Dosarul nr.3-2552/2024

HOTĂRÎRE
În numele legii

13 octombrie 2025

mun.Chişinău

Judecătoria Chișinău (Sediul Rîșcani)
Instanța compusă din:
Președintele ședinței, judecătorul Veronica Jomiru-Niculiță
Grefier Victorița Colesnic

Cu participarea:
Avocatului reclamantului în baza mandatului din 02.12.2024, Bloşenco Gicu,
Reprezentantului pârâtului în baza procurii nr.22 din 15.01.2025, Chițanu Grigore,

a judecat în ședință publică acțiunea de contencios administrativ intentată la cererea de chemare în judecată depusă de ÎCS„ProDigital” către Consiliul Audiovizualului al Republicii Moldova privind contestarea actului administrativ individual defavorabil,

c o n s t a t ă :

Aspecte de procedură.

La 25.04.2024, *reclamanta* ÎCS„ProDigital”SRL a depus cerere de chemare în judecată împotriva *pârâtului* Consiliul Audiovizualului al Republicii Moldova privind anularea deciziei nr.67 din 15.03.2024 cu privire la examinarea petiției din 12.02.2024 depuse de Piotr Railean (f.d.7-16).

În aceiași zi, la 25.04.2024, acțiunea a fost repartizată în mod aleatoriu, judecătorului Serafim Vasilache (f.d.1) care prin încheierea din 26.04.2025 a dispus pregătirea pricinei pentru dezbateri judiciare (f.d.54-55).

Prin încheierea vicepreședintelui interimar al Judecătoriei Chișinău sediu Rîșcani din 16.09.2024 s-a dispus redistribuirea cauzei depusă de ÎCS„ProDigital”SRL către Consiliul Audiovizualului al Republicii Moldova, prin intermediul programului PIGD, unui alt judecător specializat în materie de contencios administrativ (f.d.68).

Potrivit fișei de repartizare cauza a fost redistribuită judecătorului, Veronica Jomiru-Niculiță la 17.09.2024 (f.d.69), iar prin încheierea din 18.09.2024 s-a dispus pregătirea cauzei pentru dezbateri judiciare (f.d.70).

Prin încheierea protocolară din 03.12.2024, Railean Piotr a fost atras în calitate de terț (f.d.75).

Pretențiile și Argumentele reclamantei

Prin cererea de chemare în judecată reclamanta solicită anularea deciziei Consiliului Audiovizualului al Republicii Moldova nr.67 din 15 martie 2024 cu privire la examinarea petiției din partea lui Piotr Railean cu referire la serviciul media audiovizual de televiziune „PRO TV CHIȘINĂU".

În motivarea poziției sale a indicat că la 12 februarie 2024, Piotr Railean a depus în adresa Consiliul Audiovizualului al Republicii Moldova o petiție, prin care a vizat serviciul media audiovizual de televiziune, „PRO TV CHIȘINĂU", deținut de ÎCS„ProDigital"SRL, invocând încălcarea prevederilor art.43 alin. (2) din legea nr.62/2022 cu privire la publicitate.

A pretins că în cadrul emisiunii „Gusturile se discută", difuzată la data de 20 ianuarie 2024, „se face publicitate la vinul și spumantele ***** fără a fi menționat faptul că consumul excesiv a alcoolului este dăunător." Prin scrisoarea nr.450 din 01 martie 2024, Consiliul Audiovizualului a solicitat de a prezenta opinia asupra acesteia în termen de 3 zile lucrătoare.

Prin răspunsul din 04 martie 2024, ÎCS„ProDigital"SRL a negat acuzațiile aduse, explicând că nu a difuzat publicitate la băuturile alcoolice, deoarece vinul și vinul spumant nu sunt supuse regimului legii nr.1100/2000 cu privire la fabricarea şi circulaţia alcoolului etilic şi a producţiei alcoolice.

La fel a indicat că prin prisma legii viei şi vinului nr.57/2006, vinul este un produs alimentar obţinut exclusiv prin fermentarea, totală sau parţială, a strugurilor proaspeţi ori îngheţaţi, presaţi ori nu, sau a mustului de struguri proaspăt, produsului alimentar nu îi poate fi impus regimul băuturilor alcoolice, așa cum a invocat petentul.

La fel, reclamantul a invocat prevederile art.70 alin.(1) al Codului serviciilor media audiovizuale (CSMA) care indică că serviciile media sînt în drept să difuzeze publicitate şi teleshopping pentru băuturile alcoolice în conformitate cu prezentul cod și cu legea nr.1227/1997 cu privire la publicitate şi cu Regulamentul privind conţinuturile audiovizuale."

Consideră că CSMA reglementează regimul publicității băuturilor alcoolice și nu impune limite asupra vinului, care este un produs alimentar, iar examinând petiția în cadrul ședinței din 15 martie 2024, Consiliul Audiovizualului nu a ținut cont nici de explicațiile ÎCS„ProDigital"SRL, nici de prevederile legale cu caracter imperativ, aplicând sancțiunea sub formă de amendă în mărime de 5 000 de lei pentru încălcarea prevederilor art.63 alin.(2) din CSMA, în conformitate cu prevederile art.84 alin.(5) lit.j) din Cod.

Punctează că comunicările comerciale audiovizuale sînt clar identificabile şi se deosebesc de conţinutul editorial, şi sînt conforme cu prevederile art.63 alin.(2) din CSMA şi a Regulamentului privind conţinuturile audiovizuale, iar autoritatea publică nu a elucidat în vreun fel cum s-a manifestat încălcarea pretins comisă de ÎCS„ProDigital"SRL.

Decizia din 15 martie 2024 adoptată cu 6 voturi pentru și un vot împotrivă, din partea membrului Eugeniu Rîbca, în argumentarea căruia s-a atras atenția că Legea nr.62/2022 cu privire la publicitate, nu prevede forma de publicitate „plasare de produse” și „sponsorizare”, care au fost atestate în cadrul controlului.

Invocă că art.3 din legea nr.62/2022 definește noțiunea de „publicitate„ și „publicitate audiovizuală”, iar art.1 din cod definește sponsorizarea și plasarea de produse, singura mențiune cu privire la condițiile de difuzare a comunicărilor comerciale și publicitatea alcoolului este legea nr.1227/1997 cu privire la publicitate – care a fost abrogată prin legea nr.62 din 17.03.2022.

Invederează că pârâtul a executat controlul și a sancționat ÎCS„ProDigital”SRL în baza art.43 alin.(2) din legea nr.62/2022 cu privire la publicitate și art.83 CSMA, fără ca codul să facă trimitere la legea nr.62/2022 cu privire la publicitate. Niciuna dintre constatările privind încălcarea CSMA sau Regulamentului nu a fost prezentată în rezultatul controlului, iar în argumentarea deciziei nr. 67 din 15 martie 2024 s-a prezentat o argumentare carentă, fără cercetări multiaspectuale a informației, în lipsa argumentării constituie un temei de nulitate.

Remarcă că pârâtul nu a indicat precis în ce constă încălcarea pretins comisă de reclamant, ci doar a făcut referire la art.63 alin.(2) din CSMA, fără a indica norma din cod ori din Regulamentul privind conţinuturile audiovizuale care ar fi fost încălcate, indicând în decizie despre nerespectarea art.43 alin.(2) din legea nr.62/2022, în coroborare cu prevederile art.62 alin.(1) din CSMA, carență care afectează drepturile consfințite constituțional de proprietate, la justiție echitabilă și la libera exprimare.

Cu referire la mesajul privind plasarea de produse s-a indicat asupra nerespectării prevederilor art.69 alin.(3) lit.a) din CSMA, care nu corespunde situației de fapt și reprezintă o omisiune evidentă a autorității publice de a examina obiectiv și multiaspectual elementele de fapt prin prisma art.92 alin.(2) Cod administrativ.

Din înregistrarea emisiunii „Gusturile se discută”, disponibilă în acces liber pe adresa web https://www.youtube.com/watch?v=QsYDRQgIK2M la început și la sfârșit este difuzat mesajul: «Emisiunea „Gusturile se discută” vă este oferită de (pauză): Tymbark – Sursa ta zilnică de vitamina C; Vinuri și spumante „*****”; „Floris”», mesaj privind plasarea de produse fiind clar identificabil și distinct de emisiune, iar spectatorul în mod liber distinge faptul că în emisiune are loc plasare de produse, de unde nu se atestă o încălcare a prevederilor art.69 alin.(3) lit.a) din CSMA.

Pârâtul nu a aplicat sancțiune pentru fapta dată, dar a invocat prevederile art.62 alin.(1) din CSMA, ori legea nr.1227/1997 cu privire la publicitate a fost abrogată prin LP62 din 17.03.2022, în timp ce Regulamentul privind conținuturile audiovizuale nr.63 din 22.01.2021 nu conține vreo interdicție referitor la publicitatea vinului ori spumantului.

Consideră că singura prevedere legală din CSMA care ar fi putut fi invocată este conținută în art.70, iar la caz vinul și spumantul sunt produse alimentare, și nu băutură

alcoolică, art.2 din Legea viei și vinului nr.57/2006, respectiv, nu există o încălcare a art.70, motiv de excludere privind atragerea la răspundere a reclamantului.

Măsurile de control la care a fost supus reclamantul, prin decizia nr.67 din 15 martie 2024, este un control în sensul Legii nr.131/2012 și urma a fi exercitat în conformitate cu aceasta, iar în lipsa listei de verificare Consiliul Audiovizualului prin decizia nr.67 din 15 martie 2024 a depășit limitele controlului indicat în petiție.

Desfășurarea activități de producere şi difuzare a programelor de televiziune și activităţi de comunicaţii electronice prin reţele cu cablu, descrise în Clasificatorul Activităţilor din Economia Moldovei (CAEM-2), nu pot fi reduse sau refuzate, garanțiile acordate prin Legea nr.131/2012.

Consideră că încălcarea obligației exprese a autorității publice de a desfășura controlul în limitele stabilite conform obiectului său, carențe grave care nu pot fi remediate și duc la nulitatea actului administrativ contestat.

Argumentele pârâtului- Consiliul Audiovizualului.

Pârâtul la 28.05.2024 a depus referință prin care a solicitat respingerea cererii de chemare în judecată depusă de reclamant ca fiind neîntemeiată (f.d.58-65). Potrivit referinței s-a invocată că decizia nr.67 din 15 martie 2024 este una legală, întemeiată şi corespunde în totalitate prevederilor legislaţiei în vigoare din domeniu, Codului serviciilor media audiovizuale nr.174 din 08.11.2018 (în continuare - CSMA) și Codului administrativ, iar temei legal pentru anularea acesteia nu există.

Indică că la 28 februarie 2024 a fost recepţionată petiţia depusă de Piotr Railean referitor la pretinsele încălcări ale serviciului media audiovizual de televiziune „PRO TV CHIŞINĂU”. În petiția din 12.02.2024, petiționarul a susținut că la emisiunea „Gusturile se discută”, difuzată de serviciul de televiziune „PRO TV CHIŞINĂU” la 20.01.2024 şi publicată pe pagina oficială a emisiunii „Gusturile se discută” (protv.md) pe data de 21.01.2024, ora 15:40 min., contrar prevederilor art.43 alin.(2) din legea nr.62/2022 cu privire la publicitate, care prevede că publicitatea audiovizuală pentru producţia alcoolică este însoţită, în toate cazurile, de avertisment privind dauna consumului excesiv de alcohol. La începutul emisiunii, la min. 00:07, apoi la minutul 08:38, precum şi la min. 23:22 se face publicitate la vinul şi spumantele „*****” fără a fi menţionat faptul că consumul excesiv de alcool este dăunător. Mai mult, la min. 08:38, în cadrul emisiunii, chiar de către prezentatori, se consumă în mod deschis alcool în prezenţa minorului care are calitatea de invitat al emisiunii.

Petiționarul a solicitat derularea unui control, iar în urma efectuării acestuia s-a stabilit că în cadrul programului audiovizual „Gusturile se discută”, difuzat de serviciul media audiovizual de televiziune „PRO TV CHIŞINĂU” la data de 20 ianuarie 2024 în intervalul orar 21:00-22:30, a fost identificată comunicarea comercială audiovizuală sub forma sponsorizării (segmentele 00:00:07-00:00:10, 01:19:11-01:19:14) şi a plasării de produs

(segmentele 00:05:28-00:05:34, 00:05:41-00:05:49, 00:06:53-00:07:05, 00:18:25-00:18:30, 00:23:20-00:23:32, 00:31:44-00:31:49, 00:36:16-00:36:18, 00:40:55- 00:41:04, 00:46:33-00:46:36, 00:54:55-00:55:14, 01:06:25-01.06:32, 01:10:16-01:10:20, 01:11:46-01:11:53, 01:12:17-01:12:30, 01:17:07-01:17:13, 01:17:18-01:17:22) a vinurilor şi spumantelor „*****”, iar pe parcursul programului nu a fost identificată difuzarea avertismentului privind dauna consumului excesiv de alcool, prevăzută la art. 43 alin.(2) din legea nr.62/2022 cu privire la publicitate. La fel în cadrul programului nu a fost identificat mesajul privind plasarea de produse la începutul şi sfârşitul programului, conform art.69 alin.(3) lit.a) din CSMA.

Invederează pârâta că vinul este un produs alimentar, fiind în acelaşi timp şi un produs alcoolic, respectiv intră sub incidenţa art.43 alin.(2) din legea nr.62/2022, iar prin prisma art.3 din legea nr.62/2022, comunicarea comercială audiovizuală sub forma sponsorizării şi a plasării de produs, prezentă în cadrul programului audiovizual „Gusturile se discută”, poate fi considerată ca publicitate audiovizuală în sensul legii menţionate supra.

În cadrul programului audiovizual „Gusturile se discută” a fost atestată nerespectarea art.43 alin.(2) din legea nr.62/2022 și a art.69 alin.(3) lit.a) din CSMA, care prevede că „furnizorii de servicii media sunt obligaţi să difuzeze mesajul privind plasarea de produse la începutul şi la sfârşitul programului audiovizual care conţine plasare de produse.”

La fel a indicat că sunt relevante prevederile art.62 alin.(1) din CSMA, iar în conformitate cu art.63 alin.(2) din Cod, comunicările comerciale audiovizuale sunt clar identificabile şi se deosebesc de conţinutul editorial, precum şi sunt conforme cu prevederile prezentului cod şi ale Regulamentului privind conţinuturile audiovizuale.

În şedinţa publică din 15 martie 2024, în urma analizării raportului de control, membrii consiliului au constatat că furnizorul de servicii media ÎCS„ProDigital”SRL a încălcat prevederile art.63 alin.(2) din CSMA şi au propus sancţionarea acestuia cu amendă în mărime de 5 000 de lei.

Referitor la cele invocate de reclamant a indicat că contrar prevederilor art.43 alin.(2) din legea nr.62/2022, art.69 alin.(3) lit.a) din CSMA, prin prisma art.2 din legea viei şi vinului și art.2 din legea nr.306/2018 privind siguranţa alimentelor, vinul este un produs alimentar, fiind în acelaşi timp şi un produs alcoolic, respectiv vinul intră sub incidenţa art.43 alin.(2) din legea nr.62/2022 cu privire la publicitate.

Cât ţine de mesajul privind plasarea de produse la începutul şi sfârşitul programului, pârâta a făcut referire la art.69 alin.(3) lit.a) din CSMA și pct.126 din Regulamentul privind conţinuturile audiovizuale care indică că „plasarea de produse se semnalează la începutul şi la sfârşitul programului, precum şi la reluarea după fiecare pauză publicitară, prin menţiunea: „Acest program contine/a conţinut plasare de produse”, iar din moment ce art.62 alin.(1) din CSMA prevede că furnizorii de servicii media au dreptul de a difuza comunicări comerciale audiovizuale în schimbul unei plăti ori retribuţii similare sau în scopul autopromovării, în conformitate cu prezentul cod, cu legea nr.1227/1997 cu privire la publicitate şi cu

Regulamentul privind conţinuturile audiovizuale, reclamantul la difuzarea comunicării comerciale, nu a respectat prevederile legale, fapt pentru care a fost sancţionat.

Indică că reclamantul a fost sancţionat pentru încălcarea art.63 alin.(2) din CSMA pentru faptul că comunicările comerciale difuzate de acesta nu au fost conforme cu prevederile CSMA şi ale Regulamentului privind conţinuturile audiovizuale, adică nu a fost identificată difuzarea avertismentului privind dauna consumului excesiv de alcool şi nu a fost difuzat mesajul privind plasarea de produse la începutul şi la sfârşitul programului.

Menționează că CSMA face trimitere la legea cu privire la publicitate, indiferent dacă în textul acestuia se identifică nr.1227/1997 sau nr.62/2022, astfel argumentul reclamantului nu-şi găseşte confirmarea, or acesta a fost sancţionat pentru încălcarea prevederilor legale.

La fel, la efectuarea controlului sunt aplicate prevederile CSMA şi prevederile Codului administrativ ce se referă la reglementarea procedurilor administrative efectuate de autorităţile publice. Activitatea de supraveghere şi control se desfăşoară sub formă de monitorizare şi control a conţinutului de programe şi în general a respectării/implementării CSMA, care în principiu nu poate fi asimilată unui control în accepţiunea Legii nr.131 din 08.06.2012.

La caz, procedura administrativă a fost iniţiată în baza petiţiei din partea lui Piotr Railean. În urma efectuării controlului, s-a constatat încălcarea art.63 alin.(2) din CSMA, respectiv pârâtul a aplicat sancţiune, or potrivit art.75 alin.(7) CSMA, Consiliul Audiovizualului aplică sancţiuni în conformitate cu prezentul cod.

Concluzionează pârâtul că normele prevăzute în Legea privind controlul de stat asupra activităţii de întreprinzător nr.131/2012 nu pot fi aplicate în raport cu activitatea de control şi monitorizare efectuată de Consiliul Audiovizualului, care este unica autoritate care supraveghează aplicarea şi respectarea prevederilor din Codul serviciilor media audiovizuale.

Consideră că și susținerea reclamantului referitor la nemotivarea actului administrativ contestata la fel urmează a fi respinsă, or reprezintă o simplă nemulţumire faţă de sancţiunea aplicată, iar decizia contestată de reclamant conţine temeiurile de fapt şi de drept în baza cărora a fost efectuat controlul, în partea descriptivă a deciziei contestate, prevede expres care program audiovizual a fost monitorizat și data difuzării, precum și încălcările depistate în urma efectuării controlului, dar și prevederile legale, ceea ce reprezintă motivarea actului contestat şi mai conține concluzia și sancţiunea aplicată, ceea ce reprezintă dispozitivul deciziei.

Motivele invocate de reclamant în cererea de chemare în judecată nu-şi găsesc confirmare, ceea ce denotă faptul că sunt formale şi nu pot pune la îndoială legalitatea actului contestat, adoptat conform legii, încălcări de competenţă şi de procedură la adoptarea acesteia nu au fost admise, iar Consiliul Audiovizualului a acţionat în corespundere cu legislaţia în vigoare din domeniu, şi anume potrivit Codului serviciilor media audiovizuale nr.174/2018 şi Codului administrativ nr.116/2018.

Argumentele participanților în ședința de judecată:

Reprezentantul reclamantului, avocatul ÎCS„ProDigital”SRL a susținut acțiunea depusă de reclamant și a solicitat admiterea acesteia în modul cum este formulată.

Reprezentantul pârâtului a solicitat respingerea acțiunii, reiterând argumentele expuse în scris, în referința depusă.

Terțul, Piotr Railean, citat legal la ședința de judecată nu s-a prezentat, (f.d.77).

MOTIVAREA INSTANȚEI DE JUDECATĂ

Înainte de a ajunge la concluziile de mai jos, judecătorul a reflectat în mod egal în privința tuturor probelor din dosar. În special, s-a ținut cont de legătură reciprocă și capacitatea lor de a răspunde specific și explicit la chestiunile principale ridicate de participanți (art.130 alin.(3), (4) CPC). Astfel, instanța de judecată s-a concentrat pe acelea argumente, dovezi și afirmații, care au importanță și sunt decisive pentru soluționarea corectă a cauzei civile (art.118 alin.(3) CPC).

Instanța de judecată și-a întemeiat hotărârea numai pe circumstanțele constatate nemijlocit și pe probele cercetate în ședință de judecată.

<u>Admisibilitatea acțiunii</u>

În sensul art.20 și art.189 alin.(1) din Codul administrativ, *orice persoană poate înainta o acțiune în contencios administrativ, dacă revendică încălcarea prin activitatea administrativă a unei autorități publice a unui drept legitim sau a unei libertăți stabilită prin lege.*

Din acțiunea depusă rezultă că reclamanta solicită anularea deciziei Consiliului Audiovizualului nr.67 din 15 martie 2024 cu privire la examinarea petiției din partea lui Piotr Railean cu referire la serviciul media audiovizual de televiziune „PRO TV CHIȘINĂU”.

Astfel, reclamanta a formulat o acțiune în contestare.

Cu privire la acțiunea în contencios administrativ decid instanțele de judecată competente pentru examinarea procedurii de contencios administrativ, conform Codului administrativ.

Prevederile art.207 din Codul Administrativ enunță temeiurile de bază de admisibilitate a cererii de chemare în judecată formulată în instanța de contencios administrativ:

În privința primei condiții de admisibilitate se constată că prin decizia nr.67 din 15.03.2024 s-a aplicat amenda de 5000 lei pentru încălcarea prevederilor art.63 alin.(2) în conformitate cu art.84 alin.(5) lit.j) CSMA, iar în sensul prevederilor art.10 și 11 ale Codului administrativ, reprezintă un act administrativ individual, emanând de la o autoritate publică ca măsură oficială întreprinsă de autoritatea publică pentru reglementarea unui caz individual, având caracter defavorabil.

La caz, instanța reține că reclamantul revendică apărarea pe calea controlului judecătoresc a unui drept în sensul art.17 Cod administrativ. Corespunzător, condiția revendicării unui drept legitim este întrunită.

Competența pentru examinarea prezentei acțiuni, în conformitate cu prevederile art.191 alin.(1) și art.196 alin.(1) Cod administrativ revine Judecătoriei Chișinău (sediul Rîșcani), astfel, cererea de chemare în judecată fiind depusă cu respectarea dispozițiilor legale menționate.

Acțiunea înaintată de către reclamant reprezintă o acțiune în contestare, în conformitate cu prevederile art.206 alin.(1) lit.a) din Codul administrativ. Or, obiectul acțiunii în contestare constă în anularea în tot sau în parte a unui act administrativ individual.

Referitor la condiția de respectare a remediului extrajudiciar cu privire la anularea actului administrativ individual defavorabil până la înaintarea acțiunii în contenciosul administrativ, se reține art.84 alin.(15) din Codul Serviciilor Media Audiovizuale, deciziile Consiliului Audiovizualului privind aplicarea sancţiunii pot fi atacate în instanţa de judecată de către furnizorul de servicii media sancţionat sau de către distribuitorul de servicii media sancţionat, fără a fi necesară depunerea unei cereri prealabile.

În acest sens, instanța de judecată constată că la caz procedura prealabilă nu urma a fi efectuată, iar reclamantul a respectat procedura de contestare a deciziei Consiliului Audiovizualului, direct în instanța de judecată.

La fel, ținând cont de prevederile art.209 alin.(1) și (2) lit. a), raportate la circumstanțele constatate, instanța de judecată concluzionează asupra respectării de către reclamant a termenului de depunere a acțiunii. Or, actele cauzei atestă că decizia contestată a fost emisă la 15.03.2024, comunicată reclamantului la 26.03.2024 (fila 23 dosar administrativ), iar cererea de chemare în judecată a fost depusă la 25.04.2024, în interiorul termenului reglementat de art.209 Cod administrativ. Astfel, acțiunea este admisibilă.

Cadrul normativ aplicabil

Codul Serviciilor Media Audiovizuale al Republicii Moldova nr.174 din 08.11.2018

Articolul 1.În sensul prezentului cod, următoarele noţiuni semnifică:

comunicare audiovizuală*– punere la dispoziţia publicului a diverselor programe audiovizuale prin utilizarea frecvenţelor terestre şi a diferitor mijloace tehnice (emiţătoare, sateliţi, cablu etc.);*

comunicare comercială audiovizuală*– mesaj sonor ori mesaj în imagini însoţite sau nu de sunet, care sînt destinate să promoveze, direct ori indirect, bunurile, serviciile sau imaginea unei persoane fizice ori juridice. Mesajele respective fie însoţesc, fie sînt incluse într-un program audiovizual în schimbul unei plăţi ori retribuţii similare sau în scopul autopromovării. Comunicările comerciale audiovizuale pot lua forma publicităţii, sponsorizării, teleshoppingului, plasării de produse şi alte forme;*

distribuitor de servicii media*– persoană care constituie şi pune la dispoziţia publicului o ofertă de servicii media audiovizuale, prin retransmisiune, pe bază de relaţii contractuale cu furnizorii de servicii media sau cu persoane autorizate în condiţiile legii;*

furnizor de servicii media*– persoană fizică sau juridică care poartă responsabilitate editorială pentru alegerea conţinutului audiovizual al serviciului media audiovizual şi care stabileşte modul de organizare a serviciului respectiv;*

plasare de produse*– formă de comunicare comercială audiovizuală ce constă în includerea unui produs, serviciu sau a mărcilor comerciale ale acestora ori în referirea la acestea, în cadrul unui program audiovizual, în schimbul unei plăţi sau al unei retribuţii similare;*

publicitate*– mesaj, sub orice formă, difuzat în scop de autopromovare sau difuzat în schimbul unei plăţi, fie al unei retribuţii similare, de către o persoană juridică sau fizică, în legătură cu un domeniu de activitate, cu o activitate comercială, cu o meserie ori profesie, în scop de promovare a furnizării unor bunuri şi servicii, inclusiv bunuri.*

serviciu media audiovizual*– serviciu, aflat sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii media, al cărui scop principal sau al unei secţiuni disociabile a acestuia este furnizarea de programe audiovizuale în scop informativ, educativ sau de divertisment pentru publicul larg, prin reţele de comunicaţii electronice;*

serviciu media audiovizual liniar*– serviciu media audiovizual pus la dispoziţia publicului de către un furnizor de servicii media pentru vizionarea/audierea simultană de programe audiovizuale în baza unei grile de programe elaborate de furnizorul de servicii media;*

Articolul 62. Dreptul de a difuza comunicări comerciale audiovizuale

(1) Furnizorii de servicii media au dreptul de a difuza comunicări comerciale audiovizuale în schimbul unei plăţi ori retribuţii similare sau în scopul autopromovării, în conformitate cu prezentul cod, cu ***Legea nr.1227/1997 cu privire la publicitate*** *şi cu Regulamentul privind conţinuturile audiovizuale.*

(2) Furnizorii de servicii media sînt în drept să difuzeze următoarele forme de comunicări comerciale audiovizuale:

a) sponsorizare;

b) publicitate;

c) teleshopping;

d) plasare de produse;

e) autopromovare;

f) publicitate interactivă;

g) publicitate prin ecran partajat;

h) publicitate virtuală;

i) sponsorizare virtuală;

j) alte forme de comunicări comerciale audiovizuale.

Articolul 63. Cerinţe generale privind comunicările comerciale audiovizuale

(*1) Comunicările comerciale audiovizuale sînt corecte şi oneste.*

(2) Comunicările comerciale audiovizuale *sînt clar identificabile şi se deosebesc de conţinutul editorial, precum şi* ***sînt conforme cu prevederile prezentului cod şi ale Regulamentului privind conţinuturile audiovizuale.***

Articolul 66. Publicitatea şi teleshoppingul

(1) Publicitatea şi teleshoppingul trebuie să fie clar identificabile şi separate de conţinutul editorial şi de alte părţi ale serviciului media audiovizual prin mijloace optice, acustice şi/sau spaţiale.

Articolul 69. Plasarea de produse

(1) Este admisă plasarea de produse în cadrul serviciilor media audiovizuale, cu excepţia programelor audiovizuale de ştiri şi a celor cu conţinut informativ-analitic de actualitate, a celor dedicate afacerilor pentru utilizatori, a celor cu caracter religios şi a programelor audiovizuale pentru copii sau a celor cu conţinut destinat în principal copiilor.

(2) Programele audiovizuale care conţin plasare de produse trebuie să îndeplinească următoarele cerinţe:

a) să nu influenţeze conţinutul programelor audiovizuale şi programarea acestora într-un mod în care să afecteze responsabilitatea şi independenţa editorială a furnizorului de servicii media;

b) să nu încurajeze în mod direct cumpărarea sau închirierea produselor ori serviciilor, mai ales prin menţiuni exprese cu caracter promoţional la produsele sau serviciile respective;

c) să nu evidenţieze sau să atragă atenţie asupra mărfurilor respective într-o manieră exagerată, prin proeminenţă, accentuare sau referinţă nejustificată.

(3) Furnizorii de servicii media sînt obligaţi să difuzeze mesajul privind plasarea de produse:

a) la începutul şi la sfîrşitul programului audiovizual care conţine plasare de produse;

b) la reluarea, după întrerupere, a programului audiovizual care conţine plasare de produse.

Articolul 70. Publicitatea şi teleshoppingul pentru băuturile alcoolice

(1) Furnizorii de servicii media sînt în drept să difuzeze publicitate şi teleshopping pentru băuturile alcoolice în conformitate cu prezentul cod, cu Legea cu privire la publicitate şi cu Regulamentul privind conţinuturile audiovizuale.

Articolul 73. Misiunea Consiliului Audiovizualului

(1) Consiliul Audiovizualului este garant al interesului public în domeniul audiovizualului şi are misiunea de a contribui la dezvoltarea serviciilor media audiovizuale în conformitate cu principiile comunicării audiovizuale prevăzute de prezentul cod, cu normele, standardele şi cele mai bune practici internaţionale în domeniu.

(2) În sensul prezentului cod, interes public în domeniul audiovizualului reprezintă interesul pentru asigurarea unei informări pluraliste şi obiective a populaţiei, un interes superior în raport cu interesele politice, economice, comerciale, ideologice sau de altă natură.

Articolul 75. Atribuţiile Consiliului Audiovizualului

(4) Consiliul Audiovizualului:

*a) exercită controlul asupra modului în care furnizorii şi distribuitorii de servicii media îşi îndeplinesc obligaţiile asumate, **conform prezentului cod.** Controlul asupra conţinuturilor serviciilor media audiovizuale şi ale programelor audiovizuale este exercitat numai după furnizarea acestora, în conformitate cu art.7 alin.(5);*

(7) Consiliul Audiovizualului aplică sancţiuni în conformitate cu prezentul cod.

Articolul 80. Organizarea şi funcţionarea Consiliului Audiovizualului

(3) Şedinţele Consiliului Audiovizualului sînt deliberative cu prezenţa a cel puţin 5 membri. Consiliul Audiovizualului adoptă decizii cu votul a cel puţin 4 membri, cu excepţia cazurilor prevăzute de prezentul cod. Toate deciziile Consiliului Audiovizualului sînt motivate.

(4) Şedinţele Consiliului Audiovizualului sînt publice. Votul exprimat de fiecare membru al Consiliului Audiovizualului este întotdeauna însoţit de argumentare. Membrii Consiliului Audiovizualului îşi pot exprima votul pro sau contra, deschis sau secret, fără a fi admisă abţinerea de la vot.

Articolul 83. Activitatea de supraveghere şi control

(1) Supravegherea respectării prevederilor prezentului cod şi sancţionarea încălcărilor, precum şi controlul îndeplinirii obligaţiilor şi a deciziilor adoptate în temeiul şi pentru aplicarea prezentului cod revin Consiliului Audiovizualului.

(3) Consiliul Audiovizualului exercită controlul:

a) din oficiu;

b) la sesizarea unei autorităţi publice;

c) ca urmare a petiţiei depuse de către o persoană fizică sau juridică.

(4) În cazurile prevăzute la alin.(3) lit.b) şi c), Consiliul Audiovizualului, în termen de 15 zile lucrătoare din data depunerii sesizării ori petiţiei, efectuează un control privind circumstanţele de fapt. Termenul respectiv poate fi prelungit prin decizia Consiliului Audiovizualului cu cel mult 15 zile lucrătoare. În cel mult 5 zile lucrătoare după efectuarea controlului privind circumstanţele de fapt, Consiliul Audiovizualului examinează sesizarea sau petiţia în şedinţă publică, anunţă rezultatele controlului, audiază subiecţii interesaţi şi decide respingerea sau acceptarea sesizării ori petiţiei şi, după caz, aplicarea unei sancţiuni, în condiţiile prevăzute de prezentul cod.

(5) Rezultatele controlului efectuat în condiţiile alin.(3) lit.a) se examinează în şedinţă publică, cu audierea subiecţilor interesaţi.

Articolul 84.Sancţiuni

(2) Pentru încălcarea prevederilor prezentului cod, Consiliul Audiovizualului aplică sancţiuni stabilite individual, în funcţie de gravitatea încălcării, de efectele acesteia, precum şi de frecvenţa încălcărilor comise în ultimele 12 luni.

(5) Se sancţionează cu amendă de la 5000 de lei la 10000 de lei furnizorii de servicii media şi distribuitorii de servicii media care au comis următoarele încălcări:

*j) nerespectarea prevederilor privind condiţiile de furnizare a comunicărilor comerciale audiovizuale prevăzute la art.**63 alin.(2)**–(4), art.64, 65, art.66 alin.(1)–(5), art.67 alin.(1), (3) şi (4), art.68 alin.(1)–(3), art.69, **art.70** şi 71, amenda fiind aplicată pentru fiecare caz de încălcare constatat;*

Legea nr.62/2022 cu privire la publicitate

***Articolul 1.** prezenta lege are drept scop organizarea și dezvoltarea pieței naționale de publicitate în temeiul principiilor și bunelor practici internaționale din domeniu, inclusiv al principiilor concurenței loiale și protecției drepturilor consumatorilor de publicitate.*

Articolul 3.Semnificația noțiunilor utilizate:

***difuzor de publicitate–** orice persoană, inclusiv mass-media, care difuzează publicitate către consumatorii de publicitate;*

***publicitate –** informație difuzată în orice mod și utilizând orice mijloace, adresată unui număr nedeterminat de persoane, în vederea generării și/sau susținerii interesului public față de un obiect al publicității;*

***publicitate audiovizuală–**publicitatea și alte forme de comunicări comerciale audiovizuale difuzate de serviciile media audiovizuale liniare și/sau serviciile media audiovizuale neliniare;*

Articolul 25. Publicitatea audiovizuală

*(1) Serviciile media audiovizuale liniare și serviciile media audiovizuale neliniare difuzează publicitatea și alte forme de comunicări comerciale audiovizuale **în conformitate cu prezenta lege și cu Codul serviciilor media audiovizuale**.*

*(2) În domeniul mesajelor de interes public și al comunicărilor comerciale audiovizuale difuzate de serviciile media audiovizuale, **prezenta lege se aplică în măsura în care nu contravine Codului serviciilor media audiovizuale.***

Articolul 43. Publicitatea pentru producția alcoolică

(2) Publicitatea audiovizuală pentru producția alcoolică este însoțită, în toate cazurile, de avertismentul privind dauna consumului excesiv de alcool.

Articolul 50. Controlul privind respectarea legislaţiei cu privire la publicitate

(1) Controlul privind respectarea legislaţiei cu privire la publicitate se realizează de către:

*b) **Consiliul Audiovizualului** – în limita atribuţiilor sale prevăzute de Codul serviciilor media audiovizuale pe domeniul publicităţii şi al altor forme de comunicări comerciale*

audiovizuale, difuzate de serviciile media audiovizuale liniare şi serviciile media audiovizuale neliniare;

Legea nr.57 din 10.03.2006 a viei şi vinului,

Articolul 2. în sensul prezentei legi, sînt utilizate următoarele noţiuni principale:

vin–produs alimentar obţinut exclusiv prin fermentarea alcoolică*, totală sau parţială, a strugurilor proaspeţi ori îngheţaţi, presaţi ori nu, sau a mustului de struguri proaspăt;*

Articolul 25. Etichetarea vinurilor şi produselor pe bază de must, produselor vitivinicole aromatizate şi produselor obţinute pe bază de vin

(1) Vinurile şi produsele pe bază de must, produsele vitivinicole aromatizate şi produsele obţinute pe bază de vin puse în comercializare îmbuteliate trebuie să fie etichetate.

(3) Pe etichetă sau ambalajul de desfacere trebuie să fie prezentate următoarele indicaţii obligatorii:

a) denumirea sub care se comercializează produsul;

b) denumirea categoriei produsului, stabilită prin lege şi prin actele normative aprobate de către Guvern;

b[1]) termenul "dezalcoolizat" sau "parţial dezalcoolizat" pentru vinurile care au fost supuse unui tratament de dezalcoolizare în condiţiile stabilite de Guvern;

f) concentraţia alcoolică – valoarea (cifra) este urmată de "% vol." şi poate fi precedată de abrevierea "alc.";

g) categoria produsului în funcţie de concentraţia în masă a zaharurilor şi valoarea ei, conform actelor normative aprobate de către Guvern, – pentru vinurile spumante, spumante de calitate, spumante de calitate de tip aromat, spumoase, perlante, petiante;

j[1]) data durabilităţii minime pentru produsele vitivinicole care au fost supuse unui tratament de dezalcoolizare în condiţiile stabilite de Guvern, cu o concentraţie alcoolică dobândită de până la 10% vol.;

k) menţiunea "conţine sulfiţi" sau menţiunea "conţine dioxid de sulf" – pentru vinuri;

l) lista de ingrediente;

l[1]) declaraţia nutriţională;

o) menţiunea "Alcoolul poate dăuna copilului nenăscut" şi/sau pictograma respectivă, conform anexei;

p) menţiunea "Nu oferiţi alcool minorilor" şi/sau pictograma respectivă, conform anexei;

q) menţiunea "Alcoolul încetineşte viteza de reacţie – nu consuma alcool dacă conduci vehicule" şi/sau pictograma respectivă, conform anexei;

r) menţiunea "Alcoolul poate cauza dependenţă";

s) codul de bare şi codul QR (dacă sunt înregistrate).

Legea nr. 306 din 30.11.2018 privind siguranţa alimentelor

Articolul 2. *În scopul aplicării prezentei legi, se definesc următoarele noţiuni principale:*

alimente de origine nonanimală *– vegetalele şi produsele vegetale destinate consumului uman, precum legumele proaspete şi conservate, inclusiv cartofii şi sfecla de zahăr, fructele proaspete şi conservate, seminţele de leguminoase şi de oleaginoase, cerealele boabe, produsele din cereale, condimentele, grăsimile şi uleiurile de origine vegetală, dulciurile,* ***băuturile alcoolice*** *şi nealcoolice, guma de mestecat, alimentele procesate, altele decît cele de origine animală, suplimentele alimentare şi nutritive;*

produs alimentar sau aliment *– orice substanţă sau produs, indiferent dacă este prelucrat, parţial prelucrat sau neprelucrat, destinat sau prevăzut în mod rezonabil să fie ingerat de oameni. Produsele alimentare includ băuturile, guma de mestecat şi orice substanţă, inclusiv apa, încorporată în mod intenţionat în produse alimentare în timpul producerii, preparării sau tratării lor. Acestea includ apa în punctul de conformitate după cum urmează:*

1) în cazul apei furnizate printr-o reţea de distribuţie, în punctul din interiorul unei incinte sau al unei unităţi în care aceasta curge din robinetele folosite în mod normal pentru consumul uman;

2) în cazul apei furnizate dintr-un rezervor, în punctul în care aceasta curge din rezervor;

3) în cazul apei îmbuteliate în sticle sau recipiente destinate comercializării, în punctul în care aceasta este îmbuteliată în sticle sau recipiente;

4) în cazul apei folosite într-o întreprindere alimentară, în punctul în care apa este utilizată în întreprindere.

Noţiunea de "produs alimentar" nu include:

a) hrana pentru animale;

b) animalele vii;

c) plantele înainte de a fi recoltate;

d) medicamentele;

e) cosmeticele;

f) tutunul şi produsele din tutun;

g) substanţele stupefiante sau psihotrope;

h) reziduurile şi substanţele contaminante;

i) produsele obţinute prin utilizarea dispozitivelor medicale;

Legea nr.1100 din 30.06.2000 cu privire la fabricarea şi circulaţia alcoolului etilic şi a producţiei alcoolice

Articolul 1. Noţiuni de bază

alcool etilic – alcool obţinut prin fermentarea alcoolică a materiei prime agricole de origine vegetală, cu distilarea şi rectificarea ulterioară acestuia, şi alcool de origine sintetică. Alcool etilic se consideră alcoolul etilic de origine agricolă rectificat, alcoolul etilic tehnic şi alcoolul etilic denaturat;

producţie alcoolică – *produse alimentare* destinate consumului uman, avînd concentraţia alcoolică mai mare de 1,2% în volum;

băutură slab alcoolică – producţie alcoolică având concentraţia alcoolică de la 1,2% în volum până la 7% în volum;

băutură alcoolică cu un conţinut redus de alcool – producţie alcoolică având concentraţia alcoolică de la 7% în volum până la 15% în volum;

băutură spirtoasă – producţie alcoolică destinată consumului uman, având caracteristici organoleptice specifice şi o concentraţie alcoolică de minimum 15% în volum, fabricată fie dintr-un distilat de origine agricolă sau din alcool etilic de origine agricolă rectificat, sau prin cupajarea acestora, cu sau fără adaos de sucuri, macerate, morse, extracte, produse cu conţinut de zahăr, arome naturale sau substanţe aromatice, apă condiţionată şi alte ingrediente, fie numai din ingrediente naturale.

Articolul 2. Obiectul legii

(1) Prezenta lege stabileşte cadrul juridic, administrativ, de control şi de asigurare a calităţii în domeniul fabricării şi circulaţiei alcoolului etilic şi a producţiei alcoolice, ***cu excepţia vinului****, produselor obţinute pe bază de must şi a produselor vitivinicole aromatizate în sensul Legii viei şi vinului nr.57/2006.*

(2) Fabricarea şi circulaţia alcoolului etilic şi a producţiei alcoolice se efectuează în condiţiile prevăzute de prezenta lege, cu respectarea cerinţelor de ocrotire a sănătăţii populaţiei şi de protecţie a mediului înconjurător.

Aprecierea instanței de judecată în privința argumentelor și probelor prezentate de părți.

Obiect al examinării în speță îl constituie verificarea legalității deciziei nr.67 din 15.03.2024 cu privire la examinarea petiției din partea lui Piotr Railean cu referire la serviciul media audiovizual de televiziune „Pro TV Chișinău”, emisă de Consiliul Audiovizualului prin care furnizorul de serviciu media ÎCS„Pro Digital”SRL a fost sancționată cu amendă în mărime de 5000 lei pentru încălcarea prevederilor art.63 alin.(2) în conformitate cu art.84 alin.(5) lit.j) din CSMA.

Din materialele cauzei s-a constatat că la 12.02.2024, Piotr Railean a depus în adresa pârâtului petiția nr.707-01, prin care solicitat efectuarea unui control pe faptul că *în cadrul emisiunii „Gusturile se Discută” din 20.01.2024 difuzată de serviciul de televiziune „Pro TV Chişinău” şi publicată pe pagina oficială pe data de 21.01.2024 ora 15:40 min., contrar prevederilor art.43 alin.(2) din legea nr.62 din 2022 cu privire la publicitate, care prevede că publicitatea audivizuală pentru producția alcoolică este însoțită, în toate cazurile, de avertismentul privind dauna consumului excesiv de alcool, la începutul emisiunii, la minutul 00:07, apoi la minutul 08:38, precum și la minutul 23:22 se face publicitate la vinul și spumantele „*****” fără a fi menționat faptul că consumul excesiv de alcool este dăunător. Mai mult la min. 08:38, în cadrul emisiunii, chiar de către prezentatori, se consumă în mod deschis alcool în prezența minorului care are calitate de invitat al emisiunii* (fila 1-2 dosar administrativ).

Se atrage atenția că Consiliul Audiovizualului exercită controlul asupra modului în care furnizorii şi distribuitorii de servicii media îşi îndeplinesc obligaţiile asumate, conform Codului Serviciilor Media Audiovizuale al Republicii Moldova (CSMA). Controlul asupra conţinuturilor serviciilor media audiovizuale şi ale programelor audiovizuale este exercitat numai după furnizarea acestora.

La 01.03.2024, prin scrisoarea nr.450, Consiliul Audiovizualului a solicitat de la ÎCS„ Pro Digital"SRL prezentarea în scris a opiniei referitor la cele invocate în petiție și prezentarea înregistrării video a programului audiovizual menționat de petiționar (segmentul 21:00-22:59 din 20.01.2024)(fila 3-4 dosar administrativ).

Prin scrisoarea nr.732-01 din 04.03.2024, ÎCS„Pro Digital"SRL a prezentat opinia scrisă asupra faptelor indicate în petiție potrivit căreia la emisiunea „Gusturi se discută" difuzată la 20.01.2024 la postul Pro Tv Chișinău în calitate de sponsor a avut o companie producătoare de vinuri și spumante, iar prin prisma legii viei și vinului și art.70 alin.(1) al Codului Serviciului media audiovizuale (CSMA) se reglementează regimul publicității băuturilor alcoolice și nu impune limite asupra vinului, care este un produs alimentar (fila 5-6 dosar administrativ).

Ședința publică a avut loc la 15.03.2024, despre care a fost înștiințat reclamantul și invitat să participe fizic (fila 7-8 dosar administrativ). Potrivit extrasului din procesul-verbal nr.8 al ședinței din 15.03.2024 a participat reprezentantul Pro TV Chișinău-Gicu Bloșenco (fila 12-15 dosar administrativ).

În urma examinării efectuate, pârâta a stabilit că în cadrul programului audiovizual „Gusturile se discută" difuzată de serviciul media audiovizual de televiziune Pro TV Chișinău la 20.01.2024 în intervalul orelor 21:00-22:30 s-a identificat comunicarea comercială audiovizuală sub formă de sponsorizări (segmentele 00:00:07-00:00:10, 01:19:11-01:19:14) și a plasării de produs a vinurilor și spumantelor „*****" (segmentele 00:05:28-00:05:34, 00:05:41-00:05:49, 00:06:53-00:07:05, 00:18:25-00:18:30, 00:23:20-00:23:32, 00:31:44-00:31:49, 00:36:16-00:36:18, 00:40:55-00:41:04, 00:46:33-00:46:36, 00:54:55-00:55:14, 01:06:25-01:06:32, 01:10:16-01:10:20, 01:11:46-01:11:53, 01:12:17-01:12:30,01:17:07-01:17:13, 01:17:18-01:17:22), iar pe parcursul programului nu a fost identificată difuzarea avertismentului privind dauna consumului excesiv de alcool, prevăzut de ***art.43 alin.(2) al legii nr.62/2022 cu privire la publicitate***. La fel în cadrul emisiunii nu a fost identificat mesajul privind plasarea de produse la începutul și sfîrșitul programului prevederi stabilite de ***art.69 alin.(3) lit.a) din CSMA***

La 15.03.2024 Consiliul Audiovizualului a emis decizia nr.67 prin care s-a decis:

-se ia act de rezultatele controlului serviciului media audiovizual de televiziune Pro TV Chișinău, realizat ca urmare a petiției din partea lui Piotr Railean.

-se admite petiția din 12.02.2024 depusă de Piotr Railean.

-se sancționează cu amendă în mărime de 5000 lei furnizorul de serviiu media ÎCS„Pro Digital"SRL, fondatoarea serviciului media audiovizual de televiziune „Pro Tv Chișinău"

pentru încălcarea prevederilor art.63 alin.(2) din Codul serviciilor media audiovizuale în conformitate cu prevederile art.84 alin.(5) lit.j) din Cod.

-în conformitate cu art.84 alin.(11) și (12) din CSMA, furnizorul de servicii media ÎCS" Pro Diigital "SRL este obligat să difuzeze textul sancțiunii în următoarele 48 ore de la data adoptării deciziei, sonor și/sau vizual, de cel puțin 3 ori, în orele de maximă audiență, din care o dată în principalul program audiovizual de știri cu prezentarea unui raport despre executarea deciziei în termen de 5 zile și prezentarea dovezii achitării amenzii (fila 16-19 dosar administrativ).

Decizia din 15 martie 2024 a fost adoptată cu 6 voturi pentru și un vot împotrivă, din partea membrului Eugeniu Rîbca, în argumentarea căruia s-a atras atenția că *pe parcursul timpului pe piață și-au făcut apariția vinurilor fără alcool. În consecință, prevederile privind comunicările comerciale audiovizuale din CSMA sunt aplicable vinurilor, cel puțin în măsura în care sunt produce alimentre care constituie băuturi alcoolice* (fila 12-15 dosar administrativ).

Reclamantul nu este de acord cu decizia contestată, pe motiv că CSMA reglementează regimul publicității băuturilor alcoolice și nu impune limite asupra produselor alimentare ca vinul, motiv din care a depus prezenta acțiune în instanța de judecată.

În contextul celor relatate, instanța judecătorească subliniază că, pentru a fi anulat un act administrativ, reclamantul exercitând dreptul său la acțiune, urmează nu doar la general să-și expună dezacordul cu activitatea administrativă, ci să-și întemeieze cererea de chemare în judecată pe prevederile exprese a legii: 1) în cazul în care consideră că actul administrativ este ilegal în fond ca fiind emis contrar prevederilor legii, să indice expres care anume norme legale, în viziunea lui, au fost încălcate; 2) în cazul în care consideră că actul administrativ este ilegal ca fiind emis cu încălcarea competenței, urmează să facă referire la normele juridice care reglementează competența, astfel, încât să dovedească încălcarea acesteia; 3) în cazul în care invocă că actul administrativ este ilegal ca fiind emis cu încălcarea procedurii stabilite, urmează să indice expres normele procedurale care au fost încălcate.

În acest sens se reține că furnizorii de servicii media sînt în drept să difuzeze publicitate și teleshopping pentru băuturi alcoolice în conformitate cu CSMA, cu legea cu privire la publicitate și cu Regulamentul privind conținuturile audiovizuale, (art.70 alin.(1) CSMA).

Totuși, se observă că Codul Serviciilor Media Audiovizuale prevede noțiunea de băuturi alcoolice, iar legea cu privire la publicitate se referă la termenul de producție alcoolică, care conform legii nr.1100/2000 include atât băuturile alcoolice, cât și băuturile spirtoase, toate produse alimentare.

Instanța respinge argumentul reclamantului că nu a difuzat publicitate băuturilor alcoolice, deoarece vinul nu este supus regimului legii nr.1100/2000 cu privire la fabricarea și circulația alcoolului etilic și a producției alcoolice, iar art.2 din legea viei și vinului nr.57/2006, prevede că *vinul este un **produs alimentar** obținut exclusiv prin fermentare alcoolică.*

În acest sens se reține că în art.2 al legii nr.306/2018 privind siguranța alimentelor, legiuitorul nu a făcut o distincție între produs alimentar și aliment, însă a indicat expres categoriile de produse care nu sunt produse alimentare sau alimente, nefiind indicat vinul sau băuturile alcoolice.

În continuare, aceeași prevedere definește alimentele de origine nonanimală, fiind incluse (...) *băuturile alcoolice* și nealcoolice, iar prin definiție vinul este un produs alimentar obținut prin *fermentare <u>alcoolică</u>* și reclamantul urma să probeze prin prezentarea informațiilor obligatorii referitoare la produsul alimentar invocat-vinurile și spumantele ***** că *au fost supuse unui tratament de dezalcoolizare,* așa cum prevede art.25 din legea nr.57/2006.

Deși legiuitorul nu a indicat expres că vinurile sunt băuturi alcoolice, însă acest fapt nu a fost exclus ținând cont de întreg conținutul legii nr.57/2006, care prevede expres despre posibilitatea dezalcoolizării vinului sau fermentarea alcoolică, fiind indicate anumite mențiuni obligatorii referitoare la alcool conform anexei:*"Alcoolul poate dăuna copilului nenăscut", "Nu oferiţi alcool minorilor" şi/sau pictograma respectivă, "Alcoolul încetineşte viteza de reacţie–nu consuma alcool dacă conduci vehicule", "Alcoolul poate cauza dependenţă"*, care se regăsesc și în anexa legii nr.1100/2000.

Totodată, excepția care este prevăzută în art.2 alin.(1) din legea nr.1100 nu urmează a fi interpretată în sensul că vinul nu face parte din producția alcoolică, ci că legea nr.1100 nu se aplică vinului și altor produse vitivinicole, pentru că bazele juridice, economice şi sociale în sectorul vinificaţiei sunt reglementate de legea specială- legea viei și vinului nr.57/2006.

Așadar, vinul este un produs alimentar și în același timp și o băutură alcoolică, iar reclamantul prin prisma art.93 Cod Administrativ urma să probeze în acest caz că vinurile și spumantele ***** sunt produse alimentare nealcoolice ori termenul „produs alimentar” cuprinde toate produsele alcoolice și nealcoolice.

Prin urmare, comunicarea comercială audiovizuală a plasării de produs a vinurilor și spumantelor „*****”, care sunt în același timp și produse alcoolice urma a fi însoțită de avertismentul privind dauna consumului excesiv de alcool, prevăzut de art.43 alin.(2) al legii nr.62/2022 cu privire la publicitate, care indică că *publicitatea audiovizuală pentru producţia alcoolică este însoţită, <u>în toate cazurile,</u> de avertismentul privind dauna consumului excesiv de alcool.*

Totodată, prin prisma art.3 al legii nr.62/2022 publicitatea audiovizuală se referă și la comunicările comerciale audiovizuale care potrivit art.63 alin.(2) CSMA, urmează a fi conforme *cu codul* și regulamentul privind conținuturile audiovizuale, iar codul în art.62 alin.(1) prevede că urmează a fi conforme *cu prezentul cod, cu **Legea nr.1227/1997 cu privire la publicitate** şi cu Regulamentul privind conţinuturile audiovizuale.*

În acest context se reține că CSMA nu face referire la norma materială din legea cu privire la publicitate, dar indică numărul actului normativ abrogat (nr.1227/1997), iar reclamantul consideră că autoritatea publică greșit a făcut referire la normele din legea nouă

(nr.62/2022), argument care nu poate fi acceptat de instanța de judecată, deoarece este absurd să se facă trimitere la normele abrogate ori art.53 alin.(2) din legea nr.62/2022 indică că *la data intrării în vigoare a prezentei legi se abrogă Legea nr.1227/1997 cu privire la publicitate, cu modificările ulterioare.*

Mai mult, art.70 alin.(1) al CSMA nu face referire la numărul actului administrativ, dar indică expres că *furnizorii de servicii media sînt în drept să difuzeze publicitate şi teleshopping pentru băuturile alcoolice în conformitate cu prezentul cod, cu Legea cu privire la publicitate şi cu Regulamentul privind conţinuturile audiovizuale.*

La fel, instanța de judecată identifică că suplimentar în cadrul controlului s-a constatat de pârât și faptul că în cadrul emisiunii nu a fost identificat mesajul privind plasarea de produse la începutul și sfîrșitul programului contrar art.69 alin.(3) lit.a) din CSMA.

Reclamantul a invocat că la începutul şi sfârşitul emisiunii este difuzat mesajul: „*emisiunea „Gusturile se discută" vă este oferită de (pauză): Tymbark - Sursa ta zilnică de vitamina C; Vinuri şi spumante „Maetro", „Floris"*, respectiv consideră că mesajul privind plasarea de produse este clar identificabil şi distinct de emisiune, iar spectatorul poate în mod liber distinge faptul că în emisiune are loc plasare de produse.

Din înregistrarea video vizionată în ședința de judecată se reține că emisiunea conține două forme de comunicări comerciale: de sponsorizare și de plasare de produs (f.d.80). Se atrage atenția că de reclamant urma a fi respectat art.65 CSMA, care reglementează sponsorizarea și art.69 CSMA, care reglementează plasarea de produse. Reclamantul a respectat doar prevederile referitoare la sponsorizare, deoarece a anunțat mesajul de sponsorizare la începutul și sfârșitul emisiunii, însă mesajul privind plasarea de produse nu a fost anunțat decât la reluare, după întrerupere (min.22.50).

Deși această încălcare nu a fost indicată în petiție, autoritatea publică din oficiu potrivit art.83 alin.(3) din CSMA, poate constata încălcarea, iar reclamantul nu a invocat careva argumente care ar confirma contrariul în acest sens în cererea de chemare în judecată ori cele invocate se referă la mesajul de sponsorizare, iar mesajul privind plasarea de produse lipsește la începutul şi sfârşitul emisiunii, fiind încălcate prevederile *art.69 alin.(3) lit.a) din CSMA*. Faptul că „*spectatorul poate distinge că în emisiune are loc plasare de produse*" nu presupune că reclamantul a respectat prevederile legale.

Așadar, actul administrativ contestat face referire expres la încălcarea *art.43 alin.(2) al legii nr.62/2022 cu privire la publicitate*, pentru că lipsește mesajul privind dauna consumului excesiv de alcool și încălcarea *art.69 alin.(3) lit.a) din CSMA,* pentru că lipsește mesajul privind plasarea de produse la începutul și sfîrșitul programului. Ambele încălcări reflectă că în acest caz comunicările comerciale audiovizuale nu sunt conforme cu Codul Serviciilor Media Audiovizuale și legea cu privire la publicitate, potrivit art.63 alin.(2) din CSMA.

Suplimentar, se reține că pentru încălcările constatate, reclamantul a fost sancționat în conformitate cu prevederile art.84 alin.(5) lit.j) din Cod cu cea mai mică sancțiune prevăzută de legiuitor.

Referitor la faptul aplicabilității și încălcării legii nr.131 din 08.06.2012, precum și faptul că consiliul a depăşit limitele controlului indicat în petiţie, deoarece a fost sesizat asupra respectării prevederilor legii nr.62/2022 cu privire la publicitate, însă a aplicat sancţiune pentru pretinsa nerespectare a Regulamentului privind conţinuturile audiovizuale, invocate de reclamant, instanța de judecată le respinge pe motiv că obiectul de reglementare a legii nr.131 constituie verificarea activităţii de întreprinzător, pe când controlul şi supravegherea respectării atât de către furnizorii de servicii media, cât şi de distribuitorii de servicii a prevederilor Codului serviciilor media audiovizuale, constituie o atribuţie exercitată de Consiliul Audiovizualului în condiţiile art.75 alin.(4) lit.a) şi art.83 din CSMA şi reprezintă verificarea modului în care furnizorii si distribuitorii de servicii media își îndeplinesc obligaţiile asumate, inclusiv sub aspectul securităţii informaţionale.

Consiliul Audiovizualului nu verifică activitatea furnizorului sub aspect economic în calitatea sa de antreprenor, procesul de monitorizare sau control nu are nimic comun cu cel de control reglementat prin legea nr.131 din 08.06.2012, ori activitatea de control şi monitorizare este efectuată în continuu, evaluarea rezultatelor controlului este efectuată în cadrul şedinţei Consiliului, care nu poate fi asimilat unui act de control și efectuarea controlului sau monitorizării nu are loc la oficiu furnizorului, la faţa locului aşa cum prevede conceptul legii nr.131 din 08.06.2012, dar se realizează la sediul Consiliului Audiovizualului.

Așadar, activitatea de control efectuată de Consiliul Audiovizualului diferă de activitatea de control reglementată de legea nr.131 din 08.06.2012, şi respectiv sunt aplicabile prevederile CSMA în activitatea de control efectuată de acesta.

Concluzionând cele relatate, examinând temeiurile invocate de reclamant întru anularea actului contestat, în coraborare cu contraargumentele invocate de autoritatea publică pârâtă întru confirmarea legalității actelor administrative emise, instanța nu a identificat temeiuri de ilegalitate a actului contestat de reclamant, motiv pentru care cererea de chemare în judecată depusă de ÎCS„ProDigital” către Consiliul Audiovizualului al Republicii Moldova privind anularea deciziei nr.67 din 15.03.2024 cu privire la examinarea petiției din 12.02.2024 depuse de Piotr Railean urmează a fi respinsă.

În conformitate cu prevederile art.art.224-225, 229, 232 Cod Administrativ, instanţa de judecată

h o t ă r ă ș t e :

Se respinge ca neîntemeiată acțiunea de contencios administrativ intentată la cererea de chemare în judecată depusă de ÎCS„ProDigital” către Consiliul Audiovizualului al Republicii Moldova privind anularea deciziei nr.67 din 15.03.2024 cu privire la examinarea petiției din 12.02.2024 depuse de Piotr Railean.

Hotărârea cu drept de atac la Curtea de Apel Centru în termen de 30 zile de la pronunţarea hotărârii, prin intermediul Judecătoriei Chișinău (Sediul Rîșcani).

Președintele ședinței,
judecător **V. Jomiru-Niculiță**