

Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova

(proiect)

Proiect elaborat în cadrul subgrupului tematic nr.1 „Elaborarea noului Cod al Audiovizualului”,
cu suportul Proiectului Comun al Uniunii Europene și Consiliului Europei “Promovarea libertății și
pluralismului mass-mediei în Republica Moldova” și al Ambasadei SUA în Republica Moldova

CUPRINS

Capitolul I. DISPOZIȚII GENERALE _____ 6

Articolul 1. Semnificația termenilor și expresiilor utilizate

Articolul 2. Scopul și sfera de aplicare

Articolul 3. Legislația privind serviciile media audiovizuale

Articolul 4. Programele audiovizuale proprii

Articolul 5. Programele audiovizuale achiziționate

Articolul 6. Operele audiovizuale europene

Capitolul II. PRINCIPIILE COMUNICĂRII AUDIOVIZUALE _____ 18

Articolul 7. Libertatea de exprimare

Articolul 8. Independența și libertatea editorială

Articolul 9. Protecția confidențialității surselor de informare

Articolul 10. Protecția jurnaliștilor

Articolul 11. Respectarea drepturilor fundamentale ale omului

Articolul 12. Accesul la servicii media audiovizuale

Articolul 13. Asigurarea informării corecte

Articolul 14. Dreptul la replică

Articolul 15. Protecția minorilor

Articolul 16. Protecția persoanelor cu dizabilități

Articolul 17. Protejarea spațiului audiovizual național

Articolul 18. Echilibrul de gen

Articolul 19. Responsabilități culturale

Articolul 20. Accesul la evenimente de importanță majoră

Articolul 21. Transparența proprietății furnizorilor de servicii media

Articolul 22. Difuzarea anunțurilor ce vizează starea de urgență, de asediu și de război

Articolul 23. Protecția drepturilor de autor

Capitolul III. SERVICIILE MEDIA AUDIOVIZUALE LINIARE _____ 27

Articolul 24. Organizarea și funcționarea serviciilor media liniare

Articolul 25. Licența de emisie

Articolul 26. Prolungirea de drept a licenței de emisie

Articolul 27. Anularea licenței de emisie

Articolul 28. Regimul juridic al proprietății

Articolul 29. Limitarea cotei de audiență

Articolul 30. Măsurarea cotelor de audiență

Capitolul IV. FURNIZORII PUBLICI DE SERVICII MEDIA _____ 32

Articolul 31. Misiunea furnizorilor publici de servicii media

Articolul 32. Statutul juridic al furnizorilor publici de servicii media

Articolul 33. Obiectul de activitate al furnizorilor publici de servicii media

Articolul 34. Independența editorială a furnizorilor publici de servicii media

Articolul 35. Atribuțiile furnizorilor publici de servicii media

Capitolul V. FURNIZORUL PUBLIC NAȚIONAL DE SERVICII MEDIA _____ 35

Articolul 36. Funcționarea furnizorului public național de servicii media

Articolul 37. Directorul general

Articolul 38. Atribuțiile Comitetului managerial

Articolul 39. Caietul de sarcini

Articolul 40. Proprietatea furnizorului public național de servicii media

Articolul 41. Bugetul furnizorului public național de servicii media

Articolul 42. Consiliul de Supraveghere

Articolul 43. Componența Consiliului de Supraveghere

Articolul 44. Incompatibilități cu funcția de membru al Consiliului de Supraveghere

Articolul 45. Atribuțiile Consiliului de Supraveghere

Articolul 46. Activitatea Consiliului de Supraveghere

Articolul 47. Remunerarea membrilor Consiliului de Supraveghere

Articolul 48. Responsabilitatea Consiliului de Supraveghere

Capitolul VI. FURNIZORII COMUNITARI DE SERVICII MEDIA _____ 43

Articolul 49. Constituirea furnizorilor comunitari de servicii media

Articolul 50. Funcționarea furnizorului comunitar

Articolul 51. Finanțarea furnizorului comunitar

Articolul 52. Suspendarea și încetarea activității furnizorului comunitar

Capitolul VII. DISTRIBUITORII DE SERVICII MEDIA _____ 44

Articolul 53. Funcționarea distribuitorilor de servicii media

Articolul 54. Autorizația de retransmisie

Articolul 55. Oferta de servicii media retransmise

Articolul 56. Raportul anual

Capitolul VIII. SERVICIILE MEDIA AUDIOVIZUALE NELINIARE _____ 47

Articolul 57. Organizarea serviciilor media audiovizuale neliniare

Articolul 58. Cerințe de notificare a serviciilor media audiovizuale neliniare

Articolul 59. Avizul de furnizare a serviciilor media neliniare

Articolul 60. Activitatea furnizorilor de servicii media neliniare

Articolul 61. Reguli aplicabile serviciilor media audiovizuale neliniare

Articolul 62. Obligații de informare a publicului

Capitolul IX. COMUNICĂRILE COMERCIALE AUDIOVIZUALE _____ 51

Articolul 63. Dreptul de a furniza comunicări comerciale audiovizuale

Articolul 64. Cerințe generale privind comunicările comerciale audiovizuale

Articolul 65. Cerințe privind protecția minorilor

Articolul 66. Sponsorizarea programelor audiovizuale

Articolul 67. Publicitatea și teleshopping-ul

Articolul 68. Spoturile publicitare și spoturile de teleshopping

Articolul 69. Programele de teleshopping

Articolul 70. Plasarea de produse

Articolul 71. Publicitatea și teleshopping-ul pentru băuturile alcoolice

Articolul 72. Publicitatea și teleshopping-ul pentru produsele medicamentoase și tratamentele medicale

Articolul 73. Publicitatea politică

Capitolul X. CONSILIUL AUDIOVIZUALULUI

56

Articolul 74. Misiunea Consiliului Audiovizualului

Articolul 75. Statutul Consiliului Audiovizualului

Articolul 76. Atribuțiile Consiliului Audiovizualului

Articolul 77. Componența Consiliului Audiovizualului

Articolul 78. Membrii Consiliului Audiovizualului

Articolul 79. Incompatibilități cu funcția de membru al Consiliului Audiovizualului

Articolul 80. Conducerea Consiliului Audiovizualului

Articolul 81. Organizarea și funcționarea Consiliului Audiovizualului

Articolul 82. Finanțarea Consiliului Audiovizualului

Articolul 83. Remunerarea membrilor Consiliului Audiovizualului

Articolul 84. Supraveghere și control

Articolul 85. Răspunderea pentru încălcarea legislației audiovizuale

Articolul 86. Cooperarea cu alte autorități publice

Articolul 87. Cooperarea cu societatea civilă

Articolul 88. Responsabilitatea Consiliului Audiovizualului

Capitolul XI. DISPOZIȚII FINALE ȘI TRANZITORII

65

Articolul 89. Intrarea în vigoare a prezentului cod

Articolul 90. Dispoziții tranzitorii

Proiect	Explicații, considerente, argumentări
<p align="center">CODUL SERVICIILOR MEDIA AUDIOVIZUALE AL REPUBLICII MOLDOVA (CODUL AUDIOVIZUALULUI)</p> <p>Confirmând adeziunea Republicii Moldova la standardele europene privind libertatea de exprimare și accesul la serviciile media audiovizuale, în temeiul art.66 lit.d), art.72 alin.(3) lit.r), art.126 alin.(2) lit.a)-b) și art.132 alin.(1) din Constituția Republicii Moldova, Parlamentul adoptă prezentul cod.</p> <p>Prezentul cod creează cadrul necesar aplicării Directivei 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 10 martie 2010 privind coordonarea anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de servicii mass-media audiovizuale (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale), publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene nr. L 95 din 15 aprilie 2010.</p>	<p>Codul serviciilor media audiovizuale (SMAV) are drept scop transpunerea în legislația națională a Directivei 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 10 martie 2010 privind coordonarea anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de servicii media audiovizuale, numită uzual <i>Directiva serviciilor media audiovizuale</i> (DSMAV). Din acest motiv, credem că este necesar un titlu adecvat pentru legislația națională – "<i>Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova</i>".</p> <p>Autorii au ținut cont de sugestiile și observațiile cuprinse în expertizele internaționale oferite în 2011 de Consiliul Europei (CoE), Organizația pentru Securitate și Cooperare în Europa (OSCE) și Uniunea Europeană de Radio și Televiziune (UERT) la proiectul Codului Audiovizualului elaborat de societatea civilă, precum și de prevederile noi cuprinse în Propunerea de Directivă a Parlamentului European și a Consiliului de modificare a Directivei 2010/13/UE privind coordonarea anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de servicii mass-media audiovizuale având în vedere evoluția realităților pieței.</p> <p>De asemenea, autorii au conlucrat activ cu cei doi experți europeni, Jean-François Furnémont și Marc Janssen, cooptați de Consiliul Europei pentru oferirea consultanței în elaborarea draft-ului, precum și cu membrii subgrupului tematic nr.1 (Elaborarea unui nou Cod al Audiovizualului) creat în cadrul Grupului de lucru pentru îmbunătățirea legislației mass-media a Republicii Moldova.</p>
Capitolul I. DISPOZIȚII GENERALE	
Articolul 1. Semnificația termenilor și expresiilor utilizate	
<p>(1) În sensul prezentului cod, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații:</p>	
<p><i>serviciu media audiovizual</i> – serviciu al cărui scop principal, al serviciului propriu-zis sau al unei secțiuni disociabile a acestuia, este furnizarea de programe audiovizuale, sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii media, în scop informativ, de divertisment sau educativ, pentru publicul larg, prin rețele de comunicații electronice. Un astfel de serviciu este fie un serviciu de televiziune/radiodifuziune sonoră (serviciu liniar), fie un serviciu media audiovizual la cerere (serviciu neliniar) sau o comunicare comercială audiovizuală;</p>	<p>Dat fiind că în sensul DSMAV „<i>serviciu media audiovizual</i>” înseamnă servicii de televiziune, am concretizat în definiție că noțiunea, pentru realitățile din Republica Moldova, semnifică și serviciile de radiodifuziune sonoră. Termenul „radiodifuziune sonoră” este consacrat la nivel internațional, inclusiv în legislațiile naționale ale unor țări precum Marea Britanie (“sound broadcasting”), România (“radiodifuziune sonoră”), Belgia și Franța (“radiodiffusion sonore”), Italia (radiodiffusione sonora) și altele.</p> <p>Definiția a fost ajustată și din perspectiva propunerii de revizuire a DSMAV la sugestia expertului Consiliului Europei, Jean-François Furnémont, și anume că trebuie să avem în vedere că obiectivul principal de a furniza programe (în scop informativ, de divertisment sau educativ) este al serviciului <i>”sau al unei părți</i></p>

	<p><i>disociabile a acestuia</i>".</p> <p>Această propunere este făcută cu scopul de a ajusta proiectul de Cod ținând cont de procesul de revizuire curentă a DSMAV și având în vedere discuțiile trilaterale dintre Comisie, Parlament și Consiliu, care sunt în curs de desfășurare. Propunerea este conformă cu DSMAV și ia în considerare jurisprudența Curții Europene de Justiție, în special cazul New Media Online (C-347/14).</p>
<p><i>serviciu media audiovizual liniar</i> – serviciu media audiovizual pus la dispoziția publicului de către un furnizor de servicii media pentru vizionarea/audierea simultană de programe audiovizuale, pe baza unei grile de programe elaborate de furnizorul de servicii media;</p>	<p>Un serviciu media audiovizual liniar înseamnă, de fapt, un serviciu de programe de televiziune și sau de radiodifuziune sonoră. Din acest considerent, am decis renunțarea la noțiunea "serviciu de programe" și la noțiunea "radiodifuzor" pentru a elimina confuziile eventuale și pentru a unifica limbajul utilizat în corpul legii.</p> <p>În conformitate cu art.1, alin.(1), lit.e) din DSMAV, un serviciu media audiovizual liniar înseamnă "un serviciu media audiovizual prestat (furnizat) de un furnizor de servicii media pentru vizionarea simultană de programe pe baza unei grile de programe;".</p>
<p><i>serviciu media audiovizual neliniar</i> (serviciu la cerere) – serviciu media audiovizual pus la dispoziție de către un furnizor de servicii media pentru vizionarea/audierea de programe audiovizuale, la cererea individuală a utilizatorului și în momentul ales de acesta, pe baza unui catalog de programe stabilit de furnizorul de servicii media;</p>	<p>În conformitate cu art.1, alin.(1), lit.g) din DSMAV, un serviciu neliniar înseamnă "un serviciu media audiovizual prestat de un furnizor de servicii media pentru vizionarea de programe la momentul ales de utilizator și la cererea individuală a acestuia, pe baza unui catalog de programe selecționate de furnizorul de servicii media;".</p>
<p><i>program audiovizual</i> – ansamblu de imagini în mișcare cu sau fără sunet, în cazul unui program televizual, sau ansamblu de sunete, în cazul unui program sonor, indiferent de durata sa, care constituie un întreg identificabil prin titlu, conținut sau formă în cadrul unei grile sau al unui catalog realizat de un furnizor de servicii media, evenimente sportive, comedii de situație, documentare, programe de divertisment și de tip reality, programe pentru copii și piese de teatru;</p>	<p>Noțiunea a fost ajustată în conformitate cu propunerea de revizuire a DSMAV, la definiția „program” s-a adăugat sintagma "indiferent de durata sa".</p>
<p><i>program audiovizual în primă difuzare</i> – program audiovizual difuzat în premieră, în cadrul unui serviciu media audiovizual liniar;</p>	<p>Definiția este oportună pentru a fi exclusă practica de a realiza un program și de a-l redifuză în cadrul aceluiași serviciu media de mai multe ori cu scopul de a se conforma cerințelor de ordin cantitativ.</p>
<p><i>serviciu media audiovizual generalist</i> – serviciu care furnizează programe audiovizuale cu conținut primordial informativ, educativ și de divertisment, în principalele domenii de interes și care se adresează majorității publicului;</p>	<p>Pentru ca norma să fie, mai degrabă, permisivă decât restrictivă, la sugestia experților CoE (2011), am indicat conținutul "primordial" informativ, educativ și de divertisment, și nu în exclusivitate "informativ, educativ și de divertisment".</p>
<p><i>serviciu media audiovizual de știri</i> – serviciu care furnizează programe audiovizuale cu conținut primordial informativ și informativ-analitic, axat pe actualitatea internă și externă și care se adresează majorității publicului;</p>	<p>Față de serviciile media audiovizuale de știri și generaliste, al căror impact asupra formării opiniei publice este mai mare, rigorile trebuie să fie mai mari decât față de cele tematice motiv pentru care este necesar de a defini aceste trei tipuri de servicii.</p>
<p><i>serviciu media audiovizual tematic</i> – serviciu care furnizează programe audiovizuale dedicate preponderent unui anumit domeniu tematic sau care se adresează unui segment al publicului;</p>	

<p><i>serviciu de teletext</i> – informații codificate, care pot fi accesate sub formă de text cu ajutorul unui decodor standard al receptorului TV, în momentul, pe durata și pentru conținutul ales;</p> <p><i>serviciu de videotext</i> – mesaje sub formă de text sau semne grafice, în cadrul unei grile ori al unui catalog, realizate de un furnizor de servicii media, având forma și conținutul serviciilor de televiziune sau fiind comparabil ca formă și conținut cu acestea;</p>	
<p><i>rețea de comunicații electronice</i> – sisteme de transmisie și, după caz, echipamente de comutare sau de rutare și alte resurse, inclusiv elemente de rețea care nu sunt active, care permit transmiterea semnalelor prin cablu, unde radio, prin mijloace optice sau prin alte mijloace electromagnetice, inclusiv rețele de satelit, rețele terestre fixe (cu comutare de circuite sau de pachete, inclusiv Internet) și mobile, sisteme care utilizează rețeaua electrică, atât timp cât servesc la transmiterea semnalelor, rețelele utilizate pentru difuzarea programelor de radio și televiziune și rețelele de televiziune prin cablu, indiferent de tipul de informație transmisă);</p>	<p>Definiția se regăsește în Legea comunicațiilor electronice fiind preluată din articolul 2 litera (a) al Directivei 2002/21/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 7 martie 2002 privind un cadru de reglementare comun pentru rețelele și serviciile de comunicații electronice.</p>
<p><i>transmisie</i> – furnizarea primară, prin rețele de comunicații electronice, a serviciilor media audiovizuale liniare destinate recepționării de către public;</p> <p><i>retransmisie</i> – captarea și furnizarea, simultană sau cvasi simultană, prin orice mijloace tehnice a serviciilor media audiovizuale sau a unor părți ale acestora (versiuni prescurtate), în integralitatea lor și fără vreo modificare, destinate recepționării de către public;</p>	<p>Am adaptat definițiile la prevederile Convenției Europene cu privire la Televiziunea Transfrontalieră (CETT) și DSMAV pentru noțiunile "<i>transmisie</i>" (furnizare în loc de difuzare) și "<i>retransmisie</i>" (a fost adăugată sintagma "cvasi simultană").</p>
<p><i>furnizor de servicii media</i> – persoană fizică sau juridică având responsabilitate editorială pentru alegerea conținutului audiovizual al serviciului media audiovizual și care stabilește modul de organizare a acestuia;</p>	<p>Definiția este în corespundere cu prevederile DSMAV.</p>
<p><i>responsabilitate editorială</i> – exercitarea unui control efectiv asupra selectării programelor audiovizuale și asupra organizării acestora, fie într-o grilă cronologică, în cazul serviciilor de televiziune/radiodifuziune sonoră, fie într-un catalog, în cazul serviciilor media audiovizuale neliniare;</p>	<p>Definiția este în corespundere cu prevederile DSMAV.</p>
<p><i>furnizor național de servicii media</i> – furnizor ale cărui servicii media audiovizuale liniare se adresează publicului la nivel național și pot fi recepționate de cel puțin 2/3 din populația Republicii Moldova;</p> <p><i>furnizor regional de servicii media</i> – furnizor ale cărui servicii media audiovizuale liniare se adresează publicului la nivel regional și pot fi recepționate de cel puțin 1/3 din populația Republicii Moldova;</p> <p><i>furnizor local de servicii media</i> – furnizor ale cărui servicii media audiovizuale liniare se adresează publicului la nivel local și pot fi recepționate de mai puțin de 1/3 din populația Republicii Moldova;</p>	<p>La clasificarea furnizorilor de servicii media autorii se ghidează de criteriul numeric al populației și de cel de conținut al serviciilor media audiovizuale. Clasificările sunt necesare pentru a stabili cerințe specifice suplimentare pentru diferite categorii de furnizori de servicii media, în particular, în cadrul campaniilor electorale și la diferențierea cotelor de producție proprie.</p> <p>Consiliul Audiovizualului va actualiza periodic lista furnizorilor de servicii media naționali, regionali și locali.</p>
<p><i>distribuitor de servicii media</i> – persoană care constituie și pune la dispoziția publicului, prin retransmisie, o ofertă de servicii media audiovizuale pe bază de relații contractuale cu furnizori de servicii media sau persoane autorizate în condițiile legii;</p>	
<p><i>servicii media audiovizuale libere la retransmisie</i> – servicii a căror retransmisie nu este condiționată financiar sau tehnic de către furnizorii de servicii media sau de</p>	<p>Oportunitatea serviciilor media audiovizuale "must carry" este îndreptățită prin necesitatea ca acestea să ajungă la un număr cât mai mare de utilizatori (de</p>

<p>către reprezentanții legali ai acestora; <i>servicii media audiovizuale "must carry"</i> – servicii media audiovizuale libere la retransmisie, a căror retransmisie este obligatorie pentru distribuitorii de servicii media în baza unei liste stabilite anual de Consiliul Audiovizualului;</p>	<p>exemplu, serviciile publice naționale și regionale). Definiția serviciilor "must carry" a fost ajustată la sugestia distribuitorilor de servicii media, precizându-se că este vorba despre servicii libere la retransmisie.</p>
<p><i>materiale video generate de utilizatori</i> – o serie de imagini în mișcare cu sau fără sunet care constituie un singur element, indiferent de durata sa, care este creat de către un utilizator și încărcat pe o platformă de partajare a materialelor video de către acesta sau de un alt utilizator; <i>utilizator</i> – persoană ce utilizează, o dată sau mai multe ori, un serviciu media audiovizual destinat publicului;</p>	<p>Definiția a fost formulată în baza propunerilor de revizuire a DSMAV (se adaugă "indiferent de durata sa").</p>
<p><i>comunicare comercială audiovizuală</i> – mesaje sonore sau imagini cu sau fără sunet, care sunt destinate să promoveze, direct ori indirect, bunurile, serviciile sau imaginea unei persoane fizice ori juridice care desfășoară o activitate economică. Mesajele sonore sau imaginile respective însoțesc sau sunt incluse într-un program audiovizual în schimbul unei plăți sau retribuții similare sau în scopul autopromovării. Formele de comunicări comerciale audiovizuale includ, printre altele, publicitatea, sponsorizarea, teleshopping-ul și plasarea de produse; <i>comunicare audiovizuală cu conținut comercial mascat</i> – reprezentarea prin cuvinte și/sau imagini a bunurilor, serviciilor, numelui, mărcii ori activităților unui producător de bunuri sau furnizor de servicii în cadrul programelor audiovizuale, în cazul în care o astfel de reprezentare este destinată de către furnizorul de servicii media unor scopuri publicitare nedeclarate și poate induce în eroare publicul cu privire la natura sa. Astfel de reprezentări se consideră intenționate, în particular, atunci când se fac în schimbul unei plăți sau al unei retribuții similare;</p>	<p>Definiție, la sugestia experților CoE, ajustată la legislația comunitară (DSMAV).</p>
<p><i>publicitate</i> – orice formă de mesaj difuzat fie în schimbul unei plăți, fie al unei contraprestații sau difuzat în scopuri de autopromovare, de către o persoană juridică sau fizică, în legătură cu o activitate comercială, domeniu de activitate, meserie ori profesie, pentru a promova o cauză/idee sau furnizarea de bunuri și servicii, inclusiv bunuri imobiliare, drepturi și obligații; <i>sponsorizare</i> – orice contribuție a unei întreprinderi publice sau private la finanțarea programelor de televiziune în vederea promovării denumirii, a mărcii sale, a imaginii, a activităților ori produselor proprii; <i>teleshopping</i> – oferta directă transmisă publicului în vederea furnizării de bunuri sau servicii, inclusiv bunuri imobiliare, drepturi și obligații, în schimbul unei plăți;</p>	<p>Definiția noțiunii de "publicitate" este preluată din CETT la sugestia experților europeni. Definiția noțiunii de "sponsorizare" a fost adusă în concordanță cu DSMAV.</p>
<p><i>plasare de produse</i> – orice formă de comunicare comercială audiovizuală constând în includerea unui produs, serviciu sau a mărcilor acestora ori în referirea la acestea, astfel încât acesta să fie prezentat în cadrul unui program în schimbul unei plăți sau contraprestații;</p>	
<p><i>publicitate interactivă</i> – tehnică de difuzare a publicității televizate care permite telespectatorului să opteze pentru accesul la publicitate prin intermediul unui serviciu media audiovizual neliniar, la momentul, pe durata și la conținutul publicitar ales de acesta; <i>publicitate prin ecran partajat</i> – tehnică de difuzare a publicității televizate, inclusiv a autopromovării, sau a elementelor de identificare a sponsorului, care</p>	<p>Exemplu de publicitate virtuală: în cazul transmiterii unui meci de fotbal, publicitatea fizică amplasată pe perimetrul stadionului este înlocuită de către furnizorul de servicii media cu altă publicitate în bază de contract.</p>

<p>constă în divizarea spațială a ecranului pentru difuzarea televizată simultană a conținutului editorial și a conținutului publicitar sau a mesajului privitor la sponsor;</p> <p><i>publicitate virtuală</i> – tehnică de difuzare a publicității televizate care constă în prelucrarea imaginii, în cazul difuzării de transmisii ale unor evenimente, prin înlocuirea imaginii panourilor publicitare expuse în incinta în care se desfășoară respectivele evenimente cu mesaje publicitare introduse de furnizorul de servicii media sau prin suprapunerea de noi imagini cu astfel de mesaje în orice zonă a imaginii transmise;</p> <p><i>sponsorizare virtuală</i> – tehnică de difuzare a elementelor de identificare a sponsorului, care constă în prelucrarea imaginii, în cazul difuzării de transmisii ale unor evenimente, prin înlocuirea imaginii panourilor publicitare expuse în incinta în care se desfășoară respectivele evenimente cu mesaje referitoare la sponsori, introduse de furnizorul de servicii media sau prin suprapunerea de noi imagini cu astfel de mesaje în orice zonă a imaginii transmise;</p>	
<p><i>mesaj subliminal</i> – orice mesaj care utilizează stimuli prea slabi pentru a putea fi percepuți în mod conștient, dar care poate influența comportamentul publicului;</p>	
<p><i>durată programată</i> – interval de timp care însumează durata efectivă a programului audiovizual sau a tranșei de program și durata publicității difuzată, după caz, în interiorul acestora;</p>	
<p><i>spot izolat</i> – spot de publicitate sau de teleshopping care nu este precedat și nici succedat de un alt spot de publicitate sau de teleshopping;</p>	
<p><i>drepturi de exclusivitate</i> – drepturile obținute de către un furnizor de servicii media, în temeiul unui contract, de la organizatorul unui eveniment și/sau de la proprietarul ori, după caz, administratorul locului unde se desfășoară evenimentul, de la autori și de la alți deținători de drepturi, în vederea difuzării exclusive de către acest furnizor de servicii media, pe o zonă geografică determinată;</p>	
<p><i>eveniment de importanță majoră</i> – orice eveniment care poate prezenta interes major pentru o parte substanțială a publicului și care este cuprins în lista aprobată de Consiliul Audiovizualului;</p>	Definiție ajustată la recomandarea expertizei CoE.
<p><i>licență de emisie</i> – actul juridic emis de Consiliul Audiovizualului prin care unui furnizor de servicii media, aflat în jurisdicția Republicii Moldova, i se acordă dreptul de a difuza un anumit serviciu media audiovizual liniar;</p> <p><i>autorizație de retransmisie</i> – actul juridic emis de Consiliul Audiovizualului prin care unui distribuitor de servicii media i se acordă dreptul de a retransmite o ofertă de servicii media audiovizuale;</p> <p><i>aviz de furnizare</i> – actul administrativ emis de Consiliul Audiovizualului prin care unui furnizor de servicii media i se acordă dreptul de a pune la dispoziția publicului servicii media audiovizuale neliniare;</p>	
<p><i>sistem cu acces condiționat</i> – orice modalitate tehnică sau dispozitiv prin intermediul căruia accesul la un serviciu media audiovizual protejat se poate face în mod restricționat, pe bază de abonament sau pe baza altei forme de autorizare individuală prealabilă;</p>	
<p><i>ore de maximă audiență</i> – interval de timp cuprins între orele 06.00-10.00, 17.00-</p>	La definirea orelor de maximă audiență pentru serviciile de televiziune am ajuns

<p>23.00 în zilele de luni până vineri și 06.00–24.00 în zilele de sâmbătă și duminică, precum și în zilele de sărbătoare nelucrătoare prevăzute de Codul Muncii al Republicii Moldova pentru serviciile de televiziune și 06.00-10.00, 12.00-15.00, 17.00-20.00 pentru serviciile de radiodifuziune sonoră;</p>	<p>la un consens convenit în cadrul ședințelor subgrupului tematic. Se consideră că prime-time-ul la radio are, în general, trei tranșe orare.</p>
<p><i>autopromovare</i> – anunțuri privind propriile programe audiovizuale și anunțurile privind propriile produse auxiliare derivate direct din acestea;</p>	
<p><i>pluralism audiovizual</i> (intern și extern) – stare a domeniului audiovizualului care întrunește, cumulativ, următoarele caracteristici:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) diversitate de furnizori de servicii media și de servicii media audiovizuale; b) diversitate de programe audiovizuale în cadrul aceluiași serviciu media audiovizual; c) prezența în serviciile media audiovizuale, în particular a celor liniare, a opiniilor publicului larg; d) furnizori de servicii media liberi, autonomi, independenți economic și editorial; e) acces al majorității publicului la gama de opinii prezente în serviciile media audiovizuale. 	<p>Este o definiție ce nu s-a regăsit până acum în legislația națională, decât ca noțiune nedefinită. Considerăm oportună definiția pentru a impulsiona dezvoltarea în țară a unui pluralism audiovizual real, benefic pentru informarea adecvată a populației și pentru fortificarea democrației în general. Pluralismul audiovizual real ar fi și un antidot la propagandă, dezinformare, manipulare prin intermediul mass-media.</p>
<p><i>dezinformare mediatică</i> – formă de agresiune informațională care, făcând uz de zvonuri, falsuri, minciună, amplificare sau diminuare voită a semnificației unui fapt și/sau a consecințelor unei acțiuni, disimulând sursele și scopurile reale, oferind imagini deformate și interpretări tendențioase a realității, urmărește manipularea audienței cu scopul de a discredita persoane, a genera conflicte, a câștiga încrederea unor factori de decizie, a modifica și dirija opinii, conduita politică și comportamentele individuale și de grup.</p>	<p>Este o noțiune și o definiție ce nu au, deocamdată, consacrare juridică. Am optat pentru sintagma "<i>dezinformare mediatică</i>" și nu pentru alta, gen "<i>manipulare</i>", "<i>intoxicare</i>", etc., din motiv că dezinformarea, ca practică mediatică reprobabilă, utilizează elemente caracteristice și manipulării și zvonurilor și publicității etc.</p>
<p><i>propagandă mediatică</i> – formă de persuasiune și/sau de răspândire a unor idei, de către furnizorii de servicii media, cu scopul de a influența atitudinile, convingerile și comportamentele oamenilor sau de a sprijini ori compromite instituții, cauze sau persoane, prin prezentare părtinitoare a informației și reflectare selectivă a evenimentelor.</p>	<p>Noțiunea de propagandă mediatică a fost folosită la cea de-a 44-a reuniune a EPRA de la Yerevan (20-21 octombrie 2016), definiție dată de cercetătorii Johnnie Manzarria și Jonathon Bruck.</p>
<p><i>discurs de ură</i> – exprimare care propagă, incită, promovează sau justifică ura rasială, xenofobia, antisemitismul sau alte forme de ură fondate pe intoleranță sau discriminare bazată pe sex, origine rasială sau etnică, naționalitate, religie sau credință, dizabilitate sau orientare sexuală;</p>	<p>Definiția este preluată din Recomandarea 97(20) a Comitetului de Miniștri al Consiliului Europei cu privire la discursul de ură.</p>
<p><i>producător independent</i> – persoană fizică sau juridică stabilită sau înregistrată în Republica Moldova, independentă în raport cu un furnizor de servicii media, care întrunește cumulativ următoarele criterii:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) dispune de personalitate juridică distinctă de cea a unui furnizor de servicii media; b) nu dispune, direct sau indirect, de mai mult de 15% din capitalul unui furnizor de servicii media; c) nu încasează mai mult de 2/3 din veniturile sale (cifra sa de afaceri) pe o perioadă de 3 ani din vânzările de produse către unul și același furnizor de servicii media; d) capitalul său nu este deținut în proporție mai mare de 15% de către o persoană fizică sau juridică (societate) care deține, la rândul său, direct sau indirect, 	<p>Definiția este preluată din legislația Belgiei, aceasta fiind în corespundere cu dispozițiile DSMAV (considerentul 71).</p>

<p>mai mult de 15% din capitalul unui furnizor de servicii media;</p> <p><i>spațiu audiovizual național</i> – spațiu mediatic constituit structural și compozițional din servicii media audiovizuale locale, regionale, naționale și internaționale, comunitare, publice și private, generaliste și tematice, informative, educative și de divertisment, puse la dispoziția publicului prin rețele de comunicații electronice.</p> <p><i>protejarea spațiului audiovizual național</i> – ansamblu de măsuri având ca scop eliminarea factorilor interni sau externi, intenționali sau involuntari, ce prejudiciază sau pot afecta integritatea instituțională, funcțională, structurală, de conținut, tehnologică sau de altă natură a spațiului de referință și crearea ambianței sociale propice pentru funcționarea spațiului audiovizual național în condiții de securitate legală, politică, economică, culturală sau de altă natură.</p>	<p>Este o noțiune ce vine s-o substituie pe cea din Codul în vigoare – "<i>spațiu informațional</i>". Definiția explică mai exact noțiunea, care este mult mai îngustă ca semnificație și decât spațiul informațional, și decât spațiul mediatic, acesta din urmă însemnând toate tipurile de media: presă print, radio, tv și new media.</p>
<p><i>control</i> – posibilitate de a exercita o influență decisivă asupra unei persoane juridice, care decurge din drepturi, din contracte sau din orice alte mijloace, separat sau combinate, în sensul art. 4 al Legii concurenței, ținând seama de circumstanțele de drept și de fapt relevante, în special din:</p> <ul style="list-style-type: none"> – dreptul de proprietate sau de folosință integrală ori parțială asupra activelor unei persoane juridice; – drepturi sau contracte care conferă o influență decisivă asupra structurii, voturilor sau deciziilor organelor de conducere ale unei persoane juridice. <p>Controlul este dobândit de persoane fizice sau juridice care sunt titulare ale drepturilor ori beneficiare ale drepturilor în baza contractelor în cauză sau care, deși nu sunt titulare ale acestor drepturi sau beneficiare ale drepturilor în baza acestor contracte, au puterea de a exercita drepturile care decurg din acestea;</p> <p><i>proprietar beneficiar</i> – persoană fizică care, în temeiul legii și/sau al contractului, se află în una sau mai multe din următoarele situații:</p> <ul style="list-style-type: none"> – beneficiază sau poate beneficia de orice tip de venit din activitatea unui furnizor de servicii media sau distribuitor de servicii media și nu are obligația de a preda acest venit unei terțe persoane; – deține, direct sau indirect, prin persoane afiliate în sensul art. 6 al Legii privind piața de capital, controlul asupra furnizorului de servicii media sau distribuitorului de servicii; – are calitatea de membru al organului de conducere al unei persoane juridice cu scop necomercial sau al unei persoane juridice în care nicio persoană fizică nu deține o cotă de participare egală cu sau mai mare decât cota substanțială, de asemenea are competența să revoce, singură sau împreună cu alți membri, majoritatea membrilor consiliului, organul executiv sau majoritatea membrilor organului executiv și/sau cenzorul ori majoritatea membrilor comisiei de cenzori a furnizorului de servicii media sau a distribuitorului de servicii media. 	<p>Codul în vigoare – definiții preluate de la art.1, lit.x) și lit.y).</p>
<p><i>multiplex</i> – sistem de structurare a unui set de servicii media audiovizuale și de servicii auxiliare, integrate într-un flux digital și difuzate printr-un canal radio de televiziune digitală terestră;</p> <p><i>furnizor de multiplex</i> – 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</p>	

<p>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>slot</i> – o parte a fluxului digital din cadrul multiplexului, suficientă pentru transmisiunea/retransmisia unui serviciu media audiovizual.</p>	
<p>Articolul 2. Scopul și sfera de aplicare</p>	
<p>(1) Prezentul cod are drept scop:</p> <p>a) să asigure dreptul de a primi informații corecte și obiective și să contribuie la formarea liberă a opiniilor;</p> <p>b) să garanteze dreptul la independență editorială și libertatea de exprimare;</p> <p>c) să asigure independența autorității de reglementare a domeniului și a autorității de supraveghere a furnizorilor de servicii media publice;</p> <p>d) să asigure, să mențină și să dezvolte pluralismul audiovizual;</p> <p>e) să asigure securitatea și dezvoltarea spațiului audiovizual național.</p> <p>(2) Prezentul cod are ca obiect de reglementare furnizarea și distribuția serviciilor media audiovizuale de către furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media aflați în jurisdicția Republicii Moldova.</p> <p>(3) Prezentul cod nu se aplică:</p> <p>a) serviciilor web care nu intră în concurență cu serviciile media audiovizuale, conținutul audiovizual prezent pe site fiind doar ocazional și accesoriu scopului principal al serviciului;</p> <p>b) serviciilor web care furnizează conținuturi audiovizuale care nu sunt mijloace de informare în masă în sensul obiectivului de a informa, educa și distra publicul larg;</p> <p>c) site-urilor web care furnizează conținut audiovizual generat de către utilizatori privați, în scopul punerii în comun și al schimbului în cadrul unei comunități de interese;</p> <p>d) jocurilor de noroc online, inclusiv loteriile, pariurile și alte forme de servicii din domeniul jocurilor de noroc, cu excepția jocurilor și concursurilor difuzate, în condițiile legii, în cadrul unui serviciu media audiovizual;</p> <p>e) versiunilor electronice ale ziarelor și revistelor;</p> <p>f) motoarelor de căutare pe internet;</p> <p>g) oricărei forme de corespondență privată.</p> <p>(4) Subiecți ai prezentului cod sunt:</p> <p>a) furnizorii de servicii media aflați în jurisdicția Republicii Moldova;</p> <p>b) distribuitorii de servicii media aflați în jurisdicția Republicii Moldova;</p> <p>c) autoritatea de reglementare în domeniul serviciilor media audiovizuale;</p> <p>d) autoritatea de supraveghere a furnizorilor publici de servicii media.</p> <p>(5) În sensul prezentului cod, un furnizor de servicii media este considerat aflat în jurisdicția Republicii Moldova dacă întrunește una dintre următoarele condiții:</p> <p>a) are sediul principal în Republica Moldova și deciziile editoriale privind serviciul media audiovizual sunt luate în Republica Moldova;</p> <p>b) are sediul principal în Republica Moldova și o parte majoritară a forței de muncă implicate în furnizarea de servicii media audiovizuale își desfășoară</p>	

activitatea în Republica Moldova;

c) deciziile editoriale privind serviciile media audiovizuale se iau în Republica Moldova și o parte majoritară a forței de muncă implicate în activitatea de furnizare a serviciilor media audiovizuale își desfășoară activitatea în Republica Moldova.

(6) Furnizorul de servicii media care nu întrunește niciuna dintre condițiile prevăzute la alin.(5) și nu este stabilit în alt stat participant la Convenția europeană a Consiliului Europei cu privire la televiziunea transfrontalieră este considerat a fi în jurisdicția Republicii Moldova, dacă se află în una dintre următoarele situații:

a) utilizează o frecvență acordată de autoritatea publică competentă din Republica Moldova;

b) utilizează un slot acordat de autoritatea publică competentă din Republica Moldova;

c) utilizează o capacitate de satelit ce aparține Republicii Moldova;

d) utilizează o legătură ascendentă la satelit, situată pe teritoriul Republicii Moldova;

e) utilizează o legătură la internet, situată pe teritoriul Republicii Moldova.

(7) Dacă, în stabilirea jurisdicției aplicabile, criteriile prevăzute la alin.(5) și (6) nu sunt relevante, furnizorul de servicii media va fi considerat în afara jurisdicției Republicii Moldova.

(8) În sensul prezentului cod, un distribuitor de servicii media este considerat aflat în jurisdicția Republicii Moldova dacă întrunește una dintre următoarele condiții:

a) are sediul principal în Republica Moldova, iar deciziile privind crearea ofertelor de servicii media retransmise sunt luate în Republica Moldova;

b) are sediul principal în Republica Moldova, iar o parte majoritară a forței de muncă implicate în crearea și punerea la dispoziția publicului a ofertelor de servicii media retransmise își desfășoară activitatea în Republica Moldova;

c) deciziile privind crearea ofertelor de servicii media retransmise se iau în Republica Moldova, iar o parte majoritară a forței de muncă implicate în activitatea de punere la dispoziția publicului a ofertelor de servicii media retransmise își desfășoară activitatea în Republica Moldova.

(9) Distribuitorul de servicii media care nu întrunește niciuna dintre condițiile prevăzute la alin.(8) și nu este stabilit în alt stat participant la Convenția europeană a Consiliului Europei cu privire la televiziunea transfrontalieră este considerat a fi în jurisdicția Republicii Moldova, dacă se află în una dintre următoarele situații:

a) utilizează o capacitate de satelit ce aparține Republicii Moldova;

b) utilizează un slot acordat de autoritatea publică competentă din Republica Moldova

c) utilizează o legătură ascendentă la satelit, situată pe teritoriul Republicii Moldova;

d) utilizează o legătură la internet, situată pe teritoriul Republicii Moldova.

(10) Dacă, în stabilirea jurisdicției aplicabile, criteriile prevăzute la alin.(8) și (9) nu sunt relevante, distribuitorul de servicii media va fi considerat în afara jurisdicției Republicii Moldova.

<p align="center">Articolul 3. Legislația privind serviciile media audiovizuale</p>	
<p>(1) Legislația privind serviciile media audiovizuale este constituită din tratatele internaționale la care Republica Moldova este parte, Constituția Republicii Moldova, prezentul cod și alte legi.</p> <p>(2) Dacă tratatele internaționale la care Republica Moldova este parte stabilesc alte norme decât cele prevăzute de prezentul cod, alte legi ale Republicii Moldova, se aplică prevederile tratatelor internaționale.</p> <p>(3) Consiliul Audiovizualului, în calitate de autoritate de reglementare, adoptă acte normative în cazurile și în limitele prevăzute de prezentul cod și de tratatele internaționale la care Republica Moldova este parte.</p>	<p>Articolul este redactat în conformitate cu expertiza OSCE.</p>
<p align="center">Articolul 4. Programele audiovizuale proprii</p>	
<p>(1) În sensul prezentului cod, programe audiovizuale proprii sunt:</p> <p>a) programele realizate în exclusivitate cu resurse umane, mijloace tehnice și financiare proprii ale furnizorului de servicii media aflat în jurisdicția Republicii Moldova și producția acestor programe este supervizată și controlată efectiv, din punct de vedere editorial, de către respectivul furnizor de servicii media;</p> <p>b) programele realizate în coproducție și contribuția furnizorului de servicii media aflat în jurisdicția Republicii Moldova la totalul costurilor de producție este majoritară.</p> <p>(2) Programele realizate în coproducție, altele decât cele prevăzute alin.(1) lit.b), sunt considerate programe proprii, într-un procent corespunzător ponderii contribuției furnizorului de servicii media aflat în jurisdicția Republicii Moldova la totalul costurilor de producție.</p> <p>(3) Furnizorii de servicii media au obligația de a transmite, în cadrul serviciilor de televiziune, programe audiovizuale proprii cu următoarele durate medii zilnice:</p> <p>a) furnizorii publici naționali de servicii media – cel puțin 10 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual;</p> <p>b) furnizorii publici regionali de servicii media – cel puțin 8 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual;</p> <p>c) furnizorii privați naționali de servicii media – cel puțin 6 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual;</p> <p>d) furnizorii privați regionali de servicii media – cel puțin 4 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual;</p> <p>e) furnizorii privați locali de servicii media – cel puțin 2 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual.</p> <p>(4) Furnizorii de servicii media au obligația de a transmite, în prima difuzare, cel puțin 50% din cotele de producție proprie prevăzute la alin.(3).</p> <p>(5) Prevederile alin.(4) nu se aplică serviciilor de televiziune bazate preponderent pe difuzarea, în baza arhivelor proprii, a programelor audiovizuale de promovare a patrimoniului cultural național și european.</p> <p>(6) Furnizorii de servicii media au obligația de a transmite, în cadrul serviciilor de radiodifuziune sonoră, programe audiovizuale proprii cu următoarele durate medii zilnice:</p> <p>a) furnizorii publici naționali de servicii media – cel puțin 14 ore pentru fiecare</p>	<p>Acest articol cuprinde cerințe legale care urmăresc să stimuleze producția proprie în beneficiul consumatorilor de programe și să contribuie la dezvoltarea pieței audiovizuale din R. Moldova. În acest sens, autorii au renunțat la noțiunea de "produs autohton" folosită în Codul în vigoare, deoarece nu este un criteriu suficient de motivant pentru dezvoltarea pieței în condițiile în care lasă posibilitatea ca unul și același program audiovizual creat de o televiziune sau un producător din R. Moldova (produs autohton), să fie difuzat la mai multe posturi tv cu unul și același conținut audiovizual, ceea ce nu va contribui la diversitatea de servicii media audiovizuale și la pluralismul mediatic. Tocmai având în vedere o asemenea ipoteză, autorii consideră că așa-numitul "produs autohton", în sens larg și în ansamblul țării, va fi dezvoltat dacă va fi stimulată creșterea producției proprii, reflectată în această propunere de inițiativă legislativă, prin noțiunea de "programe audiovizuale proprii".</p> <p>DSMAV nu face referire la cote de producție proprie, însă trebuie precizat faptul că aceasta nu împiedică statele să adopte norme mai detaliate și mai stricte în legislația națională cu condiția ca aceste reguli să nu contravină principiilor generale ale dreptului european (considerentul 41, DSMAV): <i>"Statele membre ar trebui să poată să aplice norme mai detaliate sau mai stricte în domeniile coordonate prin prezenta directivă în cazul furnizorilor de servicii mass-media aflați sub jurisdicția acestora, asigurându-se în același timp că normele respective sunt coerente cu principiile generale ale dreptului Uniunii"</i>.</p> <p>De asemenea, autorii consideră discriminatoriu volumul de 30% de producție proprie stabilit pentru toate categoriile de radiodifuzori (obligație de 8 ore de produs autohton, în vigoare de la 1 octombrie 2017). Având în vedere capacitatea reală de producție a radiodifuzorilor locali, regionali și naționali, autorii propun o abordare diferențiată.</p> <p>Se propune o diferențiere a cotelor de producție proprie, la televiziune și la radio, deoarece în cazul transmisiilor de televiziune vorbim despre o activitate economică ce necesită resurse mai mari, iar în cazul transmisiilor de radiodifuziune sonoră, cotele pot fi atinse mai ușor. În plus, este prevăzută o cotă fezabilă de producție audiovizuală în prima difuzare.</p>

<p>serviciu media audiovizual;</p> <p>b) furnizorii publici regionali de servicii media – cel puțin 12 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual;</p> <p>c) furnizorii privați naționali de servicii media – cel puțin 10 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual;</p> <p>d) furnizorii privați regionali de servicii media – cel puțin 8 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual;</p> <p>e) furnizorii privați locali de servicii media – cel puțin 6 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual.</p> <p>(7) Furnizorii de servicii media prevăzuți în alin.(3) și (6), au obligația de a transmite programe audiovizuale proprii în proporție de cel puțin 80% în limba română.</p> <p>(8) Furnizorii de servicii media, ale căror servicii media audiovizuale se adresează comunităților din unitățile administrativ-teritoriale în care o minoritate etnică reprezintă o pondere majoritară, au obligația de a transmite programe audiovizuale proprii în proporție de cel puțin 25% în limba română, precum și programe audiovizuale proprii în limba minorității respective.</p> <p>(9) Programele audiovizuale proprii prevăzute în alin.(3), (6)-(7) se difuzează în intervalul orar 06.00-24.00. Cel puțin 50% din durata acestor programe se difuzează în orele de maximă audiență.</p> <p>(10) Furnizorii de servicii media prezintă, în raportul anual la Consiliul Audiovizualului, informații privind respectarea cerințelor prevăzute la alin.(3), (6)-(7).</p> <p>(11) Prevederile prezentului articol nu se aplică serviciilor media audiovizuale comunitare și celor dedicate exclusiv publicității și teleshopping-ului.</p>	
<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 diversificării propriilor servicii media.</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 din țări participante la Convenția europeană a Consiliului Europei cu privire la televiziunea transfrontalieră.</p>	<p>Proporția prevăzută la alin.(2) pentru programele audiovizuale achiziționate de peste hotare este justificată de autori prin faptul că Republica Moldova are încheiat un Acord de Asociere cu Uniunea Europeană care prevede nu doar alinierea legislației naționale la standardele comunitare, ci și cooperarea dintre părți în ceea ce privește promovarea industriilor culturale. A se vedea capitolul 25 al Acordului - Cooperarea în domeniul culturii, al politicii audiovizuale și al mass-media.</p> <p>Considerentul (70), DSMAV: <i>La punerea în aplicare a articolului 16 (n.n., proporția de opere europene), statele membre ar trebui să încurajeze stațiile de emisie să includă un procent corespunzător de coproducții europene sau de producții europene de origine străină.</i></p>
<p>Articolul 6. Operele audiovizuale europene</p>	
<p>(1) În sensul prezentului cod, opere audiovizuale europene sunt:</p> <p>a) operele provenind din statele membre ale Uniunii Europene;</p> <p>b) operele provenind din Republica Moldova și din alte state terțe europene participante la Convenția europeană a Consiliului Europei cu privire la televiziunea transfrontalieră;</p>	<p>Operele audiovizuale originare din R. Moldova sunt considerate opere europene în sensul DSMAV, iar argumentarea privind promovarea acestora se regăsește în considerentul (64):</p> <p><i>”Cerințele minime privind toate transmisiile de televiziune, publice și private, în cadrul Uniunii, pentru producțiile audiovizuale europene, au reprezentat un</i></p>

c) operele coproduse în cadrul unor acorduri privind sectorul audiovizual încheiate între Uniunea Europeană și state terțe și care îndeplinesc condițiile prevăzute în fiecare dintre acordurile respective;

d) operele realizate în baza unor acorduri bilaterale de coproducție încheiate între state membre ale Uniunii Europene și state terțe, cu condiția ca participarea coproducătorilor din Uniune la totalul costurilor de producție să fie majoritară și ca producția să nu fie controlată de unul sau mai mulți producători stabiliți în afara teritoriului statelor membre.

(2) Operele prevăzute la alin.(1), lit.a) și b), sunt opere realizate în cea mai mare parte cu contribuția unor autori și lucrători rezidenți într-unul sau mai multe dintre statele respective și care îndeplinesc una dintre următoarele trei condiții:

a) operele sunt realizate de către unul sau mai mulți producători stabiliți într-unul sau mai multe dintre statele respective;

b) producția operelor este supervizată și controlată efectiv de către unul sau mai mulți producători stabiliți într-unul sau mai multe dintre statele respective;

c) contribuția coproducătorilor din statele respective la totalul costurilor de coproducție este majoritară și coproducția nu este controlată de unul sau mai mulți producători stabiliți în afara statelor respective.

(3) Prevederile alin.(1), lit.b) și lit.c), se aplică numai în cazul operelor provenind din statele membre care nu fac obiectul unor măsuri discriminatorii în statele terțe în cauză.

(4) În cazul serviciilor media audiovizuale liniare, furnizorii de servicii media au obligația să rezerve operelor europene o proporție de 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 teleshopping-ului.

(5) În cazul serviciilor media audiovizuale neliniare, furnizorii de servicii media audiovizuale neliniare au obligația să rezerve operelor europene o proporție de cel puțin **20%** și să le scoată în evidență.

(6) În cazul serviciilor media audiovizuale liniare, furnizorii de servicii media au obligația să rezerve operelor europene create de producători independenți din Republica Moldova, cel puțin **10%** din timpul lor de emisie, din care se scade timpul alocat știrilor, evenimentelor sportive, jocurilor, publicității serviciilor teletext și teleshopping-ului.

(7) Furnizorii de servicii media prezintă, în raportul anual la Consiliul Audiovizualului, informații privind respectarea cerințelor prevăzute la alin.(4)-(6).

(8) Prevederile prezentului articol nu se aplică serviciilor de radiodifuziune sonoră, serviciilor de televiziune comunitare și locale, precum și serviciilor media audiovizuale dedicate exclusiv publicității și teleshopping-ului.

mijloc de promovare a producției, a producției independente și distribuției în industriile menționate anterior și sunt complementare altor instrumente deja existente sau care urmează a fi propuse în favoarea atingerii aceluiași obiectiv”.

La alin.(4), cota de 50% de opere europene este prevăzută la art.16 din DSMAV:

”... Statele membre garantează faptul că stațiile de emisie rezervă operelor europene o proporție majoritară din timpul lor de emisie, din care se scade timpul alocat știrilor, evenimentelor sportive, jocurilor, publicității serviciilor teletext și teleshopping-ului. Această proporție, având în vedere responsabilitățile de ordin informațional, educațional, cultural și de divertisment ale stației de emisie către publicul său, ar trebui atinsă progresiv, pe baza unor criterii adecvate”.

Este important de știut faptul că la fiecare televiziune în parte, volumul efectiv din care se va calcula o durată de timp de cel puțin 50% de opere europene va fi diferit, deoarece din volumul total de emisie se exclud știrile, sport, publicitate, teleshopping, teletext, așa cum prevede DSMAV. Prin urmare, la o televiziune de știri sau la una de sport, cota de cel puțin 50% de opere europene va avea o durată efectivă insignifiantă, iar la una tematică sau chiar și la una generalistă, dar cu mai puține programe de știri (care se exclud din volum) va avea o durată efectivă mai însemnată.

Obligația prevăzută la alin.(5) pentru serviciile media audiovizuale neliniare de a rezerva opere europene este menționată la considerentul (69) din DSMAV:

”Serviciile mass-media audiovizuale la cerere pot fi considerate a avea potențialul de a înlocui parțial transmisiile de televiziune. În consecință, acestea ar trebui să promoveze, dacă este posibil, producția și distribuția de opere europene și să contribuie astfel în mod activ la promovarea diversității culturale. Un astfel de sprijin pentru producțiile europene ar putea, de exemplu, să ia forma unor contribuții financiare din partea acestor servicii la producția și achiziționarea de drepturi asupra operelor europene, a acordării pentru operele europene a unui procent minim în cadrul cataloagelor video la cerere sau a prezentării sub o formă atractivă a operelor europene în cadrul ghidurilor electronice ale programelor”.

Cota de cel puțin 20% de opere europene în cadrul serviciilor media audiovizuale neliniare este prevăzută în art.13 din DSMAV:

(1) *Statele membre se asigură că furnizorii de servicii mass-media audiovizuale la cerere aflați sub jurisdicția lor alocă cel puțin 20% din cataloagele lor operelor europene și garantează scoaterea în evidență a acestor opere.*

La alin.(6), rezervarea unui anumit volum de opere europene create de producătorii independenți are ca obiectiv dezvoltarea pieței audiovizuale prin stimularea de noi surse de producție televizuală. A se vedea considerentul (68) din DSMAV:

	<p><i>"Angajamentul în favoarea menținerii unei anumite proporții de programe difuzate rezervate producțiilor independente, realizate de producători independenți de posturile de televiziune, va stimula noi surse de producție de televiziune, mai ales crearea de întreprinderi mici și mijlocii. Aceasta va oferi noi oportunități și posibilități de manifestare pentru talentele creative, pentru profesiile culturale și pentru angajații din domeniul cultural".</i></p> <p>Cota de cel puțin 10% de opere europene este prevăzută la art.17 din DSMAV:</p> <p><i>"Statele membre garantează că stațiile de emisie rezervă cel puțin 10 % din timpul lor de emisie, din care se scade timpul alocat știrilor, evenimentelor sportive, jocurilor, publicității serviciilor teletext și teleshopping-ului, sau, ca alternativă, la discreția fiecărui stat membru, cel puțin 10 % din bugetul lor de programe pentru opere europene create de producători independenți de stațiile de emisie".</i></p> <p>Se prevede o perioadă de tranziție pentru difuzarea cotei de 50% de opere europene în serviciile media audiovizuale. Astfel, pentru a vedea progresul înregistrat, Consiliul Audiovizualului poate stabili, de exemplu: atingerea unei cote de 30% - în primul an, de 40% - în al doilea an și de 50% - în al treilea an).</p> <p>Se prevede o perioadă de tranziție pentru difuzarea în serviciile media audiovizuale a cotei de 10% de opere europene create de producători independenți, având în vedere că piața de producții independente (de furnizorii de servicii media) este slab dezvoltată. Astfel, Consiliul Audiovizualului poate stabili, de exemplu: atingerea unei cote de 6% - în primul an, de 7% - în al doilea an, de 8% - în al treilea an și așa mai departe.</p> <p>De altfel, stabilirea unor perioade de tranziție pentru atingerea proporțiilor de opere europene prevăzute la alin.(2) și (4) este sugerată și prin considerentul (67) din DSMAV:</p> <p><i>"Proporțiile acordate operelor europene trebuie atinse luând în considerare realitățile economice. În consecință, un sistem progresiv este necesar pentru atingerea acestui obiectiv".</i></p>
Capitolul II. PRINCIPIILE COMUNICĂRII AUDIOVIZUALE	
Articolul 7. Libertatea de exprimare	
<p>(1) Furnizorilor de servicii media și distribuitorilor de servicii media le este garantată libertatea de exprimare.</p> <p>(2) Furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media sunt obligați să respecte dreptul publicului la libertatea de exprimare.</p> <p>(3) Furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media pun la dispoziția publicului servicii media audiovizuale, în conformitate cu prevederile prezentului cod și ale Legii cu privire la libertatea de exprimare.</p> <p>(4) Consiliul Audiovizualului acționează, din oficiu și la sesizare, în vederea</p>	<p>Articolul a fost redactat în conformitate cu propunerile și sugestiile conținute în expertizele CoE și OSCE la proiectul din anul 2011.</p>

<p>asigurării libertății de exprimare.</p> <p>(5) Controlul prealabil al conținutului serviciilor media audiovizuale înainte de difuzarea lor este interzis.</p> <p>(6) Este interzisă transmisia și/sau retransmisia serviciilor media audiovizuale, care au ca efect îngrădirea libertății de exprimare.</p>	
<p>Articolul 8. Independența și libertatea editorială</p>	
<p>(1) Furnizorii de servicii media au dreptul să decidă liber asupra conținutului serviciilor media audiovizuale, în conformitate cu legislația privind serviciile media audiovizuale și condițiile licenței de emisie.</p> <p>(2) Cenzura de orice fel asupra serviciilor media audiovizuale este interzisă.</p> <p>(3) Sunt interzise ingerințele de orice fel în conținutul, forma sau modalitățile de creare și prezentare a programelor audiovizuale și a altor elemente ale serviciilor media audiovizuale din partea oricăror persoane și autorități publice.</p> <p>(4) Nu constituie ingerințe reglementările Consiliului Audiovizualului privind aplicarea prevederilor prezentului cod, adoptate în conformitate cu legislația în vigoare.</p>	
<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) Orice jurnalist este liber să nu dezvăluie date de natură să identifice sursele de informare în legătură directă cu activitatea sa profesională, în conformitate cu Legea cu privire la libertatea de exprimare.</p>	<p>Principiul confidențialității surselor de informare este suficient de elaborat în Legea cu privire la libertatea de exprimare.</p>
<p>Articolul 10. Protecția jurnaliștilor</p>	
<p>(1) Autoritățile publice abilitate asigură:</p> <p>a) protecția jurnaliștilor și a locurilor lor de muncă, în cazul în care aceștia sunt supuși unor presiuni sau amenințări de natură să împiedice ori să restrângă în mod efectiv libera exercitare a profesiei lor;</p> <p>b) protecția sediilor și a localurilor furnizorilor de servicii media în cazul în care acestea sunt supuse unor amenințări de natură să împiedice sau să afecteze libera desfășurare a activității acestora;</p> <p>(2) Protecția asigurată în condițiile alin.(1), nu trebuie să devină pretext pentru a prejudicia libera exprimare a jurnaliștilor, a împiedica sau a restrânge libera exercitare a profesiei ori a revendicării drepturilor fundamentale de către jurnaliști.</p> <p>(3) Constrângerea sau exercitarea presiunii prin amenințare sau intimidare a jurnaliștilor se pedepsesc conform legii.</p> <p>(4) În cazul autosesizării sau în cazul sesizării de către jurnaliști sau furnizorii de servicii media, Consiliul Audiovizualului va examina în ședințe publice cazurile de amenințări, presiuni și intimidări, de natură să împiedice ori să restrângă în mod efectiv libera exercitare a profesiei jurnaliștilor sau activității furnizorilor de servicii media și, după caz, va sesiza autoritățile publice abilitate.</p>	<p>La sugestia experților europeni am adăugat în alin. (1) lit.a) și protecția locurilor de muncă ale jurnaliștilor deoarece acestea ar putea să difere de sediile furnizorilor de servicii media.</p>
<p>Articolul 11. Respectarea drepturilor fundamentale ale omului</p>	
<p>(1) Furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media respectă drepturile</p>	<p>Articolul poartă caracter general, fiind enumerate doar cele mai importante</p>

<p>fundamentale ale omului în cadrul serviciilor media audiovizuale.</p> <p>(2) Sunt interzise programele audiovizuale:</p> <p>a) susceptibile de a propaga, incita, promova sau justifica ura rasială, xenofobia, antisemitismul sau alte forme de ură fondate pe intoleranță sau discriminare bazată pe sex, origine rasială sau etnică, naționalitate, religie sau credință, dizabilitate sau orientare sexuală;</p> <p>b) ce diseminează pornografia infantilă;</p> <p>c) ce prezintă apologetic regimurile totalitare, nazist și comunist, autorii crimelor și abuzurilor acestor regimuri, și denigrează victimele acestora;</p> <p>d) alte programe audiovizuale, a căror difuzare este interzisă de Regulamentul privind conținuturile audiovizuale, elaborat și aprobat de Consiliul Audiovizualului, după ce este consultat cu furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media.</p> <p>(3) Furnizorii de servicii media sunt obligați să respecte legislația cu privire la dreptul persoanei la propria imagine, la onoare, demnitate și reputație profesională, precum și dreptul la respectarea vieții private și de familie.</p>	<p>drepturi. În același timp, sunt necesare reglementări suplimentare, detaliate, care să orienteze mai bine activitatea angajaților din domeniu. Acest lucru, considerăm, este oportun să se regăsească într-un Regulament al Consiliului Audiovizualului, cu prevederi obligatorii pentru furnizorii și distribuitorii de servicii media audiovizuale, un regulament similar cu cele din alte țări, inclusiv din România, și care ar concretiza, în acest caz și în altele asemănătoare (protecția minorilor, protecția persoanelor cu dizabilități, dreptul la informarea corectă, dreptul la replică, etc.), norme particulare ce reies din cele generale.</p>
<p>Articolul 12. Accesul la servicii media audiovizuale</p>	
<p>(1) Orice persoană are dreptul de acces la servicii media audiovizuale.</p> <p>(2) În vederea garantării dreptului prevăzut în alin.(1), Consiliul Audiovizualului instituie reglementări, inclusiv privind asigurarea dreptului persoanei de a accede la servicii media audiovizuale liniare:</p> <p>a) care reflectă diversitatea ideologică, politică, socială, lingvistică, religioasă și culturală a societății;</p> <p>b) furnizate în scop informativ, educativ și de divertisment;</p> <p>c) generaliste, de știri și tematice;</p> <p>d) locale, regionale, naționale și internaționale;</p> <p>e) care nu necesită autorizare individuală prealabilă.</p>	<p>Articolul a fost redactat conform sugestiilor expertizei CoE (de a adăuga în art. (2) a) și diversitatea "socială").</p>
<p>Articolul 13. Asigurarea informării corecte</p>	
<p>(1) În virtutea dreptului fundamental al publicului la informare, furnizorii de servicii media trebuie să respecte următoarele exigențe:</p> <p>a) asigurarea unei distincții clare între fapte și opinii;</p> <p>b) informarea cu privire la un fapt sau un eveniment să fie corectă, verificată și prezentată în mod imparțial și cu bună-credință.</p> <p>(2) În cazul în care informațiile prezentate se dovedesc a fi eronate în mod semnificativ, furnizorul de servicii media trebuie să aducă rectificările necesare în cel mai scurt timp și în condiții similare de difuzare.</p> <p>(3) În cazul în care informația provine din surse confidentiale sau a căror credibilitate nu este suficient verificată, acest fapt trebuie să fie menționat explicit.</p> <p>(4) În programele audiovizuale de știri, unde precizia și corectitudinea sunt esențiale, relatările trebuie să provină din surse sigure, suficient documentate sub aspect factologic, cu o abordare credibilă și imparțială a evenimentelor, cu reflectarea echilibrată a opiniilor diferite.</p> <p>(5) În programele de știri și dezbateri trebuie să fie respectate următoarele reguli:</p>	<p>Denumirea acestui articol este sugerată de art.34 alin.(4) din Constituția R. Moldova: "Mijloacele de informare publică, de stat sau private, sunt obligate să asigure informarea corectă a opiniei publice".</p>

a) rigoare și acuratețe în redactarea și prezentarea știrilor;

b) între subiectul tratat și imaginile ce însoțesc comentariul sa existe o conexiune reală;

c) titlurile și textele afișate pe ecran să reflecte cât mai fidel esența faptelor și datelor prezentate;

d) în cazul difuzării unor reconstituiri să se menționeze în mod clar acest lucru;

e) în cazul prezentării de înregistrări provenind din surse externe redacției, să se precizeze acest lucru;

f) în enunțarea unor ipoteze sau a unor relații de cauzalitate privind producerea unor eventuale catastrofe, să se solicite și punctul de vedere al autorității publice abilitate.

(6) În programele de știri și dezbateri informarea în probleme de interes public, de natură politică, economică, socială sau culturală, trebuie să respecte următoarele cerințe:

a) asigurarea imparțialității, echilibrului și favorizarea liberei formări a opiniilor, prin prezentarea principalelor puncte de vedere aflate în opoziție, în perioada în care problemele sunt în dezbateri publică;

b) evitarea oricăror forme de discriminare.

(7) Prezentarea principalelor puncte de vedere aflate în opoziție se asigură, de regulă, în cadrul aceluiași program, iar în mod excepțional, în programele următoare; în cazul în care cei solicitați refuză să participe sau să își precizeze punctul de vedere, acest fapt trebuie menționat în cadrul programului audiovizual; absența punctului de vedere al uneia dintre părți nu exonerează realizatorul/moderatorul de asigurarea imparțialității.

(8) Furnizorii de servicii media nu pot difuza programe de știri și de dezbateri prezentate sau moderate de oameni politici care dețin funcții sau demnități publice ori purtători de cuvânt ai instituțiilor publice, precum și de persoane desemnate public să candideze sau care și-au anunțat public intenția de a candida la alegeri de orice tip.

(9) În programele de știri și de dezbateri, furnizorii de servicii media trebuie să asigure o prezentare echilibrată a reprezentanților puterii și opoziției. Prezentatorii și moderatorii trebuie să precizeze calitatea politică a persoanelor care își exprimă punctele de vedere în probleme de interes public.

(10) În cadrul programelor de știri și de dezbateri care abordează probleme de interes public privind minoritățile etnice, religioase sau sexuale trebuie să fie prezentate și opiniile acestora.

(11) Televotul sau sondajul propriu, de genul vox pop, organizat și prezentat de către furnizorul de servicii media audiovizuale, trebuie să respecte următoarele reguli:

a) să nu ofere recompense persoanelor chestionate;

b) să nu încalce prevederile referitoare la protecția minorilor;

c) să difuzeze, în cadrul invitației adresate publicului de a participa la televot sau la sondaj, precum și la prezentarea rezultatelor, mențiunea "televotul/sondajul nu este reprezentativ pentru opinia publică și nu are valoarea unui sondaj de opinie".

(12) Orice transmisiune în direct trebuie să fie însoțită permanent de mențiunea

<p>"Direct".</p> <p>(13) La difuzarea în reluare a programelor audiovizuale trebuie să se facă mențiunea "Reluare" pe întreaga durată a difuzării acestora, cu excepția operelor cinematografice.</p> <p>(14) La difuzarea unor imagini și/sau înregistrări sonore de arhivă trebuie să se facă datarea acestora ori mențiunea "Arhiva".</p> <p>(15) Consiliul Audiovizualului instituie, în Regulamentul privind conținuturile audiovizuale, norme detaliate în vederea asigurării informării corecte a publicului.</p>	
<p>Articolul 14. Dreptul la replică</p>	
<p>(1) Orice persoană fizică sau juridică, care se consideră lezată în drepturile sale în urma difuzării unor programe audiovizuale sau alte elemente ale serviciilor media audiovizuale, are dreptul la replică în conformitate cu Legea cu privire la libertatea de exprimare.</p> <p>(2) Procedura privind exercitarea dreptului la replică sau la rectificare, precum și orice alte măsuri necesare, inclusiv sancțiuni, în vederea garantării dreptului la replică sau la rectificare într-o limită rezonabilă de timp de la primirea cererii solicitantului se aprobă de Consiliul Audiovizualului.</p> <p>(3) Difuzarea rectificării, dezmințirii sau acordarea dreptului la replică nu exclude dreptul persoanei lezate să se adreseze instanțelor judecătorești.</p>	<p>Autorii au prevăzut ca, în vederea asigurării dreptului la replică, Consiliul Audiovizualului să adopte o procedură mai detaliată decât cea din legea cu privire la libertatea de exprimare, exactă și clară pentru toți.</p>
<p>Articolul 15. Protecția minorilor</p>	
<p>(1) Furnizorii de servicii media au obligația să respecte principiul interesului superior al minorului.</p> <p>(2) Minorul are dreptul la protejarea imaginii și a vieții sale intime, private și familiale.</p> <p>(3) La stabilirea condițiilor de participare a minorului la un program audiovizual trebuie să se ia în considerație sensibilitatea și vulnerabilitatea specifice vârstei, în general, și de personalitatea minorului, în particular.</p> <p>(4) Dreptul minorului la respectarea vieții private și la propria imagine prevalează în fața necesității de informare, cu atât mai mult în cazul minorului aflat în situații dificile.</p> <p>(5) În programele audiovizuale minorul nu poate fi folosit sau expus de către părinți, rude, reprezentanți legali, avocați sau alte persoane responsabile de creșterea și îngrijirea lui, în scopul de a obține pentru ei avantaje de orice fel sau de a influența deciziile autorităților publice.</p> <p>(6) În serviciile media audiovizuale este interzisă difuzarea programelor care sunt susceptibile de a afecta grav dezvoltarea fizică, mentală sau morală a minorilor, în special a celor care conțin pornografie sau promovează violența.</p> <p>(7) Programele audiovizuale care sunt susceptibile de a afecta dezvoltarea fizică, mentală sau morală a minorilor pot fi difuzate în serviciile media liniare numai dacă vizionarea lor este restricționată printr-un sistem cu acces condiționat.</p> <p>(8) În serviciile media audiovizuale neliniare, programele care ar putea afecta dezvoltarea fizică, mentală sau morală a minorilor pot fi puse la dispoziție numai dacă se asigură măsuri de restricționare a accesului, astfel ca minorii să nu poată</p>	<p>Acest articol cuprinde dispoziții în vederea protecției minorului, care se referă atât la participarea sa în cadrul unui program audiovizual, cât și la obligațiile furnizorilor de servicii media în privința programelor care le pot cauza minorilor daune morale, psihologice sau fizice. Din acest considerent, sunt prevăzute o serie de restricții de acces la programele nerecomandate minorilor, precum și obligații pentru Consiliul Audiovizualului să stabilească norme detaliate privind clasificarea programelor audiovizuale, informațiile cu impact negativ asupra copiilor, etc.</p> <p>Interesul superior al minorului este o noțiune de drept internațional introdusă în 1989 prin Convenția ONU privind drepturile copilului. Originea noțiunii de interes superior al copilului provine din realizarea faptului că acesta este un individ care are nevoi și drepturi distincte de cele ale părinților.</p>

<p>vedea ori auzi, în mod normal, programele respective.</p> <p>(9) Consiliul Audiovizualului instituie în Regulamentul privind conținuturile audiovizuale, norme detaliate referitoare la:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) clasificarea programelor audiovizuale în vederea protecției minorilor; b) informațiile ce conțin date personale cu impact negativ asupra copiilor; c) informațiile cu impact negativ asupra copiilor; d) informațiile privind copii aflați în situație de risc. <p>(10) Consiliul Audiovizualului instituie pentru furnizorii de servicii media cerințe suplimentare privind protecția minorilor în cadrul serviciilor media audiovizuale liniare:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) difuzate în zilele de sâmbătă și duminică, în perioadele de vacanță ale minorilor, în zilele oficiale de odihnă; b) difuzate în orarul de protecție a minorilor, care cuprinde orele 7-8 și 17-21, iar în zilele și perioadele prevăzute la lit.a) – orele 8-12 și 17-22; c) în cazul difuzării programelor dedicate pariurilor și jocurilor de noroc (cu excepția loteriilor) permise de legislația în vigoare, care poate avea loc doar între orele 1.00 și 5.00; d) în cazul prestării comunicărilor comerciale audiovizuale; e) în alte cazuri prevăzute în directivele, rezoluțiile și recomandările, adoptate de Parlamentul European, Consiliul Uniunii Europene și/sau Consiliul Europei. <p>(11) În vederea protecției minorilor, Consiliul Audiovizualului:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) promovează în rândul furnizorilor de servicii media necesitatea coreglementării în domeniul comunicărilor comerciale audiovizuale; b) instituie cerințe privind protecția minorilor în domeniul serviciilor media audiovizuale neliniare; c) promovează, în temeiul recomandărilor, crearea și actualizarea cataloagelor pentru minori și a cataloagelor cu autorizare individuală prealabilă. 	
Articolul 16. Protecția persoanelor cu dizabilități	
<p>(1) Persoanele cu dizabilități de văz sau auz au dreptul de acces la serviciile media audiovizuale.</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 de servicii media naționali și regionali sunt obligați:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) să interpreteze în limbajul mimico-gestual sau prin titrare sincron cel puțin un program de știri din timpul zilnic de emisie; b) să interpreteze în limbajul mimico-gestual sau prin titrare sincron programele de importanță majoră în întregime ori rezumatele acestora; c) să interpreteze în limbajul mimico-gestual cel puțin 60 de minute din timpul lunar de emisie al serviciului media audiovizual; d) să informeze anticipat publicul asupra timpului de difuzare a programelor indicate la lit.a)-c). <p>(4) Consiliul Audiovizualului instituie reglementări în vederea asigurării dreptului de acces la serviciile media audiovizuale al persoanelor cu dizabilități de văz sau</p>	<p>Autorii propun norme minime de volum ce urmează a fi interpretate în limba mimico-gestual sau prin titrare sincron (un program de știri zilnic) și la latitudinea furnizorilor de servicii media – programele de importanță majoră. La fel, din același motiv, propunem să exceptăm de la respectarea acestor prevederi furnizorii de servicii media locali având în vedere capacitățile lor instituționale reduse și foarte probabilă absență a specialiștilor necesari în mediul rural.</p>

auz.	
Articolul 17. Protejarea spațiului audiovizual național	
<p>(1) Frecvențele radio, prevăzute pentru furnizarea de servicii media audiovizuale în sistem digital terestru sau în sistem analogic, constituie bun public și sunt utilizate în baza licențelor de emisie eliberate în condițiile legii.</p> <p>(2) Spațiul audiovizual național este utilizat în condițiile prezentului cod, astfel încât:</p> <ol style="list-style-type: none"> să favorizeze libera circulație a informației; să contribuie la asigurarea libertății de exprimare; să contribuie la acoperirea necesităților informaționale sociale; să contribuie la asigurarea integrității profesionale și sociale a furnizorilor de servicii media. <p>(3) În spațiul audiovizual național, sunt interzise programele audiovizuale care constituie dezinformare mediatică și/sau propagandă mediatică.</p> <p>(4) Consiliul Audiovizualului instituie reglementări și întreprinde, în limitele competențelor legale, acțiunile necesare în vederea protejării spațiului audiovizual național.</p>	<p>Alin.(1) a fost ajustat ținând cont de expertizele OSCE și CoE.</p> <p>La redactarea acestui articol au fost luate în considerare și sugestiile formulate de Direcția Juridică a Secretariatului Parlamentului.</p>
Articolul 18. Echilibrul de gen	
<p>(1) Furnizorii de servicii media promovează în activitatea lor principiul egalității între femei și bărbați.</p> <p>(2) Furnizorii de servicii media respectă în programele audiovizuale principiul egalității între femei și bărbați.</p> <p>(3) În serviciile media audiovizuale este interzisă utilizarea limbajului sexist și a imaginilor violente și degradante ale femeilor și bărbaților.</p>	<p>Inserarea acestui articol este inspirată din Legea cu privire la asigurarea egalității de șanse între femei și bărbați nr. 5 din 09.02.2016.</p>
Articolul 19. Responsabilități culturale	
<p>(1) Serviciile media audiovizuale trebuie să reflecte diversitatea spațiului cultural național și european.</p> <p>(2) Furnizorii de servicii media au obligația de a asigura în programele audiovizuale respectarea normelor lingvistice ortografice, ortoepice, morfologice și sintactice ale limbii române și ale altor limbi de difuzare.</p> <p>(3) Programele transmise în alte limbi trebuie să fie însoțite de traducere în limba română (dublare, sonorizare și/sau subtitrare). Această prevedere nu se aplică emisiunilor de studiere a limbilor străine și de valorificare a clipurilor muzicale.</p> <p>(4) Filmele artistice și cele documentare trebuie prezentate cu dublare sau subtitrare în limba română păstrându-se culoarea sonoră originală, iar filmele pentru copii trebuie dublate sau sonorizate în limba română.</p> <p>(5) Serviciile de radiodifuziune sonoră și serviciile de televiziune muzicale 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) Cotele de opere muzicale prevăzute la alin.(5) trebuie difuzate în intervalul orar 06.00 – 24.00.</p>	<p>Promovarea și protejarea patrimoniului lingvistic și național cultural este o responsabilitate culturală a furnizorilor de servicii media. Asemenea dispoziții se regăsesc în legislația mai multor țări.</p> <p>La redactarea articolului am ținut cont de recomandările cuprinse în expertizele OSCE și CoE, precum și prevederile din DSMAV.</p> <p>Alin.(5) este inspirat din legislația Belgiei.</p>

<p>(7) Consiliul Audiovizualului instituie reglementări privind aplicarea și respectarea cerințelor prevăzute la alin.(5).</p>	
<p>Articolul 20. Accesul la evenimente de importanță majoră</p>	
<p>(1) Orice persoană are dreptul de acces la evenimente de importanță majoră pentru societate prin intermediul serviciilor de televiziune fără autorizare individuală prealabilă.</p> <p>(2) Evenimentele de importanță majoră pentru societate pot fi difuzate în exclusivitate, în serviciile de televiziune ale furnizorilor de servicii media naționali fără autorizare individuală prealabilă, numai dacă transmisia nu privează o parte substanțială a publicului de posibilitatea de a le urmări în direct sau în transmisie decalată.</p> <p>(3) Lista evenimentelor de importanță majoră este aprobată de Consiliul Audiovizualului și este comunicată Comisiei Europene.</p> <p>(4) În Lista evenimentelor de importanță majoră se stabilește:</p> <p>a) procentul din populație care reprezintă o parte substanțială a publicului;</p> <p>b) dreptul furnizorului de servicii media de a transmite evenimentul de importanță majoră în direct sau decalat, integral sau parțial.</p> <p>(5) Furnizorii de servicii media, aflați în jurisdicția Republicii Moldova, care dețin drepturi exclusive de difuzare a unor evenimente de importanță majoră, nu pot priva publicul de a urmări acele evenimente, prin intermediul altor servicii media audiovizuale.</p> <p>(6) Orice furnizor de servicii media, aflat în jurisdicția Republicii Moldova, are dreptul să furnizeze informații despre un eveniment major prin intermediul unui extras:</p> <p>a) înregistrând semnalul furnizorului de servicii media care deține drepturi exclusive de difuzare, pentru a scoate un extras sau/și</p> <p>b) accedând la locurile de desfășurare a evenimentului de importanță majoră pentru a realiza un extras.</p> <p>(7) Dacă un eveniment de importanță majoră organizat este compus din mai multe elemente autonome pe plan organizatoric, fiecare element este considerat el însuși un eveniment de importanță majoră.</p> <p>(8) Dacă un eveniment de importanță majoră organizat se desfășoară timp de mai multe zile, trebuie să fie posibilă realizarea a cel puțin unui extras pentru fiecare zi.</p> <p>(9) Extrasele sunt realizate:</p> <p>a) în condiții corecte, rezonabile și nediscriminatorii;</p> <p>b) în condițiile liberei alegeri.</p> <p>(10) Durata autorizată a unui extras este de maximum 90 de secunde.</p> <p>(11) Furnizorii de servicii media, la utilizarea extraselor, trebuie să respecte următoarele condiții:</p> <p>a) să le difuzeze doar în programele de știri realizate cu regularitate;</p> <p>b) să nu fie difuzate înainte de difuzarea principală a evenimentului de importanță majoră de către furnizorul de servicii media cu drepturi exclusive;</p>	<p>Alin. (1) – (6) au fost redactate ținând cont de prevederile art. 14 din DSMAV.</p> <p>Alin. (7) – (13) au fost redactate ținând cont de prevederile Recomandării Comitetului de Miniștri al Consiliului Europei NR. R (91) 5 cu privire la dreptul la extrase din evenimente majore ce constituie obiectul drepturilor de exclusivitate pentru radiodifuziunea televizată într-un context transfrontalier.</p> <p>De asemenea am ținut cont de recomandările cuprinse în expertiza UERT referitoare la lista evenimentelor de importanță majoră.</p>

<p>c) să se menționeze numele și/sau să se insereze logo-ul furnizorului de servicii media cu drepturi exclusive, în calitate de sursă, dacă acestea au fost realizate înregistrându-se semnalul furnizorului de servicii media cu drepturi exclusive, cu excepția cazurilor unor prevederi contractuale contrare dintre furnizorul de servicii media cu drepturi exclusive și furnizorul care utilizează extrasul;</p> <p>d) extrasul difuzat poate fi reutilizat doar în situația în care există o legătură directă între conținutul lui și un alt eveniment de actualitate;</p> <p>e) toate elementele originale ale programelor utilizate pentru realizarea extrasului aflate în posesia furnizorului de servicii media trebuie distruse după realizarea extrasului și furnizorul de servicii media cu drepturi exclusive trebuie să fie informat despre aceasta;</p> <p>f) extrasele pot fi păstrate în arhivă, dar nu pot fi reutilizate, cu excepția circumstanțelor prevăzute în lit. d).</p> <p>(12) Furnizorul de servicii media cu drepturi exclusive nu este în drept să perceapă plăți de la furnizorii de servicii media pentru extrase, cu excepția cazurilor existenței unor prevederi contractuale contrare dintre aceștia.</p>	
<p>Articolul 21. Transparența proprietății furnizorilor de servicii media</p>	
<p>Furnizorii de servicii media au obligația de a asigura accesul simplu, direct și permanent al destinatarilor unui serviciu media la cel puțin următoarele categorii de informații:</p> <p>a) denumirea, statutul juridic și sediul;</p> <p>b) numele reprezentantului/reprezentanților legal/legali;</p> <p>c) proprietarii beneficiari care dețin, direct sau indirect, controlul asupra furnizorului de servicii media;</p> <p>d) lista acționarilor și asociaților până la nivel de persoană fizică și juridică, cu excepția acționarilor și asociaților ce sunt societăți pe acțiuni cu acțiuni la purtător sau listate la bursele de valori internaționale;</p> <p>e) persoanele din organul de conducere și, după caz, de supraveghere, precum și funcțiile deținute de acestea;</p> <p>f) persoanele responsabile de politica editorială;</p> <p>g) datele de contact ale furnizorului de servicii media, inclusiv adresa poștei electronice și a site-ului, la care acesta poate fi contactat rapid, direct și efectiv.</p>	<p>La redactarea acestui articol am ținut cont de recomandările cuprinse în expertizele CoE și OSCE.</p>
<p>Articolul 22. Difuzarea anunțurilor ce vizează starea de urgență, de asediu și de război</p>	
<p>(1) Informațiile și comunicatele oficiale ale autorităților publice cu privire la starea de urgență, de asediu și de război sunt difuzate de către furnizorii de servicii media integral și cu prioritate.</p> <p>(2) Informațiile prevăzute în alin.(1) sunt difuzate în cadrul serviciilor media liniare în mod operativ, dar nu mai târziu de două ore din momentul comunicării acestora.</p>	<p>La redactarea acestui articol am ținut cont de prevederile Legii privind regimul stării de urgență, de asediu și de război nr. 212 din 26.06.2004.</p>
<p>Articolul 23. Protecția drepturilor de autor</p>	
<p>Protecția drepturilor de autor și a drepturilor conexe în cadrul furnizării și distribuției serviciilor media audiovizuale este asigurată în conformitate cu legislația</p>	

privind drepturile de autor și drepturile conexe.	
Capitolul III. SERVICIILE MEDIA AUDIOVIZUALE LINIARE	
Articolul 24. Organizarea și funcționarea serviciilor media liniare	
<p>(1) Serviciile media audiovizuale liniare sunt furnizate de:</p> <p>a) furnizorii privați de servicii media;</p> <p>b) furnizorii publici de servicii media;</p> <p>c) furnizorii comunitari des servicii media.</p> <p>(2) Serviciile media audiovizuale liniare sunt furnizate în temeiul licenței de emisie.</p>	
Articolul 25. Licența de emisie	
<p>(1) Licența de emisie se acordă în baza prevederilor prezentului cod.</p> <p>(2) Licența de emisie se acordă pentru un termen de 9 ani și este valabilă din ziua publicării deciziei Consiliului Audiovizualului în Monitorul Oficial al Republicii Moldova.</p> <p>(3) Licența de emisie se acordă pentru fiecare serviciu media audiovizual liniar.</p> <p>(4) Licența de emisie conține:</p> <p>a) numărul licenței;</p> <p>b) datele de identificare a titularului licenței;</p> <p>c) datele de identificare ale acționarilor și asociaților până la nivel de persoană fizică sau juridică, cu excepția acționarilor și asociaților ce sunt societăți pe acțiuni cu acțiuni la purtător sau listate la bursele de valori internaționale;</p> <p>d) conceptul de principiu (general), tipul și structura serviciului media audiovizual;</p> <p>e) denumirea și elementele de identificare ale serviciului media audiovizual;</p> <p>f) zona de difuzare, în cazul furnizării serviciului media audiovizual în sistem analogic sau digital terestru;</p> <p>g) perioada de valabilitate;</p> <p>h) rețeaua de comunicații electronice folosită pentru furnizarea serviciului media audiovizual și proprietarul sau gestionarul acesteia;</p> <p>i) frecvența/frecvențele sau canalul/canalele acordate, în cazul licenței de emisie analogice;</p> <p>j) multiplexul digital în care este furnizat serviciul media audiovizual;</p> <p>k) angajamentul furnizorului de servicii media de a respecta prevederile prezentului cod și actele normative ale Consiliului Audiovizualului;</p> <p>l) angajamentul furnizorului de servicii media de a păstra înregistrările programelor audiovizuale pe durata prevăzută de legislația în vigoare;</p> <p>m) angajamentul furnizorului de servicii media de a prezenta Consiliului Audiovizualului informațiile solicitate în vederea exercitării atribuțiilor sale;</p> <p>n) motivele pentru care Consiliul Audiovizualului a acordat licență furnizorului de servicii media.</p> <p>(5) Furnizorii de servicii media au obligația să solicite în scris, în mod anticipat,</p>	<p>Autorii propun majorarea termenului de valabilitate a licenței până la 9 ani, deoarece și în televiziune, ca și în orice altă activitate economică, este nevoie de previzibilitate din punctul de vedere al celor care intenționează să investească în acest domeniu.</p> <p>La redactarea alin.(4) am ținut cont de expertiza CoE care ne-a sugerat să inserăm un angajament pentru furnizorii de servicii media de a respecta prezentul cod, precum și actele Consiliului Audiovizualului. Astfel, a fost introdusă prevederea de la lit.m).</p>

<p>acordul Consiliului Audiovizualului pentru orice modificare în documentele și în datele declarate prevăzute în alin. (4), lit. c), d) și e). În cazul adoptării deciziei favorabile solicitării, modificările în conținutul licenței de emisie sunt făcute cu titlu gratuit.</p> <p>(6) Furnizorii de servicii media au obligația să notifice Consiliului Audiovizualului, în termen de 30 de zile, modificările intervenite în documentele și în datele declarate prevăzute în alin. (4), lit. b), f) și h).</p> <p>(7) Pe parcursul valabilității licenței de emisie, Consiliul Audiovizualului modifică, din proprie inițiativă și cu titlu gratuit, conținutul licenței de emisie pentru a ajusta activitatea furnizorului de servicii media la prevederile intervenite în legislația în vigoare.</p>	
<p>Articolul 26. Prelungirea de drept a licenței de emisie</p>	
<p>(1) Licența de emisie poate fi prelungită de drept, o singură dată, pentru un nou termen, la cererea titularului, în conformitate cu prevederile prezentului articol. Cu cel mult 6 luni, dar nu mai puțin cu 3 luni înainte de expirarea termenului pentru care a fost acordată licența de emisie, furnizorul de servicii media depune cerere de prelungire la Consiliul Audiovizualului.</p> <p>(2) Consiliul Audiovizualului prelungește de drept valabilitatea licenței de emisie dacă sunt întrunite cumulativ următoarele condiții:</p> <p>a) furnizorul de servicii media a depus cererea de prelungire a licenței de emisie în termenul prevăzut la alin.(1);</p> <p>b) furnizorul de servicii media a respectat conceptul de principiu (general), tipul și structura serviciului media audiovizual prevăzute în conținutului licenței de emisie;</p> <p>c) furnizorul de servicii media nu a fost sancționat de către Consiliul Audiovizualului pentru încălcări grave în urma cărora licența de emisie a fost suspendată pentru o perioadă de la 30 la 60 de zile.</p> <p>(3) Consiliul Audiovizualului decide prelungirea licenței de emisie sau respingerea cererii cu cel puțin 60 de zile înainte de expirarea valabilității licenței de emisie pentru care s-a solicitat prelungirea de drept.</p> <p>(4) Licența de emisie prelungită în condițiile alin.(3) devine valabilă din data expirării licenței de emisie a cărei prelungire a fost acceptată.</p> <p>(5) Dacă prelungirea de drept nu a fost solicitată, frecvența sau canalul sunt scoase la concurs cu 3 luni înainte de expirarea termenului de valabilitate a licenței de emisie.</p> <p>(6) Dacă cererea de prelungire a fost respinsă, frecvența sau canalul sunt scoase la concurs după expirarea termenului de valabilitate a licenței de emisie a cărei prelungire a fost respinsă.</p> <p>(7) Furnizorul de servicii media a cărui solicitare de prelungire de drept a licenței de emisie nu a fost acceptată, este în drept să conteste decizia Consiliului Audiovizualului în instanță. În acest caz, Consiliul Audiovizualului va acționa în funcție de decizia definitivă a instanței de judecată.</p> <p>(8) Licența de emisie nu poate fi cesionată.</p>	
<p>Articolul 27. Anularea licenței de emisie</p>	

<p>Licența de emisie poate fi anulată în următoarele cazuri:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) furnizorul de servicii media notifică în scris Consiliul Audiovizualului că renunță la difuzarea serviciului media audiovizual; b) furnizorul de servicii media nu a început emisia în termen de 6 luni de la eliberarea licenței de emisie în format analog și de 3 luni în sistem digital terestru; c) furnizorul de servicii media nu a plătit taxa pentru licența de emisie după ce a fost avertizat de două ori, în scris, de Consiliul Audiovizualului. d) furnizorul de servicii media a prezentat Consiliului Audiovizualului informații false care au condus la încălcarea regimului juridic al proprietății în domeniul audiovizualului; e) furnizorul de servicii media a refuzat să prezinte Consiliului Audiovizualului informații privind regimul juridic al proprietății în domeniul audiovizualului. 	<p>La sugestia experților, am reformulat primul alineat (în loc de "este anulată" în "poate fi anulată" lăsând această opțiune la discreția autorității de reglementare. Totodată, sunt enumerate explicit motivele pentru care Consiliul Audiovizualului este în drept să anuleze licența de emisie.</p>
<p>Articolul 28. Regimul juridic al proprietății</p>	
<p>(1) Furnizorii privați de servicii media sunt constituiți de către persoane fizice și/sau juridice sub formă de societăți comerciale.</p> <p>(2) Furnizorii privați de servicii media nu pot avea în calitate de proprietar beneficiar:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Parlamentul, Președintele Republicii Moldova sau Guvernul; b) un organ central de specialitate din cadrul administrației publice sau o autoritate a administrației publice centrale; c) o autoritate a administrației publice locale; d) alt organ (autoritate), creat (ă) de către stat în persoana autorității publice, având drept scop exercitarea atribuțiilor administrative, social-culturale și a altor atribuții cu caracter necomercial; e) o instituție publică finanțată integral sau parțial de la bugetul de stat; f) o organizație comercială finanțată integral sau parțial de la bugetul de stat; g) o organizație comercială, care are în calitate de fondatori sau co-fondatori unul sau mai mulți subiecți prevăzuți la lit. a)-f); h) un partid sau o organizație social-politică; i) un sindicat; j) un cult religios. <p>(3) Furnizorii privați de servicii media activează într-un regim juridic al proprietății care asigură eficiență economică, dar care să nu genereze apariția de situații dominante în formarea opiniei publice.</p> <p>(4) Sunt interzise și, în modul stabilit de legislația în vigoare, considerate nevalabile în întregime sau parțial orice acorduri (acțiuni coordonate) ale persoanelor fizice și juridice din domeniul audiovizualului concurente, care dețin în comun o situație dominantă pe piață, dacă acestea au sau pot avea drept rezultat limitarea concurenței.</p> <p>(5) Sunt interzise și, în modul stabilit de legislația în vigoare, considerate nevalabile în întregime sau parțial orice acorduri (acțiuni coordonate) ale persoanelor fizice și juridice din domeniul audiovizualului neconcurente, dintre care una deține o situație dominantă pe piață, iar cealaltă este furnizorul sau</p>	<p>Autorii au ținut cont de considerentul (45) al DSMAV: Dat fiind natura specifică a serviciilor mass-media audiovizuale, în special impactul acestor servicii asupra modului în care se formează opinia publică, este esențial pentru utilizatori să cunoască exact persoana responsabilă pentru conținutul acestor servicii.</p>

<p>cumpărătorul acesteia, dacă asemenea acorduri (acțiuni coordonate) conduc sau pot conduce la limitarea concurenței.</p> <p>(6) O persoană fizică poate fi proprietar-beneficiar la cel mult un serviciu media generalist de televiziune și la cel mult un serviciu media de știri de televiziune, precum și la cel mult două servicii media audiovizuale tematice de televiziune.</p> <p>(7) Orice persoană fizică, soțul/soția acesteia, sau persoana juridică care este fondator/asociat/propietar unic sau deține o cotă mai mare de 50% din acțiunile, drepturile de vot sau capitalul social al unei persoane juridice din domeniul audiovizualului, nu poate deține mai mult de 20% din acțiunile, drepturile de vot sau capitalul social al unei persoane juridice din domeniul audiovizualului aflate în jurisdicția Republicii Moldova.</p> <p>(8) Partidele politice, entitățile juridice sau întreprinderile fondate de acestea, sindicatele și formațiunile religioase nu pot deține acțiuni, drepturi de vot sau cote din capitalul social al persoanei juridice din domeniul audiovizualului.</p> <p>(9) Persoanele fizice care ocupă o funcție în organele administrației publice legislative, executive și judecătorești, precum și un post electiv în organele administrative ale unui partid sau formațiune politică și sunt fondatoare și/sau dețin acțiuni la persoane juridice din domeniul audiovizualului nu pot avea drept de vot în cadrul acestora.</p> <p>(10) Orice persoană fizică sau juridică ce deține sau dobândește o cotă egală sau mai mare de 20% din capitalul ori drepturile de vot ale unei persoane juridice titulare de licență de emisie sau ale unei persoane juridice care controlează titularul unei astfel de licențe are obligația de a notifica această situație Consiliului Audiovizualului printr-o declarație scrisă pe proprie răspundere, în termen de 30 de zile de la data la care a ajuns la această cotă.</p> <p>(11) Este interzisă utilizarea numelui unei terțe persoane, în orice mod, de către o persoană juridică care solicită acordarea unei licențe de emisie sau care controlează o persoană juridică titulară a unei licențe de emisie, care are drept efect eludarea prevederilor prezentului cod.</p> <p>(12) Regimul juridic al proprietății furnizorilor publici și comunitari de servicii media este reglementat în capitolele IV și VI.</p>	
<p>Articolul 29. Limitarea cotei de audiență</p>	
<p>(1) În înțelesul prezentului cod și pentru determinarea cotei de audiență a serviciilor media audiovizuale, se consideră că:</p> <p>a) piața serviciilor media audiovizuale liniare cu acoperire națională, regională, locală, cuprinde toate serviciile media audiovizuale ale furnizorilor de servicii media, respectiv, naționali, regionali, locali, aflați în jurisdicția Republicii Moldova;</p> <p>b) serviciile media audiovizuale liniare cu pondere semnificativă în formarea opiniei publice sunt serviciile media audiovizuale generaliste și de știri;</p> <p>c) piața semnificativă cuprinde totalitatea serviciilor media audiovizuale liniare, prevăzute la lit.b), ale furnizorilor de serviciu media naționali, regionali, locali;</p> <p>d) cota de audiență reprezintă cota de piață atribuită unui anumit serviciu media audiovizual liniar, determinată în condițiile prezentului articol.</p>	<p>Limitarea proprietății în audiovizual, de rând cu limitarea cotelor de audiență, ar putea asigura pluralismul mediatic pe acest segment. Intenția autorilor este ca normele stabilite să consune cu <u>Rezoluția Parlamentului European din 25 septembrie 2008 privind concentrarea și pluralismul mass-mediei în Uniunea Europeană</u>. Rezoluția, între altele, constată: "experiența demonstrează că concentrarea fără restricții a proprietății pune în pericol pluralismul și diversitatea culturală și întrucât un sistem bazat exclusiv pe concurența pieței libere nu poate garanta pluralismul sectorului media"; "conceptul de pluralism în materie de mass-media nu poate fi limitat la concentrarea proprietății în sector, ci include și aspecte legate de serviciile publice de radiodifuziune, puterea politică, concurența economică, diversitatea culturală, dezvoltarea</p>

<p>(2) La determinarea situației dominante în formarea opiniei publice, unei persoane fizice sau juridice i se ia în considerare serviciile media audiovizuale prevăzute la alin.(1), lit.b), pe care aceasta, fie le furnizează în calitate de titular de licență de emisie, fie la care aceasta deține o cotă mai mare de 20% din capitalul social ori din drepturile de vot ale titularului de licență de emisie.</p> <p>(3) În cazul persoanei fizice, suplimentar prevederilor din alin.(2) se iau în considerare și persoanele apropiate acesteia. Prin persoane apropiate se înțelege soțul (soția), persoanele înrudite prin sânge sau adopție (părinți, copii, frați, surori, bunici, nepoți, unchi, mătuși) și persoanele înrudite prin afinitate (cumnat, cumnată, socru, soacră, ginere, noră).</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 ce îi sunt atribuite depășește 30% din piața semnificativă.</p> <p>(5) Cota de audiență ponderată a serviciilor media audiovizuale atribuite unei persoane fizice sau juridice reprezintă suma cotelor de audiență ale fiecăruia dintre serviciile media audiovizuale prevăzute la alin.(2), ponderate cu cota de capital ori a dreptului de vot deținută de respectiva persoană.</p> <p>(6) Determinarea cotei de audiență a fiecărui serviciu media audiovizual liniar național, regional și local se face anual, prin media cotei de audiență înregistrate în cursul anului respectiv, pe toată durata de furnizare.</p> <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). În cazul constatării situației dominante în formarea opiniei publice, Consiliul Audiovizualului solicită intrarea în legalitate a titularului licenței de emisie.</p> <p>(8) În condițiile în care Consiliul Concurenței constată o practică anticoncurențială în sensul alin. (2) – (5), acesta sesizează Consiliul Audiovizualului care procedează potrivit prevederilor alin.(7).</p>	<p>noilor tehnologii, transparență și condițiile de muncă ale jurnaliștilor din Uniunea Europeană”; subliniază faptul că ”dezvoltarea sistemului de mijloace de informare în masă se orientează, din ce în ce mai mult, spre obținerea de profituri și că, prin urmare, nu se asigură o protecție adecvată a proceselor sociale, politice sau economice și a valorilor înscrise în codurile de conduită ale jurnaliștilor; consideră, prin urmare, că legislația în domeniul concurenței trebuie să se îmbine cu legislația privind mijloacele de informare în masă, pentru a garanta accesul, concurența și calitatea și pentru a preveni conflictele de interese între concentrarea proprietății asupra mijloacelor de informare în masă și puterea politică, care sunt în detrimentul concurenței libere, condițiilor de concurență echitabilă și pluralismului” și ”solicită garantarea îmbinării legislației în domeniul concurenței cu legislația privind mijloacele de informare în masă, pentru a consolida pluralismul mijloacelor de informare în masă”.</p> <p>Limitarea cotei de audiență, pe de o parte, ferește publicul de pericolul ca vreun furnizor de servicii media să ”impună” ideologia sa în formarea opiniei publice și, pe de altă parte, limitează accesul la piața de publicitate (dacă admitem situația normală că 30 la sută din audiență ar urma să atragă și 30 la sută din valoarea pieței). În acest sens, se pune accent pe factorul de stabilitate economică pe care-l reprezintă ori ar trebui să-l reprezinte publicitatea pentru oricare instituție mediatică ce ține la independența politicii sale editoriale.</p>
<p>Articolul 30. Măsurarea cotelor de audiență</p>	
<p>(1) Măsurarea audiențelor și a cotelor de piață este realizată în conformitate cu standardele și uzanțele internaționale de către instituții specializate selectate prin concurs.</p> <p>(2) Concursul este desfășurat la inițiativa Consiliului Audiovizualului odată la 5 ani de către o comisie formată din:</p> <p>a) 5 reprezentanți ai furnizorilor de servicii media, aflați în jurisdicția Republicii Moldova, cu cele mai mari venituri încasate din servicii de publicitate televizată pentru anul precedent;</p> <p>b) 5 reprezentanți ai organizațiilor din domeniul publicității, înregistrate în Republica Moldova, cu cele mai mari cifre de afaceri pentru anul precedent;</p> <p>c) 5 reprezentanți ai beneficiarilor de servicii de publicitate, înregistrați în Republica Moldova, cu cele mai mari bugete cheltuite pentru servicii de publicitate televizată în anul precedent.</p> <p>(3) Fiecare dintre primele 5 entități stabilite, în ordine descrescătoare, conform</p>	<p>Normele articolului urmăresc mai multe obiective, inclusiv:</p> <ul style="list-style-type: none"> - să încetățenească în realitățile autohtone practica de măsurare a audienței în audiovizual, fără de care nu poate exista o relație de piață între furnizorii de publicitate și mass-media; - să elimine suspiciunile motivate față de actualul măsurător, ce generează speculații și împiedică relațiilor de concurență loială pe piața publicității; - să impulsioneze apariția pe piață a unui măsurător credibil (în economiile de piață veritabile, măsurătorul audienței este supranumit ”a doua bancă națională” – el decide ”cursul” unui minut de publicitate la televiziunea măsurată); - să ofere Consiliului Audiovizualului un mecanism eficient de urmărire a cotelor de audiență și, la necesitate, să intervină, pentru a reășeza lucrurile pe făgașul normal.

<p>prevederilor alin.(2), lit.a)-c), are dreptul să delege o singură persoană în comisia de concurs.</p> <p>(4) Cifrele de afaceri anuale, veniturile încasate din serviciile de publicitate televizată și bugetele cheltuite pentru serviciile de publicitate televizată trebuie să fie probate prin acte contabile.</p> <p>(5) Concursul este organizat în baza unui regulament ad-hoc aprobat de comisie.</p> <p>(6) Consiliul Audiovizualului beneficiază în mod gratuit de rezultatele măsurătorilor.</p>	<p>Mai mult, după cum se cunoaște, piața de publicitate reprezintă un factor de stabilitate economică pentru instituțiile mediatică, în cazul, în care au acces liber și echitabil la respectiva piață. Se mai cunoaște că, la modul normal, instituția mediatică ar trebui să câștige din publicitate în funcție de cota de audiență.</p>
Capitolul IV. FURNIZORII PUBLICI DE SERVICII MEDIA	
Articolul 31. Misiunea furnizorilor publici de servicii media	
<p>(1) Furnizorii publici de servicii media sunt în serviciul publicului, funcționează din contribuția publicului, sunt supuși controlului public și au misiunea să realizeze în practică următoarele principii:</p> <p>a) accesul universal al publicului la o diversitate de servicii media generaliste și tematice, liniare și neliniare, furnizate, inclusiv prin intermediul noilor platforme de comunicare, care să satisfacă necesitățile informaționale, educaționale și recreative ale tuturor grupurilor sociale de beneficiari;</p> <p>b) promovarea, prin politica editorială, a coeziunii sociale la nivel local, regional, național și internațional și încurajarea sentimentului de responsabilitate comună a publicului pentru realizarea acestui principiu;</p> <p>c) promovarea pluralismului audiovizual;</p> <p>d) informarea corectă, obiectivă, complexă și imparțială prin programe audiovizuale inovatoare și variate, care respectă standardele etice și de înaltă calitate;</p> <p>e) promovarea dezbaterilor publice pluraliste și încurajarea unei participări democratice largi a publicului;</p> <p>f) promovarea diversității patrimoniului cultural național, european și internațional;</p> <p>g) independența editorială și autonomia instituțională în raport cu autoritățile și instituțiile statului, cu forțele politice și grupurile de interese economico-financiare;</p> <p>h) responsabilitate în fața publicului.</p>	<p>Articolul a fost redactat în conformitate cu sugestiile expertizelor.</p>
Articolul 32. Statutul juridic al furnizorilor publici de servicii media	
<p>(1) În Republica Moldova funcționează:</p> <p>a) furnizorul public național de servicii media – Compania Teleradio-Moldova;</p> <p>b) furnizorul public regional de servicii media – Compania Gagauziya Radio Televizionu.</p> <p>(2) Compania Teleradio-Moldova și Compania Gagauziya Radio Televizionu sunt persoane juridice de drept public constituite sub formă de instituții publice.</p> <p>(3) Fondatori ai furnizorilor publici Compania Teleradio-Moldova și Compania Gagauziya Radio Televizionu sunt Parlamentul Republicii Moldova și, respectiv, Adunarea Populară a U.T.A. Gagauz Yeri.</p>	

Articolul 33. Obiectul de activitate al furnizorilor publici de servicii media	
<p>(1) Furnizorii publici de servicii media au ca obiect de activitate:</p> <p>a) furnizarea programelor audiovizuale de știri, informative, educative, culturale, sportive și de divertisment, liniare și neliniare, destinate diferitelor categorii de public, realizate în limba de stat, precum și în limbile minorităților naționale sau în limbi de circulație internațională;</p> <p>b) oferirea de servicii interactive personalizate, implicarea generației tinere în forme active de comunicare, încurajarea furnizării de conținuturi generate de utilizatori, instituirea altor sisteme participative;</p> <p>c) asigurarea prezenței în programele audiovizuale a reprezentanților tuturor comunităților, grupurilor sociale și generațiilor, inclusiv grupurilor minoritare, tinerilor, persoanelor în vârstă, categoriilor sociale dezavantajate, persoanelor cu dizabilități, respectând identitățile lor și răspunzând nevoilor lor informaționale;</p> <p>d) furnizarea de programe audiovizuale proprii realizate cu respectarea principiului egalității de gen;</p> <p>e) furnizarea de programe audiovizuale realizate de sinestătător sau în cooperare cu parteneri interni sau externi;</p> <p>f) furnizarea serviciilor media audiovizuale prin rețele de comunicații aflate în proprietate sau închiriate;</p> <p>g) dezvoltarea de noi platforme și noi servicii de comunicare în mediul digital, inclusiv prin utilizarea tehnologiilor interactive;</p> <p>h) organizarea de concerte, festivaluri și spectacole cu public, concursuri, jocuri de inteligență sau aleatorii, încheierea de contracte cu artiști și impresari din țară și din străinătate, plătind onorarii și efectuând încasări în condițiile legii;</p> <p>i) efectuarea operațiunilor de comerț exterior cu producție audiovizuală și a plăților în lei și în valută, în condițiile legii;</p> <p>j) încheierea, la solicitare și după caz, a acordurilor cu organizații similare din străinătate în vederea realizării de producții, coproducții, prelucrări, schimb, export și import de filme și/sau programe audiovizuale pentru propriile servicii media audiovizuale ori în vederea difuzării acestora peste hotare;</p> <p>k) reprezentarea în relațiile cu organisme internaționale de specialitate și stabilirea relațiilor de colaborare cu organizațiile de radiodifuziune și de televiziune din alte țări;</p> <p>l) păstrarea și arhivarea înregistrărilor audiovizuale și a documentelor care prezintă interes pentru patrimoniul național;</p> <p>m) orice alte activități prevăzute în prezentul Cod și în Regulamentul de organizare și funcționare.</p> <p>(2) Nu constituie obiect de activitate al furnizorilor publici de servicii media:</p> <p>a) serviciile media audiovizuale sau programele audiovizuale în limba română și în alte limbi, adresate ascultătorilor și telespectatorilor din străinătate, pentru a promova imaginea pozitivă a Republicii Moldova și politica sa internă și externă;</p> <p>b) coproducțiile de natură audiovizuală cu autoritățile de stat;</p> <p>c) gestionarea colectivelor artistice (muzicale, teatrale etc);</p>	<p>În articol, la redactare, au fost preluate prevederi din liniile directoare ale Recomandării Rec (2007) 3.</p> <p>Cu referire la alin (2) experții se întrebau, dacă este oportun. Autorii insistă pe prezența lui în lege din, cel puțin, următoarele considerente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>promovarea imaginii pozitive a țării în lume trebuie să fie prerogativa Guvernului (prin Ministerul de Externe, de exemplu), iar serviciul public trebuie să prezinte imaginea reală a țării, în interior. A promova doar imaginea pozitivă, ar însemna să i se impună serviciului public un rol, pe alocuri, manipulator;</i> - <i>coproducțiile cu autoritățile de stat aduc serviciului public beneficii financiare, dar știrbesc din credibilitate. Practica existentă, de altfel, perimată, demonstrează că într-un program audiovizual, realizat de serviciul public, dar finanțat, de exemplu, de Ministerul Apărării, nu-și vor găsi loc subiecte critice, cum ar fi, bunăoară, relațiile nestatutare dintre militari;</i> - <i>în virtutea tradiției și inerției, serviciul public, până în prezent, gestionează colective artistice (peste o sută de angajați doar în orchestra simfonică). Este contra logicii, ca serviciul public de radio și tv să se ocupe de altceva, oricum, în detrimentul obiectului propriu-zis de activitate. În plus, colectivele artistice din componența serviciului public, din oficiu, au avantaje față de colectivele similare din țară. Raționamentul e că fiecare structură din stat trebuie să se ocupe strict de obiectul său de activitate. În caz contrar, structuri, precum Ministerul culturii sau Filarmonica, "ar delega" parte dintre preocupări altcuiva or, atare abordare nu ni se pare judicioasă.</i>

<p>d) comunicările comerciale audiovizuale, cu excepția cazurilor care vizează evenimentele de interes major.</p> <p>(3) Activitatea furnizorului public național de servicii media Compania Teleradio-Moldova este reglementată de prezentul Cod și de legislația conexasă.</p> <p>(4) Activitatea furnizorului public regional de servicii media Gagauziya Radio Televizionu este reglementată de prezentul Cod, de legislația conexasă și de legislația de profil a UTA Gagauz Yeri.</p>	
<p>Articolul 34. Independența editorială a furnizorilor publici de servicii media</p>	
<p>(1) Independența editorială a furnizorilor publici de servicii media este garantată prin lege. Nu se admit ingerințe operate de autorități publice, partide, formațiuni social-politice, sindicale, organisme comerciale și economice sau grupuri de presiune.</p> <p>(2) Nu constituie ingerințe în activitatea furnizorilor publici de servicii media aplicarea normelor obligatorii stabilite de Consiliul Audiovizualului, în condițiile prezentului cod.</p> <p>(3) Independența editorială și de creație include dreptul exclusiv al administrației și organului de supraveghere ale furnizorului public de servicii media de a adopta, în limitele stabilite de prezentul cod, decizii cu privire la:</p> <p>a) determinarea politicii editoriale, adoptarea și modificarea conținutului serviciilor media audiovizuale și a grilei de emisie;</p> <p>b) organizarea activității editoriale și de creație;</p> <p>c) conceperea, producerea și difuzarea programelor audiovizuale;</p> <p>d) alte activități stabilite de prezentul cod și/sau de organul de supraveghere al furnizorului public de servicii media.</p> <p>(4) Administrațiile și organele de supraveghere ale furnizorilor publici de servicii media sunt obligate să asigure, în cadrul instituției, independența editorială, autonomia instituțională, libertatea de creație a angajaților.</p> <p>(5) Administrațiile și organele de supraveghere ale furnizorilor publici de servicii media sunt obligate să reclame prin declarații publice orice amestec din exterior susceptibil de a limita independența editorială.</p>	<p>Articolul, la redactare, a luat în calcul sugestiile din expertize și propunerile formulate în cadrul subgrupului tematic.</p>
<p>Articolul 35. Atribuțiile furnizorilor publici de servicii media</p>	
<p>(1) Atribuțiile furnizorilor publici de servicii media sunt:</p> <p>a) să furnizeze programe audiovizuale, inclusiv de știri, despre realitățile din țară și din lume, care să asigure informarea exactă, imparțială, obiectivă a publicului, respectând echilibrul politic, echilibrul de gen, libertatea de exprimare, de creație și de convingeri;</p> <p>b) să servească drept un forum de dezbateri cu implicarea largă a publicului și o platformă pentru diseminarea valorilor democratice, utilizând, inclusiv noile tehnologii interactive;</p> <p>c) să încurajeze participarea cetățenilor la viața publică, în special, la alegeri și la procesul decizional și să stimuleze interesul cetățenilor pentru treburile publice;</p> <p>d) să stimuleze creativitatea și să reflecte diversitatea activităților culturale; să contribuie la formarea societății bazate pe cunoaștere;</p>	<p>În principal, experții au sugerat o claritate mai mare a atribuțiilor, care să nu se suprapună pe misiunea sau obiectul activității. Articolul a fost redactat corespunzător. În plus au fost luate în calcul și propunerile făcute în cadrul subgrupului.</p>

<p>e) să promoveze incluziunea digitală și eforturile de reducere a decalajului digital, inclusiv prin sporirea accesibilității propriilor programe audiovizuale pe noile platforme de comunicare;</p> <p>f) să furnizeze mesaje de interes public în conformitate cu Legea cu privire la publicitate și cu propriul cadru normativ intern;</p> <p>g) să contribuie la conservarea patrimoniului cultural prin dezvoltarea și digitalizarea arhivelor audiovizuale, cu posibilitate de acces online;</p> <p>h) să asigure funcționalitatea unei structuri organizatorice interne și a unui sistem echitabil de retribuire a muncii, bazate pe stimularea performanței profesionale și pe eficiența economică;</p> <p>i) să recruteze personal calificat luând în calcul diversitatea societății și echilibrul de gen; să profesionalizeze personalul în propriul centru de instruire continuă sau prin contractarea serviciilor corespunzătoare, cel rar, o dată în cinci ani;</p> <p>j) să asigure funcționalitatea rețelelor de corespondenți și/sau, după caz, de birouri de corespondenți în interiorul și/sau exteriorul țării în scopul completării și diversificării conținutului serviciilor media audiovizuale;</p> <p>k) să asigure transparența propriei activități, inclusiv, prin prezentarea anuală a dărilor de seamă publice despre respectarea angajamentelor prevăzute în Caietul de sarcini;</p> <p>l) să mediatizeze propriul catalog al serviciilor media neliniare furnizate publicului;</p> <p>m) să stabilească prețurile și tarifele pentru serviciile pe care le prestează;</p> <p>n) să prezinte anual raportul de activitate în fața organului de supraveghere;</p> <p>o) să dezvolte servicii proprii ale ombudsmanilor;</p> <p>p) să coopereze între ei și cu instituții similare din străinătate în vederea îndeplinirii adecvate a misiunii de furnizori de servicii media.</p>	
Capitolul V. FURNIZORUL PUBLIC NAȚIONAL DE SERVICII MEDIA	
Articolul 36. Funcționarea furnizorului public național de servicii media	
<p>1) Funcționarea furnizorului public național de servicii media este asigurată de către Comitetul managerial în frunte cu directorul general.</p> <p>(2) Funcționarea furnizorului public național de servicii media este supravegheată de către un organ de supraveghere.</p> <p>(3) Directorul general este desemnat prin concurs public de către organul de supraveghere al furnizorului public național de servicii media în conformitate cu un regulament ad-hoc elaborat și adoptat de către acesta.</p> <p>(4) Componența numerică și nominală a Comitetului managerial este decisă de către directorul general al furnizorului public național de servicii media.</p> <p>(5) Din Comitetul managerial, din oficiu, fac parte:</p> <p>a) directorul general care exercită și funcția de președinte;</p> <p>b) adjuncții directorului general;</p> <p>c) managerii serviciilor media audiovizuale;</p> <p>d) managerii serviciilor comune.</p> <p>(6) Membrii Comitetului managerial au mandate pe durate determinate, până la</p>	<p>La redactarea prezentului și următoarelor articole autorii au mers pe principiul: sunt eliminate normele care-s mai indicate în cadrul normativ intern al furnizorului public.</p>

limita mandatului directorului general.	
Articolul 37. Directorul general	
<p>(1) Directorul general este numit în funcție pentru un mandat de 7 ani care nu poate fi reînnoit.</p> <p>(2) Directorul general are următoarele atribuții:</p> <p>a) asigură conducerea curentă a furnizorului public de servicii media;</p> <p>b) dispune, controlează și răspunde de executarea hotărârilor organului de supraveghere, precum și de executarea obligațiilor asumate de către furnizorul public de servicii media;</p> <p>c) aprobă, la propunerea Comitetului managerial, normative, regulamente și instrucțiuni oportune pentru funcționarea furnizorului public de servicii media;</p> <p>d) desemnează, cel puțin, doi adjuncții: unul – responsabil de radio și unul – responsabil de televiziune, pe un termen determinat valabil până la expirarea propriului mandat. Inițial, directorul general își desemnează adjuncții, după expirarea mandatelor directorului radio și directorului televiziunii, desemnați de Consiliul de Observatori;</p> <p>e) numește și demite membrii Comitetului managerial, în condițiile legii;</p> <p>f) elaborează proiectul agendei de lucru și prezidează ședințele Comitetului managerial;</p> <p>g) asigură, împreună cu Comitetul managerial, elaborarea proiectului Caietului de sarcini și implementarea prevederilor acestuia;</p> <p>h) este ordonator principal de credite bugetare;</p> <p>i) delegă provizoriu competențele și responsabilitățile proprii unui membru al Comitetului managerial, în cazul absenței sale motivate;</p> <p>j) semnează în numele furnizorului public de servicii media contracte și acorduri;</p> <p>k) asigură transparența activității furnizorului public de servicii media;</p> <p>l) exercită alte atribuții care îi revin din prevederile legale.</p> <p>(3) Directorul general aprobă angajarea și concedierea personalului și numește șefii unităților structurale direct subordonate, în bază de concurs.</p> <p>(4) Directorul general dispune și aprobă componența numerică și nominală a unui Consiliu de calificare reprezentativ, responsabil de desemnarea prin concurs a șefilor unităților structurale direct subordonate. Consiliul de calificare activează în conformitate cu propriul Regulament, avizat de Comitetul managerial și aprobat de directorul general. Activitatea membrilor Consiliului de calificare, care nu sunt angajași ai furnizorului public de servicii media, este remunerată, per ședință de concurs, în mărimea stabilită de directorul general.</p> <p>(5) Directorul general aprobă, în condițiile legii, angajarea de specialiști, pe perioadă determinată, pentru efectuarea de studii, lucrări, expertize și altele asemenea, necesare îndeplinirii misiunii furnizorului public de servicii media;</p> <p>(6) Directorul general aprobă participarea și mandatul delegațiilor la reuniuni interne sau internaționale, întâlniri de afaceri sau studii de interes pentru furnizorul public de servicii media;</p> <p>(7) Directorul general reprezintă furnizorul public național de servicii media în</p>	<p>La redactarea articolului au fost luate în calcul recomandările cuprinse în expertize și cele parvenite din partea TRM.</p>

<p>relațiile cu autoritățile publice, organizații și instituții din Republica Moldova și din străinătate.</p> <p>(8) Directorul general primește un salariu lunar în mărime de 5 salarii medii lunare ale personalului furnizorului public național de servicii media, calculat anual în conformitate cu mărimea salariilor medii indexate ale tuturor salariaților.</p> <p>(9) Funcția de director general este incompatibilă cu:</p> <p>a) orice altă funcție publică sau privată, cu excepția celor științifice și/sau didactice, dacă nu atrag după sine conflict de interese în raport cu furnizorul public de servicii media;</p> <p>b) calitatea de membru al unui organ de conducere, partener, participant sau deținător al capitalului social al unui furnizor de servicii media, prestator de servicii media, producător independent de servicii media, furnizor privat de echipamente și utilaje tehnice de specialitate, prestator de servicii tehnice de specialitate și/sau al unei agenții de publicitate;</p> <p>c) calitatea de membru de partid și/sau de afiliere politică în ultimii 5 ani;</p> <p>d) calitatea de autor și/sau co-autor de programe audiovizuale, realizate și difuzate pe perioada mandatului în serviciile media audiovizuale ale furnizorului public de servicii media și ale altor furnizori de servicii media, indiferent dacă acestea sunt sau nu remunerate.</p> <p>(10) Directorul general poate fi demis din funcție de către organul de supraveghere în următoarele cazuri:</p> <p>a) din proprie inițiativă, în baza cererii scrise;</p> <p>b) a pierdut sprijinul membrilor organului de supraveghere;</p> <p>c) alte cazuri prevăzute de legislația în vigoare.</p> <p>(11) În cazurile prevăzute la alin.(10) lit.b), directorul general este demis cu votul a cel puțin 2/3 din numărul membrilor organului de supraveghere.</p> <p>(12) Directorul general și adjuncții lui își exercită mandatele până la desemnarea succesorilor. Prelungirea mandatelor nu poate fi mai mare de 6 luni.</p>	
<p>Articolul 38. Atribuțiile Comitetului managerial</p>	
<p>(1) Comitetul managerial își desfășoară activitatea în conformitate cu regulamentul de organizare și funcționare, elaborat la inițiativa directorului general și aprobat de către acesta, în cel mult trei luni de la constituirea Comitetului managerial. La necesitate regulamentul de organizare și funcționare a Comitetului managerial poate fi modificat.</p> <p>(2) Comitetul managerial, în raport cu directorul general, are statut de organ consultativ.</p> <p>(3) Comitetul managerial:</p> <p>a) contribuie la executarea deciziilor directorului general și a organului de supraveghere;</p> <p>b) elaborează proiectele de documente care se supun aprobării de către directorul general;</p> <p>c) oferă aviz pentru proiectele de norme, normative, regulamente și instrucțiuni, care se supun aprobării de către directorul general;</p>	<p>La sugestia experților europeni au fost omise mai multe prevederi care îl făceau exagerat de detaliat. De asemenea, s-a ținut cont de propunerile TRM.</p>

<p>d) la solicitarea organului de supraveghere, oferă aviz pentru documentele care se supun aprobării de către organul de supraveghere;</p> <p>e) exercită orice alte atribuții care îi revin potrivit prevederilor prezentului cod și regulamentului de funcționare.</p>	
Articolul 39. Caietul de sarcini	
<p>(1) Caietul de sarcini al furnizorului public național de servicii media conține:</p> <p>a) lista serviciilor media audiovizuale liniare și neliniare propuse spre furnizate;</p> <p>b) declarația politicii editoriale pentru fiecare serviciu media audiovizual;</p> <p>c) planul de finanțare.</p> <p>(2) Caietul de sarcini reprezintă temei pentru:</p> <p>a) aprobarea bugetului furnizorului public național de servicii media;</p> <p>b) monitorizarea și supravegherea modului în care este îndeplinită misiunea furnizorului public național de servicii media;</p> <p>c) exercitarea controlului public asupra activității furnizorului public național de servicii media.</p> <p>(3) Declarația politicii editoriale este elaborată în conformitate cu misiunea furnizorului public național de servicii media și prevede obiectivele principale, activitățile prin care va fi atins fiecare obiectiv și motivarea lor.</p> <p>(4) Planul de finanțare conține:</p> <p>a) bugetul general al furnizorului public național de servicii media;</p> <p>b) bugetul detaliat al fiecărui serviciu media audiovizual.</p> <p>(5) Proiectul Caietului de sarcini este elaborat la inițiativa directorului general, avizat de Comitetul managerial și prezentat spre aprobare organului de supraveghere.</p> <p>(6) Caietul de sarcini, aprobat de organul de supraveghere, este depus de către directorul general al furnizorului public național de servicii media în organul legislativ, în termenele prevăzute de legislație.</p> <p>(7) Conținutul Caietului de sarcini poate fi modificat de organul de supraveghere al furnizorului public de servicii media la inițiativa directorului general, cu avizul Comitetului managerial.</p>	<p>Autorii au urmat, în cea mai mare parte, recomandările. Cât privește aprobarea prealabilă a noilor servicii (sugerate de experți), considerăm că acest mecanism ar putea fi prevăzut în Direcțiile strategice de dezvoltare a furnizorului public.</p>
Articolul 40. Proprietatea furnizorului public național de servicii media	
<p>(1) Furnizorul public național de servicii media posedă, folosește și dispune de bunuri aflate în proprietatea sa, inclusiv clădiri, spații și terenuri aferente.</p> <p>(2) Furnizorul public național de servicii media poate achiziționa bunuri necesare îndeplinirii atribuțiilor ce-i revin prin lege.</p> <p>(3) Furnizorul public național de servicii media poate achiziționa și înstrăina bunurile imobile cu acordul prealabil al organului de supraveghere și cu acceptul fondatorului.</p>	<p>Articolul, la sugestia experților, a fost redactat prin eliminarea detaliilor. Totodată, este prevăzut un mecanism de înstrăinare a bunurilor imobile.</p>
Articolul 41. Bugetul furnizorului public național de servicii media	
<p>(1) Bugetul furnizorului public național de servicii media se constituie din alocații de la bugetul de stat și din venituri proprii.</p> <p>(2) Alocațiile de la bugetul de stat constituie 0,9% din valoarea bugetului public</p>	<p>Argumentare:</p> <p>- varianta propusă pentru bugetul furnizorului public nu este cea mai indicată pentru independența acestuia, dar este una de compromis. Pe de o parte, ea</p>

<p>național prevăzută de legea bugetară anuală.</p> <p>(3) Veniturile proprii ale furnizorului public național de servicii media provin, după caz, din:</p> <p>a) sume încasate din realizarea obiectului de activitate;</p> <p>b) sume încasate din comunicările comerciale audiovizuale difuzate în cadrul evenimentelor de importanță majoră;</p> <p>c) donații și sponsorizări;</p> <p>d) alte venituri legale.</p> <p>(4) Raportul privind executarea bugetului este prezentat anual de către directorul general și avizat de către Comitetul managerial organului de supraveghere și este făcut public.</p> <p>(5) Raportul anual privind executarea bugetului este depus împreună cu raportul anual de activitate la Consiliul Audiovizualului de către directorul general al furnizorului public național de servicii media.</p> <p>(6) Activitatea financiară a furnizorului public național de servicii media este verificată de către Curtea de Conturi în conformitate cu legislația în vigoare.</p> <p>(7) Utilizarea fondurilor furnizorului public național de servicii media este supusă controlului organelor abilitate prin lege, potrivit provenienței fondurilor respective.</p>	<p>nu asigură dependența necesară a furnizorului public de contribuabili și, deci, nu poate fi activat mecanismul de responsabilizare, iar, pe de altă parte, asigură previzibilitatea finanțării, fapt ce oferă furnizorului public posibilitatea de a planifica și a realiza ceea ce se poate realiza pe contul bugetului;</p> <p>- furnizorul public, în ultimii 15 ani, de fiecare dată, a solicitat un buget (în mai multe rânduri, argumentat explicit) de aproximativ 250 de milioane de lei, dar, în permanență, a obținut un buget de 80-100 de milioane, ceea ce i-a permis să se țină pe linia de plutire și, de fapt, să-și onoreze parțial misiune ce-i revine;</p> <p>- autorii au redactat esențial varianta propusă în 2011, considerând că cea de față este, deși nu până la capăt conformă celor mai bune practici, una realistă. În plus, furnizorul public își va putea "trage plapuma" cât îi va permite bugetul public.</p>
Articolul 42. Consiliul de Supraveghere	
<p>(1) Activitatea furnizorului public național de servicii media este supravegheată de Consiliul de Supraveghere care își desfășoară activitatea în baza propriului regulament de organizare și funcționare.</p> <p>(2) Consiliul de Supraveghere reprezintă diversitatea societății.</p> <p>(3) Consiliul de Supraveghere reprezintă interesul public în raport cu instituțiile de stat și cu furnizorul public național de servicii media.</p> <p>(4) Consiliul de Supraveghere își desfășoară activitatea în nume propriu, contribuie la edificarea și dezvoltarea furnizorului public național de servicii media pe principiile menționate în prezentul Cod.</p>	<p>Denumirea "Consiliul de Observatori" presupune un organ pasiv care să observe dintr-o parte. "Supravegherea" presupune implicare.</p>
Articolul 43. Componenta Consiliului de Supraveghere	
<p>(1) Consiliul de Supraveghere este compus din 15 membri, personalități publice cu calificări profesionale în domeniile: jurnalism, drept, relații cu publicul, relații internaționale, cultură, artă, cinematografie, gestiune financiară și gestiune a întreprinderii comerciale, tehnologia informației, comunicațiilor, activitate academică, mass-media, inginerie.</p> <p>(2) În componența Consiliului de Supraveghere sunt desemnați cel puțin:</p> <p>a) 5 reprezentanți ai unităților administrativ-teritoriale, altele decât mun. Chișinău;</p> <p>b) 3 reprezentanți ai minorităților etnice.</p> <p>(3) La desemnarea membrilor Consiliului de Supraveghere este luat în considerare principiul egalității de gen.</p> <p>(4) Membrii Consiliului de Supraveghere sunt desemnați de Consiliul Audiovizualului, potrivit următoarei proceduri:</p> <p>a) cu 60 de zile înainte de expirarea mandatelor a 5 membri, președintele Consiliului de Supraveghere înștiințează în scris Consiliul Audiovizualului;</p>	<p>Argumentare:</p> <p>- este propus un nou mecanism de desemnare a CS – de către CA. Astfel, sunt omise mai multe inadvertențe: CA, ca unic garant al interesului public în domeniul audiovizualului, reprezintă și furnizorul public; CA poate mai operativ în comparație cu Parlamentul să desemneze/completeze componența CS; se stabilește o relație logică între CA și CS/furnizorul public, eliminând, astfel, subordonarea dublă actuală a furnizorului public;</p> <p>- este propus ca CS, prin membrii săi, să reprezinte întregul public (și diversitatea reală a acestuia) și nu doar cel din capitală, cum se procedează până în prezent;</p> <p>- este propusă desemnarea membrilor CS cu majoritate calificată, ceea ce garantează un sprijin larg și, concomitent, un grad sporit de independență și, deci, de manevră;</p>

<p>b) Consiliul Audiovizualului, în termen de 15 zile de la înștiințarea în scris despre funcțiile vacante, emite o invitație publică pentru candidații la 5 funcții de membru al Consiliului de Supraveghere, făcând publice criteriile pentru ocuparea funcției și termenul limită pentru depunerea dosarelor de participare;</p> <p>c) procedura prevăzută la lit. a) și b) este repetată și în cazul expirării mandatelor celorlalți membri ai Consiliului de Observatori/Consiliului de Supraveghere;</p> <p>d) Consiliul Audiovizualului, în termen de 15 zile de la data limită de depunere a dosarelor de participare la concurs, desemnează membrii Consiliului de Supraveghere cu votul a 2/3 din numărul membrilor săi;</p> <p>(5) În situația în care concursul a eșuat în termenul prevăzut la alin.(4), Consiliul de Supraveghere funcționează valabil în componența a cel puțin 10 membri validați, iar Consiliul Audiovizualului repetă procedura de desemnare după 7 zile de la constatarea funcțiilor rămase vacante.</p> <p>(6) La funcția de membru al Consiliului de Supraveghere poate candida persoana care întrunește următoarele condiții:</p> <p>a) deține cetățenia Republicii Moldova;</p> <p>b) are studii superioare și experiență de cel puțin 5 ani în unul din domeniile prevăzute în alin.(1);</p> <p>c) cunoaște limba română și o limbă de circulație internațională;</p> <p>d) reputație ireproșabilă confirmată prin cel puțin 3 scrisori de recomandare din mediul de specialitate;</p> <p>e) nu a deținut funcția de membru al Consiliului de Observatori, de membru al Consiliului Coordonator al Audiovizualului și/sau de membru al Consiliului Audiovizualului;</p> <p>d) nu are antecedente penale grave;</p> <p>(7) Membrii Consiliului de Supraveghere sunt desemnați pentru un singur mandat de 6 ani.</p>	<p>- este propusă o componență numerică mai mare și, deci, mai reprezentativă, iar, în același rând, cu dreptul de a avea un singur mandat. Astfel, mai multă lume (public) va fi antrenată în treburile furnizorului public. În plus, va fi eliminată posibilitatea unui ex-membru, indiferent cum s-a manifestat, să revină la CS doar din motiv că are sprijin politic;</p> <p>- este propusă completarea eșalonată a componenței CS, pentru a asigura continuitate în activitate.</p>
<p>Articolul 44. Incompatibilități cu funcția de membru al Consiliului de Supraveghere</p>	
<p>(1) Funcția de membru al Consiliului de Supraveghere este incompatibilă cu:</p> <p>a) statutul de membru al organului legislativ reprezentativ corespunzător sau de consilier, de membru al administrației publice centrale sau locale/regionale sau de angajat din cadrul acestora, precum și de membru al Consiliului Audiovizualului;</p> <p>b) calitatea de deținător, direct sau indirect, de acțiuni sau părți ale fondului statutar al persoanelor juridice comerciale cu activități în domenii în care s-ar afla în conflict de interese cu calitatea de membru al Consiliului de Supraveghere;</p> <p>c) statutul de angajat al furnizorului public național de servicii media, cu excepțiile prevăzute în art.47, alin.(1);</p> <p>d) statutul de autor, prezentator, moderator, realizator, titular sau netitular, de programe audiovizuale ale furnizorului public de servicii media;</p> <p>e) calitatea de membru de partid sau de afiliat politic în ultimii 3 ani.</p> <p>(2) Membrul Consiliului de Supraveghere care, în momentul numirii, se află în una dintre situațiile prevăzute la alin.(1), lit.a)-d) are la dispoziție un termen de cel mult 30 de zile pentru a renunța la calitatea sau la acțiunile respective, perioadă în</p>	<p>Pentru a diminua influența factorului politic asupra activității CS, sunt propuse norme corespunzătoare – alin.(1) a) și e). În plus, au fost luate în calcul propunerile TRM.</p>

<p>care nu are drept de vot în cadrul Consiliului.</p> <p>(3) Membrul Consiliului de Supraveghere care nu respectă prevederile prezentului articol, este demis de drept, locul său devenind vacant.</p>	
<p>Articolul 45. Atribuțiile Consiliului de Supraveghere</p>	
<p>(1) Consiliul de Supraveghere are următoarele atribuții:</p> <p>a) aprobă Statutul furnizorului public național de servicii media și modificările la el;</p> <p>b) aprobă Regulamentul de organizare și funcționare a furnizorului public de servicii media și modificările la el;</p> <p>c) aprobă propriul Regulament de organizare și funcționare și modificările la el;</p> <p>d) aprobă Caietul de sarcini al furnizorului public național de servicii media;</p> <p>e) aprobă condițiile de organizare a concursurilor pentru desemnarea directorului general;</p> <p>f) confirmă în funcție și demite din funcție directorul general al furnizorului public național de servicii media în temeiul prezentului cod;</p> <p>g) aprobă strategii de dezvoltare a furnizorului public național de servicii media pe termen mediu și lung;</p> <p>h) aprobă declarația politicii editoriale a furnizorului public național de servicii media în campaniile electorale;</p> <p>i) supraveghează activitatea furnizorului public național de servicii media în vederea îndeplinirii Caietului de sarcini și, la necesitate, intervine cu hotărâri obligatorii;</p> <p>j) aprobă plafonul maxim al creditelor bancare pe care le poate solicita directorul general fără aprobarea Consiliului de Supraveghere;</p> <p>k) aprobă propunerile de modificare a bugetului;</p> <p>l) ține un registru al adresărilor publice, examinează petițiile și plângerile parvenite de la public și, după caz, indică directorului general acțiuni obligatorii de redresare a situației;</p> <p>m) depune la Consiliul Audiovizualului un raport anual până la sfârșitul primei luni a anului pentru perioada anterioară;</p> <p>n) asigură transparența propriei activități;</p> <p>o) exercită orice alte atribuții care îi revin potrivit prevederilor legale și Regulamentului de organizare și funcționare.</p>	<p>Autorii au redactat articolul, ținând cont de sugestiile experților europeni.</p>
<p>Articolul 46. Activitatea Consiliului de Supraveghere</p>	
<p>(1) Consiliul de Supraveghere își desfășoară activitatea, de regulă, în ședințe publice, convocate la inițiativa președintelui, a cel puțin a unei treimi din numărul membrilor săi sau la solicitarea directorului general. Consiliul de Supraveghere se convoacă ori de câte ori este necesar, dar nu mai rar de o dată pe lună.</p> <p>(2) Consiliul de Supraveghere are în componența sa un președinte și un secretar care sunt aleși cu votul a 2/3 din numărul membrilor săi. Ședința în care sunt aleși președintele și secretarul este prezidată de cel mai în vârstă membru al Consiliului de Supraveghere.</p> <p>(3) Președintele Consiliului de Supraveghere este responsabil de exercitarea</p>	

atribuțiilor organului de supraveghere.

(4) Secretarul Consiliului de Supraveghere este responsabil de organizarea ședințelor de lucru și de lucrările de secretariat.

(5) Președintele Consiliului de Supraveghere:

a) elaborează agenda ședințelor de lucru și le prezidează;

b) semnează hotărârile și asigură publicarea lor;

c) întocmește raportul anual de activitate și după aprobarea acestuia de către Consiliul de Supraveghere îl depune la Consiliul Audiovizualului;

d) reprezintă organul de supraveghere în relațiile cu autoritățile publice și cu persoane fizice și juridice;

e) reprezintă organul de supraveghere în organizații naționale și internaționale în probleme ce țin de supravegherea furnizorilor publici de servicii media.

(6) În absența președintelui, activitatea curentă a Consiliului de Supraveghere este condusă de secretar, iar ședințele de lucru sunt prezidate de un președinte al ședinței, ales de către consiliu prin vot deschis cu majoritatea de voturi ale membrilor prezenți.

(7) În caz de vacanță a funcției de președinte sau de secretar, se procedează la alegere în condițiile prezentului articol.

(8) Vacanța funcției de membru al Consiliului de Supraveghere poate interveni în caz de:

a) demisie din propria inițiativă;

b) deces;

c) expirare a termenului de deținere a funcției;

d) condamnare prin hotărâre judecătorească definitivă;

e) absență la 7 ședințe ale Consiliului pe durata a 12 luni;

f) lipsa capacității de exercițiu, stabilită de un organ abilitat.

(9) Cu cel puțin 60 de zile înainte de expirarea mandatului membrilor Cu cel puțin 60 de zile înainte de expirarea mandatului și în termen de 7 zile de la intervenirea de drept a vacanței funcției de membru, constatată în condițiile specificate la alin.(8) și la arti.44 al prezentului cod, președintele Consiliului de Supraveghere înștiințează în scris Consiliul Audiovizualului care, la prima ședință publică după înștiințare, anunță concursul pentru ocuparea funcțiilor vacante de membru al Consiliului de Supraveghere.

(10) Președintele și secretarul pot fi demisi în cazul pierderii încrederii membrilor Consiliului de Supraveghere cu votul a cel puțin 2/3 din membri.

(11) În cazul demisiei din proprie inițiativă sau al demiterii intervenite conform alin.(10), președintele și secretarul își păstrează calitatea de membri ai Consiliului de Supraveghere.

(12) În exercitarea atribuțiilor sale, Consiliul de Supraveghere adoptă hotărâri obligatorii, care intră în vigoare la data publicării lor.

(13) Toate hotărârile Consiliului de Supraveghere sunt motivate și se publică pe pagina web a furnizorului public național de servicii media.

Articolul 47. Remunerarea membrilor Consiliului de Supraveghere

<p>(1) Președintele și secretarul Consiliului de Supraveghere sunt angajați cu normă deplină de muncă și au calitatea de salariați ai furnizorului public de servicii media.</p> <p>(2) Mărimea remunerației președintelui este echivalentă cu 90 la sută din mărimea remunerației președintelui Consiliului Audiovizualului. Mărimea remunerației secretarului constituie 90 la sută din mărimea remunerației președintelui Consiliului de Supraveghere. Ceilalți membri ai Consiliului de Supraveghere primesc, lunar, o indemnizație reprezentând 10% din remunerația președintelui Consiliului de Supraveghere pentru participarea la fiecare ședință și, după caz, rambursarea cheltuielilor de transport și de cazare.</p> <p>(3) Sursele financiare necesare activității Consiliului de Supraveghere sunt prevăzute într-un capitol separat al Planului de finanțare al furnizorului public național de servicii media.</p>	<p>Este propus un nou mecanism de remunerare a membrilor CS, îndreptățit și echitabil în opinia autorilor.</p>
Articolul 48. Responsabilitatea Consiliului de Supraveghere	
<p>(1) Consiliul de Supraveghere este responsabil în fața publicului, prin prezentarea raportului anual de activitate la Consiliul Audiovizualului.</p> <p>(2) Raportul anual al Consiliului de Supraveghere, după prezentare și dezbateră publică, se depune până la data de 1 februarie și este constituit din 2 părți: activitatea furnizorului public de servicii media și propria activitate.</p>	<p>Articolul a fost redactat, ținându-se cont de obiecții, lăsând, astfel, la latitudinea CA să formuleze, la necesitate, recomandări pentru CS și pentru furnizorul public.</p>
Capitolul VI. FURNIZORII COMUNITARI DE SERVICII MEDIA	
Articolul 49. Constituirea furnizorilor comunitari de servicii media	
<p>(1) Furnizorii comunitari de servicii media sunt constituiți de către comunitate, funcționează pentru comunitate, sunt gestionați de către comunitate și sunt finanțați din contribuția comunității.</p> <p>(2) În sensul prezentului cod, comunitatea reprezintă grupuri sociale unite pe criteriu teritorial și/sau pe criteriu de interese comune, exceptând interesele de ordin politic, religios, sindical.</p> <p>(3) Furnizorii comunitari de servicii media sunt persoane juridice necomerciale.</p> <p>(4) Furnizorii comunitari de servicii media sunt constituiți de persoane fizice și/sau juridice conform următoarei proceduri:</p> <p>a) grupul de inițiativă convoacă o întrunire generală reprezentativă a comunității;</p> <p>b) întrunirea decide asupra modului de organizare și funcționare a furnizorului comunitar de servicii media.</p> <p>(5) Furnizorii comunitari de servicii media se bucură de înlesnirile prevăzute pentru instituțiile cu statut de utilitate publică.</p>	<p>Necesitatea unor reglementări privind serviciile media audiovizuale comunitare este justificată de autori ca oferind o posibilitate unor grupuri de comunități constituite pe criterii teritoriale și/sau de interese de orice fel, exceptând cele de ordin politic, religios sau sindical.</p> <p>De altfel, expertiza efectuată de organizația Articolul XIX asupra textului Codului Audiovizualului în vigoare din 2006, recomandă autorilor introducerea reglementărilor cu privire la radiodifuzorii comunitari alături de cei publici și cei privați, astfel încât să existe un sistem din 3 niveluri.</p>
Articolul 50. Funcționarea furnizorului comunitar	
<p>(1) Furnizorul comunitar de servicii media respectă principiile de comunicare audiovizuală prevăzute de prezentul cod.</p> <p>(2) Furnizorul comunitar de servicii media poate utiliza:</p> <p>a) frecvențe și/sau canale, în baza licenței de emisie, obținute în conformitate cu prevederile prezentului cod;</p>	

<p>b) spații de emisie pe frecvențe și canale aparținând altor furnizori de servicii media și/sau distribuitori de servicii media.</p> <p>(3) Furnizorul comunitar de servicii media poate utiliza spații de emisie pe frecvențe și canale aparținând altor furnizori de servicii media, în temeiul unui acord semnat între părți și avizat de Consiliul Audiovizualului.</p> <p>(4) Licența de emisie a furnizorului comunitar de servicii media are termen de valabilitate de 9 ani și nu poate fi cesionată.</p> <p>(5) Furnizorul comunitar de servicii media depune la Consiliul Audiovizualului un raport anual de activitate.</p> <p>(6) Furnizorul comunitar de servicii media este inclus în Registrul furnizorilor de servicii media la compartimentul respectiv.</p>	
Articolul 51. Finanțarea furnizorului comunitar	
<p>(1) Bugetul furnizorului comunitar de servicii media se constituie din:</p> <p>a) contribuții de la membrii comunității;</p> <p>b) încasări din prestări de servicii specializate în interesul comunității, în bază de contract.</p> <p>c) donații, sponsorizări și granturi;</p> <p>d) alte venituri legale.</p> <p>(2) Bugetul furnizorului comunitar de servicii media este făcut public pentru comunitate.</p> <p>(3) Executarea bugetului este supravegheată și controlată în modul stabilit de întrunirea generală reprezentativă a comunității.</p>	
Articolul 52. Suspendarea și încetarea activității furnizorului comunitar	
<p>(1) Suspendarea activității furnizorului comunitar de servicii media este decisă de întrunirea generală reprezentativă a comunității.</p> <p>(2) În cazul utilizării de frecvențe terestre în baza licenței de emisie, suspendarea nu poate dura mai mult de 6 luni din ziua în care a fost luată decizia.</p> <p>(3) Încetarea activității furnizorului comunitar de servicii media este decisă de întrunirea generală reprezentativă a comunității.</p> <p>(4) Decizia vizând suspendarea sau încetarea activității furnizorului comunitar de servicii media este comunicată în scris Consiliului Audiovizualului în termen de 10 zile lucrătoare.</p>	
Capitolul VII. DISTRIBUTORII DE SERVICII MEDIA	
Articolul 53. Funcționarea distribuitorilor de servicii media	
<p>(1) Distribuitorii de servicii media sunt constituiți de către persoane fizice și/sau juridice sub formă de societăți comerciale.</p> <p>(2) Distribuitorii de servicii media nu au în calitate de proprietar beneficiar:</p> <p>a) Parlamentul, Președintele Republicii Moldova sau Guvernul;</p> <p>b) un organ central de specialitate din cadrul administrației publice sau o autoritate a administrației publice centrale;</p> <p>c) o autoritate a administrației publice locale;</p>	<p>Autorii consideră oportun ca distribuitorii de servicii media să fie autorizați.</p>

<p>d) alt organ (autoritate), creat (ă) de către stat în persoana autorității publice, având drept scop exercitarea atribuțiilor administrative, social-culturale și a altor atribuții 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 fondatori sau co-fondatori unul sau mai mulți subiecți prevăzuți la lit. a)-f);</p> <p>h) un partid sau o organizație social-politică;</p> <p>i) un sindicat;</p> <p>j) un cult religios.</p> <p>(3) Distribuitorii de servicii media își desfășoară activitatea în temeiul autorizației de retransmisie.</p>	
Articolul 54. Autorizația de retransmisie	
<p>(1) Modul de eliberare, modificare și revocare a autorizației de retransmisie se stabilește de Consiliul Audiovizualului, în conformitate cu prevederile prezentului cod.</p> <p>(2) Pentru obținerea autorizației de retransmisie, solicitantul depune o cerere la Consiliul Audiovizualului însoțită de următoarele acte:</p> <p>a) lista serviciilor media audiovizuale preconizate spre retransmisie;</p> <p>b) acordurile prealabile existente în ziua solicitării, încheiate cu furnizorii serviciilor media audiovizuale preconizate spre retransmisie sau reprezentanții legali ai acestora;</p> <p>c) lista proprietarilor beneficiari ai solicitantului;</p> <p>(3) În termen de 30 de zile din ziua depunerii cererii, Consiliul Audiovizualului eliberează sau refuză eliberarea autorizației de retransmisie prin decizie motivată.</p> <p>(4) Autorizația de retransmisie se eliberează fără concurs pentru un termen de 10 ani și cuprinde:</p> <p>a) numărul și data emiterii;</p> <p>b) denumirea persoanei juridice, codul fiscal, sediul și adresele pentru corespondență ale titularului;</p> <p>c) denumirea distribuitorului de servicii media;</p> <p>d) lista serviciilor media audiovizuale retransmise;</p> <p>e) localitățile, în care urmează a fi pusă/puse la dispoziția publicului oferta/ofertele de servicii media;</p> <p>f) rețeaua de comunicații electronice utilizată;</p> <p>g) angajamentul distribuitorului de servicii media de a respecta prevederile prezentului cod și actele normative ale Consiliului Audiovizualului;</p> <p>h) angajamentul distribuitorului de servicii media de a prezenta Consiliului Audiovizualului informațiile solicitate în vederea exercitării atribuțiilor sale.</p> <p>(5) Distribuitorul de servicii media este în drept să solicite o nouă autorizație de retransmisie, în mod anticipat – în ultimele 6 luni de valabilitate a acesteia.</p> <p>(6) Taxele percepute pentru eliberarea și, după caz, modificarea autorizației de retransmisie se stabilesc prin lege.</p>	<p>Autorii au prevăzut cerințe generale. Modalitatea detaliată este prevăzută de regulamentul CA.</p>
Articolul 55. Oferta de servicii media retransmise	

(1) Oferta de servicii media se aprobă de Consiliul Audiovizualului, în termen de 15 zile lucrătoare de la data înregistrării solicitării titularului autorizației de retransmisie.

(2) Distribuitorul de servicii media are obligația să includă în oferta sa de servicii:

a) serviciile de televiziune ale furnizorului public național de servicii media;

b) cel puțin **50%** din serviciile de televiziune libere la retransmisie ale furnizorilor de servicii media aflați sub jurisdicția Republicii Moldova, inclusiv serviciile de televiziune "must carry";

c) serviciile de televiziune difuzate în temeiul acordurilor internaționale la care Republica Moldova este parte.

(3) Oferta de servicii media trebuie să întrunească următoarele condiții:

a) serviciile de televiziune în limba română și serviciile de televiziune cu subtitrare/dublare în limba română constituie cel puțin **50%** din numărul total de servicii distribuite prin rețeaua respectivă;

b) serviciile de televiziune care provin din statele membre ale Uniunii Europene și din terțe state participante la Convenția europeană a Consiliului Europei cu privire la televiziunea transfrontalieră constituie cel puțin **50%** din numărul total de servicii de televiziune distribuite prin rețeaua respectivă.

(4) Distribuitorul de servicii media este în drept să modifice, fără acordul Consiliului Audiovizualului, oferta de servicii aprobată în proporție de până la 10% din numărul total de servicii de televiziune distribuite prin rețeaua respectivă, respectând condițiile prevăzute la alin.(2)-(3).

(5) Distribuitorii de servicii media au obligația, la nivel regional și local, să includă în oferta lor serviciile de televiziune regionale și locale libere la retransmisie, acolo unde acestea există.

(6) În localitățile în care o minoritate etnică reprezintă o pondere de cel puțin 25%, distribuitorii de servicii media trebuie să asigure și servicii media audiovizuale libere la retransmisie în limba minorității respective.

(7) Distribuitorul de servicii media va ținde să asigure în structura ofertei sale de servicii media un echilibru relativ între numărul de servicii media audiovizuale informative, educative și de divertisment.

(8) Distribuitorul de servicii media comunică în scris Consiliului Audiovizualului despre punerea la dispoziția publicului a ofertei de servicii media, cu cel puțin 72 de ore înainte.

(9) Serviciile de televiziune libere la retransmisie, inclusiv serviciile de televiziune "must carry", vor fi puse gratuit la dispoziția distribuitorului de servicii media de către furnizorii de servicii media aflați în jurisdicția Republicii Moldova și vor fi retransmise gratuit de către distribuitorii de servicii media.

(10) Distribuitorul de servicii media este obligat să poziționeze, cu întâietate, în lista de preselecție automată a serviciilor de televiziune retransmise prin rețeaua sa, serviciul de televiziune generalist al furnizorului public național de servicii media. Sunt interzise ingerințe de orice fel în modalitatea de poziționare a serviciilor de televiziune în oferta de servicii media retransmise.

(11) Distribuitorul de servicii media este în drept să pretindă de la furnizorii de

Majoritatea propunerilor parvenite de la experți și în cadrul dezbaterilor din subgrup au fost acceptate, dar anumite prevederi necesită discuții suplimentare.

servicii media prevăzuți la alin.(2) lit.b) compensarea cheltuielilor rezonabile necesare pentru asigurarea preluării semnalului în cazul în care aceștia își schimbă locația inițială de livrare-preluare a semnalului serviciilor de televiziune furnizate.	
Articolul 56. Raportul anual	
<p>Distribuitorul de servicii media prezintă Consiliului Audiovizualului, până la 1 februarie, un raport anual care conține:</p> <p>a) localitățile sau, după caz, teritoriile în care distribuie ofertele de servicii media;</p> <p>b) lista serviciilor media audiovizuale incluse în ofertă/oferte;</p> <p>c) datele de identificare ale proprietarilor beneficiari ai persoanei juridice, care este titulară a autorizației de retransmisie, și valoarea cotei lor de participățiune;</p> <p>d) declarații pe proprie răspundere ale persoanelor prevăzute la lit.c) care dețin o cotă mai mare de 20% din capitalul social ori drepturile de vot ale titularului autorizației de retransmisie prin care declară dacă sunt fondatori sau investitori, direcți ori indirecti, la alți distribuitori de servicii media sau furnizori de servicii media, cu precizarea procentului deținut din capitalul social al acestora;</p> <p>e) alte informații solicitate prin raportul-model aprobat de Consiliul Audiovizualului.</p>	Prevederea a fost reformulată în conformitate cu sugestiile experților europeni.
Capitolul VIII. SERVICIILE MEDIA AUDIOVIZUALE NELINIARE	
Articolul 57. Organizarea serviciilor media audiovizuale neliniare	
<p>(1) Un serviciu media audiovizual neliniar întrunește cumulativ următoarele caracteristici:</p> <p>a) are ca scop principal furnizarea de programe audiovizuale comparabile cu cele oferite în mod obișnuit de serviciile de televiziune;</p> <p>b) programele audiovizuale sunt destinate publicului larg;</p> <p>c) programele audiovizuale sunt cuprinse într-un catalog;</p> <p>d) accesul la programele audiovizuale se face la cerere;</p> <p>e) răspunderea editorială pentru conținutul programelor audiovizuale revine unei persoane fizice sau juridice aflate sub jurisdicția Republicii Moldova.</p> <p>(2) Serviciile media audiovizuale neliniare sunt constituite din următoarele tipuri de servicii:</p> <p>a) „video la cerere” – serviciu media audiovizual neliniar (gratuit și/sau cu plată) care oferă utilizatorului acces, la cerere individuală și la momentul ales de către acesta, la vizionarea de filme, videoclipuri, spectacole, live sau înregistrate, precum și alte tipuri de materiale video reunite în cadrul unui catalog;</p> <p>b) „video în reluare” – serviciu media audiovizual neliniar care oferă utilizatorului acces, pentru o perioadă limitată de timp, la revizionarea, la cerere individuală și la momentul ales de către acesta, a programelor audiovizuale difuzate în prealabil în cadrul unui serviciu de televiziune.</p>	<p>O particularitate a DSMAV este că aceasta cuprinde în câmpul de reglementare nu doar organismele de radiodifuziune, adică serviciile tradiționale de televiziune, dar toate serviciile media audiovizuale (SMAV), noțiune mai largă care acoperă atât serviciile lineare cât și cele neliniare sau la cerere.</p> <p>Principala problemă care se pune este cum să stabilim dacă un serviciu este un SMAV la cerere?</p> <p>În Belgia, Consiliul Superior al Audiovizualului (CSA) a emis o recomandare în care precizează că pentru a fi calificat ca SMAV un serviciu trebuie să întrunească 7 criterii cumulative: 1) să fie serviciu; 2) să fie editat sub responsabilitatea editorială a unui editor; 3) să aibă audiovizualul ca obiect principal; 4) să fie destinat publicului; 5) să fie compus din programe televizuale sau sonore; 6) să fie comunicat prin rețele de comunicații electronice; 7) să urmărească scopul de a informa, educa, distra sau de a asigura o comunicare comercială.</p> <p>În Marea Britanie, autoritatea de reglementare a domeniului, OFCOM, a delegat o parte a competențelor privind serviciile de programe la cerere (On Demand Programme Service – ODPS) Autorității pentru televiziunea la cerere (The Authority for Television on Demand – ATVOD) care poate stabili că este vorba de un ODPS dacă răspunde următoarelor caracteristici: (a) scopul său principal este furnizarea de programe a căror formă și conținut sunt comparabile cu programele oferite în mod obișnuit de serviciile de programe de</p>

	<p>televiziune; (b) accesul la astfel de servicii se face la cerere; (c) răspunderea editorială pentru serviciu revine unei persoane fizice sau juridice; (d) persoana fizică sau juridică pune serviciul la dispoziția publicului; (e) această persoană fizică sau juridică se află sub jurisdicția Regatului Unit în sensul DSMAV.</p> <p>În Franța sunt supuse declarațiilor doar serviciile de televiziune la cerere cu venituri anuale de 150 mii euro și serviciile de radiodifuziune la cerere cu 75 mii euro buget anual. Editorii de SMAD (service de médias audiovisuels à la demande) sunt supuși unei părți a obligațiilor aplicabile editorilor de TV: deontologie, protecția minorilor, producerea și promovarea operelor europene și operelor audiovizuale de expresie franceză, comunicările comerciale audiovizuale. Cei cu cifre de afaceri de peste 10 mil. de euro au obligația să contribuie la producția audiovizuală.</p> <p>Putem concluziona că definiția unui SMAV, în general, cuprinde câteva elemente esențiale: serviciul se află sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii media, al cărui obiectiv principal este furnizarea de programe în scop informativ, de divertisment sau educativ pentru publicul larg, prin rețele de comunicații electronice. Definiția unui SMAV neliniar cuprinde suplimentar: serviciu în care audierea/vizionarea de programe se face la cererea individuală a utilizatorului și la momentul ales de acesta, pe baza unui catalog de programe selectate și puse la dispoziție de către furnizorul de servicii media.</p> <p>La alin.(2), autorii au ales 2 tipuri de servicii care constituie SMAV neliniare: a) serviciile de televiziune în reluare și b) video la cerere. Acestea sunt cele mai răspândite, deși sunt țări care au o listă mai largă.</p> <p>De exemplu, în Marea Britanie, OFCOM operează cu 3 tipuri de servicii la cerere, două dintre care răspund definiției de video la cerere: 1) serviciu de televiziune (catch-up TV) în reluare al unui canal de televiziune; 2) un serviciu de programe de arhivă compus din programe de televiziune; 3) un serviciu de film la cerere.</p> <p>În Franța sunt 3 tipuri de SMAD: 1) TV de rattrapage (video în reluare) și 2) servicii video la cerere care sunt de 2 feluri: VaDa (vidéo à la demande par abonnement – video la cerere prin abonament) și VaD (vidéo à la demande à l'acte – video la cerere cu acces imediat, cu plată sau gratuit).</p> <p>În Italia, SMAV neliniare sunt cele la cerere pe bază de catalog accesibil publicului larg, excluzându-se serviciile de tip catch-up TV (tv în reluare) sau serviciile de arhivă a conținuturilor deja difuzate în SMAV lineare, acestea fiind considerate anexe ale SMAV lineare. De asemenea, doar serviciile cu venituri anuale mai mari de 100 000 EUR sunt considerate SMAV la cerere.</p>
<p>Articolul 58. Cerințe de notificare a serviciilor media audiovizuale neliniare</p>	
<p>(1) Orice persoană care intenționează să furnizeze servicii media audiovizuale neliniare are obligația să notifice Consiliului Audiovizualului această intenție cu cel</p>	<p>Autorii cred că solicitanții ar trebui să poată descărca de pe site-ul Consiliului Audiovizualului modelul de declarație pentru notificarea SMAV neliniare.</p>

<p>puțin 7 zile lucrătoare înainte de începerea activității.</p> <p>(2) În scopul notificării, solicitantul completează o declarație în scris, al cărei model poate fi descărcat de pe pagina web a Consiliului Audiovizualului. Notificarea trebuie să cuprindă cel puțin următoarele date:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) denumirea/numele solicitantului; b) numele reprezentantului legal al solicitantului; c) adresa de corespondență și adresa juridică în cazul persoanei juridice; d) denumirea serviciului; e) tipul serviciului; f) rețeaua de comunicații electronice folosită; g) aria geografică; h) condițiile de acces; i) sursele de finanțare; j) data estimativă a începerii activității. <p>(3) La declarația de notificare pe care o depune la Consiliul Audiovizualului, solicitantul anexează cel puțin următoarele documente:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) copia actului care certifică înregistrarea persoanei juridice; b) copia actului de identitate al solicitantului persoană fizică. <p>(4) Notificarea și documentele însoțitoare se depun la Consiliul Audiovizualului, sau se transmit prin scrisoare recomandată ori ca înscris în formă electronică cu aplicarea semnăturii electronice.</p> <p>(5) Furnizarea și distribuția serviciilor media audiovizuale neliniare prevăzute la art.57, alin.(2), lit.b), nu necesită notificare la Consiliul Audiovizualului.</p> <p>(6) Distribuția serviciilor media audiovizuale neliniare prevăzute la art.57, alin.(2), lit.a), nu necesită notificare la Consiliul Audiovizualului cu condiția ca furnizorii acestora să dețină un aviz de furnizare.</p> <p>(7) Furnizarea serviciilor media audiovizuale neliniare prin rețele de comunicații electronice care utilizează frecvențe în sistem digital terestru este posibilă numai în baza unei licențe de emisie, acordată de Consiliul Audiovizualului în condițiile legii.</p>	<p>În Franța, solicitantul completează un formular online cu informații obligatorii de comunicat fără de care formularul nu poate fi validat. Trimiterea declarației generează un mesaj care informează solicitantul că CSA a primit dosarul. Dacă cererea este completă, o confirmare de recepție este adresată solicitantului. Dacă nu-i completă, vor fi solicitate informații complementare.</p> <p>http://www.csa.fr/Services-en-ligne/Formulaire-de-declaration-SMAD.</p> <p>În Belgia, sunt 3 tipuri de formulare pentru declarații: Web TV neliniar sau serviciu la cerere pe internet pentru persoană juridică (1) și persoană fizică (2) și (3) - Web TV pe internet (linear). Cei cu venituri anuale mai mari de 300 000 euro au obligații să contribuie la producția audiovizuală (vărsământ la Centrul de cinema și audiovizual sau altă formă: coproducție sau pre-achiziție de opere audiovizuale. Pot alege). Declarația prealabilă în Belgia se depune la CSA prin trimitere poștală recomandată.</p> <p>Autorii cred că în procesul de notificare a SMAV neliniare trebuie: 1) să fie evitată dupla solicitare pentru unul și același serviciu și 2) sarcina declarării SMAV neliniare să fie pusă doar pe seama furnizorului (care are responsabilitate editorială), nu a distribuitorului de servicii. Acesta din urmă nu are nevoie de aviz, pentru că SMAV neliniare a) în cazul catch-up, acestea au fost deja autorizate prin licență de emisie și b) în cazul video on demand, acestea au fost deja autorizate prin aviz de furnizare.</p> <p>Distribuitorii de servicii care vor să includă în oferta lor propriile SMAV neliniare, atunci ei devin furnizori de servicii media și trebuie să le notifice și să obțină avizul de furnizare de la Consiliul Audiovizualului.</p> <p>La alin.(7), este vorba despre o opțiune de perspectivă în ceea ce privește dreptul la o eventuală furnizare (nu distribuție) a serviciilor media neliniare în multiplex în cazul în care ar exista sloturi disponibile. Și pentru că este vorba despre o resursă rară, este necesară obținerea licenței de emisie. Subiectul necesită dezbateri suplimentare.</p>
Articolul 59. Avizul de furnizare a serviciilor media neliniare	
<p>(1) În termen de 10 zile lucrătoare de la data notificării, Consiliul Audiovizualului eliberează gratuit solicitantului avizul de furnizare a serviciului media audiovizual neliniar. Acest termen poate fi prelungit cu încă 10 zile lucrătoare în cazul în care notificarea este incompletă.</p> <p>(2) Avizul cuprinde, după caz:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) numărul și data eliberării documentului; b) datele de identificare a titularului; c) denumirea și tipul serviciului media audiovizual neliniar; d) datele de identificare a rețelelor de comunicații electronice utilizate; e) în caz de internet, adresa paginii web și/sau denumirea portalului de internet proprii serviciului; f) aria geografică de furnizare a serviciului media audiovizual neliniar. 	

<p>(3) Neîndeplinirea de către Consiliul Audiovizualului a confirmării primirii unei notificări complete nu poate fi un obstacol în calea începerii activității serviciului media audiovizuale neliniar.</p> <p>(4) Furnizorii de servicii media neliniare au obligația să aducă la cunoștința Consiliului Audiovizualului orice modificare în documentele prevăzute la art.58 alin.(2) și (3), depuse la momentul notificării, precum și în datele prevăzute la alin.(2), lit. b) - f), cuprinse în declarația de notificare.</p> <p>(5) Obligația de a comunica Consiliului Audiovizualului modificările intervenite în documentele și datele precizate la alin.(3) trebuie realizată în termen de 30 de zile de la data apariției modificării.</p> <p>(6) Drepturile prevăzute în avizul de furnizare a serviciilor media audiovizuale neliniare nu pot fi transmise către terți.</p>	
Articolul 60. Activitatea furnizorilor de servicii media neliniare	
<p>(1) Furnizorii de servicii media neliniare prezintă anual la Consiliul Audiovizualului, până la 1 februarie, un raport privind operele europene furnizate în cursul anului precedent. Modelul de raport, care poate fi descărcat de pe pagina web a Consiliului Audiovizualului, trebuie să cuprindă cel puțin următoarele date:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) denumirea serviciului media audiovizual neliniar; b) tipul serviciului; c) condițiile de acces la serviciu; d) procentul operelor europene. <p>(2) Furnizorii de servicii media neliniare au obligația să publice, pe pagina web a serviciului, la loc vizibil, următoarele categorii de informații actualizate:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) denumirea, statutul juridic și adresa juridică; b) numele reprezentantului legal și structura acționariatului până la nivel de persoană fizică și juridică, asociat sau acționar care deține o cotă mai mare de 20% din capitalul social ori drepturile de vot în cadrul societății comerciale; c) numele persoanelor responsabile de conducerea societății comerciale și ale celor care își asumă, în principal, responsabilitatea editorială; d) coordonatele furnizorului de servicii media, inclusiv adresa de poștă electronică la care acesta poate fi contactat rapid și direct. <p>(3) Furnizorii de servicii media neliniare au obligația să asigure, pe pagina web de start a serviciului, un link către formularul pentru sesizări și reclamații.</p> <p>(4) În scopul realizării unei evidențe oficiale a furnizorilor, Consiliul Audiovizualului întocmește și actualizează Registrul public al furnizorilor de servicii media neliniare.</p> <p>(5) În cazul încetării activității serviciului media audiovizual neliniar, furnizorul de servicii media depune o notificare la Consiliul Audiovizualului, în termen de 10 zile lucrătoare de la data încetării.</p>	
Articolul 61. Reguli aplicabile serviciilor media audiovizuale neliniare	
<p>(1) Furnizorii de servicii media audiovizuale neliniare au obligația să respecte:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) cerințele privind protecția minorilor stabilite de prezentul cod; b) obligațiile de promovare a operelor europene stabilite de prezentul cod; 	<p>Autorii au prevăzut obligații pentru furnizorii de servicii media să asigure protecția minorilor, să respecte principiile deontologiei profesionale, să respecte cerințele de promovare a operelor europene și cele cu referire la comunicările</p>

<p>c) cerințele privind comunicările comerciale audiovizuale stabilite de prezentul cod.</p> <p>(2) Furnizorul de servicii media trebuie să păstreze o copie a fiecărui program audiovizual inclus în serviciul media audiovizual neliniar cel puțin 60 de zile de la data la care programul audiovizual încetează să fie disponibil pentru vizualizare.</p> <p>(3) În cazul în care un program audiovizual inclus în serviciul media audiovizual neliniar face obiectul unei solicitări privind acordarea dreptului la repică și/sau la rectificarea, furnizorul de servicii media trebuie să păstreze o copie a acestui program cel puțin 90 de zile de la data la care programul audiovizual încetează să fie disponibil pentru vizualizare.</p> <p>(4) Furnizorii de servicii media sunt obligați să pună la dispoziția Consiliului Audiovizualului, la cerere, în maximum 3 zile lucrătoare de la solicitare, copia programului audiovizual într-un format standard care să permită vizualizarea programului respectiv așa cum acesta a fost pus la dispoziție publică pentru vizualizare.</p>	<p>comerciale.</p>
<p>Articolul 62. Obligații de informare a publicului</p>	
<p>Furnizorii de servicii media neliniare au obligația de a pune la dispoziția publicului informații privind prețurile și tarifele aplicate.</p>	
<p>Capitolul IX. COMUNICĂRILE COMERCIALE AUDIOVIZUALE</p>	
<p>Articolul 63. Dreptul de a furniza comunicări comerciale audiovizuale</p>	<p>Capitolul a fost modificat esențial la sugestia experților europeni lăsând la latitudinea CA să instituie reglementări detaliate. Au fost acceptate o serie de propuneri formulare în cadrul ședințelor subgrupului tematic.</p>
<p>(1) Furnizorii de servicii media au dreptul de a furniza comunicări comerciale audiovizuale, în schimbul unei plăți ori contraprestații sau în scopul autopromovării, în conformitate cu prezentul cod, Legea cu privire la publicitate și Regulamentul privind conținuturile audiovizuale.</p> <p>(2) Furnizorii de servicii media sunt în drept să difuzeze următoarele forme de comunicări comerciale audiovizuale:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) sponsorizare; b) publicitate; c) teleshopping; d) plasarea de produse; e) publicitate interactivă; f) publicitate prin ecran partajat; g) publicitate virtuală; h) sponsorizare virtuală; i) alte forme de comunicări comerciale audiovizuale. 	
<p>Articolul 64. Cerințe generale privind comunicările comerciale audiovizuale</p>	
<p>(1) Comunicările comerciale audiovizuale trebuie să fie corecte și oneste.</p> <p>(2) Comunicările comerciale audiovizuale trebuie să fie clar identificabile ca atare și să se deosebească de conținutul editorial. De asemenea, acestea trebuie să fie</p>	<p>Cerințele de bază față de comunicările comerciale audiovizuale sunt corectitudinea și onestitatea, precum și faptul de a nu induce în eroare.</p>

<p>conforme cu prevederile prezentului cod și ale Regulamentului privind conținuturile audiovizuale.</p> <p>(3) Sunt interzise comunicările comerciale audiovizuale pentru:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) țigări, țigări electronice și alte produse pe bază de tutun; b) produse medicamentoase și/sau tratamente medicale, disponibile numai pe bază de prescripție medicală; c) practici oculte; d) alte produse și servicii, în conformitate cu prevederile legislației în vigoare. <p>(4) Sunt interzise comunicările comerciale audiovizuale:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) cu conținut comercial mascat sau înșelătoare; b) fac uz de tehnici subliminale; c) aduc atingere respectului demnității umane; d) includ și promovează orice discriminare bazată pe sex, origine rasială sau etnică, naționalitate, religie sau credință, vârstă, dizabilitate sau orientare sexuală; e) încurajează comportamente care dăunează sănătății și/sau siguranței; f) încurajează comportamente care dăunează grav protecției mediului. <p>(5) Furnizorii de servicii media poartă responsabilitate pentru conținutul comunicărilor comerciale audiovizuale.</p>	<p>Importanța acestor cerințe este subliniată în CETT și în DSMAV.</p>
<p>Articolul 65. Cerințe privind protecția minorilor</p>	
<p>(1) Furnizorii de servicii media difuzează comunicări comerciale audiovizuale respectând prevederile art.15 al prezentului cod.</p> <p>(2) Este interzisă difuzarea comunicărilor comerciale audiovizuale care:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) prezintă nejustificat minorul în situații de abuz sau alt pericol; b) provoacă daună morală, fizică sau mentală minorilor; c) instigă în mod direct minorii să cumpere/închirieze un produs sau să angajeze un serviciu, prin exploatarea lipsei de experiență ori a credulității acestora; d) încurajează în mod direct minorii să își convingă părinții sau pe alte persoane să cumpere bunurile ori serviciile care fac obiectul publicității; e) exploatează încrederea specială pe care minorii o au în părinți, profesori sau alte persoane; f) sunt destinate comercializării de băuturi alcoolice și vizează în mod special minorii. 	
<p>Articolul 66. Sponsorizarea programelor audiovizuale</p>	
<p>(1) Programul audiovizual sponsorizat trebuie să îndeplinească următoarele condiții:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) conținutul și programarea acestuia nu trebuie să fie influențate de sponsor într-o manieră care să aducă atingere independenței editoriale și responsabilității furnizorului de servicii media; b) să nu încurajeze în mod direct vânzarea, cumpărarea sau închirierea produselor și/sau serviciilor sponsorului sau ale unui terț, în special prin referiri promoționale ori de natură comercială la aceste produse sau servicii; c) să fie identificat cu precizie prin specificarea numelui, a siglei și/sau a oricărui alt simbol corespunzător sponsorului, cum ar fi mențiuni asupra produselor sau 	<p>Cerințele generale cu privire la sponsorizarea programelor audiovizuale au fost preluate din art. 10, DSMAV</p>

<p>serviciilor acestuia sau un semn distinctiv, prezentate în mod adecvat pentru astfel de programe, la începutul, în cuprinsul și/sau la sfârșitul acestora, în vederea informării consumatorilor de servicii media cu privire la existența unui acord de sponsorizare.</p> <p>(2) Este interzisă sponsorizarea programelor audiovizuale de știri și informativ-analitice de actualitate.</p> <p>(3) Nici un program audiovizual nu poate fi sponsorizat de către persoane fizice sau juridice a căror activitate principală este fabricarea și/sau comercializarea țigărilor și altor produse pe bază de tutun.</p> <p>(4) În programele audiovizuale sponsorizate de către întreprinderi ale căror activități cuprind fabricarea sau vânzarea de produse medicamentoase și/sau tratamente medicale, pot fi promovate numele și imaginea întreprinderii, fără a fi promovate anumite produse medicamentoase sau tratamente medicale care sunt disponibile numai pe bază de prescripție medicală.</p> <p>(5) Sponsorizarea programelor audiovizuale de către partide politice și organizații social-politice este interzisă.</p> <p>(6) Pe parcursul zilei, durata programelor audiovizuale sponsorizate de același sponsor nu poate depăși mai mult de 25% din durată cumulată a programelor audiovizuale ale fiecărui serviciu media audiovizual generalist și de știri care pot fi sponsorizate.</p>	
<p>Articolul 67. Publicitatea și teleshopping-ul</p>	
<p>(1) Publicitatea și teleshopping-ul trebuie să fie clar identificabile ca atare și separate de conținutul editorial și de alte părți ale serviciului media audiovizual prin mijloace optice și/sau acustice și/sau spațiale.</p> <p>(2) Publicitatea și teleshopping-ul pot fi inserate în programele audiovizuale doar în cazul în care nu este afectată integritatea acestora, luând în considerare pauzele firești din cadrul programelor, durata și natura acestora, și fără a fi afectate drepturile titularilor de drepturi.</p> <p>(3) Difuzarea filmelor concepute pentru televiziune (cu excepția serialelor, foiletoanelor și a documentarelor), a operelor cinematografice și a programelor de știri poate fi întreruptă de publicitate televizată și/sau de teleshopping o singură dată la interval de cel puțin 30 de minute. Difuzarea programelor pentru copii poate fi întreruptă de publicitate televizată și/sau de teleshopping o singură dată la interval de cel puțin 30 de minute, cu condiția ca durata programată a programului audiovizual să depășească 30 de minute. Nu este permisă inserarea de publicitate sau de teleshopping în programele audiovizuale cu caracter religios.</p> <p>(4) Furnizorii publici de servicii media nu au dreptul de a difuza teleshopping.</p> <p>(5) Furnizorii publici de servicii media pot difuza publicitate doar în cadrul programelor audiovizuale care reflectă evenimente de interes major.</p> <p>(6) Prevederile prezentului articol nu se aplică serviciilor media audiovizuale dedicate exclusiv publicității și teleshopping-ului.</p>	<p>Principala cerință față de publicitatea televizată și emisiunile de teleshopping este ca acestea să fie ușor identificabile ca atare și separate de conținutul editorial, conform art. 19, DSMAV. Alte prevederi sunt preluate din art.20, DSMAV</p>
<p>Articolul 68. Spoturile publicitare și spoturile de teleshopping</p>	
<p>(1) Proportia de spoturi publicitare și de spoturi de teleshopping dintr-un interval</p>	<p>Procentajul de 20 la sută permis pentru spațiul publicitar dintr-o oră, respectiv</p>

<p>de o oră nu poate depăși 20%, respectiv 12 minute ca durată cumulată.</p> <p>(2) Dispozițiile alin.(1) nu se aplică în cazul:</p> <ol style="list-style-type: none"> anunțurilor de autopromovare; anunțurilor de sponsorizare; plasării de produse; anunțurilor de interes general și apelurilor umanitare difuzate cu titlu gratuit; mesajelor de interes public difuzate cu titlu gratuit; publicității electorale. <p>(3) Spoturile publicitare și spoturile de teleshopping sunt separate de cele prevăzute la alin.(2) prin mijloace optice și/sau acustice și/sau spațiale.</p> <p>(4) Spoturile izolate de publicitate sunt permise doar în cadrul transmisiunilor sportive și, ca excepție, în cadrul altor programe audiovizuale cu transmisiune în direct.</p> <p>(5) Prevederile prezentului articol nu se aplică în cazul serviciilor media audiovizuale dedicate exclusiv publicității și teleshopping-ului.</p>	<p>de 12 min., este prevăzut ca obligație pentru furnizorii de servicii media, conform art.23 din DSMAV, precum și în art.12 din CETT.</p> <p>Art.23, DSMAV: (1) Proporția de spoturi publicitare televizate și spoturi de teleshopping dintr-un interval de o oră nu poate depăși 20 %. (2) Alin.(1) nu se aplică în cazul anunțurilor difuzate de către emițător în legătură cu propriile sale programe și cu produsele auxiliare derivate direct din acestea, al anunțurilor de sponsorizare și al poziționărilor de produse.</p> <p>Art.12, CETT: (1) Timpul rezervat spoturilor de teleshopping, spoturilor publicitare și altor forme de publicitate, cu excepția ferestrelor de teleshopping după cum prevede paragraful 3, nu trebuie să depășească 20% din timpul de emisie cotidian. Timpul de emisie destinat spoturilor publicitare nu trebuie să depășească 15% din timpul de emisie cotidian. (2) Timpul rezervat spoturilor de publicitate și spoturilor de teleshopping nu trebuie să depășească 20% dintr-o oră dată.</p>
Articolul 69. Programele de teleshopping	
<p>(1) Programul de teleshopping se separă de alte programe audiovizuale prin mijloace optice și/sau acustice și/sau spațiale.</p> <p>(2) Ferestrele de difuzare consacrate programelor de teleshopping trebuie să aibă o durată neîntreruptă de minimum 15 minute. Numărul maxim de ferestre pe zi trebuie să fie opt. Durata lor totală nu trebuie să depășească trei ore pe zi.</p> <p>(3) În programele de teleshopping nu pot fi difuzate spoturi publicitare.</p> <p>(4) Prevederile alin.(1)-(2) nu se aplică serviciilor media audiovizuale dedicate exclusiv teleshopping-ului.</p>	<p>Cerințele sunt prevăzute în DSMAV și în CETT.</p> <p>Art.24, DSMAV: Ferestrele de difuzare consacrate emisiunilor de teleshopping trebuie să fie clar identificate ca atare prin mijloace optice și acustice și trebuie să aibă o durată minimă neîntreruptă de cincisprezece minute.</p> <p>Art.12, CETT: (3) Ferestrele dedicate programelor de teleshopping difuzate în servicii de programe care nu sunt exclusiv dedicate teleshopping-ului trebuie să fie de o durată minimă neîntreruptă de 15 minute. Numărul maxim de ferestre pe zi trebuie să fie opt. Durata lor totală nu trebuie să depășească trei ore pe zi. Ele trebuie să fie liber identificabile cu mijloace optice și acustice.</p>
Articolul 70. Plasarea de produse	
<p>(1) Plasarea produselor este admisibilă în toate serviciile media audiovizuale, cu excepția programelor de știri și de actualitate, a programelor de afaceri pentru consumatori, a programelor religioase și a programelor pentru copii sau a conținutului destinat în principal copiilor.</p> <p>(2) Programele care conțin plasarea de produse trebuie să îndeplinească următoarele cerințe:</p> <ol style="list-style-type: none"> să nu influențeze conținutul programelor audiovizuale și programarea acestora într-un mod care să afecteze responsabilitatea și independența editorială a furnizorului de servicii media; să nu încurajeze în mod direct cumpărarea sau închirierea de produse ori servicii, mai ales prin mențiuni exprese cu caracter promoțional la produsele sau serviciile respective; să nu evidențieze sau să atragă atenția asupra mărfurilor în cauză într-o manieră exagerată, prin proeminență, accentuare sau referință nejustificate. <p>(3) Furnizorii de servicii media sunt obligați să difuzeze anunțul privind plasarea de produse:</p>	<p>Autorii au redactat articolul în conformitate cu recomandările din Propunerea de revizuire a DSMAV. Astfel, dacă DSMAV prevede într-o singură frază că "plasarea de produse este interzisă", apoi enumeră cazurile în care este permisă, propunerea de revizuire a Directivei admite din start plasarea de produse: "(1) <i>Plasarea produselor este admisibilă în toate serviciile media audiovizuale, cu excepția programelor de știri și de actualitate, a programelor de afaceri pentru consumatori, a programelor religioase și a programelor pentru copii sau a conținutului destinat în principal copiilor.</i></p>

<p>a) la începutul și sfârșitul programului audiovizual în care sunt plasate produse; b) la reluarea, după o întrerupere, a programului audiovizual în care sunt plasate produse.</p> <p>(4) Prevederile alin.(5) nu se aplică în cazul programelor audiovizuale care nu au fost nici produse, nici comandate de către furnizorul de servicii media sau de către o persoană afiliată acestuia.</p> <p>(5) Este interzisă plasarea următoarelor produse: a) țigări ori alte produse pe bază de tutun; b) produse și/sau servicii ale persoanelor fizice și juridice, având ca obiect principal de activitate fabricarea ori vânzarea țigărilor ori altor produse pe bază de tutun; c) produse medicamentoase sau tratamente medicale, disponibile numai pe bază de prescripție medicală.</p> <p>(6) Plasarea tematică este interzisă.</p>	
Articolul 71. Publicitatea și teleshopping-ul pentru băuturile alcoolice	
<p>(1) Furnizorii de servicii media sunt în drept să difuzeze publicitate și teleshopping pentru băuturile alcoolice, în conformitate cu prezentul cod, Legea cu privire la publicitate și Regulamentul cu privire la conținuturile audiovizuale.</p> <p>(2) În serviciile media audiovizuale, publicitatea și teleshopping-ul pentru băuturi alcoolice trebuie să respecte următoarele cerințe: a) să nu vizeze cu precădere minorii și mai ales să nu prezinte minori consumând astfel de băuturi; b) să nu stabilească o corelație între consumul de alcool și performanța fizică mărită sau ușurința în conducerea mașinii; c) să nu creeze impresia că consumul de alcool favorizează succesul social și sexual; d) să nu pretindă că alcoolul posedă calități terapeutice sau că este un stimulent, un sedativ sau un mijloc de rezolvare a conflictelor personale; e) să nu încurajeze consumul nemăsurat de alcool și să nu prezinte abținerea sau moderația într-o lumină negativă; f) să nu scoată în evidență conținutul ridicat de alcool drept atribut pozitiv al băuturilor.</p>	
Articolul 72. Publicitatea și teleshopping-ul pentru produsele medicamentoase și tratamentele medicale	
<p>(1) Furnizorii de servicii media sunt în drept să difuzeze publicitate și teleshopping pentru produse medicamentoase și tratamente medicale, în conformitate cu prezentul cod, Legea cu privire la publicitate și Regulamentul cu privire la conținuturile audiovizuale.</p> <p>(2) Se interzice teleshopping-ul pentru produsele medicamentoase care intră sub incidența autorizației de marketing în sensul Directivei 2001/83/CE, precum și teleshopping-ul tratamentelor medicale.</p>	
Articolul 73. Publicitatea politică	

<p>(1) Publicitatea, pozitivă sau negativă, în legătură cu partide politice, oameni politici, mesaje politice este interzisă, cu excepția perioadelor de campanie electorală.</p> <p>(2) Publicitatea politică se difuzează în conformitate cu Codul electoral și Legea cu privire la publicitate.</p>	
Capitolul X. CONSILIUL AUDIOVIZUALULUI	
Articolul 74. Misiunea Consiliului Audiovizualului	
<p>(1) Consiliul Audiovizualului este garant al interesului public în domeniul serviciilor media audiovizuale și are misiunea de a contribui la dezvoltarea lor în conformitate cu principiile comunicării audiovizuale prevăzute de prezentul Cod, cu normele, recomandările și bunele practici internaționale în domeniu.</p> <p>(2) În sensul prezentului cod, interes public înseamnă interesul pentru asigurarea unei informări pluraliste și obiective a cetățenilor, un interes superior în raport cu interesele politice, economice, comerciale, ideologice sau de altă natură ale furnizorilor de servicii media.</p>	
Articolul 75. Statutul Consiliului Audiovizualului	
<p>(1) Consiliul Audiovizualului este autoritate publică națională autonomă, responsabilă de implementarea prevederilor prezentului cod.</p> <p>(2) Consiliul Audiovizualului are statut de persoană juridică de drept public.</p> <p>(3) Consiliul Audiovizualului este consultat cu privire la proiectele de acte normative prin care se reglementează activități din domeniul serviciilor media audiovizuale și în domenii conexe.</p> <p>(4) Consiliul Audiovizualului este autoritate responsabilă pentru punerea în aplicare a convențiilor și tratatelor internaționale în domeniul serviciilor media audiovizuale la care Republica Moldova este parte.</p> <p>(5) Consiliul Audiovizualului este consultat în procesul de definire a poziției Republicii Moldova la negocierile internaționale cu privire la domeniul serviciilor media audiovizuale și, prin reprezentanții săi, poate participa la acestea.</p>	
Articolul 76. Atribuțiile Consiliului Audiovizualului	
<p>(1) Consiliul Audiovizualului asigură funcționarea și dezvoltarea serviciilor media audiovizuale în conformitate cu principiile de comunicare audiovizuală prevăzute de prezentul cod.</p> <p>(2) Consiliul Audiovizualului elaborează, dezbate public, aprobă, actualizează și pune în aplicare strategii de dezvoltare a serviciilor media audiovizuale pe termen mediu și lung.</p> <p>(3) În vederea exercitării atribuțiilor sale, Consiliul Audiovizualului elaborează și pune în aplicare:</p> <p>(a) reglementări privind condițiile, criteriile și procedura de acordare, prelungire, modificare, suspendare și revocare a licențelor de emisie și a licențelor de retransmisie;</p> <p>(b) reglementări privind conținuturile audiovizuale, liniare și neliniare;</p>	

(c) reglementări privind comunicările comerciale audiovizuale;

(d) reglementări privind regimul juridic al proprietății;

(e) reglementări privind modul de desemnare a Consiliului de Supraveghere al furnizorului public național și de dezbateră a raportului anual de activitate al acestuia;

(f) reglementări privind asigurarea accesului la servicii media audiovizuale, a informării corecte, a dreptului la replică, a protecției minorilor, a protecției persoanelor cu dizabilități, a egalității de gen;

(g) reglementări privind asigurarea securității spațiului audiovizual național;

(h) metodologii de monitorizare a conținuturilor serviciilor media audiovizuale liniare și neliniare;

(i) metodologii de monitorizare a pluralismului audiovizual;

(j) politica de sancțiuni pentru încălcarea prevederilor prezentului cod;

(k) alte acte normative și mecanisme care asigură implementarea prevederilor prezentului cod.

(4) Consiliul Audiovizualului:

a) exercită controlul asupra modului în care furnizorii și distribuitorii de servicii media își îndeplinesc obligațiile asumate conform prezentului cod. Controlul asupra conținuturilor serviciilor media și a programelor audiovizuale este exercitat numai după furnizarea lor;

b) elaborează și aprobă lista evenimentelor de importanță majoră;

c) examinează și soluționează sesizările și plângerile privind activitatea furnizorilor de servicii media și a distribuitorilor de servicii media;

d) elaborează și actualizează lista serviciilor de televiziune libere la retransmisie și a celor "must carry" și o publică pe pagina sa web;

e) cooperează cu organisme similare din lume în vederea preluării și implementării celor mai bune practici și standarde internaționale în domeniul de care este responsabil.

f) cooperează cu alte autorități publice și instituții abilitate din Republica Moldova în vederea aplicării legislației cu privire la serviciile media audiovizuale;

g) exercită competențele ce-i sunt prevăzute în Codul electoral și alte acte legislative;

h) solicită furnizorilor de servicii media și distribuitorilor de servicii informațiile necesare, indicând temeiul legal, scopul solicitării și termenul de furnizare a acestora;

i) inițiază și organizează activități de cercetare în domeniul audiovizualului, studii de piață, sondaje, studii de audiență etc. în vederea aplicării prevederilor legale din domeniu și, în acest scop, este în drept să contracteze instituții specializate, în condițiile Legii cu privire la achizițiile publice;

k) ține și actualizează registrele furnizorilor de servicii media și a distribuitorilor de servicii media.

(5) Consiliul Audiovizualului asigură transparența:

a) proprietății și finanțării furnizorilor de servicii media și a distribuitorilor de servicii media aflați în jurisdicția Republicii Moldova.

b) tarifelor și a condițiilor pentru utilizarea serviciilor media audiovizuale.

<p>c) activității proprii.</p> <p>(6) În vederea exercitării atribuțiilor sale, Consiliul Audiovizualului emite acte normative cu caracter obligatoriu pentru furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media și norme de conduită profesională cu caracter de recomandare.</p> <p>(7) Consiliul Audiovizualului aplică sancțiuni în conformitate cu prezentul cod.</p> <p>(8) Consiliul Audiovizualului exercită alte atribuții în conformitate cu prezentul cod.</p>	
<p>Articolul 77. Componența Consiliului Audiovizualului</p>	
<p>(1) Consiliul Audiovizualului este constituit din 9 membri integri și cu experiență profesională în serviciile media audiovizuale, comunicare și jurnalism, drept, cinematografie, artă, cultură, știință și cercetare, tehnologii informaționale, publicitate, activitate academică. Nu mai mult de 5 membri ai Consiliului Audiovizualului sunt de același sex.</p> <p>(2) Componența Consiliului Audiovizualului este formată din:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) un membru propus de majoritatea parlamentară; b) un membru desemnat de Centrul de Jurnalism Independent la propunerea organizațiilor reprezentative de media; c) un membru desemnat de Uniunea Cineaștilor la propunerea uniunilor de creație; d) un membru propus de opoziția parlamentară; e) un membru desemnat de Asociația Agențiilor de Publicitate la propunerea organizațiilor din industria publicității; f) un membru desemnat de Academia de Științe la propunerea organizațiilor din mediul academic; g) un membru propus de Președintele Republicii Moldova; h) un membru propus de Adunarea Populară a UTA Gagauz-Yeri; i) un membru desemnat de Avocații Poporului la propunerea organizațiilor din domeniul protecției drepturilor omului. <p>(3) Membrii Consiliului Audiovizualului sunt desemnați, conform următoarei proceduri:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) cu 60 de zile înainte de expirarea mandatului de membru al Consiliului Audiovizualului, președintele comisiei parlamentare de specialitate solicită entităților enumerate la alin.(2) să propună câte doi candidați la fiecare funcție vacantă de membru al Consiliului Audiovizualului, făcând publice regulamentul de organizare și desfășurare a concursului și termenul limită pentru depunerea dosarelor de concurs. Fiecare propunere trebuie să respecte egalitatea de gen și să fie însoțită de detalii privind competențele sau experiența profesională a candidatului care motivează propunerea; b) în termen de 15 de zile lucrătoare de la data limită de depunere a dosarelor, comisia parlamentară de specialitate desfășoară concursul conform regulamentului și selectează câte un candidat pentru fiecare loc vacant; c) în cazul în care pentru unul sau mai multe locuri vacante nu este selectat niciun candidat, în termen de 10 zile lucrătoare de la încheierea concursului, este 	<p>Prevederile sunt în mod clar, conform experților europeni, aliniate la cele mai bune practici internaționale.</p>

<p>organizat un nou concurs în condițiile prezentului alineat;</p> <p>d) după selectarea candidaților pentru funcția de membru al Consiliului Audiovizualului, comisia parlamentară de specialitate prezintă în ședința în plen a Parlamentului un raport, iar comisia juridică pentru numiri și imunități – un aviz privind întrunirea exigențelor stipulate în prezentul articol.</p> <p>(4) Candidații la funcția de membru al Consiliului Audiovizualului trebuie să întrunească cumulativ următoarele condiții:</p> <p>a) să aibă studii superioare și experiență de cel puțin 5 ani în unul din domeniile prevăzute la alin.(1);</p> <p>b) să cunoască prevederile legislației naționale și europene și bunele practici internaționale în domeniul serviciilor media audiovizuale și în domeniile conexe;</p> <p>c) să dețină cetățenia Republicii Moldova;</p> <p>d) să cunoască limba română și, cel puțin, o limbă de circulație internațională;</p> <p>e) să nu fi atins vârsta necesară obținerii dreptului la pensie pentru limita de vârstă;</p> <p>f) să nu fi deținut funcții guvernamentale, funcții politice și/sau să nu fi fost angajat în vreun partid politic, formațiune politică sau social-politică în ultimii trei ani până la data anunțării concursului pentru funcția de membru al Consiliului Audiovizualului;</p> <p>g) să nu dețină, în mod direct sau indirect, interese sau interese financiare în cadrul furnizorilor de servicii media, distribuitorilor de servicii media, întreprinderilor de comunicații electronice sau a întreprinderilor din domeniul publicității;</p> <p>h) să aibă o reputație publică ireproșabilă;</p> <p>i) să nu fie privați prin hotărâre judecătorească definitivă de dreptul de a ocupa funcții publice.</p> <p>(5) Comisia parlamentară de specialitate selectează sau respinge candidaturile la funcțiile de membru al Consiliului Audiovizualului prin hotărâre motivată.</p> <p>(6) Membrii Consiliului Audiovizualului sunt numiți prin hotărâre de parlament adoptată cu votul a 2/3 din numărul deputaților. În cazul în care un candidat la funcția de membru al Consiliului Audiovizualului nu întrunește numărul necesar de voturi, este anunțat un nou concurs, în termen de 10 zile lucrătoare de la ședința în plen a Parlamentului, în condițiile prezentului articol.</p> <p>(7) Membrii Consiliului Audiovizualului sunt desemnați pentru un singur mandat de 6 ani.</p> <p>(8) Reînnoirea componenței Consiliului Audiovizualului se efectuează eșalonat. La expirarea mandatelor, noii membri ai Consiliului Audiovizualului sunt desemnați în ordinea prevăzută pentru entitățile specificate la alin.(2).</p> <p>(9) În caz de vacanță a funcției înainte de termen, un nou membru al Consiliului Audiovizualului este desemnat pe durata restantă a mandatului, la propunerea aceleiași entități.</p>	
<p align="center">Articolul 78. Membrii Consiliului Audiovizualului</p>	
<p>(1) Membrii Consiliului Audiovizualului nu reprezintă entitatea care i-a numit și își onorează atribuțiile în conformitate cu legea, liberi de influența nepotrivită a oricărui</p>	<p>Articolul a fost redactat în conformitate cu sugestiile din expertize.</p>

<p>alt organism public.</p> <p>(2) Pe durata mandatului, membrii Consiliului Audiovizualului sunt inamovibili.</p> <p>(3) Membrii Consiliului Audiovizualului sunt angajați cu normă deplină de muncă.</p> <p>(4) Vacanța funcției de membru al Consiliului Audiovizualului survine de drept în caz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) expirare a mandatului; b) demisie; c) condamnare penală printr-o hotărâre judecătorească definitivă; d) pierdere a cetățeniei Republicii Moldova; e) imposibilitate de a-și exercita funcția pentru o perioadă mai mare de 4 luni, în mod neîntrerupt, stabilită prin acte doveditoare; f) absență, motivată sau nemotivată, de la cel puțin 7 ședințe consecutive; g) incompatibilitate cu funcția de membru al Consiliului Audiovizualului; h) pierderea capacității depline de exercițiu printr-o hotărâre judecătorească definitivă”; i) deces. <p>(5) În toate cazurile de vacanță a funcției, președintele Consiliului Audiovizualului înaintează o notificare Comisiei parlamentare de specialitate, în termen de 5 zile lucrătoare de la data survenirii vacanței funcției.</p> <p>(6) În cazul prevăzut de alin.(5) lit.a), membrul Consiliului Audiovizualului continuă să-și exercite mandatul până la ocuparea funcției de către succesorul său de competență, dar nu mai mult de 6 luni. În celelalte cazuri, funcția de membru al Consiliului Audiovizualului rămâne vacantă de la data emiterii dispoziției de către președintele Consiliului Audiovizualului.</p> <p>(7) Membrii Consiliului Audiovizualului exercită funcții de demnitate publică.</p> <p>(8) Pe durata exercitării mandatului, membrii Consiliului Audiovizualului nu pot face declarații sau întreprinde acțiuni susceptibile să dăuneze independenței funcției lor și nu pot profita de poziția pe care o ocupă în scopul obținerii de avantaje politice, economice sau de altă natură.</p>	
<p>Articolul 79. Incompatibilități cu funcția de membru al Consiliului Audiovizualului</p>	
<p>(1) Funcția de membru al Consiliului Audiovizualului este incompatibilă cu orice altă funcție publică sau privată, cu excepția celor didactice și științifice, dacă nu dau naștere unor conflicte de interese.</p> <p>(2) În timpul exercitării mandatului, membrii Consiliului Audiovizualului nu pot fi membri în partide politice sau în alte organizații social-politice.</p> <p>(3) Membrii Consiliului Audiovizualului, precum și persoanele lor apropiate în sensul art.2 din Legea cu privire la conflictul de interese, nu au dreptul să dețină, direct sau indirect, acțiuni sau părți sociale în societăți comerciale cu activități în domenii în care s-ar afla în conflict de interese cu calitatea de membru al Consiliului Audiovizualului.</p> <p>(4) Membrii Consiliului Audiovizualului nu pot fi membri în consiliile de administrație ori în organele de conducere ale furnizorilor de servicii media și ale distribuitorilor de servicii media și nici nu pot să exercite funcții sau să dețină acțiuni</p>	<p>Articolul a fost redactat în conformitate cu sugestiile din expertize.</p>

<p>ori părți sociale ale unei persoane juridice, titulare a unei licențe de emisie sau licențe de retransmisie.</p> <p>(5) În scopul aplicării dispozițiilor alin.(3)-(4), membrii Consiliului Audiovizualului depun în ședință publică o declarație de conformitate pe propria răspundere.</p> <p>(6) Membrul Consiliului Audiovizualului care, în momentul numirii, se află în una dintre situațiile prevăzute la alin.(1)-(4), are la dispoziție un termen de cel mult 30 de zile pentru a înlătura motivul de incompatibilitate, perioadă în care nu are drept de vot în cadrul Consiliului Audiovizualului.</p>	
Articolul 80. Conducerea Consiliului Audiovizualului	
<p>(1) Consiliul Audiovizualului este condus de un președinte și de un vicepreședinte aleși prin vot secret de, cel puțin, 6 membri ai Consiliului.</p> <p>(2) Ședința Consiliului Audiovizualului în care este ales președintele este prezidată de cel mai în vârstă membru al Consiliului.</p> <p>(3) Președintele Consiliului Audiovizualului este responsabil de activitatea Consiliului Audiovizualului în exercitarea funcțiilor prevăzute de prezentul cod.</p> <p>(4) Președintele Consiliului Audiovizualului:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) convoacă și prezidează ședințele Consiliului Audiovizualului; b) semnează deciziile și alte acte emise de Consiliul Audiovizualului; c) asigură gestionarea fondurilor publice alocate; d) numește și eliberează din funcție personalul aparatului Consiliului Audiovizualului; e) emite ordine privind activitatea aparatului; f) prezintă Parlamentului raportul anual de activitate al Consiliului Audiovizualului; g) reprezintă Consiliul Audiovizualului în relațiile cu autorități publice, persoane juridice din domeniu, cu alte persoane juridice, precum și în relațiile internaționale; h) reprezintă Republica Moldova în organizații internaționale în probleme ce țin de serviciile media audiovizuale. <p>(5) În absența președintelui, precum și în cazul survenirii de drept a vacanței funcției și până la numirea unui nou președinte, funcțiile președintelui sunt exercitate de vicepreședinte.</p> <p>(6) Președintele și vicepreședintele pot fi demși din funcții la propunerea a trei membri ai Consiliului Audiovizualului prin vot secret de, cel puțin, 6 membri ai Consiliului.</p>	<p>Articolul a fost redactat în conformitate cu sugestiile din expertize. Astfel, Consiliului Audiovizualului i se dau toate împuternicirile de a decide în chestiunea respectivă.</p>
Articolul 81. Organizarea și funcționarea Consiliului Audiovizualului	
<p>(1) Consiliul Audiovizualului activează în baza propriului regulament de organizare și funcționare.</p> <p>(2) În vederea exercitării atribuțiilor Consiliul Audiovizualului își constituie o structură funcțională proprie, inclusiv structuri teritoriale.</p> <p>(3) Consiliul Audiovizualului emite decizii în prezența a cel puțin 6 membri și cu votul a cel puțin 5 membri, cu excepția cazurilor prevăzute de prezentul Cod. Toate deciziile Consiliului Audiovizualului sunt motivate.</p> <p>(4) Ședințele Consiliului Audiovizualului sunt publice. Votul exprimat de fiecare membru al Consiliului Audiovizualului este întotdeauna însoțit de motivare. Membrii</p>	<p>Autorii au acceptat sugestiile experților europeni și au luat în calcul propunerile formulate în cadrul dezbaterilor în subgrup.</p>

<p>Consiliului Audiovizualului pot vota pro sau contra, deschis sau secret, nefiind admise abținerile de la vot. Informațiile cu accesibilitate limitată (secrete de stat, secrete comerciale, etc) sunt examinate de membrii Consiliului Audiovizualului în afara ședințelor publice.</p> <p>(5) Dezbaterile din cadrul ședințelor Consiliului Audiovizualului și rezultatele votării se consemnează în procese-verbale semnate de președintele Consiliului Audiovizualului. Procesele-verbale, împreună cu deciziile, se publică pe site-ul Consiliului Audiovizualului în termen de 10 zile lucrătoare.</p> <p>(6) În campaniile electorale deciziile cu privire la examinarea contestațiilor de către Consiliul Audiovizualului sunt publicate pe site în termen de 2 zile de la emitere.</p> <p>(7) Deciziile cu caracter normativ emise de Consiliul Audiovizualului intră în vigoare la data publicării în Monitorul Oficial. Celelalte decizii ale Consiliului Audiovizualului sunt obligatorii de la data indicată în decizie.</p> <p>(8) Consiliul Audiovizualului publică deciziile pe pagina sa web și în Monitorul Oficial al Republicii Moldova.</p>	
Articolul 82. Finanțarea Consiliului Audiovizualului	
<p>(1) Bugetul Consiliului Audiovizualului se constituie din următoarele surse:</p> <p>a) subvenții de stat în mărime de 0,03% din valoarea bugetului public național prevăzută de legea bugetară anuală.</p> <p>b) donații și granturi, cu excepția celor provenind de la persoane fizice sau juridice care au un interes în sectorul audiovizual;</p> <p>c) alte venituri legale.</p> <p>(2) Consiliul Audiovizualului aprobă raportul anual cu privire la activitatea sa financiară care este publicat în Monitorul Oficial al Republicii Moldova.</p>	Este propus un mecanism de finanțare care oferă un grad mai înalt de independență decizională a CA.
Articolul 83. Remunerarea membrilor Consiliului Audiovizualului	
<p>(1) Membrii Consiliului Audiovizualului sunt remunerați în conformitate cu Legea cu privire la sistemul de salarizare în sectorul bugetar.</p> <p>(2) Președintele Consiliului Audiovizualului este remunerat cu un salariu lunar egal cu salariul prevăzut pentru funcția de ministru.</p> <p>(3) Vicepreședintele Consiliului Audiovizualului este remunerat cu un salariu lunar egal cu 95% din salariul prevăzut pentru președintele Consiliului Audiovizualului.</p> <p>(4) Membrii Consiliului Audiovizualului sunt remunerați cu un salariu lunar egal cu 90% din salariul lunar prevăzut pentru președintele Consiliului Audiovizualului.</p>	Din multitudinea de modele existente a fost ales acesta, subliniind importanța și responsabilitatea pe care trebuie să o aibă CA.
Articolul 84. Supraveghere și control	
<p>(1) Supravegherea respectării, controlul îndeplinirii obligațiilor și sancționarea încălcării prevederilor prezentului cod, precum și a deciziilor emise în baza și pentru aplicarea acestuia revin Consiliului Audiovizualului.</p> <p>(2) În exercitarea atribuțiilor de supraveghere și control Consiliul Audiovizualului poate solicita informațiile și actele necesare în aplicarea prevederilor prezentului cod. Solicitantul va indica temeiul legal, scopul solicitării și termenul prezentării informației.</p> <p>(3) Consiliul Audiovizualului exercită controlul:</p>	Aceste dispoziții sunt în concordanță cu standardele europene în asigurarea unui proces transparent și responsabil pentru CA. Pentru a nu face din CA un organism-controlor, articolul propune un mecanism exact de exercitare a controlului, care nu lasă loc eventualelor abuzuri.

- a) din oficiu;
- b) la sesizarea unei autorități publice;
- c) ca urmare a plângerii depuse.

(4) În cazurile prevăzute la alin.(3) lit.b)-c), Consiliul Audiovizualului, în termen de cel mult 15 zile lucrătoare din data depunerii sesizării sau plângerii, va exercita controlul în privința circumstanțelor de fapt. Acest termen poate fi prelungit prin decizia Consiliului Audiovizualului cu încă 15 zile lucrătoare. În cel mult 5 zile lucrătoare după exercitarea controlului circumstanțelor de fapt, Consiliul Audiovizualului examinează sesizarea sau plângerea în ședință publică, anunță rezultatele controlului, audiază subiecții interesați și decide respingerea sau acceptarea sesizării sau plângerii, și, după caz, aplicarea unei sancțiuni în condițiile prevăzute de prezentul cod.

(5) Rezultatele controlului exercitat în condițiile alin.(3), lit.a) se examinează în ședință publică cu audierea subiecților interesați.

(6) Se consideră subiecți interesați, în condițiile prezentului articol, reprezentanții autorității publice – autoare a sesizării, persoana fizică sau juridică care a depus plângerea sau reprezentanții acestora prin procură, reprezentanții organizației neguvernamentale – autoare a sesizării, precum și reprezentanții furnizorului de servicii media și distribuitorului de servicii media.

(7) Sesizările, plângerile și contestațiile anonime nu se examinează. Se consideră anonime sesizările, plângerile și contestațiile care nu conțin numele sau, după caz, denumirea autorului, datele de contact ale autorului, semnătura și, după caz, ștampila autorului.

(8) Consiliul Audiovizualului va informa subiecții interesați despre data, ora și locul ședinței publice în care urmează să fie examinată sesizarea sau plângerea cu 5 zile lucrătoare înainte de desfășurarea acesteia.

(9) Consiliul Audiovizualului examinează sesizarea sau plângerea în lipsa subiecților interesați, dacă a fost respectată procedura informării lor prealabile.

(10) Deciziile adoptate de Consiliul Audiovizualului în condițiile alin.(3) au următorul conținut: partea descriptivă, motivarea și dispozitivul.

(11) Partea descriptivă se referă la temeiul de fapt și de drept în baza căruia s-a exercitat controlul, pretențiile și argumentele în apărare invocate de subiecții interesați, rezultatele controlului exercitat de Consiliul Audiovizualului, alte circumstanțe importante.

(12) În motivare se indică: încălcările constatate în urma exercitării controlului sau lipsa acestora, argumentele și probele pe care se întemeiază concluziile Consiliului Audiovizualului privind rezultatele controlului, precum și prevederile legale de care s-a condus Consiliul Audiovizualului.

(13) Dispozitivul deciziei cuprinde concluzia Consiliului Audiovizualului privind admiterea sau respingerea integrală sau parțială a sesizării sau plângerii, sancțiunea aplicată, măsurile care obligă subiecții interesați la o acțiune sau inacțiune, calea și termenul de atac al deciziei, termenul de executare și măsurile necesare pentru asigurarea executării deciziei.

(14) Consiliul Audiovizualului contribuie plenar la soluționarea sesizărilor sau

<p>plângerilor pe cale amiabilă.</p> <p>(15) În cazul în care Consiliul Audiovizualului, în exercitarea controlului, constată elemente constitutive ale infracțiunii sau constată competența altei autorități, remite materialele relevante autorității competente.</p> <p>(16) Consiliul Audiovizualului exercită anual, din oficiu, un control al modului executării prevederilor legale în vigoare de către furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media. Rezultatele controlului sunt reflectate în raportul anual al Consiliului Audiovizualului.</p>	
<p>Articolul 85. Răspunderea pentru încălcarea legislației audiovizuale</p>	
<p>(1) Fiecare furnizor de servicii media și distribuitor de servicii media poartă răspundere pentru încălcarea prevederilor prezentului cod.</p> <p>(2) Pentru încălcarea prevederilor prezentului cod, Consiliul Audiovizualului aplică sancțiuni individualizate, în funcție de gravitatea faptei, de efectele acesteia, precum și de sancțiunile primite anterior, pe o perioadă de cel mult 12 luni.</p> <p>(3) Consiliul Audiovizualului elaborează și adoptă politica de sancțiuni care, în mod obligator, conține lista încălcărilor și, respectiv, a sancțiunilor pentru încălcări. La necesitate, politica de sancțiuni este actualizată.</p> <p>(4) Consiliul Audiovizualului aplică următoarele sancțiuni:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) avertizare publică; b) amendă cuprinsă între 1000 și 100000 de lei; c) interdicție de a furniza comunicări comerciale audiovizuale pe o durată determinată de timp; d) suspendare a licenței de emisie pe o durată determinată de timp; e) retragere a licenței de emisie sau a autorizației de retransmisie. <p>(5) Constatarea încălcărilor și aplicarea sancțiunilor corespunzătoare lor au loc în condițiile art.84.</p> <p>(6) Deciziile cu caracter normativ pot fi contestate în condițiile Legii cu privire la contenciosul administrativ. Deciziile cu caracter de recomandare nu pot fi atacate.</p> <p>(7) Deciziile adoptate în condițiile art.84-85 pot fi atacate direct în instanța de contencios administrativ în termen de 30 de zile de la comunicare, cu excepția cazului prevăzut în alin.(8). Deciziile neatacate în termen constituie de drept titlu executoriu.</p> <p>(8) Deciziile prin care sunt aplicate sancțiunile prevăzute la alin.(4), lit.d)-e) își produc efectele de la data publicării lor. Deciziile neatacate în termen constituie de drept titlu executoriu.</p>	<p>Noutatea și provocarea acestui articol e că el, la sugestia expertizelor, oferă mâna liberă CA să elaboreze și să facă publică politica de sancționare, ținând cont de câteva criterii, inclusiv: gravitatea încălcării, efectele acesteia, repetarea încălcărilor etc.</p>
<p>Articolul 86. Cooperarea cu alte autorități publice</p>	
<p>(1) Consiliul Audiovizualului cooperează cu autoritățile publice din Republica Moldova în vederea exercitării atribuțiilor ale.</p> <p>(2) Procedura și condițiile de cooperare cu autoritățile publice sunt stabilite prin acorduri de cooperare care sunt publicate pe site-urile oficiale ale părților contractante.</p> <p>(3) Consiliul Audiovizualului cooperează cu autoritatea în domeniul concurenței în vederea asigurării unei concurențe loiale pe piața serviciilor media audiovizuale,</p>	<p>Ținând cont de sugestiile expertizelor, autorii au prevăzut un număr minim de autorități cu care urmează să coopereze CA. În rest, CA va decide singur lista autorităților cu care să coopereze, pentru a-și onora onest obligațiunile.</p>

<p>prevenirii și excluderii pozițiilor dominante în formarea opiniei publice prin intermediul furnizorilor de servicii media audiovizuale.</p> <p>(4) Consiliul Audiovizualului cooperează cu autoritatea de reglementare în domeniul comunicațiilor electronice și al tehnologiei informației în vederea asigurării funcționalității principiului de "ghișeu unic" la eliberarea licențelor de emisie.</p> <p>(5) Consiliul Audiovizualului cooperează cu autoritatea responsabilă de medicamente în vederea aplicării legislației cu privire la publicitatea medicamentelor de uz uman în serviciile media audiovizuale.</p> <p>(6) Consiliul Audiovizualului cooperează cu autoritatea pentru protecția obiectelor de proprietate intelectuală, precum și cu organizațiile de gestiune colectivă a drepturilor patrimoniale în vederea asigurării drepturilor de autor și conexe în domeniul audiovizualului.</p> <p>(7) Cooperarea Consiliului Audiovizualului este extinsă și pe alte segmente decât cele prevăzute în prezentul articol, în baza și conform funcțiilor și atribuțiilor date prin lege fiecărei autorități.</p> <p>(8) Consiliul Audiovizualului, în raportul anual de activitate, reflectă rezultatele cooperării cu autoritățile publice.</p>	
Articolul 87. Cooperarea cu societatea civilă	
<p>(1) Pentru exercitarea competențelor sale, Consiliul Audiovizualului cooperează cu organizații reprezentative de profil din societatea civilă în vederea:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) elaborării documentelor ce vizează domeniul reglementat de prezentul cod; b) monitorizării serviciilor media audiovizuale; c) elaborării de analize, expertize și recomandări relevante domeniului; d) consultărilor pe segmente importante ale domeniului; e) asigurării altor necesități. <p>(2) Contribuțiile organizațiilor reprezentative de profil din societatea civilă au pentru Consiliul Audiovizualului caracter de recomandare.</p> <p>(3) Consiliul Audiovizualului, în raportul anual de activitate, reflectă rezultatele cooperării cu societatea civilă.</p>	<p>Articol nou, pe care autorii îl consideră oportun. Pornim de la raționamentul că fiecare autoritate publică are doar de câștigat din cooperarea cu alte organisme, inclusiv cele, care au capacitate de expertiză în domeniu.</p>
Articolul 88. Responsabilitatea Consiliului Audiovizualului	
<p>(1) Consiliul Audiovizualului este responsabil în fața publicului, prin prezentarea raportului său anual de activitate în ședința în plen a Parlamentului.</p> <p>(2) Raportul anual de activitate al Consiliului Audiovizualului se depune la Comisia parlamentară de specialitate până la data de 1 martie.</p> <p>(3) Raportul anual de activitate al Consiliului Audiovizualului este publicat pe site-ul oficial Consiliului Audiovizualului înainte de 1 martie.</p>	<p>Acceptând critica din expertize, au fost excluse normele extrem de restrictive, autorii având convingerea că CA își va onora obligațiunile legale cu bună credință.</p>
Capitolul XI. DISPOZIȚII FINALE ȘI TRANZITORII	
Articolul 89. Intrarea în vigoare a prezentului cod	
<p>(1) Prezentul cod intră în vigoare la data publicării, cu excepțiile prevăzute de art.90.</p>	

<p>(2) La intrarea în vigoare a prezentului cod, se abrogă Codul audiovizualului al Republicii Moldova nr. 260/2006 (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2006, nr. 131-133, art.679), cu modificările și completările ulterioare, cu excepția art.38 care se abrogă de la 1 ianuarie 2019.</p>	
<p>Articolul 90. Dispoziții tranzitorii</p>	
<p>(1) Proporțiile menționate în art. 6, alin. (4) și (5), se asigură gradual în primii trei ani de la intrarea în vigoare a prezentului cod.</p> <p>(2) Proporția menționată în art.6, alin. (6) se asigură gradual în primii cinci ani de la intrarea în vigoare a prezentului cod.</p> <p>(3) În termen de 12 luni de la intrarea în vigoare a prezentului cod, Consiliul Audiovizualului adoptă Regulamentul privind conținuturile audiovizuale.</p> <p>(4) În termen de 6 luni de la intrarea în vigoare a prezentului cod, Consiliul Audiovizualului instituie reglementări, inclusiv privind asigurarea dreptului persoanei de a accede la servicii media audiovizuale liniare.</p> <p>(5) În termen de 6 luni de la intrarea în vigoare a prezentului cod, Consiliul Audiovizualului instituie reglementări și întreprinde, în limitele competențelor legale, acțiunile necesare în vederea protejării spațiului audiovizual național.</p> <p>(6) Licențele de emisie acordate până la intrarea în vigoare a prezentului cod, sunt valabile până la expirarea termenului pentru care au fost eliberate și sunt prelungite de drept în conformitate cu prevederile prezentului cod.</p> <p>(7) Prevederile art.26, alin.(1) se aplică după 6 luni de la intrarea în vigoare a prezentului cod.</p> <p>(8) Prevederile art.28, alin.(4) se aplică după 12 luni de la intrarea în vigoare a prezentului cod.</p> <p>(9) În termen de 12 luni de la intrarea în vigoare a prezentului cod, Consiliul Audiovizualului va organiza concursul pentru desemnarea instituției specializate în măsurarea audiențelor și cotelor de piață, în condițiile art.30.</p> <p>(10) Prevederile art.29 se aplică după 12 luni de la intrarea în vigoare a prezentului cod.</p> <p>(11) Prevederile art.33, alin.(2) se aplică după 12 luni de la intrarea în vigoare a prezentului cod.</p> <p>(12) Membrii Consiliului de Observatori al instituției publice naționale a audiovizualului Compania "Teleradio-Moldova" își exercită mandatele până la expirarea termenelor pentru care au fost numiți.</p> <p>(13) La expirarea mandatelor primilor trei membri ai Consiliului de Observatori, sunt desemnați primii 5 membri ai Consiliului de Supraveghere, la expirarea mandatelor următorilor trei membri ai Consiliului de Observatori – alți 5 membri ai Consiliului de Supraveghere, iar la expirarea mandatelor ultimii trei membri ai Consiliului de Observatori – următorii membri ai Consiliului de Supraveghere.</p> <p>(14) Prevederile art.43, alin.(5) se aplică după reînnoirea componenței Consiliului de Supraveghere cu 5 membri desemnați în condițiile prezentului cod.</p> <p>(15) Autorizația de retransmisie a distribuitorului de servicii media „Moldtelecom” S.A. este valabilă până la expirarea valabilității acesteia.</p>	

(16) Autorizațiile de retransmisie acordate până la intrarea în vigoare a prezentului cod, sunt valabile până la expirarea termenului pentru care au fost eliberate.

(17) Distribuitorii de servicii vor ajusta structura ofertelor lor de servicii media la prevederile art.55, în termen de 12 luni de la intrarea în vigoare a prezentului cod.

(18) În termen de 6 luni de la intrarea în vigoare a prezentului cod, Consiliul Audiovizualului adoptă procedura de notificare și de eliberare a avizului de furnizare a serviciilor media audiovizuale neliniare.

(19) Prevederile art.57-60 se aplică după 6 luni de la adoptarea de către Consiliul Audiovizualului a procedurii de notificare și eliberare a avizului de furnizare a serviciilor media audiovizuale neliniare.

(20) Consiliul Audiovizualului este succesorul de drept al Consiliului Coordonator al Audiovizualului.

(21) Membrii Consiliului Coordonator al Audiovizualului își exercită mandatele până la expirarea termenelor pentru care au fost desemnați.

(22) În termen de 6 luni de la intrarea în vigoare a prezentului cod, Consiliul Audiovizualului elaborează și face publică politica de sancțiuni care se pune în aplicare de la 1 ianuarie 2019.