



CZU 347.777:347.214.2(478)

DOI 10.5281/zenodo.4682849

ESENȚA JURIDICĂ A PUBLICITĂȚII IMOBILIARE DUPĂ LEGISLAȚIA REPUBLICII MOLDOVA

Grigore ARDELEAN,

doctor în drept, conferențiar universitar,

Rolul primordial al publicității imobiliare este de a reprima orice tentativă de negare a unui drept subiectiv absolut, misiune posibilă de realizat prin intermediul registrelor publice care constituie, la rândul lor, suportul fizic al datelor despre drepturi, acte și fapte realizate în privința bunurilor, atât în faza statică a drepturilor patrimoniale, cât și cea dinamică în care se pot afla la un moment sau altul.

Cuvinte-cheie: bun imobil, drept de proprietate, publicitatea drepturilor, patrimoniu, înregistrare, registru public securitatea drepturilor, titular de drepturi, drepturi reale.

THE LEGAL ESSENCE OF REAL ESTATE ADVERTISING ACCORDING TO THE LEGISLATION OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA

Grigore ARDELEAN,

PhD in Law, associate professor

The primary role of real estate advertising is to repress any attempt to deny an absolute subjective right, a possible mission to be achieved through public registers which is, in turn, the physical support of data on rights, acts and deeds performed on property, both in the static phase of the patrimonial rights, as well as the dynamic one in which they can be at one moment or another.

Keywords: real estate, property right, publicity of rights, patrimony, registration, public register, security of rights, holder of rights, real rights.

Recenzenți: Igor TROFIMOV, doctor în drept, conferențiar universitar, Academia „Ștefan cel Mare” a Republicii Moldova

Vasile ZAVATIN, doctor în drept, conferențiar universitar, Academia „Ștefan cel Mare” a Republicii Moldova

Introducere. Dezvoltarea tuturor domeniilor vieții omului modern impune și o dezvoltare a sistemului de aducere la cunoștința publicului a drepturilor imobiliare de care dispune fiecare din noi. Necesitatea respectivă, corelată cu cea a organelor statului de a ține evidența tuturor bunurilor imobile, a deținătorilor și felurile drepturilor ce le exercită asupra lor, a determinat legiuitorul civil să îmbunătățească prin conținutul Codului civil modernizat și reglementările în materia publicității imobiliare, acestea devenind mai accesibile, consecvente și racordate la cadrul legislativ european din toate punctele de vedere.

Scopul articolului constă în prezentarea teoretică a conceptului de publicitate imobiliară reglementată de legislația Republicii Moldova cu modificările recente (din 1 martie 2019), dar și rațiunea

reglementărilor de natură civilă ce ar trebui să consfințească înțelesul unic al instituției cercetate.

Metodele și materialele aplicate în procesul studiului fac parte din categoria celor mai diverse, fiind utilizate metodele cele mai eficiente în materia cercetării juridice, dintre care enumerăm: metoda analizei, metoda sintezei, metoda deducției, metoda sistemică, metoda istorică, metoda comparativă, precum și metoda empirică.

Rezultate obținute și discuții. Credem că nu poate fi eficientă și relevantă prezentarea instituției publicității imobiliare fără a începe de la definirea ei, arătarea esenței, trăsăturilor și rațiunilor din care se impune a fi reglementată, respectiv, talmăcită și dezvăluită utilitatea ei în plan aplicativ.

Noțiunea de „publicitate imobiliară”. Se-diul materiei



Având în vedere că în literatura juridică de specialitate nu identificăm o diversitate de noțiuni consacrate instituției publicității imobiliare, pe baza textului unor definiții, vom încerca a formula o noțiune proprie care să descrie toate elementele ce o caracterizează, iar pe cale de consecință, o particularizează în fața altor instituții ale dreptului.

Așadar, după unele surse [14], publicitatea imobiliară este considerată un mecanism juridic prin care se reglementează modul de aducere la cunoștința publicului a actelor juridice și a faptelor juridice, în sens restrâns având ca obiect un bun imobil, cu scopul realizării securității juridice.

Într-o altă opinie [8. p. 342], publicitatea imobiliară desemnează totalitatea mijloacelor juridice prevăzute de lege prin care se evidențiază situația materială și juridică a imobilelor, în mod public, pentru a ocroti securitatea statică și securitatea dinamică a circuitului civil al acestor bunuri.

Acestea fiind analizate, vom încerca în cele ce urmează să definim instituția publicității imobiliare ținând cont de realitățile legislative, de altfel, recente la nivel național, de funcțiile ce tinde a le îndeplini, dar și de mecanismele prin care se realizează.

Noțiune. *Publicitatea imobiliară constituie un mecanism juridic ce asigură aducerea la cunoștința publicului, prin intermediul registrului public, situația materială și juridică a unui bun imobil, a drepturilor, actelor sau faptelor exercitate în privința acestuia, făcând posibilă opozabilitatea și securitatea drepturilor reale deținute de titular asupra respectivului bun.*

Esența și destinația publicității imobiliare constă în consolidarea drepturilor reale asupra bunurilor imobile prin înregistrare, confirmând și garantând, pe această cale, existența drepturilor patrimoniale ce aparțin unei anumite persoane, face posibilă evidența circuitului civil al bunurilor, protejează eventualul dobânditor de grevările impuse asupra bunurilor imobile, precum face posibilă stabilirea perioadei posesiei unui drept necesară realizării prescripției achizitive. Or, siguranța dreptului real deținut asupra unui bun imobil este de neconceput în lipsa posibilității de a-l confirma ori de câte ori va fi contestat, el va aparține titularului indiferent de persoana care îl posedă, pretinde la el sau exercită temporar atributele dreptului de proprietate, aceasta, de fapt fiind și natura juridică a drepturilor reale [7].

Sediul materiei ce reglementează publicitatea imobiliară îl constituie Legea nr. 1543/1998 cu privire la cadastrul bunurilor imobile, dar și Codul civil al Republicii Moldova.

În privința ultimului, dacă în redacția de până la 1 martie 2019 se referea în linii generale doar la registrul bunurilor imobile (art. 496-511), astăzi, în noua sa redacție, conține reglementări ce vizează nemijlocit publicitatea drepturilor a actelor și a faptelor juridice. Și anume, în Cartea a II, titlul V care conține trei capitolele, unul din ele (III) se referă în mod special la registrul bunurilor imobile, iar celelalte, la esența realizării publicității imobiliare.

De asemenea, reglementări ce consfințesc procedura detaliată a înregistrării bunurilor imobile se identifică și în Instrucțiunea nr. 112/2005 cu privire la înregistrarea bunurilor imobile și a drepturilor asupra lor [5].

Necesitatea economică și juridică a reglementării condiției de publicitate imobiliară

Dintotdeauna, nevoia de siguranță a raporturilor juridice civile a determinat și necesitatea de îndeplinire a condițiilor de publicitate a lor, necesară informării publicului despre natura bunului, titularul dreptului asupra lui, temeiul dobândirii și exercitării dreptului de proprietate, precum și categoria actului ce pune bunul în circuitul civil. Așa se face că securitatea juridică a drepturilor subiective se asigurată atât în faza statică (simpla deținere și exercitare a drepturilor patrimoniale asupra bunurilor), cât și în faza dinamică a *drepturilor patrimoniale (angajarea în raporturi juridice în legătură cu înstrăinarea bunurilor imobile, constituirea garanțiilor reale, precum și a celorlalte drepturi reale limitate - uzufruct, superficie, etc., în favoarea terților.*

În principiu, dreptul obiectiv întruchipează conținutul juridic și mijloacele de apărare a drepturilor patrimoniale, reglementând cu această ocazie *starea* statornică în care se află, dar în același timp, urmărește modul de desfășurare a relațiilor în legătură cu dobândirea, modificarea și stingerea respectivelor drepturi în temeiul legii sau al actelor juridice - dinamica drepturilor patrimoniale. Cu alte cuvinte, după cum susțin și alți autori [9. p. 42], statica vizează existența și păstrarea drepturilor patrimoniale valabil dobândite, iar dinamica vizează circulația acestor drepturi de la naștere până la stingerea lor, realizându-se prin aceasta circuitul juridic patrimonial. Or, această realitate este determinată de necesitatea ocrotirii juridice a drepturilor subiective de natură patrimonială, precum și de siguranța operațiunilor juridice prin care se pot dobândi drepturi patrimoniale, iar publicitatea imobiliară este instrumentul care poate satisface aceste necesități.

Deci publicitatea este tocmai mijlocul juri-



dic eficient prin care actul înscriindu-se în registre publice prevăzute de lege, prin îndeplinirea integrală a cerințelor, ele fiind autonome, cu scopuri distincte care nu se suprapun și nu se exclud reciproc [10. p. 78].

Statutul și locul publicității imobiliare în sistemul dreptului

Dacă e să ne întrebăm despre natura juridică și statutul publicității imobiliare în cadrul sistemului dreptului, trebuie început de la următoarele aspecte la care în aceeași consecutivitate să răspundem. Anume, este publicitatea imobiliară o ramură a dreptului?, dacă da, atunci la care sistem se raportează: la dreptul public sau la dreptul privat?; este publicitatea imobiliară o disciplină didactică sau nu?; se limitează publicitatea imobiliară doar la statutul de instituție a dreptului sau nu? dacă da, atunci din ce ramură face parte?

Așadar, la etapa de reglementare la care ne aflăm la această dată, dar și la cea de studiere în cadrul instituțiilor universitare și nu doar cele cu profil juridic, publicitatea imobiliară se află abia la nivelul de instituție a dreptului, cu origini și apartenență la ramura dreptului civil, compartimentul: drepturi reale; subcompartimentul: publicitatea drepturilor reale imobiliare. Prin urmare, deși tinde în ultimul timp a deveni o disciplină didactică distinctă (în cadrul instituției noastre fiind deja citită de câțiva ani buni sub titulatura de: „Reglementarea și procedura de înregistrare a bunurilor imobile”), actualmente aceasta mai rămâne a fi percepută drept o instituție a dreptului civil și nu o disciplină didactică desăvârșită, ne mai vorbind de ramură distinctă a dreptului privat.

În pofida acestui fapt, datorită dezvoltării vertiginose a tuturor domeniilor dreptului, mai cu seamă a compartimentului ce vizează bunurile imobile datorită valorii economice sporite care, pe cale de consecință, determină și valoarea lor juridico-socială, nu excludem ca în timpul cel mai apropiat, importanța publicității imobiliare să impună necesitatea transformării sale din instituție a dreptului civil în ramură distinctă a dreptului privat, cu obiect de studiu propriu, metodă de reglementare și instituții specifice doar ei [6. p. 19].

Rolul și funcțiile publicității imobiliare

În mod evident, rolul primordial al publicității imobiliare este de a reprima orice tentativă de negare a unui drept subiectiv absolut, misiune posibilă de realizat prin intermediul registrelor publice care constituie, la rândul lor, suportul fizic al datelor despre drepturi, acte și fapte realizate în privința bunurilor, atât în faza statică a drepturilor

patrimoniale, cât și cea dinamică în care se pot afla la un moment sau altul.

Cu toate acestea, o mai mare prioritate este acordată securității statice a drepturilor subiective civile, patrimoniale și extrapatrimoniale, în detrimentul securității dinamice care cunoaște totuși din ce în ce mai multe aplicații, mai ales în cazul drepturilor civile patrimoniale [11. p. 117-118].

După natura diferitor împrejurări și raporturi civile ce au în calitate de obiect bunurile imobile, publicitatea imobiliară nu poate fi integrală, deoarece unele fapte juridice (uzucapiunea, accesiunea) nu pot fi supuse publicității pe durata realizării lor, ci doar efectul care-l generează în final – dobândirea dreptului de proprietate, fapt consemnat în registrul de publicitate.

Mai trebuie menționat, în contextul abordat, că rolul publicității imobiliare urmează a fi apreciat în funcție de sistemul de publicitate adoptat de legislația care îl reglementează.

Astfel, în unele sisteme are rolul limitat de a face ca drepturile dobândite între părți să devină opozabile tuturor, cum este cazul legislațiilor bazate pe principiul consensualismului, inspirat din Codul civil francez al lui Napoleon, unde drepturile se dobândesc la data perfectării actului translativ sau constitutiv de drepturi reale, dar se consolidează numai ca efect al transcrierii în registrele publice.

În alte sisteme, rolul înscrierii este de a produce efecte translative sau constitutive de drepturi reale, atât între părți, cât și față de terți, convenția este doar creatoare de obligații. Sistemul a fost adoptat de legislațiile de inspirație austriacă și germană [13].

Funcțiile publicității imobiliare

După cum e și firesc, orice instituție juridică este destinată îndeplinirii unor funcții necesare acoperirii necesităților ce au determinat consacrarea respectivei instituții.

În opinia autorului român M. Nicolae [10. p. 75-76], principalele funcții ale publicității sunt: de informare a terților, de formare sau constituire a unei situații juridice determinate; de opozabilitate; de soluționare a conflictului de drepturi dintre diversele persoane; de dobândire *ex lege* a unei situații juridice noi; de dovadă a situației juridice devenite notorie.

În consecutivitatea prezentată, vom încerca în cele ce urmează să venim cu detalii asupra fiecărei funcții pe care o poate îndeplini publicitatea imobiliară, și anume:

Funcția de informare a terților. Informarea terților cu privire la un act, fapt sau o situație juridică determinată reprezintă funcția esențială a oricărei forme de publicitate, ceea ce înseamnă că



actul, faptul sau situația juridică își produce efectele independent de formalitatea de publicitate întocmită, care are doar o valoare informativă.

Funcția constitutivă sau translativă de drepturi subiective civile. Prin înscrierea actului juridic în registrul public are lor definitivarea operațiunii juridice de constituire și transmitere a unui drept real, aceasta constituind condiția legală a considerării dreptului constituit sau dobândit.

Potrivit art. 510 alin. 2 CC, în cazul bunurilor imobile, dreptul de proprietate se dobândește la data înregistrării în registrul bunurilor imobile, cu excepțiile prevăzute de lege.

Funcția de opozabilitate față de terți fiind una din cele mai importante, garantează atât statica drepturilor patrimoniale (publicitatea opune în fața tuturor dreptul real asupra bunului), cât și dinamica lor (angajarea în raporturi juridice în legătură cu transmiterea spre folosință sau proprietate a dreptului asupra bunului). Lipsa publicității ar da temei terților să ignore existența dreptului asupra bunului sau legalității operațiunii juridice de înstrăinare ori grevare. Or, în temeiul art. 417 alin. 1 CC, dacă formalitatea de publicitate nu a fost realizată, iar aceasta nu era prevăzută de lege cu caracter constitutiv, drepturile, actele, faptele sau raporturile juridice supuse publicității sunt inopozabile terților, afară de cazul în care se dovedește că aceștia le-au cunoscut pe altă cale.

Funcția de prezumție a existenței dreptului, actului sau faptei. În general, până la proba contrară, dacă un drept, act sau fapt a fost înregistrat într-un registru public, se prezumă că el există, cât timp nu a fost radiat sau modificat în condițiile legii. În cazul în care un drept, act sau fapt a fost radiat, se prezumă că el nu există (art. 416 CC).

Funcția de soluționare a conflictelor nu doar că acoperă problema disputelor între doi subiecți în legătură cu recunoașterea drepturilor asupra bunului, ci mai are rolul de a preveni asemenea conflicte prin reprimarea intenției de a pretinde la un drept în situația înregistrării sale anterioare de către subiectul titular al dreptului real eventual contestat.

Funcția achizitivă. În cazul în care o persoană este înregistrată în registrul bunurilor imobile în calitate de titular al unui drept real, iar ulterior este contestată calitatea acestuia, respectiv temeinicia actului juridic prin care a dobândit această calitate, însă de la data înregistrării s-a scurs deja termenul prevăzut de lege (prescripția achizitivă), titularului i se confirmă acel drept. Deci, potrivit art. 524 alin. 1 CC (uzucapiunea dreptului în temeiul cuprinsului registrului de publicitate) în cazul în care persoana a fost înregistrată în registrul bu-

nurilor imobile sau într-un alt registru de publicitate cu caracter constitutiv ca titular al unui drept real sau al altui drept patrimonial (dreptul înregistrat), iar dreptul ei este pasibil de radiere sau altă rectificare, dreptul va rămâne înregistrat valabil în folosul acelei persoane și nu se mai admite nicio radiere sau altă rectificare fără consimțământul persoanei înregistrate, dacă persoana a exercitat posesia sub nume de proprietar a bunului asupra căruia poartă dreptul înregistrat o perioadă prevăzută la lit. a), b), c) din aceeași normă.

Funcția probatorie a publicității imobiliare se face vizibilă prin însăși destinația sa care, în mare parte, constă în confirmarea unui drept existent asupra bunului imobil, oferind astfel prioritate în fața oricărei stări de fapt exercitate de terțe persoane asupra sa.

Obiectul publicității imobiliare și modalitățile de realizare

La prima vedere, obiectul publicității este bunul despre situația juridică a căruia este informat publicul. Însă dacă, să privim lucrurile dintr-o optică mai extinsă, obiectul publicității nu este bunul, ci mai degrabă informația de natură juridică despre acest bun și nu doar cea a drepturilor patrimoniale, dar și a actelor, precum și a faptelor săvârșite în privința respectivului bun. Or, potrivit art. 413 alin. 1 CC obiectul publicității îl constituie *drepturile, actele și faptele* privitoare la *starea și capacitatea persoanelor*, cele în legătură cu *bunurile care aparțin acestora*, precum și orice *raporturi juridice supuse publicității* în cazurile expres prevăzute de lege.

Cu alte cuvinte, informația care se impune a fi publică despre drepturile reale asupra bunurilor imobile, faptele și actele juridice prin care au fost dobândite, grevările acestor drepturi, alte însemnări provizorii despre existența drepturilor sau consemnarea anumitor fapte, constituie obiectul publicității imobiliare.

Evident este faptul că, reieșind din natura bunurilor mobile, pentru garantarea drepturilor reale asupra lor nu este de mare necesitate publicitatea, din simplul considerent al faptului că impunerea unor formalități în această privință ar face dificil circuitul rapid al acestora. De aceea, spre exemplu, pentru probarea dreptului de proprietate asupra bunurilor mobile este suficientă posedarea faptică a bunului, adică cea văzută la exterior, care deja prezumă dreptul de proprietate asupra lui. Or, potrivit art. 490 alin. 1 CC, *posesorul este prezumat proprietar al bunului până la proba contrară*.

În cazul *bunurilor imobile* această prezumție nu operează, deoarece, conform legii, dreptul de



proprietate asupra lor se dobândește prin înregistrare într-un registru de publicitate. De asemenea, posesia nu prezumă proprietatea față de un fost posesor al cărui bun mobil a fost furat sau pierdut.

Deci, vorbind la concret și în deplinătatea esenței obiectului publicității imobiliare, spunem că potrivit Legii nr. 1543/98, obiecte ale înregistrării sunt *bunurile imobile, dreptul de proprietate și celelalte drepturi reale asupra lor*.

Bun imobil se consideră terenul înregistrat în registrul bunurilor imobile sub număr cadastral distinct (art. 459 alin. 2 CC).

În literatura de specialitate, bunurile imobile sunt considerate lucrurile care prin natura lor au o așezare fixă, neputând fi mișcate dintr-un loc în altul fără a le schimba valoarea economică, destinația sau conținutul [12. p. 62].

Așadar, dacă potrivit conceptului promovat de legislația civilă în redacția anterioară (de până la 1 martie 2019) se considerau bunuri imobile terenurile, porțiunile de subsol, obiectele acvatice separate, plantațiile prinse de rădăcini, clădirile, construcțiile și orice alte lucruri legate solid de pământ..... atunci potrivit noului concept, la categoria de bunuri imobile se raportează doar terenul și, prin excepție, clădirile, alte lucruri și lucrări atașate permanent de terenul ce aparține cu drept de proprietate altei persoane în cadrul raportului de suprafață. Or, după cum susțin autorii Proiectului legii pentru modificarea și completarea Codului civil [15], prin acest mod de reglementare se urmărește revenirea la principiul că: *tot ce se află pe teren face parte din teren (superficies solo cedit)*. În acest sens, se introduce regula că bun imobil se consideră terenul, iar construcțiile, lucrările, drumurile, alte amenajări de pe el fac parte componentă din teren, iar datorită acestora, proprietarul terenului cu construcție nu poate vinde sau ipoteca construcția, dar păstra terenul.

Acestea fiind clarificate, mai amintim faptul că potrivit legislației în domeniu, la bunurile imobile ce se înregistrează în registrul bunurilor imobile se raportează:

- a) terenurile;
- b) clădirile și construcțiile legate solid de pământ;
- c) apartamentele și alte încăperi izolate.

În registrul bunurilor imobile pot fi înregistrate:

- locurile de parcare din clădire, delimitate în conformitate cu instrucțiunile pentru executarea lucrărilor cadastrale;

- porțiunile de subsol;
- obiectivele acvatice separate;

- plantațiile prinse de rădăcini (plantațiile perene) înființate în conformitate cu normele stabilite de legislație.

Notă. În condițiile noilor prevederi ale legislației civile despre bunurile imobile, în privința unor categorii de bunuri enumerate mai sus, în special, am avea în vedere plantațiile în calitate de bunuri imobile doar atunci când sunt plantate pe terenul altuia în baza unui raport de suprafață, pentru că în cazul în care acestea aparțin proprietarului terenului, ele constituie părți componente ale bunului imobil, adică a terenului. Aceeași soartă o poartă și obiectivele acvatice separate construite pe terenul altei persoane în temeiul suprafeței.

Sunt exceptate de la categoria obiectelor înregistrării în registrul bunurilor imobile [5]:

- chioșcurile, gheretele;
- împrejmuirile, pereții și bornele de hotar;
- stratul asfaltic;
- macaralele;
- obiectele de infrastructură tehnico-edilitară;
- alte construcții și instalații ale căror funcții sunt legate direct de teren sau de construcția principală și care nu pot fi formate ca obiecte independente de drept în conformitate cu Legea nr. 354-XV din 28 octombrie 2004 cu privire la formarea bunurilor imobile.

În registrul bunurilor imobile, în afară de drepturile reale ce au ca obiect bunuri imobile, pot fi înscrise, în cazurile prevăzute de lege, drepturile de creanță, faptele sau raporturile juridice aferente acestor bunuri.

Potrivit legislației civile în redacția de după 1 martie 2019, mai exact, a art. 413 alin 1 CC, obiectul publicității îl constituie drepturile, actele și faptele privitoare la starea și capacitatea persoanelor, cele în legătură cu bunurile care aparțin acestora, precum și orice raporturi juridice sunt supuse publicității în cazurile expres prevăzute de lege.

Modalitățile de realizare a publicității drepturilor

În linii generale, publicitatea drepturilor se realizează prin intermediul registrelor publice care conțin informații despre persoane, bunuri și drepturile lor patrimoniale, despre acte și fapte juridice prin care au dobândit aceste drepturi. În categoria acestor drepturi intră atât drepturile reale principale și accesorii, cât și cele de creanță.

Deci art. 413 alin. 1 CC prevede că publicitatea, iar în contextul subiectului analizat, publicitatea drepturilor reale imobiliare se realizează prin intermediul registrului bunurilor imobile.

În concluzie, ideea reglementării publicității



imobiliare constă în necesitatea asigurării opozabilității dreptului, actului, faptului, precum și a oricărui alt raport juridic supus publicității, determinând astfel rangul acestora, dar și condiția constituirii lor. Or, art. 416 din Codul civil modernizat, publicitatea asigură opozabilitatea dreptului, actului, faptului, precum și a oricărui raport juridic supus publicității, stabilește rangul acestora și, dacă legea prevede în mod expres, condiționează constituirea sau efectele lor juridice. Între părți sau succesorii lor, universal ori cu titlu universal, după caz, drepturile, actele sau faptele, precum și orice raporturi juridice produc efecte depline chiar dacă nu au fost îndeplinite formalitățile de publicitate, afară de cazul în care prin lege se dispune altfel. Publicitatea nu validează dreptul, actul sau faptul supus ori admis la publicitate. Cu toate acestea, în cazurile și condițiile expres prevăzute de lege, ea poate produce efecte achizitive în favoarea dobânditorilor.

Publicitatea nu întrerupe cursul prescripției extinctive, afară de cazul în care prin lege se dispune altfel.

Drept sancțiune a nerespectării condiției de publicitate a drepturilor, în cazul în care aceasta nu era prevăzută de lege cu caracter constitutiv, drepturile, actele, faptele sau raporturile juridice supuse publicității sunt inopozabile terților, afară de cazul în care se dovedește că aceștia le-au cunoscut pe altă cale. Atunci când legea prevede că simpla cunoaștere de fapt nu suplinese lipsa de publicitate, absența acesteia poate fi invocată de orice persoană interesată, inclusiv de terțul care a cunoscut, pe altă cale, dreptul, actul, faptul sau raportul juridic supus publicității.

În toate cazurile însă, simpla cunoaștere a dreptului, actului, faptului sau raportului juridic nu suplinese lipsa de publicitate față de alte persoane decât terțul care, în fapt, le-a cunoscut.

Surse bibliografice

1. Constituția Republicii Moldova din 29.07.1994. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 18.08.1994, nr. 1.
2. Codul Civil al Republicii al Moldova, adoptat prin Legea nr.1107-XV din 06.06.2002. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 22.06.2002, nr. 82-86.
3. Codul civil al României, aprobat prin Legea 71/2011, republicată. În: Monitorul oficial al României, 15.07.2011, nr. 505, art. 916 alin. 1.
4. Legea nr. 1543 din 25.02.1998 privind cadastrul bunurilor imobile. Monitorul Oficial nr. 44-46 din 21.05.1998.
5. Instrucțiunea nr. 112 din 22.06.2005 cu privire la înregistrarea bunurilor imobile și a drepturilor asupra lor. Monitorul Oficial nr. 142-144 din 28.10.2005
6. Ardelean G. Publicitatea imobiliară. Editura Cartea Militară. Chișinău, 2020.
7. Ardelean G. Drept civil. Drepturile reale principale. Teoria generală a obligațiilor. Ed. Cartea militară. Chișinău, 2018.
8. Albu I. Curs de drept funciar. Litografia și tipografia învățământului, București, 1957.
9. Albu. I. Noile cărți funciare. Editura Lumina Lex, București, 1994.
10. Nicolae M. Publicitatea imobiliară și noile cărți funciare. Ed. Press, București, 2000.
11. Nicolae M. Tratat de publicitate imobiliară. Vol. I. Introducere în publicitatea imobiliară. Ed. Universul Juridic, București, 2006.
12. Trofimov I., Zavatin V. Drept civil. Introducere în dreptul civil. Tipografia Elena V.I. Chișinău, 2003, p. 62.
13. dreptmd.wordpress.com/cursuri universitare/drepturi reale/publicitatea imobiliară.
14. Publicitatea imobiliară. <https://www.academia.edu>.
15. Nota informativă la proiectul de amendare a Codului civil. <http://justice.gov.md>

Despre autor:

Grigore ARDELEAN,
doctor în drept, conferențiar universitar,
Academia „Ștefan cel Mare”,
e-mail: ardeleangrigore@mail.ru
tel: 069314635