

Aviz
asupra proiectului de lege cu privire la modificarea Legii nr. 62/2022 cu privire la
publicitate (inițiativa legislativă nr. 192 din 29 mai 2025)

Prin adresa nr. 25-158-5930 din 30 mai 2025, înregistrată la Comisia Electorală Centrală sub nr. CEC-7/20232 din 2 iunie 2025, Cancelaria de Stat a solicitat avizarea proiectului de lege cu privire la modificarea Legii nr. 62/2022 cu privire la publicitate (inițiativa legislativă nr. 192 din 29 mai 2025).

Conform notei de fundamentare, autorul proiectului de lege este un grup de deputați în Parlamentul Republicii Moldova. Proiectul de lege cu privire la modificarea Legii nr. 62/2022 cu privire la publicitate, așa cum este menționat în nota de fundamentare, a fost elaborat în vederea asigurării transparenței, obiectivității și nediscriminării în alocarea fondurilor publice pentru publicitatea de stat și mesajele de interes public în conformitate cu Regulamentul (UE) 2024/1083 și principiile bunei guvernări.

Examinând prin prisma atribuțiilor funcționale proiectul de lege, Comisia Electorală Centrală formulează următoarele obiecții și propuneri.

În mod special, prin proiect se introduce o instituție nouă a „publicității de stat”. De menționat că Regulamentul (UE) 2024/1083 nu definește noțiunea de mesaj de interes public, ci doar exemplifică esența acestuia. Astfel, mesajul de interes public este exemplificat ca fiind un mesaj în mare parte de alertă, difuzat de autorități cu titlu gratuit. În acest fel, pornind de la noțiunea de *mesaj de interes public* prevăzută de Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate, este necesar de dezvoltat normele care ar explica diferența dintre mesajele de interes public și publicitatea de stat.

Subsecvent, la această etapă, proiectul nu introduce o distincție clară între aceste forme de publicitate.

Astfel, cadrul comunitar urmează a fi transpus armonios în câmpul legal al Republicii Moldova, ținând cont de specificul normativ, istoric și socio-politic.

Spre exemplu, în alegerile locale generale din 2023 desfășurate în Republica Moldova s-a constatat utilizarea atât la nivel central, cât și local a mesajelor de interes public în scopuri electorale (promovarea realizărilor manageriale prin intermediul resurselor financiare publice), aceste acțiuni fiind calificate drept utilizare de resurse administrative, ceea ce este incompatibil cu standardele democratice din domeniu¹.

Prin urmare, Comisia sugerează adaptarea proiectului la situația reală, ținând cont de precedente incontestabile, pentru a fi clar stabilit domeniul de utilizare a publicității de stat, limitele acesteia (inclusiv financiare), interdicția expresă a transferului de imagine asupra exponenților politici și competitorilor electorali.

¹ https://cec.md/ro/cu-privire-la-sesizarea-nr-cec-75708-din-24-2751_106919.html;
https://cec.md/ro/cu-privire-la-sesizarea-miscarii-profesionistilor-speranta-nadezhda-nr-cec-2751_107280.html;
https://cec.md/ro/cu-privire-la-sesizarea-nr-cec-76252-din-23-2751_107336.html;
https://jc.instante.justice.md/ro/pigd_integration/pdf/OTQ5ODJlNjEtYWQ4NS00ZWZiLWJiMjUtYzgwZTM5OGRkZGJl;
https://jc.instante.justice.md/ro/pigd_integration/pdf/MTg5NDY3ZGEtZTNkMC00YjZjLTgwNDktZjBhMmFmN2I3OWM2;
https://cac.instante.justice.md/ro/pigd_integration/pdf/ZmM0YjYxMmUtMWE2Ny00ZWZiLWJiMjUtYzgwZTM5OGRkZGJl;
https://jurisprudenta.csj.md/search_col_civil.php?id=77733.

Deci, având în vedere practica de reglementare de către Comisia Electorală Centrală a instituției mesajelor de interes public, este util de a stabili expres interdicția utilizării publicității de stat (prin care se promovează realizările manageriale și/sau obiectivele realizate de entități din sectorul public sau care constituie publicitate politică, adică elementele prevăzute de art. 13 alin. (3) lit. b)-c) din Legea nr. 62 cu privire la publicitate) în perioada electorală a alegerilor generale. În acest sens, instituțiile de stat sunt libere să promoveze mesajele de interes public sau eventual publicitatea de stat care sunt avizate de Comisie, în acest fel fiind limitată posibilitatea de utilizare neconformă a acestora în procesele electorale. Monitorizarea completă a mesajelor de interes public sau publicității de stat neautorizate de Comisie este limitată din cauza lipsei resurselor umane suficiente în acest scop.

Prin urmare, Comisia propune de a expune art. 11¹ alin. (4) din proiect în următoarea redacție: „(4) În perioada electorală nu se admite difuzarea publicității de stat prin care se promovează realizările manageriale și/sau obiectivele realizate de entități din sectorul public, precum și a publicității de stat și mesajelor de interes public care nu sunt autorizate de către Comisia Electorală Centrală.”.

Complementar, sugerăm, pentru a nu admite periclitarea proceselor electorale prin introducerea de reglementări noi neadaptate la situația curentă, să se introducă dispoziții tranzitorii, conform cărora, prevederile din proiect vor intra în vigoare începând cu anul 2026. Data alegerilor parlamentare a fost stabilită pentru 28 septembrie 2025, respectiv într-un viitor previzibil de circa o lună ar putea începe perioada electorală. Din acest considerent, Comisia Electorală Centrală va fi în dificultate să realizeze în termen rezonabil obligația de ajustare urgentă a reglementărilor de autorizare a publicității de stat, iar autoritățile publice să se conformeze acestora fără a admite situații de utilizare a resurselor administrative sau de producere, distribuire, furnizare și/sau difuzare neconformă a publicității de stat.

Nu în ultimul rând, atragem atenția că este necesar de stabilit și responsabilitatea juridică pentru producerea, distribuirea, furnizarea și/sau difuzarea neconformă a publicității de stat similar responsabilității prevăzute la art. 364 alin. (10) din Codul contravențional nr. 218/2008.