

**CONSILIUL COORDONATOR
AL AUDIOVIZUALULUI
AL REPUBLICII MOLDOVA**



**THE COORDINATING
COUNCIL OF AUDIOVISUAL
OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA**

MD-2012, Chișinău, str. V. Pârcălab nr. 46
Tel.: (+373 22) 27-75-51, fax: (+373 22) 27-74-71
e-mail: office@cca.md, <http://www.cca.md>

MD-2012, Chisinau, V. Parcalab str., № 46
Tel: (+373 22) 27-75-51, fax: (+373 22) 27-74-71
e-mail: office@cca.md, <http://www.cca.md>

DECIZIA nr. 24/159

din 28 septembrie 2018

Cu privire la examinarea rezultatelor monitorizării serviciilor de programe ale unor radiodifuzori la capitolul respectării condițiilor de plasare a publicității pentru băuturile alcoolice

În conformitate cu prevederile Codului audiovizualului nr. 260-XVI din 27.07.2006, ale Statutului CCA, aprobat prin Hotărârea nr. 433-XVI din 28.12.2006 a Parlamentului Republicii Moldova, în cadrul ședinței publice din 21 iunie 2018, prin Decizia nr. 18/116 (pct. 1), Consiliul Coordonator al Audiovizualului a decis monitorizarea serviciilor de programe ale posturilor de televiziune: „Moldova-1”, „Prime”, „Canal 2”, „Canal 3”, „Publika TV”, „CTC Mega”, „PRO TV CHIȘINĂU”, „N 4”, „TV 8”, „Jurnal TV”, „Ren Moldova”, „RTR Moldova”, „Exclusiv TV”, „NTV Moldova”, „Accent TV” și „ITV”, la capitolul respectării condițiilor de plasare a publicității pentru băuturile alcoolice, în conformitate cu legislația în vigoare, pe parcursul a 24 ore fiecare.

Rezultatele monitorizării au atestat că posturile de televiziune „CTC Mega”, „Exclusiv TV”, „NTV Moldova” și „N 4” nu au comis derogări de la condițiile de plasare a publicității pentru băuturile alcoolice, iar posturile de televiziune „Accent TV”, „Jurnal TV”, „PRO TV CHIȘINĂU”, „RTR Moldova” și „TV 8” nu au difuzat publicitate pentru băuturile alcoolice.

Derogări de la condițiile de plasare a publicității au comis:

I. Moldova-1

Data	Publicitatea pentru băuturile alcoolice (volum de timp/procent)
02.07.2018	05 min. 50 sec. (0,38%)

• **Derogări de la prevederile art. 19 alin. (11) din Codul audiovizualului:** „Publicitatea și teleshopping-ul pentru băuturi alcoolice trebuie să respecte următoarele condiții”:

- **c)** „Să nu sugereze că prin consumul de alcool se pot obține performanțe sociale ori sexuale”. La orele 06:37:28; 09:27:34; 16:36:15; 20:35:23 a fost difuzat un spot ce reprezintă o înscenare a unui studio de știri, în care prezentatorul rostește foarte rapid o cimilitură. Spre final sunt prezentate câteva sticle cu vodca „Воздух”, urmate de mesajul: „Чтобы так сказать нужно очень много воздуха. Водка „Воздух” пьешь как дышишь”;
- **d)** „Să nu sugereze că alcoolul are calități terapeutice sau că acesta este stimulent, sedativ sau mijloc de rezolvare a problemelor personale”. La orele 07:38:20; 17:42:42; 21:46:47 a fost difuzat un spot ce reprezintă o imitație a unui chei pe care stau doi

bărbați, alături de niște butelii cu oxigen pentru scufundări la adâncime. Unul dintre bărbați se adresează celuilalt: „Мало ты балонов взял... А у нас сегодня по плану глубокое погружение”. Spre final sunt prezentate câteva sticle cu vodca „Воздух”, urmate de mesajul: „Водка „Воздух” пьешь как дышишь”.

Prin scrisoarea nr. 01-10/578 din 17.09.2018, Instituția Publică Națională a Audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova” consideră neîntemeiate „pretinsele” derogări menționate în raportul de monitorizare, invocând că conținutul spoturilor publicitare indicate în raport nu a deviat de la prevederile art. 19 alin. (11) lit. c) și d) din Codul audiovizualului, și acestea:

- *„Nicidecum nu sugerează că prin consumul de alcool se pot obține performanțe sociale ori sexuale. Ori, potrivit explicației date de Dicționarul explicativ al limbii române, cuvântul „performanță” înseamnă rezultat (deosebit de bun) obținut de cineva într-o întrecere sportivă, realizare deosebită într-un domeniu de activitate. Cel mai bun rezultat obținut de un sistem tehnic, de o mașină, de un aparat etc. Astfel, spotul în cauză nicidecum nu sugerează faptul că în urma consumului de alcool se pot obține rezultate deosebite în cadrul întrecerilor sportive sau realizări deosebite într-un domeniu de activitate, iar tratarea conținutului spotului are un caracter subiectiv;*
- *Spotul difuzat de postul public de televiziune „Moldova-1” nu sugerează că alcoolul are calități terapeutice sau că acesta este stimulent, sedativ sau mijloc de rezolvare a problemelor personale.*
- *La difuzarea spoturilor nominalizate nu s-a urmărit scopul de a sugera existența unor tangențe între fraza: „Чтобы так сказать нужно очень много воздуха” cu expresia „Водка „Воздух” пьешь как дышишь” și, respectiv, între fraza: „Мало ты балонов взял... А у нас сегодня по плану глубокое погружение” cu expresia „Водка „Воздух” пьешь как дышишь”.*

De asemenea, IPNA Compania „Teleradio-Moldova” face trimitere la art. 19 alin. (1) din Legea nr. 1227 din 27.06.97 Cu privire la publicitate (publicitatea directă cu prezentarea procesului de consumare a băuturilor alcoolice), invocând: „Norma specială aplicabilă speței respective stabilește restricții în cazul difuzării publicității directe cu prezentarea procesului de consumare a băuturilor alcoolice, pe când spoturile difuzate de postul public de televiziune „Moldova-1” nu reflectă procesul de consumare a băuturilor alcoolice”.

În contextul celor expuse supra, IPNA Compania „Teleradio-Moldova” „consideră neîntemeiată și contrară normelor de drept concluzia pretinsă privind derogarea de la prevederile art. 19 alin. (11) lit. c) și d) din Codul audiovizualului, constatată și invocată de către Direcția Monitorizare TV a CCA în Raportul de monitorizare a postului TV „Moldova-1” în perioada 02.07.2018, cu tematica – Respectarea condițiilor de plasare a publicității pentru băuturile alcoolice”.

Referitor la cele invocate de Instituția Publică Națională a Audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova”, ținem să menționăm că în sensul Codului audiovizualului, noțiunea de „performanță” nu se rezumă doar la cele sportive și mecanice, ci implică mai multe abilități, or, „Teleradio-Moldova” prin argumentele sale neagă posibilitatea existenței acestei sintagme. Analiza etimologică a cuvântului „performanță” arată că acesta este des utilizat în universul mecanicii și al sportului, însă nu exclude utilizarea acestuia și în alte domenii. Performanța este rezultatul unei acțiuni, iar măsurarea acesteia este înțeleasă ca evaluarea rezultatelor obținute în urma desfășurării unui proces sau activități.

În ceea ce privește afirmația Companiei „Teleradio-Moldova” precum că la difuzarea spoturilor nominalizate nu s-a urmărit scopul de a sugera existența unor tangențe între conținutul

spoturilor și „Водка „Воздух”, venim să specificăm că analiza unui spot publicitar nu poate fi făcută prin separarea contextului de imagini, deoarece luate aparte reprezintă niște simple elemente și creează astfel niște concluzii subiective. În scop comercial, producătorii de publicitate recurg la combinarea imaginilor cu expresii metaforice, care îmbracă forma unui spot publicitar cu mesaj ascuns, pentru a camufla sensul direct al intenției urmărite. Astfel, datorită formei și conținutului luate în ansamblu, acestea contravin normelor legale de plasare a publicității.

În cazul spotului ce reprezintă o înscenare a unui studio de știri, în care prezentatorul rostește foarte rapid o cimilitură, avem o prezentare a abilităților de ordin social la care a ajuns protagonistul, însoțită de mențiunea: „*Чтобы так сказать нужно очень много воздуха*”. De aici rezultă că nu oricare poate rosti ca el, iar pentru a reuși e nevoie de foarte mult aer „*очень много воздуха*”, în cazul abordat – „Водка „Воздух”, care figurează în calitate de alcool.

Cu privire la cel de-al doilea spot la care face referință Compania „Teleradio-Moldova”, precum că conținutul acestuia nu sugerează că alcoolul este stimulente de rezolvare a problemelor personale, specificăm că utilizarea afirmației „*Мало ты балонов взял... А у нас сегодня по плану глубокое погружение*” impune sensul că pentru scufundare s-au pregătit puține butelii cu oxigen, iar scufundarea este preconizată pentru adâncimi mare, deci e nevoie de mai mult aer, în cazul nostru aerul este substituit iarăși cu alcool.

Privitor la invocarea de către Compania „Teleradio-Moldova” precum că prevederile art. 19 alin. (1) din Legea nr. 1227 din 27.06.97 Cu privire la publicitate se referă doar la publicitatea directă, cu prezentarea procesului de consumare a băuturilor alcoolice, iar în cadrul spoturilor difuzate de postul public de televiziune „Moldova-1” nu a fost prezentat acest proces, ținem să menționăm că CCA a atestat derogări de la prevederile art. 19 alin. (1) lit. c) și d) din Codul audiovizualului.

II. Prime

Data	Publicitatea pentru băuturile alcoolice (volum de timp/procent)
04.07.2018	11 min. 50 sec. (0,79%)

• **Derogări de la prevederile art. 9 din Decizia CCA nr. 133 din 23.12.2009 – Cu privire la difuzarea spoturilor publicitare ale serviciilor de programe radio și TV:** „Este interzisă difuzarea anunțurilor promoționale și a concursurilor care conțin referiri la numele sau la marca unei băuturi alcoolice; în cadrul concursurilor nu se pot oferi premii sponsorizate de firme producătoare de astfel de băuturi”. Astfel, postul de televiziune „Prime” a difuzat, la 04.07.2018, spotul publicitar pentru berea „Львівське”, cu următorul conținut: „*Rock-ul adevărat era prețuit chiar și în urmă cu trei secole. Anume din acest motiv „Львівське”, berea cu o istorie de peste trei sute de ani, vă invită la concertul formației „Океан Ельзи” – vedetele veritabile ale rock-ului ucrainean. Cumpără berea „Львівське”! Vino la concertul din Kiev pe 24 august și savurează muzica adevărată împreună cu „Львівське”!*”; „*Настоящий рок ценится и три столетия назад. Именно поэтому пиво „Львовское” более чем с трех сот летней историей приглашает вас на концерт „Океан Ельзи”. Покупай „Львівське” получи сотни тысячи бутылок в подарок и выиграй поездки на грандиозный концерт „Океан Ельзи” в Киеве*” (orele de difuzare: 09:15:31; 10:45:14; 15:38:46; 18:35:09 și 23:58:44). Este de menționat că în colțul stâng al ecranului a fost plasată, cu litere majuscule de culoare roșie, sintagma „ПРОМОТІЕ”/„АКЦІЯ”.

III. Canal 2

Data	Publicitatea pentru băuturile alcoolice (volum de timp/procent)
02.07.2018	13 min. 40 sec. (0,93%)

• **Derogări de la prevederile art. 9 din Decizia CCA nr. 133 din 23.12.2009 – Cu privire la difuzarea spoturilor publicitare ale serviciilor de programe radio și TV:** „Este interzisă difuzarea anunțurilor promoționale și a concursurilor care conțin referiri la numele sau la marca unei băuturi alcoolice; în cadrul concursurilor nu se pot oferi premii sponsorizate de firme producătoare de astfel de băuturi”. Astfel, postul de televiziune „Canal 2” a difuzat, la 02.07.2018, spotul publicitar pentru berea „Львівське”, cu următorul conținut: „Rock-ul adevărat era prețuit chiar și în urmă cu trei secole. Anume din acest motiv „Львівське”, berea cu o istorie de peste trei sute de ani, vă invită la concertul formației „Океан Ельзи” – vedetele veritabile ale rock-ului ucrainean. Cumpără berea „Львівське”! Vino la concertul din Kiev pe 24 august și savurează muzica adevărată împreună cu „Львівське”!”; „Настоящий рок ценился и три столетия назад. Именно поэтому пиво „Львовское” более чем с трех сот летней историей приглашает вас на концерт „Океан Ельзи”. Покупай „Львівське” получи сотни тысячи бутылок в подарок и выиграй поездки на грандиозный концерт „Океан Ельзи” в Киеве” (orele de difuzare: 11:49:35; 14:31:48; 15:00:08; 17:04:26; 19:07:50; 19:36:56; 23:25:11). Este de menționat că în colțul stâng al ecranului a fost plasată, cu litere majuscule de culoare roșie, sintagma „PROMOȚIE”/„АКЦИЯ”.

IV. Canal 3

Data	Publicitatea pentru băuturile alcoolice (volum de timp/procent)
04.07.2018	19 min. 40 sec. (1,34%)

• **Derogări de la prevederile art. 9 din Decizia CCA nr. 133 din 23.12.2009 – Cu privire la difuzarea spoturilor publicitare ale serviciilor de programe radio și TV:** „Este interzisă difuzarea anunțurilor promoționale și a concursurilor care conțin referiri la numele sau la marca unei băuturi alcoolice; în cadrul concursurilor nu se pot oferi premii sponsorizate de firme producătoare de astfel de băuturi”. Astfel, postul de televiziune „Canal 3” a difuzat, la 04.07.2018, spotul publicitar pentru berea „Львівське”, cu următorul conținut: „Rock-ul adevărat era prețuit chiar și în urmă cu trei secole. Anume din acest motiv „Львівське”, berea cu o istorie de peste trei sute de ani, vă invită la concertul formației „Океан Ельзи” – vedetele veritabile ale rock-ului ucrainean. Cumpără berea „Львівське”! Vino la concertul din Kiev pe 24 august și savurează muzica adevărată împreună cu „Львівське”!”; „Настоящий рок ценился и три столетия назад. Именно поэтому пиво „Львовское” более чем с трех сот летней историей приглашает вас на концерт „Океан Ельзи”. Покупай „Львівське” получи сотни тысячи бутылок в подарок и выиграй поездки на грандиозный концерт „Океан Ельзи” в Киеве” (orele de difuzare: 08:46:24; 10:44:33; 11:30:05; 14:48:30; 17:24:40; 18:45:27; 19:39:17 și 21:03:22). Este de menționat că în colțul stâng al ecranului a fost plasată, cu litere majuscule de culoare roșie, sintagma „PROMOȚIE”/„АКЦИЯ”.

V. Publika TV

Data	Publicitatea pentru băuturile alcoolice (volum de timp/procent)
04.07.2018	15 min. 20 sec. (1,05%)

• **Derogări de la prevederile art. 9 din Decizia CCA nr. 133 din 23.12.2009 – Cu privire la difuzarea spoturilor publicitare ale serviciilor de programe radio și TV:** „Este interzisă difuzarea anunțurilor promoționale și a concursurilor care conțin referiri la numele sau la marca unei băuturi alcoolice; în cadrul concursurilor nu se pot oferi premii sponsorizate de firme producătoare de astfel de băuturi”. Astfel, postul de televiziune „Publika TV” a difuzat, la 04.07.2018, spotul publicitar pentru berea „Львівське”, cu următorul conținut: „Rock-ul adevărat era prețuit chiar și în urmă cu trei secole. Anume din acest motiv „Львівське”, berea cu o istorie de peste trei sute de ani, vă invită la concertul formației „Океан Ельзи” – vedetele veritabile ale rock-ului ucrainean. Сumpără berea „Львівське”! Vино la concertul din Kiev pe 24 august și savurează muzica adevărată împreună cu „Львівське”!”; „Настоящий рок ценился и три столетия назад. Именно поэтому пиво „Львовское” более чем с трех сот летней историей приглашает вас на концерт „Океан Ельзи”. Покупай „Львівське” получи сотни тысячи бутылок в подарок и выиграй поездки на грандиозный концерт „Океан Ельзи” в Киеве” (orele de difuzare: 13:17:05 și 23:15:37). Este de menționat că în colțul stâng al ecranului a fost plasată, cu litere majuscule de culoare roșie, sintagma „PROMOȚIE”/„АКЦИЯ”.

VI. Ren Moldova

Data	Publicitatea pentru băuturile alcoolice (volum de timp/procent)
02.07.2018	08 min. 00 sec. (0,55 %)

• **Derogări de la prevederile art. 9 din Decizia CCA nr. 133 din 23.12.2009 – Cu privire la difuzarea spoturilor publicitare ale serviciilor de programe radio și TV:** „Este interzisă difuzarea anunțurilor promoționale și a concursurilor care conțin referiri la numele sau la marca unei băuturi alcoolice; în cadrul concursurilor nu se pot oferi premii sponsorizate de firme producătoare de astfel de băuturi”. Astfel, postul de televiziune „Ren Moldova” a difuzat, la 02.07.2018, spotul publicitar pentru berea „Львівське”, cu următorul conținut: „Rock-ul adevărat era prețuit chiar și în urmă cu trei secole. Anume din acest motiv „Львівське”, berea cu o istorie de peste trei sute de ani, vă invită la concertul formației „Океан Ельзи” – vedetele veritabile ale rock-ului ucrainean. Сumpără berea „Львівське”! Vино la concertul din Kiev pe 24 august și savurează muzica adevărată împreună cu „Львівське”!”; „Настоящий рок ценился и три столетия назад. Именно поэтому пиво „Львовское” более чем с трех сот летней историей приглашает вас на концерт „Океан Ельзи”. Покупай „Львівське” получи сотни тысячи бутылок в подарок и выиграй поездки на грандиозный концерт „Океан Ельзи” в Киеве” (orele de difuzare: 08:01:19; 09:02:52; 14:18:42; 15:16:23; 16:20:16; 18:05:32; 18:34:15; 20:10:54; 22:47:02 și 23:47:07). Este de menționat că în colțul stâng al ecranului a fost plasată, cu litere majuscule de culoare roșie, sintagma „PROMOȚIE”/„АКЦИЯ”.

Prin scrisoarea f/ nr. din 11.09.2018, postul de televiziune „Ren Moldova” a comunicat că derogarea comisă a fost o eroare ce nu a fost sesizată imediat de colaboratorii postului: „*astfel, publicitatea a fost difuzată doar pe durata unei singure zile*”.

VII. ITV

Data	Volumul de timp/procentual al publicității pentru băuturile alcoolice)	Publicitatea pentru băuturile alcoolice (volum de timp/procent)
02.07.2018	0 min (0%)	31 sec. (0,02%)

• **Derogări de la prevederile art. 19¹ alin. (8) din Codul audiovizualului:** „*Este interzisă plasarea de produse care se referă la băuturile alcoolice, produsele din tutun, produsele și tratamentele medicale, la activitatea cazinourilor, jocurile electronice și la câștigurile bănești*”. Astfel, la 02.07.2018, ora 19:57:48, în cadrul emisiunii „Взял и поехал” a fost difuzat un subiect despre Cupa Mondială la fotbal din Federația Rusă. Subiectul a fost realizat în scuarul Teatrului de Operă și Balet din Chișinău, unde a avut loc transmisiunea în direct a meciului de fotbal. În cadru, în gross-plan, a fost prezentat MENIUL catering cu ofertele de bere care pot fi procurate de cei prezenți: „CHIȘINĂU”, „Timișorerana”, „Efess Pilsener” și „Kozel” (19:59:53). Totodată, sunt arătate în gros-plan, pe o masă, borcănașe și pahare cu bere „CHIȘINĂU”, iar reporterul face o comparație între prețurile berii oferite cu prilejul evenimentului și prețurile berii din Moscova și Sank-Petersburg: „*Что касается цен, то после московских и питерских конечно, конечно удивляешься этим цифрам. Пиво например стоит 15 лей, это на рубли где то 55 рублей. В Питере оно стоит 200 рублей, а в Москве – 350 рублей*” (20:00).

Prin scrisoarea f/ nr. din 17.09.2018, postul de televiziune „ITV” a comunicat că „*scopul emisiunii a fost transmisiunea în direct a meciului de fotbal, iar operatorul din neglijență a filmat în gros-plan Meniul catering. În cadrul emisiunii a fost arătat doar meniul alimentar al localului unde s-a făcut filmarea, iar reporterul nu a făcut altceva decât să compare prețurile pentru o sticlă de bere în Republica Moldova cu una din Federația Rusă*”.

Cu privire la cele invocate de postul de televiziune „ITV”, specificăm că conform Deciziei CCA nr. 18/116 (pct. 1) din 21.06.2018, obiectul monitorizării a fost respectarea condițiilor de plasare a publicității pentru băuturile alcoolice, nu și conținutul emisiunilor. Dat fiind faptul că la începutul emisiunii „Взял и поехал” este plasat anunțul cu privire la plasare de produse, derogările comise au fost constatate prin prisma prevederilor art. 19¹ alin. (8) din Codul audiovizualului, care stipulează expres: „*Este interzisă plasarea de produse care se referă la băuturile alcoolice, produsele din tutun, produsele și tratamentele medicale, la activitatea cazinourilor, jocurile electronice și la câștigurile bănești*”. Astfel, pe lângă alte produse sau servicii apărute în cadru: „Orange”, „Crosby”, „Eurostyle” etc., în gros-plan a fost prezentat Meniul catering, însoțit de comentariile reporterului: „*Что касается цен, то после московских и питерских конечно, конечно удивляешься этим цифрам. Пиво например стоит 15 лей, это на рубли где то 55 рублей. В Питере оно стоит 200 рублей, а в Москве – 350 рублей*” (20:00). Este de menționat că Meniul catering nu a conținut doar „produse alimentare”, după cum susține postul de televiziune „ITV”, ci, pe lângă acestea, în capul listei au stat mărcile berii și prețurile acestora: „Chișinău draft” – 0,5 l (15 lei); „Chișinău Draft Brună” – 0,5 l (20 lei); „Chișinău Nefiltrată” – 0,5 l (20 lei); „Chișinău Nepasteurizată” – 0,5 l (20 lei); „Chișinău Blondă” – 0,5 l (20 lei); „Chișinău Blondă

fără alcool” – 0,5 l (20 lei); „Radler Natural” – 0,5 l (25 lei); „Effes Pilsener” – 0,5 l (25 lei); „Timișoreana” – 0,5 l (25 lei); „Kozel Brună/Blondă” – 0,5 l (35 lei). Durata plasării de produse pentru bere, a constituit 31 de secunde.

Prin scrisoarea nr. 594 din 06.09.2018, Consiliul Coordonator al Audiovizualului a remis posturilor de televiziune „Moldova-1”, „Prime”, „Canal 2”, „Canal 3”, „Publika TV”, „CTC Mega”, „PRO TV CHIȘINĂU”, „N 4”, „TV 8”, „Jurnal TV”, „Ren Moldova”, „RTR Moldova”, „Exclusiv TV”, „NTV Moldova”, „Accent TV” și „ITV” rapoartele de monitorizare.

Prezentă la ședință, directoarea postului de televiziune „ITV”, Natalia Poleacova, a declarat că emisiunea „Взял и поехал” nu este una comercială, respectiv reportajul difuzat nu a avut drept scop promovarea unui anumit produs. Natalia Poleacova a mai menționat că derogarea comisă nu a fost intenționată, mărcile berii au apărut doar în Meniul catering, iar reporterul, întors recent din Federația Rusă, a făcut doar o comparație între prețurile mici din Republica Moldova și cele din Rusia, fără a rosti denumirile băuturilor. Totodată, reprezentanta „ITV” a specificat că ultima monitorizare a postului de televiziune „ITV” la capitolul respectării condițiilor de plasare a publicității nu a atestat derogări.

În cadrul dezbaterilor publice, președintele Consiliului Coordonator al Audiovizualului, Dragoș Vicol, a remarcat importanța monitorizării posturilor de televiziune la capitolul respectării condițiilor de plasare a publicității pentru băuturile alcoolice, totodată, accentuând responsabilitatea radiodifuzorului public de a nu promova astfel de publicitate.

Membrul CCA, Artur Cozma, și-a exprimat regretul că în Republica Moldova este admisă publicitatea pentru băuturile alcoolice, iar radiodifuzorul public – Compania „Teleradio-Moldova”, difuzează asemenea publicitate.

Urmare a discuțiilor, membrii CCA au decis, prin consens, de a atenționa postul de televiziune „ITV” asupra respectării cu strictețe a legislației audiovizuale.

În conformitate cu prevederile Codului audiovizualului nr. 260-XVI din 27.07.2006, ale Statutului CCA, aprobat prin Hotărârea nr. 433-XVI din 28.12.2006 a Parlamentului Republicii Moldova, ale Deciziei CCA nr. 133 din 23.12.2009, **Consiliul Coordonator al Audiovizualului**

DECIDE:

1. A aproba raportul de monitorizare a posturilor de televiziune „Moldova-1”, „Prime”, „Canal 2”, „Canal 3”, „Publika TV”, „CTC Mega”, „PRO TV CHIȘINĂU”, „N 4”, „TV 8”, „Jurnal TV”, „Ren Moldova”, „RTR Moldova”, „Exclusiv TV”, „NTV Moldova”, „Accent TV” și „ITV” la capitolul respectării condițiilor de plasare a publicității pentru băuturile alcoolice (PRO – (9) UNANIM – D. VICOL, O. BARBĂLATĂ, T. BURAGA, V. COJOCARU, Iu. COLESNIC, A. COZMA, D. CURNIC, C. DUCA și O. GUȚUȚUI).

2. A sancționa cu amendă în mărime de 5000 de lei Instituția Publică Națională a Audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova”, fondatoarea postului public de televiziune „Moldova-1” (Licența de emisie seria AA nr. 073663 din 13.10.09), pentru încălcarea prevederilor art. 19 alin. (11) lit. c) și d) din Codul audiovizualului, în conformitate cu art. 38 alin. (3) lit. h) din Codul audiovizualului (PRO – (9) UNANIM – D. VICOL, O. BARBĂLATĂ, T. BURAGA, V. COJOCARU, Iu. COLESNIC, A. COZMA, D. CURNIC, C. DUCA și O. GUȚUȚUI).

3. A sancționa cu amendă în mărime de 5000 de lei „General Media Group Corp” SRL, fondatoarea postului de televiziune „Prime”, pentru derogări de la pct. 3.1 lit. b) din Condițiile la Licența de emisie seria AC nr. 000748 din 24.09.17 (nerespectarea prevederilor art. 9 din Decizia CCA nr.133 din 23.12.2009 – *Cu privire la difuzarea spoturilor publicitare ale produselor*

alcoolice în serviciile de programe radio și TV), în conformitate cu art. 38 alin. (3) lit. f) din Codul audiovizualului (PRO – (9) UNANIM – D. VICOL, O. BARBĂLATĂ, T. BURAGA, V. COJOCARU, Iu. COLESNIC, A. COZMA, D. CURNIC, C. DUCA și O. GUȚUȚUI).

4. A sancționa cu amendă în mărime de 5000 de lei „General Media Group Corp” SRL, fondatoarea postului de televiziune „Publika TV”, pentru derogări de la pct. 3.1 lit. b) din Condițiile la Licența de emisie seria AC nr. 000090 din 25.09.14 (nerespectarea prevederilor art. 9 din Decizia CCA nr.133 din 23.12.2009 – *Cu privire la difuzarea spoturilor publicitare ale produselor alcoolice în serviciile de programe radio și TV), în conformitate cu art. 38 alin. (3) lit. f) din Codul audiovizualului (PRO – (9) UNANIM – D. VICOL, O. BARBĂLATĂ, T. BURAGA, V. COJOCARU, Iu. COLESNIC, A. COZMA, D. CURNIC, C. DUCA și O. GUȚUȚUI).*

5. A sancționa cu amendă în mărime de 5000 de lei „Telestar Media” SRL, fondatoarea postului de televiziune „Canal 2”, pentru derogări de la pct. 3.1 lit. b) din Condițiile la Licența de emisie seria AC nr. 000733 din 25.09.14 (nerespectarea prevederilor art. 9 din Decizia CCA nr.133 din 23.12.2009 – *Cu privire la difuzarea spoturilor publicitare ale produselor alcoolice în serviciile de programe radio și TV), în conformitate cu art. 38 alin. (3) lit. f) din Codul audiovizualului (PRO – (9) UNANIM – D. VICOL, O. BARBĂLATĂ, T. BURAGA, V. COJOCARU, Iu. COLESNIC, A. COZMA, D. CURNIC, C. DUCA și O. GUȚUȚUI).*

6. A sancționa cu amendă în mărime de 5000 de lei „Telestar Media” SRL, fondatoarea postului de televiziune „Canal 3”, pentru derogări de la pct. 3.1 lit. b) din Condițiile la Licența de emisie seria AC nr. 000734 din 07.05.15 (nerespectarea prevederilor art. 9 din Decizia CCA nr.133 din 23.12.2009 – *Cu privire la difuzarea spoturilor publicitare ale produselor alcoolice în serviciile de programe radio și TV), în conformitate cu art. 38 alin. (3) lit. f) din Codul audiovizualului (PRO – (9) UNANIM – D. VICOL, O. BARBĂLATĂ, T. BURAGA, V. COJOCARU, Iu. COLESNIC, A. COZMA, D. CURNIC, C. DUCA și O. GUȚUȚUI).*

7. A sancționa cu amendă în mărime de 5000 de lei „TELEPROIECT” SRL, fondatoarea postului de televiziune „Ren Moldova”, pentru derogări de la pct. 3.1 lit. b) din Condițiile la Licența de emisie seria AC nr. 000006 din 07.12.12 (nerespectarea prevederilor art. 9 din Decizia CCA nr.133 din 23.12.2009 – *Cu privire la difuzarea spoturilor publicitare ale produselor alcoolice în serviciile de programe radio și TV), în conformitate cu art. 38 alin. (3) lit. f) din Codul audiovizualului (PRO – (9) UNANIM – D. VICOL, O. BARBĂLATĂ, T. BURAGA, V. COJOCARU, Iu. COLESNIC, A. COZMA, D. CURNIC, C. DUCA și O. GUȚUȚUI).*

8. În conformitate cu prevederile art. 38 alin. (8) și (9) din Codul audiovizualului, Instituția Publică Națională a Audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova”, „General Media Group Corp” SRL, „Telestar Media” SRL și „TELEPROIECT” SRL sunt obligate să comunice publicului motivele și obiectul sancțiunii, precum și să difuzeze în următoarele 48 de ore de la emiterea deciziei, sonor și/sau vizual, de cel puțin 3 ori, în orele de maximă audiență, din care o dată în principala emisiune de știri, următorul text:

„Consiliul Coordonator al Audiovizualului a sancționat cu amendă în mărime de 5000 de lei Instituția Publică Națională a Audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova”, fondatoarea postului public de televiziune „Moldova-1”, pentru derogări de la capitolul respectării condițiilor de plasare a publicității pentru produsele alcoolice”.

„Consiliul Coordonator al Audiovizualului a sancționat cu amendă în mărime de 5000 de lei General Media Group Corp” SRL, fondatoarea postului de televiziune „Prime”, pentru derogări de la capitolul respectării condițiilor de plasare a publicității pentru produsele alcoolice”.

„Consiliul Coordonator al Audiovizualului a sancționat cu amendă în mărime de 5000 de lei General Media Group Corp” SRL, fondatoarea postului de televiziune „Publika TV”, pentru

derogări de la capitolul respectării condițiilor de plasare a publicității pentru produsele alcoolice”.

„Consiliul Coordonator al Audiovizualului a sancționat cu amendă în mărime de 5000 de lei „Telestar Media” SRL, fondatoarea postului de televiziune „Canal 2”, pentru derogări de la capitolul respectării condițiilor de plasare a publicității pentru produsele alcoolice”.

„Consiliul Coordonator al Audiovizualului a sancționat cu amendă în mărime de 5000 de lei „Telestar Media” SRL, fondatoarea postului de televiziune „Canal 3”, pentru derogări de la capitolul respectării condițiilor de plasare a publicității pentru produsele alcoolice”.

„Consiliul Coordonator al Audiovizualului a sancționat cu amendă în mărime de 5000 de lei „TELEPROIECT” SRL, fondatoarea postului de televiziune „Ren Moldova”, pentru derogări de la capitolul respectării condițiilor de plasare a publicității pentru produsele alcoolice”.

9. Posturile de televiziune „Moldova-1”, „Prime”, „Canal 2”, „Canal 3”, „Publika TV” și „Ren Moldova” vor prezenta, în termen de 15 zile din momentul aducerii la cunoștință a prezentei decizii, un raport despre măsurile întreprinse în vederea lichidării încălcărilor atestate.

Instituția Publică Națională a Audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova”, „General Media Group Corp” SRL, „Telestar Media” SRL și „TELEPROIECT” SRL vor prezenta dovada achitării amenzii în termen de 30 de zile din momentul aducerii la cunoștință a prezentei decizii.

10. Datele bancare pentru achitarea amenzii:

Cod fiscal: 1006601000037

Beneficiar: Ministerul Finanțelor – Trezoreria de Stat

Adresa băncii: mun. Chișinău, str. Constantin Tănase, 7

Codul IBAN: MDXXTR G AAA 143111 LLLL 0000

„XX” – codul de control, care se formează conform Anexei nr. 4 la Hotărârea Consiliului de administrație al Băncii Naționale a Moldovei nr. 157 din 1 august 2013 „Regulamentul cu privire la Transferul de credit” (cod numeric);

„LLLL” – cod ce descifrează codul localității conform CUATM (cod numeric).

11. În conformitate cu prevederile art. 38 alin. (12) din Codul audiovizualului, prezenta decizie este executorie de la data publicării în Monitorul Oficial al Republicii Moldova și poate fi atacată în instanța de judecată de către radiodifuzorul sancționat.

12. Controlul asupra executării prezentei decizii îl exercită Direcția monitorizare TV și Serviciul Economie, finanțe și evidență contabilă.

13. Prezenta decizie va fi publicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova și pe pagina web a CCA.

PREȘEDINTELE

Consiliului Coordonator
al Audiovizualului

Dragoș VICOL

