

Asociația Promo-LEX participă la consultarea publică a proiectului de Regulament CEC privind modul de furnizare, distribuire și difuzare a publicității politice, electorale și a mesajelor de interes public



Noțiunea de publicitate politică, diferențierea acesteia în funcție de perioada difuzării (perioada electorală sau din afara alegerilor), asigurarea dreptului cetățenilor și a persoanelor juridice de a distribui publicitate politică, revizuirea interdicțiilor de plasare, distribuire și difuzare a publicității politice și asigurarea transparenței acesteia, inclusiv din perspectiva financiară, sunt printre principalele

subiecte abordate de experții Promo-LEX în cadrul [consultărilor publice](#) organizate de CEC, la 26 aprilie.

Proiectul de Regulament a fost elaborat de CEC în baza noii Legi cu privire la publicitate, intrată în vigoare la 8 ianuarie 2023. „Este un Regulament nou și, pe alocuri, foarte complex. Trebuie să ne asigurăm că va fi înțeles de toți actorii implicați și, respectiv, implementat pe măsură. Este foarte important cum va fi pus în practică, pentru că atât Regulamentul, cât și Legea privind publicitatea, conțin unele noțiuni noi care par a fi ușor confuze”, a menționat, în cadrul evenimentului, Directorul de Program al Asociației, Nicolae Panfil.

În opinia Promo-LEX, în proiectul regulamentului ar trebui **utilizată noțiunea de publicitate politică**, care este reglementată în Legea cu privire la publicitate, iar **publicitatea politică ar trebui delimitată în funcție de perioadele în care aceasta este difuzată** – în perioada electorală sau în cea extraelectorală (în afara alegerilor).

Interdicțiile de plasare, distribuire și difuzare a publicității politice ar trebui revizuite. Promo-LEX atrage atenția că **limitarea dreptului de a plasa publicitatea politică** în perioada electorală de către alți furnizori/distribuitori decât grupul de inițiativă și concurentul electoral **încalcă dreptul la libera exprimare** și vine în contradicție cu Codul electoral care prevede că „cetățenii (...) au dreptul de a supune discuțiilor libere și sub toate aspectele programele electorale ale concurenților electorali, calitățile politice, profesionale și personale ale candidaților, precum și de a face agitație electorală în cadrul adunărilor, mitingurilor, întâlnirilor cu alegătorii, prin intermediul mass-mediei, prin expunerea de afișe electorale sau prin intermediul altor forme de comunicare”. Contrar respectivei prevederi, în proiectul Regulamentului acest drept este conferit de facto doar grupurilor de inițiativă și concurenților electorali, așa cum plățile pentru

publicitatea politică în perioada electorală sunt efectuate doar de pe conturi "Destinat grupului de inițiativă"/"Fond electoral".

Totodată, potrivit proiectului, autoritatea electorală **se focusează doar pe dreptul subiecților publicității politice de a distribui astfel de publicitate**, fiind neglijați ceilalți actori implicați în acest proces. Promo-LEX consideră că proiectul regulamentului urmează a fi revizuit pentru a asigura dreptul persoanelor fizice și juridice de a distribui spre difuzare publicitate politică (fie de promovare/susținere, fie de manifestare a dezacordului), inclusiv cu prevederea obligațiilor și modalităților de raportare a cheltuielilor suportate pentru distribuirea publicității politice. În acest caz, urmează a fi publicate date atât despre plătitorul, cât și despre furnizorul publicității, în scopul asigurării transparenței publicității politice din perspectiva surselor financiare.

Ar trebui revizuită și **prevederea care sugerează că mesajul de interes public poate fi elaborat/comandat și promovat doar de entități din domeniul public**. Astfel, sunt limitați alți subiecți, cum ar fi, de exemplu, și Asociația Promo-LEX, care, la aproape fiecare scrutin electoral, elaborează și promovează mesaje de îndemnare/motivare a cetățenilor să iasă la vot în cadrul campaniilor de informare și educație electorală. Promo-LEX mai recomandă completarea proiectului cu prevederea că în perioada electorală a alegerilor generale sunt difuzate doar mesajele de interes public aprobate de Comisia Electorală Centrală.

Referitor la **publicitatea în mass-media**, Promo-LEX recomandă reducerea de la 30% la 20% a spațiului maxim rezervat publicității politice în publicațiile periodice publice (în fiecare număr sau/și supliment), atât în perioada electorală, cât și în cea extraelectorală. Totodată, ar trebui exclusă limitarea la 50% a spațiului de publicitate în cazul publicațiilor periodice private, care, potrivit Legii cu

privire la publicitate, își determină individual spațiul rezervat publicității.

În privința **afișajului publicitar**, Promo-LEX recomandă revizuirea limitării la 10% per furnizor a spațiului publicitar, pe motiv că nu este clar cum urmează a fi implementată prevederea respectivă. La fel, pare a fi dificilă de respectat, mai ales în localitățile mici, interdicția amplasării afișelor publicitare în raza a 100 de metri de la autoritățile electorale. Această interdicție ar urma să fie revizuită, cu permisiunea acestei publicități până vineri, înainte de ziua alegerilor.

Opinia integrală a Asociației Promo-LEX la proiectul Regulamentului CEC privind modul de furnizare, distribuire și difuzare a publicității politice, electorale și a mesajelor de interes public poate fi găsită [aici](#).

Amintim că, anterior, Asociația Promo-LEX și-a prezentat Opiniile la alte 5 proiecte de Regulamente CEC privind: [activitatea consiliului electoral de circumscripție \(CECE\) în perioada electorală](#); [procedura de validare și atribuire a mandatelor de primar și consilier](#); [listele electorale și Registrul de Stat al Alegătorilor](#) și [finanțarea partidelor politice](#).