



GUVERNUL  
REPUBLICII  
MOLDOVA

Programul Național  
SATUL EUROPEAN



**GHID DE IDENTITATE VIZUALĂ**  
**la implementarea proiectelor de dezvoltare locală,**  
**finanțate în cadrul Programului Național „Satul European”**  
**din mijloacele Fondului Național pentru Dezvoltare Regională și Locală**

Versiunea GIV-1.0 /2023-DL/

Chișinău, 2023

## CUPRINS

<b>INTRODUCERE .....</b>	<b>3</b>
<b>I. REGULI GENERALE DE IDENTITATE VIZUALĂ.....</b>	<b>4</b>
<b>II. ELEMENTE DE IDENTITATE VIZUALĂ.....</b>	<b>6</b>
2.1 Reprezentarea elementelor obligatorii de identitate vizuală.....	6
2.2 Cerințe specifice pentru reprezentarea elementelor în caseta-antet .....	7
2.3 Cerințe specifice pentru reprezentarea elementelor în caseta-conținut .....	8
2.4 Cerințe specifice pentru reprezentarea elementelor în caseta-subsol.....	9
2.5 Act de declinare a responsabilității .....	10
<b>III. RELAȚII CU PRESA.....</b>	<b>11</b>
<b>IV. MEDII ELECTRONICE DE STOCARE ȘI VIZUALIZARE .....</b>	<b>16</b>
4.1 Fotografii.....	16
4.2 Site-uri.....	16
4.3 Social media .....	16
<b>V. DISPOZITIVE PUBLICITARE DE VIZUALIZARE .....</b>	<b>18</b>
5.1 Previțiuni generale.....	18
5.2 Dispozitive publicitare pentru afișare temporară.....	19
5.2.1 Panou informativ temporar.....	19
5.3 Dispozitive publicitare pentru afișare permanentă .....	23
5.3.1 Recomandări de poziționare a dispozitivelor publicitare pentru afișare permanentă.....	23
5.3.2 Panou informativ permanent .....	25
5.3.3 Placă informativă permanentă .....	26
5.3.4 Autocolant informativ permanent .....	28
<b>DATE DE CONTACT.....</b>	<b>29</b>

## INTRODUCERE

- 1) Ghidul de Identitate Vizuală a proiectelor de dezvoltare locală (*în continuare – Ghid*) este documentul care reglementează modul de utilizare a identității vizuale a proiectelor din cadrul Programului Național „Satul European” (*în continuare – Program*).
- 2) Ghidul își propune să stabilească, în concordanță cu reglementările naționale și europene în vigoare, norme privind măsurile de informare și comunicare, aferente proiectelor de dezvoltare locală, finanțate din mijloacele Fondului Național pentru Dezvoltare Regională și Locală (*în continuare – Fond*), începând cu anul 2022, inclusiv co-finanțate din mijloacele partenerilor externi de dezvoltare.
- 3) Scopul Ghidului este de a sprijini beneficiarii de finanțări, în realizarea angajamentelor asumate privind informarea și comunicarea, precum și de a asigura coerența, stabilitatea și dezvoltarea armonioasă în timp a imaginii Programului și, în particular, a proiectului finanțat.
- 4) Ghidul conține un set de reglementări și instrucțiuni de aplicare a elementelor vizuale fundamentale, grafice și scriptice: logo, slogan, fonturi, atitudine vizuală etc. și anumite caracteristici tehnice ale măsurilor de informare și comunicare, pentru respectarea unitară a regulilor privind vizibilitatea.
- 5) Elementele de identitate vizuală prezentate în Ghid se vor aplica și se vor utiliza de către beneficiarii proiectelor, atât pe perioada de implementare a proiectului, cât și pe perioada post-implementare, determinată prin contractele de finanțare pentru monitorizarea asigurării durabilității investițiilor efectuate.
- 6) Responsabilitatea beneficiarilor de finanțări, de a asigura identitatea vizuală și promovarea Programului și proiectului, se generează începând cu data semnării contractului de finanțare din Fond, încheiat în cadrul Programului, iar prevederile Ghidului vor fi parte integrantă a acestor contracte de finanțare.
- 7) În conformitate cu prevederile Regulamentului privind gestionarea mijloacelor financiare ale Fondului (Hotărârea Guvernului nr. 152/2022), acțiunile de informare, comunicare și asigurare a vizibilității proiectului de dezvoltare locală, nu se finanțează din Fond. Astfel, beneficiarii proiectelor trebuie să prevadă resursele proprii pentru activitățile de informare, comunicare și asigurare a vizibilității, necesare pentru realizarea și promovarea proiectelor gestionate.
- 8) Toate materialele de informare și comunicare, inclusiv machetele elaborate în cadrul proiectului, vor fi transmise de către beneficiarii proiectelor, spre avizare din punctul de vedere al respectării identității vizuale ale Programului, către Oficiul Național de Dezvoltare Regională și Locală (*în continuare – ONDRL*). Materialele vor fi trimise doar în format electronic (fișiere .PDF sau .JPG), prin e-mail, cu confirmare de primire [[comunicare@ondrl.gov.md](mailto:comunicare@ondrl.gov.md)], cu cel puțin 5 zile lucrătoare înainte de transmitere a acestor materiale în producție sau publicarea lor (tipărire, imprimare, afișare, postare, transmitere către presă etc). Materialele cu dimensiuni mari, care nu se încadrează în limitele de dimensiuni a atașamentelor, stabilite de către serviciile respective de poștă electronică (e-mail), vor fi trimise în mesaje electronice succesive sau prin serviciilor site-urilor de transfer electronic (cu link). Mesajul (scrisoarea) de solicitare a avizului trebuie să cuprindă denumirea și codul proiectului de referință și datele de contact ale solicitantului (telefon, fax, e-mail, adresa de corespondență fizică).
- 9) Materialele de informare și comunicare, publicate sau afișate fără avizul pozitiv al ONDRL, nu vor fi asociate (recunoscute) ca materiale de identitate vizuală a Programului/proiectului.
- 10) Prevederile acestei versiuni a Ghidului se aplică de la data aprobării acestuia. Materialele de informare și promovare, deja realizate de către beneficiarii proiectelor în derulare, nu se vor supune modificărilor sau reeditărilor. În situația în care vor interveni modificări ale cadrului legal ori alte modificări de natură a afecta prevederile din prezentul Ghid, Ministerul Infrastructurii și Dezvoltării Regionale va aduce completări sau modificări ale conținutului acestuia, prin publicarea unei versiuni revizuite.

## I. REGULI GENERALE DE IDENTITATE VIZUALĂ

1) Identitatea vizuală este menită să dea o nouă dimensiune mesajelor verbale. Prin totalitatea aspectelor sale de formă, culoare și stil, aceasta individualizează, și personifică în același timp, impunându-se și manifestându-se prin toate aspectele sale cu nume, siglă, slogan, materiale publicitare etc. Totodată, atractivitatea, claritatea și coerența conținutului contribuie la o mai bună percepere a impactului proiectului de către grupul țintă, potențiali beneficiari.

2) Cerințele minime de identitate vizuală a Programului impun o serie de acțiuni de comunicare și informare, desfășurate atât la nivel național, cât și de autoritățile publice locale beneficiare:

(a) Publicarea de către autoritatea de elaborare a politicii de dezvoltare regională (Ministerul Infrastructurii și Dezvoltării Regionale) și de către entitatea responsabilă de implementarea Programului și proiectelor de dezvoltare locală (ONDRL) a anunțurilor sau comunicatelor de presă pe site-urile departamentale și platforma dedicată Programului, privind subiectele esențiale ale Programului, inclusiv:

- lansarea noii ediții a Programului;
- totalurilor de depunere de către autoritățile publice locale a cererilor de finanțare din FNDRL;
- totalurilor de evaluare administrativă, tehnică și financiară a cererilor de finanțare și de selectare a proiectelor pentru lista prioritară a Documentului unic de Program;
- aprobarea planului de finanțare și lansarea implementării proiectelor;
- rapoartelor lunare, trimestriale și anuale de implementare a proiectelor de dezvoltare locală, cu reflectarea indicatorilor financiari, de produs și rezultat;
- bilanțului de realizare a Programului;

(b) Acțiunile desfășurate de către autoritățile beneficiare de finanțări:

- publicarea a anunțurilor, comunicatelor de presă și descrieri a proiectelor finanțate, pe site-urile autorităților publice locale (dacă există) și în presa regională/locală, precum și expunerea anunțurilor în locuri vizibile în incinta primăriilor, la începutul proiectului și la finalizarea proiectului, precum și periodic pe perioada de implementare a proiectului (cel puțin o dată în trimestru);
- afișarea în localități a dispozitivelor temporare publicitare de identitate vizuală, pentru proiectele specificate în prezentul Ghid și menținerea acestor materiale pe perioada de implementare a proiectelor;
- afișarea în localități a dispozitivelor permanente publicitare de identitate vizuală, pentru proiectele implementate, și menținerea acestor materiale pe perioada de monitorizare a asigurării durabilității investițiilor efectuate, conform termenilor stabiliți în contractele de finanțare.

2) Materiale de informare, comunicare și vizibilitate în cadrul proiectelor de dezvoltare locală includ următoarele medii și produse de comunicare:







- medii electronice de stocare și comunicare: pagini, site-uri și portaluri web, social media (Facebook, Youtube, Twitter etc), aplicații electronice, bannere electronice;
- produse: audio, foto și video;
- dispozitive publicitare: panouri, plăci și autocolante informative, bannere, roll-up;
- publicații: broșuri, rapoarte, newsletter, afișe, ghiduri, studii, cercetări, cărți etc;
- materiale corporative de promovare: cărți de vizită, mape, leaflet-uri, ecusoane, insigne etc.

3) Furnizarea clară a informațiilor de vizibilitate pe materialele de informare și publicitate se asigură prin intermediul unor seturi de însemne grafice și informații textuale, care în raport cu ponderea mesajul reflectat, pot fi distincte în:

- set obligatoriu de însemne grafice și informații textuale, pentru ierarhizarea vizuală a prezentării;
- elemente de conținut pentru formularea și redarea totalității notei esențiale de informare, comunicare și vizibilitate, care include imagini, însemne grafice și informații textuale, în funcție de destinația produsului de comunicare.

4) La elaborarea produselor de informare, comunicare și vizibilitate în cadrul proiectelor de dezvoltare locală, nu se admit siglele, logou-rile, motou-rile, precum și mesajele publicitare ale, și în favoarea, operatorilor economici antrenați în proiect (consultanți, proiectanți, antreprenori, prestatori, furnizori, subantreprenori etc).

5) Pentru toate produsele de informare, comunicare și vizibilitate, elaborate în cadrul Programului și pentru implementarea proiectelor de dezvoltare locală, va fi folosită următoarea paletă de culori solide:

<b>WHITE</b>	CMYK HTML RGB	0, 0, 0, 0 #FFFFFF 255, 255, 255	
<b>PANTONE 7691 C</b>	RGB HTML CMYK	0, 96, 151 #006097 100, 65, 20, 0	
<b>PANTONE 711 C</b>	RGB HTML CMYK	210, 35, 42 #D2232A 15, 100, 100, 0	
<b>PANTONE 135 C</b>	RGB HTML CMYK	255, 198, 89 #006097 100, 65, 20, 0	
<b>PANTONE 424 C</b>	CMYK HTML RGB	10 10 10 60 #707473 112, 116, 115	
<b>BLACK</b>	RGB HTML CMYK	0, 0, 0 #000000 50, 50, 50, 100	

\*cod CMYK pentru tipărire / cod RGB pentru medii electronice de stocare și comunicare.

5) Fontul aplicat pentru toate produsele de informare, comunicare și vizibilitate:

▪ **CALIBRI** (light / regular / **bold**)

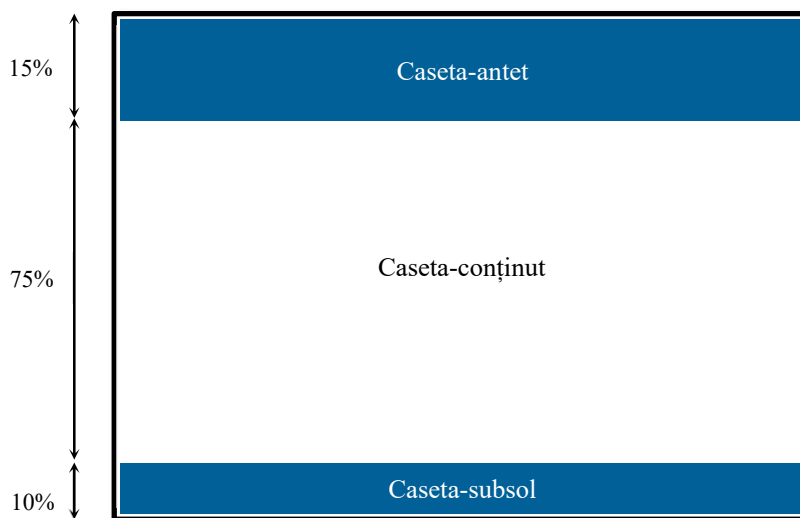
sau

▪ **ONEST** (thin / light / regular / medium / bold / extra bold / black).

## II. ELEMENTE DE IDENTITATE VIZUALĂ

### 2.1 Reprezentarea elementelor obligatorii de identitate vizuală

- 1) Setul de însemne grafice și informații textuale obligatorii pe produsele de informare, comunicare și vizibilitate este format din:
- caseta-antet, amplasată linear, orizontal, în partea de sus a imaginii materialului publicitar, pe care se înserează sigla Guvernului Republicii Moldova, denumirea și logo-ul (dacă există) a Programului, denumirea și logoul entității/unității responsabile de implementarea Programului, cuprinde cca 15% din spațiul distribuit pe verticală;
  - caseta-conținut, amplasată mai jos de caseta-antet, cuprinde cca 75% din spațiul distribuit pe verticală, dacă mai jos este amplasată caseta-subsol și cca 85% din spațiul distribuit pe verticală, dacă caseta-subsol nu se folosește;
  - caseta-subsol, amplasată linear, orizontal, în partea de jos a imaginii materialului publicitar, pe care se înserează denumirea și logo-ul (dacă există) a sursei de finanțare a Programului, cuprinde cca 10% din spațiul distribuit pe verticală.



**Figura 1. Modelul de amplasare a elementelor de identitate vizuală**

- 3) Nici un alt element grafic sau textual, decât cele reglementate prin prezentul Ghid, nu trebuie să interfereze cu setul de semne din caseta-antet și caseta-subsol. Dacă există siglele autorităților implicate în derularea proiectului (beneficiar, parteneri) acestea pot fi amplasate în caseta-conținut.
- 4) Pe produsele de informare, comunicare și vizibilitate, semnele grafice și textuale în casetele –antet și –subsol se reproduc, exclusiv în versiune cromatică identică, în varianta recomandată: font alb pe fundal albastru.
- 5) În unele cazuri poate fi admisă varianta negativă a casetelor –antet și –subsol (font albastru pe fundal alb), dacă astfel de cerință este justificată prin design-conceptul materialului publicitar elaborat.
- 6) În cazuri excepționale, în care nu există nici o alternativă pentru reproducerea prin printare sau tipărire poligrafică a fontului sau fundalului în color, pentru reprezentarea elementelor obligatorii de identitate vizuală, se acceptă utilizarea monocromatică a paletei de culori gri sau negru.
- 7) Ne se admite combinarea pe același produs de informare și vizibilitate a diferitor stiluri cromatice.

## 2.2 Cerințe specifice pentru reprezentarea elementelor în caseta-antet

1) Ierarhia vizuală de informare în carul Programului Național „Satul European” va promova cu prioritate imaginea Guvernului Republicii Moldova și a Programului, acestea fiind amplasate în caseta-antet. Astfel, caseta-antet va include sigla Guvernului, denumirea Programului și denumirea/logo-ul entității responsabile de implementarea Programului.

2) Modul de amplasare a însemnelor grafice și textuale în caseta-antet:

- sigla Guvernului va fi înserată în partea stângă a casetei;
- textul ”GUVERNUL REPUBLICII MOLDOVA”, va fi amplasat în dreapta siglei Guvernului, în trei rânduri, cu alinierea pe stânga;
- textul cu denumirea Programului ”Programul Național SATUL EUROPEAN” va fi amplasat în mijlocul casetei, în două rânduri, cu alinierea textului pe mijloc;
- logoul ONDRL, care este entitatea responsabilă de implementarea Programului, însoțit de textul ”Oficiul Național de Dezvoltare Regională și Locală”, va fi amplasat în partea dreaptă a casetei.

3) Caseta-antet trebuie să apară obligatoriu, pe fața oricărui material al produsului de informare, comunicare și vizibilitate, fie că este de promovare a proiectului, fie din categoria publicității sau publicațiilor.

4) În social media și pe alte platforme digitale, caseta-antet trebuie să fie poziționată vizibil, fără a fi nevoie de derulare (scrolling) sau click pentru a ajunge la ele.

5) Pe alte produse de comunicare, regula este ca însemnele grafice și textuale din caseta-antet să fie vizibile, să aibă dimensiuni care să înlesnească percepția și recunoașterea lor, precum și citirea textelor asociate acestora.

6) Nu se admite plasarea altor informații complementare despre proiect, mai sus de caseta-antet.

7) Macheta cromatică a casetei-antet cu însemnele grafice și informațiile textuale:

### Recomandat:

- font alb pe fundal albastru



### Optional:

(cu justificare prin design-conceptul materialului publicitar)

- font albastru pe fundal alb



### Cu titlul de excepție:

(dacă nu există nici o alternativă pentru reproducerea în color prin printare sau tipărire poligrafică)

- font alb pe fundal gri



- font gri pe fundal alb



- font alb pe fundal negru



- font negru pe fundal alb



## 2.3 Cerințe specifice pentru reprezentarea elementelor în caseta-conținut

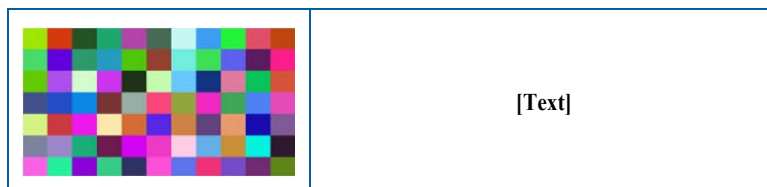
1) Caseta-conținut este destinată pentru redarea notei esențiale de informare, care include imagini, semne grafice și informații textuale, în funcție de destinația produsului de comunicare și poate avea:

- titlul proiectului și sigla acestuia (dacă există);
- obiectivele proiectului, general și specifice (după caz);
- localitatea (localitățile) unde se realizează investiția;
- denumirea autorității publice locale beneficiare de finanțare și sigla acesteia (dacă există);
- denumirea entităților partenere ale proiectului și siglele acestora (dacă există);
- indicatori de buget (valoarea investiției) și de partajare a co-finanțării în proiect;
- indicatori de produse și rezultat;
- imagine grafică generală a obiectului (după caz: perspectiva proiectată, fotografia machetei, fațada reprezentativă a obiectului, scheme pentru rețelele tehnico-edilitare etc.);
- alte informații, reglementate prin actele naționale ca fiind obligatorii pentru informarea publicului;

2) Macheta cromatică a casetei-conținut cu imaginile grafice și informațiile textuale:

### Recomandat:

- imagine (dacă se aplică): color
- text: font negru pe fundal alb



### Optional:

(cu justificare prin design-conceptul materialului publicitar)

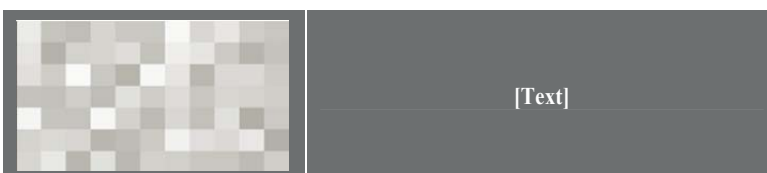
- imagine (dacă se aplică): color
- text: font alb pe fundal albastru



### Cu titlul de excepție:

(dacă nu există nici o alternativă pentru reproducerea în color prin printare sau tipărire poligrafică)

- imagine (dacă se aplică): monocrom
- text: font alb pe fundal gri





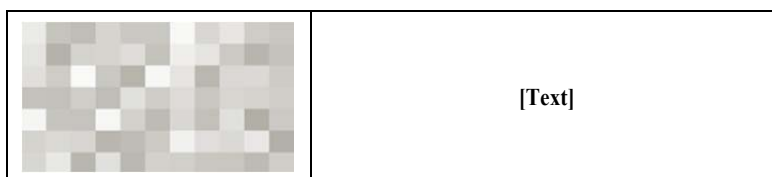
- imagine (dacă se aplică): monocrom
- text: font gri pe fundal alb



- imagine (dacă se aplică): monocrom
- text: font alb pe fundal negru



- imagine (dacă se aplică): monocrom
- text: font negru pe fundal alb



## 2.4 Cerințe specifice pentru reprezentarea elementelor în caseta-subsol

- 1) Caseta-subsol va conține doar informația ce identifică sursa de finanțare: „Finanțat din Fondul Național pentru Dezvoltare Regională și Locală”.
- 2) Caseta-subsol trebuie să apară obligatoriu, pe fața oricărui material al produsului de informare, comunicare și vizibilitate, cu excepția cazurilor când această informație este deja specificată în caseta-conținut, ca răspuns la cerințele obligatorii ale actelor normative.
- 3) Însemnele textuale în caseta-subsol trebuie să fie vizibile, să aibă dimensiuni care să înlesnească percepția și recunoașterea lor.
- 4) Nu se admite plasarea altor informații complementare despre proiect, mai jos de caseta-subsol.
- 5) Macheta cromatică a casetei-subsol:

### Recomandat:

- font alb pe fundal albastru



### Optional:

(cu justificare prin design-conceptul materialului publicitar)

- font albastru pe fundal alb



### Cu titlul de excepție:

(dacă nu există nici o alternativă pentru reproducerea în color prin printare sau tipărire poligrafică)

- font alb pe fundal gri

Finanțat din Fondul Național pentru Dezvoltare Regională și Locală

- font gri pe fundal alb

Finanțat din Fondul Național pentru Dezvoltare Regională și Locală

- font alb pe fundal negru

Finanțat din Fondul Național pentru Dezvoltare Regională și Locală

- font negru pe fundal alb

Finanțat din Fondul Național pentru Dezvoltare Regională și Locală

## 2.5 Act de declinare a responsabilității

1) În anumite materiale de informare și comunicare, sub caseta-conținut, se va însera obligatoriu textul de declinare a responsabilității (disclaimer):

*„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Guvernului Republicii Moldova”*

2) Exemple de materiale în care se înserează disclaimer:

- materialele destinate mass-media: machete pentru anunțurile publicitare în ziare și reviste, comunicate de presă etc.);
- publicații: afișe, pliante, broșuri, fluturași, rapoarte, reviste, ziare, buletine de informare, newsletter, CD-uri/DVD-uri (în pagina de deschidere), flash-uri (un fișe separat);
- site-uri/pagini web;
- prezentări Power Point.

3) Pe coperta acestora vor fi înserate informațiile despre editor: data publicării, numele editorului/beneficiarului și datele de contact ale acestora.

### III. RELAȚII CU PRESA

1) Presa este constituită din totalitatea elementelor de mass-media care se ocupă cu furnizarea de știri. Acestea sunt ziare, reviste, radioul, televiziunea și mai nou Internetul (publicații online și bloguri).

2) Relația cu presa presupune un contact permanent pe toată perioada programului/proiectului (lansare, implementare, finalizare, post-implementare):

- Fiți mereu informat asupra a ceea ce oamenii vorbesc - cel mai adesea influențați de ceea ce apare sau se discută în mass-media.
- Este bine să cunoașteți care sunt subiectele fierbinți și controversate locale și să le luați în considerare atunci când faceți publică o informație.
- Cunoașteți-i pe jurnaliștii care scriu despre subiectele aflate în aria dumneavoastră de activitate și monitorizați în detaliu atenția pe care o primesc aceste subiecte.
- Mass-media nu este obligată să scrie de bine despre dumneavoastră.
- Fiți pro-activi și influențați știrile, asumându-vă un rol activ în crearea lor.
- Colectați toate ziarurile locale și revistele relevante pentru domeniul dumneavoastră de activitate și păstrați într-un dosar articolele legate de subiectul dumneavoastră.
- Realizați o bază de date care să conțină numele și datele de contact ale jurnaliștilor ce scriu despre subiectele dumneavoastră. Urmăriți frecvența cu care acești jurnaliști tratează aceste subiecte, precum și atitudinea lor pozitivă/negativă/neutră.
- Timpul este unul din elementele cele mai importante atunci când este vorba de relaționarea cu media. Informațiile pe care le trimiteți jurnaliștilor trebuie să aibă substanță și să fie „proaspete”, de ultimă oră. Știrile trebuie, de asemenea, să conțină elementul uman, pe care cititorii să-l considere interesant, și cu care se pot relaționa. Reporterii scriu despre „povești bune”, plasându-le întotdeauna într-un context specific, cu amprentă locală. Așa dar, rețineți-le atenția plasându-vă mesajul sau informația în contextul local.

#### Alegeți instrumentul potrivit

3) Pentru a realiza o comunicare eficientă cu presa, trebuie să alegeți instrumentul potrivit. Câteva dintre aceste instrumente sunt: interviurile, comunicatele de presă, informații de presă și scrisori adresate editorilor, comunicate de presă video, anunțuri de interes public, tipărituri publicitare, campanii cu fluturași, conferințe de presă și evenimente. În selectarea celui mai adecvat instrument trebuie luate în considerare, în primul rând, natura mesajului pe care îl transmiteți, caracterul de urgență al mesajului, valoarea de știre, constrângerile financiare și caracteristicile publicului-țintă.

4) Dar când aveți atât de multe moduri de abordare a jurnaliștilor, trebuie să alegeți și să combinați mai multe tactici și să fiți creativi în încercarea de a ajunge la public. În funcție de publicul-țintă pe care-l aveți în vedere și totodată, în funcție de bugetul pe care îl aveți la dispoziție, poate fi organizat un eveniment, într-un format special. În cazul în care dispuneți de un buget mai mic, selectați cu atenție publicațiile prin intermediul cărora informațiile vor ajunge la publicul-țintă. Pe lângă mesajul central, furnizați informații suplimentare și oferiți-le astfel jurnaliștilor date pentru a putea dezvolta o poveste/un subiect.

5) Veniți în ajutorul lor punându-le la dispoziție fotografii, fișe de prezentare, informații biografice și de contact ale experților dintr-un anumit domeniu sau adrese de website-uri relevante. Este deosebit de util pentru jurnaliști dacă informația poate fi accesibilă online sau are un contact/adresă de e-mail pentru mai multe detalii. De asemenea, informații din cercetări colaterale sunt foarte utile jurnaliștilor.

6) Pentru știrile de televiziune este recomandat să puneți la dispoziție înregistrarea video în format Beta, în plus față de resursele deja menționate.

7) Practica a stabilit câteva reguli nescrise în gestionarea relației cu mass-media. Pentru a juca bine „jocul” cu mass-media trebuie să respectați aceste reguli, dacă vreți ca la rândul ei, mass-media să te respecte. Unele dintre regulile de bază sunt:

- Când trimiteți informația către mass-media, precizați dacă ea este destinată difuzării imediate sau dacă se impune un embargo până la o anumită dată și oră.

- Dacă introduceți un citat din surse neoficiale în textul comunicatului, obțineți în prealabil permisiunea de la sursă, înainte de difuzare.
- Informațiile de presă trebuie să conțină doar detaliile de bază (cine, ce, unde, când, de ce și cum).
- Răspundeți cu promptitudine solicitărilor jurnaliștilor și apelurilor acestora.
- Nu ignorați o întrebare din partea jurnaliștilor.
- Nu promiteți exclusivitate nimănui, decât dacă intenționați să o și acordați.
- Nu-i tratați pe jurnaliști ca și cum ar fi dușmanii Dvs. – dacă este cazul să îi contraziceți, faceți acest lucru ferm și din convingere profesională.

8) Jurnaliștii au și ei termenele lor limită. Atunci când un jurnalist caută o informație, dorește să o obțină cât mai repede, uneori pentru un articol sau un program din ziua următoare. Prin urmare, nu lăsați nici o întrebare fără răspuns, fiți mereu disponibili.

### 3.1 Acordarea interviului

1) Interviul ține de stilul publicistic care informează și elucidează, prin intermediul unui dialog. Se recomandă exersarea unei maniere de exprimare bazată pe conversație:

- Vorbiți clar și concis.
- Pregătiți-vă o listă scurtă cu 2-3 subiecte-cheie ale discursului, într-o ordine logică. Nu abordați multe subiecte în același interviu, pentru că veți pierde audiența, iar ideile pe care vreți să le transmiteți publicului, vor fi și ele pierdute.
- La interviurile în direct/inregistrate la radio sau televiziune, atunci când trebuie să vorbiți despre un anumit subiect, informați-vă mai întâi cine sunt ceilalți invitați. Este foarte important să știți dacă ei vor fi de aceeași părere cu dumneavoastră sau împotriva.
- Sprijiniți-vă discursul cu informații mai generale, de context. Deoarece jurnaliștii se pot muta de la un departament la altul, sau de la o publicație la alta. Există posibilitatea să întâlniți jurnaliști care au nevoie de acest tip de informații.
- Anticipați întrebările și nevoile de informații ale jurnaliștilor.
- Încercați să oferiți răspunsuri explicative și simple pentru cetățeanul obișnuit deoarece acesta este punctul de referință pentru majoritatea reporterilor.
- Fiți prietenoși și sinceri. Nu evitați întrebările și nu divagați de la răspuns; răspundeți în propoziții scurte, cât de direct și de sincer posibil, neutilizând jargoane.
- Tonul vocii trebuie să fie convingător. Din nou, exersați pentru a nu părea nesiguri.
- Nu utilizați expresia „fără comentarii” – dă impresia de aroganță și ostilitate. Nu e obligatoriu să răspundeți la orice întrebare însă puteți să admiteți fi e că nu sunteți sursa de informare potrivită pentru acea întrebare, și să-i direcționați către cel care are informația, fie oferiți-vă să reveniți cu informația imediat după interviu.
- Încercați să fiți memorabili dând citate adaptate la context sau din context local (acestea sunt cele mai eficiente).
- Nu prelungiți interviul. Țelul dumneavoastră final este transmiterea mesajului așa cum l-ați pregătit și nu estomparea lui prin discuții îndelungate cu reporterii.
- Limbajul corpului și ținuta, precum și tonul vocii contează foarte mult, mai ales la televizor; felul în care arătați și cum vorbiți este crucial;
- La interviuri televizate sau spectacole, fiți atenți la ținuta dumneavoastră; fiți încrezător/- oare și transmiteți acest lucru printr-o poziție dreaptă a corpului.

### 3.2 Conferințele de presă

1) Conferințele de presă sunt organizate pentru a marca un eveniment important și pentru a permite jurnaliștilor să fie primii care primesc informații despre un anumit subiect. O conferință de presă oferă organizatorului oportunitatea de a informa jurnaliștii despre un subiect anume. Astfel, jurnaliștii procesează mult mai ușor informația primită.

2) O conferință de presă reușită necesită mobilizarea unor resurse substanțiale. Pentru ca la conferință să participe 10 jurnaliști, de obicei trebuie invitați în jur de 20. O pregătire minuțioasă a unei conferințe durează între 4 și 8 zile de lucru intens, la acestea adăugându-se prezența la eveniment și monitorizarea rezultatelor.

3) Este extrem de important să se organizeze conferințe de presă doar pentru evenimentele importante și să nu se abuzeze de această metodă doar pentru anunțarea unor detalii.

Iată câteva observații care necesită atenție deosebită:

#### **Invitațiile:**

- Invitațiile trebuie trimise cu două-trei săptămâni înainte de conferință.

#### **Data:**

- Planificarea datei unei conferințe de presă presupune verificarea datelor celorlalte evenimente anunțate pentru perioada respectivă, pentru a se asigura interesul maxim al jurnaliștilor invitați.

#### **Locația:**

- Se alege o locație centrală și accesibilă. Se poate atașa invitației și o hartă și se fac aranjamente pentru parcare.

#### **Primirea:**

- Se amenajează un birou de înregistrare la intrarea în sala de conferință.
- Jurnaliștii vor fi rugați să ofere datele lor de contact, care vor fi ulterior incluse în fișierele de presă.
- Pregătiți pentru jurnaliști o mapă de presă conținând discursurile vorbitorilor, comunicatul de presă, precum și orice alte informații ajutătoare pentru eveniment.
- Plasați-i pe cei care țin discursuri unul lângă altul, astfel încât să poată intra toți în cadrul unei fotografii și amplasați în spatele prezidiului afișe sau bannere cu subiectul conferinței. Astfel, fotografiile și materialul filmat de reporteri va purta marca evenimentului.
- Asigurați apă și cafea celor prezenți. Pentru vorbitori este recomandată apa plată.

#### **Introducerea:**

- Este important ca la conferința de presă să existe un moderator, care le va ura bun venit tuturor celor prezenți și-i va prezenta reporterilor pe membrii prezidiului. De asemenea, în decursul conferinței, moderatorul poate da microfonul și direcționa întrebările reporterilor către persoana care poate oferi răspunsul.

#### **Briefing:**

- Trebuie să existe un purtător de cuvânt principal care va conduce conferința și care va răspunde la toate întrebările. Înaintea evenimentului, purtătorul de cuvânt trebuie informat în detaliu despre toate subiectele din agendă și pregătit pentru posibilele întrebări ale jurnaliștilor.
- Amintiți-vă că discursul fiecărui vorbitor nu trebuie să depășească 10-15 minute. După ce discursurile s-au încheiat, deschideți sesiunea de întrebări. Aceasta nu trebuie să fie mai lungă de 20 minute.

#### **De-briefing:**

- După conferință, organizatorii, inclusiv purtătorul de cuvânt, vor lua parte la o întâlnire în cadrul căreia se trag concluziile despre desfășurarea evenimentului, cu scopul de a analiza unde-dacă este cazul unor îmbunătățiri, pentru evenimentele viitoare.

#### **Menținerea relației cu presa**

- Conferința de presă trebuie să asigure inițiatorului stabilirea unor contacte directe și de încredere cu reprezentanții mass-media. Aceste contacte vor permite ulterior menținerea interesului și a curiozității jurnaliștilor.
- Nu întotdeauna există un eveniment major, dar acest lucru nu trebuie să împiedice pregătirea terenului. Astfel, în momentul în care apare ceva important, jurnaliștii vor fi pregătiți să vorbească despre el, datorită fluxului continuu de informații pe care le primesc.

#### Diferite formate de evenimente

- Conferințele de presă pot avea diferite formate. În funcție de situație, pot fi planificate cu mult timp în avans sau organizate în ultimul moment. Pot fi adresate tuturor jurnaliștilor, unui grup-țintă restrâns, în funcție de subiectul abordat sau de zona geografică sau pot fi rezervate pentru un cerc limitat de jurnaliști, considerați ca lideri de opinie.
- Conferințele de presă se țin de obicei în prima parte a zilei, într-un spațiu fix. De asemenea, pot avea loc dimineața devreme (conferința de mic-dejun) sau la amiază (conferința de prânz).
- Alte evenimente de presă pot dura o jumătate de zi sau chiar o zi întreagă (de reținut că timpul jurnaliștilor este prețios): de exemplu, o vizită a jurnaliștilor pentru a vedea proiectele încheiate.
- Mai multe elemente pot fi combinate, cum ar fi o excursie pe teren urmată de conferința de presă la prânz.

### 3.3 Comunicatele de presă

1) Comunicatele de presă sunt unul dintre cele mai facile și utile instrumentele prin care câștigați interesul jurnaliștilor:

- Fiți atenți la titlul comunicatului de presă, este importantă folosirea de cuvinte care atrag atenția. Încercați să folosiți nu mai mult de un singur rând pentru titlu.
- Titlul comunicatului trebuie să fie captivant și original: un titlu bun îl convinge pe receptor să îl și citească.
- Primul paragraf al comunicatului trebuie să conțină toate informațiile importante: mesajul principal care trebuie transmis împreună cu cea mai importantă parte a subiectului.
- Citatele trebuie să fie atribuite clar persoanei căreia îi aparțin: se folosește un citat în primul paragraf sau în cel de-al doilea pentru a “atrage” atenția cititorului.
- Folosiți un limbaj simplu și clar.
- Comunicatul este redactat folosind spațierea la două rânduri și margini late pentru a permite jurnaliștilor să își facă propriile adnotări.
- Uneori e necesară adăugarea unor informații suplimentare la sfârșitul comunicatului.
- Data și ora comunicatului sunt obligatorii.
- Numele și datele de contact ale purtătorului de cuvânt trebuie menționate obligatoriu, pentru cazul în care un jurnalist are nevoie de informații suplimentare.
- Nu includeți opiniile personale în comunicatul de presă, nu utilizați cuvinte ca “foarte bine”, “extrem de important” etc.
- Fiți obiectivi.
- Distribuirea comunicatelor se face prin fax sau prin e-mail.

### 3.4 Organizarea conferințelor, seminarelor, târgurilor.

1) Conferințele, seminarele și târgurile pot fi folosite pentru a furniza informații generale despre conținutul și obiectivele politicilor de dezvoltare regională și locală despre oportunitățile de finanțare din FNDRL.

2) Principalele obiective:

- furnizarea de informații despre rezultatele preconizate ca urmare a implementării programului/proiectului;

- prezentarea de informații specifice despre licitațiile de proiecte lansate sau aflate în stadiu de pregătire, despre regulile referitoare la pregătirea cererilor de finanțare și la selecția proiectelor, pentru beneficiarii potențiali, camere de comerț, asociații profesionale, mass-media.

3) Conferințele și seminarele trebuie special concepute pentru un anumit grup-țintă, iar această decizie va influența conținutul și forma evenimentului. Este relevantă implicarea unor beneficiari care pot prezenta problemele pe care le-au întâmpinat în procesul de pregătire și implementare a proiectelor lor, permițând transferul de experiență către potențialii beneficiari.

4) La seminare trebuie invitați și reprezentanți ai organismelor de implementare care pot răspunde pe loc la întrebările puse de participanți. Prin organizarea acestor tipuri de evenimente un număr mare de potențiali solicitanți își pot rezolva problemele fără să mai apeleze individual la consultanță.

5) Seminare sau atelierele de lucru sunt cea mai bună alegere când trebuie transmise mesaje specifice către un grup mai mic și/sau mai specializat. Sunt în mod deosebit recomandate pentru procesele de învățare activă în grup.

6) Întâlnirile față-în-față sunt folosite atunci când trebuie să se lucreze intens, într-un interval de timp limitat și pe teme foarte specifice. Acestea pot viza oferirea de consultanță pentru solicitanți în vederea completării cererii de finanțare. Contactul direct este recomandat la fazele de început ale elaborării proiectului. În multe cazuri, este contactată direct persoana/unitatea responsabilă de un anumit aspect al programului, prin telefon, vizită, scrisoare sau e-mail.

7) Ce asigură succesul unui eveniment:

- Are scopuri clare și un public-țintă clar delimitat;
- Este organizat astfel încât să maximizeze participarea și impactul;
- Implică audiența;
- Nu neglijează activitățile post-eveniment (materialele conferinței, follow-up);
- Este evaluat (sunt monitorizate reacțiile generate de eveniment și se trag concluzii care pot fi utile pentru organizarea evenimentelor viitoare).

## IV. MEDII ELECTRONICE DE STOCARE ȘI VIZUALIZARE

### 4.1 Fotografii

#### 1) Selectarea fotografiilor:

- Se vor alege fotografiile care ilustrează cel mai bine proiectul.
- Asigurați-vă că persoana care redactează conținutul și cea care alege fotografiile sunt de acord asupra imaginilor care vor ilustra cel mai bine proiectul.
- Comunicați fotografului ce tip de fotografii doriți.
- Fotografiile trebuie să aibă o legătură evidentă cu proiectul.
- Subiectul/subiecții din fotografie trebuie să ilustreze spiritul proiectului, să reprezinte o persoană importantă implicată în proiect sau care vizitează locația proiectului.
- Fotografiile trebuie să cuprindă reprezentări ale unor persoane.
- Este preferabil să fie fotografii ale feței și/sau ale bustului, mai puțin ale întregului corp. Persoanele trebuie să aibă un aspect plăcut și să nu fie fotografiate cu ochii închiși.
- O fotografie bună trebuie să conțină între una și trei persoane, iar încadrarea prim-planului trebuie făcută în consecință. Când se fotografiază o strângere de mână, se va evita distanța mare între persoane (de exemplu, o masă aflată între cei doi).
- Fundalul fotografiei trebuie să fie întotdeauna interesant, pertinent și atractiv.
- O fotografie care reprezintă o activitate e preferabilă uneia statică.
- Când fotografiați persoane care muncesc, asigurați-vă că se concentrează asupra lucrului, și nu sunt preocupați să privească în sus sau să zâmbescă spre aparatul de fotografiat. Prindeți-i din profil sau pe 3/4 din față.
- Faceți fotografii „înainte și după”, care să ilustreze istoria proiectului, ca și fotografiile ale evenimentelor speciale (lansări, deschideri, demonstrații, serate etc.)

### 4.2 Site-urii

1) Un website a devenit un instrument esențial al oricărei strategii de comunicare, iar acesta trebuie promovat pe toate materialele pentru presă, broșuri, fluturași, precum și pe alte materiale create pentru public. În site-ul web al beneficiarului, acesta va realiza o secțiune dedicată proiectului, unde va reflecta informația despre procesul și dinamica implementării proiectului.

#### 2) Iată câteva reguli care asigură eficiența unui site:

- Să aibă un conținut foarte bine structurat care să permită vizitatorilor accesul cât mai rapid la informații.
- Să poată fi dezvoltat și extins – spre deosebire de o publicație, un website oferă oportunități nelimitate de actualizare și completare a conținutului.
- Succesul său depinde de:
  - frecvența cu care este actualizat;
  - nivelul de accesibilitate, mai ales pentru utilizatorii care dispun de conexiuni slabe la Internet și de calculatoare depășite din punct de vedere tehnic.

### 4.3 Social media

Pe conturile beneficiarului de pe diverse rețele sociale, postările trebuie să respecte:

- Textul postării nu va depăși 3 paragrafe. În primul paragraf va fi indicat cel mai important aspect al informației.



*Ex: „ Locuitorii satului Răspopeni, raionul Șoldănești, sunt tot mai aproape de a avea apă la robinete”. Tot în acest paragraf indicăm titlul proiectului și al programului, precum și valoarea alocată din FNDRL și după caz a Cofinanțatorului.*

- În următorul paragraf vor fi relatate faptele și acțiunile care descriu situația prezentă cu privire la implementarea proiectului.
- În cel de-al treilea paragraf se va scrie informație de reactualizare.

*De exemplu: „ Amintim că, lucrările de extindere/construcție a apeductului în localitate au demarat în luna octombrie 2022 și vor fi finalizate în luna august 2023.*

- Textul trebuie să fie „aerisit”, prin plasarea la începutul paragrafului a emoticoanelor reprezentative textului.
- La final de text, trebuie să indicăm cu hashtag: #GuvernulRepubliciiMoldova, #MIDR, #Apădecalitate, #FNDRL, #ONDRL
- Un link către site-ul web al ONDRL.
- Logo-urile trebuie să apară atât pe postările de conturile oficiale ale beneficiarului cât și pe conturile dedicate proiectului, dacă se decide crearea unor astfel de conturi dedicate. Iar textul și link-ul vor fi publicate atât în secțiunile menționate mai sus cât și la finalul fiecărei postări.
- Dimensiunea logo-urilor pe poze și / sau filmări va fi de maximum 20% din suprafața materialului.

## V. DISPOZITIVE PUBLICITARE DE VIZUALIZARE

### 5.1 Previziuni generale

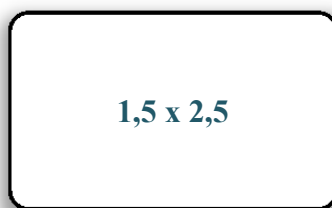
1) În conformitate cu obligațiile asumate prin contractele de finanțare, autoritățile publice locale beneficiare de finanțare au angajamente de a asigura vizibilitatea clară a proiectului finanțat și de a informa comunitatea locală despre obiectivele proiectului, părțile antrenate în implementare, rezultatele atinse, instrumentele și sursele de finanțare.

2) Pentru afișarea în localități a elementelor de informare și vizibilitate a proiectelor de dezvoltare locală, pot fi utilizate următoarele tipuri de dispozitive publicitare:

- panouri informative;
- plăci informative;
- autocolante informative.

3) Pentru ași atinge scopul de vizibilitate maximă, dispozitivele publicitare urmează a fi expuse în mod corect și menținute, atât pe perioada de implementare, cât și pe perioada post-implementare, reglementată prin contractele de finanțare (de regulă 3 ani după implementare).

4) În scop de optimizare a cheltuielilor pentru elaborarea machetelor dispozitivelor publicitare, se va menține următorul raport al dimensiunilor pentru confecționarea panourilor, plăcilor și autocolantelor informative:



5) Dimensiunile recomandate ale dispozitivelor publicitare:

Dispozitive publicitare	Varianta	Înălțime	Lățime
Panou informativ	var. D-1	1,5 m	2,5 m
	var. D-2	0,9 m	1,5 m
Placă informativă	var. D-3	45 cm	75 cm
	var. D-4	27 cm	45 cm
Autocolant informativ	var. D-5	15 cm	25 cm
	var. D-6	9 cm	15 cm
	var. D-7	5,5 cm	9 cm

6) Varianta optimă de dimensionare a dispozitivelor publicitare, se determină pentru fiecare caz în parte, în modul în care informațiile afișate să fie vizibile de la distanță, textul să fie suficient de lizibil, iar cei care sunt în trecere să poată să înțeleagă natura proiectului.

7) În cazul în care proiectul este implementat în mai multe locații, dispozitivele publicitare vor fi amplasate în fiecare din localitățile vizate în proiect.

8) În funcție de perioada de expunere a dispozitivelor publicitare, acestea pot distinge ca dispozitive temporare și dispozitive permanente:

Dispozitive publicitare	Afișare temporară (pentru lucrările de construcție)	Afișare permanentă (pentru toate proiectele implementate)
Panou informativ	●	●
Placă informativă		●
Autocolant informativ		●

9) Dispozitivele publicitare vor fi confecționate din materiale rezistente la intemperii. În cazul în care dispozitivele publicitare degradează (condiții meteo, vandalism etc.), astfel încât nu se mai permite vizualizarea corectă a informațiilor, beneficiarul va asigura reînnoirea (înlocuirea) acestora, în termen maxim de 10 zile calendaristice.

10) Dispozitivele publicitare vor fi amplasate în apropiere de locația proiectului sau imediata vecinătate a spațiului în care se implementează proiectul și trebuie să fie suficient de mari, astfel încât să se asigure vizibilitatea optimă din toate punctele de acces public.

11) Amplasamentul dispozitivelor publicitare urmează a fi selectat în modul în care să nu fie obturată sau îngreunată vizualizarea informațiilor de către alte elemente stradale sau naturale.

12) De rând cu plasarea dispozitivelor publicitare la obiectele, la care s-au efectuat investițiile în cadrul proiectelor, beneficiarii vor asigura afișarea și menținerea în incinta primărilor, în locuri ușor vizibile, plăci informaționale permanente despre proiect, dimensionate în varianta D-3 (45 x 75 cm), folosind sistemul de fixare F-2 pe suprafață rigidă (perete), cu distanțiere.

## 5.2 Dispozitive publicitare pentru afișare temporară

1) În calitate de dispozitiv publicitar pentru afișare temporară se utilizează articolele executate sub formă de panouri informative.

### 5.2.1 Panou informativ temporar

1) Cerințele specifice privind amplasarea și conținutul panoului informativ temporar sunt reglementate prin actul normativ în construcții NCM A.08.01:2016/A1:2022 „Organizarea construcțiilor”, anexa A<sup>1</sup> – „Șantierul de construcție, executate din sursele bugetare și sursele externe ale partenerilor de dezvoltare”.

2) Panourile informative temporare se expun la proiectele, care cad sub incidența uneia din următoarele condiții:

- organizarea de șantier în cadrul proiectului este impusă prin lege, conform tipologiei intervențiilor (demolare, construcție, reconstrucție, renovare, restaurare, consolidare), indiferent de suma alocațiilor aprobate din Fond;
- însuși, dacă tipologia intervențiilor nu impune prin lege organizarea de șantier, dar valoarea alocațiilor financiare aprobate din Fond depășește suma de 3 milioane lei.

3) Sunt scutite de necesitatea instalării panourilor informative temporare, proiectele care cad sub incidența uneia din următoarele condiții:

- tipologia intervențiilor în cadrul proiectului se rezumă doar în dotarea separată cu echipamente, utilaje și mobilier a instituțiilor publice și nu implică executarea lucrărilor de demolare, construcție, reconstrucție, renovare, restaurare, consolidare, indiferent de suma alocațiilor aprobate din Fond;
- tipologia intervențiilor în cadrul proiectului se rezumă doar în prestarea serviciilor de elaborare a planurilor urbanistice generale, indiferent de suma alocațiilor aprobate din Fond;

4) În raport cu măsurile de intervenție, specificate în Regulamentul privind gestionarea Fondului (Hotărârea Guvernului nr. 152/2022, Anexa nr.3), panourile informative temporare se vor instala în cadrul următoarelor măsuri de intervenție, pentru următoarele tipologii:

---

#### La măsura de intervenție M-1.1:

Construcția/extinderea/reabilitarea/ modernizarea sistemelor de alimentare cu apă, de epurare a apei și de canalizare, destinate obiectivelor publice de interes local

- construcția sistemelor interne de aprovizionare cu apă;
- construcția stațiilor de tratare;
- construcția altor componente ale sistemelor de aprovizionare cu apă la nivel local;
- construcția sistemelor interne de canalizare;
- construcția stațiilor de epurare.

---

#### La măsura de intervenție M-1.2:

Instalarea iluminatului public

- construcția/extinderea rețelelor de luminat stradal.

---

#### La măsura de intervenție M-2.1:

Construcția, renovarea/reabilitarea clădirilor publice, inclusiv prin măsuri de îmbunătățire a eficienței energetice (creșterea performanței energetice) a clădirilor publice

- construcția/reconstrucția instituțiilor educaționale;
- construcția/reconstrucția clădirilor administrative;
- construcția/reconstrucția clădirilor instituțiilor de sănătate.

---

#### La măsura de intervenție M-2.2:

Instalarea sistemelor de producere și furnizare a energiei folosind resurse regenerabile

- echiparea clădirilor administrative, de învățământ și de sănătate cu sisteme fotovoltaice;
- construcția centralelor/parcurilor fotovoltaice;
- construcția centralelor electrice solare;
- construcția centralelor electrice eoliene;
- construcția centralelor electrice în cogenerare pe biogaz.

---

#### La măsura de intervenție M-2.3:

Construcția, reconstrucția edificiilor sportive, inclusiv a edificiilor destinate dezvoltării serviciilor sociale destinate populației din grupurile social vulnerabile (centre de îngrijire pentru copii, persoane în etate și persoane cu necesități speciale), inclusiv a infrastructurii medicale

- construcția și reconstrucția edificiilor sportive, inclusiv terenuri de sport, terenuri de joacă pentru copii etc;
- înființarea și amenajarea zonelor de agrement în conformitate cu Legea nr. 591/1999 cu privire la spațiile verzi ale localităților urbane și rurale (parcuri, locuri de joacă pentru copii, terenuri de sport, piste pentru bicicliști);
- construcția/reconstrucția clădirilor destinate centrelor de îngrijire pentru persoanele cu necesități speciale;
- construcția/reconstrucția centrelor/azilelor pentru bătrâni;
- construcția/reconstrucția centrelor de plasament pentru mamele aflate în dificultate;
- construcția/reconstrucția clădirilor destinate prestării serviciilor medicale.

---

#### La măsura de intervenție M-2.4:

Restaurarea / reabilitarea / reconstituirea / conservarea monumentelor / structurilor istorice specifice pentru arhitectura rurală tradițională într-o anumită zonă, destinate unor scopuri publice, inclusiv monumente de for public

- construcția/reconstrucția și dotarea instituțiilor culturale (case de cultură, muzee etc.);
- construcția/reconstrucția/reconstituirea obiectelor indivi-duale sau ansamblurilor de arhitectură rurală cu interes istoric sau etno-antropologic ca dovadă a economiei rurale tradiționale, opere ale arhitecturii peisajere și ale artei grădini-scururi, grădini, parcuri):
  - (i) situri construite – centre istorice ale localităților sau fragmente/zone de structură rurală istorică;
  - (ii) peisaje culturale și naturale rurale și situri naturale și culturale de înaltă valoare;
  - (iii) locuri ale memoriei istorice culturale (locuri legate de evenimente istorice sau culturale semnificative, de viața unor personalități remarcabile), inclusiv aspecte socio-economice aferente;
  - (iv) muzee rurale (clădiri și obiecte de expoziție cu valoare istorică,

naturală, etnografică, educațională, documentară, care reprezintă localitatea rurală respectivă), precum și grădini zoologice și botanice;

- restaurarea/reabilitarea/reconstituirea/conservarea monumentelor/structurilor istorice specifice pentru arhitectura rurală tradițională într-o anumită zonă, destinate unor scopuri publice, inclusiv monumente de for public (crame vechi, mori, conace boierești) cu accent pe dezvoltarea turismului rural.

#### La măsura de intervenție M-3.1:

Cofinanțarea proiectelor implementate din sursele externe

- intervenții similare măsurilor M-1.1, M-1,2, M-2,1, M-2.2, M-2.3 și M-2.4.

5) Pentru asigurarea vizibilității clare a șantierului, panoul informativ temporar va conține următoarea informație:

În caseta-antet, cu însemnele grafice și informațiile textuale obligatorii:

- sigla Guvernului Republicii Moldova;
- denumirea și logo-ul (dacă există) a Programului;
- denumirea și logo-ul entității/unității responsabile de implementarea Programului.

În caseta-conținut:

- denumirea obiectului (titlul proiectului);
- localizarea obiectului, adresa;
- imagine grafică generală a obiectului (după caz: perspectiva proiectată, fotografia machetei, fațada reprezentativă a obiectului, schema de trasare pentru rețelele tehnico-edilitare etc.);
- numărul și data eliberării autorizației de construire/desființare, denumirea emitentului;
- date despre beneficiar, denumire, siglă (dacă există);
- sursa de finanțare, denumirea și logo-ul (dacă există);
- valoarea investiției;
- date privind antreprenorul general (antreprenorul);
- date privind dirigintele/diriginții de șantier, numele, prenumele, numărul de telefon, numărul și termenul de valabilitate a certificatelor de atestare;
- date privind responsabilul tehnic, numele, prenumele, numărul de telefon, numărul și termenul de valabilitate a certificatelor de atestare;
- date privind proiectantul, denumirea întreprinderii de proiectare, numele, prenumele arhitectului șef de proiect și ale inginerului șef de proiect, numerele de telefon, numărul și termenul de valabilitate a certificatelor de atestare;
- termenul de execuție a construcției și a etapelor de construcție (după caz), data începerii și finalizării lucrărilor de construcții;
- viitoarea performanță energetică a obiectului;
- pe lângă elementele de informare minime obligatorii, beneficiarii (după caz) pot adăuga sub titlul proiectului titlul contractului de lucrări / denumirea investiției.

6) Caseta-subsol nu se va insera pe panoul temporar, deoarece informația privind sursa de finanțare se regăsește în caseta-conținut.

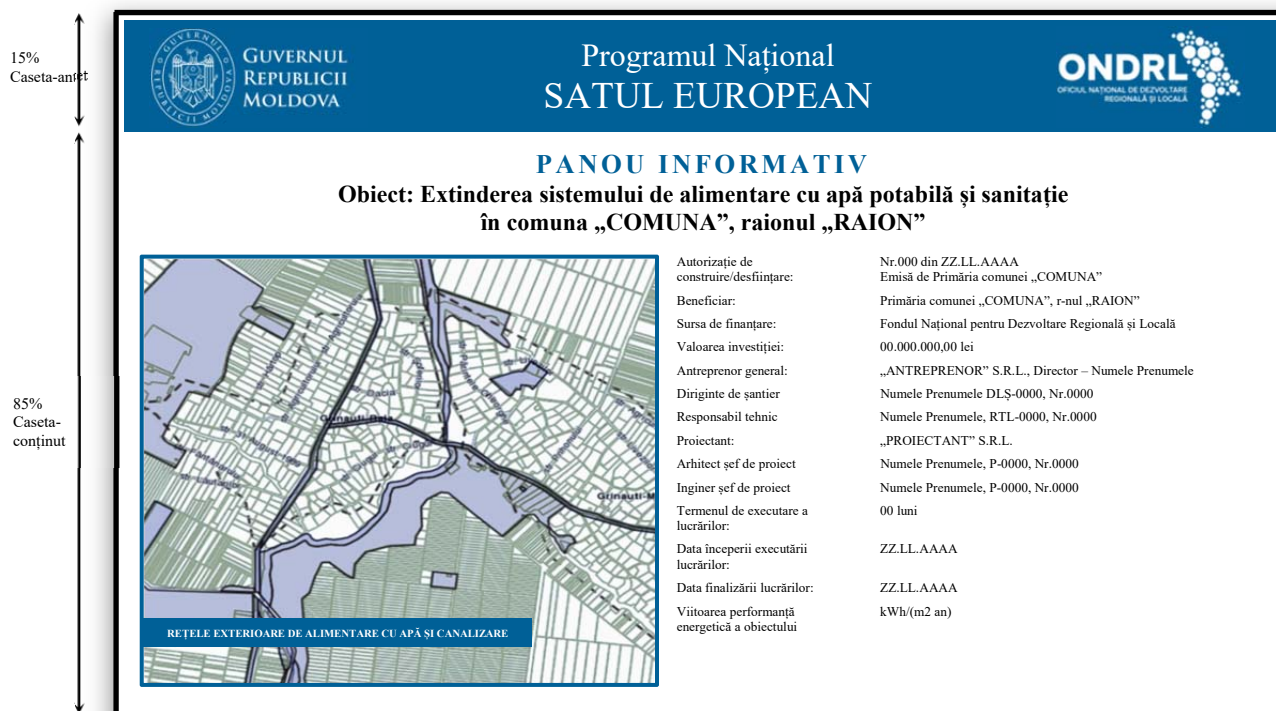


Figura 2: Modelul panoului informativ temporar

7) Specificațiile tehnice ale panoului informativ temporar:

Dimensiunea panoului:	▪ var. D-1: înălțime - 1,5 m, lățime - 2,5 m;
Marginea de siguranță:	▪ 5 cm între limita exterioara a panoului și elemente de conținut ale acestuia;
Înălțimea de afișare:	▪ marginea de jos la 1,5 m, față de nivelul solului;
Cadrul de suport:	▪ rigid, din profil cel puțin 15 x 15 mm, metalic cu prelucrare anticorozivă, zincat sau aluminiu;
Pânza panoului:	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ var. P-1: imprimare în policromie (color) pe autocolant, laminat mat, rezistent UV, lipit prin aplicare adezivă pe placă din TD-Bond compozit, din 3 straturi, 3 mm, fixat cu autofiletante pe cadru de suport;</li> <li>▪ var. P-2: imprimare în policromie (color) pe plastic PVC, 8 mm, rezistent UV, fixat cu autofiletante pe cadru de suport;</li> <li>▪ var. P-3: imprimare în policromie (color) pe banner publicitar Frontlit, 440 gr/mp, cu finisare TIV, rezistent UV și vânt, tensionat cu capse pe cadru de suport;</li> </ul>
Sistemul de sprijin (portant):	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ var. F-1: prin fixarea cadrului de suport pe piloni;</li> <li>▪ var. F-2: prin fixarea cadrului de suport pe o suprafață rigidă (perete, poartă, gard etc.), cu distanțiere (se va evita fixarea pânzei panoului direct pe perete, poartă, gard etc., fără utilizarea cadrului de suport).</li> </ul>

8) Panoul informativ temporar urmează să fie afișat la un loc vizibil, la intrarea principală pe șantierul de construcție.

9) În cazul proiectelor, care se referă la construcția, extinderea sau reabilitarea infrastructurii tehnico-edilitare (rețele de apeduct și canalizare), precum și rețelilor de iluminat public stradal, vor fi amplasate minim 2 panouri informative temporare, astfel încât să fie marcată clar zona (stradă, cartier etc.) în care se desfășoară investiția.

10) Lipsa panourilor informative temporar pe perioada de implementare a proiectelor se va rezuma în sistarea debursărilor financiare aprobate din Fond, până la eliminarea deficiențelor constatate, prin instalarea, restabilirea sau reînnoirea acestor panouri.

### 5.3 Dispozitive publicitare pentru afișare permanentă

#### 5.3.1 Recomandări de poziționare a dispozitivelor publicitare pentru afișare permanentă

1) Dispozitivele publicitare pentru afișare permanentă (panouri, plăci și autocolante) au menirea să asigure informarea și vizibilitatea proiectelor deja implementate.

2) Dispozitivele publicitare permanente se instalează, fără excepție, la toate tipurile de proiecte, după finalizarea lucrărilor prevăzute de proiect (indiferent de faptul dacă a fost scutit de panou informativ temporar pe perioada de implementare) și se mențin pe toată perioada post-implementare, stabilită prin contractul de finanțare a proiectului privind asigurarea durabilității investiției (3 ani).

3) Acțiunile aferente producerii, plasării și menținerii dispozitivelor publicitare permanente trebuie să se regăsească ca punct distinct (ca activitate) în planurile de asigurare a durabilității proiectelor.

4) La modul practic, dispozitivele publicitare permanente urmează să înlocuiască panourile informative temporare, menținute pe perioada de implementare a proiectelor.

5) Termenul maxim admisibil pentru producerea (înlocuirea) și plasarea dispozitivelor publicitare permanente constituie 30 de zile calendaristice de la data aprobării a actului de constatare a costurilor investiționale formate în cadrul proiectului, conform procedurii stabilite de transmitere a costurilor prin Hotărârea Guvernului nr. 1235/2016.

6) În conformitate cu prevederile Regulamentului privind gestionarea Fondului (Hotărârea Guvernului nr. 152/2022, Anexa nr.3), lipsa dispozitivelor publicitare pentru afișare permanentă, ca instrument de asigurare a durabilității proiectelor implementate, se va rezuma în retragerea eligibilității autorității publice locale de a participa la alte concursuri pentru finanțare din Fond.

#### **Marcarea cu dispozitive publicitare a sistemelor de alimentare cu apă și canalizare:**

8) Pentru proiectele, care se referă la construcția/extinderea/reabilitarea/modernizarea sistemelor de alimentare cu apă și canalizare, destinate obiectivelor publice de interes local, dispozitivele publicitare permanente trebuie să satisfacă următoarele cerințe minime:

- panourile informative permanente se instalează în schimbul panourilor temporare retrase, astfel încât să fie marcată clar zona (stradă, cartier etc.) în care s-a efectuat investiția în rețelele tehnico-edilitare;
- se vor evita situațiile, în care panourile temporare sunt retrase, iar panourile permanente nu sunt instalate, această operațiune se va face instantaneu;
- varianta de dimensionare a panourilor informative permanente – implicit la dimensiunile panourilor temporare retrase, în varianta de dimensionare D-1 (1,5 x 2,5 m), prin înlocuirea pânzei pe cadrul de suport existent;
- totodată, dacă valoarea alocațiilor financiare din Fond nu depășește suma de 3 milioane lei, panourile informative permanente pot fi dimensionate în varianta D-2 (0,9 x 1,5 m), cu condiția că nu se afectează capacitatea de vizibilitate a panourilor, iar informațiile prezentate sunt suficient de lizibile de la distanță;
- pe panourile informative, în caseta-conținut, de rând cu informația textuală, trebuie să fie înserată și imaginea cu schema efectiv-executată a rețelelor tehnico-edilitare;
- dacă în cadrul proiectului de construcție/extindere/reabilitare/modernizare a rețelelor tehnico-edilitare au fost vizate intervenții la obiecte conexe de infrastructură (ex: sonde arteziene, turnuri de apă, rezervoare, stații de captare, stații de pompare, stații de tratare, stații de epurare, stații de transformare etc.), care sunt amplasate în afara zonei (stradă, cartier etc.) marcate de panourile informative, la fiecare din aceste obiecte vizate de proiect se vor instala plăci informative, cu conținut similar panourilor informative, în varianta de dimensionare a plăcilor D-3 (45 x 75 cm) sau D-4 (27 x 45 cm), în funcție de capacitatea de asigurare a vizibilității plăcii, folosind sistemul de fixare F-2 pe suprafață rigidă (perete, poartă, gard etc.), cu distanțiere;
- pe utilajele și echipamentele cu durata de funcționare utilă (normativă) mai mare decât perioada de asigurare a durabilității de 3 ani a proiectului, instalate pentru funcționarea sondelor arteziene, turnurilor de apă, stațiilor de captare, de pompare, de tratare, de epurare etc., se vor aplica autocolante informative permanente, dimensionate în variantele D-5 (15 x 25 cm), D-6 (9 x 15 cm) sau D-7 (5,5 x 9 cm), în funcție de suprafața disponibilă pentru marcarea a utilajului/echipamentului (de regulă cel puțin 1/16 din suprafața vizibilă).

### Marcarea cu dispozitive publicitare a rețelelor publice de iluminat stradal:

9) Pentru proiectele, care se referă la construcția/extinderea rețelelor de luminat stradal, dispozitivele publicitare permanente trebuie să satisfacă următoarele cerințe minime:

- panourile informative permanente se instalează în schimbul panourilor temporare retrase, astfel încât să fie marcată clar zona (stradă, cartier etc.) în care s-a efectuat investiția în rețelele de iluminat stradal;
- se vor evita situațiile, în care panourile temporare sunt retrase, iar panourile permanente nu sunt instalate, această operațiune se va face instantaneu;
- varianta de dimensionare a panourilor informative permanente – implicit la dimensiunile panourilor temporare retrase, în varianta de dimensionare D-1 (1,5 x 2,5 m), prin înlocuirea pânzei pe cadrul de suport existent;
- totodată, dacă valoarea alocațiilor financiare din Fond nu depășește suma de 3 milioane lei, panourile informative permanente pot fi dimensionate în varianta D-2 (0,9 x 1,5 m), cu condiția că nu se afectează capacitatea de vizibilitate a panourilor, iar informațiile prezentate sunt suficient de lizibile de la distanță;
- pe panourile informative, în caseta-conținut, de rând cu informația textuală, trebuie să fie inserată și imaginea cu schema efectiv-executată a rețelelor de iluminat stradal;
- dacă în cadrul proiectului de construcție/extindere/reabilitare/modernizare a rețelelor tehnico-edilitare au fost vizate intervenții la obiecte conexe de infrastructură (ex: stații de transformare), care sunt amplasate în afara zonei (stradă, cartier etc.) marcate de panourile informative, la fiecare din aceste obiecte vizate de proiect se vor instala plăci informative, cu conținut similar panourilor informative, în varianta de dimensionare a plăcilor D-3 (45 x 75 cm) sau D-4 (27 x 45 cm), în funcție de capacitatea de asigurare a vizibilității plăcii, folosind sistemul de fixare F-2 pe suprafață rigidă (perete, poartă, gard etc.), cu distanțiere;
- pe utilajele și echipamentele cu durata de funcționare utilă (normativă) mai mare decât perioada de asigurare a durabilității de 3 ani a proiectului, instalate pentru funcționarea rețelelor de luminat stradal (ex: panouri electrice de distribuție, sisteme de control și evidență etc.), se vor aplica autocolante informative permanente, dimensionate în variantele D-5 (15 x 25 cm), D-6 (9 x 15 cm) sau D-7 (5,5 x 9 cm), în funcție de suprafața disponibilă pentru marcarea a utilajului/echipamentului (de regulă cel puțin 1/16 din suprafața vizibilă).

### Marcarea cu dispozitive publicitare a clădirilor publice:

10) Pentru proiectele, care se referă la construcția/reconstrucția/renovarea/restaurarea/reabilitarea/ modernizarea și dotarea clădirilor publice (administrative, educaționale, medicale, sociale, culturale, sportive, monumente și situri istorice, de agrement și turism rural etc.) dispozitivele publicitare permanente trebuie să satisfacă următoarele cerințe minime:

- dacă obiectivul proiectului a vizat doar intervenții în clădirea publică, fără lucrări de amenajare a spațiilor adiacente, panoul temporar al șantierului se retrage și se înlocuiește cu placă informativă permanentă, executată în varianta de dimensionare D-3 (45 x 75 cm) sau D-4 (27 x 45 cm), în funcție de capacitatea de asigurare a vizibilității plăcii, folosind sistemul de fixare F-2 cu distanțiere, afișată pe fațada clădirii, de regulă în stânga sau dreapta ușii principale sau la colțul clădirii, dacă acesta se află în preajma pasajului public;
- dacă obiectivele proiectului, de rând cu intervenții în clădirea publică au vizat intervenții și în amenajarea spațiilor de for public, adiacente clădirii (ex: lucrări de terasament, dotarea cu echipamente, mobilier urban, amenajarea terenurilor sportive, de joacă etc.) sau au vizat intervenții în mai multe clădiri dintr-un ansamblu, amplasate separat, pentru marcarea se va folosi panoul disponibilizat al șantierului, astfel încât să fie marcată clar zona în care s-a efectuat investiția, prin înlocuirea pânzei pe cadrul de suport, cu dimensionarea D-1 (1,5 x 2,5 m) sau cu confecționarea unui nou panou în varianta de dimensionare D-2 (0,9 x 1,5 m), dacă valoarea alocațiilor financiare din Fond nu depășește suma de 3 milioane lei și nu se afectează capacitatea de vizibilitate a panoului, iar informațiile prezentate sunt suficient de lizibile de la distanță;
- se vor evita situațiile, în care panourile temporare sunt retrase, iar panourile (plăcile) permanente nu sunt instalate, această operațiune se va face instantaneu;
- dacă marcarea permanentă a proiectului este efectuată prin panou informativ, în caseta-conținut a panoului, de rând cu informația textuală, trebuie să fie inserate și imaginile tuturor clădirilor vizate, iar dacă marcarea a proiectului este efectuată prin placă informativă, amplasată pe fațada clădirii, inserarea imaginii în caseta-conținut nu este oportună;
- pentru proiectele, care au vizat dotarea clădirilor publice cu utilaje, tehnică, echipamente, mobilier și alte bunuri cu durata de funcționare utilă (normativă) mai mare decât perioada de asigurare a durabilității de 3 ani a proiectului, se vor instala plăci informative, cu conținut similar panourilor informative, în varianta de dimensionare a plăcilor D-3 (45 x 75 cm) sau D-4 (27 x 45 cm) precum și autocolante informative permanente, dimensionate în variantele D-5 (15 x 25 cm), D-6 (9 x 15 cm) sau D-7 (5,5 x 9 cm), în funcție de suprafața disponibilă pentru marcarea a utilajului/echipamentului/bunului respectiv (de regulă cel puțin 1/16 din suprafața vizibilă).

### Marcarea cu dispozitive publicitare a spațiilor de for public:



11) Pentru proiectele, care se referă la construcția/reconstrucția/renovarea/restaurarea/reabilitarea/ modernizarea și dotarea spațiilor de for public (parcuri, scuaruri, terenuri și piste sportive, terenuri de joacă pentru copii, grădini zoologice și botanice, trasee și zone de structură rurală istorică și naturală etc.) dispozitivele publicitare permanente trebuie să satisfacă următoarele cerințe minime:

- pentru marcarea se va folosi panoul disponibilizat al șantierului, astfel încât să fie marcată clar zona în care s-a efectuat investiția, prin înlocuirea pânzei pe cadrul de suport, cu dimensionarea D-1 (1.5 x 2.5 m) sau cu confecționarea noului panou în varianta de dimensionare D-2 (0,9 x 1,5 m), dacă valoarea alocațiilor financiare din Fond nu depășește suma de 3 milioane lei și nu se afectează capacitatea de vizibilitate a panoului, iar informațiile prezentate sunt suficient de lizibile de la distanță;
- se vor evita situațiile, în care panourile temporare sunt retrase, iar panourile permanente nu sunt instalate, această operațiune se va face instantaneu;
- pentru proiectele, care au vizat dotarea cu utilaje, tehnică, inventar sportiv, mobilier urban și alte bunuri cu durata de funcționare utilă (normativă) mai mare decât perioada de asigurare a durabilității de 3 ani a proiectului, se vor aplica autocolante informative permanente, dimensionate în variantele D-5 (15 x 25 cm), D-6 (9 x 15 cm) sau D-7 (5,5 x 9 cm), în funcție de suprafața disponibilă pentru marcarea a utilajului/echipamentului/bunului respectiv (de regulă cel puțin 1/16 din suprafața vizibilă).

### Marcarea cu dispozitive publicitare a livrabilelor intelectuale:

12) Pentru proiectele, care se referă la prestarea serviciilor de elaborare a planurilor urbanistice sau includ livrabile sub formă de manuale și instrucțiuni de exploatare/operare a tehnicii și echipamentelor, furnizate în cadrul proiectelor de dezvoltare locală, dispozitivele publicitare permanente trebuie să satisfacă următoarea cerință minimă:

- pentru marcarea se vor aplica colante informative permanente, dimensionate în variantele D-5 (15 x 25 cm), D-6 (9 x 15 cm) sau D-7 (5,5 x 9 cm), aplicate (imprimare, printate, tipărite) pe copertă și pe foia de titlu a lucrării intelectuale respective (de regulă cel puțin 1/16 din suprafața copertei/paginii).

### 5.3.2 Panou informativ permanent

1) Pentru asigurarea vizibilității clare a proiectului, panoul informativ permanent va conține următoarea informație:

În caseta-antet, cu însemnele grafice și informațiile textuale obligatorii:

- sigla Guvernului Republicii Moldova;
- denumirea și logo-ul (dacă există) a Programului;
- denumirea și logoul entității/unității responsabile de implementarea Programului.

În caseta-conținut:

- titlul proiectului și sigla acestuia (dacă există);
- obiectivele proiectului, general și specifice (după caz);
- denumirea autorității publice locale beneficiare de finanțare și sigla acesteia (dacă există);
- denumirea entităților partenere ale proiectului și siglele acestora (dacă există);
- valoarea proiectului efectiv-realizată (costurile formate);
- alocația efectivă din FNDRL;
- contribuția efectivă a beneficiarului;
- alte surse de finanțare (dacă există);
- durata de implementare a proiectului;
- indicatori de produs și rezultat;
- imagine grafică generală a obiectului investiției, după caz: schema efectiv-executată a rețelei tehnico-edilitare, rețelei publice de iluminat stradal, schema de amenajare a scuarului, parcului, zonei de agrement etc. (notă: nu este oportun de a plasa pe panou imaginea grafică a obiectului deja realizat, dacă panoul se află în preajma acestui obiect).


În caseta-subsol:

- textul: „Finanțat din Fondul Național pentru Dezvoltare Regională și Locală”.

15% Casetă-antet


75% Casetă-conținut

10% Casetă-subsol



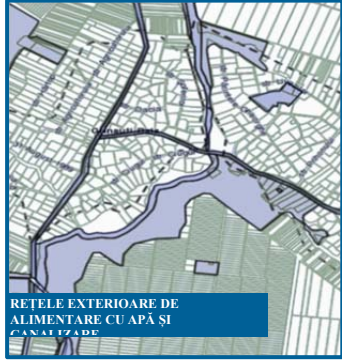
GUVERNUL  
REPUBLICII  
MOLDOVA

Programul Național  
**SATUL EUROPEAN**



ONDRL  
OFICIUL NAȚIONAL DE DEZVOLTARE  
REGIONALĂ ȘI LOCALĂ

**TITLUL PROIECTULUI:**  
**Extinderea sistemului de alimentare cu apă potabilă și sanitație  
în comuna „COMUNA”, raionul „RAION”**



RETELE EXTERIOARE DE  
ALIMENTARE CU APĂ ȘI  
CANALIZARE

Beneficiar: Primăria comunei „COMUNA”, r-nul „RAION”

Valoarea proiectului: 00.000.000,00 lei

Alocat din FNDRL: 00.000.000,00 lei

Contribuția comunității: 0.000,00 lei

Rezultatul proiectului: Acces îmbunătățit la sistemul de alimentare cu apă și sanitație pentru 0000 locuitori:  
- 00,0 km de rețele de apeduct construite  
- 00,0 km de rețele de canalizare construite  
- 0 stații de tratare a apei construite  
- 0 stații de epurare construite

Durata proiectului: ZZ.LL.AAAA - ZZ.LL.AAAA

Finanțat din Fondul Național pentru Dezvoltare Regională și Locală

Figura 3: Modelul panoului informativ permanent

2) Specificațiile tehnice ale panoului informativ permanent:

Dimensiunea panoului:	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ var. D-1: înălțime - 1,5 m, lățime - 2,5 m;</li> <li>▪ var. D-2: înălțime – 0,9 m, lățime – 1,5 m (valoarea alocațiilor ≤ 3 mln lei);</li> </ul>
Marginea de siguranță:	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 5 cm între limita exterioară a panoului și elemente de conținut ale acestuia;</li> </ul>
Înălțimea de afișare:	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ marginea de jos la 1,5 m, față de nivelul solului;</li> </ul>
Cadrul de suport:	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ rigid, din profil cel puțin 15 x 15 mm, metalic cu prelucrare anticorozivă, zincat sau aluminiu;</li> </ul>
Pânza panoului:	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ var. P-1: imprimare în policromie (color) pe autocolant, laminat mat, rezistent UV, lipit prin aplicare adezivă pe placă din TD-Bond compozit, din 3 straturi, 3 mm, fixat cu autofiletante pe cadru de suport;</li> <li>▪ var. P-2: imprimare în policromie (color) pe plastic PVC, 8 mm, rezistent UV, fixat cu autofiletante pe cadru de suport;</li> <li>▪ var. P-3: imprimare în policromie (color) pe banner publicitar Frontlit, 440 gr/mp, cu finisare TIV, rezistent UV și vânt, tensionat cu capse pe cadru de suport;</li> </ul>
Sistemul de sprijin (portant):	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ var. F-1: prin fixarea cadrului de suport pe piloni;</li> <li>▪ var. F-2: prin fixarea cadrului de suport pe o suprafață rigidă (perete, poartă, gard etc.), cu distanțiere (se va evita fixarea pânzei panoului direct pe perete, poartă, gard etc., fără utilizarea cadrului de suport).</li> </ul>

### 5.3.3 Placă informativă permanentă

1) Pentru asigurarea vizibilității clare a proiectului, placa informativă permanentă va conține următoarea informație:

În caseta-antet, cu însemnele grafice și informațiile textuale obligatorii:

- sigla Guvernului Republicii Moldova;

- denumirea și logo-ul (dacă există) a Programului;
- denumirea și logoul entității/unității responsabile de implementarea Programului.

În caseta-conținut:

- titlul proiectului și sigla acestuia (dacă există);
- obiectivele proiectului, general și specifice (după caz);
- denumirea autorității publice locale beneficiare de finanțare și sigla acesteia (dacă există);
- denumirea entităților partenere ale proiectului și siglele acestora (dacă există);
- valoarea proiectului efectiv-realizată (costurile formate);
- alocația efectivă din FNDRL;
- contribuția efectivă a beneficiarului;
- alte surse de finanțare (dacă există);
- durata de implementare a proiectului;
- indicatori de produs și rezultat;
- imagine grafică generală a obiectului investiției, după caz: (notă: nu este oportun de a plasa pe placă imaginea grafică a obiectului deja realizat, dacă placa este afișată pe fațada acestui obiect).

În caseta-subsol:

- textul: „Finanțat din Fondul Național pentru Dezvoltare Regională și Locală”.

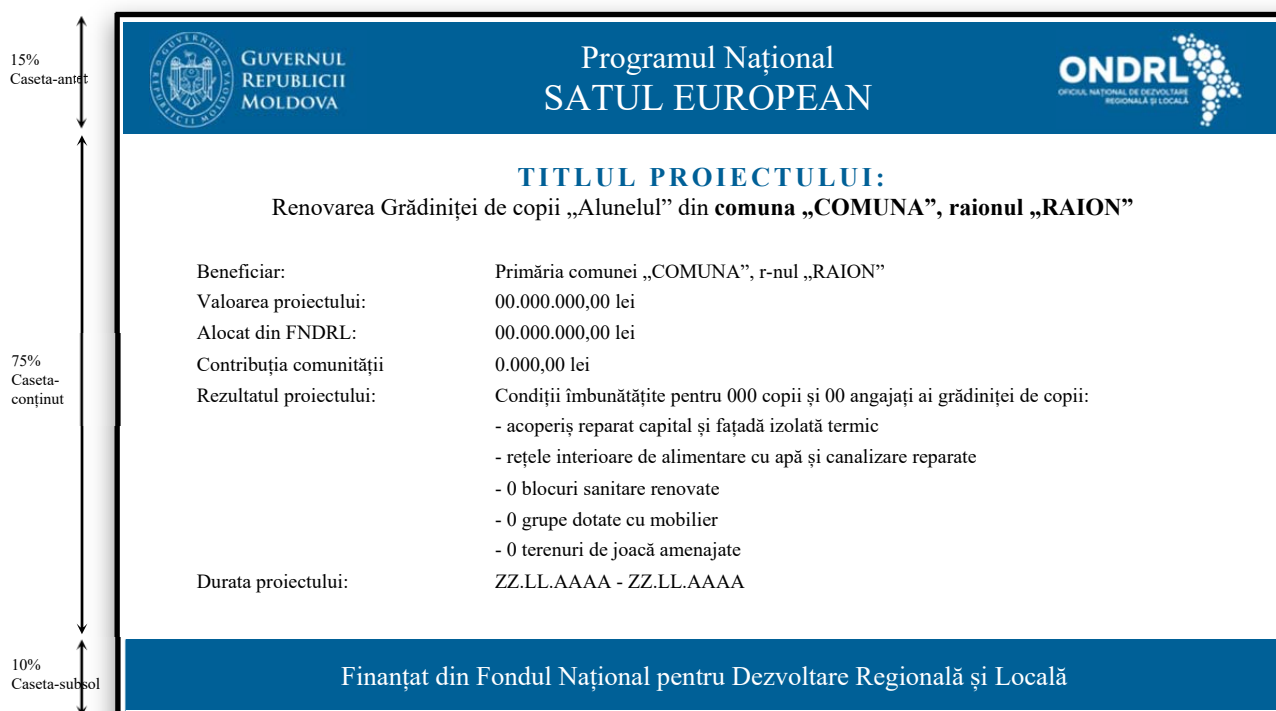


Figura 4: Modelul plăcii informative permanente

2) Specificațiile tehnice ale plăcii informative permanente:

Dimensiunea plăcii:	▪ var. D-3: înălțime – 45 cm, lățime - 75 m; ▪ var. D-4: înălțime – 27 cm, lățime – 45 cm;
Marginea de siguranță:	▪ nu;
Înălțimea de afișare:	▪ marginea de jos la 1,5 – 1,75 m, față de nivelul solului/podelei;
Cadrul de suport:	▪ nu;
Pânza plăcii:	▪ var. P-1: imprimare în policromie (color) pe autocolant, laminat mat, rezistent UV, lipit prin aplicare adezivă pe placă din TD-Bond compozit, din 3 straturi, 3 mm;

	<ul style="list-style-type: none"> <li>var. P-2: imprimare în policromie (color) pe plastic PVC, 8 mm, rezistent UV, fixat cu autofiletante pe cadru de suport;</li> </ul>
Sistemul de sprijin (portant):	<ul style="list-style-type: none"> <li>var. F-2: prin fixarea pânzei plăcii pe o suprafață rigidă (perete, poartă, gard etc.), cu distanțiere.</li> </ul>

### 5.3.4 Autocolant informativ permanent

1) Pentru asigurarea vizibilității clare a proiectului, colantul informativ va conține următoarea informație:

În caseta-antet, cu însemnele grafice și informațiile textuale obligatorii:

- sigla Guvernului Republicii Moldova;
- denumirea și logo-ul (dacă există) a Programului;
- denumirea și logoul entității/unității responsabile de implementarea Programului.

În caseta-conținut:

- textul: „Obiect procurat din Fondul Național pentru Dezvoltare Regională și Locală”.

2) Caseta-subsol nu se va insera pe autocolant, deoarece informația privind sursa de finanțare se regăsește în caseta-conținut.



Figura 4: Modelul colantului informativ permanent

3) Specificațiile tehnice ale colantului informativ permanent:

Dimensiunea colantului:	<p>minim 1/16 din suprafața cea mai vizibilă a echipamentului;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>var. D-5: înălțime – 15 cm, lățime - 25 m;</li> <li>var. D-6: înălțime – 9 cm, lățime – 15 cm;</li> <li>var. D-7: înălțime – 5,5 cm, lățime – 9 cm;</li> </ul>
Marginea de siguranță:	▪ nu;
Înălțimea de afișare:	▪ după caz, în funcție de suprafața disponibilă a echipamentului marcat;
Cadrul de suport:	▪ nu;
Pânza colantului:	<ul style="list-style-type: none"> <li>var. P-1: imprimare în policromie (color) pe autocolant, laminat mat, rezistent UV, lipit prin aplicare adezivă pe suprafața echipamentului marcat (suprafața portantă a echipamentului să fie uscată, curată și nesupusă condițiilor extreme a mediului sau de uzură).</li> </ul>
Sistemul de sprijin (portant):	▪ nu

4) Materialul autocolantului se va alege în așa fel încât să se asigure durabilitatea în timp și la condițiile meteo, recomandate sunt autocolantul din PVC amestec monomer/polimer lucioasa sau mată cu grosimea de 75-80microni. Tip adeziv – poliacril permanent. Densitate substrat – 137g/m2. Interval de stabilitate termică de la – 40°C până la + 80°C.

## DATE DE CONTACT

În cazul în care există neclarități în ceea ce privește prevederile și modul de aplicare a acestui Ghid, beneficiarii pot contacta Serviciul comunicare al Oficiului Național de Dezvoltare Regională și Locală:

- e-mai: [comunicare@ondrl.gov.md](mailto:comunicare@ondrl.gov.md)
- [www.ondrl.gov.md](http://www.ondrl.gov.md)
- adresa: bd. Ștefan cel Mare și Sfânt, nr. 124, etajul 3, MD-2001, Chișinău, Republica Moldova