă format A4) va fi imposibilă pe un singur panou publicitar, această suprafață se va diviza în mod egal pe mai multe panouri instalate suplimentar.

72. Amplasarea corturilor, gheretelor publicitare pe trotuare, în scuaruri, piețe și alte locuri publice va fi coordonată în prealabil cu autoritățile administrației publice locale în conformitate cu prevederile Legii nr.26/2008 privind întrunirile.

73. Publicitatea politică sau electorală poate fi difuzată în interiorul clădirilor sau edificiilor în care au loc întruniri politice sau electorale, în alte încăperi proprietate privată, cu acordul expres al proprietarului sau, după caz, al locatarului. Se interzice afișarea publicității politice sau electorale în interiorul instituțiilor publice, în spațiul administrativ aferent (curte), cu excepția drapelului și bristolului/plăcuței cu simbolică subiectului publicității politice sau electorale amplasate cu ocazia unor vizite, ședințe sau întâlniri oficiale. În blocurile de locuit se permite afișajul doar pe panourile informative special amenajate și doar cu acordul gestionarului fiind respectate prevederile pct. 63.

74. Specificațiile publicității plasate în afișaj stabilite la pct. 19 se vor notifica în partea dreaptă de jos a afișajului, într-o dimensiune de font care corespunde fontului de bază, dar nu mai mic de un font care poate fi citit de o persoană cu vedere 6/6 fără utilizarea vreunui ajutor vizual.

75. În perioada electorală, furnizorii de publicitate vor efectua lucrări de pregătire, confecționare, distribuire și amplasare a publicității pe afișe publicitare doar din mijloacele financiare virate în contul „Fond electoral”/„Destinat grupului de inițiativă”, cu achitarea în avans. Pentru a preveni utilizarea resurselor financiare ocolind contul cu mențiunea „Fond electoral”/„Destinat grupului de inițiativă”, este interzisă donația afișelor publicitare, a căror destinație finală a fost ajustată în perioada electorală și a implicat utilizarea resurselor financiare care nu sunt reflectate în contul cu mențiunea „Fond electoral”/„Destinat grupului de inițiativă” pentru utilizare în campania electorală.

76. Se interzice:

- 1) amplasarea afișelor publicitare în alte locuri decât cele stabilite în prezentul regulament, inclusiv:
 - a) pe pavilioanele stațiilor de transport public;
 - a¹) în interiorul vehiculelor transportului public de pasageri proprietate publică;
 - b) pe imobilele muzeelor;
 - c) pe monumente de importanță națională sau locală, precum și în zonele de protecție a acestora;
 - d) pe monumentele arheologice, istorice sau de for public, cu excepția firmelor și a mesh-urilor publicitare (bannerelor) amplasate pe perioada efectuării lucrărilor de consolidare/restaurare în condițiile legii;
 - e) pe clădirile reprezentând sedii ale autorităților administrației publice locale și centrale, precum și ale instituțiilor publice, cu excepția afișajelor care anunță activitatea ce se desfășoară în interiorul sediilor;
 - f) pe arbori și/sau prin vătămarea/distrugerea de arbori;
 - g) pe planșeele (acoperămintele) pasajelor pietonale subterane;
 - h) pe pilonii de suport pentru rețele electrice, pe pilonii de susținere a elementelor de semnalizare rutieră sau de circulație;
 - i) pe instalațiile de semaforizare sau astfel încât să fie redusă vizibilitatea semafoarelor și a indicatoarelor rutiere;
 - j) pe rețelele de apă, gaze și telefonie;
 - k) în cimitire, lăcașuri de cult, scuaruri, parcuri, grădini publice, pe troițe, partea exterioară a geamurilor și balcoanelor blocurilor locative, gardurilor gospodăriilor private, precum și pe elementele de împrejmuire a acestora;
 - l) în zonele în care a fost restricționată sau interzisă publicitatea prin regulamentul local privind publicitatea exterioară;
 - m) în incinta și la intrarea în sediile organelor electorale.

2) Se interzice, de asemenea, 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.

[pct. 76 modificat prin hotărârea CEC nr. 2671/2024]

77. Amplasarea afișajului publicitar în afara locurilor stabilite constituie contravenție și se sancționează conform Codului contravențional nr. 218/2008.

78. Agitația electorală se admite doar până în ziua de vineri înainte de ziua votării, difuzorii de publicitate care difuzează publicitate electorală au obligația să înlăture afișajul publicitar la expirarea termenului în care agitația electorală este permisă.

Secțiunea 4. Publicitatea în rețeaua internet (on-line)

79. Publicitatea politică sau electorală și spoturile publicitare distribuite în rețeaua internet, inclusiv pe paginile web administrate de furnizorii de servicii media, se asimilează publicității în mass-media scrisă.

80. Difuzorul de publicitate pe o platformă digitală este obligat să prezinte, la înregistrare, pe platforma digitală respectivă date suficiente despre sine care să permită identificarea sa în calitate de subiect de drept, și anume:

a) datele sale de identificare (nume, prenume, domiciliu) și numărul de identificare personal (IDNP) – în cazul persoanelor fizice;

b) datele de identificare în publicitate, numărul de identificare de stat (IDNO), numele administratorului, adresa poștală și adresa de poștă electronică – în cazul persoanelor juridice.

Platforma digitală este obligată să asigure protecția acestor informații.

81. Publicitatea on-line trebuie să întrunească condițiile generale ale publicității politice și electorale descrise în prezentul regulament, cu excepția cazurilor folosirii tehnicilor de direcționare comportamentală sau amplificare a impactului publicității prin țintirea consumatorului în mod individual sau a grupurilor sociale de consumatori după criteriul vârstei, dizabilității, geografiei, limbii vorbite, religiei, apartenenței etnice etc.

82. Publicitatea on-line se poate realiza prin următoarele metode:

a) digital banner – bannere digitale statice sau dinamice pe site-urile web accesate prin intermediul browser-elor de internet, precum și videoclipurile difuzate în flux la atingerea bannerului publicitar cu mouse-ul;

b) social media – rețele de socializare care folosesc poze, imagini, alt conținut informațional video sau textual, cum ar fi: Facebook, Instagram, Odnoklassniki, Twitter, TikTok etc.;

c) e-mail – mesaj electronic transmis la adresa electronică a consumatorului;

d) streamed music – aplicații on-line care transmit conținut audio sub formă de muzică sau podcasturi, cum ar fi: Spotify, Google Play Music, Apple Music ș.a.;

e) video-sharing – partajarea video prin site-uri web dedicate, cum ar fi: YouTube, cu excepția transmisiunilor tv și radio on-line;

f) search advertising – publicitatea difuzată prin intermediul motoarelor de căutare pe web.

83. Specificațiile publicității plasate în spațiul on-line stabilite la pct. 19 vor fi notificate:

a) în cazul bannerului digital – la capătul bannerului sau, dacă specificațiile sunt prea lungi pentru a fi incluse sau încorporate în banner, într-un site web care poate fi accesat printr-o adresă URL inclusă în banner;

b) în cazul rețelelor sociale – la sfârșitul comunicării ori printr-o fotografie inclusă în comunicare;

c) în cazul poștei electronice – la sfârșitul mesajului;

d) în cazul muzicii transmise în flux – prin anunț la sfârșitul comunicării în limba folosită pentru restul comunicării;

e) în cazul partajării video – prin anunț și afișare la sfârșitul comunicării în limba folosită pentru restul comunicării;

f) în cazul publicității prin motoarele de căutare – în subsolul paginii de destinație de la adresa URL sau, dacă specificațiile sunt prea lungi pentru a fi incluse în limita de cuvinte a reclamei de căutare, într-un site web care poate fi accesat printr-o adresă URL inclusă în reclamele de căutare.

84. Notificările prevăzute la pct. 83 se vor expune într-o dimensiune de font care corespunde fontului de bază, dar nu mai mic de un font care poate fi citit de o persoană cu vedere 6/6 fără utilizarea vreunui ajutor vizual, în cazul textelor scrise, iar în cazul textelor audio – în același ritm, cu același timbru al vocii și cu aceeași viteză de redare ca și restul comunicării publicitare.

Secțiunea 5. Publicitatea prin serviciile poștale și de telefonie

85. Distribuirea/difuzarea publicității politice sau electorale prin intermediul serviciilor poștale se poate realiza conform prevederilor Legii comunicațiilor poștale nr. 36/2016, doar în baza contractului în formă scrisă încheiat între furnizorul publicității ori distribuitorul care acționează în numele acestuia și furnizorul de servicii poștale. În perioada electorală, furnizorii de servicii poștale îi vor trata în mod egal pe furnizorii de publicitate sau pe distribuitorii care acționează în numele acestora în ceea ce privește tarifele aplicate.

86. Materialele publicitare difuzate de către furnizorul de servicii poștale, pe lângă specificațiile stabilite la pct. 19, vor conține și mențiunea „Difuzat în baza contractului nr. __ din _____” scrisă într-o dimensiune de font care să poată fi citită de o persoană cu vedere 6/6 fără utilizarea vreunui ajutor vizual.

87. Difuzarea publicității politice sau electorale prin intermediul serviciilor de telefonie se poate realiza conform prevederilor Legii comunicațiilor electronice nr. 241/2007, doar în baza contractului în formă scrisă încheiat între furnizorul publicității ori distribuitorul care acționează în numele acestuia și furnizorul de servicii de comunicații electronice. În perioada electorală, furnizorii de servicii de comunicații electronice îi vor trata în mod egal pe furnizorii de publicitate sau pe distribuitorii care acționează în numele acestora în ceea ce privește tarifele aplicate.

88. Difuzarea publicității prin serviciile de telefonie include:

a) comunicare vocală sau multimedia prin rețeaua de telefonie fixă/mobilă, VoIP, comunicare prin mesaje scurte (SMS);

b) comunicare generată de sistemele de apelare automată.

89. Publicitatea prin serviciile de telefonie poate fi difuzată către adresat/abonat doar în cazul solicitării sau al exprimării în prealabil, din partea consumatorului de publicitate, a consimțământului expres pentru a primi mesaje sau apeluri cu un conținut publicitar. Publicitatea este considerată ca fiind recepționată fără consimțământul adresatului/abonatului dacă difuzorul de publicitate nu demonstrează contrariul. Consimțământul poate fi obținut sub orice formă (inclusiv în scris, prin schimb de mesaje electronice, sau verbal, printr-un apel telefonic) și poate fi dovedit prin orice mijloc de probă. Sarcina probei revine furnizorului de publicitate. Adresatul/abonatul are dreptul de a-și revoca consimțământul de a primi publicitate prin simpla notificare a furnizorului de publicitate.

90. Furnizorul de servicii telefonice se va asigura că furnizorul de publicitate sau distribuitorul care acționează în numele acestuia dispune de consimțământul utilizatorilor de servicii telefonice stabilit la pct. 89.

91. Furnizorul de servicii telefonice va răspunde solidar cu furnizorul de publicitate sau distribuitorul care acționează în numele acestuia în cazul nerespectării obligațiilor stabilite la pct. 89, precum și a încălcării drepturilor subiecților de date cu caracter personal garantate de Legea nr.133/2011 privind protecția datelor cu caracter personal.

92. Specificațiile publicității difuzate prin servicii telefonice stabilite la pct. 19 vor fi notificate:

- a) în cazul comunicării telefonice vocale – la începutul comunicării;
- b) în cazul comunicării prin mesaje scurte și multimedia – la sfârșitul mesajului;
- c) în cazul comunicării robotizate – la începutul comunicării.

93. Notificările prevăzute la pct. 92 se vor expune într-o dimensiune de font care este folosit pentru restul comunicării, în cazul textelor scrise, iar în cazul textelor audio – în același ritm, cu același timbru al vocii și cu aceeași viteză de redare ca și restul comunicării publicitare.

Secțiunea 6. Publicitatea pe materiale tipărite

94. Furnizorii de publicitate politică sau electorală pot difuza conținutul publicitar prin intermediul materialelor tipărite: afișe, postere, broșuri, cărți, pliante, calendare, cărți poștale și altele asemenea.

95. Materialele tipărite menționate la pct. 94 pot fi distribuite către consumatorii de publicitate prin:

- a) înmânări în cadrul întrunirilor sau unor evenimente publice;
- b) înmânări în cadrul corturilor sau gheretelor de informare a alegătorilor;
- c) intermediul serviciilor poștale;
- d) înmânări în stradă, scuaruri ori piețe publice etc.

96. Serviciile de tipar și de sortare, împachetare a tirajului pot fi prestate de persoane fizice sau juridice specializate, înregistrate și autorizate în modul prevăzut de legislație.

97. Specificațiile publicității stabilite la pct. 19 se vor notifica în partea dreaptă de jos a materialului imprimat, într-o dimensiune de font care corespunde fontului de bază, dar nu mai mic de un font care poate fi citit de o persoană cu vedere 6/6 fără utilizarea vreunui ajutor vizual. Complementar, furnizorul va notifica datele de identificare ale entității economice specializate care a prestat serviciul tipografic și, după caz, ale persoanei care a realizat designul și/sau macheta materialului tipărit. De asemenea, se va notifica tirajul executat, numărul comenzii și numărul facturii de plată.

98. Prin excepție de la prevederile pct. 97, fiecare material publicitar al subiecților publicității politice/electorale, care declară pe propria răspundere că nu au utilizat servicii ale producătorilor de publicitate specializați și nu au deschise conturi bancare cu mențiunile respective, trebuie să conțină următoarele informații: numele și prenumele subiectului publicității, data tipăririi, tirajul materialului și mențiunea „Tipărit la echipament tehnic propriu”.

99. Distribuirea de către subiectul publicității a materialelor tipărite de publicitate politică sau electorală nu necesită întocmirea unui contract/act juridic încheiat în formă scrisă.

Secțiunea 7. Publicitatea pe articole promoționale

100. Subiecții publicității politice și electorale pot folosi articole promoționale în scop de promovare a publicității.

1) În calitate de articole promoționale pot fi diverse obiecte de uz personal, de birotică, de vestimentație, cum ar fi: caiete, carnete, agende, ilustrate, cărți poștale, calendare, cărți, pixuri, brichete, cutii de chibrituri,

cești, magneți, insigne, ecusoane, CD-uri, DVD-uri, suporturi de stocare USB, fanioane, steaguri, pungi, tricouri, chipiuri, eșarfe, fulare și altele asemenea.

2) Valoarea unei piese din astfel de articole promoționale nu poate depăși două unități convenționale.

101. Specificațiile publicității stabilite la pct. 19 se vor notifica, după caz, în măsura în care este fezabil tehnic astfel încât să fie vizibile, fără a afecta designul și aspectul estetic al obiectului. Cel puțin elementul principal de identitate al subiectului publicității trebuie să fie prezent – numele/denumirea, după caz, acronimul, logotipul.

102. Distribuirea de către subiectul publicității a articolelor promoționale nu necesită întocmirea unui contract/act juridic încheiat în formă scrisă.

Secțiunea 8. Difuzarea mesajelor de interes public

103. Difuzorii de publicitate au dreptul să difuzeze mesaje de interes public. În sensul prezentului regulament, mesajul de interes public este publicitatea ce are ca obiect promovarea obiectivelor stabilite la art.12 din Legea nr.62/2022 cu privire la publicitate, iar în context electoral ce au ca obiect promovarea valorilor democratice, a democrației participative, informarea cetățenilor cu privire la alegeri și/sau referendumuri în perioadele electorale, în conformitate cu legislația electorală, precum și cu privire la modul de exercitare de către cetățeni a drepturilor politice și electorale.

104. Furnizorul public național și furnizorul public regional de servicii media difuzează mesaje de interes public, gratuit, la solicitarea Comisiei Electorale Centrale, iar la solicitarea altor subiecți, gratuit sau cu plată, la discreția administratorului. Solicitarea se va face printr-un demers întemeiat și cu condiția respectării prevederilor capitolului III din Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate.

105. Furnizori ai mesajelor de interes public pot fi:

- a) entitățile din sectorul public;
- b) organizațiile necomerciale înregistrate în Republica Moldova.

106. Entitățile din sectorul public care pot furniza mesaje de interes public în context electoral sunt: Comisia Electorală Centrală, Centrul de instruire continuă în domeniul electoral, Consiliul Electoral Central al Găgăuziei, Biroul Relații cu Diaspora, Ministerul Afacerilor Interne, Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene, Biroul politici de reintegrare.

107. În perioada electorală a alegerilor generale sunt difuzate doar mesaje de interes public aprobate de Comisia Electorală Centrală.

1) Președintele Comisiei Electorale Centrale, prin dispoziție, va constitui un grup de lucru care va emite avize privind aprobarea sau refuzul de aprobare a mesajelor de interes public. Avizele sunt emise de către grupul de lucru în termen de 3 zile din momentul recepționării solicitării, la care se anexează materiale care conțin mostrele ce conțin mesajele de interes public. Avizele sunt aprobate prin hotărâre a Comisiei Electorale Centrale în cel mult 3 zile din momentul emiterii avizului de către grupul de lucru.

2) Hotărârile Comisiei Electorale Centrale emise în temeiul subpct. 1) se contestă în ordinea stabilită de art. 98 alin. (2) din Codul electoral nr.325/2022.

3) Pot fi furnizori de mesaje de interes public organizațiile necomerciale care sunt preocupate de promovarea și apărarea drepturilor omului, a democrației participative, educația civică, observarea scrutinelor. Pot fi difuzate cu titlu gratuit mesajele de interes public furnizate de organizațiile necomerciale doar dacă au obținut aprobarea prealabilă a Comisiei Electorale Centrale.

108. Difuzarea mesajelor de interes public se va efectua în temeiul unor contracte încheiate în formă scrisă. Vor fi admise spre difuzare doar mesajele de interes public care întrunesc caracteristicile descrise la pct. 103.

109. Răspunderea pentru conținutul mesajelor de interes public o poartă furnizorul sau, după caz, producătorul.

110. În perioada extraelectorală, subiecții menționați la pct. 105 pot să furnizeze mesaje de interes public tematice cu respectarea prevederilor art.13 din Legea nr.62/2022 cu privire la publicitate.

III. Conținutul publicității

111. Subiecții publicității politice, electorale și ai mesajelor de interes public sunt în drept să-și definească independent formele de difuzare a publicității și caracteristicile conținutului publicitar.

112. În publicitate politică sau electorală nu pot fi utilizate imagini:

a) ce reprezintă culte religioase sau părți componente ale acestora (sedii ale cultelor, obiecte de cult etc.);

b) cu persoane oficiale străine, instituții de stat sau autorități publice de peste hotare, organizații internaționale dacă acestea duc la contestarea și defăimarea statului și a poporului, îndemnul la război de agresiune, la ură națională, rasială sau religioasă, incitarea la discriminare, la separatism teritorial, la violență publică, precum și alte manifestări ce atentează la regimul constituțional (imagini foto sau video cu persoane, simboluri ale organizațiilor străine etc.);

c) ce folosesc combinare de culori și/sau sunete care invocă simboluri naționale ale altui stat;

d) în care apar personalități istorice de peste hotare;

e) simbolistica unor state străine sau organizații internaționale sau imaginea unor persoane oficiale străine, dacă acestea duc la contestarea și defăimarea statului și a poporului;

f) îndemnul la război de agresiune, la ură națională, rasială sau religioasă, incitarea la discriminare, la separatism teritorial, la violență publică, precum și alte manifestări ce atentează la regimul constituțional;

g) ce sunt susceptibile de a propaga, incita, promova sau justifica ura rasială, xenofobia, antisemitismul sau alte forme de ură fondate pe intoleranță sau pe discriminarea pe criterii de sex, de rasă, de naționalitate, de religie, de dizabilitate sau de orientare sexuală;

h) cu utilizarea resursei administrative;

i) cu participarea copiilor minori, fără acordul părintelui sau al tutorelui;

j) cu atributele partidelor politice declarate neconstituționale.

[pct. 112 completat prin hotărârea CEC nr. 1315/2023]

113. În perioada electorală, în cadrul timpilor de antenă grațiuți și publicității acordate gratuit acordați în temeiul art. 90 alin. (7) și (8) din Codul electoral nr.325/2022, precum și în cadrul afișajului prevăzut la pct. 68, furnizorul de publicitate nu poate:

a) să facă agitație electorală împotriva altor subiecți electorali;

b) să facă apeluri la boicotarea scrutinului;

c) să conteste legitimitatea organelor electorale ori altor subiecți de drept care participă la organizarea scrutinului.

114. În perioada electorală, în timpul programului de lucru, funcționarii publici de conducere de nivel superior, persoanele cu funcții de demnitate publică, conducătorii autorităților sau instituțiilor publice nu se vor implica sub nicio formă în acțiuni de pregătire, distribuire, difuzare a publicității electorale.

115. Publicitatea politică sau electorală va conține doar materiale publicitare care exclud mesaje subliminale, înșelătoare, imorale, discriminări de orice tip, mesaje sexiste, tertipuri de imagini și/sau sunete, limbaj licențios sau injurii care lezează onoarea și demnitatea persoanei, calomnii, îndemnuri la ură între persoane, națională, rasială sau religioasă, incitare la violență publică în masă, incitarea la acțiuni care au drept scop răsturnarea sau schimbarea prin violență a sistemului de stat sau prin încălcarea prin violență a integrității Republicii Moldova, incitarea la acțiuni extremiste și/sau teroriste ori la alte acțiuni care au ca scop încălcarea ordinii de drept, provocări de panică, instigări la violență sau la acțiuni periculoase, în măsură să prejudicieze sănătatea ori să amenințe securitatea oamenilor. Sunt interzise montajele dacă schimbă esența mesajului inițial și, ca rezultat, lezează onoarea, demnitatea oponentului politic ori a concurentului electoral.

116. În perioada electorală, furnizorii de publicitate asigură traducerea materialelor publicitare în limbile minorităților naționale, limbajul mimico-gestual, limbajul Braille, adaptarea lor prin subtitrare ori prin folosirea fontului mărit al corpului de litere sau utilizarea altor metode și instrumente de facilitare a comunicării pentru persoanele cu deficiențe de vedere și de auz. Astfel de materiale publicitare vor constitui nu mai puțin de 1% din volumul total al publicității difuzate în perioada de referință.

117. Sunt permise și alte forme de publicitate politică sau electorală dacă acestea nu contravin prevederilor prezentului regulament. Sunt interzise următoarele forme de publicitate: graffiti și skywriting (mesaje scrise pe cer cu ajutorul unor substanțe volatile, speciale emise de avioane, drone și alte aparate de zbor).

118. Răspunderea pentru conținutul materialelor publicitare politice sau electorale difuzate în condițiile prezentului regulament o poartă furnizorul publicității sau, după caz, producătorul sau distribuitorul.

IV. Răspunderea juridică

119. În ziua alegerilor și în ziua precedentă zilei alegerilor nu se admite niciun fel de publicitate în sensul prezentului regulament. Această interdicție nu se referă la materialele plasate anterior în internet.

120. Difuzorii și distribuitorii de publicitate sunt obligați să înlăture/retragă tot afișajul electoral și alte materiale publicitare electorale, excepție făcând materialele elaborate de organele electorale. Încălcarea prevederilor prezentului punct constituie contravenție în sensul art. 52 din Codul contravențional nr. 218/2008.

121. Amplasarea în locuri neautorizate, precum și distrugerea sau deteriorarea prin orice mod a afișelor electorale, amplasate în locuri autorizate, producerea și difuzarea publicității care nu conține elementele stabilite la pct. 19 constituie contravenții și atrag după sine răspunderea conform art. 50, 364 din Codul contravențional nr. 218/2008.

122. Responsabilă de înlăturarea afișajului politic, electoral neautorizat este administrația publică locală, care are dreptul să recupereze în ordine de regres cheltuielile respective din contul persoanei vinovate.