



DECIZIA nr. 85

din 12 iunie 2014

Cu privire la examinarea proiectului de Lege cu privire la publicitate

Pe adresa Consiliului Coordonator al Audiovizualului a parvenit spre examinare și avizare proiectul Legii cu privire la publicitate, elaborat și prezentat de către Ministerul Justiției. Prin proiectul înaintat se propune adoptarea unei legi organice ce va remedia carențelor existente și va crea un cadru normativ adecvat care să permită și să stimuleze dezvoltarea pieței autohtone a publicității dar și să nu deranjeze publicul.

Ca urmare a dezbaterilor publice, în baza prevederilor art. 39-41 din Codul audiovizualului nr. 260 din 27.07.2006, Statutului CCA, aprobat prin Hotărârea nr. 433 din 28.12.2006 a Parlamentului Republicii Moldova, **Consiliul Coordonator al Audiovizualului**

DECIDE:

Art. 1. A aproba și a prezenta Ministerului Justiției Avizul la proiectul Legii cu privire la publicitate.

Art. 2. Controlul asupra executării prezentei decizii îl exercită Direcția juridică și reglementări.

Art. 3. Prezenta decizie va fi publicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova și pe pagina web a CCA.

PREȘEDINTELE

Consiliului Coordonator
al Audiovizualului

Marian POCAZNOI

CONSILIUL COORDONATOR
AL AUDIOVIZUALULUI
DIN REPUBLICA MOLDOVA



КООРДИНАЦИОННЫЙ СОВЕТ
ПО ТЕЛЕВИДЕНИЮ И РАДИО
РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА

MD-2012, Chișinău, str. V. Pircălab, nr. 46,
tel: (373 22) 27-75-51, fax: (373 22) 27-74-71
<http://www.cca.md>

MD-2012, Кишинэу, ул. В. Пыркълаб, №. 46,
тел: (373 22) 27-75-51, факс: (373 22) 27-74-71
<http://www.cca.md>

nr. _____ din _____ 2014
la nr. 03/4518 din 08 mai 2014

Ministerul Justiției
al Republicii Moldova

AVIZ

Ca urmare a examinării proiectului de Lege cu privire la publicitate, prin prezenta, în limita competențelor și atribuțiilor sale legale, Consiliul Coordonator al Audiovizualului Vă prezintă următorul aviz.

1. La Articolul 6. „Publicitatea politică”, recent Consiliul Coordonator al Audiovizualului, prin Decizia nr. 45 din 10 aprilie 2014, a avizat pozitiv proiectul Legii cu privire la modificarea și completarea Legii cu privire la publicitate nr. 1227-XIII din 27 iunie 1997 (inițiativa legislativă nr. 138 din 3 aprilie 2014 a unui grup de deputați), prin proiectul înaintat s-a propus:

- Completarea art. 1 al Legii cu privire la publicitate cu o noțiune nouă – *publicitate politică*, ca fiind *orice formă de comunicare care are drept scop declarat schimbarea atitudinilor unor persoane față de un anumit partid politic, politician sau un mesaj politic*. Iar art. 8 să fie suplinit cu un nou alineat 8¹, cu următorul cuprins: *„Publicitatea politică este interzisă, cu excepția perioadelor electorale”*.

Respectiv, considerăm oportun aplicarea normei date.

2. Articolul 28. „Publicitatea băuturilor alcoolice” – La moment, în cadrul „Programului Național privind Controlul Alcoolului pe anii 2012-2020”, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 360 din 06.06.2012, Ministerul Sănătății a elaborat și a coordonat cu instituțiile de resort Proiectul de Lege pentru modificarea unor acte legislative.

Proiectul menționat propune modificarea art. 19 din Legea nr. 1227 din 27.06.1997 „Cu privire la Publicitate”. Astfel, în textul respectiv, sintagma „băuturi alcoolice” este substituită cu sintagma „producție alcoolice”, care este o noțiune mai vastă și include în sine atât „băutura alcoolică”, cât și „vinul”. „Producția alcoolică”, conform noțiunii din Legea nr. 1100/2000, este producție alimentară, având concentrația de alcool etilic mai mare de 1,5% în volum.

Respectiv, considerăm oportun substituirea sintagmei „băuturi alcoolice” cu sintagma „producție alcoolică”.

3. CCA atrage atenția autorilor proiectului asupra următorului fapt: Articolul 9. „Publicitatea la radio și televiziune” stipulează: „Publicitatea la radio și televiziune se realizează în condițiile Codului Audiovizualului cu respectarea prevederilor prezentei legi”, iar conform art. 19 alin. (7) din Codul Audiovizualului: „Publicitatea și teleshopping-ul sînt difuzate în conformitate cu Legea cu privire la publicitate”.

4. Articolul 30. „Publicitatea medicamentelor, a articolelor cu destinație medicală și a tehnicii medicale”. Avînd în vedere că publicitatea la produsele medicamentoase trebuie să se supună unor condiții stricte și unui control efectiv pentru evitarea utilizării incorecte sau iraționale a medicamentelor, la articolul respectiv trebuie de ținut cont și de normele stabilite de CCA prin Decizia nr. 13 din 11 februarie 2010 „Cu

privire la difuzarea spoturilor publicitare ale produselor farmaceutice în cadrul serviciilor de programe radio și TV”, conform căreia:

”Art. 1. Materialele publicitare pentru produsele farmaceutice vor fi difuzate în cadrul serviciilor de programe ale radiodifuzorilor după avizarea acestora de către Agenția medicamentului din Republica Moldova.

Art. 2. În conținutul spoturilor publicitare pentru produsele medicamentoase se vor include în mod obligatoriu următoarele componente:

- a) denumirea produsului;
- b) numărul certificatului de înregistrare sau a autorizației de punere pe piață;
- c) indicația terapeutică (afecțiunile pentru care se folosește produsul medicamentos);
- d) avertizarea „Acest medicament se eliberează fără prescripție medicală. Citiți cu atenție prospectul. În cazul manifestării de reacții adverse adresați-vă medicului sau farmacistului”. Publicitatea pentru produsele medicamentoase, difuzată într-o formă prescurtată (cu o durată ce nu depășește 10 secunde), va include avertizarea: „Se recomandă citirea cu atenție a prospectului”.

Art. 3. Avertizările menționate în art. 2 lit. d) se vor difuza la sfârșitul spotului publicitar, sonor și vizual, timp de minimum 5 secunde. În cazul spoturilor mai scurte de 10 sec., textul va fi prezentat pe parcursul difuzării spotului publicitar, în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului.

Art. 4. Spoturile publicitare pentru produsele farmaceutice se vor difuza în conformitate cu prevederile art. 13 alin. (8) al Legii cu privire la publicitate („Publicitatea privind una și aceeași marfă (lucrare, serviciu), precum și unul și același furnizor de publicitate se permite nu mai mult de două ori, cu o durată totală de până la două minute, pe parcursul unei ore de emisie pe un canal de frecvență”).

În ceea ce privește restul prevederilor, în limita competențelor, Consiliul Coordonator al Audiovizualului declară lipsa de propuneri.

Cu respect,

Marian POCAZNOI

PREȘEDINTE