

Proiect de modificare a CSMA

Nr.	Propunerea de modificare proiectul nr. 460 ¹	Prevederea din CSMA	Comentarii/observații
1	<p>1. Art. <i>Noțiuni principale</i> se completează cu următoarele noțiuni: <i>„autorizație de multiplex</i> – act permisiv emis de către Consiliul Audiovizualului prin care unui furnizor de multiplex aflat în jurisdicția Republicii Moldova i se acordă dreptul de instalare, operare și gestionare a propriei rețele de comunicații electronice prin care se realizează un multiplex; <i>aviz de utilizare al slotului din multiplex</i> – act permisiv emis de către Consiliul Audiovizualului prin care unui furnizor de servicii media aflat în jurisdicția Republicii Moldova i se acordă dreptul de a utiliza un slot din Multiplex”.</p>	<p>furnizor de multiplex – persoană fizică sau juridică, înregistrată în Republica Moldova și autorizată, în condițiile legii, de către autoritatea publică centrală de reglementare a pieței serviciilor în domeniul comunicațiilor electronice și tehnologiei informației, a cărei activitate constă, în totalitate sau în parte, în instalarea, operarea și gestionarea propriei rețele de comunicații electronice prin care se realizează un multiplex;</p>	<p><i>„autorizație de multiplex”</i>: potrivit definiției, CA oferă dreptul unui furnizor de multiplex să construiască și alte multiplexuri. CA nu are asemenea atribuții și nici capacitatea de expertiză, pentru a putea decide cine este în măsură să construiască multiplexuri. În plus, nu-i clară procedura prin care CA emite actul permisiv, prin concurs sau în alt mod. La fel, nu-i clar de ce un furnizor de multiplex, după ce l-a construit, ar avea nevoie de o autorizație de la CA. CA nu ar trebui să se ocupe de chestiuni tehnice (instalare de rețele etc.).</p> <p><i>„aviz de utilizare al slotului din multiplex”</i>: nu-i clar prin ce se deosebește <i>avizul</i> de licența de emisie pentru a difuza în multiplex.</p>
	<p>Art. 4. Programe audiovizuale locale, se modifică după cum urmează: la alineatul (3) textul se modifică: la lit. c) sintagma „8 ore” se substituie cu sintagma „6 ore”; la lit. d) sintagma „4 ore” se substituie cu sintagma „3 ore”; la lit. e) sintagma „2 ore” se substituie cu sintagma „1 oră”. alineatul (6) se expune în redacție nouă cu următorul cuprins: „(6) Furnizorii de servicii media, cu excepția celor tematici, au obligația de a transmite, în cadrul serviciilor de radiodifuziune sonoră, programe audiovizuale locale cu următoarele durate medii zilnice: la lit. a) sintagma „12 ore” se substituie cu sintagma „10 ore”; la lit. b) sintagma „10 ore” se substituie cu sintagma „8 ore”; la lit. c) sintagma „10 ore” se substituie cu sintagma „8 ore”; la lit. d) sintagma „8 ore” se substituie cu sintagma „6 ore”; la lit. e) sintagma „6 ore” se substituie cu sintagma „4 ore”.”. la alineatul (7) sintagma „de cel puțin 80%” se substituie cu sintagma „de cel puțin 60%”.</p>	<p>Articolul 4. Programele audiovizuale locale (3) Furnizorii de servicii media au obligația de a transmite, în cadrul serviciilor de televiziune, programe audiovizuale locale cu următoarele durate medii zilnice: a) cel puțin 10 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii publici naționali de servicii media; b) cel puțin 8 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii publici regionali de servicii media; c) cel puțin 8 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii privați naționali de servicii media; d) cel puțin 4 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii privați regionali de servicii media; e) cel puțin 2 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii privați locali de servicii media. (6) Furnizorii de servicii media au obligația de a transmite, în cadrul serviciilor de radiodifuziune sonoră, programe audiovizuale locale cu următoarele durate medii zilnice: a) cel puțin 12 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii publici naționali de servicii media; b) cel puțin 10 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii publici regionali de servicii media; c) cel puțin 10 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii privați naționali de servicii media; d) cel puțin 8 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii privați regionali de servicii media; e) cel puțin 6 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii privați locali de servicii media.</p>	<p>Modificările propuse, în loc să încurajeze, descurajează sporirea volumului de programe audiovizuale locale. Cotele stabilite în lege sunt diferențiate, au fost coordonate și agreate de părțile interesate. Diminuarea cotelor de produs local menține fenomenul păgubos și condamnat al ”parazitismului informațional” și pune în condiții economice inechitabile furnizorii de servicii media. Astfel, unii furnizori investesc în dezvoltarea produsului local, iar alții – fără a investi, atrag publicitate în programe audiovizuale de rating, dar străine. Interesul statului, totuși, este dezvoltarea produsului mediatic local.</p> <p>Prevederile alin (7) din art. 4 – ”cel puțin 80% în limba română”, reflectă, la drept vorbind, cele 82% de moldoveni și români care trăiesc în RM, conform recensământului din 2014. Pentru a diminua cota respectivă ar trebui să existe raționamente, argumente, explicații. Acestea, însă, lipsesc.</p>

¹ <http://parlament.md/ProcesulLegislativ/Proiectedeactelegislative/tabid/61/LegislativId/5315/language/ro-RO/Default.aspx>

		(7) Furnizorii de servicii media prevăzuți la alin.(3) și (6) au obligația de a transmite programe audiovizuale locale în proporție de cel puțin 80% în limba română.	
3	Art. 5 alineatul (2) se exclude;	<p>Articolul 5. Programele audiovizuale achiziționate</p> <p>(1) Furnizorii de servicii media au dreptul, în condițiile legii, să achiziționeze programe audiovizuale din țară și de peste hotare, în scopul completării și asigurării varietății propriilor servicii media audiovizuale.</p> <p>(2) În cazul serviciilor de televiziune, programele audiovizuale achiziționate de peste hotare trebuie să provină în proporție de cel puțin 50% din statele membre ale Uniunii Europene și/sau din statele terțe participante la Convenția europeană privind televiziunea transfrontalieră.</p>	RM, ca stat semnatar al Convenției europene privind televiziunea transfrontalieră, și-a asumat și are anumite angajamente. Modificarea articolului echivalează cu încălcarea propriilor angajamente.
4	Art. 6 alineatele (4) – (8) se exclude;	<p>Articolul 6. Operele audiovizuale europene</p> <p>(4) În cazul serviciilor media audiovizuale liniare, furnizorii de servicii media au obligația să rezerve operelor audiovizuale europene cel puțin 50% din timpul de emisie al fiecărui serviciu, din care se scade timpul alocat știrilor, evenimentelor sportive, jocurilor, publicității, serviciilor de teletext și teleshoppingului.</p> <p>(5) În cazul serviciilor media audiovizuale neliniare, furnizorii de servicii media au obligația să rezerve operelor audiovizuale europene cel puțin 30% din catalogul de programe și să le scoată în evidență.</p> <p>(6) În cazul serviciilor media audiovizuale liniare, furnizorii de servicii media au obligația să rezerve operelor audiovizuale europene create de către producătorii independenți din Republica Moldova cel puțin 10% din timpul de emisie al fiecărui serviciu, din care se scade timpul alocat știrilor, evenimentelor sportive, jocurilor, publicității, serviciilor de teletext și teleshoppingului.</p> <p>(7) Furnizorii de servicii media prezintă în raportul anual Consiliului Audiovizualului informații privind respectarea prevederilor alin.(4)–(6).</p> <p>(8) Prevederile prezentului articol nu se aplică serviciilor de radiodifuziune sonoră, serviciilor de televiziune locale și comunitare, precum și serviciilor media audiovizuale dedicate exclusiv publicității și teleshoppingului.</p>	<p>Articolul, ca și Codul în general, transpune prevederile Directivei serviciilor media audiovizuale a Parlamentului European și a Consiliului din 10 martie 2010. Codul precizează și specifică acest lucru chiar la începutul textului. A elimina alineatele respective ar însemna că legea declară una, dar în conținut scrie alta; că scopul și conținutul legii intră în conflict.</p> <p>Alin. (6), de exemplu, are menirea să impulsioneze piața produselor audiovizuale create de producători independenți din RM. Ce e rău în asta?! De ce alineatul trebuie eliminat?!</p> <p>În general, dacă sunt eliminate alin. (4) – (8), dispăre necesitatea alin. (1) – (3).</p>
5	Art. 9. Protecția confidențialității surselor de informare, se completează cu noi alineate (3), (4) și (5) cu următorul cuprins: „(3) Sunt considerate date de natură să identifice sursele de informație următoarele: a) datele personale, precum și vocea sau imaginea unei surse; b) circumstanțele concrete ale obținerii informației de către jurnalist; c) partea nepublicată a informației furnizate de sursa jurnalistului; (4) Confidențialitatea surselor de informare obligă la asumarea răspunderii pentru corectitudinea informațiilor furnizate. (5) Dezvăluirea unei surse de informare poate fi dispusă de instanța de judecată în cazul când acest lucru devine necesar pentru apărarea securității naționale sau a ordinii publice”.	<p>Articolul 9. Protecția confidențialității surselor de informare</p> <p>(1) Caracterul confidențial al surselor de informare utilizate în conceperea sau elaborarea programelor audiovizuale este garantat prin lege.</p> <p>(2) Jurnalistul este liber să nu dezvăluie date de natură să identifice sursele de informare în legătură directă cu activitatea sa profesională, în conformitate cu Legea nr.64/2010 cu privire la libertatea de exprimare.</p>	Art. 9, alin. (5): este o prevedere periculoasă, dar fiind că ”apărarea securității naționale sau a ordinii publice”, ca sintagme ”nemăsurabile”, ar putea fi invocate și atunci când nu-i cazul, generând abuzuri. Rațiunea universal recunoscută pentru care sursele de informație ale jurnalistului trebuie protejate puternic, e ca să nu pună în pericol viața jurnalistului și viața surselor sale de informație. Sunt motive, din care protecția surselor de informație este pe deplin justificată.
6	Art. 16. Protecția persoanelor cu dizabilități se modifică și se completează după cum urmează:	<p>Articolul 16. Protecția persoanelor cu dizabilități</p> <p>(1) Persoanele cu dizabilități de văz sau auz au dreptul de acces la serviciile media audiovizuale.</p>	

	<p>denumirea articolului se completează cu următorul text "și a victimelor violenței domestice".</p> <p>articolul se completează cu noi alineate (5), (6) cu următorul cuprins:</p> <p>"(5) Furnizorii de servicii media în cadrul difuzării programelor care abordează tema violenței domestice sunt obligați să asigure informarea victimelor violenței domestice asupra existenței numărului de telefon, la care acestea pot apela în mod de urgență.</p> <p>(6) Informarea victimelor violenței domestice despre existența numărului de telefon pentru apel de urgență este însoțită de citirea textului, iar numărul de telefon este afișat static și lizibil pe toată perioada difuzării programului".</p>	<p>(2) Furnizorii de servicii media asigură respectarea dreptului prevăzut la alin.(1), în funcție de posibilitățile tehnologice și economice.</p> <p>(3) În cadrul serviciilor de televiziune, furnizorii naționali și regionali de servicii media sînt obligați:</p> <p>a) să interpreteze în limbajul mimico-gestual sau prin titrare sincron cel puțin un program audiovizual de știri din timpul zilnic de emisie;</p> <p>b) să interpreteze în limbajul mimico-gestual sau prin titrare sincron programele audiovizuale de importanță majoră în întregime ori rezumatele acestora;</p> <p>c) să interpreteze în limbajul mimico-gestual cel puțin 60 de minute din timpul lunar de emisie al serviciului media audiovizual;</p> <p>d) să informeze anticipat publicul despre timpul de difuzare a programelor audiovizuale indicate la lit.a)–c).</p> <p>(4) Consiliul Audiovizualului aprobă reglementări în vederea asigurării dreptului de acces la serviciile media audiovizuale al persoanelor cu dizabilități de vîz sau auz.</p>	
7	<p>Art. 17. Protejarea spațiului audiovizual național.</p> <p>alineatul (4) se expune în următoarea redacție:</p> <p>"(4) În vederea protejării spațiului audiovizual național și asigurării securității informaționale, furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media sunt în drept să includă în oferta de servicii, transmiterea programelor de televiziune și de radio cu conținut militar, locale sau cele achiziționate din terțe state, care corespund prevederilor Concepției și Strategiei securității informaționale a Republicii Moldova".</p>	<p>Articolul 17. Protejarea spațiului audiovizual național</p> <p>(1) Frecvențele radio prevăzute pentru furnizarea de servicii media audiovizuale în sistem digital terestru sau în sistem analogic, constituie bun public și sînt utilizate în baza licențelor de emisie eliberate în condițiile legii.</p> <p>(2) Spațiul audiovizual național este utilizat în condițiile prezentului cod, destinat:</p> <p>a) să favorizeze libera circulație a informației;</p> <p>b) să contribuie la asigurarea libertății de exprimare;</p> <p>c) să contribuie la acoperirea necesităților informaționale sociale;</p> <p>d) să contribuie la asigurarea integrității profesionale și sociale a furnizorilor de servicii media.</p> <p>(3) În spațiul audiovizual național este interzisă difuzarea programelor audiovizuale ce constituie discurs care incită la ură.</p> <p>(4) În vederea protejării spațiului audiovizual național și asigurării securității informaționale, se permite furnizorilor de servicii media și distribuitorilor de servicii media transmisiunea programelor de televiziune și de radio cu conținut informativ, informativ-analitic, militar și politic care sînt produse în statele membre ale Uniunii Europene, în SUA și Canada, precum și în statele care au ratificat Convenția europeană cu privire la televiziunea transfrontalieră.</p> <p>(5) Consiliul Audiovizualului monitorizează și supraveghează respectarea de către furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media a prevederilor prezentului cod privind protejarea spațiului audiovizual național și asigurarea securității informaționale, precum și poate institui reglementări și întreprinde măsurile necesare, în limita competențelor, pentru atingerea scopului respectiv.</p>	
8	<p>Art. 19. Responsabilități culturale</p> <p>alineatul (5) se expune un următoarea redacție:</p> <p>"(5) Serviciile de radiodifuziune sonoră și serviciile de televiziune muzicale vor conține cel puțin 15% de opere muzicale care provin de la</p>	<p>Articolul 19. Responsabilități culturale</p> <p>(1) Serviciile media audiovizuale reflectă diversitatea spațiului cultural național și a celui european.</p>	<p>Prevederile alin. (5) în vigoare sunt mai realiste și benefice pentru promovarea operelor muzicale în limba română. Ce-i drept, unii furnizori se plîng, că 10% de opere muzicale care provin de la compozitori, interpreți etc., din</p>

	compozitori, artiști-interpreți și producători originari din Republica Moldova”.	<p>(2) Furnizorii de servicii media asigură respectarea normelor ortografice, ortoepice, morfologice și sintactice ale limbii române și ale celorlalte limbi de difuzare în cadrul programelor audiovizuale.</p> <p>(3) Programele audiovizuale transmise în alte limbi sînt însoțite de traducere în limba română (dublare, sonorizare și/sau subtitrare). Această prevedere nu se aplică programelor audiovizuale locale, emisiunilor de studiere a limbilor străine și de valorificare a clipurilor muzicale.</p> <p>(4) Filmele artistice și cele documentare sînt transmise cu dublare sau subtitrare în limba română, păstrîndu-se coloana sonoră originală sau, după caz, versiunea lingvistică licențiată, iar filmele pentru copii sînt dublate sau sonorizate în limba română.</p> <p>(5) Serviciile de televiziune cu conținut muzical și serviciile de radiodifuziune sonoră trebuie să conțină cel puțin 30% de opere muzicale în limba română, inclusiv 10% de opere muzicale care provin de la compozitori, artiști-interpreți și producători originari din Republica Moldova.</p> <p>(6) Operele muzicale prevăzute la alin.(5) trebuie să fie difuzate în intervalul orelor 06.00–24.00.</p> <p>(7) Prevederile alin.(4) nu se aplică filmelor artistice și celor documentare dublate în limba română pînă în anul 1991.</p> <p>(8) Consiliul Audiovizualului aprobă reglementări privind aplicarea și respectarea prevederilor alin.(5).</p>	RM, e cam dificil de îndeplinit. Cu atît mai dificilă de atins va fi cota de 15%, prevăzută în proiectul de modificare.
9	Art. 25. Licența de emisie. textul se completează cu un nou alineat (8) cu următorul cuprins: ” (8) Licența de emisie pentru furnizorii publici de televiziune și radiodifuziune se eliberează fără concurs”.		Noul alin. (8) plasează și mai mult furnizorii publici în poziție privilegiată față de ceilalți. Este adevărat, CA nu poate să nu prelungească licența de emisie a furnizorului public, dar, totodată, poate sugera furnizorului public îmbunătățiri ale conceptului general, al structurii serviciilor de programe etc., etc. O abordare de genul celei propuse ar putea pune la îndoială și necesitatea sancționării furnizorilor publici, de rînd ce banii sunt de stat. În plus, prin art. 31 lit. a), CA deja este obligat să ofere furnizorilor publici frecvențe/licențe care să le permită să asigure ”accesul universal al populației” la serviciile lor. Or, accesul nu poate fi asigurat fără suficiente frecvențe/licențe.
10	Art. 29. Limitarea cotei de audiență la alineatele (2), (4) și (7) cuvântul „situație” se substituie cu cuvântul „poziție”; la alineatul (8) cuvântul „sesizează” se substituie cu cuvântul „informează”.	<p>Articolul 29. Limitarea cotei de audiență</p> <p>(2) La determinarea situației dominante în formarea opiniei publice se iau în considerare serviciile media audiovizuale prevăzute la alin.(1) lit.b), pe care persoana fizică sau juridică fie le furnizează în calitate de deținător de licență de emisie, fie deține o cotă mai mare de 20% din capitalul social ori din drepturile de vot ale deținătorului licenței de emisie care furnizează serviciile respective.</p> <p>(4) Se consideră că o persoană fizică sau juridică deține o situație dominantă în formarea opiniei publice în cazul în care cota de audiență ponderată a serviciilor media audiovizuale atribuită depășește 35% din piața semnificativă.</p>	Alin. (8): între cuvintele ”sesizează” și ”informează” există nuanțe semantice. ”Informează”, spre deosebire de ”sesizează”, nu obligă/îndeamnă la acțiuni. Or, ideea este ca CA să acționeze corespunzător când este sesizat de CC. În cazul ”informării” CA s-ar putea limita doar la ”a luat act”.

		<p>(7) Consiliul Audiovizualului evaluează situația dominantă în formarea opiniei publice a unei persoane fizice sau juridice în cazul existenței unor indicii întemeiate privind atingerea limitei prevăzute la alin.(4). Dacă se constată o situație dominantă în formarea opiniei publice, Consiliul Audiovizualului se angajează într-o conciliere cu deținătorul licenței de emisie pentru a conveni asupra măsurilor menite să remedieze situația respectivă și să asigure pluralismul de opinii. În cazul în care concilierea nu conduce la încheierea unui acord comun în termen de 6 luni sau dacă acordul respectiv nu este pus în aplicare într-un termen rezonabil, în scopul garantării pluralismului de opinii, Consiliul Audiovizualului poate impune sancțiuni în conformitate cu prevederile prezentului cod.</p> <p>(8) În cazul în care Consiliul Concurenței constată o practică anticoncurențială în sensul prevederilor alin.(2)–(5), acesta sesizează Consiliul Audiovizualului.</p>	
11	<p>Art. 41. Bugetul furnizorului public național de servicii media, la alineatul (3) lit. a) cuvintele „difuzate în cadrul evenimentelor de importanță majoră” se exclud;</p>	<p>Articolul 41. Bugetul furnizorului public național de servicii media</p> <p>(3) Veniturile proprii ale furnizorului public național de servicii media provin, după caz, din:</p> <p>a) sume încasate din comunicările comerciale audiovizuale difuzate în cadrul evenimentelor de importanță majoră;</p> <p>b) sume încasate din realizarea obiectului de activitate, inclusiv venituri provenite din vânzarea programelor audiovizuale sau a drepturilor de autor din coproducții;</p> <p>c) donații și sponsorizări;</p> <p>d) alte surse legale.</p>	<p>Prevederea plasează furnizorii privați de servicii media (fără subvenții de la stat) în condiții economice inechitabile în raport cu furnizorii publici. De fapt, prevederile propuse vin să favorizeze masiv furnizorii publici. De ce? Au solicitat acest lucru furnizorii privați sau furnizorul public are ”pile” mai multe în Parlament?!</p>
12	<p>Art. 47. Remunerarea membrilor Consiliului de Supraveghere, la alineatul (2) textul „salariul lunar al președintelui Consiliului de supraveghere” se substituie cu textul „remunerației președintelui Consiliului de supraveghere”, iar textul „salariul lunar al secretarului Consiliului de supraveghere” se substituie cu textul „remunerației secretarului Consiliului de supraveghere”.</p>	<p>Articolul 47. Remunerarea membrilor Consiliului de supraveghere</p> <p>(2) Mărirea salariului lunar al președintelui Consiliului de supraveghere este echivalentă cu 90% din mărirea salariului lunar al președintelui Consiliului Audiovizualului. Mărirea salariului lunar al secretarului Consiliului de supraveghere constituie 90% din mărirea salariului lunar al președintelui Consiliului de supraveghere. Ceilalți membri ai Consiliului de supraveghere primesc lunar o indemnizație reprezentând 10% din salariul lunar al președintelui Consiliului de supraveghere pentru participarea la fiecare ședință și, după caz, beneficiază de rambursarea cheltuielilor de transport și de cazare.</p>	
13	<p>Textul se completează cu un nou Capitol VI1 cu următorul cuprins: „Capitolul VI1. Furnizor de multiplex Articolul 521. Funcționarea furnizorului de multiplex (1) Autorizația de multiplex se acordă de către Consiliul Audiovizualului, pe o perioadă de 15 ani. (2) Furnizorul de multiplex va percepe o taxă egală de la fiecare furnizor de servicii media audiovizuale care va utiliza slotul din multiplex. (3) Furnizorul de multiplex va încheia contracte de prestare a serviciului de utilizare a slotului din multiplex doar cu furnizorii de servicii media audiovizuale care dețin aviz de utilizare a slotului din multiplex. (4) Dreptul de a utiliza un slot din Multiplex va fi acordat prin concurs de către Consiliul Audiovizualului furnizorilor de servicii media audiovizuale, pe o perioadă de 5 ani.</p>		<p>Deși titlul capitolului este despre furnizori de multiplex, conținutul articolului, în cea mai mare parte, este despre furnizorii de servicii. Aceștia sunt puși în condiții inegale în raport cu furnizorii de multiplex care, practic, potrivit articolului, nu au nicio obligație față de furnizorii cu aviz.</p> <p>Nu este clară procedura, prin care CA acordă autorizația de multiplex.</p> <p>Alin. (2) nu stabilește exact relațiile economico-financiare între furnizorul de multiplex și furnizori. De exemplu: taxa percepută de la furnizori, când sunt ocupate cele 15 sloturi este una egală pentru toți. Ce taxă va fi, dacă 3-4 furnizori se decid de sloturi? Logic, taxa se mărește, deși furnizorii rămași nu au nicio vină.</p>

	<p>(5) Avizul de utilizare a slotului din Multiplex se acordă pentru un singur termen de 5 ani. Cu 2 luni înainte de expirarea termenului, slotul urmează a fi scos la concurs de către Consiliul Audiovizualului.</p> <p>(6) La concurs poate participa inclusiv furnizorul de servicii media audiovizuale care a deținut anterior avizul de utilizare a slotului.</p> <p>(7) Furnizorul de servicii media audiovizuale care deține un slot în Multiplex nu poate participa la concurs pentru a obține încă un slot pentru același post de televiziune sau radio.</p> <p>(8) Furnizorul de servicii media audiovizuale care a obținut avizul de utilizare a slotului din Multiplex are obligația de a începe emisia prin Multiplex în termen de maximum 2 luni de la data eliberării avizului.</p> <p>(9) Termenul prevăzut la alin. (8) poate fi prelungit dacă furnizorul depune o cerere argumentată în acest sens la Consiliului Audiovizualului. Consiliul poate prelungi termenul respectiv cu maximum încă 2 luni.</p> <p>(10) În cazul în care furnizorul de servicii media audiovizuale nu începe emisia prin Multiplex în termenul prevăzut la alin. (8) sau (9) și/sau nu va achita taxa pentru serviciile de multiplex în termen de 3 luni, Consiliul Audiovizualului retrage avizul de utilizare a slotului din Multiplex și scoate la concurs slotul respectiv în termen de 15 zile”.</p>		<p>Nu este clar de ce avizul de utilizare a slotului urmează a fi valabil pe o perioadă de 5 ani. De ce nu pe 9 ani, ca și termenul de valabilitate a licențelor de emisie?!</p> <p>Nu este clar, dacă alin. (7) permite sau nu ca un furnizor să obțină mai multe sloturi în același multiplex pentru servicii media audiovizuale diferite, sau dacă poate obține sloturi în diferite multiplexuri pentru același serviciu media audiovizual.</p> <p>Autorizația și avizul par a fi verigi suplimentare inoportune.</p>
14	<p>Art. 53. Funcționarea distribuitorilor de servicii media la alineatul (2) lit. a)-g) se exclude.</p>	<p>Articolul 53. Funcționarea distribuitorilor de servicii media</p> <p>(1) Distribuitorii de servicii media sînt constituiți de către persoane fizice și/sau juridice sub formă de societăți comerciale.</p> <p>(2) Distribuitorii de servicii media nu pot avea în calitate de proprietar beneficiar:</p> <p>a) Parlamentul, Președintele Republicii Moldova sau Guvernul;</p> <p>b) un organ central de specialitate sau o autoritate administrativă centrală;</p> <p>c) o autoritate a administrației publice locale;</p> <p>d) alt organ/autoritate, instituite cu scopul exercitării atribuțiilor administrative, social-culturale sau cu caracter necomercial;</p> <p>e) o instituție publică finanțată integral sau parțial de la bugetul de stat;</p> <p>f) o organizație comercială finanțată integral sau parțial de la bugetul de stat;</p> <p>g) o organizație comercială care are în calitate de fondator sau cofondator cel puțin unul dintre subiecții prevăzuți la lit.a)–f);</p> <p>h) un partid sau altă organizație social-politică;</p> <p>i) un sindicat;</p> <p>j) un cult religios.</p>	<p>Modificarea propusă este inadmisibilă, dat fiind că oferă largi posibilități legale de a utiliza bani publici contrar destinației firești. Prevederea, cu siguranță, trebuie să treacă testul la coruptibilitate.</p>
15	<p>Art. 55. Oferta de servicii media retransmise la alineatul (4) textul se completează la final cu cuvintele „cu notificarea Consiliului Audiovizualului”.</p>	<p>Art. 55. Oferta de servicii media retransmise</p> <p>(4) Distribuitorul de servicii media este în drept să modifice oferta de servicii aprobată, fără acordul Consiliului Audiovizualului, în proporție de pînă la 10% din numărul total de servicii de televiziune distribuite prin rețeaua respectivă, respectînd condițiile prevăzute la alin.(2) și (3).</p>	
16	<p>Art. 66. Publicitatea și teleshoppingul. Textul se modifică după cum urmează:</p> <p>textul se completează cu un nou alineat (7) cu următorul cuprins:</p> <p>”(7) Prin derogare de la prevederile alin. (5) din prezentul articol, furnizorii publici de servicii media pot difuza, contra unui tarif, publicitate</p>	<p>(5) Furnizorii publici de servicii media pot difuza publicitate doar în cadrul programelor audiovizuale ce reflectă evenimente de interes major.</p>	<p>Alineatul nou este neavenit.</p> <p>În art. 41 alin. (3) lit. a), deja a fost propusă excluderea prevederii despre publicitatea comercială contra plată. Alin. (7) dă dreptul doar furnizorilor publici să difuzeze contra cost mesaje de interes public. De ce nu și celorlalți</p>

	care reflectă interesele societății și ale statului privind propagarea unui mod de viață sănătos, ocrotirea sănătății, protecția mediului înconjurător, integritatea resurselor energetice, protecția socială a populației și alte mesaje de interes public”.		furnizori? Finalul prevederii – ”și alte mesaje...” deschide largi posibilități de a prezenta drept mesaj de interes public și alte mesaje, comerciale ori politice, dacă tariful va fi mai mic decât la publicitatea comercială. De exemplu: ”Partidul Șor cheamă toți cetățenii să protejeze mediul înconjurător!”, este mesaj politic sau mesaj de interes public?! În fond, problema mesajelor de interes public (ceea ce la noi se cheamă ”publicitate socială”) trebuie reglementată prin altă abordare. O variantă se conține în proiectul Legii cu privire la publicitate. În caz contrar, problema se va agrava. CA, de exemplu, în 2019 și 6 luni ale lui 2020, în fiecare a doua ședință publică a luat decizii de a recomanda difuzarea cu titlu gratuit a publicității sociale, în total – 39 de spoturi. Printre solicitanții veniți la CA sunt ministere, Guvernul, Primăria, agenții de stat etc. CA are alte lucruri importante de făcut.
17	Art. 78. Incompatibilitățile funcției de membru al Consiliului Audiovizualului. textul se completează cu un nou alineat (7) cu următorul cuprins: ”(7) În cazul nerespectării prevederilor prezentului articol, persoana vizată se consideră demisă de drept”.	(6) Membrul Consiliului Audiovizualului care, în momentul desemnării, se află în una dintre situațiile prevăzute la alin.(1)–(4) dispune de un termen de 30 de zile pentru a înlătura situația de incompatibilitate, perioadă în care nu deține drept de vot în cadrul Consiliului Audiovizualului.	
18	Art. 83. Activitatea de supraveghere și control la alineatul (7) sintagma „10 zile” se substituie cu sintagma ”5 zile”.	Art. 83. Activitatea de supraveghere și control (7) Cu excepția perioadei electorale, cu 10 zile lucrătoare înainte de desfășurarea ședinței publice în cadrul căreia va fi examinată sesizarea sau petiția, Consiliul Audiovizualului informează subiecții interesați despre data, ora și locul desfășurării acesteia.	
19	Art. 84. Sancțiuni alineatul (5) se completează cu o nouă literă m) cu următorul cuprins: ”m) nerespectarea prevederilor prevăzute la art. 69 alin. (1) din Codul electoral”; alineatul (15) se expune în redacție nouă cu următorul cuprins: ”(15) Deciziile Consiliului Audiovizualului privind aplicarea sancțiunii pot fi atacate în instanța de contencios administrativ în conformitate cu prevederile Codului administrativ”.	Codul Electoral. Articolul 69. Principii generale privind reflectarea alegerilor de către mijloacele de informare în masă (1) Radiodifuzorii, în cadrul tuturor programelor lor, și mijloacele de informare în masă scrise fondate de autorități publice au obligația de a respecta principiile de echitate, responsabilitate, echilibru și imparțialitate în reflectarea alegerilor. Art. 84. Sancțiuni (15) Decizia Consiliului Audiovizualului privind aplicarea sancțiunii este motivată, devenind executorie de la data publicării. Deciziile Consiliului Audiovizualului privind aplicarea sancțiunii pot fi atacate în instanța de judecată de către furnizorul de servicii media sancționat sau de către distribuitorul de servicii media sancționat.	Alin. (5) ar putea fi inclus în alin. (6) lit. e) din Cod.
	Art. II. (1) Prezenta lege intră în vigoare la data publicării în Monitorul Oficial al Republicii Moldova. (2) Guvernul, în termen de 3 luni de la data intrării în vigoare a prezentei legi: a) va prezenta Parlamentului propuneri privind aducerea legislației în vigoare în concordanță cu prezenta lege; b) va aduce actele sale normative în concordanță cu prezenta lege; c) va adopta actele necesare pentru realizarea legii.		

	(3) Consiliul Audiovizualului, furnizorii și distribuitorii de servicii media, în termen de 3 luni de la data intrării în vigoare a prezentei legi, vor efectua modificările prevăzute în documentația s-a internă.		