



ORDIN

Nr. 182 din „ 14 ” 09 2026
mun. Chișinău

***Cu privire la aprobarea Ghidului de vizibilitate
și comunicare pentru proiectele de dezvoltare regională***

În temeiul acțiunii nr. 9 din Capitolul nr. 22 al Programului național de aderare a Republicii Moldova la Uniunea Europeană pentru anii 2025-2029, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 306/2025 (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, nr. 269-288, art. 319), în conformitate cu pct. 9 subpct. 12) din Regulamentul cu privire la organizarea și funcționarea Ministerului Infrastructurii și Dezvoltării Regionale, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 690/2017 (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, nr. 322-328, art. 792),

ORDON:

1. Se aprobă Ghidul de vizibilitate și comunicare pentru proiectele de dezvoltare regională (*se anexează*).
2. Agențiile de Dezvoltare Regională vor asigura respectarea Ghidului în procesul de implementare a programelor și proiectelor de dezvoltare regională finanțate din Fondul național pentru dezvoltare regională și locală.
3. Controlul asupra executării prezentului ordin se pune în sarcina Secretarului de stat responsabil de domeniul dezvoltării regionale și locale.
4. Prezentul ordin intră în vigoare la data semnării și se publică pe site-ul web oficial al ministerului.

Viceprim-ministru, ministru

Vladimir BOLEA

Aprobat
prin Ordinul Viceprim-ministrului,
ministrul infrastructurii și dezvoltării regionale
nr. 182 din 14.09. 2026

Ghid de vizibilitate și comunicare pentru proiectele de dezvoltare regională

CUPRINS

I. INTRODUCERE	3
II. REGULI GENERALE PRIVIND IDENTITATEA VIZUALĂ	4
III. ELEMENTE DE IDENTITATE VIZUALĂ	6
<i>Secțiunea 1. Reprezentarea elementelor obligatorii de identitate vizuală</i>	<i>6</i>
<i>Secțiunea 2. Cerințe specifice pentru reprezentarea elementelor în caseta-antet.....</i>	<i>7</i>
<i>Secțiunea 3. Cerințe specifice pentru reprezentarea elementelor în caseta-conținut</i>	<i>8</i>
<i>Secțiunea 4. Cerințe specifice pentru reprezentarea elementelor în caseta-subsol.....</i>	<i>9</i>
<i>Secțiunea 5. Act de declinare a responsabilității</i>	<i>10</i>
<i>Secțiunea 6. Bannerul Roll-up și buletinul informativ</i>	<i>11</i>
IV. RELAȚII CU PRESA.....	12
<i>Secțiunea 1. Alegerea instrumentului potrivit.....</i>	<i>12</i>
<i>Secțiunea 2. Acordarea interviului</i>	<i>13</i>
<i>Secțiunea 3. Conferințele de presă</i>	<i>14</i>
V. MEDII ELECTRONICE DE STOCARE ȘI VIZUALIZARE	17
VI. DISPOZITIVE PUBLICITARE DE VIZUALIZARE	19
<i>Secțiunea 1. Prevederi generale.....</i>	<i>19</i>
<i>Secțiunea 2. Dispozitive publicitare pentru afișare permanentă</i>	<i>21</i>
Anexă	28

I. INTRODUCERE

1. Ghidul de vizibilitate și comunicare pentru proiectele de dezvoltare regională (în continuare – Ghid) este documentul care reglementează aplicarea identității vizuale în procesul de implementare a programelor și proiectelor de dezvoltare regională. Ghidul oferă linii directoare pentru Agențiile de Dezvoltare Regională (în continuare ADR) în ceea ce privește modalitatea corectă de a asigura vizibilitatea, transparența și comunicarea pentru proiectele implementate.
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 regională, finanțate de Guvernul Republicii Moldova din bugetul de stat prin intermediul Fondului național pentru dezvoltare regională și locală (în continuare – Fond). Totodată, documentul reglementează regulile generale de identitate vizuală aplicabile în cadrul programelor și proiectelor de dezvoltare regională, elementele vizuale obligatorii, regulile de comunicare, precum și modalitatea de utilizare a identității vizuale.
3. Ghidul conține un set de reglementări și instrucțiuni de aplicare a elementelor vizuale fundamentale, grafice și scriptice: logo, slogan, fonturi, stil vizual etc. și unele caracteristici tehnice ale activităților de informare și comunicare, în vederea asigurării unei aplicări unitare a regulilor de vizibilitate.
4. Elementele de identitate vizuală prevăzute în prezentul Ghid se aplică și se utilizează de către ADR pe întreaga perioadă de implementare a proiectului, precum și în perioada post-implementare, de către beneficiarii proiectelor (autoritățile administrației publice locale, asociații de proprietari din condominiu, autorități publice centrale etc.), pe durata stabilită în contractele de finanțare, în scopul monitorizării asigurării durabilității investițiilor realizate.
5. Responsabilitatea ADR și a beneficiarilor proiectelor, de a asigura respectarea identității vizuale și promovarea Programelor/proiectelor, intervine începând cu data semnării contractului de finanțare, care va conține clauze privind respectarea prevederilor Ghidului.
6. În conformitate cu prevederile Regulamentului privind gestionarea mijloacelor financiare ale Fondului național pentru dezvoltare regională și locală, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 152/2022, în cazul proiectelor de dezvoltare regională costurile pentru elaborarea panourilor informative în scopul asigurării vizibilității proiectului constituie costuri direct eligibile. Pentru alte activități de informare, comunicare și asigurare a vizibilității, necesare pentru realizarea și promovarea proiectelor gestionate, beneficiarii proiectelor urmează să prevadă resursele proprii.
7. Materialele de informare și comunicare aferente proiectelor, inclusiv machetele aferente, se elaborează și se utilizează de către ADR responsabilă de implementarea proiectului, cu respectarea prevederilor prezentului Ghid. În cazul panourilor informative aferente șantiierelor, antreprenorul responsabil de executarea lucrărilor are obligația de a coordona cu ADR macheta acestora, în vederea includerii elementelor obligatorii de identitate vizuală și vizibilitate prevăzute de prezentul Ghid, înainte de executare și instalare.
8. Prevederile prezentului Ghid se aplică de la data aprobării acestuia. Materialele de informare și promovare deja elaborate și utilizate în cadrul proiectelor aflate în derulare până la data intrării în vigoare a prezentului Ghid nu fac obiectul modificării sau reeditării. În cazul modificării cadrului normativ sau al intervenirii altor circumstanțe care afectează prevederile prezentului Ghid, Ministerul Infrastructurii și Dezvoltării Regionale va opera completările și modificările necesare prin aprobarea și publicarea unei versiuni revizuite.

II. REGULI GENERALE PRIVIND IDENTITATEA VIZUALĂ

9. Identitatea vizuală reprezintă ansamblul elementelor grafice și de comunicare care asigură recunoașterea și coerența imaginii Programului/proiectelor finanțate. Prin utilizarea consecventă a componentelor sale — denumire, logo, slogan, culori, fonturi și materiale de comunicare — aceasta contribuie la consolidarea unei imagini unitare și credibile. Aplicarea corectă și uniformă a identității vizuale, împreună cu claritatea și coerența mesajelor transmise, facilitează înțelegerea și crește vizibilitatea rezultatelor proiectelor în rândul grupurilor țintă și al beneficiarilor finali.

10. Cerințele minime de identitate vizuală a Programelor/proiectelor impun o serie de acțiuni de comunicare și informare, desfășurate la nivel național, regional și local:

10.1. Autoritatea responsabilă de elaborarea politicii de dezvoltare regională (Ministerul Infrastructurii și Dezvoltării Regionale) și Agențiile de Dezvoltare Regională publică comunicate de presă privind programele, proiectele, apelurile lansate și stadiul implementării acestora pe site-urile web oficiale și, după caz, pe paginile web dedicate programelor. Administrarea, actualizarea și menținerea acestor pagini se realizează în conformitate cu prevederile Hotărârii Guvernului nr. 728/2023 cu privire la site-urile web oficiale ale autorităților și instituțiilor publice și cerințele minime privind profilurile de socializare ale acestora.

10.2. **Acțiunile de informare desfășurate de către Ministerul Infrastructurii și Dezvoltării Regionale:**

10.2.1. comunicate/conferințe de presă/postări privind lansarea Programelor/apelurilor;

10.2.2. comunicate/postări privind numărul total de Note conceptuale/Cereri de finanțare depuse;

10.2.3. comunicate/postări privind rezultatele evaluărilor administrative, tehnice și financiare a notelor conceptuale/cererilor de finanțare depuse;

10.2.4. comunicate/postări privind includerea proiectelor selectate în Documentul unic de program;

10.2.5. publicarea Deciziilor CNCDDL cu privire la Programele și proiectele de dezvoltare regională;

10.2.6. publicarea Planurilor anuale de finanțare și lansarea implementării proiectelor;

10.3. **Acțiunile de informare desfășurate de către ADR:**

10.3.1. publicarea anunțurilor, comunicatelor de presă și descrierilor proiectelor finanțate pe paginile oficiale (dacă există) și în presa regională/locală, precum și expunerea anunțurilor în locuri vizibile la lansarea și finalizarea proiectului, precum și periodic, în perioada de implementare a proiectului (cel puțin o dată în trimestru);

10.3.2. expedierea către aplicanți (autoritățile administrației publice locale, asociațiile de proprietari din condominiu și alte categorii de beneficiari, conform HG nr. 152/2022) a notificării privind obligațiile de asigurare a măsurilor de informare și vizibilitate aferente proiectelor finanțate din bugetul de stat prin Fondul național pentru dezvoltare regională și locală, conform modelului prevăzut în anexă;

10.3.3. 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

10.3.4. actualizarea lunară, trimestrială, semestrială și anuală a rubricilor site-ului destinate proiectelor de dezvoltare regională, cu reflectarea indicatorilor financiari, de produs și de rezultat, precum și publicarea lunară, trimestrială, semestrială și anuală a rapoartelor privind implementarea proiectelor de dezvoltare regională, elaborate în baza Instrucțiunii privind monitorizarea și evaluarea implementării proiectelor de dezvoltare regională;

10.3.5. publicarea rapoartelor de progres privind implementarea Programelor Operaționale Regionale.

11. Materialele de informare, comunicare și vizibilitate în cadrul proiectelor de dezvoltare regională includ următoarele medii și produse de comunicare:

11.1. medii electronice de stocare și comunicare: pagini, site-uri și portaluri web, social media (Facebook, Youtube, Twitter etc.), aplicații electronice, bannere electronice;

- 11.2. produse: audio, foto și video;
- 11.3. dispozitive publicitare: panouri, plăci și autocolante informative, bannere, roll-up;
- 11.4. publicații: broșuri, rapoarte, newsletter, afișe, ghiduri, studii, cercetări, cărți etc;
- 11.5. materiale corporative de promovare: cărți de vizită, mape, leaflet-uri, ecusoane, insigne etc.
12. Asigurarea vizibilității mesajelor pe materialele de informare și promovare se realizează prin utilizarea unui set de semne grafice și elemente textuale, care în funcție de importanța și ponderea mesajului, pot fi clasificate după cum urmează:
- 12.1. set obligatoriu de elemente grafice și textuale, care trebuie incluse în mod obligatoriu pe materialele de comunicare, în vederea asigurării recunoașterii și ierarhizării vizuale a informației (ex. logo, denumirea programului/proiectului);
- 12.2. elemente de conținut utilizate pentru completarea și susținerea mesajului de informare și comunicare, inclusiv texte descriptive, imagini și alte materiale vizuale adaptate în funcție de destinația produsului de comunicare.
13. La elaborarea produselor de informare, comunicare și vizibilitate în cadrul proiectelor de dezvoltare regională, 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).
14. Pentru toate produsele de informare, comunicare și vizibilitate, elaborate în cadrul Programelor/proiectelor de dezvoltare regională, va fi folosită următoarea paletă de culori solide:



Figura 2.1 „Paleta de culori”

15. Fontul aplicat pentru toate produsele de informare, comunicare și vizibilitate:
- **CALIBRI** (light / regular / bold);
 - **GLOBER** (thin / light / regular / medium / bold / extra bold / black);
 - **ONEST** (thin / light / regular / medium / bold / extra bold / black).

III. ELEMENTE DE IDENTITATE VIZUALĂ

Secțiunea 1. Reprezentarea elementelor obligatorii de identitate vizuală

16. Setul de semne grafice și informații textuale obligatorii pe produsele de informare, comunicare și vizibilitate este format din:

16.1. caseta-antet, amplasată linear, orizontal, în partea de sus a imaginii materialului de promovare, pe care se înserează sigla Guvernului Republicii Moldova, sigla Ministerului Infrastructurii și Dezvoltării Regionale, denumirea și logoul entității/unității responsabile de implementarea Programului/proiectului, denumirea și logoul beneficiarului, cuprinde cca 15% din spațiul distribuit pe verticală;

16.2. 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;

16.3. caseta-subsol, amplasată linear, orizontal, în partea de jos a imaginii materialului de promovare, pe care se înserează denumirea și logo-ul (dacă există) a sursei de finanțare a Programului/proiectului, cuprinde cca 10% din spațiul distribuit pe verticală.

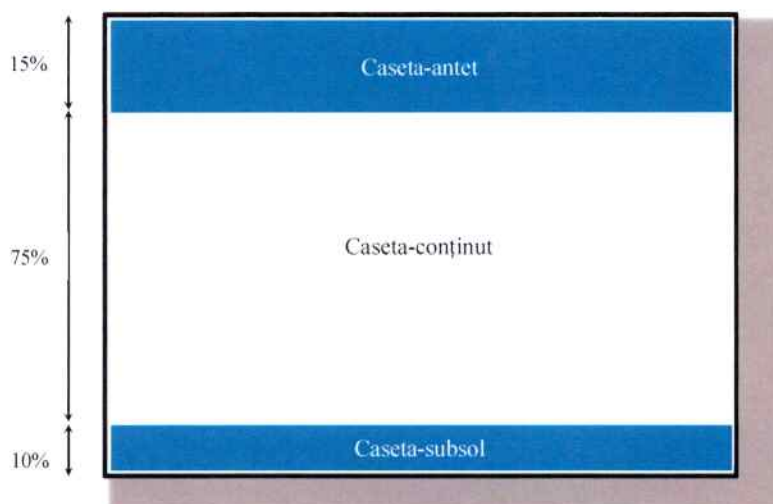


Figura 3.1. „Modelul de amplasare a elementelor de identitate vizuală”

17. Niciun 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 altor entități implicate în derularea proiectului acestea pot fi amplasate în caseta-conținut.

18. Pe produsele de informare, comunicare și vizibilitate, semnele grafice și textuale în casetele – antet și – subsol se afișează, exclusiv în versiune cromatică identică, în varianta recomandată: font alb pe fundal albastru.

19. 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 de promovare elaborat.

20. În cazuri excepționale, în care nu există nicio 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.

21. Nu se admite combinarea pe același produs de informare și vizibilitate a diferitor stiluri cromatice.

Secțiunea 2. Cerințe specifice pentru reprezentarea elementelor în caseta-antet

22. Ierarhia vizuală de informare în cadrul Programelor/proiectelor va promova cu prioritate imaginea Guvernului Republicii Moldova și a Programelor/proiectelor, acestea fiind amplasate în caseta-antet. Astfel, caseta-antet va include sigla Guvernului, sigla Ministerului Infrastructurii și Dezvoltării Regionale, denumirea/logo-ul Agenției de Dezvoltare Regională responsabile de implementarea Programului/proiectului și denumirea/logo-ul beneficiarului.
23. Modul de amplasare a semnelor grafice și textuale în caseta-antet:
- 23.1. logoul Guvernului Republicii Moldova, va fi amplasat în stânga panoului, urmat de textul și sigla Ministerului Infrastructurii și Dezvoltării Regionale;
- 23.2. logoul ADR, care este entitatea responsabilă de implementarea Programului/proiectului, însoțit de textul „Agenția de Dezvoltare Regională X”, va fi amplasat în partea dreaptă a casetei, fiind urmată de textul și logoul primăriei beneficiare.
24. 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.
25. 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.
26. Pe alte produse de comunicare, regula este ca semnele grafice și textuale din caseta-antet să fie vizibile, să aibă dimensiuni care să înlănească percepția și recunoașterea lor, precum și citirea textelor asociate acestora.
27. Nu se admite plasarea altor informații complementare despre proiect, mai sus de caseta-antet.

*Notă**: Pentru proiectele de dezvoltare regională finanțate sau cofinanțate din mijloacele financiare alocate de Uniunea Europeană sau parteneri externi, se vor respecta principiile și regulile stabilite de Uniunea Europeană/partener și/sau prevederile prezentului Ghid.

Emblema UE este o reprezentare a steagului Uniunii și trebuie să fie întotdeauna vizibilă și plasată într-o poziție evidentă pe toate materialele de comunicare și va include mențiunea „Finanțat/Cofinanțat de Uniunea Europeană”, scrisă întotdeauna în întregime și amplasată sub emblema.

Poziționarea și mărimea emblemei UE trebuie să fie adaptate la dimensiunea materialului sau la documentul utilizat. Dacă sunt utilizate alte logo-uri în plus față de emblema UE, aceasta trebuie să aibă cel puțin aceeași dimensiune, măsurată în înălțime sau lățime, ca și cel mai mare dintre logo-uri. Pentru a evidenția sprijinul din partea UE, în afară de emblema UE, nu trebuie să fie utilizată nicio altă identitate vizuală sau niciun alt logo.



**Finanțat/Cofinanțat de
Uniunea Europeană**



**Finanțat/Cofinanțat de
Uniunea Europeană**



**Finanțat/Cofinanțat de
Uniunea Europeană**

Secțiunea 3. Cerințe specifice pentru reprezentarea elementelor în caseta-conținut

28. 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 include:
- 28.1. textul „GUVERNUL REPUBLICII MOLDOVA”, urmat de denumirea Programului/proiectului „Programul Național/proiectul XXXXXXXXXXXX” va fi amplasat în mijlocul casetei, cu alinierea textului pe mijloc;
- 28.2. implementatorul - Agenția de Dezvoltare Regională X;
- 28.3. beneficiar - denumirea autorității administrației publice locale beneficiare de finanțare și sigla acesteia (dacă există);
- 28.4. denumirea entităților partenere ale proiectului și siglele acestora (dacă există);
- 28.5. sursa de finanțare: Fondul național pentru dezvoltare regională și locală (FNDRL), Planul de Creștere etc.;
- 28.6. costul total al proiectului:
- 28.6.1. alocat din FNDRL;
- 28.6.2. contribuția beneficiarului;
- 28.7. perioada de implementare a proiectului;
- 28.8. imaginea grafică generală a obiectului (după caz: perspectiva proiectată, fotografia machetei, fațada reprezentativă a obiectului, scheme pentru rețelele tehnico-edilitare etc.);
- 28.9. alte informații, reglementate prin actele naționale ca fiind obligatorii pentru informarea publicului.
29. Având în vedere posibilitatea ca acestea să intre sub incidența a două perioade de programare financiară distincte, este suficientă existența unui singur panou informativ, iar acesta trebuie să reflecte/menționeze toate etapele de implementare respectând regulile de vizibilitate. Pentru proiectele etapizate care sunt realizate în două sau mai multe etape, se va elabora câte un panou informativ pentru fiecare perioadă de implementare, respectând criteriile stabilite în prezentul Ghid.
- 29.1. Macheta cromatică a casetei-conținut cu imaginile grafice și informațiile textuale:

Recomandat:

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



Opțional (cu justificare prin design-conceptul materialului publicitar):

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



Cu titlul de excepție (dacă nu există nicio alternativă pentru reproducerea în color prin printare sau tipărire poligrafică):

29.6. imagine (dacă se aplică): monocrom

29.7. text: font alb pe fundal gri



29.8. imagine (dacă se aplică): monocrom

29.9. text: font gri pe fundal alb



29.10. imagine (dacă se aplică): monocrom

29.11. text: font alb pe fundal negru



29.12. imagine (dacă se aplică): monocrom

29.13. text: font negru pe fundal alb



Secțiunea 4. Cerințe specifice pentru reprezentarea elementelor în caseta-subsol

30. Caseta-subsol va conține informația ce identifică sursa de finanțare (ex: Finanțat din Fondul național pentru dezvoltare regională și locală) și datele de contact ale Agenției de Dezvoltare Regională și ale autorității administrației publice locale beneficiare de finanțare.

31. 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.

32. Semnele textuale în caseta-subsol trebuie să fie vizibile, să aibă dimensiuni care să înlesnească percepția și recunoașterea lor.

33. Nu se admite plasarea altor informații complementare despre proiect, mai jos de caseta-subsol.

34. Macheta cromatică a casetei-subsol:

Recomandat:

34.1. font alb pe fundal albastru

Finanțat din Fondul național pentru dezvoltare regională și locală

Opțional (cu justificare prin design-conceptul materialului publicitar):

34.2. font albastru pe fundal alb

Finanțat din Fondul național pentru dezvoltare regională și locală

Cu titlul de excepție (dacă nu există nicio alternativă pentru reproducerea în color prin printare sau tipărire poligrafică):

34.3. font alb pe fundal gri

Finanțat din Fondul național pentru dezvoltare regională și locală

34.4. font gri pe fundal alb

Finanțat din Fondul național pentru dezvoltare regională și locală

34.5. font alb pe fundal negru

Finanțat din Fondul național pentru dezvoltare regională și locală

34.6. font negru pe fundal alb

Finanțat din Fondul național pentru dezvoltare regională și locală

Secțiunea 5. Act de declinare a responsabilității

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

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

36. Exemple de materiale în care se înscrie disclaimer:

36.1. materialele destinate mass-media: machete pentru anunțurile publicitare în ziare și reviste, comunicate de presă etc.);

36.2. publicații: afișe, pliante, broșuri, fluturași, rapoarte, reviste, ziare, buletine de informare, newsletter, CD-uri/DVD-uri (în pagina de deschidere), flash-uri (un fișier separat);

36.3. site-uri/pagini web;

36.4. prezentări Power Point.

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

Secțiunea 6. Bannerul Roll-up și buletinul informativ

38. Un Banner Roll-up este un sistem expozițional portabil, alcătuit dintr-o casetă de aluminiu în care este rulată o pânză din polipropilenă, personalizată și pretensionată, cu picioare de susținere rabatabile și o tijă de aluminiu pentru fixare în poziție desfășurată.

39. Dimensiuni recomandate:

39.1. 850x2000 mm;

39.2. 1000x2000 mm;

39.3. 1200x2000 mm.



Imagine nr. 3.1 „Banner Roll-up”

40. Buletinul informativ este un instrument de comunicare periodică, fizic sau digital și are drept scop oferirea informațiilor actuale și relevante cu privire la activitatea ADR.

IV. RELAȚII CU PRESA

41. Presa cuprinde ansamblul mijloacelor de informare în masă care asigură difuzarea de știri și informații către public, incluzând presa scrisă (ziare, reviste), radioul, televiziunea și mediul online (publicații digitale și bloguri, rețele de comunicare).
42. Relația cu presa presupune menținerea unui contact constant pe întreaga durată a programului/proiectului (lansare, implementare, finalizare, post-implementare). În acest sens, se recomandă:
- 42.1. Asigurarea unei informări constante cu privire la subiectele discutate în spațiul public, având în vedere influența mass-media asupra opiniei-publice.
- 42.2. Identificarea subiectelor de actualitate și a eventualelor controverse la nivel regional/local, în vederea adaptării comunicării publice.
- 42.3. Identificarea jurnaliștilor relevanți pentru domeniul vizat și monitorizarea constantă a interesului acestora față de aceste subiectele.
- 42.4. Conștientizarea faptului că mass-media nu are obligația de a reflecta activitatea într-o manieră favorabilă.
- 42.5. Adoptarea unei abordări proactive în relația cu mass-media, prin furnizarea activă și constantă de informații.
- 42.6. Colectarea și arhivarea publicațiilor și materialelor relevante (presa locală/ regională, reviste de specialitate), în vederea monitorizării reflectării publice.
- 42.7. Elaborarea și actualizarea unei baze de date ale jurnaliștilor relevanți, care să includă date de contact și informații privind frecvența și tonul reflectării subiectelor (pozitiv, negativ sau neutru).
- 42.8. Respectarea principiului oportunității în relația cu mass-media, prin transmiterea de informații relevante, actuale și bine fundamentate, care să includă elemente de interes public și să fie adaptate contextului regional, pentru a spori relevanța și impactul comunicării.

Secțiunea 1. Alegerea instrumentului potrivit

43. Pentru asigurarea unei comunicări eficiente cu presa, este necesară selectarea instrumentului adecvat de comunicare. Printre instrumentele utilizate se regăsesc: interviurile, comunicatele de presă, informările de presă, scrisorile adresate editorilor, comunicatele video, anunțurile de interes public, materialele tipărite, campaniile de distribuire a materialelor informative, conferințele de presă și evenimentele publice.
44. Alegerea instrumentului potrivit se realizează în funcție de natura mesajului, gradul de urgență, relevanța acestuia pentru mass-media, resursele disponibile și caracteristicile publicului-țintă.
45. Având în vedere multiplele modalități de abordare a jurnaliștilor, este necesară selectarea și combinarea unor tactici creative pentru a asigura o acoperire cât mai eficientă a publicului. În funcție de publicul-țintă și de bugetul disponibil, pot fi organizate evenimente în formate adaptate. Dacă resursele sunt limitate, selectarea publicațiilor prin intermediul cărora mesajul ajunge la publicul-țintă trebuie realizată cu atenție. Pe lângă mesajul principal, se vor furniza informații suplimentare, astfel încât jurnaliștii să poată dezvolta un subiect detaliat.
46. Pentru menținerea unei relații eficiente cu presa, se vor furniza jurnaliștilor materiale de suport, cum ar fi: fotografiile, fișe de prezentare, precum și link-uri către website-uri relevante. Se recomandă ca aceste informații să fie disponibile online sau să includă un contact direct (e-mail/telefon) pentru solicitări suplimentare. În plus, datele și rezultatele din cercetări conexe reprezintă un suport valoros

pentru realizarea articolelor.

47. Pentru știrile televizate se recomandă punerea la dispoziție a materialelor video în format Beta.

48. Pentru a gestiona eficient relația cu mass-media, trebuie respectate câteva principii fundamentale:

48.1. La transmiterea informațiilor către mass-media, se va preciza dacă acestea sunt destinate difuzării imediate sau dacă trebuie amânate până la o anumită dată și oră.

48.2. În cazul includerii unui citat din surse neoficiale în materialul de comunicare, se va obține acordul prealabil al sursei înainte de distribuire.

48.3. Informațiile de presă vor fi concise și vor conține elemente esențiale: cine, ce, unde, când, de ce și cum.

48.4. Se va răspunde cu promptitudine solicitărilor și apelurilor jurnaliștilor.

48.5. Nicio întrebare adresată de jurnaliști nu va rămâne fără răspuns.

48.6. Nu se va promite exclusivitate decât în situația în care există intenția fermă de a o acorda.

48.7. Relația cu jurnaliștii va fi gestionată într-o manieră profesională. În cazul necesității prezentării unor poziții divergente, acestea vor fi exprimate ferm și argumentat.

48.8. Se va ține cont de termenele limită specifice activității jurnalistice. Informațiile solicitate vor fi furnizate în timp util, astfel încât nicio solicitare să nu rămână fără răspuns.

Secțiunea 2. Acordarea interviului

49. Interviul reprezintă un gen jurnalistic bazat pe informare și clarificare prin dialog. Se recomandă adoptarea unui stil conversațional, clar și profesionist:

49.1. Discursul va fi formulat clar și concis.

49.2. Se va pregăti o listă scurtă, cu 2–3 subiecte-cheie, structurate într-o ordine logică. Nu se vor aborda prea multe teme în cadrul aceluiași interviu, pentru a evita diluarea mesajului și pierderea atenției publicului.

49.3. Pentru interviurile radio sau TV (live sau înregistrate), se va verifica în prealabil identitatea celorlalți invitați și poziția acestora față de subiectul discutat.

49.4. Discursul va include informații generale de context, pentru a fi accesibil jurnaliștilor din diverse domenii și publicului larg.

49.5. Se vor anticipa întrebările și necesitățile informaționale ale jurnaliștilor.

49.6. Răspunsurile oferite vor fi explicative, accesibile și orientate către publicul larg, ceea ce reprezintă principalul reper pentru majoritatea materialelor jurnalistice.

49.7. Comunicarea se va realiza deschis și profesionist. Întrebările nu vor fi evitate, iar răspunsurile vor fi formulate clar, direct și fără utilizarea jargonului.

49.8. Tonul vocii va fi sigur și convingător. Este recomandată exersarea prealabilă pentru evitarea impresiei de nesiguranță.

49.9. Expresia „fără comentarii” va fi evitată. În situații în care nu poate fi oferit un răspuns, se va menționa sursa competentă sau se va menționa că se va reveni ulterior cu informațiile solicitate.

49.10. Mesajele vor fi formulate într-un mod memorabil, utilizând exemple sau referințe relevante pentru contextul local/regional.

49.11. Interviul nu va fi prelungit inutil. Obiectivul principal constă în transmiterea clară a mesajului stabilit.

49.12. Limbajul nonverbal, ținuta și tonul vocii vor fi gestionate cu atenție, în special în cadrul aparițiilor televizate.

49.13. În cazul interviurilor televizate sau al aparițiilor publice, se va acorda atenție ținutei și

posturii, pentru a transmite încredere și profesionalism.

Secțiunea 3. Conferințele de presă

50. Conferințele de presă sunt organizate pentru a marca evenimente importante și pentru a oferi jurnaliștilor acces direct, rapid și prioritar la informații despre un anumit subiect. Ele permit organizatorului să transmită mesajul clar și structurat, facilitând astfel procesarea și înțelegerea informațiilor de către mass-media.

51. O conferință de presă reușită necesită mobilizarea unor resurse semnificative. Pentru ca aproximativ 10 jurnaliști să participe efectiv, de obicei este nevoie să fie invitați în jur de 20. Pregătirea conferinței presupune 4–8 zile de muncă intensă, la care se adaugă participarea la eveniment și monitorizarea ulterioară a rezultatelor.

52. Este esențial ca conferințele de presă să fie organizate exclusiv pentru evenimente cu adevărat importante și să nu se abuzeze de această formă de comunicare pentru a anunța detalii minore. În acest sens, se recomandă să se acorde atenție următoarelor aspecte:

Invitațiile:

52.1. Invitațiile trebuie transmise cu două-trei săptămâni înainte de conferință.

Data:

52.2. 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:

52.3. Se va selecta o locație centrală și ușor accesibilă participanților. La invitație se poate adăuga o hartă, iar organizatorii vor asigura facilități pentru parcare.

Facilități pentru jurnaliști:

52.4. La intrarea în sala de conferință se va amenaja un spațiu de înregistrare pentru jurnaliști.

52.5. Jurnaliștii vor fi rugați să furnizeze datele lor de contact, care vor fi ulterior incluse în fișierele de presă.

52.6. Fiecare jurnalist va primi comunicatul de presă, precum și alte informații relevante pentru înțelegerea subiectului conferinței.

52.7. Persoanele care susțin discursurile se vor așeza astfel încât să fie vizibile în cadrul fotografiilor oficiale. În spatele prezidiului se vor amplasa bannere sau afișe cu tema conferinței, astfel încât materialele foto și video să reflecte clar evenimentul.

52.8. Se va asigura apă și cafea pentru toți participanții. Pentru vorbitori este recomandată apă plată.

Moderarea conferinței:

52.9. Se recomandă desemnarea unui moderator care va deschide conferința de presă, va adresa un mesaj de bun venit participanților și va prezenta membrii prezidiului. Pe parcursul evenimentului, moderatorul va gestiona sesiunea de întrebări și răspunsuri, oferind cuvântul jurnaliștilor și direcționând întrebările către persoanele competente să răspundă.

Briefing:

52.10. Se va desemna un purtător de cuvânt principal, responsabil de coordonarea conferinței și de oferirea răspunsurilor la întrebările jurnaliștilor. Înaintea evenimentului, acesta va fi informat în detaliu despre toate subiectele din agendă și pregătit pentru eventualele întrebări ale jurnaliștilor.

52.11. Discursul fiecărui vorbitor nu va depăși 10-15 minute. După încheierea intervențiilor, se va deschide sesiunea de întrebări și răspunsuri, care nu va depăși, de regulă, 20 minute.

De-briefing și evaluarea conferinței:

52.12. După încheierea conferinței, organizatorii, inclusiv purtătorul de cuvânt, vor participa la o ședință de evaluare a evenimentului, în cadrul căreia vor fi analizate desfășurarea evenimentului și eventualele aspecte care necesită îmbunătățiri, în vederea optimizării organizării viitoare.

Menținerea relației cu presa:

52.13. Conferința de presă asigură inițiatorului oportunitatea de a stabili contacte directe și de încredere cu reprezentanții mass-media. Aceste contacte vor contribui la menținerea interesului și implicării jurnaliștilor în evenimentele viitoare.

52.14. În absența unor evenimente majore, este importantă menținerea unei comunicări constante cu mass-media. Astfel, atunci când apar subiecte relevante, jurnaliștii vor fi deja familiarizați cu domeniul și pregătiți să le reflecte, datorită fluxului continuu de informații furnizate.

Diferite formate de evenimente:

52.15. Conferințele de presă pot avea diferite formate. În funcție de situație, pot fi planificate din timp sau în termeni restrânși. Acestea pot fi adresate unui public larg (tuturor jurnaliștilor), unui grup-țintă specific, în funcție de subiectul abordat sau de zona geografică, sau pot fi rezervate pentru un cerc restrâns de jurnaliști, inclusiv lideri de opinie relevanți.

52.16. Conferințele de presă sunt organizate, de regulă, în prima parte a zilei, într-un spațiu prestabilit. În funcție de context, acestea pot avea loc dimineața devreme (conferința de mic-dejun) sau la prânz (conferința de prânz).

52.17. Alte tipuri de evenimente de presă pot avea o durată extinsă, de la câteva ore până la o zi întreagă, ținând cont de disponibilitatea limitată a jurnaliștilor. Un exemplu în acest sens îl constituie vizitele de documentare în teren, organizate pentru prezentarea proiectelor implementate.

52.18. Formatele de evenimente pot fi combinate, în funcție de obiectivele de comunicare, de exemplu prin organizarea unei vizite în teren urmată de o conferință de presă.

Comunicatele de presă

53. Comunicatele de presă reprezintă unul dintre cele mai accesibile și eficiente instrumente de atragere a interesului mass-media și de transmitere a informațiilor către public.

54. Titlul comunicatului trebuie formulat concis și clar (de regulă, într-un singur rând), utilizând termeni relevanți care captează atenția. Titlul trebuie să fie atractiv și sugestiv, astfel încât să determine cititorul să parcurgă materialul.

55. Primul paragraf al comunicatului trebuie să conțină informațiile esențiale (cine, ce, unde, când, de ce); precum și mesajul principal al comunicării.

56. Citatele trebuie să fie atribuite clar sursei și integrate, de regulă, în primele paragrafe, pentru a spori interesul și credibilitatea mesajului.

57. Se utilizează un limbaj clar, concis și accesibil publicului larg, evitând jargonul tehnic.

58. Comunicatele se vor redacta într-un format aerisit (folosind spațierea la două rânduri), care să permită o lectură facilă și, după caz, adnotări.
59. La finalul comunicatului pot fi incluse informații suplimentare (background), dacă acestea sunt relevante pentru înțelegerea subiectului.
60. Data și ora comunicatului sunt obligatorii.
61. Pentru eventuale solicitări de informații suplimentare, se vor indica în mod obligatoriu numele și datele de contact ale persoanei responsabile (purător de cuvânt sau persoană de contact).
62. Comunicatul trebuie să aibă un caracter obiectiv; nu se includ opinii personale și nu se utilizează formulări subiective sau evaluative (ex. „foarte important”, „remarcabil”).
63. Distribuirea comunicatelor se realizează, de regulă, prin e-mail sau prin alte canale digitale dedicate relației cu mass-media.

Organizarea conferințelor, seminarelor, târgurilor

64. Conferințele, seminarele și târgurile reprezintă instrumente eficiente de comunicare și informare, utilizate pentru prezentarea obiectivelor și conținutului politicilor de dezvoltare regională și locală, precum și a oportunităților de finanțare disponibile din FNDRL.
65. Principalele obiective:
- 65.1. Informarea publicului cu privire la rezultatele preconizate ale programelor/proiectelor implementate;
- 65.2. Prezentarea oportunităților de finanțare, inclusiv a apelurilor de proiecte lansate sau aflate în pregătire, precum și a regulilor privind elaborarea cererilor de finanțare și procesul de selecție, adresate potențialilor beneficiari și mass-mediei.
- 65.3. Adaptarea conținutului și formatului evenimentelor în funcție de grupul-țintă, inclusiv prin implicarea beneficiarilor care pot împărtăși experiențe practice privind elaborarea și implementarea proiectelor, facilitând transferul de cunoștințe către potențiali beneficiari.
- 65.4. Asigurarea participării reprezentanților entităților de implementare, capabili să ofere răspunsuri directe la întrebările participanților, contribuind astfel la clarificarea aspectelor tehnice și procedurale.
- 65.5. Organizarea de seminare și ateliere de lucru pentru transmiterea unor informații specifice către grupuri restrânse sau specializate, fiind deosebit de utile pentru procesele de învățare interactivă.
- 65.6. Utilizarea întâlnirilor față în față pentru activități intensive, pe subiecte punctuale, inclusiv pentru oferirea de consultanță în procesul de elaborare a cererilor de finanțare, în special în etapele inițiale ale dezvoltării proiectelor.
66. Cum poate fi asigurat succesul unui eveniment:
- 66.1. stabilirea unor obiective clare și definirea precisă a publicului-țintă;
- 66.2. organizarea evenimentului într-un mod care să maximizeze participarea și impactul;
- 66.3. implicarea activă a participanților;
- 66.4. asigurarea activităților post-eveniment (diseminarea materialelor, follow-up);
- 66.5. evaluarea evenimentului, inclusiv prin analizarea reacțiilor participanților și valorificarea concluziilor pentru îmbunătățirea activităților viitoare.

V. MEDII ELECTRONICE DE STOCARE ȘI VIZUALIZARE

Fotografii

67. Selectarea fotografiilor:

67.1. se vor selecta fotografii care reflectă cel mai bine evoluția proiectului pe parcursul implementării acestuia.

67.2. fotografiile trebuie să aibă o legătură directă și evidentă cu proiectul.

67.3. subiectul/subiecții din fotografie trebuie să reflecte fie esența proiectului, fie să reprezinte persoane relevante implicate în implementare sau care vizitează locația proiectului.

67.4. ori de câte ori este posibil, fotografiile vor include persoane, pentru a crește impactul vizual și relevanța acestora. Se recomandă utilizarea fotografiilor de tip portret (față sau bust), evitând imaginile în care subiecții nu au o expresie adecvată (ex. ochii închiși).

67.5. o fotografie eficientă va include, de regulă, între una și trei persoane, cu o încadrare adecvată. În cazul interacțiunilor (ex. strângeri de mână), se va evita distanța mare între participanți (de exemplu, o masă aflată între cei doi).

67.6. fundalul fotografiei trebuie să fie relevant, clar și atractiv, contribuind la înțelegerea contextului.

67.7. se recomandă fotografiile dinamice, care surprind activități, în detrimentul celor statice.

67.8. în cazul fotografiilor care surprind persoane în activitate, se va urmări captarea unor cadre naturale, în care subiecții sunt concentrați asupra acțiunii, evitând poziționarea artificială sau orientarea directă către aparat. Se recomandă cadre din profil sau din unghi de 3/4.

67.9. se vor realiza fotografii de tip „înainte și după”, pentru a evidenția evoluția proiectului, precum și imagini din cadrul evenimentelor relevante (lansări, inaugurări, demonstrații etc.).

Website

68. Un website reprezintă un instrument esențial al oricărei strategii de comunicare și trebuie promovat pe toate materialele destinate publicului (comunicate de presă, broșuri, pliante etc.). Agențiile de Dezvoltare Regională vor asigura crearea, pe propria pagină web, a unei secțiuni dedicate proiectului, în care vor fi prezentate informații privind evoluția și stadiul implementării acestuia. Această secțiune va fi menținută activă pe întreaga durată de implementare a proiectului, precum și pe perioada de durabilitate și sustenabilitate..

69. Reguli pentru asigurarea eficienței unui website:

69.1. Conținutul trebuie structurat clar și logic, pentru a facilita accesul rapid al utilizatorilor la informații relevante.

69.2. Website-ul trebuie să permită dezvoltarea și extinderea ulterioară, oferind posibilitatea actualizării și completării continue a conținutului.

69.3. Se va asigura actualizarea periodică a informațiilor și menținerea unui nivel adecvat de accesibilitate, inclusiv pentru utilizatorii cu conexiuni de internet limitate sau echipamente tehnice mai puțin performante.

Social media

70. Pe conturile Agențiilor de Dezvoltare Regională de pe diverse rețele sociale, postările trebuie să respecte următoarele cerințe:

70.1. Textul postării va fi concis și nu va depăși, de regulă, trei paragrafe. Primul paragraf va evidenția elementul principal al informației (mesajul-cheie).

Ex.: „Apă pentru 21.000 de oameni prin proiectul de dezvoltare regională: Aprovizionarea descentralizată cu apă potabilă pentru Moldova”.

70.2. În același paragraf vor fi menționate titlul proiectului și al programului, precum și valoarea finanțării acordate din FNDRL și, după caz, contribuția cofinanțatorilor.

70.3. Al doilea paragraf va prezenta succint acțiunile realizate și stadiul actual al implementării proiectului.

70.4. Al treilea paragraf va include informații de context sau de actualizare.

Ex.: „Reamintim că primele 4 localități selectate în cadrul proiectului au semnat acordurile de implementare la data de 13.02.2026”.

70.5. Textul trebuie să fie clar și ușor de parcurs, putând fi utilizate, după caz, elemente vizuale (ex. emoticoane) pentru evidențierea ideilor principale.

70.6. La finalul postării vor fi incluse hashtag-uri relevante (ex. #GuvernulRepubliciiMoldova, #MIDR, #Apădecalitate, #FNDRL, #ADRX etc.).

70.7. Postarea va conține un link către site-ul web relevant (ex. site-ul ADR corespunzător).

70.8. Elementele de identitate vizuală (logo-uri) vor fi incluse atât în postările de pe conturile oficiale ale Agențiilor de Dezvoltare Regională, cât și pe eventualele conturi dedicate proiectului. Textul și link-ul aferent vor fi integrate corespunzător în descrierea postării.

70.9. Dimensiunea logo-urilor aplicate pe imagini și/sau materiale video nu va depăși 20% din suprafața acestora.

Materialele audio-video

71. În cazul materialelor audio (spoturi difuzate la radio și/sau online), mențiunea privind finanțarea va fi redată clar și inteligibil, într-un ritm normal de vorbire (aproximativ două cuvinte/secundă), după cum urmează: „Proiect finanțat de Guvernul Republicii Moldova din mijloacele financiare ale Fondului național pentru dezvoltare regională și locală”.

72. În cazul proiectelor finanțate/cofinanțate de Uniunea Europeană sau alți parteneri externi se va utiliza formularea: „Proiecte finanțat/cofinanțat de Uniunea Europeană (sau alt partener extern)”.

73. În cazul materialelor video realizate în cadrul proiectelor finanțate din Fondul național pentru dezvoltare regională și locală și/sau cofinanțate de Uniunea Europeană ori alți parteneri de dezvoltare, destinate difuzării la TV și/sau online (spoturi, știri, reportaje, emisiuni etc.), la finalul producției va fi afișat un carton informativ.

74. Cartonul final va include, în partea superioară, siglele obligatorii ale finanțatorilor/cofinanțatorilor, conform prevederilor contractuale și prezentului Ghid (de ex.: sigla Guvernului Republicii Moldova, sigla ADR, emblema Uniunii Europene, siglele altor parteneri de dezvoltare, după caz), precum și titlul proiectului și mențiunea privind sursa finanțării, de tipul:

74.1. **„Proiect finanțat din Fondul național pentru dezvoltare regională și locală”**
sau

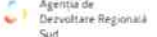
74.2. **„Proiect finanțat/cofinanțat de Guvernul Republicii Moldova și Uniunea Europeană”**
(după caz).

75. Elementele vizuale și textuale vor fi afișate pe ecran pentru o durată suficientă, astfel încât informațiile să poată fi citite clar de către public.

76. Se recomandă, după caz, completarea mesajului vizual printr-o intervenție audio (voice-over), care să redea mențiunea privind finanțarea într-un ritm clar și inteligibil.

VI. DISPOZITIVE PUBLICITARE DE VIZUALIZARE

Secțiunea 1. Previziuni generale



PROIECT FINANȚAT DE
GUVERNUL REPUBLICII MOLDOVA

Finalizarea sistemului de iluminat public stradal pe întreg teritoriul municipiului Cahul



Implementator: **Agencia de Dezvoltare Regională Sud**
Beneficiar: **Primăria municipiului Cahul**
Sursa de finanțare: **Fondul Național pentru Dezvoltare Regională și Locală (FNDRL)**
Costul total al proiectului: **38,79 mil. lei**
Alocat din FNDRL: **33,75 mil. lei**
Contribuția beneficiarului: **5,04 mil. lei**

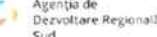
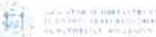
Agencia de Dezvoltare Regională Sud
tel. (+373) 241 26286
e-mail: adrsud@adrsud.gov.md
web: adrsud.md
facebook.com/adrsud

Primăria municipiului Cahul
tel. (+373) 299 22400
e-mail: primariacahul@gmail.com
web: primariacahul.md
facebook.com/primariamunicipiulcahul



FONDUL NAȚIONAL PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ ȘI LOCALĂ

Imagine nr. 6.1 „Panou informativ 1m*2m, cu imagine, font Globber”



PROIECT FINANȚAT DE
GUVERNUL REPUBLICII MOLDOVA

**Finalizarea sistemului de iluminat public stradal
pe întreg teritoriul municipiului Cahul**

Implementator: **Agencia de Dezvoltare Regională Sud**
Beneficiar: **Primăria municipiului Cahul**
Sursa de finanțare: **Fondul național pentru dezvoltare regională și locală (FNDRL)**
Costul total al proiectului: **38,79 milioane lei**
Alocat din FNDRL: **33,75 milioane lei**
Contribuția beneficiarului: **5,04 milioane lei**
Termen de realizare: **12 luni**

Agencia de Dezvoltare Regională Sud
tel. (+373) 241 26286
e-mail: adrsud@adrsud.gov.md
web: adrsud.md
facebook.com/adrsud

Primăria municipiului Cahul
tel. (+373) 299 22400
e-mail: primariacahul@gmail.com
web: primariacahul.md
facebook.com/primariamunicipiulcahul



FONDUL NAȚIONAL PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ ȘI LOCALĂ

Imagine nr. 6.2 „Panou informativ 1,2*1,8 fără imagine, font Globber”

FINALIZAREA SISTEMULUI DE ILUMINAT PUBLIC STRADAL PE ÎNTREG TERITORIUL MUNICIPIULUI CAHUL

Proiect finanțat de **Guvernul Republicii Moldova**,
prin Fondul Național pentru Dezvoltare Regională și Locală,
și implementat de **Agencia de Dezvoltare Regională Sud**,
în cooperare cu **Primăria municipiului Cahul**

Date de contact: **Agencia de Dezvoltare Regională Sud**
tel: (+373) 241 26286
e-mail: adr-sud@adr-sud.gov.md
web: www.adrsud.md
facebook.com/adr-sud

Primăria municipiului Cahul
tel: (+373) 299 22400
e-mail: primariacahul@gmail.com
web: www.primariacahul.md
facebook.com/primariamunicipiulcahul



Imagine nr. 6.3 „Placă informativă A3/A4”

77. În conformitate cu obligațiile asumate prin contractele de finanțare, Agențiile de Dezvoltare Regională și beneficiarii finanțării au obligația de a asigura vizibilitatea clară a proiectului finanțat și de a informa comunitatea locală cu privire la obiectivele proiectului, părțile implicate în implementare, rezultatele atinse, instrumentele și sursele de finanțare.

78. Pentru asigurarea informării și vizibilității proiectelor de dezvoltare regională la nivelul localităților, pot fi utilizate următoarele tipuri de dispozitive publicitare:

78.1. panouri informative;

78.2. plăci informative;

78.3. autocolante informative.

79. În vederea atingerii unui nivel optim de vizibilitate, dispozitivele publicitare vor fi amplasate corespunzător și menținute, atât pe perioada de implementare a proiectului, cât și pe perioada post-implementare, reglementată prin contractele de finanțare (de regulă, 3 ani după implementare).

80. În scopul optimizării cheltuielilor pentru elaborarea machetelor dispozitivelor publicitare, se va respecta următorul raport al dimensiunilor pentru confecționarea panourilor, plăcilor și autocolantelor informative:



Fig. 6.1 „Raportul dimensiunilor pentru confecționarea panourilor”

81. Dimensiunile recomandate ale dispozitivelor publicitare:

Dispozitive publicitare	Varianta	Înălțime	Lățime
Panou informativ	var. D-1	1 m	2 m
	var. D-2	1,2 m	1,8 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

Tabelul 6.1 „Dimensiuni dispozitive publicitare”

82. Dimensiunea optimă a dispozitivelor publicitare se stabilește pentru fiecare caz în parte, astfel încât informațiile afișate să fie vizibile de la distanță, textul să fie suficient de lizibil, iar persoanele aflate în trecere să poată înțelege natura proiectului.

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

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

Tabelul 6.2. „Tipul dispozitivelor publicitare”

84. Dispozitivele publicitare vor fi confecționate din materiale rezistente la intemperii. În cazul degradării acestora (din cauza condițiilor meteorologice, vandalismului etc.), în măsura în care nu mai este asigurată vizualizarea corespunzătoare a informațiilor, ADR va asigura reînnoirea (înlocuirea) acestora, în termen de cel mult 10 zile calendaristice.

85. Dispozitivele publicitare vor fi amplasate în apropiere de locația proiectului sau în imediata vecinătate a spațiului în care acesta se implementează și vor avea dimensiuni adecvate, astfel încât să se asigure vizibilitatea optimă din toate punctele de acces public.

86. Amplasamentul dispozitivelor publicitare urmează a fi selectat astfel încât, vizualizarea informațiilor să nu fie obturată sau îngreunată de alte elemente stradale sau naturale.

Secțiunea 2. Dispozitive publicitare pentru afișare permanentă

Recomandări privind amplasare dispozitivelor publicitare pentru afișare permanentă:

87. Dispozitivele publicitare pentru afișare permanentă (panouri, plăci și autocolante) au rolul de a asigura informarea publicului și vizibilitatea proiectelor implementate.

88. Dispozitivele publicitare permanente se instalează, fără excepție, la toate tipurile de proiecte,

după finalizarea lucrărilor prevăzute și se mențin pe toată perioada post-implementare, stabilită prin contractul de finanțare, în vederea asigurării durabilității investiției.

89. Acțiunile aferente elaborării, producerii, instalării și menținerii dispozitivelor publicitare permanente vor fi incluse distinct (ca activitate) în planurile de asigurare a durabilității proiectelor.

90. Termenul maxim admisibil pentru producerea (înlocuirea) și instalarea dispozitivelor publicitare permanente este de 30 de zile calendaristice de la data aprobării actului de transmitere a costurilor investiționale formate în cadrul proiectului, conform actelor normative în vigoare.

91. În conformitate cu prevederile Regulamentului privind gestionarea Fondului (Hotărârea Guvernului nr. 152/2022, Anexa nr. 2), lipsa dispozitivelor publicitare pentru afișare permanentă, ca instrument de asigurare a durabilității proiectelor implementate, poate conduce la retragerea eligibilității autorității administrației publice locale de a participa la alte apeluri de finanțare din Fond.

Marcarea cu dispozitive publicitare a proiectelor destinate privind modernizarea infrastructurii tehnico-edilitare și rețelelor de utilități publice:

92. Pentru proiectele destinate construcției/extinderii/reabilitării/modernizării sistemelor de alimentare cu apă și canalizare, iluminat stradal, dispozitivele publicitare permanente trebuie să respecte următoarele cerințe minime:

92.1. dimensiunea panourilor informative permanente va corespunde variantei **D-1 (1 m × 2 m)**, prin înlocuirea pânzei pe cadrul de suport existent;

92.2. în caseta-conținut a panourilor informative, pe lângă informațiile textuale, se va include și imaginea reprezentând schema „as built” (efectiv executată) a rețelelor tehnico-edilitare;

92.3. în cazul în care proiectul de construcție/extindere/reabilitare/modernizare a rețelelor tehnico-edilitare include intervenții asupra unor obiecte conexe de infrastructură (de exemplu: turnuri de apă, rezervoare, stații de captare, stații de pompare, stații de tratare, stații de epurare, stații de transformare etc.), amplasate în afara zonei (stradă, cartier etc.) marcate de panourile informative, la fiecare dintre aceste obiecte se vor instala plăci informative cu conținut similar panourilor informative, dimensionate conform variantelor **D-3 (45 cm × 75 cm)** sau **D-4 (27 cm × 45 cm)**, în funcție de condițiile de vizibilitate, utilizând sistemul de fixare **F-2** pe suprafață rigidă (perete, poartă, gard etc.), cu distanțiere, pe utilajele și echipamentele cu o durată de funcționare utilă (normativă) mai mare decât perioada de asigurare a durabilității proiectului (3 ani), instalate pentru operarea infrastructurii (turnuri de apă, stații de captare, pompare, tratare, epurare etc.), se vor aplica autocolante informative permanente, dimensionate conform variantelor **D-5 (15 × 25 cm)**, **D-6 (9 × 15 cm)** sau **D-7 (5,5 × 9 cm)**, în funcție de suprafața disponibilă pentru marcarea (de regulă, minimum 1/16 din suprafața vizibilă a utilajului/echipamentului).

92.4. Pentru proiectele de alimentare cu apă și canalizare, panourile informative permanente vor fi amplasate în localitățile beneficiare și la principalele obiecte tehnice (stații de pompare, rezervoare, stații de epurare, stații de tratare etc.).

92.5. Pentru proiectele de iluminat stradal, se vor respecta prevederile specifice privind marcarea rețelelor și echipamentelor instalate.

92.6. Toate materialele informative vor respecta normele de accesibilitate pentru persoanele cu dizabilități.

Marcarea cu dispozitive publicitare a proiectelor destinate clădirilor publice eficiente energetic:

93. Pentru proiectele care vizează reabilitarea/modernizarea/eficientizarea energetică a clădirilor

publice, dispozitivele publicitare permanente vor respecta următoarele cerințe minime:

93.1. dimensiunea panourilor informative permanente, va corespunde variantei **D-1 (1 m x 2 m)**, prin înlocuirea suportului grafic pe cadrul existent;

93.2. În cazul în care proiectul a inclus intervenții asupra unor obiecte conexe (ex.: puncte termice, centrale termice, sisteme fotovoltaice amplasate separat, anexe tehnice), situate în afara clădirii principale marcate prin panou informativ, la fiecare dintre aceste obiecte se vor instala plăci informative cu conținut similar, dimensionate conform variantelor **D-3 (45 x 75 cm)** sau **D-4 (27 x 45 cm)**, în funcție de condițiile de vizibilitate, utilizând sistemul de fixare F-2 pe suprafață rigidă (perete, gard, suport metalic etc.), cu distanțiere.

93.3. Pe echipamentele și instalațiile cu durată de funcționare mai mare decât perioada de asigurare a durabilității proiectului (ex.: centrale termice, pompe de căldură, panouri solare/fotovoltaice, sisteme de ventilare cu recuperare de căldură, tablouri electrice 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 marcare (de regulă, minimum 1/16 din suprafața vizibilă);

93.4. Toate materialele informative trebuie să respecte normele de accesibilitate pentru persoanele cu dizabilități.

Marcarea cu dispozitive publicitare a proiectelor de conectivitate și mobilitate urbană:

94. Pentru proiectele care se referă la modernizarea infrastructurii rutiere, dezvoltarea serviciilor de transport public urban sau construcția infrastructurii aferente transportului public urban, dispozitivele de informare și publicitate vor respecta următoarele cerințe:

94.1. În cazul modernizării/reabilitării drumurilor, panourile informative permanente se vor instala la intrările și ieșirile din tronsonul reabilitat sau în punctele cu vizibilitate maximă.

94.2. În cazul dezvoltării serviciului de transport public (procurare de unități de transport), fiecare unitate de transport va fi marcată cu autocolante informative permanente, vizibile pe exteriorul vehiculului.

94.3. Stațiile de așteptare nou-construite/modernizate/reabilitate vor include plăci informative permanente integrate în structura stației sau amplasate în proximitatea imediată.

94.4. Sistemele inteligente de transport (informare călători, ticketing electronic, monitorizare video etc.) vor fi marcate prin autocolante sau plăci informative aplicate pe echipamente principale (panouri electronice, automate de plată, console de control).

94.5. Dimensiunile panourilor și plăcilor informative vor respecta standardele aprobate (**D-1: 1 m x 2 m**, **D-2 – 1,2 m x 1,8 m**, **D-3 - 45 cm x 75 cm etc.**), în funcție de tipul investiției și condițiile de vizibilitate.

94.6. Toate materialele informative trebuie să respecte normele de accesibilitate pentru persoanele cu dizabilități.

Marcarea cu dispozitive publicitare a proiectelor privind competitivitatea și susținerea activităților economice:

95. Pentru proiectele care se referă la construcția/dotarea/extinderea/lansarea structurilor de sprijin al afacerilor, conectarea acestora la infrastructura tehnico-edilă, dezvoltarea/echiparea platformelor industriale, precum și construcția/dotarea centrelor de business regionale în sectoarele prioritare TIP și BPO, dispozitivele de informare și publicitate vor respecta următoarele cerințe:

95.1. clădirile nou-construite/extinse/modernizate (incubatoare de afaceri, centre de business, piețe regionale, hale etc.) vor fi marcate prin panouri informative permanente amplasate la intrarea

principală;

95.2. platformele industriale și structurile de sprijin al afacerilor vor avea instalate plăci informative permanente instalate la punctele de acces în incintă;

95.3. în cazul dotării cu echipamente și utilaje, acestea vor fi marcate cu autocolante informative permanente, proporțional cu suprafața vizibilă;

95.4. în situația conectării structurilor la infrastructura tehnico-edilitare aferentă, se vor instala plăci informative la punctele tehnice principale (posturi de transformare, noduri de branșare etc.);

95.5. dimensiunile panourilor și plăcilor informative vor respecta standardele aprobate (**D-1 - 1 m x 2 m, D-2 - 1,2 m x 1,8 m, D-3 - 45 cm x 75 cm etc.**), în funcție de tipul investiției și condițiile de vizibilitate;

95.6. toate materialele informative trebuie să respecte normele de accesibilitate pentru persoanele cu dizabilități.

Marcarea cu dispozitive publicitare a proiectelor de revitalizare urbană și dezvoltarea infrastructurii spațiilor publice:

96. Pentru proiectele care vizează amenajarea zonelor de agrement/parcurilor/aleilor/spațiilor publice, amenajarea stațiilor/parcărilor, construcția/reabilitarea complexelor sportive multifuncționale, clădirilor publice, reprofilarea și dezvoltarea unor centre de servicii, afaceri, comunitare/media, educație, dispozitivele de informare și publicitate vor respecta următoarele cerințe:

96.1. În cazul amenajării parcurilor, aleilor, zonelor de agrement și spațiilor publice, panourile informative permanente vor fi amplasate la intrările principale în zona de revitalizare.

96.2. Pentru complexe sportive, clădiri publice reabilite sau centre multifuncționale, plăcile informative vor fi instalate la intrarea principală a clădirii.

96.3. În cazul reabilitării curților blocurilor de locuințe, se vor instala plăci informative de dimensiuni adaptate (**D-1 - 1 m x 2 m, D-2 - 1,2 m x 1,8 m, D-3 - 45 cm x 75 cm etc.**), amplasate în zone cu circulație pietonală intensă.

96.4. Pentru proiectele care vizează patrimoniul construit sau peisajul cultural, panourile informative vor integra și elemente vizuale care să reflecte valoarea istorică/culturală a obiectivului.

96.5. Toate materialele informative trebuie să respecte normele de accesibilitate pentru persoanele cu dizabilități.

Marcarea cu dispozitive publicitare a proiectelor privind valorificarea infrastructurilor de afaceri:

97. Pentru proiectele care vizează valorificarea infrastructurilor de afaceri și dezvoltarea capacităților, dispozitivele de informare și publicitate vor respecta următoarele cerințe:

97.1. pentru proiectele care vizează parcuri industriale, zone economice libere, incubatoare de afaceri, platforme industriale, piețe regionale sau hale de producție, panourile informative permanente se vor instala la intrarea principală în incintă sau la accesul în clădirea reabilitată/construită;

97.2. dimensiunea panourilor informative permanente, va corespunde variantei **D-1 (1 m x 2 m)**, prin înlocuirea suportului grafic pe cadrul existent;

98. Toate materialele informative trebuie să respecte normele de accesibilitate pentru persoanele cu dizabilități.

Marcarea cu dispozitive publicitare a proiectelor privind dezvoltarea mediului antreprenorial:

99. Pentru proiectele care vizează programe regionale de formare profesională continuă și

antreprenorială în sectoarele prioritare regiunii, precum și sprijinul inovării pentru mediul privat, dispozitivele de informare și publicitate vor respecta următoarele cerințe:

99.1. Pentru programele regionale de formare profesională și antreprenorială, toate materialele didactice promoționale (agende, prezentări, certificate, platforme online, pagini web, materiale multimedia), vor include elementele obligatorii de identitate vizuală;

99.2. În cazul programelor de incubare, accelerare sau a huburilor de competențe, spațiile fizice utilizate pentru desfășurarea activităților vor fi marcate prin plăci informative sau roll-up-uri permanente amplasate la intrare;

99.3. Pentru proiectele de sprijin al inovării (creare de servicii/produse noi), Agențiile de Dezvoltare Regională și autoritățile administrației publice locale vor menționa sprijinul financiar în materialele de promovare ale produsului/serviciului;

99.4. În cazul organizării evenimentelor (traininguri, conferințe, sesiuni de informare), se vor utiliza bannere sau fundaluri personalizate cu identitatea vizuală a finanțatorului;

99.5. Certificatele de participare eliberate în cadrul programelor de formare vor conține mențiunea finanțării și elementele grafice obligatorii.

99.6. Toate materialele informative trebuie să respecte normele de accesibilitate pentru persoanele cu dizabilități.

Marcarea cu dispozitive publicitare a proiectelor destinate sporirii atractivității turistice:

100. Pentru proiectele care vizează crearea/reabilitarea și extinderea infrastructurii de agrement, modernizarea/reabilitarea căilor de acces către obiectivele turistice, amenajarea obiectivelor turistice naturale și antropice, restaurarea și valorificarea durabilă a patrimoniului cultural, dispozitivele de informare și publicitate vor respecta următoarele cerințe:

100.1. Pentru infrastructura de agrement nou-creată sau reabilitată, se vor instala panouri informative permanente la intrările principale în obiectivul turistic sau în zona amenajată;

100.2. În cazul modernizării drumurilor de acces către obiective turistice, panourile informative vor fi amplasate în puncte vizibile la începutul tronsonului reabilitat;

100.3. Pentru obiectivele turistice naturale și antropice amenajate, se vor instala plăci informative conform criteriilor stabilite în prezentul Ghid în imediata apropiere a obiectivului;

100.4. Dimensiunea panourilor informative permanente, va corespunde variantei **D-1 (1 m x 2 m)**, prin înlocuirea suportului grafic pe cadrul existent;

100.5. Toate materialele informative trebuie să respecte normele de accesibilitate pentru persoanele cu dizabilități.

101. Specificațiile tehnice ale panoului informativ permanent:

Dimensiunea panoului:	var. D-1: înălțime - 1 m, lățime - 2 m;
Marginea de siguranță	5 cm între limita exterioară 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 15mmx15mm, metalic cu prelucrare anticorozivă, zincat sau aluminiu;
Pânza panoului	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; var. P-2: imprimare în policromie (color) pe plastic PVC, 8 mm, rezistent UV, fixat cu autofiletante pe cadru de suport; 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;
Sistemul de sprijin	var. F-1: prin fixarea cadrului de suport pe piloni;

(portant)	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).
-----------	--

Tabelul 6.5 „Specificațiile tehnice ale panoului informativ permanent”

102. Specificațiile tehnice ale plăcii informative permanente:

Dimensiunea panoului:	var. D-3: înălțime – 50 cm, lățime - 70 cm;
Marginea de siguranță	nu
Înălțimea de afișare	Marginea de jos la 1,5 m- 1,75 m față de nivelul solului/podelei;
Cadrul de suport	nu
Materialul panoului	var. P-1: 50 cm înălțime x 70 cm lățime confecționată din Etalbond (panou compozit din aluminiu), destinat utilizării la exterior. Structura rigidă, rezistentă la condițiile atmosferice, umiditate și radiații UV. Suprafața plăcii va fi pregătită pentru aplicarea informațiilor grafice și textuale, prin imprimare directă sau aplicarea unei folii autocolante, în funcție de cerințele de design. Informațiile vor fi realizate cu materiale rezistente la decolorare și intemperii, pentru asigurarea unei bune vizibilități și durabilități în timp. var. P-2: placă informativă 50 cm înălțime x 70 cm lățime confecționată din sticlă organiză (plexiglas) transparentă, cu grosimea de minimum 5-5 mm, destinate utilizării la exterior. Informațiile grafice și textuale vor fi realizate prin imprimarea policromă pe verso-ul plăcii, astfel încât imaginea și textul să fie protejate de contactul direct cu factorii externi și să asigure o durabilitate sporită. Imprimarea va fi realizată cu cerneală/materiale rezistente la radiații UV, umiditate și variații de temperatură. Marginile vor fi prelucrate și suprafața fără defecte vizibile. Fixarea se va realiza cu distanțiere metalice sau alte elemente de prindere adecvată, în funcție de soluția de montare.
Sistemul de sprijin (portant)	var. F-1: prin fixarea cadrului de suport pe o suprafață rigidă (perete, poartă, gard etc.). Fixarea se va realiza cu distanțiere metalice sau alte elemente de prindere adecvată, în funcție de soluția de montare.

Tabelul 6.6 „Specificațiile tehnice ale plăcii permanente”

103. Specificațiile tehnice ale colantului informativ permanent:

Dimensiunea colantului:	Minim 1/16 din suprafața cea mai vizibilă a echipamentului: 103.1. var. D-5: înălțime – 15 cm, lățime - 25 m; 103.2. var. D-6: înălțime – 9 cm, lățime – 15 cm; 103.3. var. D-7: înălțime – 5,5 cm, lățime – 9 cm;
Marginea de siguranță	nu
Înălțimea de afișare	După caz, în funcție de suprafața disponibilă a echipamentului marcat;
Cadrul de suport	nu
Pânza panoului	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 de uzură).
Sistemul de sprijin (portant)	nu

Tabelul 6.7 „Specificațiile tehnice ale colantului informativ permanent”

104. 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 lucioasă 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.

105. Se va evita fixarea plăcilor informative, panourilor informative, colantelor informative și a altor materiale de informare pe clădiri deteriorate sau distruse, pe elemente de infrastructură necorespunzătoare, precum și în zone cu vizibilitate redusă, greu accesibile sau insuficient iluminate. Materialele informative urmează a fi amplasate în locuri sigure, accesibile și vizibile pentru public, astfel încât informația prezentată să poată fi ușor observată și citită, fără a fi obstrucționată de vegetație, construcții, autovehicule, mobilier urban sau alte elemente.

ANTET

Nr. _____ din _____ 20xx

*Aplicanți
(conform listei)*

Subiect: *Asigurarea măsurilor de informare și vizibilitate privind proiectele finanțate din bugetul de stat prin Fondul național pentru dezvoltare regională și locală*

(Finanțatorul), în calitate de instituție publică responsabilă de implementarea eficientă a programelor și proiectelor de dezvoltare regională finanțate din Fondul național pentru dezvoltare regională și locală (FNDRL), atrage atenția asupra obligației Beneficiarilor de programe/proiecte de a asigura vizibilitatea sursei de finanțare, în conformitate cu prevederile contractelor de finanțare și ale Ghidului de vizibilitate și comunicare pentru proiectele de dezvoltare regională, publicat pe site-ul web oficial al Finanțatorului.

Potrivit art. 5 din Legea nr. 27/2022 privind Fondul național pentru dezvoltare regională și locală, coroborat cu art. 2 alin. (2) din Legea nr. 438/2006 privind dezvoltarea regională în Republica Moldova, ***principiile transparenței, eficienței și durabilității impun obligația*** _____ ***(aplicant) de a asigura informarea publicului cu privire la proiectele realizate din mijloace publice, inclusiv prin instalarea la loc vizibil a panourilor și plăcuțelor informative care să indice expres faptul că proiectul a fost finanțat de către Guvernul Republicii Moldova.***

În acest context, _____ (Finanțatorul) solicită tuturor aplicanților:

- să asigure, pentru fiecare proiect finanțat, transmiterea informațiilor privind măsurile întreprinse,
- în cazul proiectelor pentru care nu s-a respectat obligația de informare și vizibilitate, să asigure, în termen de 30 de zile de la primirea prezentei notificări, amplasarea la loc vizibil (de regulă, în proximitatea obiectivului realizat) a panoului informativ conform modelului din Ghidul de identitate vizuală pentru implementarea programelor și proiectelor de dezvoltare regională finanțate din bugetul de stat prin Fondul național pentru dezvoltare regională și locală, care să conțină mențiunea expresă „Proiect finanțat de Guvernul Republicii Moldova”.

Totodată, se aduce la cunoștință că nerespectarea obligației de informare și vizibilitate constituie încălcare a prevederilor contractuale de finanțare, fapt care va fi luat în considerare de _____ (Finanțatorul) la evaluarea eligibilității aplicanților respectivi în cadrul viitoarelor apeluri de proiecte finanțate din FNDRL.

Director

.....