



**DECIZIA nr. 5/31**  
din 03 martie 2016

**Cu privire la examinarea rezultatelor monitorizării serviciilor de programe ale posturilor de televiziune „Moldova-1”, „Prime”, „Publika TV”, „Canal 3”, „Canal 2”, „N 4”, „TV 7”, „PRO TV CHIȘINĂU”, „Jurnal TV”, „Accent TV”, „Euro TV”, „Realitatea TV”, „RTR Moldova” și „Ren Moldova” la capitolul respectării prevederilor legale de plasare a publicității, în conformitate cu legislația în vigoare**

Conform prevederilor 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, Consiliul Coordonator al Audiovizualului a decis, prin deciziile nr. 40/199 din 03.12.2015 (pct. 1) și nr. 41/207 (pct. 1) din 08.12.2015, efectuarea unei monitorizări la capitolul respectării prevederilor legale de plasare a publicității, în conformitate cu legislația în vigoare, la posturile de televiziune „Moldova-1”, „Prime”, „Publika TV”, „Canal 3”, „Canal 2”, „N 4”, „TV 7”, „PRO TV CHIȘINĂU”, „Jurnal TV”, „Accent TV”, „Euro TV”, „Realitatea TV”, „RTR Moldova” și „Ren Moldova”, pentru o perioadă de 5 zile fiecare.

Potrivit art. 38 alin. (7) din Codul audiovizualului, Consiliul Coordonator al Audiovizualului, prin scrisori recomandate cu nr. 94 din 18.02.2016, a expediat rapoartele de monitorizare radiodifuzorilor supuși monitorizării.

Rezultatele monitorizărilor, pentru perioada 04-08.12.2015, au atestat următoarele:

**I. Moldova-1**

Data	Publicitate (volum de timp/procent)	Teleshopping (volum de timp/procent)	Publicitate/ Teleshopping (volum de timp/procent)	Plasare de produse (volum de timp/procent)	Sponsor (volum de timp/procent)
04.12.2015	36 min. 18 sec. <b>2,51%</b>	0	0	0	0
05.12.2015	30 min. 44 sec. <b>2,11%</b>	0	0	0	0
06.12.2015	23 min. 11 sec. <b>1,60%</b>	0	0	0	0
07.12.2015	25 min. 39 sec. <b>1,76%</b>	0	0	0	0
09.12.2015	28 min. 02 sec. <b>1,94%</b>	0	0	0	0

- **Derogări de la prevederile art. 19<sup>1</sup> alin. (3) lit. b) și c) și alin. (6) din Codul audiovizualului:** „Programele în care sînt plasate produse trebuie să îndeplinească cumulativ următoarele condiții: b) să nu încurajeze în mod direct cumpărarea sau închirierea produselor sau serviciilor respective; c) să nu scoată în evidență în mod exagerat produsele și/sau serviciile în cauză” și „Verbalizarea nu va conține referiri la caracteristicile de identificare a produsului plasat”. Astfel, la 04.12.2015 a fost difuzată rubrica „Business review” (ora 21:21:51, în reluare la ora 22:46:11), cu durata de 2 min. 00 sec., în cadrul

căreia a fost făcută publicitate pentru compania „Daac Hermes”, sub pretextul reflectării evenimentului de inaugurare a noilor showroomuri „Reno”, „Dacia și „Nissan”:

*Jurnalista (text după cadru): „Компания „Daac Hermes” – бесспорный лидер на автомобильном рынке Республики Молдова, официальный диллер 11 известных мировых автомобильных брендов, в присутствии партнёров Рено официал Ромыния, а также многочисленных клиентов и гостей открыла, после реконструкции, 3 новых салона, Рено, Дачия и Меган”.*

Vasili Chirtoca, președintele „DAAC Hermes” SA: *„Мы с удовольствием открыли, раньше положенного времени, выполнили новые стандарты компании Рено, Дачия и Ниссан. Здесь удобнее клиентам, здесь удобнее показать марки, получить всю информацию необходимую, чтобы принять решение”.*

Octavian Rusnac, director-vînzări DACIA în Republica Moldova: *„Больше автомобилей, каждая машина имеет своё определённое место, и, таким образом, клиент может пройтись по салону, от одного автомобиля к другому, и сделать свой лучший выбор”.*

*Jurnalista (text după cadru): „Открытие трёх современных салонов Рено-Дачия-Ниссан соответствует последним евростандартам и отвечает стратегии развития компании, подтверждая, в который раз, статус лидера „Daac Hermes” на автомобильном рынке Республики Молдова”.*

Vasili Chirtoca, președintele „DAAC Hermes” SA: *Мы сделали здесь так, чтобы было лучше, мы потратили миллионы леев, дали рабочие места строителям, мы, когда тратим деньги внутри страны, радуемся. Мы поздравляем наших акционеров, наших работников, всех кишинёвцев с тем, что у нас появился ещё один центр, который стал лучше, чем был раньше. Я считаю, что это – наше общее достижение. В 2017 году мы планируем открыть новый центр, Ягуар, и новые автоцентры Вольво”.*

*Jurnalista (text după cadru): „Компания „Daac Hermes” продолжает инвестировать и развиваться несмотря на кризис”.*

Este de menționat că în legătură cu lucrările de profilaxie tehnică efectuate la data de 08 decembrie 2015, monitorizarea postului public „Moldova-1” a fost efectuată la 09.12.2015.

Cu referire la rezultatele monitorizării, prin scrisoarea nr. 01-10/171 din 29.02.16, Instituția Publică Națională a Audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova” a comunicat că rubrica „Business review”, „difuzată de TV „Moldova 1” conform solicitării beneficiarilor, nu este încadrată în grila de programe și nu poate fi calificată drept emisiune în care sînt plasate produse, ci drept un produs publicitar al postului de televiziune „Moldova 1”. (...) Rubrica este difuzată separat de serviciul de programe, fiind delimitată prin generic, care informează optic despre conținutul publicitar al acesteia. Conținutul rubricii se încadrează în specificările de durată, conținut, periodicitate ale publicității”.

Ca urmare a celor invocate de Instituția Publică Națională a Audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova”, Direcția monitorizare menționează următoarele:

- Potrivit prevederilor art. 2 lit. i) din Codul audiovizualului, noțiunea de „program” semnifică: „*produs audiovizual indentificabil prin titlu, conținut, durată, forma sau autor în cadrul unui serviciu de programe*”.
- Conform prevederilor art. 2 lit. l) din Cod, noțiunea „publicitatea” semnifică: „*orice formă de mesaj privind exercitarea unei activități comerciale, meșteșugărești, profesionale, avînd scopul de a promova furnizarea de bunuri sau prestarea de servicii contra cost, difuzat în baza unui contract cu o persoană fizică sau juridică, publică sau privată, în schimbul unui tarif sau al unor alte beneficii, orice formă de mesaj difuzat în scopuri autopromoționale*”.
- În acest context, ținem să atragem atenția referitor la faptul că însuși radiodifuzorul public recunoaște în anunțul de la începutul „Business review” că acesta este un program: *”Acest program conține preponderent informații comerciale”* și, de asemenea, o recunoaște drept

rubrică afit în scrisoarea nr. 01-10/171 din data de 29.02.16: „*Rubrica este difuzată separat de serviciul de programe*”, cât și pe site-ul oficial al Companiei „Teleradio-Moldova”: „*Informarea acestora cu privire la evenimentele comerciale: inaugurări magazine, clinici private ... – toate își găsesc loc în rubrica respectivă „Business review”*”.

- Cu privire la afirmația Companiei „Teleradio-Moldova” că rubrica „Business review” nu este încadrată în grila de programe și deci, nu poate fi calificată drept emisiune, menționăm că și alte emisiuni difuzate în prezent de postul public de televiziune „Moldova-1” nu se regăsesc în grila de programe aprobată/prezentată la Consiliul Coordonator al Audiovizualului, cum ar fi „Accent economic”, „Cultura azi”, „Părinți și copii” etc.
- Anterior, CCA a atenționat și a sancționat radiodifuzorii care au difuzat publicitate în cadrul unor asemenea rubrici.

Prezent în cadrul ședinței publice, reprezentantul Instituției Publice Naționale a Audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova” a declarat că nu este de acord cu datele monitorizării, precum că rubrica „Business review” a fost difuzată cu abateri de la capitolul plasării publicității, însă pe viitor, pentru a nu genera discuții la acest capitol, programul „Business Review” va fi delimitat prin semnalele publicității, excluzând semnalul optic .

## II. Prime

Data	Publicitate (volum de timp/procent)	Teleshopping (volum de timp/procent)	Publicitate/ Teleshopping (volum de timp/procent)	Plasare de produse (volum de timp/procent)	Sponsor (volum de timp/procent)
04.12.2015	2 ore 26 min. 11 sec. <b>10,14%</b>	15 min. 03 sec. <b>1,04%</b>	2 ore 41 min. 14 sec. <b>11,19%</b>	51 sec. <b>0,03%</b>	2 min. 37 sec. <b>0,16%</b>
05.12.2015	2 ore 00 min. 22 sec. <b>8,34%</b>	15 min. 03 sec. <b>1,04%</b>	2 ore 15 min. 25 sec. <b>9,39%</b>	0	0
06.12.2015	1 oră 40 min. 58 sec. <b>6,98%</b>	15 min. 04 sec. <b>1,04%</b>	1 oră 56 min. 02 sec. <b>8,05%</b>	0	0
07.12.2015	1 oră 54 min. 00 sec. <b>7,91%</b>	15 min. 04 sec. <b>1,04%</b>	2 ore 09 min. 04 sec. <b>8,96%</b>	18 sec. <b>0,01%</b>	1 min. 26 sec. <b>0,08%</b>
08.12.2015	2 ore 13 min. 50 sec. <b>9,27%</b>	15 min. 04 sec. <b>1,04%</b>	2 ore 28 min. 54 sec. <b>10,31%</b>	23 sec. <b>0,01%</b>	1 min. 34 sec. <b>0,09%</b>

- **Derogări de la prevederile art. 19<sup>1</sup> alin. (4) lit. a) și b) din Codul audiovizualului:** „*Radiodifuzorii sînt obligați să difuzeze anunțul privind plasarea de produse: a) la începutul și la sfîrșitul programului în care sînt plasate produse; b) la reluarea, după o pauză publicitară, a programului în care sînt plasate produse*”. În cadrul emisiunii „Prima oră”, anunțul privind plasarea de produse a fost omis atît la sfîrșitul programului, cât și la reluare, după o pauză publicitară:

04.12.2015

- În cadrul emisiunii „Prima oră”, anunțul privind plasarea de produse a fost omis atît la începutul programului (ora: 03:16:44), cât și la sfîrșit (ora: 04:53:49). Acesta a fost plasat pe parcursul emisiunii (orele de difuzare: 03:33:15, 04:26:27);
- În cadrul emisiunii „Prima oră”, anunțul privind plasarea de produse a fost omis la începutul programului (ora: 06:57:14), după reluare (orele: 07:17:29, 07:30:19, 07:59:26, 08:38:36), dar și la sfîrșit (ora: 08:38:26). Excepție, la ora 08:2:36, la reluare, după o pauză publicitară, a fost difuzat mesajul care conține informația: „*Acest program conține plasare de produse*”.

07.12.2015

- În cadrul emisiunii „Prima oră”, anunțul privind plasarea de produse a fost omis la începutul programului (ora: 06:57:18), după reluare (orele: 07:30:07, 08:00:20), dar

și la sfârșit (ora: 08:37:44). Excepție, la orele: 07:18:49, 08:21:18 și 08:37:44, la reluare, după o pauză publicitară, a fost difuzat mesajul care conține informația: „Acest program conține plasare de produse”.

08.12.2015

- În cadrul emisiunii „Prima oră”, anunțul privind plasarea de produse a fost omis atât la începutul programului (ora: 06:57:12), cât și la sfârșit (ora: 08:39:35).
- **Derogări de la prevederile art. 20 alin. (1) lit. (b) din Codul audiovizualului:** „Programele sponsorizate trebuie să îndeplinească următoarele condiții: denumirea sau marca sponsorului trebuie să fie distinct evidențiată ca atare la începutul și/sau sfârșitul acestor programe”.

04.12.2015

- La ora 03:16:44, în cadrul emisiunii „Prima oră”, sponsorul rubricii Culinare (ora de difuzare: 03:26:41) – marca BOSCH, nu a fost plasată la începutul și/sau sfârșitul acesteia, însă a fost prezentată pe durata rubricii cu următorul conținut: „BOSCH. Magazin de firmă – Partener. Tehnică pentru o viață. Mun. Chișinău, str. V. Alecsandri, 34. Tel.: 022-22-77-70” (03:55:33; 04:16:39).
- La ora 06:57:14, în cadrul emisiunii „Prima oră”, sponsorul rubricii Culinare (ora de difuzare: 07:05:54) – marca BOSCH, nu a fost plasată la începutul și/sau sfârșitul acesteia, însă a fost prezentată pe durata rubricii cu următorul conținut: „BOSCH. Magazin de firmă – Partener. Tehnică pentru o viață. Mun. Chișinău, str. V. Alecsandri, 34. Tel.: 022-22-77-70” (07:08:29, 07:42:59).

07.12.2015

- La ora 06:57:18, în cadrul emisiunii „Prima oră”, sponsorul rubricii Culinare (ora de difuzare: 07:06:49) – marca BOSCH, nu a fost plasată la începutul și/sau sfârșitul acesteia, însă a fost prezentată pe durata rubricii cu următorul conținut: „BOSCH. Magazin de firmă – Partener. Tehnică pentru o viață. Mun. Chișinău, str. V. Alecsandri, 34. Tel.: 022-22-77-70” (07:43:33, 08:22:16).

08.12.2015

- La ora 06:57:12, în cadrul emisiunii „Prima oră”, sponsorul rubricii Culinare (ora de difuzare: 07:07:01) – marca BOSCH, nu a fost plasată la începutul și/sau sfârșitul acesteia, însă a fost prezentată pe durata rubricii cu următorul conținut: „BOSCH. Magazin de firmă – Partener. Tehnică pentru o viață. Mun. Chișinău, str. V. Alecsandri, 34. Tel.: 022-22-77-70” (07:09:40, 08:08:41).

### **III. Publika TV**

<b>Data</b>	<b>Publicitate (volum de timp/procent)</b>	<b>Teleshopping (volum de timp/procent)</b>	<b>Publicitate/ Teleshopping (volum de timp/procent)</b>	<b>Plasare de produse (volum de timp/procent)</b>	<b>Sponsor (volum de timp/procent)</b>
04.12.2015	1 oră 46 min. 37 sec. <b>7,38%</b>	0	0	0	0
05.12.2015	1 oră 32 min. 30 sec. <b>6,40%</b>	0	0	0	0
06.12.2015	1 oră 29 min. 52 sec. <b>6,21%</b>	0	0	0	0
07.12.2015	1 oră 25 min. 02 sec. <b>5,90%</b>	0	0	0	0
08.12.2015	1 oră 29 min. 26 sec. <b>7,62%</b>	0	0	0	0

Datele monitorizării au atestat că postul de televiziune „Publika TV” nu a comis abateri de la condițiile de plasare a publicității.

**IV. Canal 3**

Data	Publicitate (volum de timp/procent)	Teleshopping (volum de timp/procent)	Publicitate/ Teleshopping (volum de timp/procent)	Plasare de produse (volum de timp/procent)	Sponsor (volum de timp/procent)
04.12.2015	2 ore 16 min. 15 sec. <b>9,45%</b>	39 min. 31 sec. 2,72%	2 ore 55 min. 46 sec. 12,18%	0	0
05.12.2015	1 oră 55 min. 51 sec. <b>10,13%</b>	29 min. 54 sec. 2,59%	2 ore 25 min. 45 sec. 12,75%	0	0
06.12.2015	1 oră 37 min. 40 sec. <b>6,76%</b>	29 min. 56 sec. 2,05%	2 ore 07 min. 36 sec. 08,84%	50 sec.	0
07.12.2015	2 ore 00 min. <b>8,33%</b>	29 min. 54 sec. 2,05%	2 ore 29 min. 54 sec. 10,38%	0	0
08.12.2015	1 oră 51 min. 37 sec. <b>7,73%</b>	29 min. 44 sec. 2,04%	2 ore 21 min. 21 sec. 9,80%	0	0

- Derogări de la prevederile art. 19 alin. (8) din Legea cu privire la publicitate nr. 1227 din 27.06.1997:** „*Este interzisă publicitatea activității de întreprinzător legate de întreținerea cazinourilor, sălilor cu automate de joc, pariurilor și de câștigurile bănești obținute în rezultatul participării la acestea*”. În perioada de referință, postul de televiziune „Canal 3” a difuzat publicitate pentru agenția Pari Match, cu conținutul: „*Pari Match te premiază. Urmărește toate meciurile în perioada noiembrie-decembrie pe „Canal 3”, ghicește cuvintele cheie ce vor apărea în timpul partidelor, expediază-ne un SMS la 2340 și poți câștiga o tabletă performantă. Mai multe detalii pe site-ul [www.ucl.canal3.md](http://www.ucl.canal3.md) și pe pagina noastră de facebook. Pari Match, ei joacă voi câștigați*”; „*Вероятность встретить знаменитого футболиста в дельфинарии - один к миллиону, вероятность того что он забьет в следующем матче - один к одному. Pari Match, сыграют они выигрывают вы*” și „*Pari Match, ei joacă voi câștigați*”:
  - 04.12.2015 – 00:16:17, 08:14:06, 09:21:02, 10:17:43, 13:18:13, 18:15:29, 21:14:26, 23:44:25;
  - 05.12.2015 – 00:12:11, 12:29:06, 13:27:40, 14:27:13, 17:28:02, 18:21:34, 19:18:16, 21:03:31, 22:41:26, 23:21:05;
  - 06.12.2015 – 00:10:50, 12:46:50, 16:06:00, 16:58:43, 18:10:33, 19:11:00, 19:17:34, 19:41:33, 20:15:23, 21:11:52, 22:40:35;
  - 07.12.2015 – 07:30:17, 08:29:45, 10:10:13, 16:58:51, 19:41:15; 20:19:24, 22:18:19, 23:37:13;
  - 08.12.2015 – 07:25:01, 08:26:01, 10:10:48, 12:05:20, 19:05:31, 19:38:55, 20:41:15, 21:22:08, 22:15:30, 22:28:00, 23:19:53, 23:38:01.
- Derogări de la prevederile art. 21 alin. (1) din Codul audiovizualului:** „*Publicitatea și teleshopping-ul se difuzează grupat, fiind ușor de identificat prin marcaje corespunzătoare și fiind separate de alte părți ale serviciului de programe prin semnale optice și acustice*”. Publicitatea pentru agenția Pari Match a fost difuzată fără a fi separată de alte părți ale serviciului de programe prin semnale optice și acustice (data: 06.12.2015, orele de difuzare: 19:17:34, 19:41:33, și 08.12.2015, orele de difuzare: 21:22:08, 22:15:30, 22:28:00, 23:19:53, 23:38:01).

**V. Canal 2**

Data	Publicitate (volum de timp/procent)	Teleshopping (volum de timp/procent)	Publicitate/ Teleshopping (volum de timp/procent)	Plasare de produse (volum de timp/procent)	Sponsor (volum de timp/procent)
04.12.2015	1 oră 35 min. 55 sec.	30 min. 09 sec.	2 ore 06 min. 04 sec.	0	0

	<b>6,63%</b>	<b>2,08%</b>	<b>8,75%</b>		
05.12.2015	1 oră 29 min. 58 sec. <b>6,22%</b>	29 min. 00 sec. <b>2,01%</b>	1 oră 58 min. 58 sec. <b>8,23%</b>	0	0
06.12.2015	1 oră 11 min. 39 sec. <b>4,95%</b>	30 min. 00 sec. <b>2,08%</b>	1 oră 41 min. 39 sec. <b>7,04%</b>	0	0
07.12.2015	1 oră 12 min. 34 sec. <b>5,02%</b>	59 min. 58 sec. <b>4,13%</b>	2 ore 12 min. 32 sec. <b>9,18%</b>	0	0
08.12.2015	1 oră 13 min. 16 sec. <b>(05,08%)</b>	30 min. 09 sec. <b>2,08%</b>	1 oră 43 min. 25 sec. <b>7,17%</b>	0	0

- **Derogări de la prevederile art. 19 alin. (8) din Legea cu privire la publicitate nr. 1227 din 27.06.1997:** „*Este interzisă publicitatea activității de întreprinzător legate de întreținerea cazinourilor, sălilor cu automate de joc, pariurilor și de câștigurile bănești obținute în rezultatul participării la acestea*”. În perioada de referință, postul de televiziune „Canal 2” a difuzat publicitate pentru agenția Pari Match, cu conținutul: „*Pari Match te premiază. Urmărește toate meciurile în perioada noiembrie-decembrie pe Canal 3, ghicește cuvintele cheie ce vor apărea în timpul partidelor, expediază-ne un SMS la 2340 și poți câștiga o tabletă performantă. Mai multe detalii pe site-ul [www.ucl.canal3.md](http://www.ucl.canal3.md) și pe pagina noastră de facebook. Pari Match, ei joacă voi câștigați*”:
  - 04.12.2015 - 10:10:18, 13:10:55, 18:49:45, 19:29:40, 20:18:12, 22:29:52, 23:17:14;
  - 05.12.2015 - 12:57:24, 13:28:38, 16:19:21, 18:17:24, 19:51:12, 21:05:00, 22:37:42, 23:54:23;
  - 06.12.2015 - 13:30:50, 16:27:56, 18:44:27, 19:23:34, 21:01:05, 22:25:13, 23:29:17
  - 07.2.2015 - 18:27:47, 21:23:21;
  - 08.12.2015 - 19:26:55.

Prin scrisoarea f/nr. din 1 martie 2016, „General Media Group Corp.” S.R.L. a comunicat următoarele:

- Referitor la derogarea de la prevederile art. 19 alin. (8) din Legea cu privire la publicitate, atestată la posturile de televiziune „Canal 3” și „Canal 2”, „*ținem să menționăm că spotul difuzat nu scoate în evidență câștigurile bănești obținute în rezultatul participării la aceste activități, respectiv nu poate să se răsfrîngă această interdicție asupra spotului la care se face trimitere, deoarece nu se indică ce câștiguri bănești pot fi obținute, dacă se va participa eventual la unele activități, or, cade sub interdicție o astfel de publicitate cumulată cu difuzarea rezultatelor câștigului bănesc instantaneu sau care indica expres rezultatele bănești ce pot fi obținute. Iar lipsa elementelor cumulative nu servește temei de interdicție. Totodată, ținem să menționăm că prevederile art. 19 alin. (8) trebuie aplicate și interpretate în întregime, fără excluderea cărorva cuvinte, pentru a înțelege corect și deplin sensul și finalitatea acestuia*”.
- Cu privire la derogarea atestată la postul de televiziune „Prime” de la prevederile art. 20 alin. (1) lit. b) din Codul audiovizualului: „*Emisiunea Prima Oră nu este o emisiune sponsorizată, iar difuzarea conținutului „Bosch. Magazin de firmă – Partener” are ca scop menționarea faptului că Bosch este partenerul emisiunii și nicidecum sponsorul acestuia, iar principiile de bază ale parteneriatului stabilește cooperarea între părți, avînd ca scop sporirea eficienței colaborării prin care fiecare parte își asumă anumite responsabilități concrete*”.
- Privitor la derogarea de la prevederile art. 19<sup>1</sup> alin. (4) lit. a) și b) din Codul audiovizualului: „*anunțul privind plasarea de produs a fost difuzat în reluare, după o pauză publicitară*”.

În privința celor invocate de „General Media Group Corp.” S.R.L., Direcția monitorizare menționează următoarele:

- Conform art. 38 din Legea cu privire la jocurile de noroc nr. 285 din 18.02.1999, „*Pariul (totalizatorul) este un joc de noroc, bazat pe miză nemijlocit între jucători sau între jucători și organizatorul jocului, în ceea ce privește rezultatul unui eveniment discutabil; totodată, premiul depinde de volumul total al mizelor, precum și de numărul participanților câștigători. Repartizarea câștigurilor se efectuează după sistemul stabilit de regulile jocului*”.
- Cu referire la utilizarea noțiunii de Partener, menționăm că legislația audiovizuală nu cunoaște astfel de noțiune, iar CCA, în astfel de cazuri, a aplicat sancțiuni de la încălcarea prevederilor legale privind cerințele față de programele sponsorizate (art. 20 din Codul audiovizualului).
- În ceea ce privește afirmația precum că anunțul privind plasarea de produs a fost difuzat în reluare, după o pauză publicitară, afirmăm că radiodifuzorul nu a invocat date concludente prin specificarea zilei, a orei în care a fost plasat un astfel de anunț etc. Datele monitorizării au atestat că anunțul privind plasarea de produse era distribuită aleatoriu: acesta a fost omis atât la începutul programului, după o pauză publicitară, cât și la sfârșitul programului.

#### VI. N 4

Data	Publicitate (volum de timp/procent)	Teleshopping (volum de timp/procent)	Publicitate/ Teleshopping (volum de timp/procent)	Plasare de produse (volum de timp/procent)	Sponsor (volum de timp/procent)
04.12.2015	2 ore 14 min. 45 sec. <b>9,33%</b>	30 min. 15 sec. <b>2,09%</b>	2 ore 45 min. 00 sec. <b>11,45%</b>	0	0
05.12.2015	2 ore 07 min. 42 sec. <b>8,84%</b>	30 min. 16 sec. <b>2,09%</b>	2 ore 37 min. 58 sec. <b>10,94%</b>	09 sec. <b>0,06%</b>	2 min. 14 sec. <b>0,14%</b>
06.12.2015	1 oră 43 min. 37 sec. <b>7,17%</b>	30 min. 17 sec. <b>2,09%</b>	2 ore 13 min. 54 sec. <b>9,27%</b>	09 sec. <b>0,06%</b>	2 min. 14 sec. <b>0,14%</b>
07.12.2015	1 oră 39 min. 54 sec. <b>6,91%</b>	45 min. 29 sec. <b>3,14%</b>	2 ore 25 min. 23 sec. <b>10,08%</b>	0	0
08.12.2015	1 oră 51 min. 03 sec. <b>7,71%</b>	45 min. 26 sec. <b>3,14%</b>	2 ore 36 min. 29 sec. <b>10,85%</b>	0	0

- **Derogări de la prevederile art. 19<sup>1</sup> alin. (3) lit. b) și c) din Codul audiovizualului:**  
*„Programele în care sînt plasate produse trebuie să îndeplinească cumulativ următoarele condiții: b) să nu încurajeze în mod direct cumpărarea sau închirierea produselor sau serviciilor respective; c) să nu scoată în evidență în mod exagerat produsele și/sau serviciile în cauză”.* În cadrul emisiunii „PROREMONT Landshaft” din 05.12.2015, ora de difuzare 10:26:55 (în reluare la 06.12.2015, ora 10:25:43), au fost inserate ca plasare de produse companiile: PLASTICS, ROSSO DESIGN, Sweet Home, GEOSPORT, KAMIN PRESTIJ, Zolușka, GS. Fiind o emisiune despre reparații și amenajări interioare, în procesul de renovare a locuințelor au fost utilizate atât produsele firmelor respective, cât și serviciile acestora. Produsele puteau fi identificate pe vestimentația reprezentanților firmelor, dar și în anunțurile plasate pe burtieră, cu conținutul: „*Produsul este oferit de compania PLASTICS*” (ora: 10:34:54, 10:42:07), „*Produsul este oferit de GS*” (ora: 11:05:23, 11:11:59), „*Produsul este oferit de compania KAMIN PRESTIJ*” (ora: 11:07:52, 11:12:36) sau „*Comandă orice produs din emisiune – 079511866*” (ora: 10:40:54, 10:46:37). Cu un mesaj de promovare a venit și prezentatoarea „PROREMONT Landshaft”, Erica Novac: „*Dragi telespectatori, Vă aducem aminte că toate produsele pe care le-ați văzut în această emisiune și cele anterioare pot fi comandate la numărul de telefon indicat pe ecran. Iar pentru cei care plănuiesc în curînd o reparație, PROREMONT le oferă în dar PROREMONT CLUB*”

*CARD. Cartela de reduceri care te ajută să economisești pînă la 20 la sută, și asta doar făcînd cumpărături de la partenerii noștri”.*

- **Derogări de la prevederile art. 19<sup>1</sup> alin. (4) lit. a) și b) din Codul audiovizualului:** *„Radiodifuzorii sînt obligați să difuzeze anunțul privind plasarea de produse: a) la începutul și la sfîrșitul programului în care sînt plasate produse; b) la reluarea, după o pauză publicitară, a programului în care sînt plasate produse”.* În cadrul emisiunii „PROREMONT Landshaft” din 05.12.2015, ora de difuzare 10:30:55 (în reluare la 06.12.2015, ora 10:25:43), plasarea de produse nu a fost semnalată la sfîrșitul programului (11:16:21), dar și la reluarea, după o pauză publicitară (10:56:14), a programului.
- **Derogări de la prevederile art. 19<sup>1</sup> alin. (6) din Codul audiovizualului:** *„Verbalizarea nu va conține referiri la caracteristicile de identificare a produsului plasat”.* Pe parcursul emisiunii „PROREMONT Landshaft” (data: 05.12.2015, ora de difuzare: 10:26:55; în reluare la 06.12.2015, ora 10:25:43), prezentatoarea „PROREMONT Landshaft”, Erica Novac, a făcut referință la caracteristicile produselor plasate de firmele:
  - PLASTICS: *„Construcția primită o acoperim cu plăci de ardezie din plastic transparente cu grosimea de 0,8 mm. Materialul rezistînd cu succes la diferite solicitări mecanice, inclusiv grindină puternică, și suportă greutatea zăpezii de pînă la 100 kg pe metru pătrat. Plăcile, la fel, fiind durabile la razele ultraviolete și ploi” (ora: 10:34:45); „Iar pentru a ne proteja și de ploaie, construcția deja a fost acoperită cu plăci transparente de ardezie cu grosimea de 0,8 mm. Ardezia, avînd o deosebită rezistență la încălzire, fiind durabilă la temperaturi înalte și joase, este foarte ușor de instalat și permite luminii să intre în interior” (ora: 10:40:12); „Policarbonatul, folosit pentru porți, are o structură deosebită de tip fagure, el reprezintă o combinație ideală între transparență și rezistență la impact. Policarbonatul este recunoscut pentru gradul înalt de rezistență la spargere și impact” (ora: 10:42:05); „Policarbonatul este elastic, extrem de rezistent la deteriorări și ușor de manipulat și de instalat. Are o greutate redusă, o durabilitate de viață lungă și se găsește într-o gamă largă de culori. Această structură este indispensabilă pentru fabricarea construcțiilor pe necirculare, inclusiv șafelelor” (ora: 10:45:45);*
  - GEOSPORT: *„A venit rîndul gazonului artificial, iarba sintetică intră în rîndul celor mai utilizate pardoseli și este perfectă pentru grădini, terase sau locuri de joacă. Principalul avantaj al gazonului sintetic este faptul că acesta are o durabilitate mare în timp. Se poate monta pe aproape orice suprafață, își păstrează culoarea și nu alunecă, spre deosebire de gazonul natural sau zgură. Gazonul artificial se bucură de un mare succes în sfera amenajărilor exterioare și asta se datorează faptului că este ușor de instalat, simplu de utilizat, nu trebuie fertilizat, tăiat sau erbicidat, în plus se menține curat, indiferent de condițiile meteo, și se poate folosi chiar din ziua următoare” (ora: 10:42:35); „Așa cum creșterea unui gazon natural consumă timp, este dificilă și necesită o întreținere periodică, noi am optat pe post de covor pentru gazonul artificial. El este impermeabil, rezistent la îngheț, nu acumulează noroi după ploaie, are o stabilitate ultravioletă ridicată, iar această lungime de 20 mm este potrivită pentru terenuri sportive, terase și locuri de joacă pentru copii” (ora: 10:46:40);*
  - Sweet Home: *„Draperiile incluse în perimetrul podișorului sînt din șifon tapinat de înaltă calitate, fără imprimeuri de culoare albă. Ele sînt patru la număr, fiind cusute la comandă după măsurile dictate de construcție. Draperiile sînt fixate de griză prin lipici. Partea tare fiind fixată de lemn, iar cea moale este cusută de perdea. Este o modalitate practică, comodă și ușor de îngrijit” (ora: 10:57:45); „Husa de culoare neagră cu care acoperim salteaua este din in natural. Este o stofă foarte căutată de iubitorii de țesături organice ale căror stil de viață este cît mai ecologic, pentru că în proporție de 85%*



prezintă celuloză pură. Inul, fiind un material răcoros, pentru zilele toride de vară, este perfect pentru exteriorul nostru. Pernele cusute pentru proiectul nostru sînt din aceeași țesătură – în natural, avînd o textură netedă și plăcută la atingere. Ele sînt în patru culori și plus trei variante de imprimeuri florale. Fețele de pernă sînt la fel prevăzute cu un fermoar, pentru a fi mai practice și ușor de spălat” (ora: 11:05:46); „Draperiile alese pentru foișor sînt din șifon satinat, este o stofă care are mare avantaj, este ușor de călcat, se poate spăla și în mașina de spălat și după spălare se poate pune și într-un loc umed, pentru că se usucă destul de repede. Husa de culoare brună care acoperă canapeaua de grădină este croită ideal, din stofă naturală, după dimensiunile saltelei de 200 pe 80 de cm. Pernele au fost cusute cu acuratețe din în natural, aceasta fiind țesătura perfectă pentru terase și spațiile deschise. Sînt foarte plăcute la atingere, și anume ele dau confortul necesar locației noastre” (ora: 11:11:16);

- KAMIN PRESTIJ: „În designul exterior de astăzi s-a integrat ideal un grătar-cuptor de producere franceză. Pentru instalarea acestuia este nevoie doar de 5 minute și dorința de a gusta calitatea preparatelor din bucătăria tradițională franceză... Cuptorul este mobil datorită celor 3 roți și poate fi mutat în oricare loc din grădină. Este ușor de curățat, avînd un sistem de recuperare a cenușii. Acest produs are un scop dublu, cel de cuptor care coace pîine, pizza, prăjituri, fripturi, pilaf... și toate acestea cu un gust delicios și unic. Și acel de al doilea scop este gătitura excelentă a legumelor, cîrnaților, peștelui și a multor alte produse după gustul fiecăruia”(ora: 11:07:19); „Pentru spațiul renovat astăzi de PROREMONT, compania ”CAMIN PRESTIJ” a oferit un grătar-cuptor de producție franceză, unic de acest gen, avînd o serie de funcții. Acest grătar-cuptor poate mulțumi gusturile celui mai răsfățat gurmand, aici se poate găti carne, legume, pește la grătar, se poate coace pîine, prăjituri, cartofi prăjiți, orez și multe alte bunătăți. Și asta datorită mediului de gătit echilibrat, care profită de suprafața de căldură conductoare a pietrei retractoare, care ea, la rîndul ei, reflectă căldura de la cupola de fier, astfel transferînd căldura prin convecție a aerului fierbinte care circulă prin cuptor, este ușor de asamblat, curățat și se potrivește pentru oricare exterior” (ora: 11:12:20).
- GS: „Pe teritoriul foișorului a apărut o masă din aceeași paletă de culoare albă, acoperită cu sticlă. Sticla este una deosebită, care rezistă la temperaturi înalte. Fiind sticlă multistrat, ea are și marginile șlefuite” (ora: 11:11:58).
- **Derogări de la prevederile art. 19<sup>1</sup> alin. (7) din Codul audiovizualului:** „Volumul total de timp folosit pentru plasarea de produse în programe și emisiuni ce constituie producție autohtonă nu poate depăși 2 minute dintr-un total de 30 de minute ale programelor și emisiunilor difuzate”. În cadrul emisiunii „PROREMONT Landshaft” din 05.12.2015, ora de difuzare 10:26:55 (în reluare la 06.12.2015, ora 10:25:43), plasarea de produse a constituit 11 min. 59 sec. din durata totală de 40 min. 24 sec. Astfel, în primele 30 de minute ale emisiunii, plasarea de produse a constituit 06 min. 21 sec., iar în ultimele 10 min. 24 sec. – un volum de 05 min. 38 sec.

Prin scrisoare nr. 25-03/16 din 02.03.2016, „SELECTCANAL – TV” S.R.L. a comunicat Consiliului Coordonator al Audiovizualului că ”problemele constatate în raport nu au avut un caracter premeditat, ci se datorează unei regretabile erori umane. Aceste probleme au fost examinate de reprezentanții proiectului și conducerea „SELECTCANAL – TV” S.R.L. Totodată, administrația „SELECTCANAL – TV” S.R.L. a dispus organizarea unei anchete de serviciu în problema dată și a creat un grup de lucru, care va examina completarea regulamentelor interne ale instituției, inclusiv înăsprirea pedepselor”.

## VII. TV 7

Data	Publicitate	Teleshopping	Publicitate/	Plasare de	Sponsor
------	-------------	--------------	--------------	------------	---------

	(volum de timp/procent)	(volum de timp/procent)	Teleshopping (volum de timp/procent)	produse (volum de timp/procent)	(volum de timp/procent)
04.12.2015	1 oră 53 min. 47 sec. 7,87%	0	0	0	0 min. 48 sec. 0,03%
05.12.2015	1 oră 48 min. 26 sec. 7,51%	0	0	0	0 min. 32 sec. 0,02%
06.12.2015	1 oră 57 min. 10 sec. 8,13%	0	0	0	0 min. 20 sec. 0,01%
07.12.2015	1 oră 54 min. 09 sec. 7,92%	0	0	0	0 min. 42 sec. 0,02%
08.12.2015	1 oră 54 min. 58 sec. 7,95%	0	0	0	1 min. 1 sec. 0,04%

- **Derogări de la prevederile art. 1 din Decizia CCA nr. 141 din 18.10.2011** *Cu privire la condițiile de sponsorizare a emisiunilor pe teme politice și a programelor de știri și corespunderea acestora cu prevederile actelor legislative în vigoare*, prin care radiodifuzorii aflați sub jurisdicția Republicii Moldova au obligația să excludă din cadrul emisiunilor pe teme politice și a programelor de știri orice formă de mesaj (text, logo etc.) difuzat în scopuri publicitare și autopromoționale ale persoanelor fizice sau juridice. Astfel, în titrele emisiunii „Politica” din 07.12.2015 (ora 21:00) și 08.12.2015 (ora 21:00) a fost plasat logoul salonului de frumusețe „ASava”, cu mesajul: „Coafura și machiajul sînt oferite de „ASava””.

- **Derogări de la prevederile art. 22 alin. (2) din Codul audiovizualului:** *„Radiodifuzorii care retransmit vor acoperi publicitatea retranslată din alt stat, țară de origine a canalului retransmis”.*

- În cadrul emisiunii „Кулинарный поединок”, difuzată pe data de 05 decembrie 2015, ora 10:04:30 (în reluare la data de 07.12.2015, ora: 09:00), a fost plasată publicitate pentru: „Gefest” (10:04:55, 10:05:07, 10:05:50, 10:06:05, 10:06:18, 10:06:23, 10:06:26, 10:06:32, 10:06:41, 10:06:57, 10:07:13, 10:07:26, 10:07:40, 10:07:58, 10:08:10, 10:08:30, 10:08:35, 10:08:38, 10:08:48, 10:09:03, 10:09:09, 10:10:51, 10:10:54, 10:10:59, 10:11:13, 10:11:20, 10:11:23, 10:11:35, 10:11:40, 10:12:04, 10:12:18, 10:12:23, 10:12:40, 10:12:57, 10:13:38, 10:14:08, 10:14:17, 10:14:23, 10:14:29, 10:14:33, 10:14:36, 10:14:52, 10:14:59, 10:15:13, 10:22:09, 10:22:15, 10:22:24, 10:22:33, 10:22:42, 10:22:50, 10:22:57, 10:23:09, 10:23:19, 10:23:37, 10:23:45, 10:23:48, 10:23:58, 10:24:14, 10:24:30, 10:24:54, 10:25:12, 10:25:20, 10:25:50, 10:26:26, 10:26:53, 10:27:02, 10:27:20, 10:27:25, 10:28:07, 10:28:17, 10:28:22, 10:28:54, 10:28:57, 10:29:02, 10:29:11, 10:29:19, 10:29:30, 10:29:41, 10:29:46, 10:30:14, 10:30:22, 10:30:33, 10:31:17, 10:31:35, 10:34:22, 10:34:35, 10:34:57, 10:35:27, 10:35:32, 10:36:02, 10:36:36, 10:36:59, 10:37:12, 10:37:20, 10:37:34, 10:37:55, 10:38:49, 10:38:54, 10:39:01, 10:39:36, 10:39:47, 10:39:56, 10:40:24, 10:41:36, 10:41:52, 10:42:15, 10:42:27, 10:42:36, 10:42:56, 10:43:09, 10:43:22, 10:49:33, 10:49:44, 10:50:14, 10:51:00, 10:52:26, 10:52:54, 10:53:14, 10:54:08, 10:54:46, 10:55:28, 10:55:42, 10:56:24, 10:56:33, 10:57:19, 10:57:33, 10:58:07, 10:59:35, 10:59:54).

- În cadrul emisiunii „Квартирный вопрос”, difuzată pe data de 05 decembrie 2015, ora 11:00:04 (în reluare la data de 08.12.2015, ora: 09:55:57), a fost plasată publicitate pentru: „KBE Dans Fenster” (11:16:27, 11:16:23); „Knauf” (11:16:48, 11:16:56, 11:17:04, 11:17:08, 11:17:12, 11:18:09, 11:18:26); „Torex” (11:17:39, 11:17:42, 11:17:44, 11:17:50, 11:17:58, 11:18:04); „Sofia” (11:19:10, 11:19:16, 11:19:22, 11:19:27, 11:22:26, 11:22:38, 11:22:52); „Ренц” (11:23:03); „Mr. Doors” (11:26:53, 11:27:01, 11:27:07, 11:27:11, 11:27:16, 11:27:18, 11:27:20, 11:27:23); „Gorenje” (11:27:34, 11:27:38, 11:28:45, 11:29:56, 11:30:32, 11:31:04, 11:56:38, 11:57:03); „Thomas” (11:40:25) și „Торэкс” (11:52:58).

- În cadrul emisiunii „Дачный ответ”, difuzată pe data de 06 decembrie 2015, ora 10:57:00, a fost plasată publicitate pentru: „Rockwool” (11:12:07, 11:12:15, 11:12:17, 11:12:20, 11:12:25, 11:14:42, 11:14:51); „Knauf” (11:15:07, 11:15:11, 11:15:16, 11:15:19, 11:15:27, 11:16:28); „Sofia” (11:16:39, 11:16:54, 11:17:34, 11:17:38, 11:20:12, 11:20:17, 11:20:20, 11:20:24); „Hair” (11:39:53); „Уютера” (11:40:47, 11:40:54, 11:41:10, 11:41:14).

Prezent în cadrul ședinței publice, reprezentantul postului de televiziune „TV 7” a menționat faptul că serviciile de make-up, vestimentația și coafura nu poate fi tratate drept sponsorizare, pentru că acestea sînt niște atribute caracteristice pentru exteriorul unui prezentator.

## VIII. PRO TV CHIȘINĂU

Data	Publicitate (volum de timp/procent)	Teleshopping (volum de timp/procent)	Publicitate/ Teleshopping (volum de timp/procent)	Plasare de produse (volum de timp/procent)	Sponsor (volum de timp/procent)
04.12.2015	1 oră 36 min. 07 sec. <b>6,67%</b>	30 min. 00 sec. <b>2,08%</b>	2 ore 06 min. 07 sec. <b>8,75%</b>	2 min. 08 sec. <b>0,14%</b>	0 min. 49 sec. <b>0,03%</b>
05.12.2015	1 oră 51 min. 25 sec. <b>7,72%</b>	30 min. 00 sec. <b>2,08%</b>	2 ore 21 min. 25 sec. <b>9,80%</b>	0 min. 10 sec. <b>0,006%</b>	3 min. 24 sec. <b>0,22%</b>
06.12.2015	1 oră 34 min. 02 sec. <b>6,52%</b>	30 min. 00 sec. <b>2,08%</b>	2 ore 04 min. 02 sec. <b>8,61%</b>	0	6 min. 14 sec. <b>0,42%</b>
07.12.2015	2 ore 01 min. 12 sec. <b>8,41%</b>	30 min. 00 sec. <b>2,08%</b>	2 ore 31 min. 12 sec. <b>10,49%</b>	0 min. 10 sec. <b>0,006%</b>	0
08.12.2015	1 oră 53 min. 56 sec. <b>7,88%</b>	30 min. 00 sec. <b>2,08%</b>	2 ore 23 min. 56 sec. <b>9,96%</b>	0 min. 18 sec. <b>0,01%</b>	0

- **Derogări de la prevederile art. 13 alin. (8) din Legea cu privire la publicitate nr. 1227 din 27.06.1997:** „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 pînă la două minute, pe parcursul unei ore de emisie pe un canal de frecvență”. La 07.12.2015 și 08.12.2015, spoturile publicitare pentru „Nurofen” (07:31:56, 07:50:30, 07:57:56) și, respectiv, pentru cinematograful „PATRIA” (23:08:11, 23:44:13, 23:49:35) au fost difuzate de trei ori într-o oră de emisie.
- **Derogări de la prevederile art. 19<sup>1</sup> alin. (3) lit. b) și c) din Codul audiovizualului:** „Programele în care sînt plasate produse trebuie... b) să nu încurajeze în mod direct cumpărarea sau închirierea produselor sau serviciilor respective; c) să nu scoată în evidență în mod exagerat produsele și/sau serviciile în cauză”. Emisiunea „O seară perfectă” din data de 04 decembrie 2015 a prezentat (ora: 00:28:55, în reluare la ora: 10:45:37) ca plasare de produse serviciile clubului de frumusețe „Style Avenue”. În cadrul unui subiect aparte, atît reprezentanții clubului de frumusețe „Style Avenue”, cît și jurnaliștii emisiunii „O seară perfectă” au făcut publicitate:  
Jurnaliștii: „Acum un an, la Chișinău a fost inaugurat primul club de frumusețe cu pretențiosul nume „Style Avenue”. Locul perfect de unde fiecare femeie poate ieși sclipitoare nu doar la exterior, dar și cu licurici în privire. De aici ai posibilitate să ieși nu doar coafată, aranjată și cu o manichiură impecabilă, dar și cu o siluetă de invidiat. Acum de sărbători, „Style Avenue” dă start celui mai exclusivist proiect, toate femeile care le vor păși pragul, vor ieși de la „Style Avenue” cu un total look” sau: „Este vorba de un salon mai puțin obișnuit. Aici nu vii doar să-ți faci coafura, freza, manichiura, pedichiura și cele mai unice proceduri cosmetologice, aici vii pentru a ieși frumoasă, atît la chip, siluetă, cît și pe interior”;

Elana Obuvaeva, manager Style Avenue: „*Style Avenue vity club запускает новую программу. Вместе с командой профессионалов: диетологов, косметологов, массажистов, психологов, трихолога. К каждому клиенту будет подобран индивидуальный подход. Уже в зависимости от цели, каждый мастер разрабатывает ту программу, которая нужна именно этому человеку, это может быть отдельное питание или отдельное только обертывание, или может быть массаж или услуги косметолога и многое другое. Команда стилистов разработает индивидуальный образ подходящий этому человеку или этим клиентам, женщине, мужчине, и изменения будут не только внутренние, но и внешние*”.

Elena Grîu, dietolog Style Avenue: „*Наш единственный в своем роде проект состоит в следующем: вы приходите к нам с целью и тем количеством времени, которым вы располагаете для её достижения. Мы разрабатываем для вас индивидуальную программу, в зависимости от вашей цели. Включая в себе консультацию по питанию и подборки вам необходимых процедур. Необходимо вам просто улучшить настроение, либо вы готовитесь к какому-то событию вашей жизни, мы делаем для вас всё необходимое и несём полную ответственность за результат, чтобы вы вышли от нас в прекрасном расположении духа и обязательно хотели снова к нам вернуться*”.

- **Derogări de la prevederile art. 19<sup>1</sup> alin. (7) din Codul audiovizualului:** „*Volumul total de timp folosit pentru plasarea de produse în programe și emisiuni ce constituie producție autohtonă nu poate depăși 2 minute dintr-un total de 30 de minute ale programelor și emisiunilor difuzate*”. În cadrul emisiunii „O seară perfectă” din 04.12.2015 (ora: 00:28:55, în reluare la ora: 10:45:37), plasarea de produse a constituit 4 min. 52 sec. din durata totală de 1 oră 18 min. 03 sec. Astfel, în primele 30 de minute ale emisiunii, plasarea de produse a constituit 4 min. 29 sec., iar în ultimele 48 min. 03 sec. – un volum de 23 sec.
- **Derogări de la prevederile art. 19 alin. (10) din Codul audiovizualului:** „*Publicitatea pentru produsele farmaceutice și tratamentele medicale pentru care este necesară o prescripție medicală este interzisă. Radiodifuzorii prin al căror intermediu se face publicitate produselor farmaceutice și tratamentelor medicale ce nu necesită prescripție medicală vor include în mesajul publicitar recomandarea de a se adresa medicului sau farmacistului în cazul manifestării de reacții adverse și vor plasa pe ecran, pentru 5 secunde sau pe tot parcursul clipului publicitar, numărul licenței de comercializare eliberate de organul de stat abilitat*”. Publicitatea pentru Clinica cardiologică „Cardio Prima” a fost difuzată (04.12.2015 – 08:46:02, 19:53:25; 06.12.2015 – 17:19:58; 07.12.2015 – 08:54:14, 19:56:58; 08.12.2015 – 15:11:45) fără prezentarea numărului licenței de comercializare.
- **Derogări de la prevederile art. 20 alin. (4) din Codul audiovizualului:** „*Pot fi sponsorizate doar producțiile autohtone. Emisiunile politice și programele de știri nu pot fi sponsorizate*”. În perioada 04-08 decembrie 2015, postul de televiziune „PRO TV CHIȘINĂU” a plasat, în cadrul calupurilor publicitare, publicitate cu următorul conținut: „*O mână de oameni decide pentru milioane. Uneori fără să asculte și alte opinii. Pentru ca toate vocile să fie auzite, toate părerile trebuie dezbătute. Asta facem alături de profesioniști, politicieni și lideri de opinii. Fii alături de Lorena Bogza și invitații săi într-un nou sezon „În Profunzime” la „PRO TV CHIȘINĂU”. Moldinconbank vă recomandă emisiunea „În Profunzime”. Moldinconbank succes prin generații*”.
  - 04.12.2015 – 08:48:22, 10:17:36, 13:33:04, 14:41:34, 15:36:30, 18:08:41, 19:44:02, 23:52:07;
  - 05.12.2015 – 08:51:41, 10:04:30, 11:12:49, 13:20:32, 14:17:22, 15:27:41, 17:31:58, 18:31:06, 19:57:31, 22:44:39;

- 06.12.2015 – 10:03:52, 13:12:08, 14:37:26, 15:07:15, 17:25:12, 18:38:28, 19:45:35, 23:50:01;
- 07.12.2015 – 28:53:40, 10:14:44, 13:31:43, 14:40:42, 15:27:09, 18:53:07, 19:56:24, 21:01:31;
- 08.12.2015 – 08:48:56, 10:10:45, 13:31:52, 14:48:37, 15:13:06, 17:28:54, 19:45:23, 23:45:28.
- **Derogări de la prevederile art. 22 alin. (2) din Codul audiovizualului:** „Radiodifuzorii care retransmit vor acoperi publicitatea retranslată din alt stat, țară de origine a canalului retransmis”. În cadrul emisiunii „Ce se întâmplă doctore?” difuzată pe data de 05 decembrie 2015, ora 10:46:23, a fost plasată publicitate pentru: „Lidl” (11:00:37, 11:01:49); „Pilas” (11:00:40, 11:01:52, 11:02:05, 11:02:36, 11:02:53) și „Plantusin” (11:03:34, 11:04:07). De asemenea, în cadrul emisiunii retransmise „Vocea României”, difuzată la 04.12.2015 (în reluare la 5 și 6 decembrie 2015), la ora 20:52:56, a fost plasată publicitate, fără a fi acoperită, pentru „Avone Luxe” (21:13:21, 21:13:38, 23:22:37, 23:23:38, 01:03:47, 01:04:24) și pentru operatorul de telefonie mobilă în sistem GSM ”T” (21:59:29, 22:04:26, 22:05:34, 22:06:11, 22:06:24, 00:05:18, 00:05:50, 00:06:35, 00:07:14, 00:18:18, 01:17:09, 01:12:31, 01:13:11, 01:14:09, 01:14:29, 01:14:45).
- **Derogări de la prevederile art. 22 alin. (3) din Codul audiovizualului:** „Volumul spoturilor de publicitate nu poate depăși douăsprezece minute pe oră”. La data de 08 decembrie 2015, ora 23:00, publicitatea a constituit 15 min. 23 sec.

Prezent în cadrul ședinței publice, reprezentantul postului de televiziune „PRO TV CHIȘINĂU” a declarat că nu are mari obiecții la rezultatele monitorizării, însă totuși a menționat că publicitatea retransmisă din cadrul emisiunii „Vocea României” nu poate fi acoperită tehnic în totalitate. Ca urmare, membrii CCA au luat în considerare cele invocate de reprezentantul postului de televiziune „PRO TV CHIȘINĂU” și au decis să nu sancționeze postul pentru difuzarea publicității retransmise din cadrul emisiunii „Vocea României”.

### **IX. Jurnal TV**

<b>Data</b>	<b>Publicitate (volum de timp/procent)</b>	<b>Teleshopping (volum de timp/procent)</b>	<b>Publicitate/ Teleshopping (volum de timp/procent)</b>	<b>Plasare de produse (volum de timp/procent)</b>	<b>Sponsor (volum de timp/procent)</b>
04.12.2015	01 oră 34 min. 40 sec. <b>6,55%</b>	30 min. <b>2,08%</b>	02 ore 04 min. 40 sec. <b>8,63%</b>	09 min. 40 sec. <b>0,65%</b>	30 sec. <b>0,02%</b>
05.12.2015	01 oră 24 min. 13 sec. <b>5,84%</b>	30 min. <b>2,08%</b>	01 oră 54 min. 13 sec. <b>7,92%</b>	06 min. 19 sec. <b>0,42%</b>	09 sec. <b>0,006%</b>
06.12.2015	01 oră 21 min. 02 sec. <b>5,62%</b>	30 min. 05 sec. <b>2,08%</b>	01 oră 51 min. 07 sec. <b>7,71%</b>	04 min. 14 sec. <b>0,28%</b>	08 sec. <b>0,005%</b>
07.12.2015	01 oră 41 min. 17 sec. <b>7,02%</b>	30 min. <b>2,08%</b>	02 ore 11 min. 17 sec. <b>9,10%</b>	06 min. 58 sec. <b>0,45%</b>	08 sec. <b>0,005%</b>
08.12.2015	01 oră 43 min. 45 sec. <b>7,18%</b>	30 min. 01 sec. <b>2,08%</b>	02 ore 13 min. 46 sec. <b>9,26%</b>	04 min. 09 sec. <b>0,28%</b>	30 sec. <b>0,02%</b>

- **Derogări de la 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:* „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, la 04.12.2015 (16:55:58; 21:37:23); 05.12.2015 (08:54:39; 19:39:56); 07.12.2015 (16:39:51) și 08.12.2015 (17:16:04; 18:47:52) a fost difuzat spotul publicitar pentru produsul alcoolic „Vodka Valahia”, cu următorul conținut: „Vodka Valahia anunță marea promoție.

*Fiecare a 10-a sticlă, câștigătoare. Premii bănești și marele premiu – Un sejur pentru două persoane în Munții Vechii Valahiei. Vodka Valahia, din adâncul timpului”.*

- **Derogări de la art. 19<sup>1</sup> alin. (3) lit. b), c) din Codul audiovizualului:** „Programele în care sînt plasate produse trebuie să îndeplinească cumulativ următoarele condiții: b) să nu încurajeze în mod direct cumpărarea sau închirierea produselor sau serviciilor respective; c) să nu scoată în evidență în mod exagerat produsele și/sau serviciile în cauză”. Astfel, în cadrul emisiunii „Veranda” din data de 04 decembrie 2015, ora 11:15:08 (difuzată în reluare), Daniela Jenunchi și Andrei Porubin au făcut o prezentare a robotului de bucătărie „Nutribullet”: „E prietenul meu din bucătărie. Vreau să spun și eu ceva despre el, despre acest Nutribullet. Este prietenul nostru din bucătăria Verandei și el e într-adevăr un magician! Să știți că el eliberează nutrienți despre care nici nu știați că există din orice aliment pe care îl măninci, iar cu ajutorul lui puteți obține băuturi fine, spumoase și revitalizante pentru o doză zilnică de nutrienți. Nutribullet te încurajează să duci o viață mai sănătoasă!” (11:21:50).

Rubrica „Jurnal economic”, difuzată la 04.12.2015, ora 18:53:30, și 05.12.2015, ora 18:53:38, a conținut plasare de produse pentru Compania „Daac Hermes”, care a fost scoasă în evidență prin expresii și imagini ce avantajează respectivul agent economic. Așadar, pe fundalul interiorului salonului, prezentatoarea vine cu următorul text: „Daac Hermes vine cu o surpriză pentru clienții săi. Pentru că țin la reputația lor, dar și la confortul cumpărătorilor, reprezentanții oficiali ai mărcilor Renault, Dacia și Nissan au reînnoit saloanele lor după cele mai noi standarde. Clienții din Republica Moldova sînt la fel de exigenți ca și cei din Europa. Iată de ce compania și-a propus să le ofere celor care intră în showroomuri servicii de cea mai înaltă calitate. Achiziția unei mașini, spun reprezentanții oficiali, este un moment important în viața oricărui om, iar această experiență trebuie să fie una plăcută. Ecrane LED, locuri de joacă pentru copii, mobilitatea consultanților, dar și zonă de livrare și relaxare sînt doar cîteva dintre inovațiile aduse în noile saloane. Dacă încă nu v-ați convins de inovația adusă în noile saloane, angajații Daac Hermes vă așteaptă pentru a vă pune la dispoziție cele mai bune servicii auto”. În continuare, pe marginea modernizării noului salon auto se expun și reprezentanți oficiali: Jan Ptacek (Director General Renault Comercial România): „Ceea ce este foarte important, este că astăzi, ceea ce vedem în Moldova, corespunde tuturor standardelor Renault, Dacia și Nissan, pe care le aplicăm peste tot în lume. Clienții vin să-și cumpere o mașină și să cheltuie mulți bani aici și vor să fie moment important în viața lor. Atunci cînd își alege mașina, dar și atunci cînd o recuperează sau o repară în service”; Nicolae Canalî (Director Nissan Moldova): „Nissan a fost construit după un concept. Conceptul dat este foarte interesant din punct de vedere al atitudinii spre care este orientat – spre client, deci chiar și zona centrală este situată în centrul showroomului. Asta înseamnă că toți clienții sînt în centrul atenției”.

La 05.12.2015, ora 19:33:49, și 06.12.2015, ora 18:53:21, în cadrul aceleiași rubrici a fost făcută plasare de produse pentru Compania „Urbanconstruct-TT”, cu prezentarea detaliată, prin expresii și imagini, a blocului locativ construit de acest agent economic: „Compania Urbanconstruct a dat în exploatare un nou complex locativ amplasat într-o zonă liniștită, pe str. Independenței, 1, din sect. Botanica al capitalei. 204 familii au primit cheile de la apartamente în cadrul unui eveniment festiv. Alături de echipa Companiei Urbanconstruct au fost prezenți și reprezentanții autorităților locale, care s-au arătat încîntați de noul complex locativ. După ce au pășit pragul apartamentelor, locatarii care au primit cheile cu jumătate de an înaintea termenului stabilit pentru încheierea lucrărilor de construcție s-au declarat încîntați. Compania Urbanconstruct, care a fost fondată în 2004, a început lucrările de construcție ale complexului locativ în 2014. Precizăm că acesta are 10 etaje și 206 apartamente, dar și tot atîtea locuri de parcare”. În continuare, reprezentanți ai companiei, de la Primăria Chișinău, dar și o

locatară se expun pe marginea noului complex locativ: Tudor Talpă (Director General Urbanconstruct-TT): „*Tendința companiei Urbanconstruct este din fiecare an să introducem ceva nou în construcție, pentru binele clienților noștri. Asta este călăuză succesului nostru, deoarece mai rare companii sînt care, timp de 1 an, să realizeze 18 mii de metri pătrați*”; Nistor Grozavu (Viceprimar al municipiului Chișinău): „*Prin această casă s-a încercat și, de fapt, s-a reușit ca să se aducă o părticică din Europa aici, la Botanica, aici, în Chișinău*”; Olga Cernei (locatară): „*Foarte frumos. Noi tot locuim la Urbanconstruct. Ne place, fiindcă e o planificare foarte bună, pentru o tînără familie este foarte bine*”.

- **Derogări de la art. 19<sup>1</sup> alin. (7) din Codul audiovizualului:** „*Volumul total de timp folosit pentru plasarea de produse în programe și emisiuni ce constituie producție autohtonă nu poate depăși 2 minute dintr-un total de 30 de minute ale programelor și emisiunilor difuzate*”. În cadrul emisiunii „Veranda” din 04.12.2015, ora difuzării 11:15:08, cu o durată de 41 min. 52 sec., plasarea de produse a constituit 06 min. 52 sec. Astfel, în primele 30 de minute ale emisiunii, plasarea de produse a constituit 03 min. 06 sec., iar în ultimele 11 min. 52 sec. – un volum de 03 min. 46 sec.

Prin scrisoarea nr. 23-E/04 din 22.02.2016, „JURNAL DE CHIȘINĂU PLUS” S.R.L. a solicitat prevederea legală materială care interzice difuzarea anunțurilor promoționale și a concursurilor care conțin referiri la numele sau la marca unei băuturi alcoolice, în baza căreia CCA a adoptat Decizia nr. 133 din 23.12.2009 Cu privire la difuzarea spoturilor publicitare ale produselor alcoolice în serviciile de programe radio și TV. De asemenea, referitor la art. 19<sup>1</sup> alin. (3) lit. b) și c) din Codul audiovizualului, „Jurnal TV” a solicitat Consiliului Coordonator al Audiovizualului să prezinte specificarea clară cu referire la limitele încurajării admisibile în cazul plasării de produse. În ceea ce privește derogarea de la art. 19<sup>1</sup> alin. (7) din Codul audiovizualului, „JURNAL DE CHIȘINĂU PLUS” S.R.L. a cerut prezentarea detaliată a modalității de calculare a timpului plasării de produse.

Este de menționat că prin scrisoarea nr. 115 din 23.02.2016, CCA a remis prevederile legale solicitate.

Prin scrisoarea nr. 32-E/04 din 26.02.2016, „JURNAL DE CHIȘINĂU PLUS” S.R.L., titulara postului de televiziune „Jurnal TV”, a solicitat amînarea examinării chestiunii pentru o data după 04.03.2016, în legătura cu aflarea avocatului în deplasare și imposibilitatea pregătirii unei apărări eficiente.

Prin scrisoarea nr. 129 din 29.02.2016, CCA a informat „JURNAL DE CHIȘINĂU PLUS” S.R.L. că în cadrul ședinței publice din 26.02.2016, CCA a dat curs scrisorii nr. 32-E/04 din 26.02.2016 și a amînat examinarea raportului de monitorizare la capitolul respectării prevederilor legale de plasare a publicității, în conformitate cu legislația în vigoare. Totodată, a adus la cunoștința radiodifuzorului că din cauza expirării termenului de prescripție la data de 04.03.2016, raportul sus-menționat nu poate fi examinat după această dată.

Prin scrisoarea nr. 36-E/04 din 02.03.2016, „JURNAL DE CHIȘINĂU PLUS” S.R.L. a solicitat CCA amînarea repetată, în același temei, și anume lipsa avocatului în țară.

În cadrul ședinței ei din 03 martie 2016, membrii Consiliului Coordonator al Audiovizualului au decis examinarea chestiunii, inclusiv în cazul postului de televiziune „Jurnal TV”, reieșind din faptul că o amînare pe temeiul lipsei reprezentantului a fost deja acceptată. Pe de altă parte CCA a anunțat din timp „JURNAL DE CHIȘINĂU PLUS” S.R.L. că ședința a este planificată pentru 03.03.2016, în conformitate cu prevederile art. 38 alin. (7) din Codul audiovizualului, iar întrucît compania este o S.R.L., administrația urmează să delege un reprezentant pentru participare.

## **X. Accent TV**

Data	Publicitate	Teleshopping	Publicitate/	Plasare de	Sponsor
------	-------------	--------------	--------------	------------	---------

	(volum de timp/procent)	(volum de timp/procent)	Teleshopping (volum de timp/procent)	produse (volum de timp/procent)	(volum de timp/procent)
04.12.2015	06 min. 53 sec. <b>0,45%</b>	0	0	0	0
05.12.2015	07 min. 11 sec. <b>0,49%</b>	0	0	0	0
06.12.2015	07 min. 28 sec. <b>0,50%</b>	0	0	0	0
07.12.2015	06 min. 21 sec. <b>0,43%</b>	0	0	0	0
08.12.2015	12 min. 15 sec. <b>0,84%</b>	0	0	0	0

Datele monitorizării au atestat că postul de televiziune „Accent TV” nu a comis abateri de la condițiile de plasare a publicității.

### **XI. Euro TV**

Data	Publicitate (volum de timp/procent)	Teleshopping (volum de timp/procent)	Publicitate/ Teleshopping (volum de timp/procent)	Plasare de produse (volum de timp/procent)	Sponsor (volum de timp/procent)
04.12.2015	57 min. 14 sec. <b>(3,96%)</b>	01 oră 06 min. 55 sec. <b>(4,62%)</b>	02 ore 04 min. 09 sec. <b>(8,61%)</b>	01 min. 35 sec. <b>(0,09%)</b>	0
05.12.2015	01 oră 11 min. 04 sec. <b>(4,93 %)</b>	35 min. 36 sec. <b>(2,45%)</b>	01 oră 26 min. 40 sec. <b>(6%)</b>	00:04 sec. <b>(0,02%)</b>	0
06.12.2015	01 oră 05 min. 47 sec. <b>(4,54%)</b>	48 min. 47 sec. <b>(3,36%)</b>	01 oră 54 min. 34 sec. <b>(7,94%)</b>	00:06 sec. <b>(0,004%)</b>	0
07.12.2015	34 min. 44 sec. <b>(2,39%)</b>	48 min. 36 sec. <b>(3,35%)</b>	01 oră 23 min. 20 sec. <b>(5,77%)</b>	01 min. 20 sec. <b>(0,08%)</b>	0
08.12.2015	51 min. 29 sec. <b>(3,56%)</b>	55 min. 09 sec. <b>(3,82%)</b>	01 oră 46 min. 38 sec. <b>(7,38%)</b>	01 min. 18 sec. <b>(0,08%)</b>	0

- **Derogări de la art. 22 alin. (3) din Codul audiovizualului:** „Volumul spoturilor de publicitate nu poate depăși 12 minute pe oră”. Astfel, la 06.12.2015, ora 18:00, durata spoturilor publicitare a constituit 12 min. 51 sec. pe parcursul unei ore de emisie. Este de menționat că la calcularea volumului de publicitate nu au fost luate în calcul spoturile sociale.
- **Derogări de la art. 22 alin. (4) din Codul audiovizualului:** „Emisiunea de teleshopping durează fără întrerupere nu mai puțin de 15 minute. Numărul maxim de emisiuni de teleshopping pe zi poate fi 8, iar durata lor totală nu poate depăși 3 ore”. Emisiunea de teleshopping „Market9000.md” a avut o durată mai scurtă de 15 min. la: 04.12.2015 (00:06:03 – 06 min. 03 sec.; 00:50:40 – 06 min. 03 sec.; 06:52:32 – 06 min. 03 sec.; 18:23:32 – 06 min. 03 sec.; 22:56:56 – 06 min. 03 sec.); 05.12.2015 (06:36:37 – 06 min. 03 sec.; 15:19:08 – 02 min. 09 sec.; 16:46:29 – 06 min. 03 sec.); 06.12.2015 (06:25:42 – 06 min. 03 sec.; 11:51:23 – 06 min. 03 sec.; 23:56:51 – 06 min. 03 sec.); 07.12.2015 (18:23:59 – 06 min. 03 min.; 23:00:50 – 06 min. 03 sec.); 08.12.2015 (06:53:25 – 06 min. 03 sec.; 12:52:08 – 06 min. 03 sec.; 18:24:40 – 06 min. 03 sec.; 22:53:24 – 06 min. 04 sec.).
- **Derogări de la art. 13 alin. (8) din Legea cu privire la publicitate nr. 1227 din 27.06.1997:** „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 pînă la două minute, pe parcursul unei ore de emisie pe un canal de frecvență”. La data de 06 decembrie 2015 au fost difuzate mai mult de două ori pe parcursul unei ore de emisie spoturile publicitare pentru: Bosch security (18:00:02, 18:22:19, 18:43:52);



Vila Verde (18:17:03, 18:43:27, 18:45:52); Arama (19:20:20, 19:47:27, 19:50:59/21:08:43, 21:11:00, 21:59:28); Sputnik (18:00:17, 18:20:54, 18:48:12/23:16:41, 23:23:56, 23:27:00).

## **XII. Realitatea TV**

<b>Data</b>	<b>Publicitate (volum de timp/procent)</b>	<b>Teleshopping (volum de timp/procent)</b>	<b>Publicitate/ Teleshopping (volum de timp/procent)</b>	<b>Plasare de produse (volum de timp/procent)</b>	<b>Sponsor (volum de timp/procent)</b>
04.12.2015	37 min.23 sec. <b>2,58%</b>	45 min. 00 sec. <b>3,12%</b>	01 oră 22 min. 23 sec. <b>5,71%</b>	0	0
05.12.2015	26 min. 53 sec. <b>1,84%</b>	44 min. 52 sec. <b>3,09%</b>	01 oră 11 min. 45 sec. <b>4,96%</b>	0	0
06.12.2015	20 min. 40 sec. <b>1,41%</b>	44 min. 59 sec. <b>3,09%</b>	01 oră 05 min. 39 sec. <b>4,54%</b>	0	0
07.12.2015	36 min. 12 sec. <b>2,50%</b>	44 min. 59 sec. <b>3,09%</b>	01 oră 21 min. 11 sec. <b>5,63%</b>	0	0
08.12.2015	37 min. 34 sec. <b>2,59%</b>	45 min. 00 sec. <b>3,12%</b>	01 oră 22 min. 34 sec. <b>5,71%</b>	0	0

- **Derogări de la prevederile art. 21 alin. (1) din Codul audiovizualului:** „Publicitatea și teleshopping-ul se difuzează grupat, fiind ușor de identificat prin marcaje corespunzătoare și fiind separate de alte părți ale serviciului de programe prin semnale optice și acustice”. Astfel, postul de televiziune „Realitatea TV” a difuzat emisiunile de teleshopping fără marcajul corespunzător, fără a le delimita de celelalte părți ale serviciului de programe, la: 04.12.2015 (10:00:55, 14:00:00); 05.12.2015 (10:00:00, 13:30:40, 17:46:07, 18:00:00); 06.12.2015 (10:00:24, 13:30:25, 17:49:23, 18:00:00); 07.12.2015 (10:00:32, 14:00:18, 17:30:22); 08.12.2015 (10:00:16, 14:00:32, 17:30:19).

Prin scrisoarea nr. 13/RTV din 24.02.2016, cu referire la derogarea atestată de CCA, „HB MEDIA” S.R.L. a comunicat că: „verificînd motivele situației create s-a constatat că un nou angajat în regie, involuntar, din greșală, nu a inclus ID-urile (semnalele optice și acustice) de delimitare a teleshopping-ului. Totodată, am creat o procedură specială, astfel încît situații de acest gen să nu se repete”. La fel, „HB MEDIA” S.R.L. își exprimă speranța că acțiunile întreprinse de postul de televiziune „Realitatea TV” vor fi luate în considerare în cadrul ședinței de examinare a raportului.

## **XIII. RTR Moldova**

<b>Data</b>	<b>Publicitate (volum de timp/procent)</b>	<b>Teleshopping (volum de timp/procent)</b>	<b>Publicitate/ Teleshopping (volum de timp/procent)</b>	<b>Plasare de produse (volum de timp/procent)</b>	<b>Sponsor (volum de timp/procent)</b>
04.12.2015	1 oră 39 min. 07 sec. <b>6,87%</b>	17 min. <b>1,18%</b>	1 oră 56 min. 07 sec. <b>8,06%</b>	5 min. 38 sec. <b>0,42%</b>	3 ore 38 min. 33 sec. <b>15,16%</b>
05.12.2015	1 oră 09 min. 01 sec. <b>4,79%</b>	17 min. <b>1,18%</b>	1 oră 26 min. 01 sec. <b>5,97%</b>	2 min. 48 sec. <b>0,2%</b>	1 oră 37 min. 03 sec. <b>6,73%</b>
06.12.2015	2 ore 03 min. 27 sec. <b>8,56%</b>	17 min. <b>1,18%</b>	2 ore 20 min. 27 sec. <b>9,74%</b>	45 sec. <b>0,07%</b>	43 min. 38 sec. <b>3,01%</b>
07.12.2015	2 ore 45 min. 25 sec. <b>11,47%</b>	17 min. <b>1,18%</b>	3 ore 02 min. 25 sec. <b>12,65%</b>	48 sec. <b>0,07%</b>	1 min. 50 sec. <b>0,14%</b>
08.12.2015	3 ore 02 min. 26 sec. <b>12,65%</b>	17 min. <b>1,18%</b>	3 ore 19 min. 26 sec. <b>13,83%</b>	1 min. 33 sec. <b>0,14%</b>	2 min.07 sec. <b>0,14%</b>

- **Derogări de la art. 19 alin. (5) lit. b) din Codul audiovizualului:** *„În publicitatea și teleshopping-ul televizat nu se admite utilizarea vocii sau imaginii prezentatorilor de știri...”* și de la **art. 1 din Decizia CCA nr. 141 din 18.10.2011** (modificată prin Decizia nr. 84 din 12.06.2014) *Cu privire la condițiile de sponsorizare a emisiunilor pe teme politice și a programelor de știri și corespunderea acestora cu prevederile actelor legislative în vigoare:* *„A obliga toți radiodifuzorii aflați sub jurisdicția Republicii Moldova să excludă din cadrul programelor de știri orice formă de mesaj (text, logo etc.) difuzat în scopuri publicitare și autopromoționale ale persoanelor fizice sau juridice”*. La data de 04 decembrie 2015, în cadrul buletinului informativ „Вести Молдова”, la rubrica „Вести Молдова business”, ora 06:03:42, a fost difuzat un reportaj de la conferința medicilor pediatri organizată de compania farmaceutică germană „Berlin-Chemie”. Pe parcursul subiectului, prezentatoarea vine cu informații cu caracter comercial despre produsele farmaceutice „Espumisan” (06:06:07) și „Mig” (06:06:43), pe fundalul imaginii acestora.
- **Derogări de la art. 19 alin. (14) din Codul audiovizualului:** *„Publicitatea mascată și teleshopping-ul mascat sînt interzise”*. În cadrul subiectului sus-menționat au fost prezentate detaliat medicamentele „Espumisan”: *„Medicament eficient pentru diminuarea colicilor și a meteorismului la copii, este preparatul Espumisan cu simethicone, care poate fi administrat chiar din primele săptămîni de viață. Emulsiile sînt pentru cei mai mici, iar capsulele pentru cei mai mari”* (06:06:07); și „Mig”: *„Un preparat eficient contra febrei și a durerilor este preparatul Mig pentru copii cu ibuprofen. Mig pentru copii cu ibuprofen poate fi administrat copiilor cu vîrstă de la 6 luni, iar Mig forte cu ibuprofen de 4% – la copii cu vîrstă de la 1 an”* (06:06:43). Totodată, a fost făcută publicitate și pentru Compania „Berlin-Chemie”: *„Berlin-Chemie” este unul dintre liderii de pe piața farmaceutică din Moldova care se bucură de recunoașterea medicilor și a pacienților*” (06:06:57).
- **Derogări de la art. 20 alin. (1) lit. b) din Codul audiovizualului:** *„Programele sponsorizate trebuie să îndeplinească următoarele condiții: b) denumirea sau marca sponsorului trebuie să fie distinct evidențiată ca atare la începutul și/sau sfîrșitul acestor programe”*. Sponsorul rubricii meteo – „Aroma Gold”, a fost prezentat și în cadrul acesteia: 04.12.2015 (13:04:50, 13:05:14,13:05:23; 20:05:30, 20:05:56, 20:06:14); 05.12.2015 (13:10:12, 13:10:37, 13:10:45, 20:00:00, 20:06:54, 20:07:18, 20:07:27); 06.12.2015 (07:42:35, 07:43:00, 07:43:09; 13: 08:14, 13: 08:39, 13: 08:47); 07.12.2015 (06: 41:34, 06: 41:59, 06: 42:08; 07:36:24, 07: 36:48, 07:36:57; 13: 03:38, 13: 04:02, 13: 04:11; 16: 03:25, 16: 03:50, 16:03:59; 20:16:23, 20:16:48, 20:16:56; 23:52:10, 23:52:35, 23:52:43); 08.12.2015 (06:43:47, 06:44:12, 06:44:20; 07:38:35, 07:39:00, 07:39:09; 13:03:04, 13:03:29, 13:03:38; 16:03:25, 16:03:50, 16:03:59; 20:10:47, 20:11:11, 20:11:20, 23:47:45, 23:48:09, 23:48:18).
- **Derogări de la art. 21 alin. (1) din Codul audiovizualului:** *„Publicitatea și teleshopping-ul se difuzează grupat, fiind ușor de identificat prin marcaje corespunzătoare și fiind separate de alte părți ale serviciului de programe prin semnale optice și acustice”*. În cadrul subiectului sus-menționat au fost difuzate spoturi video pentru preparatele „Espumisan” (06:06:07), „Mezim forte” (06:07:02) și „Mig” (06:06:43).
- **Derogări de la art. 13 alin. (8) din Legea cu privire la publicitate nr. 1227 din 27.06.1997:** *„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 pînă la două minute, pe parcursul unei ore de emisie pe un canal de frecvență”*. La 07.12.2016, ora 08:00, spotul publicitar pentru cafeaua „Jacobs” a fost difuzat de 3 ori într-o oră de emisie (08:10:18, 08:45:45, 08:48:35).

Prin scrisoarea nr. 26/03 din 02.03.2016, „TV-Comunicații Grup” S.R.L., titulara postului de televiziune „RTR Moldova”, a comunicat Consiliului Coordonator al Audiovizualului următoarele:

- Derogarea de la art. 19 alin. (5) lit. b) și de la Decizia CCA nr. 141 din 18.10.2012: *„Buletinul informativ „Becmu Moldova”, difuzat în limba de stat, la ora 06:00, în data de 04 decembrie 2015, reprezintă o emisiune cu durata de cca 5 min. și nu are un prezentator de știri. Emisiunea reprezintă o succesiune de reportaje și nu presupune filmări în studioul TV, care ar implica apariția în cadru a prezentatorului buletinului de știri. Prin urmare, în reportajul de la conferința medicilor pediatri, organizată de compania farmaceutică germană „Berlin-Chemie”, a fost prezentat voice-over-ul reporterului postului de televiziune, ceea ce exclude utilizarea vocii sau imaginii prezentatorilor de știri. În același timp, faptul că în reportajul difuzat au fost prezente imagini cu caracter promoțional (logo) este determinat de prezența elementelor de branding în cadrul evenimentului desfășurat, care a constitui drept subiect pentru reportaj, și nicidecum nu reprezintă o acțiune intenționată de autopromovare a persoanelor fizice sau juridice”.*
- Derogarea de la art. 19 alin. (14) din Codul audiovizualului: *„Reportajul de la conferința medicilor pediatri, organizată de compania farmaceutică germană „Berlin-Chemie”, a fost difuzată în cadrul rubricii „Becmu Moldova Business” și reprezintă un reportaj comercial. Prin urmare, prezentarea informației despre produsele companiei sînt axate fie pe statisticile în industria vizată și cercetări în domeniu, fie pe părerile personale ale participanților la eveniment, fapt ce exclude publicitatea mascată sau teleshopping-ul mascat”.*
- Derogarea de la art. 21 alin. (1) din Codul audiovizualului: *„Presupusele spoturi publicitare nu sînt nimic altceva decît imagini de la conferința medicilor pediatri, organizată de compania farmaceutică germană „Berlin-Chemie”, și care au fost utilizate pentru realizarea reportajului comercial difuzat în cadrul rubricii „Becmu Moldova Business”. Prin urmare, aceste imagini nu reprezintă spoturi publicitare, care trebuie să fie ușor de identificat prin marcaje corespunzătoare și să fie separate de alte părți ale serviciului de programe prin semnale optice și acustice”.*
- Derogarea de la art. 20 alin. (1) lit. b) din Codul audiovizualului: *„Sponsorul rubricii meteo – „Aroma Gold”, a fost distinct evidențiat la începutul și sfîrșitul programei, precum acest lucru este dictat de legislație. Totodată, apariția logoului sponsorului în timpul emisiunii poate fi atribuită la publicitatea televizată, iar durata totală a publicității furnizorului de publicitate nu a depășit 120 sec. pe parcursul unei ore de emisie”.*
- Derogarea de la art. 13 alin. (8) din Legea cu privire la publicitate: *„Difuzarea spotului publicitar pentru cafeaua „Jacobs” de 3 ori într-o oră de emisie a fost cauzată de deficiența echipamentului de difuzare a publicității, care a fost, în scurt timp, soluționată și reprezintă întru totul responsabilitatea postului de televiziune”.*
- *„Totodată, ținem să vă reamintim că în conformitate cu legislația în vigoare, postul de televiziune este obligat să păstreze înregistrările emisiiei sale în decursul a 30 de zile calendaristice. Dat fiind faptul că monitorizarea efectuată de către Consiliul Coordonator al Audiovizualului a avut loc în perioada 04-08 decembrie 2015, iar raportul elaborat de către Direcția Monitorizare a fost pus la dispoziția postului de televiziune la data de 18.02.2016, termenul prescris a fost încălcat. Astfel, postul de televiziune este lipsit de posibilitatea verificării de sine stătător a veridicității faptelor expuse în raportul de monitorizare și este nevoit să apeleze la Direcția Monitorizare a Consiliului Coordonator al Audiovizualului pentru ridicarea înregistrărilor video, ceea ce reprezintă în sine o procedură anevoioasă”.*

Cu privire la cele invocate de „TV-Comunicații Grup” S.R.L., Direcția monitorizare menționează:

- Conform art. 8 alin. (3) din Codul audiovizualului, independența editorială a radiodifuzorilor este cunoscută și garantată prin lege, ceea ce presupune că radiodifuzorii decid singuri asupra formei și modalității de prezentare a emisiunilor sale, fapt care nu impune prezentarea știrilor în studio sau doar cu voce după cadru. Concluzionând cele expuse, menționăm că toate subiectele din cadrul programului informativ „Вести Moldova” au fost prezentate de una și aceeași voce de după cadru.
- Referitor la argumentele precum că postul de televiziune „RTR Moldova” nu a comis derogări de la art. 19 alin. (14) din Codul audiovizualului, și anume că „*produsele companiei sînt axate fie pe statisticile în industria vizată și cercetări în domeniu, fie pe părerile personale ale participanților la eveniment*”, ținem să specificăm că în cadrul respectivului subiect, radiodifuzorul a prezentat informații mult mai ample decît niște date statistice și cercetări în domeniu. Drept exemplu poate fi adusă următoarea informație: „*Espumisan – Medicament eficient pentru diminuarea colicilor și a meteorismului la copii este preparatul Espumisan cu simethicone, care poate fi administrat chiar din primele săptămîni de viață. Emulsiile sînt pentru cei mai mici, iar capsulele pentru cei mai mari*”; și „*Mig – Un preparat eficient contra febrei și a durerilor este preparatul Mig pentru copii cu ibuprofen. Mig pentru copii cu ibuprofen poate fi administrat copiilor cu vîrstă de la 6 luni, iar Mig forte cu ibuprofen de 4% – la copii cu vîrstă de la 1 an*” etc. Cu referire la argumentele că subiectul dat ar fi fost plasat în cadrul rubricii „Вести Moldova Business” și reprezintă un reportaj comercial, ținem să precizăm că această rubrică nu a fost separată de programul informativ „Вести Moldova”, pe parcursul căreia a fost plasat în partea stîngă-sus a ecranului titlul emisiunii „Вести Moldova”, fapt ce denotă că în cadrul acestui program nu pot fi difuzate subiecte cu caracter comercial.
- Cu privire la derogarea de la art. 21 alin. (1) din Codul audiovizualului, că „*presupusele spoturi publicitare nu sînt altceva decît de la conferința medicilor pediatri*”, venim cu argumentele că în cadrul subiectului apar secvențe din spoturi publicitare farmaceutice, ca exemplu poate fi menționată secvența din spotul publicitar pentru „Espumisan”, în cadru apare o mamă cu un copil mic, căruia i se administrează indirect preparatul farmaceutic „Espumisan” pentru înlăturarea colicilor intestinale. Secvența se încheie cu avertismentul despre modul de administrare a produselor farmaceutice și numărul licenței de comercializare – condiții prevăzute de Decizia CCA nr. 13 din 11.02.2010 și art. 19 alin. (10) din Codul audiovizualului.
- În ceea ce privește derogarea de la art. 20 alin. (1) lit. b) din Codul audiovizualului, radiodifuzorul confirmă prezentarea logoului sponsorului și în cadrul rubricii meteo, însă nu o recunoaște ca derogare, ci ca simplă publicitate televizată. Totodată, menționăm că art. 20 alin. (1) lit. b) din Codul audiovizualului stipulează: „*Programele sponsorizate trebuie să îndeplinească următoarele condiții: denumirea sau marca sponsorului trebuie să fie distinct evidențiată ca atare la începutul și/sau sfîrșitul acestor programe*”.
- Referitor la argumentul că „*termenul de prescripție a fost încălcat*”, afirmăm că conform art. 30 alin. (2) din Codul Contravențional nr. 218 din 24.10.2008, acesta este de 3 luni. În privința a procedurii de obținere a înregistrărilor de la CCA, precizăm că nici un radiodifuzor care a solicitat înregistrările serviciului de programe, atît în mod verbal, cît și în scris, nu a fost lipsit de acest drept. Mai mult ca atît, în cadrul ședinței publice din 26 februarie 2016, Președintele CCA, Dinu Ciocan, a accentuat că radiodifuzorii care nu au înregistrările se pot adresa la CCA pentru a le obține.

#### **XIV. Ren Moldova**

Data	Publicitate (volum de timp/procent)	Teleshopping (volum de timp/procent)	Publicitate/ Teleshopping (volum de timp/procent)	Plasare de produse (volum de timp/procent)	Sponsor (volum de timp/procent)
04.12.2015	01 oră 53 min. 53 sec. (7,88 %)	45 min. 02 sec. (3,12 %)	02 ore 38 min. 55 sec. (11,01 %)	0	00:49 sec. (0,03 %)
05.12.2015	01 oră 50 min. 30 sec. (7,65 %)	45 min. 01 sec. (3,12 %)	02 ore 35 min. 31 sec. (10,78 %)	0	0
06.12.2015	01 oră 29 min. 44 sec. (6,21 %)	45 min. 37 sec. (3,15 %)	02 ore 15 min. 21 sec. (9,38 %)	0	0
07.12.2015	01 oră 33 min. 10 sec. (6,46 %)	45 min. 50 sec. (3,15 %)	02 ore 19 min. 00 sec. (9,65 %)	0	00:36 sec. (0,02 %)
08.12.2015	01 oră 48 min. 52 sec. (7,53 %)	45 min. 55 sec. (3,16 %)	02 ore 34 min. 47 sec. (10,72 %)	0	00:17 sec. (0,01 %)

- **Derogări de la art. 22 alin. (2) din Codul audiovizualului:** „Radiodifuzorii care retransmit vor acoperi publicitatea retranslată din alt stat, țară de origine a canalului retransmis”. În cadrul emisiunii retransmise din Federația Rusă „Званный ужин” a fost difuzat, pe burtieră, sponsorul acesteia – „АО Тандер”: 04.12.2015 (07:53:07, 08:01:50, 08:35:57, 13:06:46, 13:16:09, 13:36:42); 07.12.2015 (08:00:33, 13:12:28, 13:51:08); 08.12.2015 (13:02:45, 13:40:04).

În cadrul discuțiilor pe marginea raportului de monitorizare, membrii CCA, pentru derogările atestate, au atenționat posturile de televiziune „Moldova-1”, „Canal 3”, „Canal 2”, „TV 7”, „Realitatea TV” și „Ren Moldova”. Totodată, aceștia au menționat că din cele 14 posturi de televiziune supuse monitorizării doar „Publika TV” și „Accent TV” nu au comis derogări de la legislația audiovizuală.

Ca urmare a examinării rezultatelor monitorizării serviciilor de programe ale posturilor de televiziune „Moldova-1”, „Prime”, „Publika TV”, „Canal 3”, „Canal 2”, „N 4”, „TV 7”, „PRO TV CHIȘINĂU”, „Jurnal TV”, „Accent TV”, „Euro TV”, „Realitatea TV”, „RTR Moldova” și „Ren Moldova” la capitolul respectării prevederilor legale de plasare a publicității, în conformitate cu legislația în vigoare, a dezbaterilor publice, în temeiul prevederilor Codului audiovizualului nr. 260-XVI din 27.07.2006 și ale Statutului CCA, aprobat prin Hotărârea nr. 433-XVI din 28.12.2006 a Parlamentului Republicii Moldova, **Consiliul Coordonator al Audiovizualului**

## DECIDE:

1. A avertiza public „General Media Group Corp.” S.R.L., fondatoarea postului de televiziune „Prime”, pentru transmiterea serviciului de programe cu încălcarea prevederilor pct. 3.1 lit. a) din Licența de emisie seria AC nr. 000089 din 24.09.2010 (nerespectarea art. 19<sup>1</sup> alin. (4) lit. a), b) și art. 20 alin. (1) lit. (b) din Codul audiovizualului), în conformitate cu art. 38 alin. (2) lit. b), h) și alin. (3) lit. a) din Codul audiovizualului (PRO – (9) UNANIM – D. CIOCAN, O. BARBĂLATĂ, Iu. COLESNIC, A. COZMA, N. DAMASCHIN, O. GUȚUȚUI, C. MÎȚU, M. ONCEANU-HADÎRCĂ și D. VICOL).

2. A avertiza public „SELECTCANAL – TV” S.R.L., fondatoarea postului de televiziune „N 4”, pentru transmiterea serviciului de programe cu încălcarea prevederilor pct. 3.1 lit. a) din Licența de emisie seria AA nr. 082882 din 18.05.11 (nerespectarea art. 19<sup>1</sup> alin. (3) lit. b), c), alin. (4) lit. a) și b), alin. (6) și (7) din Codul audiovizualului), în conformitate cu art. 38 alin. (2) lit. b), h) și alin. (3) lit. a) din Codul audiovizualului (PRO – (9) UNANIM – D. CIOCAN, O. BARBĂLATĂ, Iu. COLESNIC, A. COZMA, N. DAMASCHIN, O. GUȚUȚUI, C. MÎȚU, M. ONCEANU-HADÎRCĂ și D. VICOL).

3. A avertiza public Î.C.S. „PRODIGITAL” S.R.L., fondatoarea postului de televiziune „PRO TV CHIȘINĂU”, pentru transmisia serviciului de programe cu încălcarea prevederilor pct. 3.1 lit. a) din Licența de emisie seria AC nr. 000001 din 27.11.2009 (nerespectarea art. 13 alin. (8) din Legea cu privire la publicitate nr. 1227 din 27.06.1997, art. 19 alin. (10), art. 19<sup>1</sup> alin. (3) lit. b), c) și alin. (7), art. 20 alin. (4), art. 22 alin. (2) și (3) din Codul audiovizualului), în conformitate cu art. 38 alin. (2) lit. b), h) și alin. (3) lit. a) din Codul audiovizualului (PRO – (9) UNANIM – D. CIOCAN, O. BARBĂLATĂ, Iu. COLESNIC, A. COZMA, N. DAMASCHIN, O. GUȚUȚUI, C. MÎȚU, M. ONCEANU-HADÎRCĂ și D. VICOL).

4. A avertiza public „JURNAL DE CHIȘINĂU PLUS” S.R.L., fondatoarea postului de televiziune „Jurnal TV”, pentru transmisia serviciului de programe cu încălcarea prevederilor pct. 3.1 lit. a) din Licența de emisie seria AA nr. 073710 din 03.07.09 (nerespectarea 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, art. 19<sup>1</sup> alin. (3) lit. b), c) și alin. (7) din Codul audiovizualului), în conformitate cu art. 38 alin. (2) lit. b), h) și alin. (3) lit. a) din Codul audiovizualului (PRO – (9) UNANIM – D. CIOCAN, O. BARBĂLATĂ, Iu. COLESNIC, A. COZMA, N. DAMASCHIN, O. GUȚUȚUI, C. MÎȚU, M. ONCEANU-HADÎRCĂ și D. VICOL).

5. A avertiza public „MEDIA RESURSE” S.R.L., fondatoarea postului de televiziune „Euro TV”, pentru transmisia serviciului de programe cu încălcarea prevederilor pct. 3.1 lit. a) din Licența de emisie seria AC nr. 000069 din 07.10.14 (nerespectarea art. 22 alin. (3) și (4) din Codul audiovizualului și art. 13 alin. (8) din Legea cu privire la publicitate), în conformitate cu art. 38 alin. (2) lit. b) și alin. (3) lit. a) din Codul audiovizualului (PRO – (9) UNANIM – D. CIOCAN, O. BARBĂLATĂ, Iu. COLESNIC, A. COZMA, N. DAMASCHIN, O. GUȚUȚUI, C. MÎȚU, M. ONCEANU-HADÎRCĂ și D. VICOL).

6. A avertiza public „TV-Comunicații Grup” S.R.L., fondatoarea postului de televiziune „RTR Moldova”, pentru transmisia serviciului de programe cu încălcarea prevederilor pct. 3.1 lit. a) din Licența de emisie seria AA nr. 082880 din 19.07.12 (nerespectarea art. 19 alin. (5) lit. b) și alin. (14), art. 20 alin. (1) lit. b), art. 21 alin. (1) din Codul audiovizualului, art. 1 din Decizia CCA nr. 141 din 18.10.2011 Cu privire la condițiile de sponsorizare a emisiunilor pe teme politice și a programelor de știri și corespunderea acestora cu prevederile actelor legislative în vigoare, art. 13 alin. (8) din Legea cu privire la publicitate nr. 1227 din 27.06.1997), în conformitate cu art. 38 alin. (2) lit. b) și alin. (3) lit. a) din Codul audiovizualului (PRO – (9) UNANIM – D. CIOCAN, O. BARBĂLATĂ, Iu. COLESNIC, A. COZMA, N. DAMASCHIN, O. GUȚUȚUI, C. MÎȚU, M. ONCEANU-HADÎRCĂ și D. VICOL).

7. În conformitate cu prevederile art. 38 alin. (8) din Codul audiovizualului și ale Deciziei CCA nr. 96 din 17.10.2008, la data aducerii la cunoștință (primirea prin scrisoare recomandată a deciziei), posturile de televiziune „Prime”, „N 4”, „PRO TV CHIȘINĂU”, „Jurnal TV”, „Euro TV” și „RTR Moldova” vor executa prezenta decizie, vor înlătura derogările atestate și vor comunica publicului motivele și obiectul sancțiunii, în formula legislației în vigoare.

8. Posturile de televiziune „Prime”, „N 4”, „PRO TV CHIȘINĂU”, „Jurnal TV”, „Euro TV” și „RTR Moldova” vor prezenta și vor intra în legalitate, în termen de 15 zile, din momentul aducerii la cunoștință a prezentei decizii, un raport despre măsurile întreprinse în vederea lichidării încălcărilor atestate.

9. Controlul asupra executării prezentei decizii îl exercită Direcția monitorizare TV.

10. Prezenta decizie va fi publicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova și pe pagina web a Consiliului Coordonator al Audiovizualului.

**PREȘEDINTELE**  
Consiliului Coordonator  
al Audiovizualului

**Dinu CIOCAN**