



Piața publicității exterioare din Republica Moldova

Rezultatele anului 2025 și comparația cu anul 2024

**Analiză sectorială AAPM pentru comunitatea de publicitate din
Republica Moldova**

2025



AAPM prezintă perspectiva sectorului asupra pieței

2006

anul înființării Asociației Agențiilor de
Publicitate din Moldova

Scopul analizei

Prezentarea dinamicii anului 2025,
explicarea schimbărilor structurale și
delimitarea datelor disponibile.

01 Dezvoltarea pieței

Contribuție la formarea unei piețe civilizate și sustenabile a serviciilor de publicitate.

02 Dialog cu autoritățile de reglementare

Participarea la elaborarea propunerilor legislative și reprezentarea poziției sectorului.

03 Cooperare internațională

Dezvoltarea relațiilor profesionale și schimbul de bune practici cu organizațiile partenere.



În 2025, piața și-a consolidat revenirea

5,0 mil. €

volumul financiar al pieței
în anul 2025

+25%

creșterea volumului financiar
față de 2024

78,96%

gradul total de ocupare
pentru toate tipurile de
construcții

3 199

suprafețe monitorizate
în Chișinău

Concluzia principală

Cererea se menține ridicată, iar structura pieței se schimbă.

Formatele clasice au coborât ușor față de nivelul record din 2024, iar stațiile de așteptare, suporturile nestandard și cele digitale și-au consolidat ponderea.



Trei surse descriu piața din perspective diferite

01

Republica Moldova

5,0 mil. €

Estimarea financiară a pieței pentru 2025, utilizată pentru analiza dinamicii la nivel național.

02

Municipiul Chișinău

3 199 suprafețe

Monitorizarea fotografică detaliată a suprafețelor, realizată în perioada martie–mai 2025: structură și grad de ocupare.

03

Acoperire națională

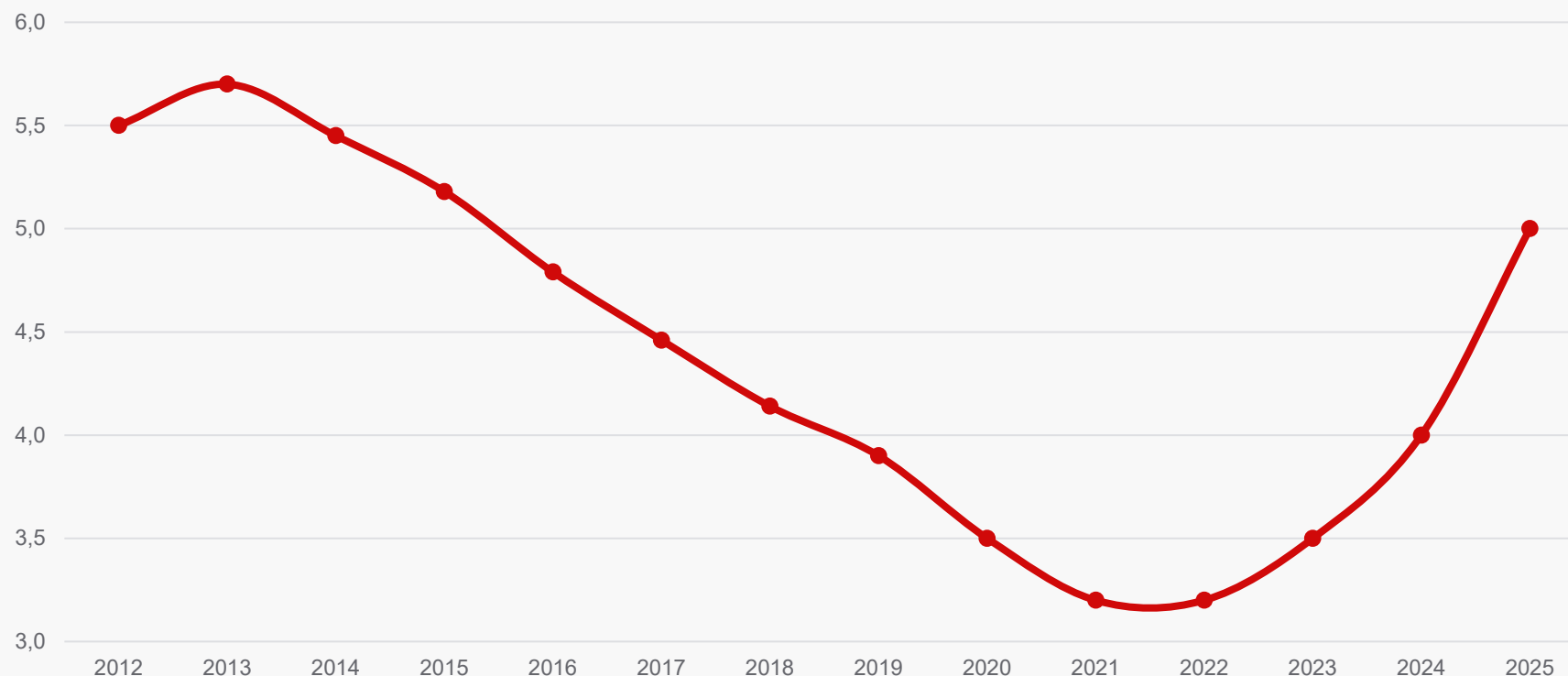
33,2 mii m²

Suprafața totală de afișaj autorizată, raportată de autoritățile administrației publice locale pentru anul 2025.

Volumul financiar, numărul suprafețelor și suprafața totală de afișaj autorizată sunt indicatori diferiți și nu se însumează.



Volumul financiar a crescut la 5,0 milioane euro



4,0 → 5,0

mil. euro
2024 → 2025

+25%

cea mai mare creștere anuală
din seria disponibilă 2012–2025

**Nivelul din 2025 s-a apropiat
de vârful din 2013: diferența s-
a redus la aproximativ 12%.**



Volumul financiar a crescut mai rapid decât inventarul

Volumul financiar

2024

4,0 mil. €



2025

5,0 mil. €

+25%

estimare națională

Gradul total de ocupare

2024

75,20%



2025

78,96%

+3,76 %

toate tipurile de construcții

Baza de monitorizare

2024

2 677



2025

3 199

+522

+19,5% suprafețe

Comparația indică o creștere concomitentă a volumului financiar, a numărului de suprafețe și a gradului total de ocupare.



Formatele clasice au menținut un grad ridicat de ocupare

BILLBOARD

2024



90,09%

–2,71 %

2025



87,38%

Media 2007–2025: 86,37%
Estimare comercială*: ≈75,58%

CITY-LIGHT

2024



94,70%

–4,65 %

2025



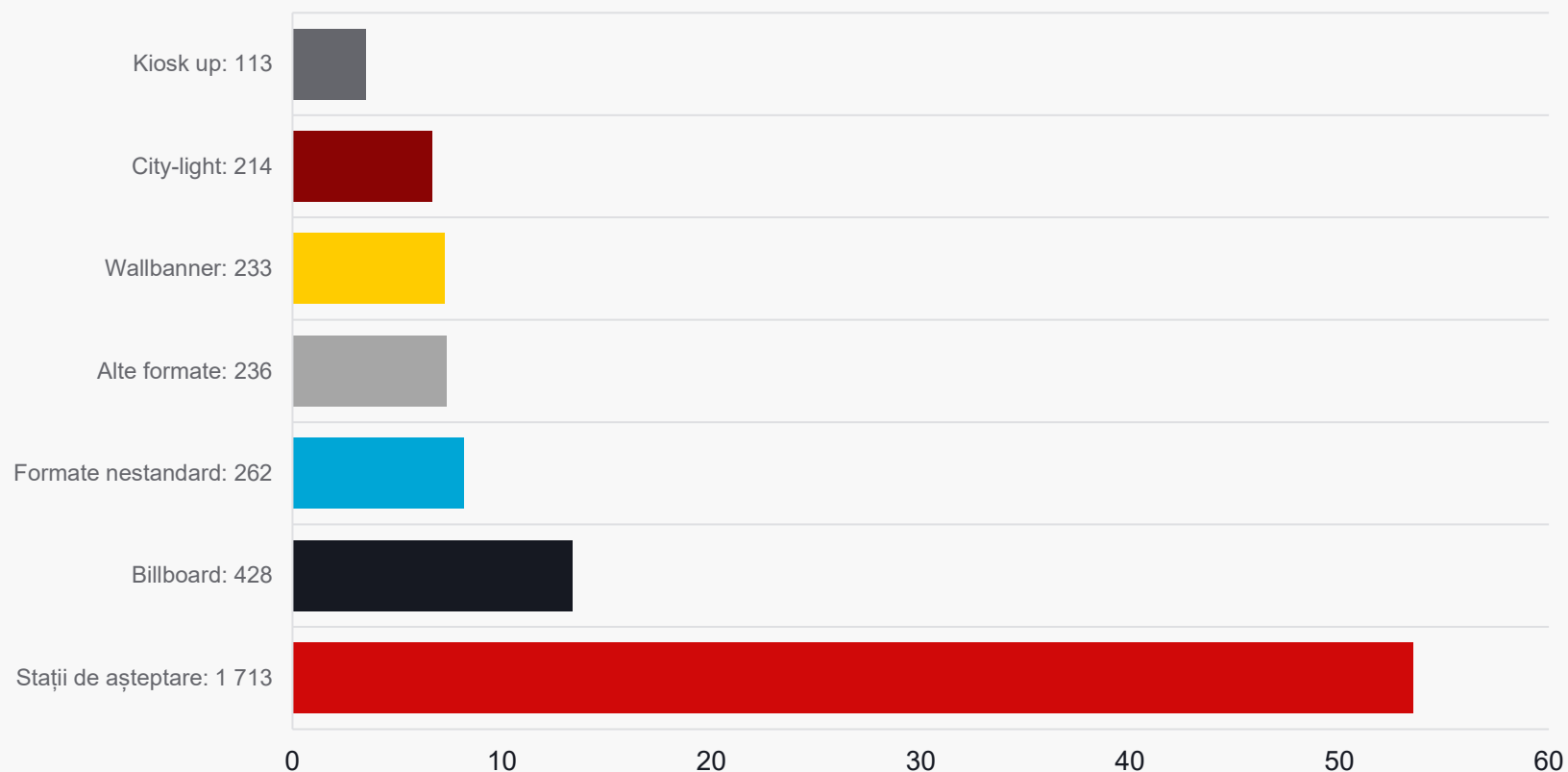
90,05%

Media 2007–2025: 83,69%
Estimare comercială*: ≈66,95%

* Monitorizarea include și campaniile sociale difuzate gratuit. Gradul de ocupare comercială este astfel mai redus decât indicatorul total.



Stațiile de așteptare reprezintă peste jumătate din inventar



3 199

suprafețe monitorizate

53,5%

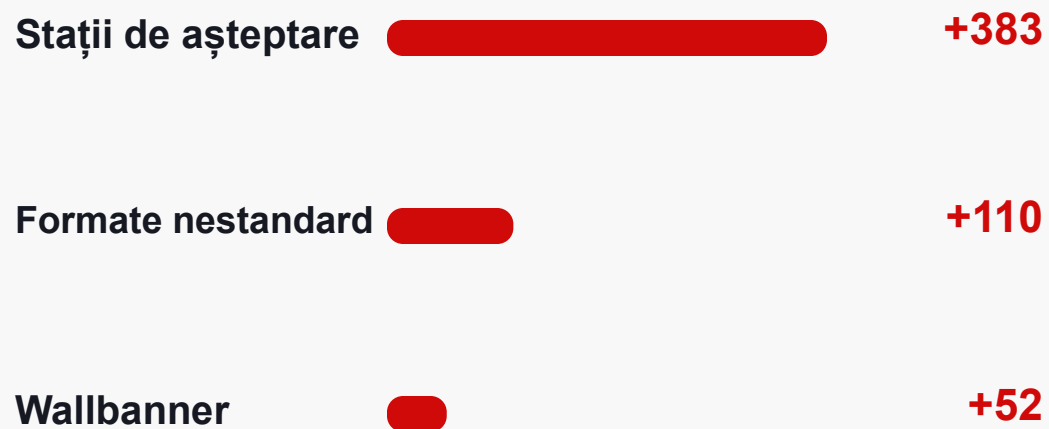
revin stațiilor de așteptare

**Stațiile de așteptare și panourile
Billboard reprezintă împreună
66,9% din inventarul monitorizat.**

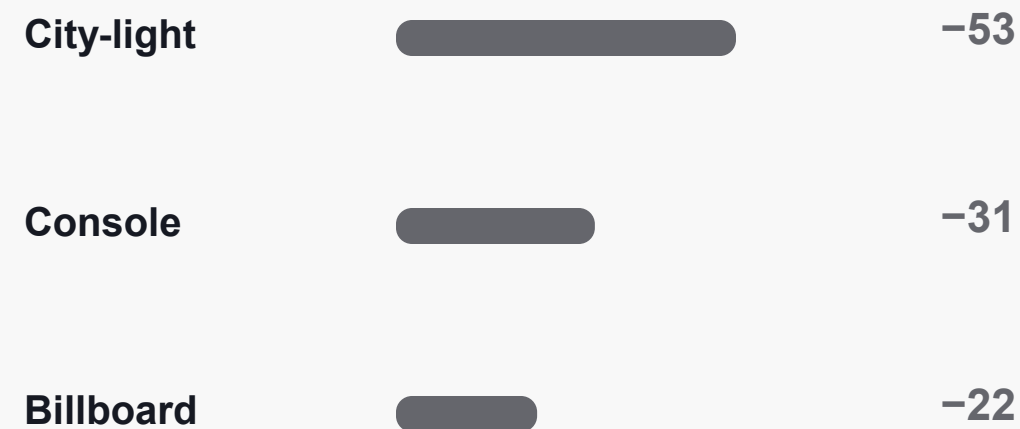


Creșterea a fost susținută de stațiile de așteptare, formatele nestandard și Wallbanner

AU CRESCUT



AU SCĂZUT



Comparația a fost realizată pe formate omonime. Totalurile celor două tabele nu sunt direct comparabile: structura veche însumează 2 729 de suprafețe, iar baza actualizată pentru 2024, 2 677.

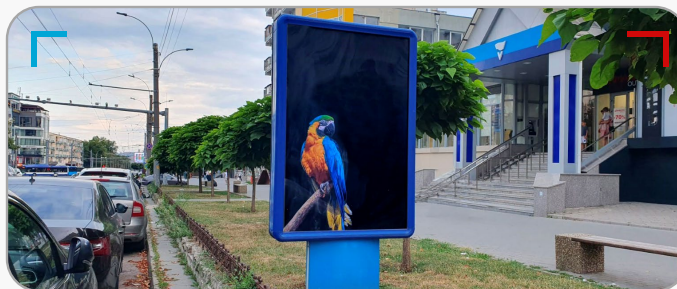


Principalele tipuri de publicitate exterioară



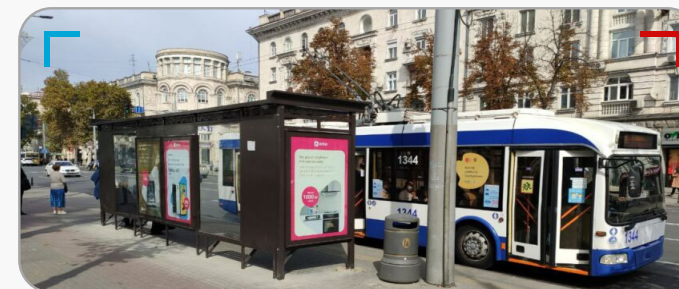
Billboard

panou publicitar de format mare



City-light

format urban de dimensiuni mici



Stație de așteptare

publicitate în stațiile de așteptare



Wallbanner

suprafață publicitară amplasată pe fațadă



LED / DOOH

suporturi digitale de publicitate exterioară



Nestandard

construcții și soluții individuale



Segmentul LED reprezintă aproximativ 2% din inventar, dar are un grad de ocupare de 96–100%

63

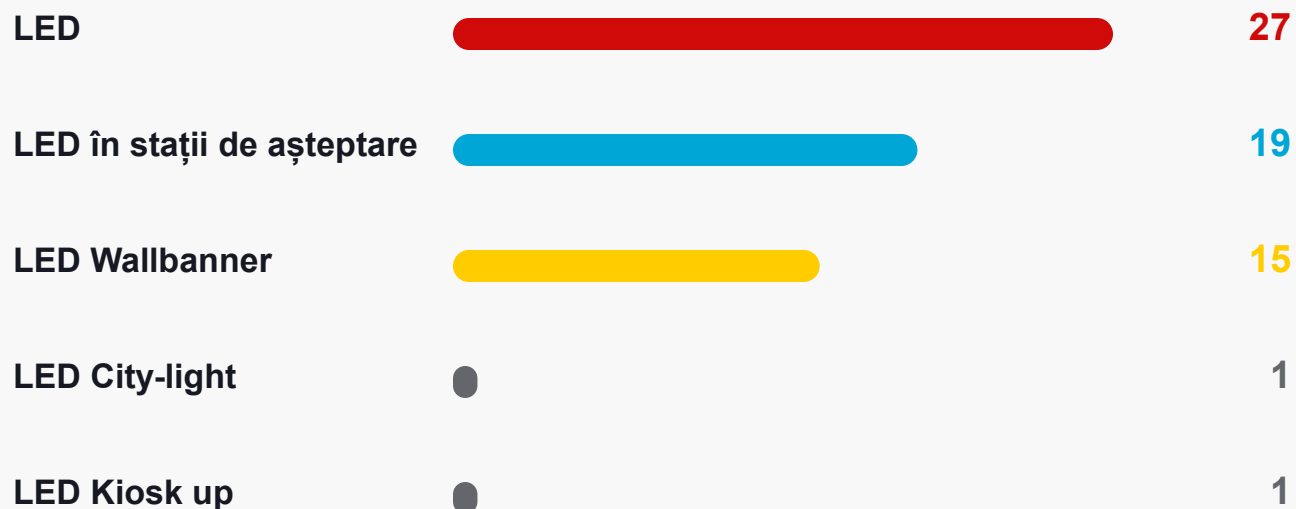
suprafețe LED

≈2,0% din cele 3 199 de suprafețe monitorizate în Chișinău

96–100%

gradul de ocupare al formatelor LED

Structura inventarului digital



Gradul ridicat de ocupare, raportat la ponderea redusă a inventarului, indică o cerere solidă. Concluziile privind extinderea viitoare necesită măsurarea periodică a inventarului digital.



Două seturi de date completează imaginea geografică a pieței

CHIȘINĂU

3 199

suprafețe monitorizate

19 tipuri de suporturi
martie–mai 2025
structură și grad de ocupare

REPUBLICA MOLDOVA

33 164 m²

suprafață totală de afișaj autorizată

Date raportate de autoritățile administrației publice
locale pentru 2025: acoperire națională, fără structură și
grad de ocupare pe formate.

Cele 3 199 de suprafețe și cei 33 164 m² răspund unor întrebări diferite: inventarul și gradul de ocupare comparativ cu suprafața totală de afișaj autorizată.



Raportul Consiliului Concurenței completează estimarea sectorială

01

Volumul segmentului

>94,8 mil. lei

Valoare minimă pentru anul 2025, conform informațiilor transmise de participanții pieței. Datele au caracter incomplet.

02

Suprafața totală de afișaj
autorizată

33,2 mii m²

Suprafața raportată de autoritățile administrației publice locale în conformitate cu art. 51 din Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate.

03

Concentrare

34,0%

Ponderea municipiului Chișinău: 11 264,91 m² din totalul național de 33 164,12 m².

Estimările AAPM și ale Consiliului Concurenței se bazează pe seturi de date diferite și nu se compară direct.



Suprafața totală de afișaj autorizată se concentrează în capitală și în principalele centre urbane

11 264,91 m²

În Chișinău reprezintă 34,0% din totalul național

+1 409,75 m²

Zona periurbană a municipiului Chișinău: împreună cu orașul reprezintă 38,2% din suprafața totală de afișaj autorizată a țării.

Suprafață ≠ număr de dispozitive ≠ grad de ocupare.

Locație	m ²	% din RM	Statut
Ungheni	1 964,55	5,9%	municipiu
Drochia	1 956,60	5,9%	raion
Cahul	1 872,16	5,6%	raion
Comrat	1 536,54	4,6%	municipiu
Bălți	1 339,75	4,0%	municipiu
Ialoveni	1 082,47	3,3%	raion
Total, top 6	9 752,06	29,4%	—



Transparența autorizării devine un factor de dezvoltare a pieței

- | | | |
|----|--|---|
| 01 | Procedura de autorizare | Participanții pieței semnalează neclarități privind autorizarea și amplasarea dispozitivelor publicitare. |
| 02 | Spațiile disponibile | Lipsește certitudinea privind zonele din localități pentru care pot fi solicitate autorizații. |
| 03 | Hartă sau registru | Consiliul Concurenței evidențiază necesitatea publicării unei hărți sau a unui registru al zonelor disponibile pentru autorizare. |
| 04 | DOOH și LED | Procesul de modernizare continuă, iar publicitatea exterioară se integrează tot mai mult cu instrumentele digitale. |
| 05 | Amplasamente cu vizibilitate ridicată | Concurența pentru amplasamentele publicitare cu vizibilitate ridicată se intensifică. |

Prioritate: reguli transparente, previzibile și aplicate uniform tuturor participanților pieței.



Datele indică tendințe, dar necesită o interpretare prudentă

- | | | |
|----|--------------------------------------|---|
| 01 | Definirea gradului de ocupare | Sunt incluse toate suprafețele ocupate, inclusiv campaniile sociale difuzate gratuit. |
| 02 | Perioada 2025 | Monitorizarea fotografică în Chișinău a fost realizată în perioada martie–mai 2025 și a inclus 3 199 de suprafețe. |
| 03 | Seria istorică | Anul 2020 lipsește, iar datele pentru 2007–2011 și 2022–2023 se bazează parțial pe estimări ale experților și statistici comparative. |
| 04 | Ajustarea comercială | Ponderea estimată a publicității sociale difuzate gratuit: 10–15% pentru Billboard și 15–25% pentru City-light. |
| 05 | Comparabilitatea estimărilor | 5,0 mil. euro, estimarea AAPM, și >94,8 mil. lei, estimarea Consiliului Concurenței, provin din seturi de date și unități diferite. Compararea directă nu este corectă. |

Volumul oficial reprezintă o valoare minimă. Suprafața totală de afișaj autorizată nu este echivalentă cu numărul de dispozitive sau cu gradul de ocupare.

Următoarea etapă de creștere: măsurare și reguli transparente

≈5,2 mil. €

reper pentru volumul financiar
în anul 2026

+4%

față de baza solidă din 2025

01 Măsurare

Extinderea acoperirii regionale și aplicarea unei clasificări unitare a formatelor.

02 Transparența accesului

Publicarea unei hărți sau a unui registru al zonelor disponibile pentru amplasarea publicității exterioare.

03 Digitalizare

Măsurarea periodică a segmentului LED/DOOH. Inventarul rămâne redus, dar gradul de ocupare ajunge la 96–100%.

Anul 2025 a confirmat stabilitatea segmentului. Creșterea viitoare depinde de calitatea datelor, digitalizare și condiții transparente de acces la amplasamente.